

Chiara Piancatelli

MARKETING

ASSOCIATE PROFESSOR OF PRACTICE

Digital Marketing

CHIARA.PIANCATELLI@SDABOCCONI.IT

Biografia

Chiara Piancatelli, PhD, è Associate Professor of Practice presso la SDA Bocconi School of Management. È Coordinatrice del Master in Fashion, Experience & Design Management (MAFED), Direttrice del Programma Open Executive Course Marketing Management e Adjunct Professor di Event Marketing presso l'Università Bocconi. Insegna Digital Marketing, Digital Communication & Advertising Strategy, Social Media & Influencer Marketing, Experiential Event Design and AI Marketing and Marketing Management.

I progetti di ricerca attuali di Chiara mirano a determinare come le tecnologie e gli strumenti digitali aiutino il marketing a diventare più preciso e predittivo al fine di creare un valore aumentato per i clienti target, principalmente nell'industria della moda e del lusso. È associata alla ricerca presso l'Università Deakin, in Australia, dove ha trascorso un periodo di visita durante il suo Dottorato in Management & Innovazione.

È autrice di numerosi articoli, libri e capitoli di libri sull'argomento. Tra le altre riviste accademiche, il suo lavoro è stato pubblicato su Psychology & Marketing (P&M), Journal of Business Research (JBR) e Journal of Strategic Marketing (JSM). Ha presentato al Winter Academic Conference dell'American Marketing Association (AMA 2023, Nashville), alla Global Marketing Conference (GMC 2023, Seoul), all'Academy of Marketing Science (AMS 2022, Monterey), all'European Academy of Management (EURAM 2018, Reykjavík) e durante la Conferenza Internazionale di Arts and Cultural Management (AIMAC 2017 a Pechino, 2019 a Venezia).

Chiara ha conseguito una Laurea Magistrale in Economia e Management presso l'Università Bocconi e un Dottorato in Management & Innovazione presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Ambito di insegnamento

Omnichannel Customer Experience

Customer-Centric Digital Migration

Digital Communication

Social Media Communication

Pubblicazioni recenti

TURRINI A., MASSI M., PIANCATELLI C.
From Corporate Artification to Artification in the Third Sector
Journal of Philanthropy and Marketing, 2024, vol.29, no. 4, pp.e1881

PIANCATELLI C., DE ANGELIS S.
Un approccio innovativo per comunicare il brand
Harvard Business Review Italia, Novembre, 2024, pp.98-102

PIANCATELLI C., PRANDELLI E.
Il potere dell'IA generativa nel settore del Fashion & Luxury
Harvard Business Review Italia, Giugno, 2024

MASSI M., PIANCATELLI C., VOCINO A., ROJAS-MÉNDEZ J. I.
Making it real on social media: exploring authenticity strategies for sport and fitness influencers
Journal of Strategic Marketing, 2024, vol.32, no. 8, pp.1376-1397

PIANCATELLI C., MASSI M., ARBORE A.
Verso un nuovo paradigma di omnichannel in chiave phygital
Harvard Business Review Italia, Settembre, 2023

MASSI M., PIANCATELLI C., VOCINO A.
Authentic omnichannel: Providing consumers with a seamless brand experience through authenticity
Psychology & Marketing, 2023, vol.40, no. 7, pp.1280-1298

Grants & Premi

Best Paper Award for the paper "Authentic Omnichannel: Providing Consumers with a Seamless Brand Experience through Authenticity" (co-Authors M.Massi, A.Vocino) – 2022 AMS Psychology and Marketing Special Awards, Omnichannel and Supply Chain Management Tracks, Academy of Marketing Science Annual Conference in Monterey - May 25-27, 2022 , 2022
