

# Maria Carmela Ostillio

Associate Professor of Practice



**Knowledge Group:** Marketing

**Research Domains:** Brand & Communication

**Teaching Domains:** Strategic Brand Management, Brand Reputation Management, Corporate Communication, Storytelling, Content Management

**carmela.ostillio@sdabocconi.it**

---

## Biography

Maria Carmela Ostillio is an Associate Professor of Practice in Marketing and Sales at SDA Bocconi School of Management. She has previously served as the Responsible Professor for Brand Management at Bocconi University.

At SDA Bocconi, she is the Director of the Brand Academy. Maria has been the project owner for numerous research and training projects ("Customized-Programs") for companies in the consumer goods, services, and B2B sectors. Her research primarily focuses on branding, strategic brand management, marketing, and corporate communications. Additional areas of study include direct and interactive marketing, one-to-one marketing, customer databases, and marketing information systems.

She is the author of numerous essays and articles on the topics she covers, published in prominent journals such as the Journal of Interactive Marketing, Journal of Global Fashion Marketing, International Journal of Arts Management, Economia & Management, and Micromacro Marketing. Maria has been a Visiting Scholar at several foreign universities, including Columbia University (New York, USA), Northwestern University (Evanston, USA), Tuck School of Business (Hanover, USA), and Eller School of Management at the University of Arizona (Tucson, USA). She has also been a Visiting Professor in Italy (Università Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza; Università degli Studi di Napoli "Federico II"; Università degli Studi di Torino, Biella) and abroad (WU Executive Academy, Vienna University of Economics and Business; Skolkovo Business School, Moscow School of Management; SDA Bocconi Asia Center, Mumbai, India).

In 2013, Maria received the Best Paper Award at the Aimag International Conference on Arts and Cultural Management. She earned her Bachelor's degree in Political Science with a focus on International Economics from the University of Bari and an MBA – Master in Business Administration – from SDA Bocconi. Married with two children, Maria has been actively involved in humanitarian volunteer work for children, the elderly, and those in need. Her volunteer activities have taken her to several developing countries (Mali, Namibia, Somalia, etc.) and within Italy. Since 2008, she has volunteered with children and adolescents at Dynamo

## Other

### **Marca e Intelligenza Artificiale: due domande chiave per esplorare le nuove frontiere**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, "Marca e Intelligenza Artificiale: due domande chiave per esplorare le nuove frontiere", Economia & Management Plus, 25 March 2025

### **La buona tavola**

OSTILLIO, M. C., S. CASTALDO, "La buona tavola", Forbes.it, July 2025, pp. 41-43

### **Ma è tutto social quel che si mangia? Focus sui Food Content Creator “italianissimi”**

OSTILLIO, M. C., "Ma è tutto social quel che si mangia? Focus sui Food Content Creator “italianissimi”", SDA Bocconi Insight, 5 March 2025

### **I buoni propositi del 2025. Benvenuto Nuovo Anno.**

OSTILLIO, M. C., "I buoni propositi del 2025. Benvenuto Nuovo Anno.", SDA Bocconi Insight, 13 January 2025

### **Retail Brand o Retail Branding? Questo è il dilemma!**

OSTILLIO, M. C., "Retail Brand o Retail Branding? Questo è il dilemma!", SDA Bocconi Insight, 28 January 2025

### **Gruppo, portafoglio e premiumization per una Retail Brand Strategy**

OSTILLIO, M. C., "Gruppo, portafoglio e premiumization per una Retail Brand Strategy", SDA Bocconi Insight, 10 February 2025

### **Come far rinascere un brand. Triplice visione imprenditoriale**

OSTILLIO, M. C., "Come far rinascere un brand. Triplice visione imprenditoriale", SDA Bocconi Insight, 24 February 2025

### **Brand Guardian del “proprio” territorio (Puntata 1)**

OSTILLIO, M. C., "Brand Guardian del “proprio” territorio (Puntata 1)", SDA Bocconi Insight, 28 April 2025

### **Cinema driver di fascinazione per i brand? Non solo!**

OSTILLIO, M. C., "Cinema driver di fascinazione per i brand? Non solo!", SDA Bocconi Insight, 5 May 2025

### **Brand Guardian dell’inclusività per il “proprio” territorio (Puntata 2)**

OSTILLIO, M. C., "Brand Guardian dell’inclusività per il “proprio” territorio (Puntata 2)", SDA Bocconi Insight, 19 May 2025

### **Brand Guardian del Vecchio Mondo o Brand Driver nel Nuovo Mondo? (terza puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Brand Guardian del Vecchio Mondo o Brand Driver nel Nuovo Mondo? (terza puntata)", SDA Bocconi Insight, 3 June 2025

### **Il fascino delle bollicine...**

OSTILLIO, M. C., "Il fascino delle bollicine...", SDA Bocconi Insight, 16 June 2025

### **Ciao da Branded World**

OSTILLIO, M. C., "Ciao da Branded World", SDA Bocconi Insight, 30 June 2025

### **Ancoraggi e Paradossi del 2024**

OSTILLIO, M. C., "Ancoraggi e Paradossi del 2024", SDA Bocconi Insight, 8 January 2024

### **Mediale? A chi, cosa, quale? Dal paradosso a un possibile ancoraggio**

OSTILLIO, M. C., "Mediale? A chi, cosa, quale? Dal paradosso a un possibile ancoraggio", SDA Bocconi Insight, 22 January 2024

### **Importanza di un Brand per l'Europa**

OSTILLIO, M. C., "Importanza di un Brand per l'Europa", SDA Bocconi Insight, 5 February 2024

### **Midlife: crisi o opportunità?**

OSTILLIO, M. C., "Midlife: crisi o opportunità?", SDA Bocconi Insight, 19 February 2024

### **Lo spirito dei luoghi, il Genius Loci (prima puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Lo spirito dei luoghi, il Genius Loci (prima puntata)", SDA Bocconi Insight, 4 March 2024

### **India: lo spirito dei luoghi, il Genius Loci (seconda puntata)**

OSTILLIO, M. C., "India: lo spirito dei luoghi, il Genius Loci (seconda puntata)", SDA Bocconi Insight, 18 March 2024

### **Italia-Lombardia-Milano e Davide Longoni: il genius loci (terza puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Italia-Lombardia-Milano e Davide Longoni: il genius loci (terza puntata)", SDA Bocconi Insight, 8 April 2024

### **Italia - Toscana - Il Borro e Dynamo Camp: il genius loci (quarta puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Italia - Toscana - Il Borro e Dynamo Camp: il genius loci (quarta puntata)", SDA Bocconi Insight, 22 April 2024

### **Branding per Start-up e Young/New Brand: MoMo (prima puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Branding per Start-up e Young/New Brand: MoMo (prima puntata)", SDA Bocconi Insight, 6 May 2024

### **Branding per Start-up e Young/New Brand: Unobravo (seconda puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Branding per Start-up e Young/New Brand: Unobravo (seconda puntata)", SDA Bocconi Insight, 20 May 2024

### **Amarcord: partiamo con Heineken e il Brand "in" culture (Prima puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Amarcord: partiamo con Heineken e il Brand "in" culture (Prima puntata)", SDA Bocconi Insight, 3 June 2024

### **Amarcord: passiamo a Mercato Centrale (Seconda puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Amarcord: passiamo a Mercato Centrale (Seconda puntata)", SDA Bocconi Insight, 17 June 2024

#### **Amarcord: dedichiamoci a Martesana (Terza puntata) ...**

OSTILLIO, M. C., "Amarcord: dedichiamoci a Martesana (Terza puntata) ...", SDA Bocconi Insight, 1 July 2024

#### **Caffè e retail media per il global branding. Amarcord: Caffè Vergnano (Sesta Puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Caffè e retail media per il global branding. Amarcord: Caffè Vergnano (Sesta Puntata)", SDA Bocconi Insight, 7 October 2024

#### **Bespoke, sostenibile ed esclusivo. Il made in Italy tra superyacht & linen. Amarcord: Oliveri (Settima Puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Bespoke, sostenibile ed esclusivo. Il made in Italy tra superyacht & linen. Amarcord: Oliveri (Settima Puntata)", SDA Bocconi Insight, 21 October 2024

#### **Co-creation nel Branding: sogno o realtà?**

OSTILLIO, M. C., "Co-creation nel Branding: sogno o realtà?", SDA Bocconi Insight, 4 November 2024

#### **“Portafoglio/Portfolio”: in che senso, per cosa, perché?**

OSTILLIO, M. C., "“Portafoglio/Portfolio”: in che senso, per cosa, perché?", SDA Bocconi Insight, 18 November 2024

#### **Quando si dice “Prodotto”. Amarcord: Lorenzo Greco (Ottava e Ultima Puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Quando si dice “Prodotto”. Amarcord: Lorenzo Greco (Ottava e Ultima Puntata)", SDA Bocconi Insight, 2 December 2024

#### **Un augurio e riflessioni sul nuovo (anno?!?) che avanza!**

OSTILLIO, M. C., "Un augurio e riflessioni sul nuovo (anno?!?) che avanza!", SDA Bocconi Insight, 16 December 2024

#### **Dietro le quinte (1^ puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Dietro le quinte (1^ puntata)", SDA Bocconi Insight, 9 January 2023

#### **Dietro le quinte (2^ puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Dietro le quinte (2^ puntata)", SDA Bocconi Insight, 23 January 2023

#### **“Core Competence” e “Dietro le quinte” nel fashion system (3^ puntata)**

OSTILLIO, M. C., "“Core Competence” e “Dietro le quinte” nel fashion system (3^ puntata)", SDA Bocconi Insight, 6 February 2023

#### **Pop Brand: Italia vs. Usa. Chi vince?**

OSTILLIO, M. C., "Pop Brand: Italia vs. Usa. Chi vince?", SDA Bocconi Insight, 20 February 2023

#### **Diversity Brand Index da “Dietro le Quinte”**

OSTILLIO, M. C., "Diversity Brand Index da “Dietro le Quinte”", SDA Bocconi Insight, 6 March 2023

#### **Diversity & Inclusion è vero che...**

OSTILLIO, M. C., "Diversity & Inclusion è vero che...", SDA Bocconi Insight, 20 March 2023

### **Sustainability & Brands in the Fashion Industry**

OSTILLIO, M. C., "Sustainability & Brands in the Fashion Industry", SDA Bocconi Insight, 3 April 2023

### **Comunicare la sostenibilità (Prima Parte)**

OSTILLIO, M. C., G. FACCHINI, "Comunicare la sostenibilità (Prima Parte)", SDA Bocconi Insight, 17 April 2023

### **Comunicare la sostenibilità (Seconda Parte)**

OSTILLIO, M. C., G. FACCHINI, D. AGOSTA, "Comunicare la sostenibilità (Seconda Parte)", SDA Bocconi Insight, 1 May 2023

### **Comunicare la sostenibilità (Terza ed ultima Parte!)**

OSTILLIO, M. C., P. LEONE, "Comunicare la sostenibilità (Terza ed ultima Parte!)", SDA Bocconi Insight, 15 May 2023

### **La fascinazione del fatto a mano (Prima puntata)**

OSTILLIO, M. C., "La fascinazione del fatto a mano (Prima puntata)", SDA Bocconi Insight, 29 May 2023

### **La fascinazione del fatto a mano (Seconda puntata)**

OSTILLIO, M. C., "La fascinazione del fatto a mano (Seconda puntata)", SDA Bocconi Insight, 12 June 2023

### **La fascinazione del fatto a mano (Terza e ultima puntata)**

OSTILLIO, M. C., "La fascinazione del fatto a mano (Terza e ultima puntata)", SDA Bocconi Insight, 26 June 2023

### **Collab: machine, alliance, communication...o cosa?**

OSTILLIO, M. C., "Collab: machine, alliance, communication...o cosa?", SDA Bocconi Insight, 2 October 2023

### **Soft Power & Nation Branding**

OSTILLIO, M. C., "Soft Power & Nation Branding", SDA Bocconi Insight, 16 October 2023

### **Go (back) to the basic: tra funzionalità, tangibilità e concretezza**

OSTILLIO, M. C., "Go (back) to the basic: tra funzionalità, tangibilità e concretezza", SDA Bocconi Insight, 30 October 2023

### **Ma è solo questione di colore?**

OSTILLIO, M. C., "Ma è solo questione di colore?", SDA Bocconi Insight, 13 November 2023

### **Quindi...non è solo rosa quel che luccica**

OSTILLIO, M. C., "Quindi...non è solo rosa quel che luccica", SDA Bocconi Insight, 27 November 2023

### **La gioia di...**

OSTILLIO, M. C., "La gioia di...", SDA Bocconi Insight, 11 December 2023

### **Parola d'ordine dell'anno: Curiosità**

OSTILLIO, M. C., "Parola d'ordine dell'anno: Curiosità", SDA Bocconi Insight, 14 January 2022

### **Quando si dice curiosità, difficile non pensare a Focus, il brand editoriale**

OSTILLIO, M. C., "Quando si dice curiosità, difficile non pensare a Focus, il brand editoriale", SDA Bocconi Insight, 21 January 2022

### **Blog, Blogging, Blogger e dintorni**

OSTILLIO, M. C., "Blog, Blogging, Blogger e dintorni", SDA Bocconi Insight, 29 January 2022

### **Un blog tutto italiano, così come il suo blogger: Vincos**

OSTILLIO, M. C., "Un blog tutto italiano, così come il suo blogger: Vincos", SDA Bocconi Insight, 4 February 2022

### **Influencer, chi è il più... Marketing ...del reame?**

OSTILLIO, M. C., "Influencer, chi è il più... Marketing ...del reame?", SDA Bocconi Insight, 11 February 2022

### **Influencer marketing per tutte le età? Focus sugli âgée**

OSTILLIO, M. C., "Influencer marketing per tutte le età? Focus sugli âgée", SDA Bocconi Insight, 18 February 2022

### **Creator vs. Destroyer? Meglio Creator**

OSTILLIO, M. C., "Creator vs. Destroyer? Meglio Creator", SDA Bocconi Insight, 25 February 2022

### **Musei e Archivi d'impresa: passato, presente e...futuro (1)**

OSTILLIO, M. C., "Musei e Archivi d'impresa: passato, presente e...futuro (1)", SDA Bocconi Insight, 14 March 2022

### **Archivi d'impresa e.....futuro (2)**

OSTILLIO, M. C., "Archivi d'impresa e.....futuro (2)", SDA Bocconi Insight, 27 March 2022

### **I calendari: sistema di scansione del tempo o icone del nostro tempo?**

OSTILLIO, M. C., "I calendari: sistema di scansione del tempo o icone del nostro tempo?", SDA Bocconi Insight, 11 April 2022

### **Il calendario: icona del nostro tempo?**

OSTILLIO, M. C., "Il calendario: icona del nostro tempo?", SDA Bocconi Insight, 25 April 2022

### **Il calendario "senza tempo"**

OSTILLIO, M. C., "Il calendario "senza tempo"", SDA Bocconi Insight, 9 May 2022

### **Character per la narrazione nel mondo transmediale**

OSTILLIO, M. C., "Character per la narrazione nel mondo transmediale", SDA Bocconi Insight, 23 May 2022

### **Fumetto, Manga, Anime, Transmedialità: all'insegna dell'innovazione!**

OSTILLIO, M. C., "Fumetto, Manga, Anime, Transmedialità: all'insegna dell'innovazione!", SDA Bocconi Insight, 5 June 2022

### **Luxy: tecnologia e design per il brand building alla Design Week (Prima puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Luxy: tecnologia e design per il brand building alla Design Week (Prima puntata)", SDA Bocconi Insight, 20 June 2022

**Roy Roger's: il primo jeans italiano con 70 anni di storia, "celebrato" durante Pitti Uomo (Seconda puntata)**

OSTILLIO, M. C., "Roy Roger's: il primo jeans italiano con 70 anni di storia, "celebrato" durante Pitti Uomo (Seconda puntata)", SDA Bocconi Insight, 4 July 2022

**Buen Camino! Esperienza, Viaggio e...Cammino**

OSTILLIO, M. C., "Buen Camino! Esperienza, Viaggio e...Cammino", SDA Bocconi Insight, 18 July 2022

**Riti, rituali e ritualizzazioni per la marca**

OSTILLIO, M. C., "Riti, rituali e ritualizzazioni per la marca", SDA Bocconi Insight, 19 September 2022

**Anti-fragilità per il brand**

OSTILLIO, M. C., "Anti-fragilità per il brand", SDA Bocconi Insight, 3 October 2022

**Spettatore Post-TV? Verso un nuovo ecosistema mediatico**

OSTILLIO, M. C., "Spettatore Post-TV? Verso un nuovo ecosistema mediatico", SDA Bocconi Insight, 17 October 2022

**Consumo narrativo un po' come "mangiare" le storie!**

OSTILLIO, M. C., "Consumo narrativo un po' come "mangiare" le storie!", SDA Bocconi Insight, 31 October 2022

**Incredibile ma vero: da creatività a misurazione della creatività**

OSTILLIO, M. C., "Incredibile ma vero: da creatività a misurazione della creatività", SDA Bocconi Insight, 13 November 2022

**Management delle fonti del valore del brand: mai come oggi!**

OSTILLIO, M. C., "Management delle fonti del valore del brand: mai come oggi!", SDA Bocconi Insight, 27 November 2022

**AAA – Auguri, Arrivederci, A presto**

OSTILLIO, M. C., "AAA – Auguri, Arrivederci, A presto", SDA Bocconi Insight, 10 December 2022

**L'industria del calcio in Italia: una partita da vincere**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, A. ANTONUCCI, M. NAZZARI, "L'industria del calcio in Italia: una partita da vincere", Economia & Management Plus, 2018

**Musei d'Impresa. Strumento di Branding**

OSTILLIO, M. C., "Musei d'Impresa. Strumento di Branding", Via Sarfatti 25, 2016

**Brand della felicità. Come le marche possono rendere felici i consumatori**

OSTILLIO, M. C., B. BUSACCA, "Brand della felicità. Come le marche possono rendere felici i consumatori", Via Sarfatti 25, 2015

---

## Edited Books

### **Artificial Intelligence in the Cultural and Creative Sectors: Opportunities, Challenges, and Transformations**

MASSI, M., M. PROKÚPEK, A. RICCI, M. C. OSTILLIO (Eds.), "Artificial Intelligence in the Cultural and Creative Sectors: Opportunities, Challenges, and Transformations" - 2025, Routledge, London

### **Marketing (di Jean-Jacques Lambin)**

OSTILLIO, M. C. (Ed.), "Marketing (di Jean-Jacques Lambin)" - 1991, McGraw-Hill, Italy

---

## Contribution to Chapters, Books or Research Monographs

### **Introduction to Artificial Intelligence in the Cultural and Creative Sectors**

MASSI, M., M. PROKUPEK, A. RICCI, M. C. OSTILLIO, "Introduction to Artificial Intelligence in the Cultural and Creative Sectors" in Artificial Intelligence in the Cultural and Creative Sectors: Opportunities, Challenges, and Transformations., Marta Massi, Marek Prokúpek, Alessandra Ricci, Maria Carmela Ostillio (Eds.), Routledge, chap. 1, 2025

### **The Voyager, the Mirror, and the Creative Act: Three Metaphors for Understanding Generative Artificial Intelligence**

IANNELLA, A., M. C. OSTILLIO, "The Voyager, the Mirror, and the Creative Act: Three Metaphors for Understanding Generative Artificial Intelligence" in Artificial Intelligence in the Cultural and Creative Sectors: Opportunities, Challenges, and Transformations., Marta Massi, Marek Prokúpek, Alessandra Ricci, Maria Carmela Ostillio (Eds.), Routledge, chap. 2, 2025

### **Unleashing Creativity: The Powerful Duo of Artificial Intelligence and Brand Heritage**

PIANA, G., G. VENNERI, M. C. OSTILLIO, "Unleashing Creativity: The Powerful Duo of Artificial Intelligence and Brand Heritage" in Artificial Intelligence in the Cultural and Creative Sectors: Opportunities, Challenges, and Transformations., Marta Massi, Marek Prokúpek, Alessandra Ricci, Maria Carmela Ostillio (Eds.), Routledge, chap. 15, 2025

### **Le ricerche per la definizione e il controllo della comunicazione interattiva**

OSTILLIO, M. C., "Le ricerche per la definizione e il controllo della comunicazione interattiva" in Ricerche di Marketing. Metodologie e tecniche per le decisioni strategiche e operative - II Ed., L. Molteni, G. Troilo (Eds.), Egea, chap. 15, 2022

### **The Impact of Technology on Visitor Immersion in Art Exhibitions: Evidence from the Modigliani Art Experience exhibition**

CARÙ, A., P. MION DALLE CARBONARE, M. C. OSTILLIO, C. PIANCATELLI, "The Impact of Technology on Visitor Immersion in Art Exhibitions: Evidence from the Modigliani Art Experience exhibition" in Digital Transformation in the Cultural and Creative Industries. Production, Consumption and Entrepreneurship in



the Digital and Sharing Economy., Marta Massi, Marilena Vecco, Yi Lin (Eds.), Routledge, chap. 2, pp. 13-31, 2021

### **Brand Authenticity tra Brand e Autenticità: valore di un asset strategico per l'impresa**

CARÙ, A., M. C. OSTILLIO, "Brand Authenticity tra Brand e Autenticità: valore di un asset strategico per l'impresa" in Marketing: Una disciplina fantastica. Omaggio a Enrico Valdani., Busacca. B., Costabile M. (Eds.), Egea, pp. 135-157, 2018

### **Salvatore Ferragamo: Brand Heritage as Main Vector of Brand Extension and Internationalization**

OSTILLIO, M. C., S. GHADDAR, "Salvatore Ferragamo: Brand Heritage as Main Vector of Brand Extension and Internationalization" in Fashion Branding and Communication. Core Strategies of European Luxury Brands., J. Byoungho, E. Cedrola (Eds.), Palgrave Macmillan, pp. 73-99, 2017

### **TOD'S: A Global Multi-Brand Company with a Taste of Tradition**

OSTILLIO, M. C., S. GHADDAR, "TOD'S: A Global Multi-Brand Company with a Taste of Tradition" in Fashion Branding and Communication: Core Strategies of European Luxury Brands., J. Byoungho, E. Cedrola (Eds.), Palgrave Macmillan, pp. 101-123, 2017

### **Brand Management**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, "Brand Management" in Marketing@Bocconi: Progettare e trasferire valore al cliente., E.Valdani (Ed.), Egea, pp. 359-399, 2016

### **Le ricerche per la definizione e il controllo della comunicazione diretta**

OSTILLIO, M. C., "Le ricerche per la definizione e il controllo della comunicazione diretta" in Ricerche di Marketing. Metodologie e tecniche per le decisioni strategiche e operative di marketing., G. Troilo, L. Molteni (Eds.), Egea, pp. 587-621, 2012

### **Brand Management**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, "Brand Management" in M@rketing Management., E.Valdani (Ed.), Egea, pp. 461-502, 2011

### **La gestione strategica della marca**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, "La gestione strategica della marca" in La guida del Sole 24 ore al Marketing. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione., G.Cristini (Ed.), Il Sole 24 Ore, pp. 305-334, 2009

### **Le politiche di comunicazione: la pubblicità**

OSTILLIO, M. C., "Le politiche di comunicazione: la pubblicità" in Marketing e fiducia., S. Castaldo (Ed.), Il Mulino, chap. 8, 2009

### **Le politiche di comunicazione: la promozione delle vendite, il direct marketing e la comunicazione one to one**

OSTILLIO, M. C., "Le politiche di comunicazione: la promozione delle vendite, il direct marketing e la comunicazione one to one" in Marketing e fiducia., S. Castaldo (Ed.), Il Mulino, pp. 9, 2009

### **La marketing communication per il confronto competitivo**

OSTILLIO, M. C., "La marketing communication per il confronto competitivo" in Marketing strategico. Manovre e strategie di marketing, Vol. 2., F. Ancarani, E. Valdani (Eds.), Egea, pp. 323-353, 2009

### **Brand Management**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, "Brand Management" in Management - Distribuzione., S. Castaldo (Ed.), Il Sole 24 Ore - Università Bocconi Editore - La Repubblica, pp. 496-527, 2006

### **Customer Database & Direct Marketing**

OSTILLIO, M. C., "Customer Database & Direct Marketing" in Management - Vendite e Trade Marketing., S. Castaldo (Ed.), Il Sole 24 Ore - Università Bocconi Editore - La Repubblica, 2006

### **Internet Customer Database: costruzione, gestione e struttura di un sistema informativo sul cliente in rete**

OSTILLIO, M. C., P. CILLO, "Internet Customer Database: costruzione, gestione e struttura di un sistema informativo sul cliente in rete" in Il management nell'economia digitale., Scott W. G., Murtula M., Stecco M. (Eds.), Il Sole 24 Ore, 2003

### **La comunicazione territoriale**

OSTILLIO, M. C., "La comunicazione territoriale" in Strategie di Marketing del Territorio. Generare Valore per Imprese e i Territori nell'Economia della Conoscenza., F. Ancarani, E. Valdani (Eds.), Egea, 2000

### **Il caso Regione Puglia: come sviluppare un progetto di marketing turistico territoriale**

OSTILLIO, M. C., "Il caso Regione Puglia: come sviluppare un progetto di marketing turistico territoriale" in Strategie di Marketing del Territorio. Generare Valore per Imprese e i Territori nell'Economia della Conoscenza., F. Ancarani, E. Valdani (Eds.), Egea, 2000

### **Il caso Leo Burnett**

CUOMO, S., M. C. OSTILLIO, "Il caso Leo Burnett" in Soffitto di vetro e dintorni. Il management al femminile., M.C.Bombelli (Ed.), Etas Libri, 2000

---

## **Articles in Scholarly Journals**

### **Rebranding: tra storia e innovazione nel settore fashion Analisi di sei casi recenti**

OSTILLIO, M. C., M. SCANDURA, "Rebranding: tra storia e innovazione nel settore fashion Analisi di sei casi recenti", Micro & Macro Marketing, 2024, no. 2, pp. 419-448

### **Value Co-Creation in a Social Purpose Institution: The Case of the Dynamo Camp Art Factory—Between Art Therapy and Artification**

OSTILLIO, M. C., A. CARÙ, "Value Co-Creation in a Social Purpose Institution: The Case of the Dynamo Camp Art Factory—Between Art Therapy and Artification", Journal of Philanthropy and Marketing, 2024, vol. 29, no. 4, pp. e1879

### **Priorità strategiche per lo sviluppo del brand: l'esperienza di S. Pellegrino**

BERTOLI, G., B. BUSACCA, M. C. OSTILLIO, "Priorità strategiche per lo sviluppo del brand: l'esperienza di S. Pellegrino", Micro & Macro Marketing, 2023, no. 2, pp. 393-416

### **Brand management: fra Ritorno al futuro e Interstellar**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, "Brand management: fra Ritorno al futuro e Interstellar", Economia & Management, 2022, no. 4, pp. 69-75

### **Louis Vuitton - Supreme. La collaborazione fra marche del lusso e dello streetwear**

OSTILLIO, M. C., C. BARBERI, "Louis Vuitton - Supreme. La collaborazione fra marche del lusso e dello streetwear", Micro & Macro Marketing, 2022, no. 2, pp. 333-354

### **Tommy Adaptive: diversità e inclusione nel settore moda**

OSTILLIO, M. C., C. ANTONUCCI, "Tommy Adaptive: diversità e inclusione nel settore moda", Micro & Macro Marketing, 2020, no. 2, pp. 419-430

### **Il brand come piattaforma: il caso delle società di calcio**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, A. ANTONUCCI, "Il brand come piattaforma: il caso delle società di calcio", Economia & Management, 2018, no. 5-6, pp. 109-118

### **Corporate Museum to enhance brand authenticity in luxury goods company: the case of Salvatore Ferragamo**

OSTILLIO, M. C., A. CARÙ, G. LEONE, "Corporate Museum to enhance brand authenticity in luxury goods company: the case of Salvatore Ferragamo", International Journal of Arts Management, 2017, vol. 19, no. 2, pp. 32-45

### **Corporate Museum and Brand Authenticity: explorative research of the Gucci Museum**

OSTILLIO, M. C., G. BERTOLI, B. BUSACCA, S. DI VITO, "Corporate Museum and Brand Authenticity: explorative research of the Gucci Museum", Journal of Global Fashion Marketing, 2016, vol. 7, no. 3, pp. 181-195

### **L'autenticità come driver strategico per il brand value. Il caso Salvatore Ferragamo**

OSTILLIO, M. C., A. CARÙ, G. LEONE, "L'autenticità come driver strategico per il brand value. Il caso Salvatore Ferragamo", Economia & Management, 2016, no. 1, pp. 67-79

### **Brand Value Management. Come accrescere il valore della marca nel tempo**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, "Brand Value Management. Come accrescere il valore della marca nel tempo", Economia & Management, 2014, no. 6, pp. 35-42

### **L'eccellenza della creatività pubblicitaria in evoluzione: alcuni insegnamenti da diciotto anni di Cannes Award**

OSTILLIO, M. C., R. TRINCA COLONEL, "L'eccellenza della creatività pubblicitaria in evoluzione: alcuni insegnamenti da diciotto anni di Cannes Award", Economia & Management, 2013, no. 1, pp. 65-82

### **Vintage autentico o autenticità nel vintage**

OSTILLIO, M., C. DI DONATO, A. CARÙ, "Vintage autentico o autenticita' nel vintage", Micro & Macro Marketing, 2012, no. 2, pp. 305-332

#### **La gestione strategica della marca nella prospettiva delle agenzie di comunicazione**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, M. C. ZAMINGA, "La gestione strategica della marca nella prospettiva delle agenzie di comunicazione", Mercati e Competitività, 2005, no. 1, pp. 101-142

#### **Valenza comunicativa della rappresentazione iconografica nel catalogo di cucine: i casi Boffi e Scavolini**

OSTILLIO, M. C., L. CACCIA, "Valenza comunicativa della rappresentazione iconografica nel catalogo di cucine: i casi Boffi e Scavolini", Micro & Macro Marketing, 2004, vol. 2, pp. 393-418

#### **La progettazione dei sistemi informativi di marketing: un approccio marketing-driven**

TROILO, G., M. C. OSTILLIO, "La progettazione dei sistemi informativi di marketing: un approccio marketing-driven", Economia & Management, 2001, no. 2, pp. 65-77

#### **Pubblicità globale e cultura. Il caso IBM 'Soluzioni per un piccolo pianeta'**

OSTILLIO, M. C., D. SCANDROGLIO, "Pubblicità globale e cultura. Il caso IBM 'Soluzioni per un piccolo pianeta'", Economia & Management, 1999, no. 2, pp. 39-61

#### **The evolution of direct marketing in Italy**

OSTILLIO, M. C., G. TROILO, "The evolution of direct marketing in Italy", Journal of Direct Marketing, 1996, vol. 10, no. 1, pp. 71-81

#### **La comunicazione tra imprese: una variabile critica nella relazione venditore-acquirente**

OSTILLIO, M. C., "La comunicazione tra imprese: una variabile critica nella relazione venditore-acquirente", Economia & Management, 1995, no. 1, pp. 47-62

#### **I servizi di direct marketing in Italia: il profilo dell'offerta**

OSTILLIO, M. C., M. GNECCHI, "I servizi di direct marketing in Italia: il profilo dell'offerta", Economia & Management, 1995, no. 4, pp. 19-35

#### **L'analisi del potenziale di mercato: un'applicazione nel settore vinicolo**

CASTALDO, S., G. TROILO, M. C. OSTILLIO, "L'analisi del potenziale di mercato: un'applicazione nel settore vinicolo", Commercio, 1993, vol. 48, pp. 103+

---

## **Textbooks**

#### **La Marca. Costruzione, Sviluppo, Valutazione**

BUSACCA, B., G. BERTOLI, M. C. OSTILLIO - "La Marca. Costruzione, Sviluppo, Valutazione" - 2022, Egea, Milano, Italy

#### **Lineamenti di Brand Management**

OSTILLIO, M. C., B. BUSACCA, G. BERTOLI - "Lineamenti di Brand Management" - 2021, Egea, Milano, Italy

#### **La gestione del Brand. Strategie e sviluppo**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, K. KELLER - "La gestione del Brand. Strategie e sviluppo" - 2005, Egea, Milano, Italy

---

## Practice-Oriented Books

### **Personal Branding, It's about me**

OSTILLIO, M. C. - "Personal Branding, It's about me" - 2020, Egea, Milano, Italy

### **Dare valore al Brand - Collana Il Management**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO - "Dare valore al Brand - Collana Il Management" - 2019, Egea, Milano, Italy

---

## Cases in International Case Collections

### **Loccioni: Transforming Data into Value**

OSTILLIO, M. C. - "Loccioni: Transforming Data into Value" - 2019, The Case Centre, Great Britain

### **Magneti Marelli and Mopar co-branding case**

OSTILLIO, M. C., C. SOLERIO - "Magneti Marelli and Mopar co-branding case" - 2013, The Case Centre, Great Britain

---

## Proceedings/Presentations

### **The impact of technology on visitor immersion in art exhibitions: Evidence from the Modigliani Art Experience exhibition**

CARÙ, A., P. MION DALLE CARBONARE, M. C. OSTILLIO, "The impact of technology on visitor immersion in art exhibitions: Evidence from the Modigliani Art Experience exhibition" in AIMAC 2019 - 15th International Conference on Arts and Cultural Management, June 23-26, 2019, Venice, Italy

### **The customer journey in the museum experience. The case of the Opera del Duomo Museum in Florence**

OSTILLIO, M. C., A. CARÙ, G. ISAJA, "The customer journey in the museum experience. The case of the Opera del Duomo Museum in Florence" in 14th International Conference on Arts and Cultural Management, AIMAC - June 24-28, 2017, Peking University, Beijing, China (PRC)

### **Brand Authenticity and corporate museums: an explorative research of Gucci Museum**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, G. BERTOLI, "Brand Authenticity and corporate museums: an explorative research of Gucci Museum" in Global Fashion Management Conference (GFMC) - June 25-28, 2015, Florence, Italy

### **A value co-creation process in the arts: the hidden effect of art therapy**

OSTILLIO, M. C., A. CARÙ, "A value co-creation process in the arts: the hidden effect of art therapy" in 12th International Conference on Arts & Cultural Management - AIMAC - June 26-29, 2013, Bogotá, Colombia

**Corporate museum as a pillar for brand authenticity in luxury companies. The case of Salvatore Ferragamo**

OSTILLIO, M. C., A. CARÙ, G. LEONE, "Corporate museum as a pillar for brand authenticity in luxury companies. The case of Salvatore Ferragamo" in 12th International Conference on Arts & Cultural Management - AIMAC - June 26-29, 2013, Bogotá, Colombia

---

## Articles upon Request/Invitation

**Omnichannel branding**

BUSACCA, B., S. CASTALDO, S. GHADDAR, M. GROSSO, M. C. OSTILLIO, "Omnichannel branding", Economia & Management, 2017, no. 5-6, pp. 81-89

**Cosa hanno di speciale i brand della felicità**

BUSACCA, B., S. GHADDAR, M. C. OSTILLIO, "Cosa hanno di speciale i brand della felicità", Economia & Management, 2017, no. 2, pp. 58-65

---

## Research Monographs

**PR: la parola ai numeri, osservatorio sui business models e sul mercato delle relazioni pubbliche**

SONGINI, L., C. SOLERIO, A. PISTONI, M. C. OSTILLIO - "PR: la parola ai numeri, osservatorio sui business models e sul mercato delle relazioni pubbliche" - 2014, Agapantos Editore, Italy

**Interactive & direct marketing. La comunicazione interattiva con il cliente dalla pianificazione alla misurazione dei risultati**

OSTILLIO, M. C., I. A. GIULIANO - "Interactive & direct marketing. La comunicazione interattiva con il cliente dalla pianificazione alla misurazione dei risultati" - 2003, Etas Libri, Milano, Italy

**Customer data base. Conoscere il cliente per gestire le relazioni**

OSTILLIO, M. C. - "Customer data base. Conoscere il cliente per gestire le relazioni" - 2002, Egea, Milano, Italy

**Management dei sistemi informativi di marketing. Competenze, fiducia e tecnologia in evoluzione**

OSTILLIO, M. C., G. TROILO - "Management dei sistemi informativi di marketing. Competenze, fiducia e tecnologia in evoluzione" - 2000, Egea, Milano, Italy

**Il direct marketing. Comunicare in modo efficace con i clienti**

OSTILLIO, M. C. - "Il direct marketing. Comunicare in modo efficace con i clienti" - 1992, Etas Libri, Milano, Italy

---

## Research Notes or short Articles in Journals

### **In brand manager's shoes**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, C. SOLERIO, "In brand manager's shoes", *Economia & Management*, 2013, no. 2, pp. 31-38

### **Over 45: Mai state così bene! L'età della consapevolezza**

OSTILLIO, M. C., S. BORGHINI, A. CARÙ, R. TRINCA COLONEL, S. CUOMO, C. GUERINI, "Over 45: Mai state così bene! L'età della consapevolezza", *Economia & Management*, 2013, no. 5, pp. 9-13

### **Come ridare valore alla marca dopo la crisi**

BUSACCA, B., M. C. OSTILLIO, L. DE MEO, "Come ridare valore alla marca dopo la crisi", *Economia & Management*, 2010, no. 4, pp. 58-60