

CV – Cristian Chizzoli

DATI ANAGRAFICI	
Nome e Cognome	Cristian Chizzoli
Luogo e data di nascita	Crema (CR), 29.09.1973
Residenza	Capergnanica (CR), Via XI Febbraio 59
Nazionalità	Italiana
Madre lingua	Italiano
Altre lingue conosciute	Inglese (buono); francese (medio)
CURRICULUM STUDI	
Doctoral Degree	Ph. D. in Business Administration e Management – Università Bocconi, 2003.
Laurea	Laurea “Summa cum laude” in Economia e Commercio, Università Bocconi – 1997
POSIZIONE ACCADEMICA	
Attuale posizione universitaria	Lecturer presso il Dipartimento di Marketing dell’Università Bocconi (dal 2005)
Collaborazione con Università Bocconi Corsi svolti ultimi 3 anni	<i>Corsi undergraduate</i> – Digital Marketing (Summer School) <i>Corsi graduate</i> – Strategic Marketing and Marketing Plan – Part I (LS Marketing Management) – Understanding Consumer – Part I (LS Marketing Management) – Marketing Management Advanced (LS Management) – Advertising management (Opzionale) <i>Corsi post-graduate</i> – Consumer Analysis & Market Segmentation (Master MiMeC) – Market Strategy & Planning (Master MiMeC) <i>Coordinamento programmi</i> - Direttore Master MIMEC (dal 2018)
AREE TEMATICHE DI INTERESSE E DI RICERCA	
Aree di interesse e di ricerca	Strategic Marketing, Marketing Management, Consumer Behavior, Marketing Communication, Digital Marketing.
PUBBLICAZIONI	
Libri	- B. Busacca, B. Bertoli, C. Chizzoli, <i>Customer-based View</i> , Egea (2019); - B. Busacca, C. Chizzoli, D. Raccagni, <i>Customer Value Analysis – Problems and Applications</i> , Egea (2014); - B. Busacca, C. Chizzoli, <i>Le decisioni del consumatore – Valore percepito e soddisfazione</i> , Egea (2014); - B. Busacca, C. Chizzoli, <i>Customer Value Analysis - Problemi di scelta ed esercizi svolti</i> , Egea (2013).

<p><i>Capitoli in libri</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - C. Chizzoli, "Customer satisfaction e performance d'impresa: una rilettura aggiornata", in <i>Marketing. Una disciplina fantastica</i>, a cura di B. Busacca, M. Costabile, EGEA (2018); - B. Busacca, C. Chizzoli, "Il cliente B2C: il processo di acquisto", in E. Valdani (ed.), <i>Marketing @ Bocconi</i>, Egea (2016); - C. Chizzoli, F. Golfetto, "Scrivere il piano di marketing", in E. Valdani (ed.), <i>Marketing @ Bocconi</i>, Egea (2016); - C. Chizzoli, M. Pagani, "Il comportamento del consumatore online", in <i>Prodotto, Consumatore e Politiche di Mercato quarant'anni dopo - Scritti in onore di Stefano Podestà</i>, AA.VV., EGEA (2012); - G. Padula, C. Chizzoli, "Conoscere i concorrenti per affrontarli: competitive intelligence e posizionamento competitivo", in E. Valdani (ed.), <i>Marketing @ Bocconi</i>, Egea (2011); - F. Golfetto, C. Chizzoli, D. Rinallo "Servizi online e virtualità delle manifestazioni fieristiche italiane. Un'analisi empirica", in F. Golfetto (ed.), <i>Fiere & Comunicazione. Strumenti per le Imprese e il Territorio</i>, Egea (2004). - C. Chizzoli, "Il Caso Scent", in B. Busacca, <i>Marketing e creazione di valore</i>, EGEA (2004).
<p><i>Articoli</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - C. Chizzoli, G. Miniero, A. Pate, "The impact of product placement on brand equity", <i>Finanza Marketing e Produzione</i>, 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", <i>Economia e Management</i>, n. 1 – Gen-Feb. 2003, pagg. 83-91. - "Quali marche domani? Nuove tendenze nella gestione del brand portfolio", <i>Economia e Management</i>, n. 2. – Mar-Apr. 2002, pagg. 79-90.
<p><i>Altre pubblicazioni</i></p>	<p><i>Rapporti di ricerca</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - "L'attività fieristica in Lombardia - rapporto statistico annuale", collana CERMES, dal 2003; - "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); <p><i>Articoli stampa</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mini ripresa per la Germania, Italia stazionaria, <i>Il Sole 24 Ore</i>, 30 gennaio 2007; - "Meno spazi, più espositori", <i>Il Sole 24 Ore</i>, 31 gennaio 2006; - "La congiuntura in Europa: non è tutta negativa", <i>Il Sole 24 Ore</i>, 15 gennaio 2003; - "Fiere e portali: un business in convergenza?", <i>Il Sole 24 Ore</i>, 15 gennaio 2001.

Milano, 21 maggio 2021

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

Osman Amadi