

Deborah Raccagni

Lecturer



Knowledge Group: Marketing

Research Domains: Digital Marketing

Teaching Domains: Digital Marketing, Customer-Centric Digital Strategies, Content Management, Event Marketing, New Product Development

deborah.raccagni@unibocconi.it

Biography

Deborah Raccagni è professoressa di Marketing presso la SDA Bocconi School of Management ed è Lecturer del Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi. È stata Direttrice del programma Major Events Management offerto dalla SDA Bocconi in Qatar per il Josoor Institute, e Coordinatrice dei corsi executive di marketing. È Deputy Director del Master of Science in Marketing Management dell'Università Bocconi, Faculty Member dei Master FIFA e Master in Marketing and Communication (MIMEC) e di molti altri programmi in SDA Bocconi e Università Bocconi.

È stata Associate Professor presso la Frankling College University di Lugano (Svizzera) e Research Assistant presso la Roma Tre University (Roma, Italia). È stata Visiting Scholar and Professor presso UCLA. Insegna gestione di eventi, marketing strategico, innovazione, marketing digitale e eCommerce in programmi Master ed Executive.

La sua ricerca esamina l'impatto delle tecnologie digitali sulla creazione di valore sia dal punto di vista del cliente che del business, con un interesse particolare per i seguenti settori: sport, food and beverage, arts and cultural institutions, beauty.

Deborah ha conseguito il suo PhD in Business Administration and Management ed il suo M.Sc. in Marketing presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi (Milano, Italia). Mamma di Rebecca e Simone.

Other

Shopping in 2030: How AI and IoT will redefine the customer experience

RACCAGNI, D., "Shopping in 2030: How AI and IoT will redefine the customer experience", Via Sarfatti 25, 2024, no. 2, pp. 80-81

Articles in Scholarly Journals

Al di là della vittoria: il fan engagement tra identità e comunità

ANTONELLI, L., D. RACCAGNI, "Al di là della vittoria: il fan engagement tra identità e comunità", *Economia & Management*, 2023, no. 4, pp. 95-98

Battere la concorrenza con Metaverso e NFT. Come utilizzare strumenti innovativi per coinvolgere i clienti nel mondo digitale

PIANCATELLI, C., M. MASSI, D. RACCAGNI, "Battere la concorrenza con Metaverso e NFT. Come utilizzare strumenti innovativi per coinvolgere i clienti nel mondo digitale", *Harvard Business Review Italia*, October 2022

Il ruolo strategico dei social media nel mutato contesto degli eventi

PIANCATELLI, C., D. RACCAGNI, S. MASSERINI, "Il ruolo strategico dei social media nel mutato contesto degli eventi", *Harvard Business Review Italia*, March 2021

Diffusion of Web-Based Product Innovation

PRANDELLI, E., G. VERONA, D. RACCAGNI, "Diffusion of Web-Based Product Innovation", *California Management Review*, 2006, vol. 48, no. 4, pp. 109-135

Il ruolo del Web ai fini del coinvolgimento del cliente nei processi di innovazione: teoria e prassi a confronto

PRANDELLI, E., G. VERONA, D. RACCAGNI, "Il ruolo del Web ai fini del coinvolgimento del cliente nei processi di innovazione: teoria e prassi a confronto", *Micro & Macro Marketing*, 2003, vol. 3, pp. 321-352

Contribution to Chapters, Books or Research Monographs

Marketing Experiential Events Through New Media: The Ferragnez Wedding Case

PIANCATELLI, C., M. MASSI, D. RACCAGNI, "Marketing Experiential Events Through New Media: The Ferragnez Wedding Case" in *Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising.*, Elif Esiyok (Ed.), IGI Global, chap. 8, pp. 133-148, 2020

Il valore del content marketing, online

RACCAGNI, D., "Il valore del content marketing, online" in *Marketing Una Disciplina Fantastica.*, B. Busacca, M. Costabile (Eds.), Egea, pp. 439-458, 2018

Identificare il mercato obiettivo: definizione e segmentazione del mercato

CIRRINCIONE, A., D. RACCAGNI, "Identificare il mercato obiettivo: definizione e segmentazione del mercato" in *Marketing@Bocconi.*, E. Valdani (Ed.), Egea, chap. 6, pp. 139-182, 2016

Channel management

RACCAGNI, D., "Channel management" in *Marketing@Bocconi.*, E. Valdani (Ed.), Egea, chap. 19, pp. 521-550, 2016

Textbooks

Customer Value Analysis. Problems and Applications

BUSACCA, B., C. CHIZZOLI, D. RACCAGNI - "Customer Value Analysis. Problems and Applications" - 2014, Egea, Milano, Italy

Product Innovation and Market Creation

VICARI, S., P. CILLO, D. RACCAGNI - "Product Innovation and Market Creation" - 2011, Egea, Milano, Italy

Research Monographs

Product Innovation - Dall'idea al lancio del nuovo prodotto

VICARI, S., P. CILLO, D. RACCAGNI - "Product Innovation - Dall'idea al lancio del nuovo prodotto" - 2013, Egea, Milano, Italy

Proceedings/Presentations

Web-based product innovation: How much customer knowledge companies actually import

PRANDELLI, E., D. RACCAGNI, G. VERONA, "Web-based product innovation: How much customer knowledge companies actually import" in 24th SMS Annual International Conference, October 31–November 3, 2004, San Juan, Puerto Rico, United States of America

Collaborative marketing and innovation: Involving customers through the web

PRANDELLI, E., D. RACCAGNI, M. SAWHNEY, G. VERONA, "Collaborative marketing and innovation: Involving customers through the web" in Marketing Science Conference, June, 2003, Baltimore, United States of America