



Alice Mazzucchelli – Curriculum Vitae

@ alice.mazzucchelli@unimib.it

Posizione attuale

Da 1 novembre 2019 – Ricercatore di tipo B in Economia e Gestione delle Imprese – SECS-P/08, presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

Istruzione e formazione

Dicembre 2015 – Dottorato di ricerca in Economia aziendale, management ed economia del territorio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca (XXVIII Ciclo)

Titolo tesi di dottorato: *“Social commerce e comportamento d'acquisto. Gli effetti del Web 2.0 sulla fiducia del consumatore”* (discussione 14 Marzo 2016).

Settembre 2011 – Laurea Magistrale in Scienze Economico-Aziendali – indirizzo Management conseguita presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Titolo tesi di laurea: *“Analisi delle crisi aziendali e territoriali. Case-Based Reasoning: una proposta metodologica innovativa”*.

Votazione: 110/110 e lode.

Novembre 2009 – Laurea Triennale in Marketing, Comunicazione Aziendale e Mercati Internazionali conseguita presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Titolo tesi di laurea: *“Crisi bancarie e assicurazione dei depositi”*.

Votazione: 110/110.

Esperienze professionali

Gennaio 2016 – Novembre 2019 – Assegnista di ricerca in Economia e Gestione delle Imprese – SECS-P/08, presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

Progetto: Crisi d'impresa come squilibrio della strategia imprenditoriale: modelli manageriali innovativi

Attività didattica

A.A. 2020-2021 – Docente dell'insegnamento “Marketing Management” (11 CFU), Corso di laurea magistrale in Scienze Economico-Aziendali presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

A.A. 2019-2020 – Docente dell'insegnamento “Marketing Management” (11 CFU), Corso di laurea magistrale in Scienze Economico-Aziendali presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

A.A. 2019-2020 – Docente di "Il business plan" al Master in Marketing Management M3, Università degli Studi di Milano-Bicocca (8 ore)

A.A. 2019-2020 – Docente di "Il business plan" al Master in Tourism Strategy & Management MTSM, Università degli Studi di Milano-Bicocca (8 ore)

A.A. 2019-2020 – Docente di “Digital Communication & Social Media Strategy” nel Corso di Alta Formazione IFTS, Università degli Studi di Milano-Bicocca

Gennaio 2019 – Lezione alla Winter School of Science and Technology Entrepreneurship Promotion (STEP) – Corso di Dottorato, Università degli Studi di Milano-Bicocca, dal titolo "Sales and Distribution channels"

A.A. 2018-2019 – Docente del modulo "Marketing Management" (4 CFU) all'interno dell'insegnamento "Marketing Management" (11 CFU), Corso di laurea magistrale in Scienze Economico-Aziendali presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

A.A. 2018-2019 – Docente di "Il business plan" al Master in Marketing Management M3, Università degli Studi di Milano-Bicocca (8 ore)

Novembre 2017 – Lezione al Corso di Dottorato di Ricerca in Management & Information Technology – Curriculum in Marketing e Comunicazione, XXIX Ciclo, Università degli Studi di Salerno, dal titolo "Social commerce e comportamento d'acquisto. Gli effetti del digital sulla fiducia del consumatore"

A.A. 2017-2018 – Docente del modulo "Marketing I" (4 CFU) all'interno dell'insegnamento "Marketing" (8 CFU), Corso di laurea triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

A.A. 2017-2018 - Docente di "Il business plan" al Master in Tourism Strategy & Management MTSM, Università degli Studi di Milano-Bicocca (8 ore)

A.A. 2017-2018 - Docente di "Il business plan" al Master in Marketing Management M3, Università degli Studi di Milano-Bicocca (8 ore)

A.A. 2016-2017 – Docente del modulo "Economia e gestione delle imprese industriali" (4 CFU) all'interno dell'insegnamento "Economia e gestione delle imprese industriali e marketing" (12 CFU), Corso di laurea triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

A.A. 2016-2017 - Docente di "Il business plan" al Master in Marketing Management M3, Università degli Studi di Milano-Bicocca (8 ore)

A.A. 2015-2016 – Docente di "Il business plan" al Master in Marketing Management M3, Università degli Studi di Milano-Bicocca (4 ore)

A.A. 2014-2015 – Docente di "Promozione e commercializzazione" nel Corso di Alta Formazione IFTS, Università degli Studi di Milano-Bicocca

A.A. 2013-2014 – Docente di "Promozione e commercializzazione" nel Corso di Alta Formazione IFTS, Università degli Studi di Milano-Bicocca

A.A. 2012-2013 – Docente di "Promozione e commercializzazione" nel Corso di Alta Formazione IFTS, Università degli Studi di Milano-Bicocca

A.A. 2012-2013 – Docente di "Il business plan" nell'ambito del progetto "H-CIM Formazione", Università degli Studi di Milano-Bicocca

Altre attività

Maggio 2020 – Docente del webinar "Il piano di marketing", Associazione Europea per l'Educazione Economica (AEEE Italia)

Dicembre 2019 – Docente "Go-to-Market strategy workshop. Bring your product to the market – Workshop for researchers", EIT KIC Raw Materials, progetto "2019-2021 SAFE VULCA - Safer reduction of ZnO amount in rubber vulcanization process", referente scientifico del progetto Prof. Roberto Scotti, Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Novembre 2018: Relatrice al ciclo di seminari "Credit Manager Supporter", promosso dall'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Monza e Brianza in collaborazione con CRIET e BNL Gruppo BNP-Paribas, titolo dell'intervento "Il business plan"

Marzo 2017 – Novembre 2017: Partecipazione come relatrice al ciclo di convegni “IoT Conference 2017”, promosso da SOIEL International srl, titolo dell'intervento "IoT e Industry 4.0: quali sfide manageriali per le imprese e come coglierne le opportunità"

Ottobre 2014 – Marzo 2015: Tutor della materia per i corsi di Management e Communication Management presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

Febbraio 2014: Relatrice al seminario "La comunicazione dello studio professionale verso l'esterno. Strategie e strumenti", promosso dall'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Monza e Brianza, Monza

Dicembre 2013: Relatrice al seminario "Marketing e comunicazione per gli studi professionali", promosso dall'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Monza e Brianza, Monza

Settembre 2012 – Marzo 2013: Cultore della materia per i corsi di Management, Communication Management presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

Marzo 2012 – Settembre 2012: Cultore della materia per i corsi ufficiali di Market Driven Management, Marketing Management, Communication Management, Economia e Tecnica della Comunicazione Aziendale presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca

Giugno 2011 – Dicembre 2012: Consulente direzionale junior – supporto alle PMI italiane nella definizione ed interpretazione di analisi economico-finanziarie basate su indici di bilancio e rating; elaborazione di business plan finalizzati a facilitare l'accesso al credito delle aziende clienti e di piani di marketing e comunicazione

Da Gennaio 2011: Partecipazione a progetti di ricerca in collaborazione con CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio nell'ambito degli studi e dei progetti promossi dal centro nelle aree Management e Marketing Innovation

Interessi di ricerca

Crisi d'impresa, e-commerce, social commerce, brand, consumer behavior, customer relationship management, imprenditorialità, internazionalizzazione, R&D, knowledge e innovation management.

Pubblicazioni

Articoli su rivista e contributi in libro

1. Mazzucchelli, A., Gurioli, M., Graziano, D., Quacquarelli, B., & Aouina-Mejri, C. (2020/Accepted). How to fight against food waste in the digital era: Key factors for a successful food sharing platform. *Journal of Business Research*, 124, 47-58.
2. Del Giudice, M., Chierici, R., Mazzucchelli, A., & Fiano, F. (2020). Supply chain management in the era of circular economy: the moderating effect of big data. *The International Journal of Logistics Management*.
3. Barboza, G., Gavinelli, L., Pede, V., Mazzucchelli, A., & Di Gregorio, A. (2020). A contribution to the empirics of food price behavior: the case of rice price dynamics in Italy. *British Food Journal*.
4. Del Bosco, B., Chierici, R., & Mazzucchelli, A. (2020). User entrepreneurship in the video game industry: the role of communities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
5. Cuomo, M.T., Mazzucchelli, A., Chierici, R., & Ceruti, F. (2020). Exploiting online environment to engage customers: social commerce brand community. *Qualitative Market Research*. DOI: 10.1108/QMR-12-2017-0186
6. Mazzucchelli, A., Chierici, R., & Cuomo, M. T. (2019). Branding – Virtual Space. Past, present and new directions in virtual worlds. In: Foroudi, P., & Palazzo, M., Contemporary Issues in Branding. Routledge. ISBN: 978-1138368545

7. Del Bosco B., Mazzucchelli, A., Chierici, R., & Di Gregorio, A. (2019). Innovative startup creation: the effect of local factors and demographic characteristics of entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*. DOI: 10.1007/s11365-019-00618-0
8. Ceruti, F., Gavinelli, L., Chierici, R., & Mazzucchelli, A. (2019). Lifelong Learning in Europe: An Analysis of Raw Materials Professionals' Learning Needs. In: Caputo, A., Pellegrini, M. (eds) - *The Anatomy of Entrepreneurial Decisions*. Contributions to Management Science. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-030-19685-1_11
9. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Abbate, T., & Fontana, S. (2019). Exploring the microfoundations of innovation capabilities. Evidence from a cross-border R&D partnership. *Technological Forecasting & Social Change*, 146, 242-252. DOI: 10.1016/j.techfore.2019.06.003
10. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Tortora, D., & Fontana, S. (2019). Innovation capability in geographically dispersed R&D teams: the role of social capital and IT support. *Journal of Business Research*. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.05.034
11. Di Gregorio, A., Maggioni, I., Mauri, C., & Mazzucchelli, A. (2019). Employability skills for the future marketing professionals. *European Management Journal*, 37(3), 251-258. DOI: 10.1016/j.emj.2019.03.004
12. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Del Bosco, B., & Ceruti, F. (2019). Does the use of social media affect customer relationship performance? Evidences from Italy. *Mercati & Competitività*, 1, 55-74. DOI: 10.3280/mc1-2019oa7632
13. Chierici, R., Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., & Chiacchierini, C. (2019). Enhancing brand awareness, reputation and loyalty: the role of social media. *International Journal of Business and Management*, 14(1), 216-218. DOI: 10.5539/ijbm.v14n1p216
14. Del Bosco, B., Chierici, R., & Mazzucchelli, A. (2019). Fostering entrepreneurship: an innovative business model to link innovation and new venture creation. *Review of Managerial Science*, 13(3), 561-574. DOI: 10.1007/s11846-018-0318-8
15. Chierici, R., Mazzucchelli, A., Garcia-Perez, A., & Vrontis, D. (2018). Transforming big data into knowledge: the role of knowledge management practice. *Management Decision*. DOI: 10.1108/MD-07-2018-0834
16. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Ceruti, F., Chiacchierini, C., Godey, B., & Pederzoli, D. (2018). Affecting brand loyalty intention: The effects of UGC and shopping searches via Facebook. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(3), 270-286. DOI: 10.1080/20932685.2018.1461022
17. Chierici, R., Mazzucchelli, A., Ceruti, F., & Gavinelli, L. (2018). Improving e-retailers performance via social CRM capabilities. *International Journal of Business and Social Science*, 9(2), 81-90.
18. Morra, M.C., Gelosa, V., Ceruti, F., & Mazzucchelli, A. (2018). Original or counterfeit luxury fashion brands? The effect of social media on purchase intention. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(1), 24-39. DOI: 10.1080/20932685.2017.1399079
19. Cuomo, M.T., Tortora, D., Mazzucchelli, A., Festa, G., Di Gregorio, A., & Metallo, G. (2018). Impacts of Code of ethics on financial performance in the Italian listed companies of bank sector. *Journal of Business Accounting and Finance Perspectives*
20. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Ceruti, F., & Di Gregorio, A. (2017). Strengthening Customer Relationship in the Social Media Era: The Importance of Customer Relationship Orientation and Customer Knowledge Management. *International Journal of Business and Social Science*, 8(10), 186-194.
21. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Ceruti, F., & Gavinelli, L. (2017). Competing in the age of omnichannel retailing. E-tailers strategies and challenges. *Esperienze d'Impresa*, 1/2017, 5-28. DOI: 10.3280/EI2017-001001
22. Mazzucchelli, A. (2017). La valenza commerciale del modello Hub & Spoke. Il caso Gruppo Villa Maria. In: Di Gregorio A; Malvestiti P. Il modello organizzativo Hub & Spoke in sanità per il miglioramento delle cure. Mediserve srl. ISBN: 9788882043032
23. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Ceruti, F., & Gavinelli, L. (2016). Towards social commerce: assessing the effect on firm performances. *Esperienze d'Impresa*, 2/2016, 5-18. DOI: 10.3280/EI2016-002001

24. Mauri, C., Di Gregorio, A., Mazzucchelli, A., & Maggioni, I. (2017). The employability of marketing graduates in the era of digitalisation and globalisation. *Mercati & Competitività*, 4, 103-124. DOI: 10.3280/MC2017-004006
25. Ceruti, F., Mazzucchelli, A., & Di Gregorio, A. (2016). E-commerce or S-commerce? A managerial perspective on website design features. *Mercati & Competitività*, 4, 153-173. ISSN: 1826-7386
26. Sartori, F., Mazzucchelli, A., & Di Gregorio, A. (2016). Bankruptcy Forecasting Using Case-Based Reasoning: the CRePERIE Approach. *Expert Systems With Applications*, 64, 400-411. DOI: 10.1016/j.eswa.2016.07.033
27. Morra, M.C., Mazzucchelli, A., & Ferrando, M. (2015). Il progetto Innautic. In: Di Gregorio A; Morra MC. L'esercizio di foresight. Una risorsa di conoscenza per la competitività dei territori, 50-93, MILANO: FrancoAngeli. ISBN: 978-88- 568-4873-1
28. Di Gregorio, A., & Mazzucchelli, A. (2015). L'azione della Camera di Commercio di Monza e Brianza. Analisi dell'impatto sul territorio briantero. In: Elogio del centrocampista. Corpi intermedi e camere di Commercio: il caso di Monza e Brianza, 53-127, Guerini e Associati. ISBN: 978-88-6250-571-0
29. Mazzucchelli, A., & Sartori, F. (2014). String Similarity in CBR Platforms: A Preliminary Study. In: Metadata and Semantics Research. Communications in Computer and Information Science, 478, 22-29, Springer. ISBN: 978-3-319-13673-8, ISSN: 1865-0929, DOI: 10.1007/978-3-319-13674-5_3

Monografie

1. Mazzucchelli, A., & Chierici, R. (2017). Social commerce e comportamento d'acquisto. Gli effetti del digital sulla fiducia del consumatore. Torino: G. Giappichelli Editore. ISBN: 978-88-921-1279-7
2. Chierici, R., & Mazzucchelli, A. (2017). Dal CRM al social CRM. Nuove tecnologie per la gestione della relazione con il cliente. Torino: G. Giappichelli Editore. ISBN: 978-88-921-1278-0

Conference proceedings

1. Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R., & Di Gregorio, A. (2019). Innovative startup creation and local contexts. In 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy – INEKA 2019 Conference Proceedings “Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth”. ISBN: 978-84-09-11060-5
2. Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., & Chierici, R. (2019). Employees’ propensity to endorse their firms on social media. In XVI SIM Conference Proceedings “Marketing 4.0: le sfide della multicanalità”. ISBN: 978-88-943918-3-1
3. Gurioli, M., Chiacchierini, C., Chierici, R., Mazzucchelli, A., & Tortora, D. (2019). Food sharing platforms as new digital solutions to reduce food waste. An Italian multiple case study. In XVI SIM Conference Proceedings “Marketing 4.0: le sfide della multicanalità”. ISBN: 978-88-943918-3-1
4. Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R., & Di Gregorio, A. (2019). Innovative startup creation and local contexts. In 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy – INEKA 2019 Conference Proceedings “Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth”. ISBN: 978-84-09-11060-5
5. Mazzucchelli, A., Gavinelli, L., Chierici, R., & Di Gregorio, A. (2018). Social media users perception during crisis event: the effect on company reputation. In XV SIM Conference Proceedings “I percorsi identitari nel marketing”. ISBN: 978-88-943918-2-4
6. Del Bosco, B., Chierici, R., & Mazzucchelli, A. (2018). Fostering entrepreneurship: an innovative business model to link innovation and new venture creation. In 8th GIKA Conference Proceedings “Digital Transformations and Value Creation in International Markets”. ISBN: 978-84-09-00253-5
7. Chierici, R., Mazzucchelli, A., Morra, M.C., & Di Gregorio, A. (2017). Customer Relationship Performance and Financial Performance: the Effects of Customer Knowledge Management through Social Media. Findings from SEM and FsQCA. In 7th Conference Proceedings "Innovation, Knowledge, Judgment and Decision-Making as Virtuous Cycles", Thomson Reuters, 135-136. ISBN: 978-84-9152-227-0

8. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Del Bosco, B., & Ceruti, F. (2017). Assessing the impact of social media on customer relationship performance. In XIV SIM Conference Proceedings "Il marketing di successo. Imprese, enti e persone". ISBN: 978-88-907662-9-9
9. Cuomo, M.T., Tortora, D., Mazzucchelli, A., Festa, G., Di Gregorio, A., & Metallo, G. (2016). Effects of corporate ethical practices on financial performance in the Italian banking services listed companies. In 19th Toulon-Verona Conference Proceedings "Excellence in Services", 165-182. ISBN: 9788890432767
10. Ceruti, F., Mazzucchelli, A., Malvestiti, P., & Di Gregorio, A. (2016). Multichannel challenges. La risposta degli e-tailer in Italia. In XXVIII Sinergie Annual Conference "Management in a Digital World. Decisions, Production, Communication", 377-391. ISBN: 97888907394-6-0, DOI: 10.7433/SRECP.FP.2016.24
11. Ceruti, F., Mazzucchelli, A., & Di Gregorio, A. (2015). E-commerce or S-commerce? A managerial perspective on online customers engagement. In XII SIM Conference Proceedings "Il marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana". ISBN: 978-88-907662-4-4
12. Gavinelli, L., & Mazzucchelli, A. (2014). Managing intangible assets in international contexts: an empirical analysis on Monza and Brianza SMEs. In The 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development Conference Proceedings, 1157-1168. ISBN: 978-88-907795-7-2
13. Ceruti, F., Mazzucchelli, A., & Morra, M.C. (2013). Il ruolo della comunicazione nei mercati business-to-business. Un'indagine empirica sul settore estrattivo italiano. In X SIM Conference Proceedings "Smart life: dall'innovazione tecnologica al mercato". ISBN: 978-88-907662-1-3

Relatore a convegni di carattere scientifico

1. 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy – INEKA 2019 Conference "Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth", Verona, 11-13 Giugno 2019
2. Conference on "Digital Transformation and Internationalization of Firms: Prospects, Challenges and Future Agenda", Palermo, 8 Febbraio 2019
3. XV Convegno SIM, "I percorsi identitari nel marketing", Bari, 18-19 Ottobre 2018
4. 4th International Colloquium on Corporate Branding, Identity, Image and Reputation – COBIIR 2018, Cetraro, 3-4 Settembre 2018
5. 8th Global Innovation and Knowledge Academy – GIKA 2018 Conference, Valencia, 25-27 Giugno 2018
6. XIV Convegno SIM, "Il Marketing di successo. Imprese, enti e persone", Bergamo, 26-27 Ottobre 2017
7. 7th Global Innovation and Knowledge Academy – GIKA 2017 Conference, Lisbon, 28-30 Giugno 2017
8. CRIET Incontra, "Marketing Innovation Hub – Dall'e-commerce al social commerce. Quali effetti sulle performance aziendali?", Milano, 28 Settembre 2016
9. 19th Toulon-Verona International Conference "Excellence in Services", Huelva, 5-6 Settembre 2016
10. 2016 Global Marketing Conference GAMMA "Bridging Asia and the World: Global Platform for Interface between Marketing and Management, Hong Kong, 21-24 Luglio 2016
11. XII Convegno SIM, "Il marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana", Torino, Ottobre 22-23 2015
12. CRIET Incontra, "Osservatorio sui costi degli adempimenti fiscali. Un'analisi della Regione Lombardia", Milano, 16 Dicembre 2014
13. 8th Metadata and Semantics Research Conference, MTSR 2014, Karlsruhe, Germany, November 27-29, 2014
14. The 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development, "Managing the "Intangibles": Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context", Ancona, 16-18 Luglio, 2014
15. CRIET Incontra, "Osservatorio sui costi degli adempimenti fiscali 2014", Monza, 2 Aprile 2014
16. X Convegno Annuale SIM, "Smart life: dall'innovazione tecnologica al mercato", Milano, Ottobre 3-4 2013
17. CRIET Incontra, "La previsione delle crisi d'impresa", Monza, 23 Novembre 2011

Partecipazione a gruppi di ricerca

Da Novembre 2019 – Partecipazione al gruppo di ricerca finanziato dell'Unione Europea attraverso la *Knowledge Innovation Community (KIC) on Raw Materials*, progetto "2019-2021 SAFE VULCA - Safer reduction of ZnO amount in rubber vulcanization process", referente scientifico del progetto Prof. Roberto Scotti, Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Ruolo: Membro del gruppo preposto alla pianificazione e realizzazione della *Go to market strategy*

Dicembre 2016 – Gennaio 2017: Partecipazione al gruppo di ricerca "Place branding pacchetti turistici e tourism experience", referente scientifico del progetto Prof.ssa Chiara Mauri, Università della Valle D'Aosta.

Responsabilità di studi e ricerche scientifiche

Coordinatore delle attività e dei progetti di ricerca di CRIET – Centro di Ricerca in Economia del Territorio relativi alle aree "Management" e "Marketing Innovation"

Co-responsabile scientifico della ricerca "Data Driven Marketing – La nuova customer journey: real time e phygital" promossa da CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio – in collaborazione con Industree Communication Hub, Retail Institute, LeFAC.com – TBS Group e Ipsos Italia

Co-responsabile scientifico della ricerca "Employee Engagement and Employer Branding" promossa da CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio - in collaborazione con IPSOS Italia e LeFac – TBS Group

Co-responsabile scientifico della ricerca "Osservatorio Social Media 2018", promossa da CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio - in collaborazione con IPSOS Italia e LeFac – TBS Group

Co-responsabile scientifico della ricerca "Osservatorio Social Media 2017", promossa da CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio - in collaborazione con IPSOS Italia e LeFac – TBS Group

Responsabile scientifico e coordinatore della ricerca "Dall'e-commerce al social commerce. Quali effetti sulle performance aziendali?", promossa da CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio - in collaborazione con IPSOS Italia e LeFac – TBS Group

Co-responsabile della ricerca "Osservatorio sui costi degli adempimenti fiscali", promossa da CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio - in collaborazione con Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Monza e Brianza

Co-responsabile della ricerca "Osservatorio sui costi degli adempimenti fiscali. Un'analisi della Regione Lombardia", promossa da CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio - in collaborazione con CODIS – Coordinamento degli Ordini dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili della Lombardia

Partecipazione a comitati editoriali

Da giugno 2020 – Ad hoc reviewer "Piccola Impresa/Small Business" (ISSN: 0394-7947).

Da marzo 2020 – Ad hoc reviewer "Journal of Intellectual Capital" (ISSN: 1469-1930), Emerald, indicizzato nella banca dati Scopus.

Da gennaio 2020 – Ad hoc reviewer "Italian Journal of Marketing" (ISSN: 2662-3323), Springer.

Da dicembre 2019 – Ad hoc reviewer "Micro&MacroMarketing" (ISSN: 1121-4228), Il Mulino.

Da Agosto 2019 – Ad hoc reviewer "Journal of Marketing Communications" (ISSN: 1352-7266), Taylor & Francis, indicizzato nella banca dati Scopus.

Da Luglio 2019 – Ad hoc reviewer “British Food Journal” (ISSN: 0007-070X), Emerald, indicizzato nella banca dati Scopus.

Giugno 2019 – Ad hoc reviewer “AIDEA2019 Conference”.

Da Maggio 2019 – Ad hoc reviewer “Psychology & Marketing” (ISSN: 1520-6793), Wiley Online Library, indicizzato nella banca dati Scopus.

Maggio 2019 – Ad hoc reviewer "INEKA Conference 2019".

Da Gennaio 2019 – Ad hoc reviewer “Technological Forecasting and Social Change” (ISSN: 0040-1625), Elsevier, indicizzato nella banca dati Scopus.

Da Dicembre 2018 – Ad hoc reviewer “Journal of Business Research” (ISSN: 0148-2963), Elsevier, indicizzato nella banca dati Scopus.

Da Dicembre 2018 – Ad hoc reviewer “European Journal of International Management” (ISSN: 1751-6757), Inderscience, indicizzato nella banca dati Scopus.

Da Ottobre 2018 – Ad hoc reviewer “Journal of the Knowledge Economy” (ISSN: 1868-7865), Springer, indicizzato nella banca dati Scopus.

Da Ottobre 2018 – Ad hoc reviewer “Journal of Knowledge Management” (ISSN: 1367-3270), Emerald, indicizzato nella banca dati Scopus.

Maggio 2018 – Ad hoc reviewer "GIKA Conference 2018".

Maggio 2017 – Ad hoc reviewer "GIKA Conference 2017".

Da Novembre 2017 – Ad hoc reviewer "Qualitative Market Research: An International Journal" (ISSN: 1352-2752), Emerald, indicizzato nella banca dati Scopus.

Da Ottobre 2017 – Membro del comitato editoriale della rivista "Esperienze d'Impresa" edita da Franco Angeli (ISSN: 1971-5293).

Partecipazione a corsi di formazione

Summer School di Metodologia per la Ricerca Sociale 2019 – Corso avanzato Modelli di Equazioni Strutturali (SEM), Università della Calabria, Arcavacata 10-14 settembre 2018

Summer School di Metodologia per la Ricerca Sociale 2018 – Corso di Experimental Design & Analysis Università della Calabria, Arcavacata 10-14 settembre 2018

Course “Expanding research horizons using QCA methodology, within the context of the 2017 GIKA Conference, ISEG, Lisbon School of Economics and Management, Lisbon June 27th, 2017

Workshop “Social Media Marketing – Idee e strumenti per contenuti efficaci sui social media”, Università degli studi di Milano-Bicocca, Milano 31 maggio 2016

Corso SPSS e STATA “Marketing Decisions and Data Mining”, Università degli studi di Milano-Bicocca, Milano 27 novembre - 11 dicembre 2015

Summer School di Metodologia per la Ricerca Sociale 2015 – Corso base Modelli di Equazioni Strutturali (SEM), Università della Calabria, Arcavacata 31 agosto-4 settembre 2015

Scuola estiva SIM, Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo", Urbino 3-5 luglio 2014

Premi e riconoscimenti

Vincitrice del premio Best Reviewer Award for the outstanding contribution as a reviewer at the INEKA 2019 - 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy (formerly GIKA), “Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth”, Verona, dal 11-06-2019 al 13-06-2019

Best Paper Award: INEKA 2019 - 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy (formerly GIKA), Verona. Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth. Paper presentato "Innovative startup creation and local context"; autori: Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R., & Di Gregorio, A., Verona, dal 11-06-2019 al 13-06-2019

Da Settembre 2014 – Membro della Consulta Junior della Società Italiana di Marketing.

Membro del team vincitore del Grant di ricerca "I Mestieri del Marketing", promosso dalla Società Italiana di Marketing; team composto da Prof. Angelo Di Gregorio, Prof.ssa Chiara Mauri, PhD Isabella Maggioni.

Vincitrice con borsa di studio triennale al concorso pubblico di ammissione al Dottorato di ricerca in Economia Aziendale, Management ed economia del Territorio, XXVIII Ciclo, Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi dell'art. 13 d. lgs. 30 giugno 2006 n°196 – "Codice in materia di protezione dei dati personali" e dell'art. 13 GDPR 679/16 – "Regolamento europeo sulla protezione dei dati personali".

Le dichiarazioni rese nel presente curriculum sono da ritenersi rilasciate ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000.

Milano, 08/12/2020

Alice Mazzucchelli

