

# 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](mailto: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