
Curriculum Scientifico

Università della Basilicata
DIMIE
Via dell'Ateneo Lucano, 10
85100 - Potenza

e-mail: carla.rossi@unibas.it

FORMAZIONE

- | | |
|------|--|
| 2000 | <ul style="list-style-type: none">• Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale (XI ciclo) presso l'Università di Napoli, Federico II. Conseguito il titolo con la discussione della tesi "Tecnologie dell'informazione e innovazione strategica. Le dinamiche competitive nell'era del digitale". |
| 1992 | <ul style="list-style-type: none">• Laurea in Economia e Commercio, conseguita presso l'Università di Napoli Federico II il 16/7/92; votazione 110/110 con lode e menzione. |

CORSI POST-LAUREA

- | | |
|------|---|
| 1994 | <ul style="list-style-type: none">• Partecipazione al X Corso di Didattica per Giovani Docenti organizzato dalla AIDEA, Accademia Italiana di Economia Aziendale (Perugia, 7-16 settembre). |
|------|---|

TITOLI

- | | |
|-----------|--|
| 2010 | <ul style="list-style-type: none">• Vincitrice del concorso per Professore Associato per il settore disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", Università degli Studi della Basilicata. |
| 2008 | <ul style="list-style-type: none">• Vincitrice del concorso per Ricercatore Universitario per il settore disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", Università degli Studi della Basilicata. |
| 2003-2001 | <ul style="list-style-type: none">• Titolare di assegno per la collaborazione all'attività di ricerca presso il Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università degli Studi di Napoli, Federico II- Argomento della ricerca: "<i>Le potenzialità delle tecnologie informatiche per la creazione di un nuovo modello di impresa</i>" (durata assegno: 3 anni). |
| 2000 | <ul style="list-style-type: none">• Conseguito il titolo di Dottore di Ricerca in Economia Aziendale (XI ciclo). |

ALTRI TITOLI

- Iscrizione all'albo dei giornalisti, elenco dei pubblicisti

CURRICULUM ACCADEMICO - INSEGNAMENTI

- | | |
|----------------|--|
| Dal 13/07/2011 | <ul style="list-style-type: none">• Professore Associato per il settore disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese" presso l'Università degli Studi della Basilicata, dove è titolare dei |
|----------------|--|

	seguenti insegnamenti: 1) Economia e Gestione delle Imprese; 2) Marketing; 3) Tourist Destination Marketing & Management (co-docenza).
Dall'1/10/08	<ul style="list-style-type: none"> • Ricercatore Universitario per il settore disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese" presso l'Università degli Studi della Basilicata, dove è stata titolare dell'insegnamento di Economia e Gestione delle Imprese e di quello di Marketing.
Dal 2003 al 2008	<ul style="list-style-type: none"> • Docente a contratto di Economia e Gestione delle Imprese Commerciali al corso di laurea in Scienze del Turismo a Indirizzo Manageriale, Facoltà di Economia, Università di Napoli, Federico II (anni accademici: 2007-2008, 2006-2007, 2005-2006, 2004-2005, 2003-2004).
2002	<ul style="list-style-type: none"> • Docente a contratto di Economia e Gestione delle Imprese al corso di laurea in Scienze del Turismo a Indirizzo Manageriale, Facoltà di Economia, Università di Napoli, Federico II (a.a. 2002/2003).

AFFILIAZIONI SCIENTIFICHE

- Società Italiana Marketing (SIM)
- Società Italiana Management (SIMA)

PUBBLICAZIONI

Monografie

- C. Rossi (2004), *La metamorfosi digitale. Evoluzione dell'impresa nell'era delle nuove tecnologie*, Cedam, Padova.
- C. Rossi (2005), *Le imprese dell'intermediazione turistica di fronte alla sfida del digitale. Risposte strategiche e condotte operative*, Liguori Editore, Napoli, ISBN 978-88-207-3843-3
- C. Rossi (2008), *Management delle imprese di viaggio. Strategie e marketing*, Franco Angeli, Milano, ISBN: 9788846496690.
- C. Rossi (2014), *Marketing collaborativo e online value co-creation. L'impresa e la sfida del consumatore produttivo*, pp.1-304, Franco Angeli, Milano, ISBN: 9788856856071. *Il volume è stato scelto dal Sole 24 Ore Editori per la Collana Marketing Evolution e ristampato nel 2015.*
- C. Rossi (2015), *Marketing collaborativo e online value co-creation*, Collana Marketing Evolution, Il Sole 24 Ore, ISBN: 9770391786739

Articoli, atti di convegno pubblicati e contributi in opere collettanee

- C. Rossi - C. Mazzoni (1999), "Potenziamento distributivo nel settore della stampa e sviluppo delle pmi editoriali: obiettivi compatibili?", in *Trade Marketing* n° 25.
- C. Rossi (2000), "Il commercio elettronico", in S. Sciarelli, R. Vona, *L'impresa commerciale*, Milano: Mc Graw-Hill.
- C. Rossi (2000), "Lo sviluppo del succursalismo mediante franchising: il caso Bricofer" in S. Sciarelli, R. Vona, *L'impresa commerciale*, Milano: Mc Graw Hill.
- C. Rossi (2001), "L'avvento del canale digitale e il mercato dell'editoria giornalistica, atti del convegno *La frontiera del commercio elettronico*, Università di Parma, Edizioni Apogeo.
- C. Rossi (2001), "Tecnologie dell'informazione, conoscenza e innovazione strategica: dinamiche competitive e modelli di impresa nell'economia digitale", atti del III workshop SISEI su *L'impresa e-based nella nuova economia digitale*, Milano, EGEA.
- C. Rossi (2003), "Il marketing digitale. Sfide ed opportunità per le imprese nell'economia dell'interconnessione", in *Diritto ed Economia dei Mezzi di Comunicazione* (n° 1).
- C. Rossi – R. Vona (2003), "Il pricing dei prodotti a marca commerciale", in G. Lugli (a cura di), *Branding distributivo*, Egea, Milano.
- C. Rossi - C. Mazzoni (2004), "Analisi di settore e definizione dell'area strategica di affari. Il caso delle agenzie di viaggio", in Sciarelli S. *Fondamenti di Economia e Gestione delle Imprese*, Cedam, Padova.
- C. Rossi (2005), "Il sistema informativo per il processo decisionale aziendale" in S. Sciarelli, *Il governo dell'impresa. Processo decisionale ed etica aziendale*, Cedam, Padova.

- C. Rossi – O. Meglio (2005), “Le decisioni collegate al processo di sviluppo dell’impresa”, in S. Sciarelli, *Il governo dell’impresa. Processo decisionario ed etica aziendale*, Cedam, Padova.
- C. Rossi (2006) “In viaggio verso il digitale. Le imprese dell’intermediazione turistica e la sfida del web”, in Collesei Umberto, Andreani Jean-Claude (a cura di), "Atti del V Congresso Internazionale Marketing Trends, Venezia, 20-21 Gennaio 2006, ISBN: 88-902459-0-5 / 978-88-902459-0-9.
- S. Sciarelli - C. Rossi (2007), “Commercio e Turismo: una sinergia da valorizzare”, in *Economia e Diritto del Terziario*, n° 2, 315-342.
- C. Rossi (2008), “Crisis management and destination marketing: the missing link”, in Umberto Collesei e Jean-Claude Andreani (a cura di), "Atti del VII Congresso Internazionale Marketing Trends, Venezia 17-19 Gennaio 2008", Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale, Università Ca' Foscari Venezia, ISBN: 88-902459-2-1 / 978-88-902459-2-3.
- C. Rossi (2008), “Il Sistema informativo aziendale e i problemi di Knowledge Management”, in Sciarelli S., “Elementi di Economia e Gestione delle Imprese”, Cedam, Padova, pp. 159-173.
- C. Rossi (2009), “Il commercio elettronico”, in S. Sciarelli, R. Vona, *Management della distribuzione*, Milano: Mc Graw-Hill, pp. 77-101, ISBN: 9788838666292
- C. Rossi & A. De Chiara (2009), “The challenge of co-creation: corporate blogs and collaborative product innovation”, The Naples Forum on Service: Service-Dominant Logic, Service Science, and Network Theory Conference Proceedings, Capri, Italy - June 16-19, ISBN13: 978-88-7431-452-2.
- C. Rossi (2010), *Online consumer communities and collaborative innovation: between promises and challenges*, in EURAM 2010 10th, Back to the future, Rome, Italy, 19th-22nd May 2010 (Atti di Congresso)
- C. Rossi (2010), Exploiting the potential of online consumer communities for collaborative learning and innovation, in Proceedings of the 5th International Forum on Knowledge Asset Dynamics, Matera, 24-26 June, ISBN 978-88-96687-02-4.
- C. Rossi (2011), La costruzione del business plan, in Sciarelli S., “La Gestione dell’Impresa”, Cedam, Padova, ISBN: 978-88-13-30849-0, pp. 365-373.
- C. Rossi (2011), “Il Sistema informativo aziendale e i processi di Knowledge Management”, in Sciarelli S., “La Gestione dell’Impresa”, Cedam, Padova, ISBN: 978-88-13-30849-0, pp. 185-201.
- C. Rossi (2011), *Online consumer communities, collaborative learning and innovation*, in Measuring Business Excellence, vol. 15 issue 3, Emerald, ISSN: 1368-3047, DOI: 10.1108/13683041111161157.
- C. Rossi (2011), Destination safety and crisis management, in TOURISM IN AN ERA OF UNCERTAINTY, Proceedings of the International Conference on Tourism (ICOT 2011), Rhodes, printed in Cyprus, pp. 664-679; ISBN 978-9963-9799-3-6; ISSN 1986-4256.
- C. Rossi (2012), *Tourism security and destination crisis management*, in Morvillo A. (edited by) Competition and Innovation in Tourism: new challenges in an uncertain world, Enzo Albano Editore, pp. 813-829, ISBN, 978-88-89677-88-9.
- C. Rossi (2014), “Il Sistema informativo aziendale e i processi di Knowledge Management”, in Sciarelli S., “La Gestione dell’Impresa. Tra teoria e pratica aziendale”, Cedam, Padova, ISBN: 978-88-13-30849-0, pp. 185-201.
- C. Rossi (2015), Collaborative Branding, proceedings of the MakeLearn and TIIM Joint International Conference, 27–29 May 2015, Bari, Italy, published by ToKnowPress, Bangkok, ISSN 2232-3309; ISBN 978-961-6914-13-0.
- C. Rossi, A. Storlazzi (2016), Smart tourism destination and value co-creation: the case of high technology district for cultural heritage, in New Challenges and boundaries in tourism: policies, innovations and strategies, Proceedings of the International Conference on Tourism (ICOT 2016), Naples, 29 June-2 July 2016, pp. 667-677, ISSN: 2241-9314/ISBN: 978-618-81503-1-7.