

CURRICULUM VITAE

1. FORMAZIONE

11/2019 – 11/2022 PhD in Business Management, Università degli Studi di Torino, Italy. Passed

09/2015 – 11/2017 Master 's Degree in Business Management - Direzione impresa, marketing e
Strategia, Università degli Studi di Torino, Italy. 110/110 cum laude

09/2012 – 09/2015 Bachelor's degree in business administration, Università degli Studi di Torino,
Italy. 102/110

2. PRODUZIONE SCIENTIFICA

Mosca, F., Valentina C. (2023). Heritage Communication on social media in the Luxury Brand Market: The 4-H Factors Framework. In Ozuem, W., Willis, M. Ranfagni S.(Ed.). Digital Transformation for Fashion and Luxury Brands: Theory and Practice. Palgrave (Accepted)

Chiaudano V. (2022) When consumers reshape luxury branding: the match of luxury with sustainability and streetwear. (PhD thesis)

Mosca, F., Valentina C. (2022). How well-being centered business strategies could increase the competitiveness and innovation among luxury firms? In Batat, W., (Ed.). Responsible Luxury Marketing: Transformative Research for Well-Being, Social Impact, and Innovation. Springer

Mosca F., Chiaudano V., Gordano S. (2021). Social commerce in the luxury market. XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing. Ancona 14 -15 October 2021 (ISBN 978-88-943918-6-2).

Gordano S., Chiaudano V. (2021). The Impact of Internal Vs. External Csr Actions on Firm's Financial Performance in the Luxury Sector. 14th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (EMAB) online 23 – 24 September 2021. Conference Highly Commended Student Paper Award (ISBN: 978-9963-711-90-1).

Conference Highly Commended Student Paper Award

Mosca, F., Kitchen, P. J., & Chiaudano, V. (2021). Investigating the Impact of Luxury Brands' Traditional and Digital Contents on Customer-Based Brand Equity. In Mosca, F., Casalegno, C., & Gallo, R. (Ed.), Developing Successful Global Strategies for Marketing Luxury Brands (pp. 81-100). IGI Global. doi: 10.4018/978-1-7998-5882-9.ch005

Peretti, P., Chiaudano, V., & Sawhney, M. (2021). Examining the Integration of Virtual and Physical

Platforms from Luxury Brand Managers' Perspectives [Chapter]. Developing Successful Global Strategies for Marketing Luxury Brands; IGI Global. doi: 10.4018/978-1-7998-5882-9.ch003

Fabrizio Mosca, Valentina Chiaudano (2020). Digital channel and distribution in luxury market. Marchè et Organisation. Vol: 37. (ISBN: 978-2-343-19418- 9)

Edoardo Crocco, Valentina Chiaudano (2020). An Overview About the KPI used by Business Organisations to monitor the Digital Processes. 13th. Conference Book of Proceedings – 2020 (ISBN: 978-9963-711-89-5)

Edoardo Crocco, Valentina Chiaudano (2020). Systematic Literature Review on the development of Digital Skills in Business Organisations. ItAIS2020: XVII Conference of the Italian Chapter of AIS October 16-17, 2020, Pescara, Italy

Fabrizio Mosca, Valentina Chiaudano, Giulia Bonelli (2019). Luxury brand communication in the personal luxury market: the use of branded content. XVI Convegno Società Italiana Marketing, Piacenza, 24 - 25 October, (ISBN: 978- 88-943918-3-1)

Fabrizio Mosca, Valentina Chiaudano, Cecilia Casalegno, Chiara Civera (2018). How the different communication channels impact on luxury brand followers. XV Convegno Società Italiana Marketing, Bari, 18 - 19 October, 2018, (ISBN978- 88-943918-3-1)

3. CONVEGNI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI

Acceptance in qualità di relatore alla 15th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (EMAB), online 21– 23 September 2022 con Fabrizio Mosca.

Contributo: Exploring the impact of streetwear collaborations on customers' perception in the luxury market.

Partecipazione in qualità di relatore al XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Ancona 14 -15 October 2021 con Fabrizio Mosca e Silvia Gordano.

Contributo presentato: Social commerce in the luxury market. (ISBN 978-88-943918-6-2).

Partecipazione alla 14th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (EMAB), online 23 – 24 September 2021 con Silvia Gordano

Contributo presentato: The Impact of Internal Vs. External Csr Actions on Firm's Financial Performance in the Luxury Sector. (ISNB: 978-9963-711-90-1)

Conference Highly Commended Student Paper Award

Partecipazione alla 13th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (EMAB), online 9 – 10 settembre 2020 con Edoardo Crocco.

Contributo presentato: An Overview About the KPI used by Business Organisations to monitor the Digital Processes. (ISBN: 978-9963-711-89-5).

Partecipazione alla XVII Conference of the Italian Chapter of AIS, online 16 – 17 October 2020 con Edoardo Crocco.

Contributo presentato: Organizing in a digitized world: Diversity, Equality and Inclusion. (ISBN: 9788866850212)

Submission al Symposium on Luxury, Monaco, 8, 9 & 10 Aprile 2020, International University of Monaco INSEEC School of Business & Economics. Contributo: Streetwear in the luxury market: what consequences for brand perception?

(Notification of acceptance, poi posticipato al 2023 per il Covid 19).
file:///Users/valentinachiaudano/Downloads/Monaco-Symposium-on-Luxury-2021-e-booklet%20(1).pdf

Partecipazione in qualità di relatore al XVI Convegno Società Italiana Marketing, Piacenza, 24 - 25 Ottobre 2019 con Fabrizio Mosca, Giulia Bonelli.

Contributo presentato: Luxury brand communication in the personal luxury market: the use of branded content. (ISBN978-88-943918-3-1)

Partecipazione in qualità di relatore al XXXIX Convegno Aidea, Torino, 12 – 13 Settembre, 2019 con Fabrizio Mosca, Cecilia Casalegno. Contributo presentato: An exploratory study about fake news and Gen Z.

Membro del comitato organizzativo del Convegno Competitive Advantage and Integrated Value Chain in Global Markets. The Fourth Industrial Revolution, SAA, Torino (Italy). 21/03/2019

Membro del comitato organizzativo del Convegno Integrating Responsibility in a multi-stakeholder perspective, Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management, Torino (Italy). 11/11/2018

Partecipazione in qualità di relatore al XV Convegno Società Italiana Marketing, Bari, 18 - 19 October, 2018 con Fabrizio Mosca, Cecilia Casalegno, Chiara Civera.

Contributo: Luxury brand communication: How the different communication channels impact on luxury brand followers. (ISBN978-88-943918-2-4)

4. CORSI DI RICERCA

A.A. 2021/2022

Visiting presso Cranfield University (UK). Aprile – Giugno 2022

Partecipazione al corso “How to write a Phd Thesis” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Prof. Ricciardi

Partecipazione al corso per dottorandi “Research products valorization” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino Prof. Giacosa e Dott. Longo

Seminario metodologia QCA fuzzy set (qualitative comparative analysis), tenuto da Maria Orero-Blat (Universitat Politècnica de València) e María Rodríguez García (Universitat de València).

A.A. 2020/2021

Partecipazione al corso “How to write a Phd Thesis” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Prof. Ricciardi

Partecipazione al corso “Developing Research Questions” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Prof. Pera

Partecipazione al corso “Qualitative Methods” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Prof. Pera

Partecipazione al corso per dottorandi “Research products valorization” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino Prof. Giacosa e Dott.Longo (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino. Prof. Ferrari

Partecipazione al corso “Academic Writing” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Prof. Santoro

A.A. 2019/2020

Dicembre/Gennaio - Partecipazione al corso per dottorandi “Research Tools” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Dr. Migliore and Biblioteca SME

Partecipazione al corso per dottorandi “Paper screening” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Prof. Veronica Scuotto

10/12/2020: How to write the abstract and introduction

29/01/2020: How to write the theoretical background

14/02/2020: Differences between qualitative and quantitative method

16/04/2020: Discussing the results and implications

Partecipazione al corso per dottorandi “Introduzione al metodo scientifico” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Prof. Francesca Ricciardi

Partecipazione al corso per dottorandi “Fondamenti di business Management” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Partecipazione al corso per dottorandi “Bibliometrix” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Partecipazione al corso per dottorandi “Paper positioning e theoretical contributions” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino. Prof. Dallì

Partecipazione al corso per dottorandi “Developing HPs” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino. Prof. Scutto

Partecipazione al corso per dottorandi “Research products valorization” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino Prof. Giacosa e Dott.Longo

Partecipazione al corso per dottorandi “Lean business” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino. Prof. Perboli (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino. Prof. Ferrari

Final presentation: Business plan to launch a startup focused on precision farming

Partecipazione al corso per dottorandi “How to write a scientific paper” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Springer Nature

Partecipazione al corso “How to make the most out of your scientific paper” nell’ambito del dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università degli studi di Torino.

Springer Nature

4.1 SCUOLE DI RICERCA PRESSO ALTRI ENTI/ORGANIZZAZIONI

Gennaio 2020

Scuola di metodologia della ricerca organizzata da SIM e SIMA

“Progettare la ricerca. Impostare efficacemente i progetti di ricerca per ottimizzare i risultati finali”

20-24 Gennaio 2020, Napoli presso Università di Napoli Parthenope. Prof. F. Schiavone, Prof. C. Cuccurullo, Prof. M. Aria, Prof.ssa L. Michellini

- Introduzione al Corso: La genesi delle idee di ricerca – docente: Prof. F. Schiavone (DISAQ, Università degli Studi di Napoli Parthenope)
- Costruire e scrivere un progetto di ricerca – Prof. F. Schiavone (DISAQ, Università degli Studi di Napoli Parthenope)
- Research synthesis e Laboratorio di Bibliometria – docenti: Prof. C. Cuccurullo (Dip. Economia, Università della Campania L. Vanvitelli) e Prof. M. Aria (DISES, Università degli Studi di Napoli Federico II)
- Organizzare e scrivere una review sistematica della letteratura – docente: Prof.ssa L. Michellini (Università LUMSA)
- Coding e progettazione di una ricerca: riflessioni, criticità e opportunità – docente: Prof. F. Schiavone (DISAQ, Università degli Studi di Napoli Parthenope)

Luglio 2019

Scuola di Metodologia della ricerca organizzata da SIMA E SIMA

“Corso di Introduzione ai metodi di Ricerca” 22-26 Luglio 2019, Volterra presso SIAF – Scuola di Alta Formazione.

Prof. Guido Bortoluzzi, Prof. Francesco Testa, Prof. Giacomo Del Chiappa, Prof. Giampaolo Viglia, Prof. Matteo Corciolani

- Discussione progetti di ricerca (Prof. Francesco Testa)
- Introduzione alla ricerca quantitativa (Prof. Guido Bortoluzzi e Prof. Matteo Corciolani) e qualitativa (Prof. Giacomo Del Chiappa)
- Esperimenti (Prof. Giampaolo Viglia)

Aprile 2019

Spring School in Business, Management and Organization Research

“Configurational Analyses, Comparative Approaches and Natural Experiments”. Organizzata dal Dipartimento di Management in collaborazione con il Dipartimento di Economia Aziendale dell’Università di Verona, “, Prof. F. Ricciardi, L. Orlandi, Y. Gomez, A. Mas-Tur, N. Roig- Tierno, A. Zardini.

5. ATTIVITA’ ISTITUZIONALI

Membro del **Consiglio di Dipartimento** (2020-2021; 2021-2022)

Partecipazione alla **Notte dei ricercatori** in rappresentanza del Dipartimento di Management:

- Progetto Why in Italy (2021)
- Ricerca sulla digitalizzazione dei processi aziendali e lo sviluppo di competenze digitali (2020)
- Ricerca sulle Fake News e l’impatto sulla reputazione d’impresa (2019).

Progetto SMAQ

2022 - A seguito di una valutazione per titoli è risultata vincitrice della **Borsa di Studio per il Progetto Agroalimentare 4. SMAQ** - Progetto Agroalimentare 4.0 – Strategie di Marketing territoriale per le imprese agroalimentari del cuneese. Le tematiche che ho sviluppato sono inerenti al digital marketing Funnel, digital marketing plan, influencer marketing e social commerce.

2021 - A seguito di una valutazione per titoli è risultata vincitrice della **Borsa di Studio per il Progetto Agroalimentare 4. SMAQ** - Progetto Agroalimentare 4.0 – Strategie di Marketing territoriale per le imprese agroalimentari del cuneese. Le tematiche che ho sviluppato sono inerenti blog, social media marketing, storytelling.

Partecipazione come supporto alla logistica al Convegno Aidea che si è svolto a Torino nei giorni 12 – 13 September, 2019

Sorveglianza al test d’ingresso **TOLC** a.a. 2020-2021, 2021-2022

Sorveglianza al test di ingresso **TARM** a.a. 2020-2021, 2021-2022

6. ATTIVITÀ DIDATTICHE E INTEGRATIVE

- Docente a contratto per attività integrative connesse all’insegnamento al corso di **Marketing (Corso B)**. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università degli studi di Torino – (International Master Degree in Business and Management) – della durata di 30.00 ore, per l’anno accademico

2019/2020 – 2020/2021 - 2021/2022.

- Docente a contratto per attività integrative connesse all'insegnamento al corso di **Marketing (B)**. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università degli studi di Torino – (Laurea Triennale in Economia Aziendale) – della durata di 20.00 ore, per l'anno accademico 2019/2020 – 2020/2021 - 2021/2022.
- **Seminario presso il corso di Digital Marketing e Big Data Management**

Seminario **“Il social media marketing plani”** presso il Corso di Digital Marketing e Big Data Management, Laurea Magistrale in Direzione delle Imprese, Marketing e Strategia 2021/2022.

Seminario **“Influencer marketing”** presso il Corso di Digital Marketing e Big Data Management, Laurea Magistrale in Direzione delle Imprese, Marketing e Strategia 2021/2022.

Seminario **“Customer Experience Online”** presso il Corso di Digital Marketing e Big Data Management, Laurea Magistrale in Direzione delle Imprese, Marketing e Strategia 2020/2021, 2021/2022.

7. ATTIVITÀ DI PROJECT MANAGEMENT

(2019 -2022) SMAQ - Progetto Agroalimentare 4.0 - Corsi di formazione per dipendenti di aziende del settore alimentare. Il corso di formazione che ho sviluppato con il mio team riguardava la comunicazione digitale (blog, social media marketing, storytelling, influencer marketing).

(2019 -2020) Digital Retail Lab Leroy Merlin Italia Srl e l'Università di Torino (Dipartimento di Management) hanno sostenuto il Digital Retail Lab. Questo progetto mira a sponsorizzare tirocini curriculari e tesi di laurea incentrate sullo studio dell'innovazione digitale nel settore del retail.

2017 – 2018 Asse Torino – Milano, possibili sinergie e forme di collaborazione tra due città metropolitane” in collaborazione con il Dipartimento di Management e la Camera di commercio di Torino. Il progetto, che utilizza metodi qualitativi, mira a determinare quali collaborazioni strategiche potrebbero essere attuate tra Torino e Milano.

2017 Country coffee profile - Italy ICO, in collaborazione con AIIPA, Lavazza e Università degli Studi di Torino. Lo scopo di questo progetto di ricerca è quello di esplorare il mercato italiano del caffè in termini di importazioni, esportazioni, comportamenti dei consumatori e tendenze future. Il progetto è sviluppato dalla collaborazione tra il Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Torino, AIIPA e Lavazza.

I authorize the use of personal data above mentioned according to Art 13. D.Lgs 196/2003