

Maria Carmela Ostillio

Brand & Comunicazione

CARMELA.OSTILLIO@SDABOCCONI.IT

Via Bocconi 8, room 511

Tel. +39 02 5836.6516 Fax. 02-5836.6893

Curriculum Vitae

Maria Carmela Ostillio è Associate Professor of Practice di Marketing and Sales presso SDA Bocconi School of Management. È Docente Responsabile di Brand Management presso l'Università Bocconi.

Presso SDA Bocconi, è Core Faculty Member, Director della Brand Academy. È stata responsabile di numerosi progetti di ricerca e di formazione ("Customized-Programs") per aziende appartenenti a settori legati ai beni di largo consumo, ai servizi e alla vendita B2B.

Le sue ricerche si concentrano principalmente su branding, strategic brand management, marketing & corporate communications. Si è occupata di direct & interactive marketing, marketing One to One, customer database e marketing information systems.

Autrice di numerosi saggi e articoli che riguardano i temi da lei trattati. I suoi lavori sono stati pubblicati su journal importanti quali *Journal of Interactive Marketing*, *Journal of Global Fashion Marketing: bridging Fashion and marketing*, *International Journal of Arts Management*, *Economia & Management* e *Micromacro Marketing*. È stata Visiting Scholar presso numerose università, tra cui la Columbia University, Northwestern University (Evanston, Usa), la Tuck School of Business (Hanover, Usa) e la Eller School of Management, University of Arizona (Tucson, Usa). Award come miglior paper Aimac 2013.

Maria Carmela ha conseguito la Laurea in Scienze Politiche, con indirizzo Economico Internazionale, presso l'Università degli Studi di Bari e l'MBA - Master in Business Administration - presso la SDA Bocconi. Sposata con due figli. Da anni si dedica al volontariato per aiuti umanitari a bambini, anziani e bisognosi in genere. Le sue attività l'hanno portata verso alcuni PVS (Mali, Namibia, Somalia, etc.) e in Italia è dal 2008 che annualmente svolge il suo volontariato nei confronti di bambini e adolescenti presso il Dynamo Camp, appartenente al network Serious Fun.

Pubblicazioni

Libri

- Ostillio M.C., Ghaddar S., 2017, "Salvatore Ferragamo: Brand Heritage as Main Vector of Brand Extension and Internationalization", in (Editors) J. Byoungcho and E. Cedrola, Fashion Branding and Communication. Core Strategies of European Luxury Brands, Palgrave Studies in Practice: Global Fashion Brand Management, London
- Ostillio M.C., Ghaddar S., 2017, "Tod's: A Global Multi-Brand Company with a Taste of Tradition", in (Editors) J. Byoungcho and E. Cedrola, Fashion Branding and Communication. Core Strategies of European Luxury Brands, Palgrave Studies in Practice: Global Fashion Brand Management, London
- Ostillio M.C., Busacca B., "Brand Management" in (a cura di) Valdani E., Marketing Management, EGEA, Milano, 2011
- Keller K.L. Busacca B. (coautori) Ostillio M.C., 2006, Gestione e sviluppo del brand, Collana "Management", Egea-Sole 24 Ore-Espresso, Milano
- Keller K.L. Busacca B. (coautori) Ostillio M.C., 2005, La gestione del brand. Strategie e sviluppo, Egea, Milano
- Ostillio M.C. Giuliano I.A., 2003, Interactive & Direct Marketing, Etas libri, Milano
- Ostillio M.C., 2002, Customer Database. Conoscere il cliente per gestire le relazioni, Egea, Milano
- Ostillio M.C., Troilo G., 2000, Management dei sistemi informativi di marketing – Competenze, fiducia e tecnologia in evoluzione, Egea
- Ostillio M.C., 1992, Direct marketing, Etas libri, Milano
- J. Lambin, 1991, Ostillio M.C. (a cura di) Marketing, McGraw Hill
- SONGINI, L., C. SOLERIO, A. PISTONI, M. OSTILLIO - "PR: la parola ai numeri, osservatorio sui business models e sul mercato delle relazioni pubbliche" - 2014, Agapantos Editore, Italy

Articoli

- Ostillio M.C., Carù A., Leone G., Corporate Museum to enhance brand authenticity in luxury goods company: the case of Salvatore Ferragamo, in International Journal of arts management, Vol 19, n. 2, Winter 2017
- Ostillio M.C., Bertoli G., Busacca B., Silvia Di Vito, Corporate Museum and Brand Authenticity: explorative research of the Gucci Museum, in Journal of Global fashion Marketing: bridging Fashion and marketing, Vol. 7, N.3, June, 2016
- Ostillio M.C., Musei d'Impresa. Strumento di Branding in Sarfatti 25, Ottobre, 2016
- Ostillio M.C., Carù A., Leone G., L'autenticità come driver strategico per il brand value. Il caso Salvatore Ferragamo, in Economia & management, n.1, 2016
- Ostillio M.C., Busacca B., Brand della felicità. Come le marche possono rendere felici i consumatori, in Sarfatti 25, Giugno, 2015
- Ostillio M.C., Busacca B., Brand Value Management. Come accrescere il valore della marca, in Economia & management, n.6, 2014
- Ostillio M.C., Busacca B., Solerio C., In Brand manager's shoes, in Economia & management, n.2, 2013
- Ostillio M.C., Carù A., Claudia Di Donato, Vintage autentico o autenticità del Vintage, in Micromacro Marketing, Agosto, 2012
- Ostillio M.C., Busacca B., De Meo, Come ridare valore alla marca dopo la crisi, in Economia & management, n.4, 2010
- Ostillio M.C., 2009, Le politiche di comunicazione: la pubblicità, in Castaldo S. (a cura di), Marketing e fiducia, Il Mulino, Bologna
- Ostillio M.C., 2009, Le politiche di comunicazione: la promozione delle vendite, il direct marketing e la comunicazione one to one, in Castaldo S. (a cura di), Marketing e fiducia, Il Mulino, Bologna
- Busacca B. (coautore) Ostillio M.C., 2009, la gestione strategica della marca in (a cura di) Cristini G., Marketing. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione, La Guida del Sole 24 Ore, Milano
- Ostillio M.C., 2009, La marketing communication per il confronto competitivo, in Ancarani F., Valdani E. (a cura di), Marketing strategico. Manovre e strategie di marketing, Vol. 2, Egea, Milano
- Ostillio M.C., 2007, Le ricerche di mercato nel direct marketing, in (a cura di) Troilo G, L. Molteni, Le ricerche di marketing, McGraw Hill, Milano
- Busacca B. (coautore) Ostillio M.C., 2006, Brand Management in (a cura di) Castaldo S., Distribuzione, Collana "Management", Vol. 11, Egea-Sole 24 Ore-Espresso, Milano
- Ostillio M.C., 2006, Customer Database & Direct Marketing, in (a cura di) Castaldo S., Vendite e Trade Marketing, Collana "Management", Egea-Sole 24 Ore-Espresso, Milano
- Ostillio M.C., Busacca B., I. Zaminga, 2005, "La gestione strategica della marca nella prospettiva delle agenzie di comunicazione", su La Rivista Italiana di Marketing, n.1
- Ostillio M.C., Caccia L., 2004, "La valenza comunicativa della rappresentazione iconografica nel catalogo di cucine: i casi Boffi e Scavolini", in Micro & Macro Marketing, n. 2
- Ostillio M.C., Cillo P., 2003, "Internet Customer Database: costruzione, gestione e struttura di un sistema informativo sul cliente in rete", in (a cura di) Scott W. G., Murtula M., Stecco M., Il management nell'economia digitale, Il Sole 24 Ore, Milano
- Ostillio M.C., 2003, "Le ricerche di mercato nel direct marketing", in (a cura di) Troilo G, L. Molteni, Le ricerche di marketing, McGraw Hill, Milano
- Ostillio M.C., Troilo G., 2001, "La progettazione dei sistemi informativi di marketing", in Economia & Management, n. 2
- Ostillio M.C., 2000, "La comunicazione territoriale", in Ancarani F., Valdani E. (a cura di), Strategie di marketing del territorio, Egea
- Ostillio M.C., 2000, "Il caso Regione Puglia: come sviluppare un progetto di marketing turistico territoriale", in Ancarani F.,

Valdani E. (a cura di), Strategie di marketing del territorio, Egea

- Ostillio M.C., Scandroglio D., 1999, "Pubblicità globale e cultura: Il caso IBM – Soluzioni per un piccolo pianeta", in Economia & Management, n. 2
- Fiocca R., Ostillio M.C., 1997, "La reingegnerizzazione dei processi di comunicazione", in Ancarani F., Valdani E. (a cura di), I processi di marketing, Egea
- Ostillio M.C., Troilo G., 1996, "The evolution of direct marketing in Italy", in Journal of direct marketing, n. 1, Wiley
- Ostillio M.C., "Telemarketing", 1995, in E. Valdani (a cura di), Enciclopedia per la conduzione d'impresa, vol. Marketing, Pubblicità e vendite, Utet, Torino
- Ostillio M.C., "Pubbliche relazioni", 1995, in E. Valdani (a cura di), Enciclopedia per la conduzione d'impresa, vol. Marketing, Pubblicità e vendite, Utet, Torino
- Ostillio M.C., "Readership", 1995, in E. Valdani (a cura di), Enciclopedia per la conduzione d'impresa, vol. Marketing, Pubblicità e vendite, Utet, Torino
- Ostillio M.C., 1995, "La comunicazione tra imprese. Una variabile critica nella relazione venditore-acquirente", in Economia & Management, n. 1
- Gecchi M., Ostillio M.C., 1995, "I servizi di direct marketing in Italia", in Economia & Management, n. 4
- Ostillio M.C., 1993, "Data base di marketing, data base management, direct marketing e interactive marketing", in Micro & Macro marketing, n. 3
- Fiocca R., Ostillio M.C., 1993, "Il communication manger nelle imprese italiane", in Economia & Management, n. 5
- Castaldo S., Ostillio M.C., Troilo G., 1993, "Il potenziale di mercato: una applicazione al settore del vino", in Commercio, n. 48
- Ostillio M.C., 1992, "Case history: Flou S.p.A.", in Economia & Management, n. 5
- Ostillio M.C., 1992, "Case history: Illy caffè", in Micro & Macro marketing, n. 2
- Ostillio M.C. (a cura di), 1988, "Evoluzione dei consumi in Europa", in Economia & Management, n. 5
- BUSACCA, B., M. C.OSTILLIO, A.ANTONUCCI, "Il brand come piattaforma: il caso delle società di calcio", Economia & Management, 2018
- OSTILLIO, M., A.CARÙ, G.LEONE, "L'autenticità come driver strategico per il brand value. Il caso Salvatore Ferragamo", Economia & Management, 2016
- BUSACCA, B., S.CASTALDO, S.GHADDAR, M.GROSSO, M. C.OSTILLIO, Omnichannel branding, Economia & Management, 2017
- BUSACCA, B., S.GHADDAR, M. C.OSTILLIO, Cosa hanno di speciale i brand della felicità, Economia & Management, 2017
- BUSACCA, B., M.OSTILLIO, G.BERTOLI - "Brand Authenticity and corporate museums: an explorative research of Gucci Museum" - 2015
- BUSACCA, B., M. C.OSTILLIO, A.ANTONUCCI, M.NAZZARI - "L'industria del calcio in Italia: una partita da vincere" - 2018, Egea, Milano, Italy

Articoli correlati

BRANDED WORLD

SOCIAL BRAND

AUTORI

M. C. OSTILLIO

TEMPO DI LETTURA

8 MIN

Digital Transforma...

Brand e comunicazi...

Marketing digitale

Direttore

BRAND STRATEGY & MANAGEMENT

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT AND BRANDING

LINGUA	ITALIANO
DURATA TOTALE	5,5 GIORNI
DATA INIZIO	14 set 2020
DATA FINE	29 gen 2021

COMMUNICATION & CONTENT

BRAND STORIES & STORYTELLING

LINGUA	ITALIANO
DURATA TOTALE	3 GIORNI
DATA INIZIO	3 giu 2020
DATA FINE	7 lug 2020

PERSONAL BRANDING

LINGUA

ITALIANO

ON DEMAND

