

Sandro Castaldo

MARKETING

FULL PROFESSOR
Channel & Retail

SANDRO.CASTALDO@SDABOCCONI.IT

Biografia

Sandro Castaldo è Professore Ordinario del Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi. Dal gennaio 2024 è stato nominato Direttore scientifico di Economia & Management, la Rivista della SDA Bocconi.

Presso la SDA Bocconi, è stato Direttore dell'Area Marketing fino al 2009 e Direttore Executive Education Open Programs Division. È Direttore Scientifico del Channel & Retail Lab. Insegna in alcuni corsi Master e in Corsi di laurea magistrale (come MBA, EMBA, EEMS, Corso di laurea magistrale in Marketing Management, Mimec, Spar EMRM, etc).

Le sue ricerche si concentrano sul tema della fiducia, del retailing, delle relazioni di canale e sulla comprensione del comportamento dell'acquirente. Attualmente, sta approfondendo i temi legati alle strategie multichannel e omnichannel, alla shopper loyalty nei contesti digitali e all'AI applicata ai processi di marketing.

Autore di numerosi saggi, libri e articoli, i suoi lavori sono stati pubblicati su importanti testate tra cui Economia & Management, Micro & Macro Marketing, Journal of Business Ethics, Business Ethics Quarterly, Industrial Marketing Management, International Journal of Electronic Commerce, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, Journal of Retailing e Journal of Retailing & Consumer Services. È stato Visiting professor alla University of Florida, Ise e alla Universidad Autònoma de Barcelona. Ha insegnato presso la Rotterdam School of Management di Erasmus University. Fa parte dell'editorial board della rivista Sinergie, Italian Journal of Marketing e Journal of Trust Research ed è Advisor di imprese nazionali e multinazionali.

Sandro ha conseguito la Laurea in Economia Aziendale, indirizzo specialistico in Amministrazione e Controllo e un Dottorato di ricerca in Economia Aziendale, entrambi presso l'Università Bocconi.

Ambito di insegnamento

Channel Management

Trade marketing

Omnichannel strategy

Category Management

Marketing Management

Publicazioni recenti

CASTALDO S. (A CURA DI)

Customer Loyalty. Theory, Measurement, and Management

Bocconi University Press - BUP, Milano, Italia, 2024

ACCONCIAMESSA E., BUSACCA B., BRANCA G., CASTALDO S., CIACCI A., MANTOVANI A., PENCO L., TESTA G.

Concluding Considerations and Managerial Implications in *Customer Loyalty. Theory, Measurement, and Management*

S. Castaldo (a cura di), Bocconi University Press - BUP, chap. 7, pp.151-162, 2024

CASTALDO S. (A CURA DI)

La Fedeltà del Cliente. Teoria, Misurazione e Gestione

Egea, Milano, Italia, 2024

BRANCA G., GROSSO M., CASTALDO S.

Value through diversity: A systematic literature review to understand diversity and inclusion in consumer research

Psychology & Marketing, 2024, vol.41, no. 11, pp.2854-2873

CASTALDO S., CIACCI A., PENCO L., PROFUMO G.

Which trust layer better counterbalances the risk impact on travel intentions in a crisis scenario?

Journal of Retailing and Consumer Services, 2024, vol.79, pp.103883

CASTALDO S., PROFUMO G., PENCO L., CIACCI A.

Lessons from an Uncontrollable Health Crisis: Intention to Travel in the Pre- and Post-vaccine Era

Micro & Macro Marketing, 2024, no. 2, pp.359-388

Grants & Premi

Best Paper Award, EAERCDC Conference , 2015

Innovation and Internationalization Award - Open Programs Division - SDA Bocconi School of Management , 2014

Best Paper Award for the paper "Customer Information Sharing With E-Vendors: The Roles Of Incentives And Trust" (with K. Premazzi, M. Grosso, P. Raman, S. Brudvig, C. Hofacker), International Journal of Electronic Commerce - SDA Bocconi School of Management , 2011

Excellence in Research Award - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2010

Excellence in Research Award - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2009
