

CURRICULUM VITAE DI ELISABETTA MARIA CORVI

La sottoscritta **Elisabetta Maria Corvi**

Nata a Milano il 15/10/1957

e.mail: corvi@eco.unibs.it

cittadino dell'Unione Europea

consapevole, ai sensi dell'articolo 76 del D.P.R. 445/00, che chiunque rilascia dichiarazioni mendaci, forma atti falsi o ne fa uso è punito ai sensi del codice penale e delle leggi speciali in materia,

DICHIARA

che il proprio curriculum è il seguente:

1980 Laurea in Economia Aziendale all'Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano
Votazione di Laurea: 110 e lode.

1981 Dottore Commercialista

1982-1986 Assegnista di ricerca ex art. 51 comma 6 Legge 499/1997 per lo svolgimento di attività di studio e di ricerca e per il completamento della sua formazione presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano.

1986-1987 Assegnista di ricerca ex art. 51 comma 6 Legge 499/1997 per lo svolgimento di attività di studio e di ricerca e per il completamento della sua formazione presso l'Università degli Studi di Brescia

1988 Vincitrice di un concorso per un posto da Ricercatore per il raggruppamento disciplinare n. 21, bandito dall'Università di Brescia Dal 10 ottobre 1988 ha prestato servizio in tale ruolo presso l'Unità Operativa Predipartimentale di Ricerche Aziendali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Brescia e nel 1989 ha afferito al neo costituito Dipartimento di Economia Aziendale.

1991 (10 ottobre) Confermata nel ruolo di ricercatore

2000 E' stata dichiarata idonea dalla commissione giudicatrice nella valutazione comparativa ad un posto di professore di seconda fascia del settore scientifico disciplinare P02B (Economia e Gestione delle imprese).

2001 Vincitrice nella valutazione comparativa di un concorso per Professore di II fascia presso la Facoltà di Economia nel settore scientifico disciplinare Secs-P08 "Economia e gestione delle imprese".

2001 E' stata giudicata pienamente idonea per la posizione di professore di I fascia nell'area marketing presso l'Università della Svizzera italiana, Facoltà di Scienze della comunicazione di Lugano.

2004 E' stata confermata nel ruolo di Professore Associato

Attività didattica

1983 – 1989 Docente presso l'area Marketing della Scuola di Direzione Aziendale dell'Università Commerciale L. Bocconi.

1986 Docente nel corso di Pianificazione a lungo periodo presso l'Università Commerciale L. Bocconi e Ricercatore presso l'Istituto sulla Borsa Valori A. Lorenzetti dell'Università Commerciale L. Bocconi di Milano.

1994 - 2000 Docente per affidamento del corso di "Marketing" presso la Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Brescia

1995 – 2000 Professore a contratto del corso "Strategie di impresa (Comunicazione e diffusione del valore)" presso l'Università Commerciale L. Bocconi.

1998 – 2000 Professore a contratto per il corso di "Marketing" presso la Facoltà di Scienze delle comunicazioni dell'Università della Svizzera Italiana.

2000 - 2002 Responsabile del coordinamento nonché docente del modulo sulla Comunicazione integrata (5 giornate) nel Master promosso da "Università & Impresa" in Economia e gestione della piccola e media impresa.

2001 – 2004 Titolare, presso la Facoltà di appartenenza, del corso di "Marketing" da 10 crediti

Ha partecipato su richiesta della Facoltà, alla progettazione e, in parte, alla docenza, dei corsi IFTS e ai corsi di formazione manageriale I.Re.F per i direttori di struttura complessa e per i direttori di medicina diagnostica e servizi.

2004 – 2009 Titolare, presso la Facoltà di appartenenza del corso di "Marketing" da 10 crediti nel Corso di laurea triennale in Economia e gestione aziendale e del corso di "Comunicazione d'impresa" (5 crediti) nella Laurea specialistica in Direzione aziendale. Docente per affidamento del corso di "Strumenti e mezzi della comunicazione" (5 crediti) nella Laurea specialistica in Direzione aziendale.

2010-2012 Titolare, presso la Facoltà di appartenenza, del corso "Comunicazione d'impresa" (9 crediti) nella Laurea magistrale in Direzione aziendale e del primo modulo del corso di "Marketing" da 9 crediti nel Corso di laurea triennale in Economia e gestione aziendale. Docente per affidamento del secondo modulo del corso di "Marketing" da 9 crediti nel Corso di laurea triennale in Economia e gestione aziendale.

2012-2019 Titolare presso il Dipartimento di Economia e management dell'Università degli studi di Brescia del corso di "Marketing" da 9 crediti nel Corso di laurea triennale in Economia e gestione aziendale e del corso "Comunicazione d'impresa" da 9 crediti nella laurea magistrale in Management

Pubblicazioni

- 1) **Le politiche di marketing nel settore assicurativo**, 1983, in "Sviluppo e Organizzazione", n. 76, pp.18-26.
- 2) **Considerazioni sulla valutazione del rischio d'impresa nella determinazione del capitale economico delle aziende**, 1985, in "Finanza, marketing e produzione", n. 2, pp.141-161.
- 3) **Fiducia e marketing dei servizi finanziari**, 1985, in "Sviluppo e Organizzazione", n. 90, pp.17-23.
- 4) **Le relazioni aziendali nei gruppi**, 1986, in "La gestione delle relazioni aziendali nell'impresa industriale", AA. VV. (a cura di Sergio Pivato), Unicopli, Milano, pp.161-185.
- 5) **La collaborazione tra imprese**, 1988, in "La gestione del sistema delle relazioni nelle aziende industriali", AA. VV. (a cura di Sergio Pivato), Utet, Torino, pp.167-201.
- 6) **Il Franchising: un accordo commerciale di tipo competitivo. Il caso la Rinascente-Quick**, in "La gestione del sistema delle relazioni nelle aziende industriali", AA. VV. (a cura di Sergio Pivato), Utet, Torino, 1988, pp.187-199.
- 7) **Le relazioni aziendali nei gruppi**, 1988, in "La gestione del sistema delle relazioni nelle aziende industriali", AA. VV. (a cura di Sergio Pivato), Utet, Torino, pp.79-103.
- 8) **L'analisi della capacità competitiva nei mercati concentrati**, 1988, in "Analisi della concorrenza e strategie concorrenziali", AA. VV. (a cura di Salvatore Vicari), Unicopli, Milano, pp.221-265.
- 9) **Il gruppo nell'economia dell'azienda industriale**, 1989, Egea, Milano, pp.220. ISBN 88-238-0026-9
- 10) **L'informativa societaria e di mercato**, 1989, in "Un nuovo mercato mobiliare per le piccole e medie imprese", AA. VV. (a cura di Andrea Gilardoni), Egea, Milano, pp.219-264, ISBN 88-238-0036-6
- 11) **Le nuove competenze dei manager imposte dai cambiamenti ambientali**, 1990, in "Finanza, marketing e produzione", n. 3, pp.97-134.

- 12) **L'informativa economico-finanziaria e il mercato mobiliare**, 1990, Istituto di studi sulle Borse Valori "A. Lorenzetti", Università L. Bocconi, Milano.
- 13) **Funzionalità e trasparenza dei lavori assembleari**, 1991, Istituto di studi sulle Borse Valori "A. Lorenzetti", Università L. Bocconi, Milano.
- 14) **L'azionariato ai dipendenti. Profili gestionali e tecniche operative**, 1991, (coautore Anna Gervasoni), Egea, Milano, pp.1-98, ISBN 88-238-0107-9
- 15) **Trasparenza e funzionalità del mercato mobiliare**, 1992, in "Finanza, marketing e produzione", n. 4, pp.147-172.
- 16) **La legge 2 gennaio 1991, n.1 e il ruolo dell'informativa nel funzionamento del mercato mobiliare**, 1992, in "Notiziario Economico della Banca San Paolo di Brescia", n. 2, pp.10-22.
- 17) **L'azionariato ai dipendenti nell'evoluzione del sistema di gestione delle relazioni aziendali**, 1993, in "Istituzioni di economia d'azienda" in "Scritti in onore di Carlo Masini", AA. VV., Egea, Milano, cap.12, tomo I, pp.611-634.
- 18) **Visibilità e immagine nel funzionamento d'impresa**, 1993, in "Economia & Management", n. 1, pp.93-102.
- 19) **Rapporto annuale sulle Sim di negoziazione**, 1993, Newfin e Istituto Lorenzetti, Università L. Bocconi, Milano.
- 20) **Lecture di gestione delle relazioni aziendali**, 1993, CUSL, Milano.
- 21) **Immagine e trasparenza nella gestione dell' impresa**, 1994, Utet Libreria, Torino, pp. 215, ISBN 88-7750-253-3
- 22) **Le politiche di mercato nel settore del leasing: un'indagine in provincia di Brescia** (Parte prima), 1994, (coautore Giuseppe Bertoli), in "Notiziario Economico della Banca San Paolo di Brescia", n.1, pp.93-104.
- 23) **Le politiche di mercato nel settore del leasing: un'indagine in provincia di Brescia** (Parte seconda), 1994, (coautore Giuseppe Bertoli), in "Notiziario Economico della Banca San Paolo di Brescia", n.2. pp.99-113.
- 24) **Rapporto annuale sulle Sim di negoziazione** 1994, Newfin e Istituto Lorenzetti, Università L. Bocconi, Milano.
- 25) **Il contesto settoriale**, 1995, in "Evoluzione e performance delle imprese. Il settore della rubinetteria", (a cura di Maria Martellini), ISEDI, Torino, pp.1-30, ISBN 88-8008-028-8
- 26) **Lecture per il corso di Tecnica delle ricerche di mercato**, 1995, CLUB, Brescia.
- 27) **Rapporto annuale sulle Sim di negoziazione** 1995, Newfin e Istituto Lorenzetti, Università L. Bocconi, Milano.
- 28) **L'analisi del profilo economico-finanziario**, 1995, in "Evoluzione e performance delle imprese. Il settore della rubinetteria", (a cura di Maria Martellini), ISEDI, Torino, ISEDI, Torino, pp.31-82, ISBN 88-8008-028-8
- 29) **Informativa societaria e comunicazione economico-finanziaria: riflessi sul valore d'impresa e sull'efficienza dei mercati mobiliari**, 1995, in "Processi di formazione dei principi contabili in alcuni paesi europei", (a cura di Angelo Provasoli e Alfredo Viganò), Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, pp.203-284.
- 30) **Il contributo della comunicazione d'impresa alla creazione del valore**, 1995, in *Inserto Finanza Marketing e Produzione di Italia Oggi*, 7 luglio, n.29.
- 31) **Lecture di Economia e gestione della comunicazione economico-finanziaria**, 1996, CLUEB, Milano.
- 32) **Comunicazione e valore nelle relazioni d'impresa**, 1996, (coautore Renato Fiocca), Egea, Milano, pp.236, ISBN 88-238-0332-2
- 33) **Economia e gestione della comunicazione economico-finanziaria d'impresa**, 1997, Egea, Milano, pp.266, ISBN 88-238-0391-8
- 34) **Comunicazione d'impresa e creazione del valore**, 1997, in "La valutazione delle aziende", n.7, pp.37- 48.
- 35) **Il valore della comunicazione economico-finanziaria**, 1998, in "Finanza Marketing e Produzione", n.4, pp.81-98.
- 36) **La comunicazione commerciale nelle banche**, 1998, Paper, Newfin, Università Bocconi, n.4, pp. 41.

- 37) **Un'analisi comparativa della comunicazione commerciale nelle banche: il confronto Svizzera-Italia**, 1999, Working Paper n.3, Istituto per la Comunicazione Aziendale della Facoltà di scienze della comunicazione dell'USI, pp. 40.
- 38) **Comunicazione d'impresa e Investor relation**, 2000, Egea, Milano, pp. 283, ISBN 88-238-0621-6
- 39) **La comunicazione commerciale nelle banche**, 2000, in "Bancaria", n.3, pp.30-51.
- 40) **La pianificazione strategica e operativa dell'attività di Investor Relation**, 2000, in "Rivista dei dottori commercialisti", n. 4, pp. 587-616.
- 41) **Investor Relation e comunicazione d'impresa**, 2001, in "IRTop", n. 1, pp. 27-40.
- 42) **Recensione del volume "Marketing"** (Guatri, Vicari. Fiocca), 2000, in Micro & Macro Marketing, n. 1.
- 43) **La comunicazione finanziaria come fonte di valore per l'impresa**, intervento al Convegno dei Dottori Commercialisti "Investor Relations e comunicazione d'impresa", 29 novembre 2001, pp. 10.
- 44) **Le valenze comunicative del bilancio annuale. I risultati di un'indagine empirica**, Paper n. 13, Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Brescia, luglio 2001, pp. 58.
- 45) **La diffusione del valore**, 2003, in Martellini M. (a cura di), *L'Impresa. Economia e gestione*, Giappichelli, Torino, pp. 627-654, ISBN 88-348-5552-X
- 46) **Le politiche di marketing**, 2003, in Martellini M. (a cura di), *L'Impresa. Economia e gestione*, Giappichelli, Torino, pp. 311-353, ISBN 88-348-5552-X
- 47) **Le politiche di mercato nel settore dell'intermediazione mobiliare**, 2004, Giappichelli, Torino, pp. 327, ISBN 88-348-3333-3
- 48) **Il ruolo di internet nelle relazioni con gli stakeholder: il settore dell'energia elettrica**, coautore con M. Bonera, Paper del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Brescia, n. 38, 2004.
- 49) **La comunicazione d'impresa e la pubblicità**, 2005, Università degli Studi di Brescia, Dipartimento di economia aziendale, pp. 306.
- 50) **Online communication in the electric power distribution industry**, coautore con M. Bonera, Paper presentato al Convegno annuale "Le tendenze del marketing in Europa, 21-22 gennaio 2005, Parigi. ISBN 978-2-9532811-0-2 http://www.escp-eap.net/conferences/marketing/2005_cp/Materiali/Paper/It/Corvi_Bonera.pdf
- 51) **Web Orientation and Value Chain Evolution in the tourism Industry**, coautore con M. Bonera. Paper del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Brescia, n. 51, 2005, presentato il 18 giugno 2005 a Informs Marketing Science Conference, Goizueta Business School, Emory University, Atlanta, GA
- 52) **Marketing e politiche commerciali dell'impresa aeroportuale** (coautore Michelle Bonera), 2006, in M. Martellini (a cura di), *Strategia e gestione delle imprese aeroportuali*, Franco Angeli, pp. 175-199.
- 53) **La comunicazione d'impresa Vecchi e nuovi media per una comunicazione integrata**, 2006, Egea, pp. 455, ISBN 88-238-2070-7
- 54) **Le tendenze evolutive nelle politiche di marketing e comunicazione dell'impresa aeroportuale** (coautore Michelle Bonera), 5th International Congress Marketing Trends, Università Ca' Foscari, Venezia, 20-21 gennaio 2006, ISBN 10: 88-902459-0-5. - ISBN 13: 978-88-902459-0-9. ISBN 978-2-9532811-0-2
- 55) **Le politiche di marketing**, 2006, in Martellini M. (a cura di), *L'Impresa. Economia e gestione*, Giappichelli, Torino, pp. 323-390, ISBN 88-348-6614-2
- 56) **L'impresa: finalità e obiettivi** (coautore Anna Codini), 2006, in Martellini M. (a cura di), *L'Impresa. Economia e gestione*, Giappichelli, Torino, pp. 61-98, ISBN 88-348-6614-2

- 57) **La diffusione del valore**, 2006, in Martellini M. (a cura di), *L'Impresa. Economia e gestione*, Giappichelli, Torino, pp. 649-678, ISBN 88-348-6614-2
- 58) **La comunicazione aziendale**. Obiettivi, tecniche, strumenti, 2007, Egea, Milano, pp. 437, ISBN
- 59) **Are the Italian Millennials similar or different from the US Millennials?** (coautori, Michelle Bonera, Alessandro Bigi) Seventh International Business Research Conference, 3-6 dicembre 2007, Sidney, Australia. Cod. ISBN: 578.0.9804557.0.0
- 60) **The European Millennials Versus the US Millennials: Similarities and Differences** (coautori A. Bigi, G. NG), Paper del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Brescia, n. 68, 2007
- 61) **Budget definition and media planning in a bank re-branding situation**, (coautore Michelle Bonera), Annual London Conference On "Money, Economy and Management", Imperial College, London, U.K., 3 - 4 July 2008, Cod. ISBN: 978-0-9804557-0-2, [http://wbiconpro.com/london%20banking/Corvi\(115\).pdf](http://wbiconpro.com/london%20banking/Corvi(115).pdf)
- 62) **The Effectiveness of Comparative Advertising: a Literature Review** (coautore Michelle Bonera), Zagabria - Marketing Theory Challengers in Transitional Societies Zagabria, 26-27 September 2008, Cod. ISBN 13- 978-953-6025-26-8.
- 63) **A Case Of Media Budget Definition In The Banking Industry** (coautore Michelle Bonera), International Review of Business Research Papers, Vol.5 NO. 2 March 2009, pp. 42-51, ISSN: 1832-9543. www.bizresearchpapers.com.
- 64) **La comunicazione integrata di marketing**, 2009, in Cristini G. (a cura di) *La guida del Sole 24 ore al Marketing*. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione, *Il Sole 24 Ore*, Milano, cap. 23, pp. 579-604, ISBN 978-88-6345-069-9.
- 65) **Emozioniamoci! L'imperativo del terzo millennio?**, Paper del Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Brescia, n. 103, maggio 2010.
- 66) **The coding process evaluation in the measurement of advertising effectiveness** (coautore M. Bonera), Dubrovnik, 13-16 ottobre 2010. ISSN 978-953-56385-0-6.
- 67) **The effectiveness of advertising: a literature review**, (coautore M. Bonera), 10th Global Conference on Business and Economics, Roma, 15-16 ottobre 2010. ISBN 978-0-9830452-1-2
- 68) **Il controllo della pubblicità: uno strumento di verifica del messaggio** (coautore M. Bonera), 2010, in *Finanza Marketing e Produzione*, n. 4, ISSN 1593-2230
- 69) **The rational and emotional variables that influence the online buying process** (coautore M. Bonera), Atti del convegno 10th Paris-Venice Congress - Paper n. 21 - Paris, January 20-22, 2011
- 70) **Online visual merchandising vs. fashion websites' attractiveness and popularity** (coautore M. Bonera) Atti del convegno 11th International Marketing Trends Conference, Venezia, 19-21 gennaio 2012. ISBN: 978-2-9532811-3-2.
- 71) **La comunicazione integrata di marketing. Teorie, strategie e politiche operative**, 2012, Egea, Milano, pp. 548, ISBN/EAN 9788823812079
- 72) **A possible stimulus of the consumers-citizens' sustainable consumption** (coautori Bonera M., Miniero G.) (2013), , Atti del convegno 12th International Marketing Trends Conference, Parigi, 17-19 gennaio, pp. 1-19. ISBN: 978-2-9532811-5-6.
- 73) **Striving to Promote Green Consumption: The Impact of Regulatory Focus and Time Horizon** (coautori Bertoli G., Bonera M., Codini A., Miniero G.) (2013), Atti del convegno "Challenging the Bounds of Marketing Thought", 2013 AMA Winter Educators' Conference, Las Vegas, 15-16 febbraio, ISSN: 1054-0806, ISBN: 0-87757-351-4
- 74) **Green behavior: how to encourage it?** (coautori Bertoli G., Bonera M., Codini A., Miniero G.) (2013), Atti del convegno "Lost in translation. Marketing in an

- interconnected world”, European Marketing Academy 42nd Annual Conference, Istanbul, 4-7 giugno
- 75) Contributo in Atti di Convegno
Bigi A., Bonera M., Corvi E. (2014). **The effects of consumer self-confidence dimensions on environmental attitudes.** sta in: Refereed Proceedings of the Business Systems Laboratory - 2nd International Symposium “SYSTEMS THINKING FOR A SUSTAINABLE ECONOMY. Advancements in Economic and Managerial Theory and Practice” Business Systems Laboratory, ISBN:9788890824203. In: Business Systems Laboratory - 2nd International Symposium “SYSTEMS THINKING FOR A SUSTAINABLE ECONOMY. Advancements in Economic and Managerial Theory and Practice”. 23-24/01/2014, Roma, Italia
- 76) Articolo in rivista internazionale
Bigi A., Bonera M., Corvi E. (2014). **Psychological profiles and green sensitivity.** Sta in Business Systems Review
- 77) Articolo in rivista internazionale
Miniero G., Codini A., Bonera M., Corvi E., Bertoli G., (2014), **Being green: from attitude to actual consumption,** International Journal of Consumer Studies, 38 (5), 521-528. ISSN 1470-6423 (Impact Factor: 0.66). 09/2014; DOI: 10.1111/ijcs.12128
- 78) Articolo in rivista internazionale
Bonera, M., Corvi, E. (2014). **The Relevance of Visual Merchandising for Online Retailers.** International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE), 3(4), 1-16. doi:10.4018/ijabe.2014100101 ISSN: 2160-9802
- 79) articolo in rivista italiana
Bonera M., Codini A., Miniero G., Corvi E., (2015). **Stimolare le scelte di consumo “green”,** Micro&Macro Marketing, 1/2015.
- 80) Contributo in Atti di Convegno
Bonera M., Codini A., Corvi E. (2016) **Eco-awareness, eco-responsibility and eco-behaviour: A cross-country analysis** – XIII SIM Conference. Cassino 20-21 ottobre 2016 ISBN: 978-88-907662-6-8
- 81) Contributo in Atti di Convegno
Codini A., Corvi E., Bonera M. (2017), **Alla ricerca del consumatore ecologico: un modello di analisi,** Conference proceedings, SIM Conference 2017, 26-27 ottobre, Bergamo. ISBN: 978-88-907662-9-9
- 82) Contributo in Atti di Convegno
Bertoli G., Bonera M., Bigi A., Corvi E., (2017), **Analisi del posizionamento esperienziale di un format recettivo,** SIM Conference 2017, 26-27 ottobre, Bergamo. ISBN: 978-88-907662-9-9
- 83) Articolo in rivista internazionale
Bonera M., Codini A., Corvi E., (2017), **Does nationality matter in eco-behaviour?** Sustainability, 9(10), 1694; doi:10.3390/su9101694. Rivista indicizzata ISI, Scopus, Gev 13 (AABC), Impact Factor 1,789.
- 84) Contributo in Atti di Convegno
Bigi A., Bonera M., Corvi E., (2018), **Monitoring the Experiential Content of a Touristic Service,** Academy of Marketing Science WMC 2018, Louisiana Tech University, Porto, Portogallo, 27-30 giugno 2018
- 85) Articolo in rivista internazionale
Bigi A., Bonera M., Corvi E., (2018), **Cultural Differences and Different Stimuli for Online Purchasing Intention,** World Journal of Social Sciences, Vol. 8. No. 3., September 2018, Pages: 171-187. ISSN 2329-9355

Brescia, marzo 2019

(Elisabetta Corvi)