

Loretta Battaglia

Professore incaricato di Marketing

Università degli Studi di Macerata – Dipartimento di Economia e Diritto

Università Cattolica del S. Cuore - Dipartimento di Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (SEGESTA)

Formazione - Ha conseguito la laurea di Economia e Commercio presso l'Università Cattolica del S. Cuore nell'ottobre 1979 con tesi sul "Marketing d'acquisto".

Ha frequentato numerosi corsi di specializzazione su analisi di marketing, strumenti a supporto delle decisioni, tecniche di management, tecniche di vendita, comunicazione e interazione interculturale, team building e team working, didattica dell'insegnamento universitario, metodi statistici per il management. (Insead, Istituto Piero Pirelli, Ciba Geigy, UCSC, Università degli Studi di Macerata).

Incarichi in ambito Accademico – Dall'a.a. 1997-98, in modo continuativo, e fino all'a.a. 2025-26 è docente a contratto presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore (UCSC). I corsi insegnati riguardano Marketing e Marketing Internazionale (LT, Scienze linguistiche, BS), Marketing Internazionale (LM, Scienze linguistiche, MI), Marketing per la Cultura, le Istituzioni e il Territorio (LM, CIMO), Business Marketing (Master in Marketing, I^o livello) e Piano di Marketing Internazionale (Master MESGI, I^o livello).

Presso l'Università degli Studi di Macerata è docente a contratto negli anni accademici dal 2022-23 al 2025-26 per il corso di Gestione della supply chain internazionale al corso di LM in Management e Marketing Internazionale, nel 2018-2019, 2019-2020 e 2020-2021 per il corso di Marketing Metrics mod.b, al corso LM in Consulenza e Direzione Aziendale, e nell'a.a. 2016-2017 per il corso di International Marketing; collabora come docente a contratto anche per il modulo "Piano di Marketing" al Master di Primo livello in Marketing e Direzione Aziendale (MMDA).

Ha collaborato con Centrimark – Centro di Ricerche di Marketing – UCSC ad attività di ricerca e formazione in modo continuativo dal 2003 al 2025.

Nell'aprile/maggio 2014 e 2015 è stata Visiting Professor and Researcher presso la Beijing Normal University (China) per il progetto POREEN (IRSES Marie Curie). Nell'aprile e maggio 2017 è stato Visiting Scholar presso la Beijing Normal University (China) per il progetto IRSES Marie Curie CHETCH, China and Europe Taking Care of Healthcare Solutions. In maggio e giugno 2024 è stata Visiting Researcher presso la BNU (Cina) per "TRUST digital TuRn in Europe: Strengthening relational reliance through Technology" nell'ambito del progetto Marie Skłodowska-Curie n. 101007820.

Partecipa dalla stagione gennaio-maggio 2014 al progetto X-Culture, coordinato da Vasyl Taras della University of North Carolina di Greensboro (USA), organizzando e coordinando la partecipazione dei propri studenti in UCSC.

Dall'a.a. 2010-2011 è membro della faculty del Master Universitario di I^o livello in Economia e Gestione degli Scambi Internazionali MEGSI, Sezione Marketing Internazionale, ed è stato coordinatore didattico, dalla III alla XVI edizione, per la classe serale del Master di I^o livello in Marketing Management, entrambi Facoltà di Economia, UCSC sede di Milano.

Attività di Ricerca e Filoni di Ricerca - Le tematiche di ricerca più rilevanti attengono, nel tempo, ai filoni del marketing business to business, del marketing internazionale e interculturale, e del marketing turistico territoriale. Tra i progetti di ricerca si segnalano: PRIN 2007 "Modelli di business per l'ingresso delle imprese italiane nel mercato cinese. La valorizzazione delle competenze e lo sviluppo di relazioni tra imprese per la gestione della supply chain" (responsabile scientifico dell'unità di ricerca dell'Università di Macerata E. Cedrola, coordinatore scientifico nazionale T. Vescovi, Università Ca' Foscari Venezia); Marie Curie Project "Partnering opportunities between Europe and China in the renewable energies and environmental industries", "CHETCH. China and

Europe taking care of healthcare solutions” e “TRUST digital TuRn in Europe: Strengthening relational reliance through Technology”, che hanno comportato il soggiorno alla BNU di Beijing come visiting scholar e researcher (2014 e 2015; 2017; 2024).

Ha partecipato a tre gruppi di studio e ricerca nati in seno alla Società Italiana di marketing: Lo sviluppo delle medie imprese in Italia (coordinamento Varaldo, Dalli, Tunisini, Resciniti); Il marketing internazionale e il country of origin effect (coordinamento Bertoli, Resciniti); Il ruolo della Cultura e dell'Identità Territoriale nelle Strategie di Marketing Internazionale. Verso un Modello per lo sviluppo del Made in Italy? (coordinamento Napolitano, Marino). Tutte le ricerche svolte hanno dato luogo a pubblicazioni o a presentazioni a convegni.

Pubblificazioni recenti - *Storia, economia, cultura, modelli di business e di marketing per operare con successo in Cina. La via verso la Terra di Mezzo.* (con Cedrola E.), CEDAM, 2012; “Italian country image: the impact on business models and relations in Chinese business-to-business markets” (con Cedrola E.). In: BERTOLI G, RESCINITI R. *International Marketing and the Country of Origin Effect. The global Impact of 'Made in Italy.* Elgar Publishing, 2012; “International Entrepreneurship and Performance, What are the important factors in markets with high cultural distance?”, (con Cedrola E. e Quaranta M.G.). In The McGill International Entrepreneurship series, Etemad H.; Denicolai S., Hagen B., Zucchella A. *The Changing Global Economy and its Impact on International Entrepreneurship*, 1, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited, 2016; “Cultura e territorio nelle strategie internazionali delle imprese business-to-business” (con Cedrola E.). In M.R. Napolitano e V. Marino (a cura di), *Cultural Heritage e Made in Italy. Casi ed Esperienze di Marketing Internazionale*, Napoli: Editoriale Scientifica, 2016, collana Punto Org; “Country reputation, brand reputation and company reputation: their importance in business-to-business industries”, (con Cedrola E. e Quaranta A.G.). In Petruzzellis L., Winer Russell S. (Eds.), *Rediscovering the Essentiality of Marketing*, Springer, New York, 2016; “Renewable Energy Industries in Europe: Are they Successful in the Chinese Market?” (con Cedrola E.), *International Journal of Ambient Energy*, 38:5, 2017, published on line 15 Mar 2016; “E-Tourism: Chinese and Western Competition”, (con Danneo V. e Cedrola E.). In Di Trapani G., Lo Presti L., Maggiore G., Sarnacchiaro P. (Eds.), *Book Proceedings of the 2019 - 4th International Conference on Tourism Dynamics and Trends (ICTDT2019)*, Pearson, Milano, pp.73-80, 2020; “Turismo e tecnologia digitale: la trasformazione del settore tra sfide e opportunità” (con Gavinelli L., Danneo V., Cedrola E.). In Gregorini G. e Semeraro R. (a cura di), *Turismo 4.0. Storia, digitalizzazione, territorio*, Milano, Vita e Pensiero, 2021, pp.131-150; “Comunicazione e umanizzazione delle cure”. In Bianchi P. e Spuntarelli S. (a cura di), *Manuale Diritto e management sanitario. Strutture sanitarie, sociosanitarie e dipartimenti farmaceutici*, Pacini Editore, 2024 (in corso di pubblicazione), pp.1-33.

Esperienza professionale - Ha maturato esperienze di Pianificazione Strategica, Sviluppo Business, Analisi di Mercato, Acquisizioni/Fusioni operando in Italia e all'estero come dirigente di realtà internazionali evolute quali Pirelli Cavi e Sistemi, CarnaudMetalbox e Ciba Geigy Agricoltura. Ha interagito e collaborato direttamente con primarie società di consulenza e banche d'affari internazionali quali IMD, McKinsey, Gemini (MAC), Corporate Value Associates, Andersen, Value Partners, CSSB, et al.. Dall'esperienza maturata in realtà produttive ha successivamente aggiunto competenza nell'area dei servizi svolgendo attività di *business information* per le aziende operando in società di consulenza e servizi. Svolge attività di consulenza e di formazione per le aziende. E' analista di business di Cerved Group/ Marketing Solutions.