

# **CECILIA GIULIANA NICOLETTA CASALEGNO**

## **Curriculum vitae**

### **1. ATTIVITA' DI RICERCA**

#### **Abilitazione Scientifica Nazionale e carriera accademica**

- Conseguimento dell'Abilitazione Scientifica Nazionale - professore I fascia, settore concorsuale 13/B12 Economia e Gestione delle Imprese (Bando D.D 553/2021). Validità abilitazione dal 20/11/2023 al 20/11/2034 (art. 16, comma 1, Legge 240/10)
- Professore Associato, presso il Dipartimento di Management dell'Università di Torino, dal 1 marzo 2022
- Vincitore del concorso per professore di seconda fascia (art. 24, comma 6, L. 240/2010 - ai sensi DM 84/2020): 2 dicembre 2021
- Conseguimento dell'Abilitazione Scientifica Nazionale - professore II fascia, settore concorsuale 13/B12 Economia e Gestione delle Imprese. Validità abilitazione dal 19/10/2018 al 19/10/2024 (art. 16, comma 1, Legge 240/10)
- Ricercatore universitario (RU) dal 29 dicembre 2008

#### **Direzione di attività di ricerca o partecipazione alle attività di un gruppo di ricerca caratterizzato da collaborazioni a livello nazionale o internazionale**

- Membro fondatore del gruppo di ricerca nazionale denominato “Business & Society”, risultato dall'accordo attuativo tra SpinLab (Spin off di UNITO) e il Dipartimento di Management dell'Università degli studi di Torino (UNITO) e SAA School of Management, approvato durante il Consiglio di Dipartimento di Management (Unito) il 15 luglio 2022.
- Responsabilità scientifica di una ricerca finanziata da Fondazione Lavazza sulla gestione degli output dei progetti di sostenibilità di Fondazione Lavazza e sull'impegno che Fondazione deve considerare di mantenere nei confronti delle popolazioni del caffè già target di progetti di empowerment: dal novembre 2019
- Membro del Gruppo di Ricerca di Neuromarketing, nato dalla collaborazione tra Università di Essex, Politecnico di Torino, Università degli Studi di Torino e Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli

([https://www.youtube.com/watch?v=IrnDlleVzNY&ab\\_channel=DeFeoLab](https://www.youtube.com/watch?v=IrnDlleVzNY&ab_channel=DeFeoLab)): da giugno 2021 ad oggi

- Membro del Gruppo di ricerca SIMA (Società Italiana Management) “Sustainability”. Coordinatori gruppo: Proff. Marco Frey ed Antonio Tencati: dal gennaio 2021 ad oggi
- Membro del team di ricerca del progetto dal titolo “Bilancio sociale”, oggetto di Convenzione tra Dipartimento di Management (UNITO), Spin Lab, Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro – Onlus. Data di approvazione della Convenzione: 19 febbraio 2021
- Membro del team di ricerca del progetto "Osservatorio per la Comunicazione d'Impresa" per Confindustria Piemonte. Dal dicembre 2020 ad oggi.
- Membro del progetto di Ricerca Locale ex 60% 2020. Dipartimento di Management, UNITO “Strategie competitive e sviluppo territoriale”, responsabile Prof. Stefano Bresciani, 16 luglio 2021 - 15 luglio 2023
- Membro del gruppo di ricerca UNITO con incarico di sviluppare la progettazione e l’implementazione di percorsi formativi innovativi rivolti a dipendenti delle aziende agroalimentari coinvolte nel progetto “Progetto SMAQ”. Si tratta di avviare la fase di costruzione di una proposta formativa, con il contributo dei dipartimenti UNITO (MANAGEMENT coordinatore scientifico, AGRARIA, CPS, GIURISPRUDENZA, INFORMATICA): dal 27 marzo 2020 ad oggi
- Membro del progetto di Ricerca Locale ex 60% 2020. Dipartimento di Management, UNITO “Business management strategy e competitività”, Responsabile Prof Stefano Bresciani: 17 luglio 2020 - 17 luglio 2022
- Membro del progetto di Ricerca Locale ex 60% Dipartimento di Management, UNITO, 2019 “Imprese e territorio: strategie competitive, marketing e innovazione”, Responsabile Prof Stefano Bresciani: 19 luglio 2019 - 30 aprile 2022
- Membro del gruppo di lavoro del progetto “Digital Retail Lab”, oggetto di Convenzione tra Dipartimento di Management, Leroy Merlin Italia Srl (responsabile per il Dip. di Management: Prof. Fabrizio Mosca). Convenzione approvata il 19 luglio 2019
- Membro del progetto di Ricerca Locale ex 60% Dipartimento di Management, UNITO 2018 “Il settore turistico: opportunità offerte dai commons per il miglioramento dell'attrattività “ Responsabile Prof Elisa Giacosa: 13 luglio 2018 – 14 luglio 2021
- Partecipazione al gruppo di ricerca – “Studio e Collaborazione per la Redazione Del Bilancio Sociale Del Presidio Ospedaliero “San Camillo” Di Torino”, Convenzione tra San Camillo, Spin Lab e Dipartimento di Management del 19 ottobre 2018, tutt’ora valida

- Direzione del progetto Ricerca Locale ex 60% del Dipartimento di Management 2017 “Metodi di valutazione dei dirigenti medici presso le Aziende sanitarie locali”: dal novembre 2017 al 19 dicembre 2019
- Referente per il Piemonte del CRIET – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio. Direttore Prof. Angelo Di Gregorio: dal 2016 ad oggi
- Socio fondatore e componente dell'“Innovative applications for sustainability and responsibility Lab”, gruppo di ricerca internazionale fondato dalle Università di Torino Dipartimento di Management, University of Virginia - Darden School of Business, IESEG School of Management. Il gruppo di ricerca ha prodotto alcune pubblicazioni internazionali su innovazione e responsabilità sociale: dal 10/11/16 ad oggi.
- Socio di sede per il Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Torino all'interno dell'iniziativa “I caffè della Ricerca” SIM (Società Italiana di Marketing), con la ricerca dal titolo “CSR, social media systems nel marketing dei beni e servizi ad elevato valore simbolico” (referente di sede: Prof. Fabrizio Mosca), da aa. 2016-2017
- Componente del gruppo di ricerca internazionale “Business E Società: Un Approccio Sostenibile E Responsabile Per L'impresa Del Futuro”. Partner del gruppo: Dipartimento di Management – UNITO. Referente: Maurizio Cisi. [https://frida.unito.it/wn\\_pages/percorso.php/373\\_economia-finanza-e-management/3219\\_business-e-societ-un-approccio-sostenibile-e-responsabile-per-limpresa-del-futuro/](https://frida.unito.it/wn_pages/percorso.php/373_economia-finanza-e-management/3219_business-e-societ-un-approccio-sostenibile-e-responsabile-per-limpresa-del-futuro/): dal 2016 ad oggi
- Membro del gruppo di ricerca sul tema "Strategie di marketing per i beni ad elevato valore simbolico: beni e servizi culturali, beni e servizi di lusso e beni e servizi fashion drive" (Società Italiana Marketing). Referente: Prof. Fabrizio Mosca, dal 2016 ad oggi.
- Componente del gruppo di ricerca internazionale “I Mercati Del Lusso E Le Loro Sfide: Tra Nuovi E Vecchi Target, Tecnologia E Tradizione” dell'Università di Torino, Programma FRIDA (Forum della Ricerca di Ateneo). Paesi Partner: Australia, Cipro, Francia, Giappone, Stati Uniti, Portogallo, Italia (Dipartimento di Management). Referente: Fabrizio Mosca [https://frida.unito.it/wn\\_pages/percorso.php/373\\_economia-finanza-e-management/3221/](https://frida.unito.it/wn_pages/percorso.php/373_economia-finanza-e-management/3221/): dal 2016
- Componente del gruppo di ricerca internazionale “Marketing Management: Analisi E Strategie Per Creare Valore” dell'Università di Torino, Programma FRIDA (Forum della Ricerca di Ateneo -UNITO). Il gruppo di ricerca si occupa dell'analisi delle strategie di marketing delle imprese in diversi mercati che includono la cultura e il turismo, i beni di lusso, l'automotive e il retail, il food and beverage.

[https://frida.unito.it/wn\\_pages/percorso.php/373\\_economia-finanza-e-management/3204\\_marketing-management-analisi-e-strategie-per-creare-valore/](https://frida.unito.it/wn_pages/percorso.php/373_economia-finanza-e-management/3204_marketing-management-analisi-e-strategie-per-creare-valore/): dal 2016 ad oggi

- Socio fondatore e componente del gruppo di ricerca, Associazione InCreaSe (Innovation, Creativity and Setting): dal marzo 2014 ad oggi
- Coordinatore della sezione Intangibili del gruppo di ricerca-azione Associazione InCreaSe (Innovation, Creativity and Setting): da ottobre 2020 ad oggi
- Membro dell'Osservatorio sulla Collaborative Economy creato all'interno del Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Torino. L'Osservatorio si occupa di progetti di ricerca e di studio, di didattica e di supporto alle aziende in tema di sharing economy: dal 2014 ad oggi
- Responsabile scientifico del Progetto di ricerca locale ex 60% 2013 del Dipartimento di Management (Scuola di Management e Economia - UNITO) "Sviluppo di un modello quali-quantitativo per lo studio dell'impatto delle strategie di comunicazione sulla sostenibilità di impresa e sulla sua integrazione con il territorio": dal febbraio 2014 al febbraio 2016

### **Responsabilità di studi e ricerche scientifiche affidati da qualificate istituzioni pubbliche o private**

- Partecipazione al progetto PSR Regione Piemonte Op.16.1.11-Filierba CUP J66B20006470002: dal 1 aprile 2022 al 31 ottobre 2023
- Partecipazione alla costituzione del gruppo di ricerca costituito da accademici di professionisti che avvii una riflessione su Organismi Indipendenti di Valutazione - OIV delle Aziende Sanitarie Regionali. Il gruppo di ricerca si è costituito previa convenzione tra il Dipartimento di Management di Torino, il Dipartimento di Scienze Economico-sociali e matematico-statistiche di Torino, SAA School of Management (TO), Azienda Sanitaria Locale Città di Torino: dal 27/11/2017
- Responsabilità scientifica della ricerca sul mercato del caffè in Italia commissionata dal Comitato Italiano del Caffè (Organo italiano dell'International Coffee Organization). La ricerca è stata condotta, sotto l'egida del Comitato Italiano del Caffè, in risposta alla domanda dell'International Coffee Organization e i risultati della stessa sono stati presentati durante il Convegno nazionale Gran Caffè Italia che si è tenuto a Napoli il 14 dicembre 2017: dal 01/04/17 al 30/11/17

- Responsabilità scientifica dell'attuazione dell'accordo tra Dipartimento di Management (UNITO) e l'Accademia Maurizio Maggiora per la realizzazione congiunta e coordinata di programmi di didattica e di ricerca definiti con specifici accordi: accordo quadro approvato il 31/03/17
- Responsabilità scientifica dell'analisi di percezione del brand e customer satisfaction commissionata da SCHREDER SPA. La ricerca, meglio specificata come “Attività di ricerca su competitor e clienti nel mercato dell’illuminazione esterna”, ha avuto come output la mappatura delle percezioni della qualità dei servizi offerti dall'azienda committente e dei suoi punti di debolezza in relazione al mercato italiano. Sono stati inoltre coinvolti nell'indagine tutti i dipendenti e gli agenti della rete di vendita dei prodotti Schreder: dal 31/12/16 al 15/09/17
- Responsabile scientifico del progetto di ricerca per l’elaborazione di un’indagine relative ad un sistema integrato di CUSTOMER SATISFACTION per un'azienda che si occupa di Fornitura Di Servizi Integrati, Gestionali ed Operativi, da eseguirsi negli Istituti e Luoghi Di Cultura Pubblici Individuati All’art.101 Del d.lgs n. 42/2004. La ricerca ha avuto come output un sistema di customer satisfaction replicabile comprensivo di questionari e report intermedi da adattare alle realtà private e pubbliche operanti nel settore della cultura: dal 01/10/15 al 31/10/15
- In occasione di una campagna pubblicitaria NUTELLA, alla sottoscritta è stata data la responsabilità scientifica di una ricerca sulla percezione dei consumatori attraverso un focus group studentesco e una survey online. La ricerca è stata pubblicata nel testo "Mondo Nutella" (Autore: Gigi Padovani, 2014) e successivamente nella sua versione internazionale "Nutella World" (Gigi Padovanni, 2015). I risultati di tale ricerca sono tuttora reperibili al seguente link: <http://www.claragigipadovani.com/mondo-nutella/il-sondaggio>: dal 01/10/13 al 01/05/14
- Responsabilità scientifica del progetto commissionato dall'ARESS Piemonte (Agenzia Regionale per il Servizi Sanitari) dal titolo “Modelli meritocratici di sviluppo e di trasparenza del S.S.R”. Il progetto ha visto lo sviluppo di una ricerca sul campo (Regione Piemonte) attraverso la raccolta e l'analisi di dati da fonti primarie e secondarie. La delibera (in allegato) è reperibile anche al seguente link: <http://www.aress.piemonte.it/dwd/DLB/DLB000000495.pdf>: dal 22/09/11 al 01/01/12
- Partecipazione alla ricerca commissionata dalla Fondazione CRT dal titolo: "I cluster biotecnologici in Europa come Modelli di Riferimento per il Piemonte: Organizzazione,

Origine delle Risorse Finanziarie per la Ricerca e Metodi di Valutazione delle Imprese".  
Responsabile ricerca Prof. Giacomo Buchi: dal 01/01/09 al 01/12/10

- Incarico attività di ricerca per studio di fattibilità all'interno del progetto DIADI 2000. PROT.208B/DIADI/MP/CDF dell'azienda GEMMA S.r.l.: dal 20/07/06 al 20/10/06
- Incarico attività di ricerca per studio di fattibilità all'interno del progetto DIADI 2000. PROT.208B/DIADI/MP/CDF dell'azienda TEKNOTRE S.r.l. dal 24/07/06 al 24/10/06
- Incarico attività di ricerca presso ISVOR FIAT per RICERCHE ED INVESTIMENTI per lo sviluppo del corso: ZRX01 - Sviluppo Programmi sulla Leadership: dal 29/09/2006 al 24/11/2006
- Incarico attività di ricerca presso ISVOR FIAT per lo sviluppo del topic "Knowledge workers". Responsabili progetto: Prof Federico Butera e Dr Ruggero Cesaria: dal 29/09/2006 al 24/11/2006

**Responsabilità scientifica per progetti di ricerca internazionali e nazionali, ammessi al finanziamento sulla base di bandi competitivi che prevedano la revisione tra pari**

- Responsabilità scientifica del trasferimento di conoscenza, delle analisi e del monitoraggio e della comunicazione dei risultati del progetto Interreg: "Better cooperation governance to attain urban sustainable development", dal 1/04/2023
- Membro effettivo del partner "Università degli Studi di Torino" (UNITO) nell'ambito del progetto "STARTER". Progetto consistente di 8 partner europei e finanziato dall'Commissione Europea (Erasmus+). Ulteriori informazioni sono reperibili al seguente link: <https://mooc.fh-joanneum.at/moodle/> dal 01/01/2020 al 30/06/2022
- Membro effettivo del partner "Università degli Studi di Torino" (UNITO) nell'ambito del progetto "AtLETyC – Athletes Learning Entrepreneurship – a new Type of Dual Career Approach". Progetto consistente di 12 partner europei e finanziato (per €490.327,00, di cui €65.869,00 a favore del partner UNITO) dall'Commissione Europea (Erasmus+; Sport: Collaborative partnerships in the sport field and Not-for-profit European sport events NOT related to the 2015 European Week of Sport). Ulteriori informazioni sono reperibili al seguente link: <http://atletycmooc.eu/week-3/what-about-marketing-clues/> : dal 01/01/2016 al 30/06/2018
- Vincitore di una borsa di studio biennale post dottorato per il Progetto di ricerca dal titolo: "L'evoluzione delle problematiche e delle metodologie legate alla gestione delle risorse

umane in relazione alle condizioni dell'ambiente competitivo nel settore auto motive",  
Facoltà di Economia di Torino: dal 05/05/2008 al 31/05/2010

### **Conseguimento di premi e riconoscimenti per l'attività scientifica, inclusa l'affiliazione ad accademie di riconosciuto prestigio nel settore**

- Vincitore di un grant da parte di The Hoffman Center for Business Ethics che ha permesso la partecipazione a titolo gratuito al Global Business Ethics Teaching Workshop, presso la Bentley University (Waltham, USA), 19-21 maggio 2020
- Vincitore del Fondo Finanziamento delle Attività Base di Ricerca 2017. I nomi dei vincitori sono reperibili al seguente link: <http://www.anvur.org/attachments/article/1204/BeneficiariFFABRRicerca~.pdf>: dal 01/10/2017
- Vincitore del premio UNA TANTUM per attività di ricerca art. 29 - comma i 19 Legge n. 2491201 O - Ricercatori a tempo indeterminato e Assistenti ordinari - anno 2013: il 29/12/2014
- Vincitore del premio: Highly Commented Award SINERGIE 2010 - premio ricevuto in occasione del Ventiduesimo Convegno Annuale di Sinergie - Università degli Studi di Salerno per il paper: Giacomo Buchi, Cecilia Casalegno, Elisa Cerruti, Michela Pellicelli, Edoardo Gagliardi (2010). Il cluster biotecnologico di Torino: il ruolo dell'Università e del territorio per lo sviluppo dell'innovazione. Tale contributo, dopo il convegno, è stato pubblicato sulla rivista: SINERGIE, vol. 83, p. 117-138, ISSN: 0393-5108: settembre 2010
- Nel novembre 2007: conseguimento del titolo di Dottore di Ricerca in Economia Aziendale: dal 06/11/2004 al 27/11/2007
- Vincitore di borsa di studio per il percorso del Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale, Responsabile scientifico: Prof Giorgio Pellicelli (XX ciclo), Università degli Studi di Torino (Scuola di Management e Economia, già Facoltà di Economia): dal novembre 2004 al novembre 2007

### **Risultati ottenuti nel trasferimento tecnologico in termini di partecipazione alla creazione di nuove imprese (spin off), sviluppo, impiego e commercializzazione di brevetti**

- Co fondatore del progetto levieditorino.it. Partners progetto: Dipartimento di Management (UNITO), Spin Lab, laboratorio di impresa UNITO, ASCOM, Associazione Commercianti di Via Po, Lavazza, Reale Mutua. Il progetto mira allo sviluppo di una Torino virtuale: accordo quadro tra da Spin Lab e Dipartimento di Management approvato il 20 novembre 2020
- Socio fondatore, Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato dello spin off accademico SPIN LAB - LABORATORIO DI IMPRESA. da marzo 2018 ad oggi
- Attività di collaborazione presso l'Incubatore dell'Università degli Studi di Torino 2I3T per lo sviluppo e la creazione di imprese innovative. La collaborazione ha contribuito alla costituzione dell'impresa TITAC: dal 10/05/2010 al 08/06/2010

#### **PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE SECS-P/08**

- Casalegno, C., Civera, C., Cortese, D., & Zardini, A. (2023). In search of the enabling factors for public services resilience: A multidisciplinary and configurational approach. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), 100337. **Rivista Fascia A Anvur; ISSN: 2530-7614. DOI: 10.1016/j.jik.2023.100337**
- Cortese, D., Civera, C., Casalegno, C., & Zardini, A. (2023). Transformative social innovation in developing and emerging ecosystems: a configurational examination. *Review of Managerial Science*, 1-31. **2 ABS stars, Scopus, WOS, Rivista Fascia A Anvur; ISSN: 18636683. DOI: 10.1007/s11846-023-00624-1**
- Casalegno, C. (2023). *Advertising: Tecniche, strumenti, regole tra una rivoluzione e l'altra*. FrancoAngeli.
- Casalegno, C., Civera, C., & Couturier, J. (2023). Applying a company stakeholder responsibility approach to HR management: the external human resources model. *European Journal of International Management*, 19(4), 537-562.
- Civera, C., Casalegno, C., Couturier, J., Zardini, A., & Ishizaka, A. (2022). Discovering and nurturing local key stakeholders' talent in emerging economies: using fsQCA to test the external human resources approach. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-40. **Rivista Fascia A Anvur; ISSN: 0958-5192. DOI: 10.1080/09585192.2022.2047754**
- Casalegno, C., Candelo, E., & Santoro, G. (2022). Exploring the antecedents of green and sustainable purchase behaviour: A comparison among different generations. *Psychology &*

- Marketing*, 39(5), 1007-1021. **3 ABS stars, Scopus, WOS, Rivista fascia A Anvur.** Online ISSN:1520-6793. DOI: 10.1002/mar.21637
- Candelo, E., Casalegno, C. G., & Civera, C. (2021). Digital transformation or analogic relationships? A dilemma for small retailer entrepreneurs and its resolution. *Journal of Strategy and Management*, N. ahead of print, Vol. ahead of print, accepted 17/05/2021. **1 ABS star, Scopus, Rivista valida ANVUR; ISSN: 1755-425X. DOI: [10.1108/JSMA-02-2021-0056](https://doi.org/10.1108/JSMA-02-2021-0056)**
  - Casalegno, C., Civera, C., & Cortese, D. (2020). COVID-19 in Italy and issues in the communication of politics: bridging the knowledge-behaviour gap. *Knowledge Management Research & Practice*, pp. 1-9. **1 ABS star, Scopus, WOS, Rivista fascia A Anvur;** Print ISSN: 1477-8238 Online ISSN: 1477-8246 [DOI: 10.1080/14778238.2020.1860664](https://doi.org/10.1080/14778238.2020.1860664)
  - Casalegno, C., Candelo, E., Santoro, G., & Kitchen, P. (2020). The perception of tourism in coffee-producing equatorial countries: An empirical analysis. *Psychology & Marketing*, 37(1), pp. 154-166. **3 ABS stars, Scopus, WOS, Rivista fascia A Anvur.** Online ISSN:1520-6793. DOI: [10.1002/mar.21291](https://doi.org/10.1002/mar.21291)
  - Candelo, E., Casalegno, C., Civera, C., & Büchi, G. (2019). A ticket to coffee: Stakeholder view and theoretical framework of coffee tourism benefits. *Tourism Analysis*, 24(3), 329-340. **2 ABS stars, Scopus, Rivista valida ANVUR.** Print ISSN: 1083-5423 Online ISSN: 1943-3999. DOI: [10.3727/108354219X15511864843830](https://doi.org/10.3727/108354219X15511864843830)
  - Civera, C., De Colle, S., & Casalegno, C. (2019). Stakeholder engagement through empowerment: The case of coffee farmers. *Business Ethics: A European Review*, 28(2), 156-174. **2 ABS stars, Scopus, Rivista fascia A Anvur. Online ISSN:2694-6424 DOI: [10.1111/beer.12208](https://doi.org/10.1111/beer.12208)**
  - Casalegno, C., Migheli, M., Bonfanti, A., & Maple, P. (2019). From transactions to cooperation: Developing supply chain of ancient grains between relationships and joint interests. *British Food Journal*, 122 (5), pp. 1381-1396. **1 ABS star, Scopus, WOS, Rivista fascia A Anvur.** ISSN: 0007-070X. DOI: [10.1108/BFJ-05-2019-0383](https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2019-0383)
  - Casalegno, C. G., Civera, C., & Couturier, J. (2019). Applying a company stakeholder responsibility approach to human resources management: the external human resources model. *European Journal of International Management*, ahead of print, pp. 1-26. **2 ABS stars, Scopus, WOS, Rivista valida ANVUR.** Print ISSN: 1751-6757 Online ISSN: 1751-6765. DOI:[10.1504/EJIM.2020.10023865](https://doi.org/10.1504/EJIM.2020.10023865)
  - Civera, C., Casalegno, C., Mosca, F., & Maple, P. (2018). Customers' judgments and misjudgments of corporate responsibility communication: A cross-country investigation of

the effects on confidence and trust within the banking sector. *Psychology & Marketing*, 35(2), 138-149. **3 ABS stars, Scopus, WOS, Rivista fascia A Anvur.** ISSN:1520-6793. [DOI: 10.1002/mar.21075](https://doi.org/10.1002/mar.21075)

- Pezet, E., & Casalegno, C. (2017). Balancing Under and Over Communication in Sustainability. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), 95-110. **1 ABS star, Rivista valida Anvur.** Print ISSN: 1593-0300 On-line ISSN: 1593-0319 DOI: [10.4468/2017.1.08pezet.casalegno](https://doi.org/10.4468/2017.1.08pezet.casalegno)
- Candelo, E., Casalegno, C., & Civera, C. (2015). Towards corporate shared value in retail sector: a comparative study over grocery and banking between Italy and the UK. *International Journal of Economic Behavior (IJEB)*, 5(1), 105-120. **Rivista valida Anvur.** Print ISSN: 2069-5756 Online ISSN: 2285-0430. DOI: [10.14276/2285-0430.1899](https://doi.org/10.14276/2285-0430.1899)
- Casalegno, C., & Civera, C. (2016). *Impresa e CSR: la "non comunicazione" di successo. Regole per una gestione responsabile delle relazioni.* Collana referata Increase, Franco Angeli, Milano. ISBN: 9788891727886.
- Casalegno C. (2008). *Leadership e leadership development come strumento strategico di gestione.* Giappichelli, Torino. ISBN/EAN 9788834885758

#### ***Altri Articoli su riviste scientifiche***

- Casalegno C., Civera C., Mosca F., Freeman Ed. (2020), Circular Economy and Relationship-Based View, *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 1, 149- 164
- Casalegno C., Giachino C., Bertoldi B. (2019), A New Generation for the Wine Industry Micro & Macro Marketing. 1,49, 70
- Bellow E., Majd T., Casalegno C. (2019), Creative and Sustainable Tourism: The Case of Ainu in Japan *Symphonya* 2, 119-132
- Ribero S., Dapavo P., Casalegno C. 2019 Improving the disease awareness: how a communication campaign brings hidradenitis suppurativa to the light, *Journal Of The European Academy Of Dermatology And Venereology*, 33, (S6), 7-9
- Candelo E., Casalegno C., Civera C., Mosca F. (2018) Turning Farmers into Business Partners through Value Co-Creation Projects. Insights from the Coffee Supply Chain Sustainability, 10, 4, 1-21
- Casalegno, C.; Pellicelli, M.; Civera, C. (2017), "CSR and human capital as levers for enhancing shareholder value creation. An early investigation of the largest European companies", *Global Business & Economics Review*, 19, 4, 448-467

- Buchi, G.; Casalegno, C.; Cugno, M. (2017), L'internazionalizzazione dell'impresa: evoluzione dell'evidenza empirica e dei modelli interpretativi, *Diritto Ed Economia Dell'impresa*, 1, 11-20
- Buchi, G; Casalegno, C; Cugno, M 2016 Gli intangibile nell'economia dell'impresa, *Diritto Ed Economia Dell'impresa*,1,1, 2-13
- Mosca, F.; Tamborrini, P.; Casalegno, C. 2015 Systemic Design: How to Compete by Leveraging the Value System *Symphonya* 2 42 56
- Casalegno C.; Candelo E. (2015),Young Stakeholders' Perception of Public Companies Responsibility: An Empirical Study on Business-to-Customer Markets, *Usa-China Business Review*, 14, 6, 304-316
- Casalegno C.; Pellicelli A.C.; Pellicelli M.; Civera C. (2014), Innovation Policy and Environmental Sustainability as Strategic Tools for Reaching Higher Performances A Regional Empirical Analysis to Find the Best Practice. *International Journal Of Sustainable Society*, 6, 1/2, 170- 184
- Rainero C; Alfiero S; Tradori V; Casalegno C; Secinaro S; Indelicato A; Venuti F. (2014) Communication as the basis for a sustainable crowdfunding: the Italian case.*International Journal Of Humanities And Social Science* 4, 5 (1), 46-55
- Casalegno C.; Bollani L.; Candelo E.(2014), Social, viral, mobile e Tv: nuove integrazioni in risposta al cambiamento generazionale. Una riflessione empirica sul settore alimentare, *Micro & Macro Marketing*, 3/2014, 441-460
- Candelo El.; Casalegno C. (2013) Merit and Evaluation Models for Managers in the National Health System: An Empirical Study. *Chinese Business Review*, 12, 8, 572-582
- Casalegno C.; Pellicelli M.; Civera C. (2012). Communicate the corporate identity through social values and ethics. *Chinese Business Review*, 11, 656- 671
- Viassone M.; Casalegno C. (2011) Does a Correlation Between Provincial and District Competitiveness Exist? The Study of Italian Areas *World Journal Of Social Sciences*1(5), 36- 53
- Buchi G.; Casalegno C.; Pellicelli M. (2010). The Impact Of The Incubators' Role On The Firm's Development In The Biotechnological Sector. An Empirical Analysis Of The Piedmont Reality. *Advances In Business Related Scientific Research Journal* 1, 79-91
- Buchi G.; Casalegno C.; Cerruti E.; Pellicelli M.; Gagliardi E. (2010). Il cluster biotecnologico di Torino: il ruolo dell'Università e del territorio per lo sviluppo dell'innovazione. *Sinergie*, 83, 117-138

- Casalegno C.; Cerruti E.; Pellicelli M. (2009). Measuring the people management and shareholder value creation relationship. An empirical approach from Italian firms. *Economia Aziendale* 2000 Web 4/2009, 1-35
- Casalegno C., Pellicelli M. (2008). The human capital impact on the shareholder value *Economia Aziendale* 2000 Web2-3, 1- 31
- Casalegno C. (2008). Leadership brand e leadership development nello sviluppo strategico d'impresa, seconda parte, *Sistemi & Impresa*, 7/8, 44-51
- Casalegno C. (2008). Leadership brand e leadership development nello sviluppo strategico d'impresa, prima parte, *Sistemi & Impresa*, 6, 55-61

### ***Review in rivista***

- Casalegno C., Chiara C. (2021) review per l'articolo: Towers C and Howarth R. Food for thought: SDG challenges, corporate social responsibility and food shopping in later life [version 1; peer review: 2 approved with reservations] *Emerald Open Research* 2020, 2:69, <https://doi.org/10.35241/emeraldopenres.13499.1>

### ***Capitoli di libro***

- Mosca F., Casalegno, C., Bonelli, G., Civera, C., *Managing Integrated Brand Communication Strategies in the Online Era*. pp.62-80. In *Developing Successful Global Strategies For Marketing Luxury Brands – IGI Global*
- Giammarco P. Casalegno C. (2020), *Managing Intangibles and Improving Governance Through the Theory of Complexity*. pp.137-156. In *Responsible Business in a Changing World. CSR, Sustainability, Ethics & Governance*. Springer
- Casalegno C., Civera C. (2020), *La Responsabilità Sociale di Impresa*, pp. 225-240, in *L'impresa nel sistema economico mondiale*, Egea, Milano
- Casalegno C., Candelo E. (2020), *Turismo sostenibile al Podere ai Valloni*, pp. 151-159, In *Pianificare il turismo*, Carocci
- Candelo E., Casalegno C., Civera C. (2020), *Using Integrated Corporate Responsibility to Enhance Consumers' Perceptions: An Overview of the Banking Sector*, pp. 445-461, In *Handbook of Research on Retailing Techniques for Optimal Consumer Engagement and Experiences*, IGI Global

- Candelo C., Casalegno C., Buchi G. (2019), *Between Climate and Social Changes: how to Struggle Against Adverse Conditions in the Coffee Industry*, pp. 301-319, In *THE FUTURE OF RISK MANAGEMENT, VOLUME II*, Palgrave
- Casalegno, C., Rainero, C., Büchi, G., & Mosca, F. (2018). *SME and Sustainability: A Managerial Model to Enhance Relationships and Interactions Between Different Local Actors of the Territory*. In *Maintaining Sustainable Accounting Systems in Small Business* (pp. 112-130). IGI Global.
- Mosca, F., Civera, C., & Casalegno, C. G. (2018). *Communication of sustainability by Italian luxury fashion brands: A framework to qualitatively evaluate innovation and integration*, in *Corporate Social Responsibility in luxury Industry*. Springer
- Candelo, E., Casalegno, C., Büchi, G., & Cerutti, M. (2018). *Behind and Beyond the Coffee Cup: How to Develop Tourism in Developing Countries*. In *Smart Tourism*, McGraw-Hill Education
- Candelo, E., Casalegno, C., & Civera, C. (2019). *Enhancing Retailer-Consumers Relationship Through Everyday Sustainability: McDonald's in Italy*. In *Corporate Social Responsibility: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 1186-1208). IGI Global.
- Casalegno, C. G. (2017). *L'utilizzo del digital nelle strategie di comunicazione di marketing per la creazione di fiducia, awareness e empatia nel largo consumo*. pp. 43-65, In *Strategie di Marketing Applicate a Diversi Mercati*, Giappichelli
- Candelo C., Casalegno C., Civera C. (2016), *Communication for preventing reputational risk. McDonald's strategy and its impact on the Italian market*, pp. 461-476, In *Risk management: perspectives and open issues*, McGraw-Hill
- Mosca, F., Casalegno, C., (2016). *Managing integrated brand communication strategies in the online era: New marketing frontiers for luxury goods*. In *Developing Successful Global Strategies for Marketing Luxury Brands* (pp. 93-108). IGI Global.
- Casalegno C. (2015), *La comunicazione integrata di impresa: tra ricerca del vantaggio competitivo e gestione della trasparenza*, pp. 97-106, In *Le Sfide dell'Intangibile*, Collana Increase, FrancoAngeli
- Candelo, E., Casalegno, C., & Civera, C. (2014). *Meanings and implications of corporate social responsibility and branding in grocer retailers: A comparative study over Italy and the UK*. In *Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development* (pp. 351-369). Igi Global.

- Casalegno C.; Rossi G.(2012) La pianificazione di una campagna pubblicitaria, pp. 197-226. In Pubblicità: Istruzioni per l'uso. Strategie, strumenti e tecniche in epoca di cambiamento, Franco Angeli Milano
- Casalegno C. (2012), Ricerca, strategie di comunicazione, obiettivi e scelta dell'intermediario, pp. 171-196, In Pubblicità: Istruzioni per l'uso. Strategie, strumenti e tecniche in epoca di cambiamento Franco Angeli Milano
- Casalegno C. (2012), Capitolo 13. Il caso Alfa Torino S.r.l., pp. 211-218, In Marketing strategico e branding, Case studies, Giappichelli
- Casalegno C. (2012), Capitolo 12. IL CASO GEMMA S.N.C., pp. 199-209 In Marketing strategico e branding, Case studies, Giappichelli
- Casalegno C.; Yuping Li (2012), 37-65, Tendenze evolutive in atto: la comunicazione integrata 2012 In Pubblicità: Istruzioni per l'uso. Strategie, strumenti e tecniche in epoca di cambiamento Franco Angeli Milano
- Casalegno C.; Pellicelli M. (2012), Etica e corporate social responsibility quali strumenti della comunicazione integrata. Le implicazioni in pubblicità. In Pubblicità: Istruzioni per l'uso. Strategie, strumenti e tecniche in epoca di cambiamento Franco Angeli Milano

### ***Introduzione libri***

- Mosca F., Casalegno C., Gallo R., Introduction, pp. In Developing Successful Global Strategies For Marketing Luxury Brands – IGI Global
- Casalegno C. (2012), Introduzione, pp. 13-16, In Pubblicità: Istruzioni per l'uso. Strategie, strumenti e tecniche in epoca di cambiamento, Franco Angeli, Milano

### ***Curatele***

- Mosca F., Casalegno C., Gallo R. (2021), Developing Successful Global Strategies for Marketing Luxury Brands. DOI:10.4018/978-1-7998-5882-9. pp.1-351
- Giammarco P., Rota F., Casalegno C. (2015) La sfida dell'intangibile Strumenti, tecniche, trend per una gestione consapevole nelle organizzazioni e nei territori. pp.1-235
- Casalegno C. (2012), Pubblicità: Istruzioni per l'uso. Strategie, strumenti e tecniche in epoca di cambiamento. pp.1-238

## **2. ATTIVITA' DIDATTICA**

### ***ATTIVITA' DIDATTICA UNIVERSITARIA***

Di seguito sono presenti i corsi di cui la candidata è stata o è il titolare. Si tratta di corsi o moduli di corsi universitari (primo livello, secondo livello, post lauream).

- Affidamento del corso di Comunicazione e Pubblicità (40 ore, 5 cfu, corso integrato con Marketing industriale),
- Affidamento del corso di Gestione delle Risorse Umane (40 ore, 5 cfu, integrato con Economia e gestione delle imprese dei servizi), da aa . 2016-2017 a aa. 2021-2022
- Affidamento del corso di Strategie per nuovi bisogni e nuovi mercati (8 ore, 1 cfu, integrato con Business Plan), da aa 2016-2017 a aa. 2020-2021
- Affidamento del corso di Marketing (canale C, 63 ore, 9 cfu), aa. 2012-2013
- Affidamento del corso di Marketing Serale (63 ore, 9 cfu), aa. 2008-2009, aa. 2009-2010, aa. 2010-2011, aa. 2011-2012, aa. 2012-2013
- Affidamento del corso di Marketing (42 ore, 6 cfu, così suddiviso: 21 ore canale A – 3 cfu – 21 ore canale B – 3 cfu), aa 2018-2019, aa.2019-2020, aa. 2020-2021, aa.2021-2022
- Affidamento del corso di Principles of Marketing (21 ore, 3 cfu, integrato con Business Plan), aa. aa. 2015-2016, aa. 2016-2017
- Affidamento del corso di Marketing, (erogazione in inglese - 28 ore, 4 cfu), aa 2014-2015
- Affidamento del corso di Marketing, (49 ore, 7 cfu), aa 2009-2010, aa. 2010-2011, aa. 2011-2012, aa. 2012-2013
- Affidamento del corso di Strategie di Impresa (42 ore, 6 cfu), Sede di Biella, aa. 2010-2011, aa. 2011-2012, aa. 2013-2014
- Affidamento del corso di Marketing, Facoltà di Economia di Torino, sede di Biella (63 ore, 9 cfu), aa. 2009-2010, aa. 2010-2011, aa. 2011-2012
- Affidamento del corso di Strategie d'Impresa presso la Facoltà di Economia di Torino, sede di Pinerolo (63 ore, 9 cfu), aa. 2008-2009
- Docente a contratto nel corso di Strategie d'Impresa, sede di Pinerolo (63 ore; 9 cfu), aa. 2007-2008

### *Corsi altri settori scientifici disciplinari*

- Affidamento modulo nel corso Principles of Psychology and Behavioral Management (4 cfu, 28 ore, così suddiviso: 14 ore canale A – 2 cfu – 14 ore canale B – 2 cfu), aa. aa. 2019-2020, aa. 2020-2021 - M-PSI/01

**Corso di laurea magistrale in Economia e Direzione delle Imprese, percorso generico, Scuola di Management ed Economia, già Facoltà di Economia:**

- Affidamento del modulo di Economia e gestione delle risorse umane all'interno del corso magistrale di Leadership (21 ore, 3 cfu), aa. 2015-2016
- Affidamento del modulo di Economia e gestione delle risorse umane (35 ore, 5 cfu, modulo all'interno del corso di Leadership, laurea II livello), aa. 2013-2014, aa. 2014-2015
- Affidamento del corso di Comunicazione di impresa (42 ore, 6 cfu, corso integrato Analisi della Concorrenza e comunicazione di impresa, laurea di II livello), aa. 2012-2013, aa. 2013-2014, aa. 2014-2015
- Affidamento del corso di Pubblicità (42 ore, 6 cfu, corso integrato Comportamento del consumatore e pubblicità), aa. 2010-2011, aa. 2011-2012
- Affidamento corso Feed Marketing (30 ore, 6 cf), da aa. 2018-2019, ad aa. 2022-2023

**Corso di laurea magistrale in Food Innovation & Management, Università di Scienze Gastronomiche, erogato in lingue inglese**

- Affidamento dell'insegnamento di Food Business Management (4 ore), all'interno del Corso di Laurea Magistrale in Food Innovation & Management, aa. 2021-2022
- Affidamento dell'insegnamento di Sustainable Food Business Management (16 ore), all'interno del Corso di Laurea Magistrale in Food Innovation & Management, aa. 2022-2023

**Corso di laurea magistrale in Textile Engineering, erogato in lingua inglese, Politecnico di Torino:**

- Affidamento del corso di Marketing and Product Fashion Design (88 ore, 8 cfu), aa. 2011-2012, aa. aa. 2012-2013, aa. 2013-2014, aa. 2014-2015

**Corsi di formazione post lauream, Master universitari e Corsi di alta formazione professionale erogati dall'Università degli Studi di Torino**

- Affidamento dell'insegnamento "Come la comunicazione influenza la percezione del servizio" (10 ore) all'interno del modulo marketing and sales presso il Master in alto apprendistato in Management delle aziende di trasporto pubblico locale e servizi per la mobilità: aa. 2022-2023
- Affidamento modulo marketing e vendite (7 ore) presso il Master Universitario di Primo livello in Business Administration, Dip. Management, aa. 2020-2021, aa 2021-2022, aa 2022-2023
- Affidamento modulo marketing (4 ore) presso il Master Universitario di Primo livello in Business Administration in complex learning, Dip. Management, aa. 2020-2021, aa 2021-2022, aa 2022-2023
- Affidamento modulo di Personal branding e web reputation (8 ore, 1 cfu) presso il Master Universitario di primo livello in Progettazione, Comunicazione Management del Turismo Culturale, Dip. Cultura, Politica e Società, da a 2019-2020 a aa. 2020-2021, aa. 2021-2022, aa 2022-2023
- Affidamento modulo marketing e vendite (11 ore) presso il Master Universitario di Primo livello in Business Administration, Dip. Management, 2019-2020
- Affidamento del modulo di Leadership (8 ore, 1 cfu), presso il Corso universitario di alta formazione professionale "Strumenti per la gestione delle risorse umane nelle organizzazioni complesse", presso Dip. Cultura, Politica e Società, aa. 2019-2020
- Affidamento del modulo di Leadership (8 ore, 1 cfu), presso il Corso universitario di alta formazione professionale "Strumenti avanzati per la gestione delle risorse umane nelle organizzazioni complesse" presso Dip. Cultura, Politica e Società, aa. 2019-2020
- Affidamento del modulo "Business Development - Marketing Operativo" (16 ore), all'interno del Master in alto apprendistato in "Sales Strategies Development", Dipartimento di Management, aa 2019-2020
- Affidamento del modulo "Business Development - Brand strategy & Unique Selling proposition" (4 ore), all'interno del Master in alto apprendistato in "Sales Strategies Development", Dipartimento di Management, aa. 2019-2020
- Affidamento del modulo di Marketing e vendite (14 ore) presso il Master Universitario Di I Livello In Business And Management, presso la Scuola di Management ed Economia, aa. 2017-2018

- Affidamento del modulo di Marketing e vendite (14 ore) presso il Master Universitario Di I Livello In Business And Management, presso la Scuola di Management ed Economia, aa. 2016-2017
- Incarico di docente nell'ambito del Master di I livello in Risk Management for insurance and brokerage di un modulo di Marketing (16 ore), Dipartimento di Economia e Statistica Cognetti de Martiis, aa. 2016-2017
- Affidamento del modulo "Comunicazione" (4 ore) all'interno del Corso di aggiornamento Professionale, certificato MIUR "Metodi e strumenti della nuova informazione 2.0 per la scuola: comunicazione, management, didattica", presso la Scuola di Amministrazione Aziendale, aa. 2014-2015
- Docenza presso il Master in Retail Marketing & Store Management della Facoltà di Economia di Torino per il modulo di Comunicazione e Pubblicità (4 ore), aa. 2012-2013
- Docente presso il master universitario di primo livello "Analisi e produzione cinematografica e televisiva" per l'insegnamento di "Forme, linguaggi e modelli dei prodotti audiovisivi", modulo "Strategie delle imprese audiovisive" (presso la Scuola di Amministrazione Aziendale di Torino), (8 ore), aa. 2009-2010
- Docenza presso il Master in Marketing e Comunicazione, Facoltà di Economia di Torino, presentando il seguente intervento: "Leadership e leadership development" (4 ore), aa. 2008-2009 e aa 2009-2010

**Attività di visiting professor presso Corsi di formazione post lauream, Master universitari e Corsi di alta formazione professionale erogati da Università straniere (lingua inglese)**

- Affidamento del modulo di Marketing all'interno del Master degree internazionale in Food and Beverage Sustainability and Entrepreneurship (20 ore, Master internazionale in collaborazione con SAA, Università Abat Oliba di Barcellona) aa. 2017-2018, aa 2019-2020, aa 2020-2021

**Didattica presso altri programmi universitari**

- Affidamento modulo "Conoscere La Comunicazione Integrata Di Impresa Per Una Buona Gestione Delle Relazioni Con Il Mercato" (4 ore didattica erogata in e-learning e 2 ore di didattica in presenza) all'interno del progetto formativo UNITO SMAQ, Progetto

Agroalimentare 4.0 – Strategie di Marketing territoriale per le imprese agroalimentari del cuneese - Digital transformation Program, aa. 2019-2020

- Esercitatore per il corso di Strategie di impresa, Facoltà di Economia di Torino (20 ore), titolare Prof G. Pellicelli, da aa. 2005-2006 aaa. 2007-2008

#### **Esercitazioni (argomenti riguardanti SECS P/08) presso Master universitari**

- Esercitatore per il corso di Marketing e vendite (4 ore), Master di primo livello in Business Administration, corso in complex learning, aa. 2020-2021

#### **ATTIVITA' ISTITUZIONALI ORGANIZZATIVE E DI SERVIZIO ALL'ATENEO**

- Referente per il Dipartimento di Management della Terza Missione: dal 2022
- Referente per il Dipartimento di Management del progetto di creazione di uno shop UNITO dall'anno accademico 2020-2021 (da gennaio 2021) ad oggi
- Referente per le attività di Public Engagement del Dipartimento di Management, dall'anno accademico 2020-2021 ad oggi (delibera dipartimentale 23 aprile 2021)
- Componente della Giunta del Dipartimento di Management, con delega alla comunicazione dall'anno accademico 2018-2019 ad oggi (da novembre 2018)
- Presidente del CdS in Business and Management dall'anno accademico 2021-2022
- Responsabile per la qualità del corso di Business and Management dall'anno accademico 2019-2020 ad oggi
- Membro della Commissione di Monitoraggio e Riesame del corso di laurea triennale Business and Management (Dip. Management) dall'anno accademico 2019-2020 ad oggi
- Membro della Commissione di Monitoraggio e Riesame del corso di laurea magistrale Scienze Animali (DISAFA – UNITO) dall'anno accademico 2019-2020 ad oggi (da ottobre 2020)
- Referente per il progetto didattico di Dipartimento (Management) per il conseguimento di un badge erogato dal British Council rivolto ai docenti titolari di corsi all'interno del percorso di studi Business and Management e Business Administration: nomina CdD 14 giugno 2019
- Referente per l'iniziativa annuale Sharper La Notte dei Ricercatori, per il Dipartimento di Management dall'anno accademico 2018-2019 ad oggi

- Direttore del Master in Marketing, Comunicazione e Design, master di primo livello, in collaborazione con il Politecnico di Torino, per l' aa. 2014-2015
- Membro del comitato scientifico del Corso di aggiornamento professionale certificato MIUR "Metodi e strumenti della nuova informazione 2.0 per la scuola: comunicazione, management, didattica", erogato presso la Scuola di Amministrazione Aziendale, aa. 2014-2015