

Carolina Guerini

MARKETING MANAGEMENT

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

ADDIS M., GUERINI C.

Customer centricity dal dire al fare

Economia & Management, 2017, vol.3, pp.10-16

GUERINI C., STOCCHI L.

Applicazioni mobile: la relazione tra utilizzo e immagine

Micro & Macro Marketing, 2016, vol.2

GUERINI C.

When Are Apps Worth Paying For? An Analysis of the Market Performance of Mobile Apps

Journal Of Advertising Research, 2016

GUERINI C.

Network marketing: un modello vincente anche nella crisi

Economia & Management, 2013, vol.6/2013, no. 6, pp.7-18

CATTANEO E., GUERINI C.

Assessing the revival potential of brands from the past: how relevant is nostalgia in retro branding strategies?

Journal Of Brand Management, 2012, pp.680-687

GUERINI C., BONA A.

Distribuire in Europa: le difficoltà delle pmi

Tpnewsletter, 2012, vol.gennaio-febbraio 2012, no. 5

GUERINI C.

Marketing internazionale e crisi economica

Economia & Management, 2011, vol.1/2011, no. 1, pp.68-69

MONOGRAFIE O TRATTATI SCIENTIFICI

GUERINI C.

Network Marketing Tools

Egea, , 2016

CURATELE DI OPERE COLLETTANEE

GUERINI C. (A CURA DI)

Social networks offline: marketing di rete e crescita aziendale

Egea, Italia, 2013

BERTOLI G., FARINET A., GUERINI C., MAURI C., SONGINI L. (A CURA DI)

Il capitalismo industriale nelle economie avanzate: Europa, Stati Uniti e Giappone

Egea, Milano, Italia, 1994

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

GUERINI C., STOCCHI L.

"Polygamous" consumers, markets' competitive structure and dynamics: a duplication of purchase analysis for the italian chocolate and confectionary market in AA.VV., *Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano podestà*

Egea, pp.183-194, 2012

NOTE DI RICERCA O BREVI ARTICOLI SU RIVISTA

OSTILLO M., BORGHINI S., CARÙ A., TRINCA COLONEL R., CUOMO S., GUERINI C.

Over 45: Mai state così bene! L'età della consapevolezza

2013, *Economia & Management*, Italia

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

GUERINI C., MINELLI E.

Knowledge-oriented Technologies & Network Marketing Direct Selling Organizations (NMDSO): some preliminary insights into the nature and the goals of shared knowledge

IC3K, 2016

CATTANEO E., GUERINI C.

Emotional connections to a brand from a past historical era: does nostalgia really matter in retro branding activities?

40th EMAC Annual Conference 2011 - Proceeding of the 40th EMAC Conference 2011

GUERINI C., CATTANEO E.

Yearning for the past: is nostalgia the motivator in retro branding activities?

33rd INFORMS Marketing Science Conference, 2011
