

Formazione

2008 - Professore Ordinario - Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

2000 - Professore Associato - Economia e Gestione delle Imprese, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

1995 - Ricercatore in Economia Aziendale, facoltà di Economia, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

1993 - Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale, Cà Foscari, Università degli studi di Venezia

1989 - Laurea in Economia e Commercio

Education & Training

2008 - Full Professor of Marketing - Faculty of Communication Sciences and Economics, Modena and Reggio Emilia University

2000 - Assistant Professor of Management - Faculty of Economics, Modena and Reggio Emilia University

1995 - Researcher in Business and Administration - Faculty of Economics, Modena and Reggio Emilia University

1993 - PhD in Business and Administration, Faculty of Economics, Venice University

1989 - Bachelor in Economics - Faculty of Economics, Modena University

Esperienze di Ricerca e Sviluppo

I principali interessi di ricerca sono riconducibili ai processi di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese e al comportamento del consumatore. In relazione al primo tema si è occupata in modo specifico del ruolo degli intermediari commerciali, dell'analisi dei canali d'entrata utilizzati dalle piccole e medie imprese, dei percorsi di diversificazione geografica adottati e delle relazioni con i sistemi distributivi internazionali. Come secondo tema, ha affrontato lo studio del comportamento del consumatore, focalizzandosi su due temi specifici: gli effetti del contesto sociale e della percezione di conflitto sui processi di giudizio e scelta degli individui. Dal 2000 ha avviato differenti progetti di ricerca sulla fedeltà degli acquirenti e sulle sue determinanti, con un approfondimento specifico sul ruolo della fiducia come moderatore della percezione di rischio.

Research Experience

The internationalization processes of small-medium sized firms and consumer behaviour studies are among her research interests. In particular, she has developed research projects on international entry strategies and channels, on foreign direct investments in district firms and on managerial decision processes in firms international growth. The role of uncertainty and trust in judgment and choice

consumers' tasks is the second research area. From 2008 she has been working on consumer trust and loyalty and a recent research project is aimed to validate a multi-dimensional brand trust scale and to study how consumer trust dimensions evolve along time.

Competenze

Strategie e canali d'entrata nei processi di internazionalizzazione delle imprese

Pianificazione di marketing

Processi decisionali del consumatore

Soddisfazione dell'acquirente

Fiducia e fedeltà alla marca

Skills

International od small-medium firms and entry channel choice

Marketing planning process

Consumer decision making

Costumer satisfaction

Brand trust and loyalty