

## CURRICULUM VITAE



### 1. Nome e cognome

Maria Carmela Ostillio

### 2. Dati personali

- **Data di nascita** 13 Febbraio 1961
- **Indirizzo** Viale Gian Galeazzo 6, 20136 – Milano
- **Mail** carmela.ostillio@sdabocconi.it
- **Telefono** 0039-348.2269849
- **CF** STLMCR61B53L049E

### 3. Motivazione della candidatura

Facendo parte della Core Faculty della SDA Bocconi School of Management, ed essendo Responsabile e Coordinatore Scientifico della Brand Academy presso la medesima Scuola, attraverso la ricerca accademica e più propriamente manageriale, ho avuto l'opportunità di sviluppare, diffondere e condividere conoscenze e competenze di Corporate e Marketing Communication, Brand Identity, Corporate Branding, Strategic Brand Management, Brand Management, Personal Branding focus su cui tutte le tipologie di imprese, istituzioni e fondazioni nonché top manager dovrebbero volgere crescente attenzione per essere più competitivi all'interno dei propri contesti di riferimento e riuscire, così, a valorizzare le proprie "proposte di valore".

Inoltre, penso di aver maturato esperienze personali - di Volontariato, dedicandomi a bambini, adolescenti, giovani, anziani e bisognosi, in genere - nonché professionali diverse quale membro di Consigli di Amministrazione, Fondazioni e Advisory Board nonché advisor, consulente tecnico e perito per imprese, istituzioni (e.g. Procure) e altre organizzazioni. Ho affiancato uffici legali di grandi imprese e importanti studi legali nazionali, nel ruolo di esperto nella valutazione economica di asset aziendali, proprietà intellettuali e beni immateriali, in generale, e brand equity, in particolare.

### 4. Esperienze professionali

#### Esperienze Accademiche

1988 - oggi	Senior Professor e Core Faculty Member presso Sda Bocconi School of Management
1989 – oggi	Lecturer e Professore a contratto presso Università Commerciale L. Bocconi (Milano, Italia)
2013 – oggi	Coordinatore Scientifico Brand Academy, SDA Bocconi School of Management

2014 – oggi	Visiting professor at Università Cattolica del Sacro Cuore, Distaccamento di Piacenza
2004 - oggi	Adjunct Professor, Università Commerciale L. Bocconi
2004 – 2015	Professore a contratto, Università degli Studi di Napoli “Federico II”
2002 - 2004	Lecturer, Università Commerciale L. Bocconi
2000 – 2002	Visiting Professor, Università Commerciale L. Bocconi
1998 - 2001	Professore a contratto, Università degli Studi di Torino, Distaccamento di Biella

### Esperienze Professionali

1984 - 1986	Product manager, Ipsoa Scuola d’Impresa (Milano)
1982 - 1983	Amministratore Unico, Francesca Cascella S.n.c. (Taranto)
1988 – oggi	Executive Consulting e Advisorship (alcuni) A.C. Niesen Italia, American Marketing Association, RCS Media Group, Telecom Italia, Telecom Italia Mobile, Bull Italia, Bayer Italia, Isvor Fiat, Gruppo Fiat, Publitalia, Pirelli, Pirelli RE, CCIAA Bologna, CCIAA Taranto, Consorzio Venezia Nuova, Salvatore Ferragamo, Industrie Natuzzi, BTicino, Pitti Immagine, Beiersdorf Italia, Assorel, Baung & Olufsen, Microsoft Italia, Dallara, Telespazio, 3M Italia, Luxottica, Computer 2000, IBM, CDC Computer Discount, Dallara, Iveco, HP, Sofidel, Heineken, Coca Cola Company, F.lli Carli, Linea Mediterranea, Banca Esperia, Se.ri.Co. , Henkel, Leo Burnett, Young & Rubicam, WPP, Api, Alpitour, AcF Fiorentina, Samsung, L’Oreal, Postel, Cemit, Mondadori, Ipsoa, Vodafone, Nestlé Waters, Tribunale di Siena (CTU Brand Equity in contesti sportivi) etc.

## **5. Formazione**

2013	Visiting scholar at Eller College of Management, University of Arizona (Tucson, Arizona, Usa)
2002	Visiting scholar at Tuck School of Business, Dartmouth College (Hanover, New Hampshire, Usa)
1992	Visiting scholar presso Columbia University (New York, Usa)
1992	Visiting scholar presso Northwestern University (Evanston, Usa)
1986 - 1987	Master in Business Administration (MBA), SDA Bocconi School of Management, Milano
1984	Laurea in Scienze Politiche con Indirizzo Economico Internazionale (4 anni), Università degli Studi di Bari (votazione di 110/110 cun laude)

## 6. Interessi

### Volontariato

2007 - oggi	Volontaria presso Dynamo Camp Onlus (Network Serious Fun), San Marcello Pistoiese, Pistoia, Italia. Sessioni estive o invernali della durata di 10 giorni ciascuna rivolte a target adolescente. Volontaria per Sos Bambini Onlus che svolge attività diverse prevalentemente presso gli asili in Romania.
2015	Mammadu Onlus, Namibia, Africa. Sessione estiva presso Asilo/Scuola, della durata di 4 settimane rivolta a bambini (3 – 12 anni) bisognosi.
2007	Opera San Francesco, Milano, Italia. Progetto CRM e Fundraising Grandi Donatori
2000-2002	Manitese Onlus. Milano, Italia. Progetto CRM e Fundraising Grandi Donatori
1989-1994	SOS Stazione, assistenza a senzatetto presso la Stazione Centrale di Milano

## 7. Cariche Sociali

2014 - 2017	Independent Board Member, ACF Fiorentina S.p.A.
2016 - oggi	Board Member of Advisory Board PCube Placemaking – Identità ai luoghi (es. Manifattura Tabacchi) at Progenia Srl.
2013 - oggi	Chair e Board Member of Advisory Board Brand Academy presso SDA Bocconi School of Management

## 8. Pubblicazioni

### A) Articoli

#### A.1) Riviste Italiane

- 1) Ostillio M.C., 2016, "Musei d'Impresa. Strumento di Branding" in *Sarfatti* 25, Ottobre
- 2) Ostillio M.C., Carù A., Leone G., 2016, "L'autenticità come driver strategico per il brand value. Il caso Salvatore Ferragamo", in *Economia & management*, n.1
- 3) Ostillio M.C., Busacca B., 2015, "I Brand della felicità. Come le marche possono rendere felici i consumatori", in *Sarfatti* 25, Giugno
- 4) Ostillio M.C., Busacca B., 2014, "Brand Value Management. Come accrescere il valore della marca", in *Economia & management*, n.6
- 5) Ostillio M.C., Busacca B., Solerio C., 2013, "In Brand manager's shoes", in *Economia & management*, n.2
- 6) Ostillio M.C., Carù A., Claudia Di Donato, 2012, "Vintage autentico o autenticità del Vintage", in *Micromacro Marketing*, Agosto
- 7) Ostillio M.C., Busacca B., De Meo, 2010, "Come ridare valore alla marca dopo la crisi", in *Economia & management*, n.4
- 8) Ostillio M.C., Busacca B., I. Zaminga, 2005, "La gestione strategica della marca nella prospettiva delle agenzie di comunicazione", in  *Mercati e Competitività - Rivista Italiana di Marketing*, n.1
- 9) Ostillio M.C., Soscia I., 2005, "Comunicazione Integrata di Marketing *alias* IMC (Integrated Marketing Communication): un nuovo scenario per la comunicazione?", in *Economia & Management*, n. 2
- 10) Ostillio M.C., Caccia L., 2004, "La valenza comunicativa della rappresentazione iconografica nel catalogo di cucine: i casi Boffi e Scavolini", in *Micro & Macro Marketing*, n. 2

- 11) Ostillio M.C., Scotti A., Soscia I., 2003, "In principio era il verbo...creativo!", in *Economia & Management*, n. 4
- 12) Ostillio M.C., Troilo G, 2001, "La progettazione dei sistemi informativi di marketing", in *Economia & Management*, n. 2
- 13) Ostillio M.C., Scandroglio D., 1999, "Pubblicità globale e cultura: Il caso IBM – Soluzioni per un piccolo pianeta", in *Economia & Management*, n. 2
- 14) Ostillio M.C., 1995, "La comunicazione tra imprese. Una variabile critica nella relazione venditore-acquirente", in *Economia & Management*, n. 1
- 15) Gecchi M., Ostillio M.C., 1995, "I servizi di direct marketing in Italia", in *Economia & Management*, n. 4
- 16) Ostillio M.C, 1993, "Data base di marketing, data base management, direct marketing e interactive marketing", in *Micro & Macro marketing*, n. 3
- 17) Fiocca R., Ostillio M.C, 1993, "Il communication manger nelle imprese italiane", in *Economia & Management*, n. 5
- 18) Castaldo S., Ostillio M.C, Troilo G., 1993, "L'analisi del potenziale di mercato: una applicazione nel settore vinicolo", in *Commercio*, n. 48
- 19) Ostillio M.C , 1992, "Case history: Flou S.p.A.", in *Economia & Management*, n. 5
- 20) Ostillio M.C, 1992, " Case history: Illy caffè", in *Micro & Macro marketing*, n. 2
- 21) Ostillio M.C. (a cura di), 1988, "Evoluzione dei consumi in Europa", , in *Economia & Management*, n. 5

#### A.2) Riviste Internazionali

- 1) Ostillio M.C., Carù A., Leone G., <<Corporate Museum to enhance brand authenticity in luxury goods company: the case of Salvatore Ferragamo>>, in *International Journal of arts management, Vol 19*, n. 2, Winter 2017
- 2) Ostillio M.C., Bertoli G., Busacca B., Di Vito S., <<Corporate Museum and Brand Authenticity: explorative research of the Gucci Museum>>, in *Journal of Global fashion Marketing: bridging Fashion and marketing, Vol. 7, N.3*, June, 2016
- 3) Ostillio M.C., Troilo G., 1996, "The evolution of direct marketing in Italy", in *Journal of direct marketing*, n. 1, Wiley

#### B) Libri

- 1) Keller K.L. Busacca B. Ostillio M.C., 2006, *Gestione e sviluppo del brand*, Collana "Management", Egea-Sole 24 Ore-Espresso, Milano
- 2) Keller K.L. Busacca B. Ostillio M.C., 2005, *La gestione del brand. Strategie e sviluppo*, Egea, Milano
- 3) Ostillio M.C. Giuliano I.A., 2003, *Interactive & Direct Marketing*, Etas libri, Milano
- 4) Ostillio M.C., 2002, *Customer Database. Conoscere il cliente per gestire le relazioni*, Egea, Milano
- 5) Ostillio M.C., Troilo G, 2000, *Management dei sistemi informativi di marketing – Competenze, fiducia e tecnologia in evoluzione*, Egea
- 6) Ostillio M.C, 1992, *Direct marketing*, Etas libri, Milano

#### C) Capitoli

##### C.1) Libri italiani

- 1) Busacca B., Ostillio M.C., 2016, "La gestione strategica della marca", in (a cura di) Valdani. E, *Manuale di Marketing.*, Egea, Milano
- 2) Busacca B., Ostillio M.C., 2011, "La gestione strategica della marca", in (a cura di) Valdani. E, *Manuale di Marketing.*, Egea, Milano

- 3) Ostillio M.C., 2009, "La marketing communication per il confronto competitivo", in Ancarani F., Valdani E. (a cura di), *Marketing Strategico – Manovre e strategie di marketing*, Vol. 2, Egea, Milano
- 4) Ostillio M.C., 2009, "Le politiche di comunicazione: la pubblicità", in (a cura di) Castaldo S., *Marketing e Fiducia*, Collana "Strumenti", Il Mulino, Bologna
- 5) Ostillio M.C., 2009, "Le politiche di comunicazione: la promozione delle vendite, il direct marketing e la comunicazione one to one", in (a cura di) Castaldo S., *Marketing e Fiducia*, Collana "Strumenti", Il Mulino, Bologna
- 6) Busacca B., Ostillio M.C., 2009, "La gestione strategica della marca", in (a cura di) Cristini G., *Marketing. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione*, Il Sole 24 Ore, Milano
- 7) Ostillio M.C., 2007, "Le ricerche per la definizione e il controllo della comunicazione diretta", in (a cura di) Troilo G, L. Molteni, *Le ricerche di marketing*, McGraw Hill, Milano
- 8) Busacca B., Ostillio M.C., 2006, "Brand Management" in (a cura di) Castaldo S., *Distribuzione*, Collana "Management", Vol. 11, Egea-Sole 24 Ore-Espresso, Milano
- 9) Ostillio M.C., 2006, "Customer Database & Direct Marketing", in (a cura di) Castaldo S., *Vendite e Trade Marketing*, Collana "Management", Egea-Sole 24 Ore-Espresso, Milano
- 10) Ostillio M.C., Cillo P. , 2003, "Internet Customer Database: costruzione, gestione e struttura di un sistema informativo sul cliente in rete", in (a cura di) Scott W..G., Murtula M., Stecco M., *Il management nell'economia digitale*, Il Sole 24 Ore, Milano
- 11) Ostillio M.C., 2003, "Le ricerche di mercato nel direct marketing", in (a cura di) Troilo G, L. Molteni, *Le ricerche di marketing*, McGraw Hill, Milano
- 12) Ostillio M.C., Soscia I., 2002, "Pubblicità e positioning: Omnitel dalla colomba a Megan Gale", in (a cura di) Costabile M., Addis M., *Mobile Communication. Successi di marketing nelle telecomunicazioni mobili in Italia*, Il Sole 24 Ore, Milano
- 13) Ostillio M.C., 2001, "Il piano di marketing per iniziare un nuovo business", in (a cura di) Prandina D., *Start Up - Il manuale di riferimento per iniziare un nuovo business*, Il Sole 24 Ore, Milano
- 14) Ostillio M.C., 2000, "La comunicazione territoriale", in Ancarani F., Valdani E. (a cura di), *Strategie di marketing del territorio*, Egea, Milano
- 15) Ostillio M.C., 2000, "Il caso Regione Puglia: come sviluppare un progetto di marketing turistico territoriale", in Ancarani F., Valdani E. (a cura di), *Strategie di marketing del territorio*, Egea, Milano
- 16) Ostillio M.C., 2000, "Il mutamento, sotto il profilo legislativo, del ruolo sociale ed economico della donna che lavora", in (a cura di) Maria Cristina Bombelli, *Soffitto di vetro e dintorni*, Etas, Milano.
- 17) Ostillio M.C., Cuomo S., 2000, "Il caso Leo Burnett", in (a cura di) Maria Cristina Bombelli, *Soffitto di vetro e dintorni*, Etas, Milano
- 18) Ostillio M.C., Fiocca R., 1997, "La reingegnerizzazione della comunicazione d'impresa: verso una comunicazione decisa, gestita e controllata per processo", in Ancarani F., Valdani E. (a cura di), *I processi di marketing*, Egea, Milano
- 19) Ostillio M.C., "Telemarketing", 1995, in E. Valdani (a cura di), *Enciclopedia per la conduzione d'impresa*, vol. *Marketing, Pubblicità e vendite*, Utet, Torino
- 20) Ostillio M.C., "Pubbliche relazioni", 1995, in E. Valdani (a cura di), *Enciclopedia per la conduzione d'impresa*, vol. *Marketing, Pubblicità e vendite*, Utet, Torino
- 21) Ostillio M.C., "Readership", 1995, in E. Valdani (a cura di), *Enciclopedia per la conduzione d'impresa*, vol. *Marketing, Pubblicità e vendite*, Utet, Torino

## C.2) Libri internazionali

- 1) Ostillio M.C., Ghaddar S., 2017, "Salvatore Ferragamo: Brand Heritage as Main Vector of Brand Extension and Internationalization" , in (Editors) J. Byoungcho and E. Cedrola, *Fashion Branding and Communication. Core Strategies of European Luxury Brands*, Palgrave Studies in Practice: Global Fashion Brand Management, London
- 2) Ostillio M.C., Ghaddar S., 2017, "Tod's: A Global Multi-Brand Company with a Taste of Tradition" , in (Editors) J. Byoungcho and E. Cedrola, *Fashion Branding and Communication. Core Strategies of European Luxury Brands*, Palgrave Studies in Practice: Global Fashion Brand Management, London
- 1) Ostillio M.C., Costabile M., Valdani E., 1994, "Nescafé Italy", in (a cura di) J. Montana, *Marketing in Europe*, Sage Publications, London
- 2) Ostillio M.C., Costabile M., Valdani E., 1994, "Nescafé Italy", in (a cura di) J. Montana, *Marketing in Europe – Teaching Manual*, Sage Publications, London

#### **D) Conference paper**

- 1) Ostillio M.C., Carù A., Isaja G., 2017, "The customer journey in the museum experience. The case of the Opera del Duomo Museum in Florence", Aimac Pechino, Cina
- 2) Ostillio M.C., Carù A., Leone G., 2013, "Corporate Museum to enhance brand authenticity in luxury goods company: the case of Salvatore Ferragamo", Aimac Bogotà, Colombia
- 3) Ostillio M.C., Carù A., 2013, "A value co-creation process in the arts: the hidden effect of art therapy", Aimac Bogotà, Colombia
- 4) Ostillio M.C., Carnevale M., 2007, *Caso Marinella*, presentato alla *4a Giornata di Studio sul Marketing Mediterraneo*, Università L. Bocconi, Milano
- 5) Ostillio M.C., Costabile M., 1990, *Caso Nescafé*, presentato a *International Meeting Business Schools - S. Pietroburgo*

#### **E) Working papers e Casi (miscellanea)**

- 1) Ostillio M.C., Solerio C., 2014, *Decisioni di brand extension nel settore della birra: il Caso Dhreer*, Università Bocconi, Milano
- 2) Ostillio M.C., Solerio C., 2012, *Decisioni di brand management : il co-branding- Caso Magneti Marelli Usa*, Working paper, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 3) Ostillio M.C., 2008, *Decisioni di brand management - Caso Yomo e il mercato dello yogurt nel 2004*, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 4) Ostillio M.C., Carnevale M., 2007, *Marketing Mediterraneo - Caso Marinella*, Università L. Bocconi, Milano
- 5) Ostillio M.C., Carnevale M., 2006, *La gestione della Customer Based Brand Equity - Caso Vespa*, Università L. Bocconi, Milano
- 6) Ostillio M.C., Carnevale M., 2006, *Le strategie di brand extension - Caso Daygum - Perfetti*, Università L. Bocconi, Milano
- 7) Ostillio M.C., Carnevale M., 2006, *La gestione strategica delle associazioni secondarie nel mercato della birra - Caso Budweiser*, Università L. Bocconi, Milano
- 8) Ostillio M.C., Soscia I., 2006, *L'impiego dell'Integrated Marketing Communication in Italia: una ricerca esplorativa*, Working paper Divisione Ricerche SDA Bocconi - School of Management, Milano
- 9) Ostillio M.C., Soscia I., 2006, *L'impiego dell'Integrated Marketing Communication in Italia: una ricerca descrittiva*, Working paper Divisione Ricerche SDA Bocconi - School of Management, Milano
- 10) Ostillio M.C., Duchini A., 2005, *La gestione dell'IMC - Caso Nescafé*, SDA Bocconi – School of Management, Milano

- 11) Ostillio M.C., Dell'Acqua A., Macchitella U., Perrini F., Ruta A., 2005, *Integrated Marketing Communication: percorso di sviluppo e implicazioni manageriali per le agency network*, Working paper Divisione Ricerche SDA Bocconi - School of Management, Milano
- 12) Ostillio M.C., Drago A., 2004, *Il processo di consumo del vino - Caso Mezzacorona*, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 13) Ostillio M.C., 2003, *Il modello evolutivo della marca - Caso Barilla*, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 14) Ostillio M.C., 2003, *La gestione del portafoglio clienti - Caso Eurofomp*, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 15) Ostillio M.C., 1996, *Le strategie di ingresso sui mercati esteri - Caso Natuzzi*, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 16) Ostillio M.C., 1993, *La gestione della comunicazione integrata di marketing nel Business to Business - Caso Elettrodo*, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 17) Ostillio M.C., 1992, *Le strategie competitive - Caso La guerra delle Cole*, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 18) Ostillio M.C., 1991, *La gestione della comunicazione in situazioni di crisi - Caso Bambino o Mongolfiera*, SDA Bocconi – School of Management, Milano
- 19) Ostillio M.C., 1990, *La gestione della comunicazione in situazioni di crisi - Caso In vino veritas*, SDA Bocconi – School of Management, Milano

## 9. Docenze

1989 – oggi Esperienze Accademiche e Principali Conferenze Nazionali e Internazionali

### **Università Commerciale L. Bocconi (Milano, Italia)**

- *Basic Marketing*, Degree on Business
- *Economy & Techniques of Corporate Communication*, Degree on Business
- *Marketing Communications*, Degree on Business
- *Theories & Techniques of Communication*, Degree on Business
- *Laboratory of Communication*, Degree on Economy for Arts, Culture and Communication
- *Consumer Behaviour*, Marketing Management (Master of Science)
- *Brand Management*, Marketing Management (Master of Science)
- *Market Research*, Degree on Management
- Product Management (MIMEC - Master in Marketing e Comunicazione)
- Laboratorio Direct & Promotion Activities (MIMEC - Master in Marketing e Comunicazione)

### **SDA Bocconi – School of Management (Milano, Italia)**

- *EMMS* (Executive Master on Marketing & Sales)
- MBA (Master in Business Administration)
- Master FIFA (Master in Sport Management)
- MIMEC (Master in Marketing & Comunicazione)
- Brand Academy
- Channel & Retail Academy
- *Executive and Management Education* (corsi “a catalogo” e “ad hoc”)
  - Basic marketing
  - Communication Management
  - Corporate Communications

- Consumer Behaviour
- Advertising Management
- Marketing One to One
- Customer Database
- Brand Value Management
- Brand Authenticity
- Sport Brand Management
- Sport Communication Management
- Business Marketing
- Comunicazione BtoB
- Product Management
- Programma di Marketing Strategico
- Marketing Management

**Università degli Studi di Torino (Distaccamento di Biella, Italia)**

- Analisi del consumatore

**Università Cattolica del Sacro Cuore, Distaccamento di Piacenza**

- *International Brand Management*, Master in International Management

**Università degli Studi di Napoli “Federico II”**

- *Brand Management*, Master in Marketing & Service Management

**Università degli Studi di Torino**

- *Strategic Marketing Communications*, Master in Marketing

**Brand Academy Conferences - SDA Bocconi School of Management**

- In brand manager’s shoes (Conference at SDA Bocconi, Milan, 2013)
- Strategie di valorizzazione della marca (Conference at SDA Bocconi, Milan, 2014)
- I brand della felicità (Conference at SDA Bocconi, Milan, 2015)
- Brand Authenticity in luxury industry (Conference at SDA Bocconi, Milan, 2016)

**Main Conferences and Awards**

- Corporate Museum to enhance brand authenticity in luxury goods company: the case of Salvatore Ferragamo (Conference Aimac Bogotà, Colombia, 2013. Awarded Paper)
- Caso Marinella (4a Giornata di Studio sul Marketing Mediterraneo, Università L. Bocconi, Milano, 2007)
- Caso Natuzzi (International Meeting at Bocconi University, 1994, Awarded Case Study)
- Caso Nescafé (International Meeting Business Schools - S. Pietroburgo, 1990. Awarded Case Study)