

Roberto Chierici

Da novembre 2024, **Professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese** presso l'**Università degli Studi di Milano-Bicocca**, Dipartimento di Scienze Economico Aziendali e Diritto per l'Economia.

Pubblicazioni

Articoli su rivista e contributi in libro

1. Bosisio, J., Zamparo, G., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Mason, M.C. (2024). Beyond economic convenience: Unveiling the motives for engaging in food sharing initiatives. *Technovation*. 138
DOI: 10.1016/j.technovation.2024.103119.
2. Chierici, R., Mazzucchelli, A., Di Gregorio, A. (2023). Employees' social media presence: Future directions for corporate reputation. In: Foroudi, P., Cuomo, M.T. (eds) – *Business Digitalization. Corporate Identity and Reputation*. 1st Edition. Routledge Publishing Limited.
ISBN: 9781032512358
3. Bosisio, J., Chierici, R., Chiacchierini, C., Costanzo, F. (2023). Supporting the transition towards e-mobility: An investigation into the role of public charge stations. *Esperienze d'Impresa*. 29(1-2), 21-46.
4. Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R. (2023). Firm policies and employees' participation in conversation about their employer on social media. *Italian Journal of Marketing*. 3, 301-322.
DOI: 10.1007/s43039-023-00074-3
5. Chierici, R., Bua, I., Codognola, R., Barbieri, M. (2022). Lavazza: qualità e Made in Italy al servizio dei processi di internazionalizzazione. In: Alon, I., Jaffe, E., Luceri, B., Prange, C., Vianelli, D. (eds) – *Marketing internazionale. Strategie, Principi e Applicazioni*. G. Giappichelli Editore.
ISBN: 9788892140684
6. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Del Giudice, M., Bua, I. (2022). Do circular economy practices affect corporate performance? Evidence from Italian large-sized manufacturing firms. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*. 29(6), 2016-2029.
DOI: 10.1002/csr.2298
7. Magni, D., Chierici, R., Fait, M., Lefebvre, K. (2022). A network model approach to enhance knowledge sharing for internationalization readiness of SMEs. *International Marketing Review*. 39(3), 626-652.
DOI: 10.1108/IMR-03-2021-0110
8. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Di Gregorio, A., Chiacchierini, C. (2021). Is Facebook an effective tool to access foreign markets? Evidence from international export performance of fashion firms. *Journal of Management and Governance*. 25, 1107–1144.
DOI: 10.1007/s10997-021-09572-y
9. Tortora, D., Chierici, R., Farina Briamonte, M., Tiscini, R. (2021). 'I digitize so I exist'. Searching for critical capabilities affecting firms digital innovation. *Journal of Business Research*. 129, 193-204.
DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.02.048
10. Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Di Gregorio, A. (2021). Innovative startup creation: the effect of local factors and demographic characteristics of entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 17, 145–164.
DOI: 10.1007/s11365-019-00618-0
11. Chierici, R., Tortora, D., Del Giudice, M., Quacquarelli, B. (2021). Strengthening digital collaboration to enhance social innovation capital: an analysis of Italian small innovative enterprises. *Journal of Intellectual Capital*. 22(3), 610-632.
DOI: 10.1108/JIC-02-2020-0058
12. Bua, I., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Chiacchierini, C. (2021). Branding & Storytelling in Fashion companies. When storytelling plays a key role in the relationship with the customer. *Esperienze d'impresa*. 1/2021, 67-89.
DOI: 10.57570/104713
13. Papa, A., Chierici, R., Ballestra, L. V., Meissner, D., Orhan, M. A. (2020). Harvesting reflective knowledge exchange for inbound open innovation in complex collaborative networks: an empirical verification in Europe.

Journal of Knowledge Management. 25(4), 669-692.

DOI: 10.1108/JKM-04-2020-0300

14. 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*. 32(2), 337-356.
DOI: 10.1108/IJLM-03-2020-0119
15. 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*. 27(4), 681-701.
DOI: 10.1108/JSBED-07-2019-0252
16. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Cuomo, M.T. (2020). Branding – Virtual Space. Past, present and new directions in virtual worlds. In: Foroudi, P., Palazzo, M. (eds) – *Contemporary Issues in Branding*. 1st Edition. Routledge Publishing Limited.
ISBN: 1138368547
17. Cuomo, M.T., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Ceruti, F. (2020). Exploiting online environment to engage customers: social commerce brand community. *Qualitative Market Research*. 23(3), 339-361.
DOI: 10.1108/QMR-12-2017-0186
18. Singh, S.K., Del Giudice, M., Chierici, R., Graziano, D. (2020). Green Transformational Leadership, Green Innovation and Environmental Performance: Role of Green Human Resource Management. *Technological Forecasting & Social Change*. 150.
DOI: 10.1016/j.techfore.2019.119762
19. Caputo, F., Quaglia, R., Pironti, M., Chierici, R. (2020). Human resources and internationalization processes. A cognitive based view. *European Journal of International Management*. 19(4), 518-536.
DOI: 10.1504/EJIM.2020.10023863
20. Naji, M.A., Mousrij, A., Cillo, V., Chierici, R. (2019). Measuring the maintenance performance through fuzzy logic and analytical hierarchy process. *Journal of Managerial and Financial Accounting*. 11(3/4), 290 – 319.
DOI: 10.1504/IJMFA.2019.104133
21. 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
22. 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
23. 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*. 128, 742-751.
DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.05.034
24. 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
25. 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
26. Chierici, R., Mazzucchelli, A., Garcia-Perez, A., Vrontis, D. (2019). Transforming big data into knowledge: the role of knowledge management practice. *Management Decision*. 57(8), 1902-1922.
DOI: 10.1108/MD-07-2018-0834
27. Del Bosco, B., Chierici, R., & Mazzucchelli, A. (2018). Fostering entrepreneurship: an innovative business model to link innovation and new venture creation. *Review of Managerial Science*. 13, 561-574.
DOI: 10.1007/s11846-018-0318-8
28. 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

29. 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.
30. Morra, M.C., Ceruti, F., Chierici, R., Di Gregorio, A. (2018). Social vs. Traditional Media Communication: Brand Origin Associations Strike a Chord. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 12(1), 2-21.
DOI: 10.1108/JRIM-12-2016-0116
31. Chierici, R., Gordini, N. (2017). Dal CRM al Social CRM: uno strumento per incrementare le performance della relazione con il cliente. *SINERGIE Italian Journal of Management*. 35(103), 107-128.
DOI: 10.7433/s103.2017.06
32. 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.
33. 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
34. 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

Monografie pubblicate

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

Conference proceedings

1. Ghianda, E., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Chiacchierini, C., Olivero, N. (2024) Genuine or Generated? The Impact of AI-Generated versus Human Created Social Media Content on Brands. In Atti del XXI Convegno annuale SIM "Brands and purpose in a changing era".
ISBN: 978-88-947829-1-2
2. Rehmat, S., Olivero, N., Mazzucchelli, A., Chierici, R. (2024). Exploring the Role of Virtual Influencers in Promoting Adaptive Sustainable Clothing through Visual Narrative Transportation. In Atti del XXI Convegno annuale SIM "Brands and purpose in a changing era".
ISBN: 978-88-947829-1-2
3. Tortora, D., Chierici, R., Mazzucchelli, A., Ghianda, E. (2024). The Consumer Acceptance of Artificial Intelligence Devices for a New In-Store Customer Journey. In 2024 Global Fashion Management Conference at Milan
DOI: 10.15444/GFMC2024.05.02.04
4. Bosisio J., Chierici, R., Mazzucchelli, A., Chiacchierini, C. (2023). How much does the customer value co-creation affect their benefits? The role of relational and ethical interactions between customers and employees. In Atti del XX Convegno annuale SIM "Marketing per il benessere, la salute e la cura".
ISBN: 978-88-947829-0-5
5. Cuomo, M.T., Tortora, D., Festa, G., Chierici, R., Giordano, A. (2023). The foodie subcultures: from the underground to the mainstream. A netnographic analysis. In 22nd International Marketing Trends Conference.
ISBN: 978-2-490372-16-4
6. Bosisio J., Chierici, R., Mazzucchelli, A., Di Gregorio, A., (2022). Food sharing platforms: an investigation on the behavior of Italian consumers. In Atti del XIX Convegno annuale SIM "Next Generation Marketing. Place, People, Planet: cooperation & shared value for a new era of critical marketing".
ISBN: 978-88-943918-8-6
7. Bosisio J., Chierici, R., Di Gregorio, A., Mazzucchelli, A. (2021). Is it for you? Circular packaging and sustainable authenticity. In Atti del XVIII Convegno annuale SIM "Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella

- creazione di valore per le imprese e la società".
ISBN: 978-88-943918-6-2
8. Bosio J., Chiacchierini, C., Chierici, R., Di Gregorio, A., Mazzucchelli, A. (2020). Developing a Data-Driven Customer Experience. A managerial perspective. In Atti del XVII Convegno annuale SIM "Il Marketing per una società migliore".
ISBN: 978-88-943918-4-8
 9. Del Bosco, B., Chierici, R., Mazzucchelli, A. (2020). Factors affecting the growth of innovative startups. In 11th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge Conference – ACIEK 2020 Conference Proceedings "Challenges and opportunities: How are Technology, Information and Marketing Affecting the Interconnected World?".
ISBN: 978-84-09-20310-9
 10. Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R. (2019). Employees' propensity to endorse their firms on social media. In Atti del XVI Convegno annuale SIM "Marketing 4.0: le sfide della multicanalità".
ISBN: 978-88-943918-3-1
 11. 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 Atti del XVI Convegno annuale SIM "Marketing 4.0: le sfide della multicanalità".
ISBN: 978-88-943918-3-1
 12. Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Di Gregorio, A. (2019). Innovative startup creation and local context. In 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy INEKA (formerly GIKA) Conference Proceedings "Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth".
ISBN: 978-84-09-11060-5
 13. Mazzucchelli, A., Gavinelli, L., Chierici, R., Di Gregorio, A. (2018). Social media users perception during crisis event: the effect on company reputation. In Atti del XV Convegno Annuale SIM "I percorsi identitari nel marketing".
ISBN: 978-88-943918-2-4
 14. 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
 15. Mazzucchelli, A., Chierici, R., Del Bosco, B., Ceruti, F. (2017). Assessing the impact of social media on customer relationship performance. In Atti del XIV Convegno Annuale SIM "Il Marketing di successo. Imprese, enti e persone".
ISBN: 978-88-907662-9-9
 16. 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 GIKA Conference Proceedings "Innovation, Knowledge, Judgement and Decision-Making as Virtuos Cycles".
ISBN: 978-84-9152-227-0
 17. Cuomo, M.T., Chierici, R., Foroudi, P., Tortora, D., Pencarelli, T., Metallo, G. (2017). Sensory brand experience via augmented reality in the Italian fashion retailing system. A preliminary analysis. In 12th Global Brand Conference of the Academy of Marketing at Linnaeus.
ISBN: 978-91-88357-69-4
 18. Chierici, R., Gordini, N. (2016). Dal CRM al social CRM: l'utilizzo dei social media per incrementare le performance della relazione con il cliente. In XXVIII Convegno annuale di Sinergie "Management in a Digital World: Decisions, Production, Communication".
ISBN 97888907394-6-0
 19. Chierici, R., Morra, M.C., Di Gregorio, A. (2015). Combining Product Placement And Country Of Origin Effect To Increase Brand Equity. In 2015 Global Fashion Management Conference Proceedings.
ISSN: 2288-825X
 20. Chierici, R., Morra, M.C. (2014). Does communication support intangibles? Empirical evidences on Monza and Brianza' SMEs. In 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development,

Altre pubblicazioni nell'ambito di progetti accademici finanziati

1. Battiston, S., Chierici, R. (2023). Partnership Pubblico Privato: i modelli giuridici. FMI Facility Management Italia. 44/2023, 34-38.
ISSN 1973-5340
2. Di Gregorio, A., Chierici, R., Battiston, S., Bosisio, J., Gurioli, M. (2022). Ricerca di Sistema elettrico - Linee guida per una corretta implementazione e un adeguato sviluppo della Smart City.
ENEA, RdS/PTR(2021)/024 (Report annuale)
3. Di Gregorio, A., Chierici, R., Battiston, S., Bosisio, J., Gurioli, M. (2022). Ricerca di Sistema elettrico - Iter per la definizione di strumenti a supporto di una corretta implementazione della Smart City.
ENEA, RdS/PTR(2021)/023 (Report annuale)
4. Chierici, R., Di Gregorio, A., Gozo, N., Gurioli, M. (2019). Ricerca di Sistema elettrico - Realizzazione di una ricognizione delle tecnologie smart city disponibili sul mercato. Mappatura e descrizione dei servizi smart city implementabili.
ENEA, RdS/PAR2018/040 (Report annuale)
5. Di Gregorio, A., Chierici, R., Battiston, S., Gurioli, M. (2018). Ricerca di Sistema elettrico - Elaborazione di una metodologia di valutazione e sviluppo di uno smart district urbano e valorizzazione dei relativi strumenti e servizi tramite Social Media.
ENEA, RdS/PAR2017/076 (Report annuale)
6. Di Gregorio, A., Chierici, R., Gurioli, M. (2017). Ricerca di Sistema elettrico - Elaborazione di un percorso di disseminazione di modelli metodi e tecniche di sviluppo di smart district mediante ambienti internet e Social Media.
ENEA, RdS/PAR2016/034 (Report annuale)
7. Chierici, R., Di Gregorio, A., Malvestiti, P., Gozo, N. (2016). Rapporto di ricerca per l'identificazione e valutazione di business models implementabili negli interventi di riqualificazione degli impianti di illuminazione pubblica.
ENEA, RdS/PAR2015/003 (Report annuale)
8. Gozo, N., Di Gregorio, A., Chierici, R. (2015). City Profiler 2015 – Un tool per la validazione dell'audit e il monitoraggio delle performance della pubblica illuminazione.
ENEA, RdS/PAR2014/034 (Report annuale)
9. Gozo, N., Di Gregorio, A., Chierici, R. (2014). City Profiler – Software per il supporto all'efficientamento energetico e il monitoraggio degli impianti illuminotecnici.
ENEA, RdS/PAR2013/069 (Report annuale)
10. Gozo, N., Di Gregorio, A., Chierici, R. (2013). Progetto Lumière. Sviluppo di tool per le azioni di efficientamento energetico nei comuni e per il controllo dell'efficacia degli interventi di riqualificazione.
ENEA, RdS/2013/110 (Report annuale)
11. Gozo, N., Di Gregorio, A., Chierici, R. (2012). Sviluppo di strumenti di analisi e metodologie procedurali per l'innovazione nell'illuminazione pubblica.
ENEA, RdS/2012/280 (Report annuale)
12. AA.VV (2012). Progetto Lumière - Un'opportunità per gli Enti Locali di migliorare il servizio di pubblica illuminazione.
ENEA, RdS/2012/277 (Report annuale)

Altri titoli

Organizzazione o partecipazione come relatore a convegni di carattere scientifico in Italia o all'estero:

- Partecipazione come relatore al X Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Milano. Paper presentato: Arrigoni, V., Chierici, R., Del Corpo, M., Trivellato, P. (2013). La Smart City dei Bambini: tecnologie

abilitanti per la società del domani. Stato dell'arte in Lombardia.

dal 03-10-2013 al 04-10-2013

- Partecipazione come relatore al XXVIII Convegno Annuale di Sinergie, Udine. Paper presentato: Chierici, R., Gordini, N. (2016). Dal CRM al social CRM: l'utilizzo dei social media per incrementare le performance della relazione con il cliente.
dal 09-06-2016 al 10-06-2016
- Partecipazione come relatore alla 7th Global Innovation and Knowledge Academy - GIKA 2017 Conference, Lisbona. Paper presentato: 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.
dal 28-06-2017 al 30-06-2017
- Partecipazione come relatore al 3rd International Colloquium on Corporate Branding, Identity, Image and Reputation – COBIIR 2017 Conference, Londra. Paper presentato: Chierici, R., Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chiacchierini, C. (2017). How to boost a brand in the social media era: fsQCA findings.
dal 07-09-2017 al 08-09-2017
- Partecipazione come relatore a The Florence Paper Development Workshop. First Edition. Firenze, 23 settembre 2019. Paper presentato: Chierici R., Mazzucchelli A., Gurioli M. (2019). "The role of employee engagement in firm innovativeness: A social media perspective".
dal 23-09-2019 al 23-09-2019
- Partecipazione come relatore al XX Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Firenze. Firenze, 20-21 ottobre 2023. Paper presentato: Balestrieri, F., Chierici R., Di Gregorio, A., Mazzucchelli A. (2023). "GVM Care & Research "La customer experience nel mondo della sanità: tra digitale e reale".
dal 20-10-2023 al 21-10-2023
- Membro dell'Academic Excellence Committee, Comitato Organizzatore della 2024 Global Fashion Management Conference, Milano, 11-14 luglio 2024
dal 23-10-2023 a oggi

Coautore dei paper presentati ai convegni di seguito indicati:

- Chierici, R., Morra, M.C. (2014). Does communication support intangibles? Empirical evidences on Monza and Brianza' SMEs. 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development, Ancona.
dal 16-07-2014 al 18-07-2014
- Chierici, R., Morra, M.C., Di Gregorio, A. (2015). Combining Product Placement And Country Of Origin Effect To Increase Brand Equity. 2015 Global Fashion Management Conference, Firenze.
dal 25-06-2015 al 28-06-2015
- Cuomo, M.T., Chierici, R., Foroudi, P., Tortora, D., Pencarelli, T., Metallo, G. (2017). Sensory brand experience via augmented reality in the Italian fashion retailing system. A preliminary analysis. In 12th Global Brand Conference of the Academy of Marketing, Linnaeus (Sweden).
dal 26-04-2017 al 28-04-2017
- Mazzucchelli, A., Chierici, R., Del Bosco, B., Ceruti, F. (2017). Assessing the impact of social media on customer relationship performance. XIV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Bergamo.
dal 26-10-2017 al 27-10-2017
- Del Bosco, B., Chierici, R., Mazzucchelli, A. (2018). Fostering entrepreneurship: an innovative business model to link innovation and new venture creation. 8th Global Innovation and Knowledge Academy - GIKA 2018, Valencia (Spain).
dal 25-06-2018 al 27-06-2018
- Mazzucchelli, A., Chierici, R., Cuomo, M.T., Foroudi, P. (2018). Fashion events as a valuable vehicle to influence city image. A comparative analysis on Twitter. COBIIR Conference 2018, Cetraro (CS).
dal 03-09-2018 al 04-09-2018
- Mazzucchelli, A., Gavinelli, L., Chierici, R., Di Gregorio, A. (2018). Social media users perception during crisis event: the effect on company reputation. XV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Bari.
dal 18-10-2018 al 19-10-2018

- Mazzucchelli, A., Chierici, R., Di Gregorio, A., Chiacchierini, C. (2019). “Do firms need to be social? The effects of social networks on international export performance”. Conference: Digital Transformation and Internationalization of Firms: Prospects, Challenges and Future Agenda”, LUMSA University, Palermo.
dal 07-02-2019 al 08-02-2019
- Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Di Gregorio, A. (2019). Innovative startup creation and local context. 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy INEKA (formerly GIKA) – INEKA 2019, Verona.
dal 11-06-2019 al 13-06-2019
- Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R. (2019). Employees’ propensity to endorse their firms on social media. XVI Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Piacenza.
dal 24-10-2019 al 25-10-2019
- 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. XVI Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Piacenza.
dal 24-10-2019 al 25-10-2019
- Del Bosco, B., Chierici, R., Mazzucchelli, A. (2020). Factors affecting the growth of innovative startups. 11th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge Conference – ACIEK 2020, Madrid.
dal 23-06-2020 al 24-06-2020
- Bosio J., Chiacchierini, C., Chierici, R., Di Gregorio, A., Mazzucchelli, A. (2020). Developing a Data-Driven Customer Experience. A managerial perspective. XVII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Castellanza (VA).
dal 28-10-2020 al 30-10-2020
- Bosio J., Chierici, R., Di Gregorio, A., Mazzucchelli, A. (2021). Is it for you? Circular packaging and sustainable authenticity. XVIII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Ancona.
dal 14-10-2021 al 15-10-2021
- Bosio J., Chierici, R., Mazzucchelli, A., Di Gregorio, A., (2022). Food sharing platforms: an investigation on the behavior of Italian consumers. XIX Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Salerno.
dal 20-10-2022 al 21-10-2022
- Cuomo, M.T., Tortora, D., Festa, G., Chierici, R., Giordano, A. (2023). The foodie subcultures: from the underground to the mainstream. A netnographic analysis. 22nd International Marketing Trends Conference, Paris.
dal 19-01-2023 al 21-01-2023
- Olivero, N., Tortora, D., Mazzucchelli, A., Chierici, R. (2023). Measuring the impact of online advertisements on brand equity. A multiple experimental study; COBIIR 2023 - 5th International Colloquium on Corporate Branding, Identity, Image and Reputation, Middlesex University, London.
dal 21-09-2023 al 23-09-2023
- Bosio J., Chierici, R., Di Gregorio, A., Mazzucchelli, A. (2023). Food sharing platform: an investigation on the behavior of Italian consumers. XX Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Firenze.
dal 20-10-2023 al 21-10-2023
- Bosio J., Chierici, R., Mazzucchelli, A., Chiacchierini, C. (2023). How much does the customer value co-creation affect their benefits? The role of relational and ethical interactions between customers and employees. XX Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Firenze.
dal 20-10-2023 al 21-10-2023
- Tortora, D., Chierici, R., Mazzucchelli, A., Ghianda, E. (2024). The Consumer Acceptance of Artificial Intelligence Devices for a New In-Store Customer Journey. 2024 Global Fashion Management Conference, Milan
dal 11-07-2024 al 14-07-2024
- Ghianda, E., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Chiacchierini, C., Olivero, N. (2024) Genuine or Generated? The Impact of AI-Generated versus Human Created Social Media Content on Brands. XXI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Milano.
dal 17-10-2024 al 19-10-2024
- Rehmat, S., Olivero, N., Mazzucchelli, A., Chierici, R. (2024). Exploring the Role of Virtual Influencers in Promoting Adaptive Sustainable Clothing through Visual Narrative Transportation. XXI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Milano.
dal 17-10-2024 al 19-10-2024

Direzione o partecipazione alle attività di un gruppo di ricerca caratterizzato da collaborazioni a livello nazionale o internazionale

- Responsabile Locale per l'unità dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca del Progetto di Ricerca di Interesse Nazionale (PRIN 2020) dal titolo "RIDE - Retail Industry Demand Estimation".
- Partecipazione alle attività di ricerca svolte nell'ambito dell'Accordo di collaborazione in partenariato pubblico-pubblico tra ENEA, Università degli Studi di Milano – Bicocca e Università La Sapienza di Roma per il progetto Energia e Sostenibilità per la Pubblica Amministrazione (ES-PA) finanziato a valere sul programma PON Governance 2014-2020 e volto allo sviluppo della linea di intervento 1.5 "Dotare le Regioni e gli EE.LL di strumenti per la pianificazione degli interventi di adozione di tecnologie per la Smart City e per la riduzione dei consumi energetici nell'illuminazione Pubblica".
- Membro del team scientifico costituito da CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio per la realizzazione di progetti strategici e di formazione in area turistica nell'ambito dell'Accordo quadro stipulato con ACI - Automobile Club d'Italia.
- Membro del team scientifico costituito da CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio per la realizzazione del Piano Strategico del Turismo 2023-2027, con specifico coinvolgimento nelle attività di ricerca relative alla definizione dello stato dell'arte del turismo internazionale e nazionale.
- Partecipazione alle attività svolte dall'Università degli Studi di Milano-Bicocca, in qualità di partner associato ENEA, all'interno del network EERA – European Energy Research Alliance, con particolare coinvolgimento nella progettazione, nell'organizzazione e nella realizzazione delle iniziative svolte nell'ambito dell'European Joint Programme Smart Cities, Sub Programme dedicato agli Urban Networks.

Responsabilità di studi e ricerche scientifiche affidate da qualificate istituzioni pubbliche o private

- Responsabile scientifico dell'Osservatorio SP hub – Smart City & Public Innovation Hub promosso da Bicocca4Management, CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio e Di.SEA.DE – Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia.
dal 25-06-2021 ad oggi
- Co-responsabile scientifico della 36esima edizione del "Premio Marketing per l'Università" della Società Italiana Marketing con il progetto dal titolo: "Il caso CoReVe. Ingaggiare i cittadini per un corretto riciclo del vetro".
dal 01-07-2023 al 01-10-2024
- Coordinatore delle attività e dei progetti di ricerca di CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio relativi alle aree "Illuminazione pubblica & Smart City"; Responsabile scientifico: prof. Angelo Di Gregorio
dal 01-01-2012 a oggi
- Co-responsabile scientifico della ricerca "LA COMUNICAZIONE DELLE PMI 2002-2022. Cambiamenti di Scenario per la Trasformazione Digitale" promossa da CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio in collaborazione con IPSOS Italia, Università Politecnica delle Marche, Università degli Studi di Firenze, Università degli Studi di Napoli Parthenope e Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.
dal 01-03-2022 al 08-10-2022
- Co-responsabile scientifico della ricerca "Marketing Data Driven & Phygital Revolution" promossa da CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio in collaborazione con IPSOS Italia, LeFac – TBS Group e Industree Communication Hub
dal 03-11-2019 a 14-07-2020
- Responsabile scientifico e coordinatore della ricerca "Employee Engagement & Employer Branding", promossa da CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio in collaborazione con IPSOS Italia e LeFac – TBS Group
dal 01-03-2019 al 06-06-2019
- 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
dal 01-03-2018 al 20-06-2018
- Responsabile scientifico e coordinatore della ricerca "Osservatorio sul Credito 2018. Marketing Data Driven. Net promoter score, sistemi di rating e algoritmi in un mondo interconnesso", promossa da CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio in collaborazione con AINM – Associazione Imprenditori

Nord Milano e ASSODEL
dal 08-01-2018 al 25-05-2018

- 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 dal 01-03-2017 al 21-06-2017
- Responsabile scientifico e coordinatore della ricerca “Marketing Innovation Hub – Social media & CRM. Il digital per la gestione della relazione col cliente?”, promossa da CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio in collaborazione con IPSOS Italia e LeFac – TBS Group dal 02-03-2015 al 23-11-2016
- Responsabile scientifico e coordinatore della ricerca “Social media & CRM”, promossa da CRIET - Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio in collaborazione con IPSOS Italia e LeFac – TBS Group dal 01-03-2016 al 30-11-2016

Direzione o partecipazione a comitati editoriali di riviste, collane editoriali, enciclopedie e trattati di riconosciuto prestigio

- Agenzia Nazionale per la Valutazione dell’Università e della Ricerca ANVUR - Roma
Revisore esterno VQR 2015-2019 - GEV 13b
dal 26-10-2021 Al 15-12-2021
- “Management & Marketing Cases”, Pearson, (Membro del Reviewer & Advisory Board)
dal 03-03-2021 a oggi
- “SAGE Open” (ISSN: 2158-2440), Sage Journal, indicizzato Scopus. (Article Editor)
dal 15-01-2021 al 25-10-2021
Ad hoc reviewer per le riviste:
- “Journal of Business Research” (ISSN: 0148-2963), Elsevier
dal 18-09-2020 a oggi
- “European Journal of International Management” (ISSN: 1751-6757), Inderscience
dal 08-01-2019 a oggi
- “Journal of Knowledge Management” (ISSN: 1367-3270), Emerald, indicizzato Scopus. (Ad hoc reviewer)
dal 14-12-2018 a oggi
- “Journal of the Knowledge Economy” (ISSN: 1868-7865), Springer, indicizzato Scopus. (Ad hoc reviewer)
dal 03-10-2018 a oggi
- “Qualitative Market Research: An International Journal” (ISSN: 1352-2752), Emerald, indicizzato nella banca dati Scopus. (Ad hoc reviewer)
dal 08-11-2017 a oggi

Partecipazione al collegio dei docenti, ovvero attribuzione di incarichi di insegnamento, nell’ambito di dottorati di ricerca accreditati dal Ministero

- Membro del Collegio Docenti del Dottorato di Interesse Nazionale (DIN) “Risorse per la nuova P.A.: Persone e Dati”. Il dottorato di interesse nazionale coinvolge le Università di Milano-Bicocca, Bergamo, Brescia, Firenze, Genova, Milano Statale, Padova, Piemonte Orientale, Torino, Trento e Venezia Ca’ Foscari.
dall’A.A.2022-23
- Docente dell’insegnamento “Technology and Innovation management”, nell’ambito del Dottorato “Business for Society” presso l’Università degli Studi di Milano-Bicocca.
dall’ A.A. 2021-22
- 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 "Dal CRM al social CRM. Nuove tecnologie per la gestione della relazione con il cliente"
dal 03-11-2017 al 03-11-2017

Formale attribuzione di incarichi di insegnamento o di ricerca (fellowship) presso qualificati atenei e istituti di ricerca esteri o sovranazionali

- Anno Accademico 2024-2025: Docente dell'insegnamento "Technological Transfer", Corso di Laurea Magistrale interuniversitario Human-Centered Artificial Intelligence delle Università di Milano, Università degli Studi di Milano-Bicocca e Università di Pavia
- Anno Accademico 2024-2025: Docente dell'insegnamento "Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia, Analisi dei Dati e Management presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2024-2025: Docente dell'insegnamento "Management", Corso di Laurea Triennale in Economia e Amministrazione delle Imprese presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2023-2024: Docente dell'insegnamento "Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia, Analisi dei Dati e Management presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2023-2024: Docente dell'insegnamento "Management", Corso di Laurea Triennale in Economia e Amministrazione delle Imprese presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2022-2023: Docente dell'insegnamento "Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2022-2023: Docente dell'insegnamento "Management", Corso di Laurea Triennale in Economia e Amministrazione delle Imprese presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2021-2022: Docente dell'insegnamento "Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2020-2021: Docente del modulo "Innovation Management" all'interno dell'insegnamento "Entrepreneurship & Innovation Lab", Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Mercati Globali (percorso in lingua inglese) presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2020-2021: Docente dell'insegnamento "Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2019-2020: Docente dell'insegnamento "Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2018-2019: Docente dell'insegnamento "Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2017-2018: Docente dell'insegnamento "Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2016-2017: Docente del modulo "Vendite e Marketing" all'interno dell'insegnamento "Economia e Gestione delle Imprese Industriali e Marketing", Corso di Laurea Triennale in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Dall'Anno Accademico 2014-2015: Docente del modulo "Excel" all'interno dell'insegnamento "Competenze informatiche", Master di I Livello M3 – Master in Marketing Management, Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Dall'Anno Accademico 2015-2016: Docente del modulo "Excel" all'interno dell'insegnamento "Computer Skills", Master di I livello MTSM – Master in Tourism Strategy Management presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2014-2015: Relatore del seminario "Excel" all'interno dell'insegnamento "IT knowledge", Master di I Livello MTSM – Master in Tourism Sales Management, Università degli Studi di Milano-Bicocca
- Anno Accademico 2013-2014: Docente di "Relazionarsi col cliente e valorizzare i prodotti del territorio" nel Corso di Alta Formazione IFTS, Università degli Studi di Milano-Bicocca

Conseguimento di premi e riconoscimenti per l'attività scientifica, inclusa l'affiliazione ad accademie di riconosciuto prestigio nel settore

- Referente SIMktg – Società Italiana di Marketing per la sede dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca dal 07-12-2020 al 12-12-2024
- Socio della SIMktg – Società Italiana di Marketing dal 03-10-2013 ad oggi
- Best Colloquium Paper: COBIIR 2023 - 5th International Colloquium on Corporate Branding, Identity, Image and Reputation, Middlesex University, London.
Articolo premiato: Olivero, N., Tortora, D., Mazzucchelli, A., Chierici, R. "Measuring the impact of online advertisements on brand equity. A multiple experimental study".

- Emerald Literati Awards 2019 - Highly Commended Paper
Articolo premiato: Morra, M.C., Ceruti, F., Chierici, R., Di Gregorio, A. (2018). Social vs. Traditional Media Communication: Brand Origin Associations Strike a Chord. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 12(1), 2-21.
- Best Paper Award: INEKA 2019 - 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy INEKA (formerly GIKA), Verona. *Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth*.
Paper presentato: Innovative startup creation and local context. Del Bosco, B., Mazzucchelli, A., Chierici, R., Di Gregorio, A.
- Selected Paper: Sinergie 2016 - XXVIII Convegno Annuale di Sinergie, Udine. *Management in a Digital World: Decisions, Production, Communication*.
Paper presentato: Chierici, R., Gordini, N. Dal CRM al social CRM: l'utilizzo dei social media per incrementare le performance della relazione con il cliente.
- Vincitore di assegno di ricerca presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia, per un progetto dal titolo "Soluzioni manageriali per una corretta gestione dei sistemi di pubblica illuminazione", responsabile scientifico Prof. Angelo Di Gregorio
- Conseguimento del titolo di Dottore di Ricerca in Economia Aziendale, Management ed Economia del Territorio, Università degli Studi di Milano-Bicocca dopo esame valutativo finale e discussione della tesi di dottorato dal titolo "Social media e CRM. Gli effetti delle nuove tecnologie sulla gestione della relazione con il cliente".
- Vincitore 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, coordinatore Prof. Angelo Di Gregorio.

Specifiche esperienze professionali caratterizzate da attività di ricerca del candidato e attinenti al settore concorsuale per cui è presentata la domanda per l'abilitazione

- **Professore associato (Associate Professor)**
Vincitore della selezione per la copertura di n.1 posto di professore associato per il settore concorsuale 13/B2 – Economia e Gestione delle Imprese, settore scientifico disciplinare SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese, presso il Dipartimento di Scienze Economico Aziendali e Diritto per l'Economia, Università degli Studi di Milano-Bicocca.
dal 01-11-2022 al 31-10-2024
- **Ricercatore (RTDb, Assistant Professor)**
Vincitore della selezione per la copertura di n.1 posto di ricercatore a tempo determinato di tipologia b) per il settore concorsuale 13/B2 – Economia e Gestione delle Imprese, settore scientifico disciplinare SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese, presso il Dipartimento di Scienze Economico Aziendali e Diritto per l'Economia, Università degli Studi di Milano-Bicocca.
dal 01-11-2019 al 31-10-2022
- **Assegnista di Ricerca (Post-doc Researcher)**
Vincitore della selezione per il conferimento di n.1 assegno di ricerca per lo svolgimento di attività di ricerca per il settore scientifico disciplinare SECS-P/08 - Economia e Gestione delle Imprese - presso il Dipartimento di Scienze Economico Aziendali e Diritto per l'Economia, Università degli Studi di Milano-Bicocca, con il progetto di ricerca dal titolo "Soluzioni manageriali per una corretta gestione dei sistemi di pubblica illuminazione".
dal 01-01-2016 al 31-10-2019
- **Responsabile scientifico** del Master universitario di I Livello M³ – Master in Marketing Management
dall'A.A.2023-2024
- Docente Summer School Pro.Fu.Ma – Progetta il tuo Futuro nel Marketing del Dipartimento di Scienze Economico Aziendali e Diritto per l'Economia dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca nell'ambito del Progetto PNRR Orientamento
dal 06-06-2023 al 09-06-2023
- Coordinatore scientifico del Corso Executive MSL – Master Smart Land presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca
dal 01-07-2021 al 30-06-2022
- Membro del Comitato scientifico del Master universitario di I Livello MTSM – Master in Tourism Strategy and Management
dall'A.A.2020-2021
- Membro del Comitato scientifico del Master universitario di I Livello M³ – Master in Marketing Management
dall'A.A.2019-2020
- Partecipazione come relatore a CRIET Incontra 2022, Ricerca presentata "MARTECH, CONSUMATORI E MERCATI. Strategie Competitive e Soluzioni Organizzative"
Milano, 1 dicembre 2022
- Partecipazione come relatore a CRIET Incontra 2019, Ricerca presentata "Employee Engagement & Employer Branding. Sfide e soluzioni al tempo dei social media"
Milano, 6 giugno 2019
- Partecipazione come relatore a CRIET Incontra 2018, Ricerca presentata "MIH – Osservatorio Social III edizione. Performance dei social media fra opportunità e privacy"
Milano, 20 giugno 2018
- Partecipazione come relatore a CRIET Incontra 2018, Ricerca presentata "Osservatorio sul Credito 2018. Marketing Data Driven. Net promoter score, sistemi di rating e algoritmi in un mondo interconnesso"
Milano, 25 maggio 2018
- Partecipazione come relatore 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 coglierle le

opportunità"

Milano, dal 30-03-2017 al 29-11-2017

- Partecipazione come relatore a CRIET Incontra 2017, Ricerca presentata "Marketing Innovation Hub – Ruolo e performance dei social media nella gestione aziendale – II Edizione"
Milano, 21 giugno 2017
- Partecipazione come relatore a CRIET Incontra 2016, Ricerca presentata "Social media & CRM. Il digital per la gestione della relazione col cliente"
Milano, 23 novembre 2016
- Partecipazione come relatore a CRIET Incontra 2016, Ricerca presentata "Il finanziamento delle attività di riqualificazione nell'Illuminazione Pubblica"
Milano, 14 luglio 2016
- Dottorato di ricerca in Economia aziendale, management ed economia del territorio presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca (XXVIII Ciclo)
dal 01-01-2013 al 31-12-2015

Milano, febbraio 2025