



CRISTIAN CHIZZOLI

È nato a Crema (CR) il 29 settembre 1973

Tel. +39.02.58365235

email: cristian.chizzoli@unibocconi.it.

Formazione

2003 - Ph.D. in Business Administration e Management - Università Bocconi;

1997 - Laurea "Summa cum laude" in Economia e Commercio, Università Bocconi.

Attività accademica

Da marzo 2005

Docente Lecturer presso il Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi, dove insegna corsi graduate e master di Marketing Strategico, Marketing Management e Consumer Behaviour.

Da settembre 2018

Direttore del MiMeC – Master in Marketing e Comunicazione dell'Università Bocconi.

Settembre 2013 - agosto 2018

Coordinatore del MiMeC – Master in Marketing e Comunicazione dell'Università Bocconi.

Da gennaio 1998

Ricercatore Senior presso il CERMES – Centro di Ricerca Marketing e Servizi dell'Università Bocconi, dove svolge attività di ricerca applicata con particolare riferimento al settore fieristico italiano e internazionale.

Pubblicazioni

Libri

- B. Busacca, B. Bertoli, C. Chizzoli, *Customer-based View*, Egea (2019);
- B. Busacca, C. Chizzoli, D. Raccagni, *Customer Value Analysis – Problems and Applications*, Egea (2014);
- B. Busacca, C. Chizzoli, *Le decisioni del consumatore – Valore percepito e soddisfazione*, Egea (2014);
- B. Busacca, C. Chizzoli, *Customer Value Analysis - Problemi di scelta ed esercizi svolti*, Egea (2013).

Capitoli in libri

- C. Chizzoli, "Lo sviluppo della domanda primaria", in *Marketing Management – Priorità Strategiche*, di B. Busacca, G. Bertoli, EGEA (2023);
- C. Chizzoli, "L'incremento della quota di mercato", in *Marketing Management – Priorità Strategiche*, di B. Busacca, G. Bertoli, EGEA (2023);
- C. Chizzoli, "Customer satisfaction e performance d'impresa: una rilettura aggiornata", in *Marketing. Una disciplina fantastica*, a cura di B. Busacca, M. Costabile, EGEA (2018);
- B. Busacca, C. Chizzoli, "Il cliente B2C: il processo di acquisto", in E. Valdani (ed.), *Marketing Management*, Egea (2016);
- C. Chizzoli, F. Golfetto, "Scrivere il piano di marketing", in E. Valdani (ed.), *Marketing Management*, Egea (2016);
- C. Chizzoli, M. Pagani, "Il comportamento del consumatore online", in *Prodotto, Consumatore e Politiche di Mercato quarant'anni dopo - Scritti in onore di Stefano Podestà*, AA.VV., EGEA (2012);

- G. Padula, C. Chizzoli, “Conoscere i concorrenti per affrontarli: competitive intelligence e posizionamento competitivo”, in E. Valdani (ed.), *Marketing Management*, Egea (2011);
- F. Golfetto, C. Chizzoli, D. Rinallo “Servizi online e virtualità delle manifestazioni fieristiche italiane. Un’analisi empirica”, in F. Golfetto (ed.), *Fiere & Comunicazione. Strumenti per le Imprese e il Territorio*, Egea (2004).
- C. Chizzoli, “Il Caso Scent”, in B. Busacca, *Marketing e creazione di valore*, EGEA (2004).

Articoli

- C. Chizzoli, G. Miniero, A. Pate, "The impact of product placement on brand equity", *Finanza Marketing e Produzione*, Special Issue "Marca e Brand Management: tendenze evolutive e prospettive di ricerca - Parte 2", 2013;
- C. Chizzoli, “La logica di portafoglio nell’utilizzo degli eMarketplace B2B”, *Economia e Management*, n. 1 – Gen-Feb. 2003, pagg. 83-91.
- C. Chizzoli, “Quali marche domani? Nuove tendenze nella gestione del brand portfolio”, *Economia e Management*, n. 2. – Mar-Apr. 2002, pagg. 79-90.

Rapporti di ricerca

- AA.VV. “L’attività fieristica in Lombardia - rapporto statistico annuale”, collana CERMES, dal 2003;
- AA.VV. “L’attività fieristica in Emilia-Romagna - rapporto statistico annuale”, collana CERMES, dal 2000;
- AA.VV. “Indicazioni per la politica fieristica regionale”, nota per Regione Lombardia (2006).
- AA.VV. “La domanda fieristica lombarda nella prospettiva degli organizzatori”, ricerca IReR (2005);
- AA.VV. “Dalle fiere a un sistema fieristico integrato: indagine conoscitiva sul sistema fieristico lombardo”, ricerca IReR (2003);

Milano, maggio 2024

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196.