

Erica Paola Corbellini

DIGITAL TRANSFORMATION

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

CORBELLINI E. P., CERINI L., PALADINO L.

L'evoluzione del ruolo di venditori e manager nel fashion retail

Economia & Management, 2024, no. 4, pp.91-98

CORBELLINI E. P., SAVIOLO S.

Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali

Economia & Management, 2020, no. 4, pp.70-74

CORBELLINI E. P., RINALDI F. R.

Se il prodotto tessile diventa marchio

Economia & Management, 2017, no. 1, pp.69-78

CORBELLINI E. P.

Il 'See now buy now'. Verso una moda fast?

Economia & Management, 2016, no. 4, pp.27-31

CORBELLINI E. P., MARAFIOTI E.

La CSR nella moda: strumento di marketing o elemento fondante della strategia di impresa?

Economia & Management, 2013, no. 3, pp.61-80

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere

Economia & Management, 2012, no. 3, pp.64-74

CORBELLINI E., RINALDI F. R., ROTA A.

Il brand Milano attraverso la moda e il design

Economia & Management, 2011, no. 1, pp.75-98

CORBELLINI E. P.

Il vantaggio competitivo delle sfilate milanesi: fonti e sostenibilità

Economia & Management, 2007, no. 5, pp.53-68

MONOGRAFIE AD ALTA DIVULGAZIONE

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

Management in fashion and luxury companies

Rizzoli Etas, Milano, Italia, 2009

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

L'esperienza del lusso. Mondì, mercati, marchi

Etas Libri, Milano, Italia, 2007

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

La scommessa del Made in Italy e il futuro della moda italiana

Etas Libri, Milano, Italia, 2004

CORBELLINI E., CARCANO L., VARACCA P., LOJACONO G.

Il mondo orafò fra tradizione e innovazione

Etas Libri, Milano, Italia, 2002

CURATELE DI OPERE COLLETTANEE

CARCANO L., CORBELLINI E. P., LOJACONO G., VARACCA P. (A CURA DI)

Il sistema gioiello tra tradizione ed innovazione

Etas Libri, Milano, Italia, 2002

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

CORBELLINI E., MARAFIOTI E.

Coniugare obiettivi economici e sociali per le imprese del sistema moda in *Economia Aziendale e Management. Scritti in Onore di Vittorio Coda*

G.Airoidi, G.Brunetti, G.Corbetta, G.Invernizzi (a cura di), Egea, pp.1157-1168, 2010

CORBELLINI E.

Il processo di comunicazione in *Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività*

S.Saviolo, S.Testa (a cura di), Rizzoli Etas, 2005

CORBELLINI E. P.

Il valore del gioiello Made in Italy in *Il gioiello italiano ad una svolta. Dalla crisi alla costruzione di nuove opportunità*

Luana Carcano, Antonio Catalani, Paola Varacca Capello (a cura di), Franco Angeli, 2005

CARNEVALE MAFFE' C. A., CORBELLINI E. P.

Tod's in *Strategia e politica aziendale. Casi*

G. Invernizzi (a cura di), Egea, 2004

CORBELLINI E.

I clienti: i settori calzaturiero e della pelletteria in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli*

G.Airoidi, A.Zattoni (a cura di), Franco Angeli, 2002

CORBELLINI E.

Il distretto dell'abbigliamento in pelle di Empoli in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli*

G.Airoidi, A.Zattoni (a cura di), Franco Angeli, 2002

CORBELLINI E. P.

Sulla rete senza rete? Un modello di valutazione della sostenibilità strategica dei business model su Internet in *E-business. Condizioni e strumenti per le imprese che cambiano*

C.Dematté (a cura di), Etas Libri, 2001

ALTRO

CORBELLINI E. P.

C'erano una volta le seconde linee

2015, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E. P.

Quando le aziende della moda fanno scuola

2015, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E.

Transmedia storytelling: il cliente eroe della storia

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E.

Disruption: la disciplina dell'indisciplina

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E. P.

Ingredient branding: perché è una strategia win-win

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E.

Fashion bloggers: una moda destinata a durare?

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E.

Masstige: applicare il dream factor al mass market. Rubrica "Esercizi di style"

2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E. P.

L'evoluzione delle settimane milanesi della moda

2005, Impresa & Stato, Italia

ARTICOLI SU QUOTIDIANI NAZIONALI/INTERNAZIONALI

CORBELLINI E. P.

La moda uomo verso il new normal

Il Giorno, 30 Gennaio, 2021

CASI PUBBLICATI IN COLLANE INTERNAZIONALI

CORBELLINI E. P., ROSSO S. U.

Can a B2C Strategy Elevate a B2B Brand? The Case of Vitale Barberis Canonico

2019, The Case Centre, Gran Bretagna

CORBELLINI E. P.

Patrizia Pepe: Advanced Quick Fashion

2006, The Case Centre, Gran Bretagna

CARNEVALE MAFFE' C. A., CORBELLINI E. P.

Tod's: Building and Developing a Luxury Group

NOTE DI RICERCA O BREVI ARTICOLI SU RIVISTA

CORBELLINI E. P., PALADINO L.

The Value of Made in Italy Fashion Production in the Time of Covid-19

2020, Economia & Management Plus, Milano, Italia

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

CORBELLINI E.

Ingredient branding: rendere l'invisibile visibile

Il valore del marchio - Convegno Confindustria Cuneo, 26 Novembre 2014, Cuneo, Italia
