

Deborah Raccagni

LECTURER

Digital Marketing

DEBORAH.RACCAGNI@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Deborah Raccagni è professoressa di Marketing presso la SDA Bocconi School of Management ed è Lecturer del Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi. È stata Direttrice del programma Major Events Management offerto dalla SDA Bocconi in Qatar per il Josoor Institute, e Coordinatrice dei corsi executive di marketing. È Deputy Director del Master of Science in Marketing Management dell'Università Bocconi, Faculty Member dei Master FIFA e Master in Marketing and Communication (MIMEC) e di molti altri programmi in SDA Bocconi e Università Bocconi.

È stata Associate Professor presso la Frankling College University di Lugano (Svizzera) e Research Assistant presso la Roma Tre University (Roma, Italia). È stata Visiting Scholar and Professor presso UCLA. Insegna gestione di eventi, marketing strategico, innovazione, marketing digitale e eCommerce in programmi Master ed Executive.

La sua ricerca esamina l'impatto delle tecnologie digitali sulla creazione di valore sia dal punto di vista del cliente che del business, con un interesse particolare per i seguenti settori: sport, food and beverage, arts and cultural institutions, beauty.

Deborah ha conseguito il suo PhD in Business Administration and Management ed il suo M.Sc. in Marketing presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi (Milano, Italia). Mamma di Rebecca e Simone.

Ambito di insegnamento

Digital Marketing

Customer-Centric Digital Strategies

Content Management

Event Marketing

New Product Development

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

ANTONELLI L., RACCAGNI D.

Al di là della vittoria: il fan engagement tra identità e comunità

Economia & Management, 2023, no. 4, pp.95-98

PIANCATELLI C., MASSI M., RACCAGNI D.

Battere la concorrenza con Metaverso e NFT. Come utilizzare strumenti innovativi per coinvolgere i clienti nel mondo digitale

Harvard Business Review Italia, Ottobre, 2022

PIANCATELLI C., RACCAGNI D., MASSERINI S.

Il ruolo strategico dei social media nel mutato contesto degli eventi

Harvard Business Review Italia, Marzo, 2021

PRANDELLI E., VERONA G., RACCAGNI D.

Diffusion of Web-Based Product Innovation

California Management Review, 2006, vol.48, no. 4, pp.109-135

PRANDELLI E., VERONA G., RACCAGNI D.

Il ruolo del Web ai fini del coinvolgimento del cliente nei processi di innovazione: teoria e prassi a confronto

Micro & Macro Marketing, 2003, vol.3, pp.321-352

MONOGRAFIE O TRATTATI SCIENTIFICI

VICARI S., CILLO P., RACCAGNI D.

Product Innovation - Dall'idea al lancio del nuovo prodotto

Egea, Milano, Italia, 2013

LIBRI DI TESTO

BUSACCA B., CHIZZOLI C., RACCAGNI D.

Customer Value Analysis. Problems and Applications

Egea, Milano, Italia, 2014

VICARI S., CILLO P., RACCAGNI D.

Product Innovation and Market Creation

Egea, Milano, Italia, 2011

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

PIANCATELLI C., MASSI M., RACCAGNI D.

Marketing Experiential Events Through New Media: The Ferragnez Wedding Case in *Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising*

Elif Esiyok (a cura di), IGI Global, chap. 8, pp.133-148, 2020

RACCAGNI D.

Il valore del content marketing, online in *Marketing Una Disciplina Fantastica*

B. Busacca, M. Costabile (a cura di), Egea, pp.439-458, 2018

RACCAGNI D.

Channel management in *Marketing@Bocconi*

E. Valdani (a cura di), Egea, chap. 19, pp.521-550, 2016

CIRRINCIONE A., RACCAGNI D.

Identificare il mercato obiettivo: definizione e segmentazione del mercato in *Marketing@Bocconi*

E.Valdani (a cura di), Egea, chap. 6, pp.139-182, 2016

ALTRO

RACCAGNI D.

Shopping in 2030: How AI and IoT will redefine the customer experience

2024, Via Sarfatti 25, Milano, Italia

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

PRANDELLI E., RACCAGNI D., VERONA G.

Web-based product innovation: How much customer knowledge companies actually import

24th SMS Annual International Conference, October 31–November 3, 2004, San Juan, Puerto Rico, Stati Uniti d'America

PRANDELLI E., RACCAGNI D., SAWHNEY M., VERONA G.

Collaborative marketing and innovation: Involving customers through the web

Marketing Science Conference, June, 2003, Baltimore, Stati Uniti d'America
