

---

## Curriculum

Università degli Studi della Basilicata  
DiMIE, Dipartimento di Matematica, Informatica ed Economia  
Via dell'Ateneo Lucano, 10  
85100 - Potenza

e-mail: [carla.rossi@unibas.it](mailto:carla.rossi@unibas.it)

---

### FORMAZIONE

- |      |  |
|------|--|
| 2000 | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Dottorato di Ricerca</b> 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".</li></ul> |
| 1992 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Laurea in Economia e Commercio, conseguita presso l'Università di Napoli Federico II il 16/7/92; votazione 110/110 con lode e menzione.</li></ul>  |

---

### CORSI POST-LAUREA

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

---

### TITOLI

- |           |  |
|-----------|--|
| 2010      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Vincitrice del concorso per <b>Professore Associato</b> per il settore disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", Università degli Studi della Basilicata.</li></ul>  |
| 2008      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Vincitrice del concorso per <b>Ricercatore Universitario</b> per il settore disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", Università degli Studi della Basilicata.</li></ul>   |
| 2003-2001 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Titolare di <b>assegno</b> per la collaborazione all'attività di <b>ricerca</b> 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).</li></ul> |
| 2000      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Conseguito il titolo di Dottore di Ricerca in Economia Aziendale (XI ciclo).</li></ul>   |

---

### ALTRI TITOLI

- Iscrizione all'albo dei giornalisti, elenco dei pubblicisti
-

---

## CURRICULUM ACCADEMICO - INSEGNAMENTI

---

- Dal 13/07/2011
- 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.
- Dall'1/10/08
- Ricercatore Universitario per il settore disciplinare SECS-P/08 ("Economia e Gestione delle Imprese") presso l'Università degli Studi della Basilicata, è divenuta titolare dell'insegnamento di Economia e Gestione delle Imprese e di quello di Marketing.
- Dal 2003 al 2008
- 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
- 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).

---

## 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), *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 decisionale ed etica aziendale*, Cedam, Padova.
- C. Rossi (2006) "In viaggio verso il digitale. Le imprese dell'intermediazione turistica e la sfida del web", in Collese 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 Collese 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), ISSN: 2466-7498.
- C. Rossi (2010), Exploiting the potential of online consumer communities for collaborative learning and innovation, in Proceedings of the 5<sup>th</sup> 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.

- C. Rossi (2017), “Il Sistema Informativo e i processi di gestione della conoscenza”, in Sciarelli S., “La gestione dell'impresa”, Wolters Kluwer, Milano, ISBN: 978-88-13-36339-0, pp. 201-216.
- C. Rossi (2018), “Comunità di consumo e value co-creation. Il marketing e la sfida del consumatore produttivo”, in V. Maggioni e P. Stampacchia (a cura di), L'Impresa del XXI secolo, Wolters Kluwer, Milano, ISBN: 9 788813 368517.
- F. Rivetti, C. Rossi (2020), “Co-creating a cultural mega-event: when and how do local residents get engaged?”, ICTR20-Proceedings of the 3rd International Conference on Tourism Research, ISBN:978-1-912764-54-9
- C. Rossi, F. Rivetti, (2020), Assessing Young Consumers' Responses to Sustainable Labels: Insights from a Factorial Experiment in Italy. Sustainability 12(23). DOI: 10.3390/su122310115
- C. Rossi (2021), Organizational Challenges of Online Customer Co-Creation for Innovation: A Middle Managers' Perspective in the Italian Food Context. International Journal of Marketing Studies 13(1):42. DOI: 10.5539/ijms.v13n1p42
- C. Rossi (2022), “Sistema informativo, Big Data e gestione della conoscenza”, in Sciarelli S., “La gestione dell'impresa”, Wolters Kluwer, Milano, ISBN: 9 788813-380861, pp. 175-187.
- C. Rossi, F. Rivetti (2023), Young consumers' purchase behaviour of sustainably-labelled food products. What is the role of scepticism?, Food Quality and Preference, issue 105, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104772>
- C. Rossi, F. Rivetti (2023), Virtual Influencer Marketing: Is It Effective in Engaging Younger Generations? Proceedings of the 10th European Conference on social media /Academic Papers, Vol. 10, n. 1.

20 maggio 2023

F.to  
Carla Rossi  
