
SENIOR LECTURER

Digital Transformation

ERICA.CORBELLINI@SDABOCCONI.IT

Biografia

Erica Corbellini è Senior Lecturer di Strategy and Entrepreneurship presso SDA Bocconi School of Management. È Professore a contratto di Management of Fashion Companies presso l'Università Bocconi.

La sua collaborazione con SDA Bocconi ha inizio nel 1999. Da allora ha svolto molti corsi su numerose tematiche, come analisi competitiva e posizionamento della marca, comunicazione e strategie digitali, gestione della multicanalità e creazione di una customer experience per la moda e il lusso. È stata anche Direttore del Master in Fashion, Experience & Design Management (MAFED). Ha condotto numerosi progetti di consulenza e ricerca in Europa, Asia e America con i principali brand della moda e del lusso.

Le sue ricerche si concentrano soprattutto negli ambiti di moda e lusso. In particolare ha analizzato la trasformazione digitale e la customer centricity per le aziende della moda e del lusso e l'evoluzione dei business model. È anche un'esperta di ingredient branding per il settore tessile.

Autrice di numerosi saggi e articoli che riguardano i temi da lei trattati. I suoi lavori sono stati pubblicati su journal importanti quali Economia & Management e Impresa&Stato. Tra i suoi libri "Management of Fashion Companies" scritto con Stefania Saviolo è diffuso a livello internazionale in lingua inglese ed è stato tradotto anche in giapponese e cinese. È stata presente in numerose università internazionali come docente in corsi sul management della moda, come presso la Simon Fraser University di Vancouver (Canada) e presso la School of Business (ISB) di Hyderabad (India). È intervenuta con docenze su temi relativi alla gestione strategica delle aziende della moda e del lusso negli study tour internazionali di: CREA Ginevra; Esade Barcellona; ISEM Madrid; IFM Parigi; HEC Parigi; Athens University; Moscow State University; Fudan Shanghai; NYU Stern; Wharton Pennsylvania; Salem US; Eafit Colombia. Ha realizzato per Coursera un corso online "Management of Fashion and Luxury Companies" <https://www.coursera.org/learn/mafash>.

Erica ha conseguito la Laurea in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi e un ITP (International Teachers Programme) presso la Kellogg School of Management (Northwestern University).

Ambito di insegnamento

Business Model Transformation

Digital Innovation

Change Management

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

CORBELLINI E. P., SAVIOLO S.

Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali

Economia & Management, 2020, no. 4, pp.70-74

CORBELLINI E. P., RINALDI F. R.

Se il prodotto tessile diventa marchio

Economia & Management, 2017, no. 1, pp.69-78

CORBELLINI E. P.

Il 'See now buy now'. Verso una moda fast?

Economia & Management, 2016, no. 4, pp.27-31

CORBELLINI E. P., MARAFIOTI E.

La CSR nella moda: strumento di marketing o elemento fondante della strategia di impresa?

Economia & Management, 2013, no. 3, pp.61-80

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere

Economia & Management, 2012, no. 3, pp.64-74

CORBELLINI E., RINALDI F. R., ROTA A.

Il brand Milano attraverso la moda e il design

Economia & Management, 2011, no. 1, pp.75-98

CORBELLINI E. P.

Il vantaggio competitivo delle sfilate milanesi: fonti e sostenibilità

Economia & Management, 2007, no. 5, pp.53-68

MONOGRAFIE AD ALTA DIVULGAZIONE

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

Management in fashion and luxury companies

Rizzoli Etas, Milano, Italia, 2009

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

L'esperienza del lusso. Mondi, mercati, marchi

Etas Libri, Milano, Italia, 2007

SAVIOLO S., CORBELLINI E.

La scommessa del Made in Italy e il futuro della moda italiana

Etas Libri, Milano, Italia, 2004

CORBELLINI E., CARCANO L., VARACCA P., LOJACONO G.

Il mondo orafa fra tradizione e innovazione

Etas Libri, Milano, Italia, 2002

CURATELE DI OPERE COLLETTANEE

CARCANO L., CORBELLINI E. P., LOJACONO G., VARACCA P. (A CURA DI)

Il sistema gioiello tra tradizione ed innovazione

Etas Libri, Milano, Italia, 2002

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

CORBELLINI E., MARAFIOTI E.

Coniugare obiettivi economici e sociali per le imprese del sistema moda in *Economia Aziendale e Management. Scritti in Onore di Vittorio Coda*

G.Airoidi, G.Brunetti, G.Corbetta, G.Invernizzi (a cura di), Egea, pp.1157-1168, 2010

CORBELLINI E.

Il processo di comunicazione in *Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività*
S.Saviolo, S.Testa (a cura di), Rizzoli Etas, 2005

CORBELLINI E. P.

Il valore del gioiello Made in Italy in *Il gioiello italiano ad una svolta. Dalla crisi alla costruzione di nuove opportunità*
Luana Carcano, Antonio Catalani, Paola Varacca Capello (a cura di), Franco Angeli, 2005

CARNEVALE MAFFE' C. A., CORBELLINI E. P.

Tod's in *Strategia e politica aziendale. Casi*
G. Invernizzi (a cura di), Egea, 2004

CORBELLINI E.

I clienti: i settori calzaturiero e della pelletteria in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli*
G.Airoidi, A.Zattoni (a cura di), Franco Angeli, 2002

CORBELLINI E.

Il distretto dell'abbigliamento in pelle di Empoli in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli*
G.Airoidi, A.Zattoni (a cura di), Franco Angeli, 2002

CORBELLINI E. P.

Sulla rete senza rete? Un modello di valutazione della sostenibilità strategica dei business model su Internet in *E-business. Condizioni e strumenti per le imprese che cambiano*
C.Dematté (a cura di), Etas Libri, 2001

ALTRO

CORBELLINI E. P.

C'erano una volta le seconde linee
2015, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E. P.

Quando le aziende della moda fanno scuola
2015, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E.

Transmedia storytelling: il cliente eroe della storia
2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E.

Disruption: la disciplina dell'indisciplina
2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E. P.

Ingredient branding: perché è una strategia win-win
2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E.

Fashion bloggers: una moda destinata a durare?
2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E.

Masstige: applicare il dream factor al mass market. Rubrica "Esercizi di style"
2014, Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, Milano, Italia

CORBELLINI E. P.

L'evoluzione delle settimane milanesi della moda

2005, Impresa & Stato, Italia

ARTICOLI SU QUOTIDIANI NAZIONALI/INTERNAZIONALI

CORBELLINI E. P.

La moda uomo verso il new normal

Il Giorno, 30 Gennaio, 2021

CASI PUBBLICATI IN COLLANE INTERNAZIONALI

CORBELLINI E. P., ROSSO S. U.

Can a B2C Strategy Elevate a B2B Brand? The Case of Vitale Barberis Canonico

2019, The Case Centre, Gran Bretagna

CORBELLINI E. P.

Patrizia Pepe: Advanced Quick Fashion

2006, The Case Centre, Gran Bretagna

CARNEVALE MAFFE' C. A., CORBELLINI E. P.

Tod's: Building and Developing a Luxury Group

2005, The Case Centre, Gran Bretagna

NOTE DI RICERCA O BREVI ARTICOLI SU RIVISTA

CORBELLINI E. P., PALADINO L.

The Value of Made in Italy Fashion Production in the Time of Covid-19

2020, Economia & Management Plus, Milano, Italia

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

CORBELLINI E.

Ingredient branding: rendere l'invisibile visibile

Il valore del marchio - Convegno Confindustria Cuneo, 26 Novembre, 2014, Cuneo, Italia
