

Karin Zaghi

MARKETING

ASSOCIATE PROFESSOR OF PRACTICE
Channel & Retail

KARIN.ZAGHI@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Karin Zaghi è Associate Professor of Practice di Channel and Retail presso SDA Bocconi School of Management. È docente di Marketing presso l'Università Bocconi.

Collabora con SDA Bocconi dal 1994, è responsabile della Knowledge Category 'Channel & Retail'. È, inoltre, coordinatrice di quattro programmi Executive Open Market: Trade Marketing, Category Management, Visual Merchandising e Store Management. Insegna e svolge attività di ricerca, formazione e consulenza nei settori della moda, del design, dell'automotive, dell'elettronica e del grocery, collaborando con numerose aziende.

Le sue ricerche si concentrano sui temi di retailing, visual merchandising, category management sostenibile e trade marketing. Pubblica da anni su riviste manageriali e accademiche come Micro&Macro Marketing, Largo Consumo ed Economia&Management, dove si trova il suo articolo più recente: "L'in-store brand equity al tempo delle crisi tra mito e realtà", Economia&Management, n.4, 2023: 107-113. Autrice di molti libri, ha pubblicato, tra gli altri: "In-store brand equity. Comunicare e valorizzare la marca nella distribuzione moderna", FrancoAngeli, 2024, "Visual Merchandising. L'esperienza multisensoriale nel punto vendita tra esposizione, comunicazione digitale e sostenibilità", FrancoAngeli, 2023; "Visual merchandising. La comunicazione per dare valore all'esperienza del cliente", FrancoAngeli, 2018; "Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value", Egea, 2018; "CSM: un nuovo modello di category management" in (A.A.) Creare Valore con il Category Management Sostenibile, Harvard Business Review Italia, 2021.

Karin ha conseguito la Laurea presso l'Università Bocconi ed è consulente manageriale per grandi aziende ed enti pubblici su temi legati al mondo retail.

Ambito di insegnamento

Visual Merchandising

In-store marketing

Retail Management

Trade marketing

Category Management

Pubblicazioni recenti

ZAGHI K.

Visual Merchandising and In-Store Brand Equity – 2 Ed.

Bocconi University Press - BUP, Milano, Italia, 2025

ZAGHI K.

In-store brand equity. Comunicare e valorizzare la marca nella distribuzione moderna

Franco Angeli, Milano, Italia, 2024

ZAGHI K.

Visual merchandising. L'esperienza multisensoriale nel punto vendita tra esposizione, comunicazione digitale e sostenibilità

Franco Angeli, Milano, Italia, 2023

ZAGHI K.

Tra mito e realtà. L'in-store brand equity al tempo delle crisi

Economia & Management, 2023, no. 4, pp.107-113

ZAGHI K.

CMS, un nuovo modello di category management in *Creare valore con il category management sostenibile*

AA.VV. (a cura di), StrategiQs Edizioni - Harvard Business Review Italia, pp.31-54, 2021

MAURI C., ZAGHI K.

Il coinvolgimento dell'industria di marca nelle tecnologie digitali in-store

Micro & Macro Marketing, 2020, vol.2, pp.353-376
