

Erica Paola Corbellini

Senior Lecturer



Knowledge Group: Strategy and Operations

Research Domains: Digital Transformation

Teaching Domains: Business Model Transformation, Digital Innovation,
Change Management

erica.corbellini@sdabocconi.it

Articles in Scholarly Journals

L'evoluzione del ruolo di venditori e manager nel fashion retail - The Changing Roles of Salespeople and Managers in Fashion Retail

CORBELLINI, E. P., L. CERINI, L. PALADINO, "L'evoluzione del ruolo di venditori e manager nel fashion retail - The Changing Roles of Salespeople and Managers in Fashion Retail", *Economia & Management*, 2024, no. 4, pp. 91-98

Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali

CORBELLINI, E. P., S. SAVIOLO, "Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali", *Economia & Management*, 2020, no. 4, pp. 70-74

Se il prodotto tessile diventa marchio

CORBELLINI, E. P., F. R. RINALDI, "Se il prodotto tessile diventa marchio", *Economia & Management*, 2017, no. 1, pp. 69-78

Il 'See now buy now'. Verso una moda fast?

CORBELLINI, E. P., "Il 'See now buy now'. Verso una moda fast?", *Economia & Management*, 2016, no. 4, pp. 27-31

La CSR nella moda: strumento di marketing o elemento fondante della strategia di impresa?

CORBELLINI, E. P., E. MARAFIOTI, "La CSR nella moda: strumento di marketing o elemento fondante della strategia di impresa?", *Economia & Management*, 2013, no. 3, pp. 61-80

Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere

SAVIOLO, S., E. CORBELLINI, "Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere", *Economia & Management*, 2012, no. 3, pp. 64-74

Il brand Milano attraverso la moda e il design

CORBELLINI, E., F. R. RINALDI, A. ROTA, "Il brand Milano attraverso la moda e il design", *Economia & Management*, 2011, no. 1, pp. 75-98

Il vantaggio competitivo delle sfilate milanesi: fonti e sostenibilità

CORBELLINI, E. P., "Il vantaggio competitivo delle sfilate milanesi: fonti e sostenibilità", *Economia & Management*, 2007, no. 5, pp. 53-68

Practice-Oriented Books

Management in fashion and luxury companies

SAVIOLO, S., E. CORBELLINI - "Management in fashion and luxury companies" - 2009, Rizzoli Etas, Milano, Italy

L'esperienza del lusso. Mondi, mercati, marchi

SAVIOLO, S., E. CORBELLINI - "L'esperienza del lusso. Mondi, mercati, marchi" - 2007, Etas Libri, Milano, Italy

La scommessa del Made in Italy e il futuro della moda italiana

SAVIOLO, S., E. CORBELLINI - "La scommessa del Made in Italy e il futuro della moda italiana" - 2004, Etas Libri, Milano, Italy

Il mondo orafo fra tradizione e innovazione

CORBELLINI, E., L. CARCANO, P. VARACCA, G. LOJACONO - "Il mondo orafo fra tradizione e innovazione" - 2002, Etas Libri, Milano, Italy

Edited Books

Delivering the dream. Cultural relevance, product desirability, customer engagement: strategy and execution for fashion and luxury

CORBELLINI, E. P., T. GALLI (Eds.), "Delivering the dream. Cultural relevance, product desirability, customer engagement: strategy and execution for fashion and luxury" - 2026, Bocconi University Press - BUP, Milano, Italy

Il sistema gioiello tra tradizione ed innovazione

CARCANO, L., E. P. CORBELLINI, G. LOJACONO, P. VARACCA (Eds.), "Il sistema gioiello tra tradizione ed innovazione" - 2002, Etas Libri, Milano, Italy

Contribution to Chapters, Books or Research Monographs

Coniugare obiettivi economici e sociali per le imprese del sistema moda

CORBELLINI, E., E. MARAFIOTI, "Coniugare obiettivi economici e sociali per le imprese del sistema moda" in *Economia Aziendale e Management. Scritti in Onore di Vittorio Coda.*, G.Airoldi, G.Brunetti, G.Corbetta, G.Invernizzi (Eds.), Egea, pp. 1157-1168, 2010

Il processo di comunicazione

CORBELLINI, E., "Il processo di comunicazione" in *Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività.*, S.Saviolo, S.Testa (Eds.), Rizzoli Etas, 2005

Il valore del gioiello Made in Italy

CORBELLINI, E. P., "Il valore del gioiello Made in Italy" in *Il gioiello italiano ad una svolta. Dalla crisi alla costruzione di nuove opportunità.*, Luana Carcano, Antonio Catalani, Paola Varacca Capello (Eds.), Franco Angeli, 2005

Tod's

CARNEVALE MAFFE', C. A., E. P. CORBELLINI, "Tod's" in *Strategia e politica aziendale.* Casi., G. Invernizzi (Ed.), Egea, 2004

I clienti: i settori calzaturiero e della pelletteria

CORBELLINI, E., "I clienti: i settori calzaturiero e della pelletteria" in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli.*, G.Airoldi, A.Zattoni (Eds.), Franco Angeli, 2002

Il distretto dell'abbigliamento in pelle di Empoli

CORBELLINI, E., "Il distretto dell'abbigliamento in pelle di Empoli" in *Lo sviluppo imprenditoriale delle economie locali. I comprensori del Medio Valdarno Inferiore, di Ponsacco e di Empoli.*, G.Airoldi, A.Zattoni (Eds.), Franco Angeli, 2002

Sulla rete senza rete? Un modello di valutazione della sostenibilità strategica dei business model su Internet

CORBELLINI, E. P., "Sulla rete senza rete? Un modello di valutazione della sostenibilità strategica dei business model su Internet" in *E-business. Condizioni e strumenti per le imprese che cambiano.*, C.Dematté (Ed.), Etas Libri, 2001

Articles in national/international newspapers

La moda uomo verso il new normal

CORBELLINI, E. P., "La moda uomo verso il new normal", *Il Giorno*, 30 January 2021

Research Notes or short Articles in Journals

The Value of Made in Italy Fashion Production in the Time of Covid-19

CORBELLINI, E. P., L. PALADINO, "The Value of Made in Italy Fashion Production in the Time of Covid-19", *Economia & Management Plus*, 8 December 2020

Cases in International Case Collections

Can a B2C Strategy Elevate a B2B Brand? The Case of Vitale Barberis Canonico

CORBELLINI, E. P., S. U. ROSSO - "Can a B2C Strategy Elevate a B2B Brand? The Case of Vitale Barberis Canonico" - 2019, The Case Centre, Great Britain

Patrizia Pepe: Advanced Quick Fashion

CORBELLINI, E. P. - "Patrizia Pepe: Advanced Quick Fashion" - 2006, The Case Centre, Great Britain

Tod's: Building and Developing a Luxury Group

CARNEVALE MAFFE', C. A., E. P. CORBELLINI - "Tod's: Building and Developing a Luxury Group" - 2005, The Case Centre, Great Britain

Other

C'erano una volta le seconde linee

CORBELLINI, E. P., "C'erano una volta le seconde linee", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 22 March 2015

Quando le aziende della moda fanno scuola

CORBELLINI, E. P., "Quando le aziende della moda fanno scuola", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 11 February 2015

Disruption: la disciplina dell'indisciplina

CORBELLINI, E., "Disruption: la disciplina dell'indisciplina", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 24 September 2014

Fashion bloggers: una moda destinata a durare?

CORBELLINI, E., "Fashion bloggers: una moda destinata a durare?", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 28 April 2014

Ingredient branding: perché è una strategia win-win

CORBELLINI, E. P., "Ingredient branding: perché è una strategia win-win", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 2 July 2014

Masstige: applicare il dream factor al mass market. Rubrica "Esercizi di style"

CORBELLINI, E., "Masstige: applicare il dream factor al mass market. Rubrica "Esercizi di style"", *Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship*, 2014

Transmedia storytelling: il cliente eroe della storia

CORBELLINI, E., "Transmedia storytelling: il cliente eroe della storia", Ideas of Management on Strategy and Entrepreneurship, 3 December 2014

L'evoluzione delle settimane milanesi della moda

CORBELLINI, E. P., "L'evoluzione delle settimane milanesi della moda", Impresa & Stato, 2005, vol. 72

Proceedings/Presentations

Ingredient branding: rendere l'invisibile visibile

CORBELLINI, E., "Ingredient branding: rendere l'invisibile visibile" in Il valore del marchio - Convegno Confindustria Cuneo, 26 Novembre, 2014, Cuneo, Italy