

---

PROFESSORE ASSOCIATO

**Marketing Management**

STEFANIA.BORGHINI@UNIBOCCONI.IT

---

## ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

BORGHINI S., ZERBINI F.

**Release Capacity in the Vendor Selection Process**

Journal Of Business Research, 2015, vol.68, pp.405-414

BORGHINI S., GOLFETTO F., RINALLO D.

**Using anthropological methods to study industrial marketing and purchasing: an exploration of professional trade shows**

SPACES online – Spatial Aspects Concerning Economic Structures, 2014, vol.12, no. 2

MAURI C., BORGHINI S., FIORDALISI E., CAVAZZANA E.

**I bambini e le marche. "Per vincere, emozionarsi, lievitare nell'aria perché hanno un'anima"**

Mercati E Competitività, 2011, vol.2, pp.99-124

BORGHINI S., CARÙ A., COVA B.

**Representing BtoB reality in case study research: Challenges and new opportunities**

Industrial Marketing Management, 2010, vol.39, no. 1, pp.16-24

BORGHINI S., ZAGHI K.

**L'attaccamento ai luoghi commerciali. Viaggio nelle esperienze quotidiane e straordinarie dei consumatori**

Micro & Macro Marketing, 2007, vol.16, no. 1, pp.59-69

---

## CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

BORGHINI S.

**Store Design e Servicescape** in *Store management: il punto vendita come luogo di customer experience*

S.Castaldo, C.Mauri (a cura di), Franco Angeli, chap. 3, pp.100-132, 2017

BORGHINI S.

**Il cliente B2B: il comportamento d'acquisto di beni industriali** in *Marketing@Bocconi. Progettare e trasferire valore al cliente*

E.Valdani (a cura di), Egea, pp.73-99, 2016

MCGRATH M., DIAMOND N., SHERRY J., KOZINETS R., BORGHINI S., MUNIZ A.

**Brand Fortitude in Moments of Consumption: Lessons from American Girl** in *Handbook of Anthropology in Business*

Rita M. Denny, Patricia L. Sunderland (a cura di), LeftCoast Press, chap. 33, pp.619-637, 2014

BORGHINI S., MACLARAN P., BONNIN G., COVA V.

**The ecology of the marketplace experience. From consumers' imaginary to design implications** in *Marketing management: a cultural perspective*

Luca M. Visconti, Lisa Peñaloza, Nil Toulouse (a cura di), Routledge, pp.408-426, 2012

RINALLO D., BORGHINI S., GAMOSSY G., KOZINETS R.

**When Sacred Objects Go B@a(n)d: Fashion Rosaries and the Contemporary Linkage of Religion and Commerciality** in *Consumption and Spirituality*

Diego Rinallo, Linda Scott, Pauline Maclaran (a cura di), Routledge, Taylor and Francis Group, pp.29-40, 2012

BORGHINI S., CARÙ A.

**Co-creating Consumption Experiences: An Endless Innovation** in *Strategic Market Creation. A New Perspective on Marketing and Innovation Management*

K. Tollin, A. Carù (a cura di), John Wiley & Sons, Ltd, pp.257-284, 2008

BORGHINI S., ZAGHI K.

**I consumatori e i negozi favoriti. Fenomenologia dell'attaccamento agli spazi commerciali** in *Atmosfera e visual merchandising: ambienti, relazioni, ed esperienze*

Zaghi K. (a cura di), Franco Angeli, pp.231-244, 2008

ZAGHI K., BORGHINI S.

**Il caso Epicenter** in *Innovazione, experience, partnership. Casi di innovazione nel retail*

S. Castaldo, C. Mauri (a cura di), Franco Angeli, 2007

BORGHINI S., ZAGHI K.

**Spazio progettato e spazio consumato. Il caso degli epicentri di Prada** in *Innovazione, Experience, Partnership*

S. Castaldo, C. Mauri (a cura di), Franco Angeli, 2007

---

## NOTE DI RICERCA O BREVI ARTICOLI SU RIVISTA

OSTILIO M., BORGHINI S., CARÙ A., TRINCA COLONEL R., CUOMO S., GUERINI C.

**Over 45: Mai state così bene! L'età della consapevolezza**

2013, *Economia & Management*, Italia

---

## PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

BORGHINI S., MAURI C.

**Doing research with children: ethical and methodological issues**

*6th Workshop on Interpretive Consumer Research - May 6-7, 2011, Odense, Danimarca*

BORGHINI S., DIAMOND N., KOZINETS R., MCGRATH M., MUÑIZ JR A., SHERRY JR J.

**Why are themed brandstores so powerful? Retail brand ideology at american girl place**

*AMA Winter Educators' Conference - February 18-20, 2011, Austin, TX, Stati Uniti d'America*

ZERBINI F., BORGHINI S.

**Gaining customers making gifts to rivals: understanding how signals of value potential affect supplier's performance**

*32nd INFORMS Marketing Science Conference - 16-19 June, 2010, Kohln, Germania*

BORGHINI S., ZAGHI K.

**Marketplace and attachment. A journey through ordinary and extraordinary consumer experiences**

*35th EMAC Conference - May 23-26, 2006, Athens, Grecia*

---