

# Francesca Checchinato

## Curriculum vitae

### Current position

She is **Associate Professor (SECS/P-08)** at Department of Management – Ca' Foscari University Venice where she teaches “Branding and Communication II” and “Social Media Marketing” in the MSc program in Marketing and Communication (English curriculum Innovation and Management) “Retail e web Marketing II” in the MSc program in Marketing and Communication and Strumenti Operativi per le decisioni di marketing” in the Undergraduate program in Economia Aziendale

She is Delegate of Communication for Department of Management, Università Ca' Foscari Venice

She is member of “commissione didattica paritetica” Department of Management, Università Ca' Foscari Venice

She is member of the teaching board of MSc program “Marketing e Comunicazione”, Ca' Foscari University

She is scientific coordinator of the area “International Sport Business: nuove frontiere dello sport” of the I Level Master in Strategie per il Business dello Sport, Ca' Foscari University

### Past academic positions

2008 – 2016 Assistant Professor (SECS/P-08) Department of Management – Ca' Foscari University

2015 – 2017 Member of the Board of the Department of Management.

2015 - 2016 Delegate for Marketing Communication of Department of Management, Università Ca' Foscari

2009 – 2014 Member of teaching board of MSc program “Marketing e Comunicazione”, Ca' Foscari University

2006 – 2013 Università Ca' Foscari – ESCP EAP Paris. Organizing Committee of International Marketing Trends Conference

1 February 2006 – 31 January 2008: Post Doc fellowship. Topic: “L'efficacia della comunicazione” Department of Management, Università Ca' Foscari Venice

## RESEARCH

### Research area

Nowadays her research is focalized on the following fields:

- International marketing strategy
- Digital marketing
- Brand & Communication management

## **Participation to founded projects**

Coordinator of founded fellowship by Veneto Region (FSE fund)  
Research topic: Strategie di marketing per le aziende venete del settore meccanica nel mercato business to business in Cina.

October 2014 – September 2016

Founded research by Università Ca' Foscari "Progetto di Ricerca di Ateneo"

Research topic: "Alternative Eco-labelling strategies for sustainable consumption of food products"

November 2013 – December 2014

Funded research by Elledi Spa to Department of Management Università Ca' Foscari Venice

Research topic: "Food culture and sweet products consumer behavior in China"

November 2012 – June 2013

Funded research by Inglesina Baby Spa to Department of Management Università Ca' Foscari Venice

Research topic: "Buying behavior and baby care products' distributive formats in China"

2011-2014

Funded research by Camera di Commercio e Regione Veneto

Research topic: The merchant and the dragon. Business models and strategies for SMEs to enter the Chinese market

November 2011 – October 2013

Ministry of Research

PRIN 2009: Internationalization strategies and role of retail in the brand strategies of Made in Italy products in different contexts. The Chinese market.

November 2009 – October 2011

Ministry of Research

PRIN 2007: Business models and marketing strategies for the Italian companies entering the Chinese market

## **Reviewer for Journals:**

Business Strategy Series

European Sport Management Quarterly

Journal of Brand Management

The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research

International Journal of Economic Behavior

International Journal of Emerging Markets

Micro & Macro Marketing

Mercati e Competitività

Economia Agro-alimentare

## **Reviewer for conferences:**

Academy of Marketing Science

China goes global

International Marketing Trends Conference

## Visiting

April – July 2004

Visiting Researcher University of Antwerpen, Belgium - Department of Marketing

During the visiting research period, research related to her dissertation' project topic were developed. Supervisor: Prof. P. De Pelsmacker

## TEACHING ACTIVITIES

Since a.a. 2005/2006 she teaches in a number of courses:

- MSc programm in Marketing and Communication Department of Management, Università Ca' Foscari (English curriculum), Module "Product and Marketing Management"
- MSc programm in Marketing and Communication Department of Management, Università Ca' Foscari (English curriculum), Module "Branding and Communication"
- MSc programm in Marketing and Communication Department of Management, Università Ca' Foscari (English curriculum) Module "Social Media Marketing"
- MSc programm in Marketing and Communication Department of Management, Università Ca' Foscari, Module "Retail e Web Marketing"
- Undergraduate program in Economia Aziendale Department of Management, Università Ca' Foscari, Module "Gestione delle imprese e Marketing I"
- Undergraduate program in Economia Aziendale Department of Management, Università Ca' Foscari, Module "Gestione delle imprese e Marketing II"
- Undergraduate program in Marketing e Gestione delle Imprese, Ca' Foscari University, "Marketing I"
- Undergraduate program in Marketing e Gestione delle Imprese, Ca' Foscari University, "Strumenti Operativi per le decisioni di marketing"

### Other teaching activities:

- Master in Luxury (Università Ca' Foscari)
- Master in International Fashion Management (Herriot University, Edimburgo, UK)
- Master in Digital Marketing (Università di Udine)
- Master in Cultura del Cibo e del Vino (Università Ca' Foscari)
- Master in Innovazione Strategica (Università Ca' Foscari)
- Master in Sports Marketing and Communication (since 2010 Master Universitario di I Livello in Sports Management and Marketing) Euroleague Basketball and Ca' Foscari University
- Summer School course Ca' Foscari Univesity, "L'organizzazione e la gestione di eventi"
- Master in Gestione d'Impresa (Fondazione Cuoia)
- Master in Innovazione d'impresa (Fondazione Cuoia)
- Corso di alta formazione in Gestione della libreria (Associazione Librai Italiani e Dipartimento di Management, Università Ca' Foscari)
- Master in Pianificazione e Controllo delle aziende – Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale Università Ca' Foscari
- Master in Marketing e Comunicazione Internazionale UPA – Ca' Foscari
- Master in Comunicazione d'Azienda UPA – Ca' Foscari
- Master Internazionale in storia e conservazione dell'arte orafa, Università Ca' Foscari Venezia
- Corso di Specializzazione Manageriale Italia-Cina, sede di Villa Annia – Cà Tron di Roncade (TV)

### Invited speeches

21 October 2016: Speach "Food Digital Tales: proposte per un marketing moderno" in Food meet Digital, Vega, Venice

17 April 2015: Speakers “Il made in Italy nel contesto Cinese”, all’interno dell’evento “Il Made in Italy: i Mercati e le Imprese. I risultati empirici di un percorso di ricerca pluriennale ed interdisciplinare”, Università degli Studi di Firenze.

20 March 2015, Seminar “Advertising in the luxury context: a comparison between Italy and China”, Master in Fashion Management, Herriot University - Edinburgh

5 June 2014, Seminar “Capire la domanda per comprendere il mercato estero”, Asiago Campus – Export trends, Event organized by Consorzio per la tutela del formaggio Asiago.

27 May 2014, Seminar “Strumenti e tecniche utili per affrontare i principali problemi di marketing”, Confcommercio Treviso.

8 May 2013, Round table speaker “NE(w)WORKING, il futuro sarà collaborativo – Share the love & the contact list!”, Digital Week, Università Ca’ Foscari Venice

18 June 2012, Seminar "Ripuntiamo sul punto vendita - Cambiamento e percorsi di rilancio nel settore moda", Ascom Treviso

5 May 2011. Workshop speaker “Sport business e Digitalizzazione”, Digital Week, Università Ca’ Foscari

22 April 2010 – “Il piano di marketing”, seminar of the workshop "L'Idea diventa realtà Crea la tua impresa", Università Ca' Foscari and "Servizio Nuove Imprese" CCIAA Venice  
Venezi@Opportunità, Centro Produttività Veneto and Venice Chamber of Commerce

## AWARDS

JGSMS High Citation-Impact Certificate of Achievement for the paper: Checchinato F., Disegna M., Vescovi T. (2013) Does country of origin affect brand associations? The case of Italian brands in China, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, vol. 23, pp. 409-421, ISSN 2163-9159

A.a. 2013/2014 – Department of Management, Ca’ Foscari University Award for teaching activities

## PUBLICATIONS

### JOURNALS

1. **Checchinato, F.** (2018) Introduzione. Dall'eWom allo showrooming: nuovi contesti e prospettive per la ricerca di marketing, *Micro & Macro Marketing*, vol. 1, pp. 11-14.
2. **Checchinato F.**, Disegna M., Vescovi T. (2018) The challenge of publishing research about a never-ending subject for marketing scholars: The country of origin, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, vol. 28, pp. 160-165.
3. **Checchinato, F.**; Hu, L.; Perri, A.; Vescovi, T. (2017), Leveraging domestic and foreign learning to develop marketing capabilities: The case of the Chinese company Goodbaby, *International Journal of Emerging Markets*, vol. 12, pp. 637-655.

4. **Cecchinato F.**, Zanichelli G. (2016), An analysis of factors influencing the online presence in distant countries: the case of Italian fashion brands in China, *Mercati e Competitività*, vol. 3, pp. 45-67
5. Hu L., **Cecchinato F.** (2015) The country of brand communication in the retail setting: An analysis of Italian products in China, *Australasian Marketing Journal*, vol. 23, pp. 325-332
6. **Cecchinato F.**, Disegna M., Gazzola P. (2015) Content and feedback analysis of YouTube videos: Football clubs and fans as brand communities, *Journal of Creative Communications*, 10 (1), pp 71-88
7. **Cecchinato F.**, Disegna M., Vescovi T. (2013) Does country of origin affect brand associations? The case of Italian brands in China, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, vol. 23, pp. 409-421, ISSN 2163-9159
8. Vescovi T., **Cecchinato F.**, Disegna M., Gazzola P., Wang Z. (2013) Do country of origin and brand translation methods really matter in the Chinese market?, *Journal of Marketing Trends*, vol. 2, pp. 25-34, ISSN 1961-7798
9. **Cecchinato F.**, Hu L., Vescovi T. (2013) The communication of foreign products in China through the store: an empirical analysis, *International Journal of Economic Behavior*, vol. 3, pp. 41-57, ISSN 2069-5756
10. Collesei U., **Cecchinato F.**, Gazzola P., Mortara A. (2012) Brand/store loyalty or not?, *Journal of Marketing Trends*, vol. 8-9, pp. 7-22, ISSN 1961-7798
11. **Cecchinato F.** (2011) Tre imprese italiane nel mercato cinese: le esperienze di Illycaffè, Irsap e Faam, *Micro & Macro Marketing*, vol. 3, pp. 605-614, ISSN 1121-4228, doi 10.1431/36070
12. Collesei U., **Cecchinato F.** (2010) The effectiveness of communication: an exploratory research, *Journal of Marketing Trends*, April, pp 7-25, ISSN 1961-7798
13. Vescovi T., Gazzola P., **Cecchinato F.** (2010) Invading customers. New markets relationships, *Journal of Marketing Trends*, Vol. 1, January, pp. 41-57, ISSN 1961-7798
14. Collesei U., **Cecchinato F.** (2010) Evoluzione degli investimenti pubblicitari in Italia in periodi di crisi, *Finanza Marketing e Produzione*, vol. 28, pp. 160-186 ISSN 1593-2230
15. **Cecchinato F.**, Gazzola P. (2009) Web 2.0: un'indagine sulle società di calcio italiane, *Mercati e Competitività*, N 1., pp. 45-70, ISSN 1826-7386
16. Collesei U., **Cecchinato F.**, (2007) Le alleanze di marketing nelle imprese italiane, *Micro & Macro Marketing*, N 2., ISSN 1121-4228, doi: 10.1431/25079
17. Vescovi T., **Cecchinato F.**, (2005) Opportunità e problemi nello sviluppo di una strategia di co-branding, *Mercati e Competitività*, N. 1, pp 57-76, ISSN 1826-7386
18. Vescovi T., **Cecchinato F.** (2004) Luoghi d'esperienza e strategie competitive nel dettaglio, *Micro&Macro Marketing* N. 3, pp 595- 607, ISSN 1121-4228

## **BOOKS**

19. Collese U., **Cecchinato F.**, Dalle Carbonare M. (2014) *Gli eventi. Come progettarli e realizzarli*, Milano, Franco Angeli, ISBN 9788891707765
20. **Cecchinato F.** (2007) *Co-branding*, Padova, Cedam, ISBN 9788813272616
21. Collese U., Iseppon M., Vescovi T., **Cecchinato F.**, (2005) *Strumenti Operativi per le decisioni di marketing*, Padova, Cedam, II Edizione, Capitoli 2, 5, 9, 13, ISBN 9788813260859

## **BOOK CHAPTERS**

22. **Cecchinato F.**, Vescovi T. (2018) The Geox: The Shoe that Breathes in Jin B., Cedrola E., *Product Innovation in the Global Fashion Industry*, Palgrave, pp. 57-
23. **Cecchinato F.**; Vescovi T. (2018), The Geox: The Shoe that Breathes, in Jin B., Cedrola E. (Eds), *Product Innovation in the Global Fashion Industry*, Palgrave, pp. 57-77
24. Collese U.; **Cecchinato F.** (2017) Le sfide del marketing ai cambiamenti di scenario, in Mattiacci A. e, Ceccotti F. (Eds) *Non c'è più il marketing di una volta*, Padova, Cedam, pp. 99-107
25. **Cecchinato F.**, Procidano I., Pisani M. (2016) How People Evaluate a Product in an Online Environment: The Role of Uncertainty and Liking Feeling, Rediscovering the Essentiality of Marketing: Proceedings of the 2015 Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress, Springer, pp. 283-288
26. **Cecchinato F.**, Disegna M., Vescovi T. (2014) *Does Country Of Origin Affect Brand Associations? The Case Of Italian Brands In China*, in Aiello G, Donvito R., Vescovi T. (Eds) *Global Branding and Country of Origin*, New York, Routledge, pp. 53-63, ISBN 9781138801615
27. **Cecchinato F.**, Colapinto C., Giusto A., (2014) Advertising in the luxury sector in China: standardisation or adaptation? A comparison between China and Italy, in Taylor R. (Eds) *The Globalisation of Chinese Business: Implications for Multinational Investors*, Chandos Publishing Oxford, pp 241-264, ISBN 978-1-84334-768 2 Print - ISBN 978-1-78063-449-4 Online]
28. **Cecchinato F.**, Hu L. (2013) Il ruolo del punto vendita per la costruzione dell'immagine di marca, in: G. Aiello (a cura) *Davanti agli occhi del cliente. Branding e retailing del Made in Italy nel mondo*, Aracne Editrice, Roma, pp 89-92. ISBN 9788854868090.
29. **Cecchinato F.**, Hu L. (2013) Un quadro sulla distribuzione dei prodotti ad alto valore simbolico nel mercato cinese, in: G. Aiello (a cura) *Davanti agli occhi del cliente. Branding e retailing del Made in Italy nel mondo*, Aracne Editrice, Roma, pp 93-97. ISBN 9788854868090.
30. **Cecchinato F.**, Hu L. (2013) Strategie di marketing e ruolo del punto vendita per i prodotti italiani, in: G. Aiello (a cura) *Davanti agli occhi del cliente. Branding e retailing del Made in Italy nel mondo.*, Aracne Editrice, Roma, pp. 121-133 ISBN 9788854868090.

31. **Cecchinato F.**, Gazzola G., Tesser E. (2012) Il caso Moon Boot in J.J. Lambin, *Market-driven management. Marketing strategico e operativo*, McGraw-Hill, pp. 558-565, ISBN 9788838667282.
32. **Cecchinato F.**, Testi A. (2011) Il marketing per le aziende dell'articolo sportivo in Bedin P., Buzzavo L., Cecchinato F., Fantini F., Mancin M., Marchesi A., Rigoni E., Testi A., *Strategie per il business dello sport*, Recco, Libreria dello sport, pp. 93-118, ISBN 9788861270176.
33. **Cecchinato F.** (2011) Le scelte di marketing delle imprese italiane in Cina. La comunicazione in Vescovi T., *Libellule sul drago. Modelli di business e strategie di marketing per le imprese italiane in Cina*, Padova, Cedam, pp. 131-147, ISBN 9788813317478.
34. **Cecchinato F.** (2007) Il Caso Generali: acquisti on line in Vescovi T., *Il marketing e la rete*, IL SOLE 24 ORE, pp. 199-201 ISBN 978888363838.
35. **Cecchinato F.** (2007) Il caso AC Milan: l'applicazione del permission marketing nella relazione con i tifosi in Vescovi T., *Il marketing e la rete*, IL SOLE 24 ORE, pp. 144-145 ISBN 9788883638381
36. **Cecchinato F.** (2007) Il caso Aperol: sponsorizzazione di un advergame, *Il marketing e la rete*, IL SOLE 24 ORE, pp. 146-147, ISBN 9788883638381.
37. Vescovi T., **Cecchinato F.** (2004), Strategie Web nelle PMI: un'analisi plurisettoriale, in Marchi G, Nardin G (a cura di), *Internet nell'industria dell'abbigliamento*, Milano, Franco Angeli, pp 69-95., ISBN 9788846459855.

## **PROCEEDINGS**

38. Caldato C., Benedetto S., **Cecchinato F.** (2018) The effects of video advertising on the strength of brand associations. XIII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Bari, 18-19 Ottobre
39. **Cecchinato F.**, Hu L. (2018) The role of digital platforms in the global business environment: the case of China , 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings, Global Alliance of Marketing & Management Associations, pp. 707-707,
40. **Cecchinato F.**, Hu L., Vescovi T. (2014) *Do distributors really know the product? Approaching emerging markets through exports* , 2014 Global Marketing Conference at Singapore Proceedings, Global Alliance of Marketing & Management Associations, pp. 1079-1091, Convegno: Global Marketing Conference ISSN 1976-8699.
41. **Cecchinato F.**, Hu L., Vescovi T. (2014) *L'adozione di prodotti alimentari stranieri in mercati culturalmente distanti: il caso dei dolci in Cina* , XI Convegno Annuale SIM, Società Italiana di Marketing, Convegno: Food Marketing: mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca, 18-19 settembre ISBN 9788890766220.
42. Hu L., **Cecchinato F.**, Vescovi T. (2013) Il Ruolo dei Punti Vendita come strumento di immagine di marca nel mercato cinese, , *Proceeding del X Convegno Società Italiana di Marketing*, Università degli studi Milano Bicocca, 3-4 ottobre, ISBN 978-88-907662-1-3.

43. **Cecchinato F.**, Procidano I., Cattelan K. (2013) L'impatto dei format distributivi sulla brand image, *Proceeding del X Convegno della Società Italiana di Marketing*, Università degli studi Milano Bicocca, 3-4 ottobre, ISBN 978-88-907662-1-3.
44. **Cecchinato F.**, Disegna M., Vescovi T.(2012) Does Country of Origin affect brand associations? The case of the Italian brands in China, *Proceedings of 2012 Global Marketing Conference*, Seoul, 19-22 July, ISSN 1976-8699.
45. Collesei U., **Cecchinato F.**, (2009), L'efficacia della comunicazione: un'indagine esplorativa, *8th International Marketing Trends Conference Proceedings*, ESCP-EAP Paris 16-17 January, ISBN 9782953281125.
46. Vescovi T., Gazzola P., **Cecchinato F.** (2009), Invading customers, new market relationships and firm's government, *8th International Marketing Trends Conference Proceedings*, ESCP-EAP Paris 16-17 January, ISBN 9782953281125.
47. Collesei U., **Cecchinato F.**, (2007), Le alleanze di marketing nelle imprese italiane, in Andreani J., Collesei U. (a cura di) *Atti del VI Congresso Internazionale Marketing Trends*, Parigi 26-27 Gennaio 2007, ISBN 9788890245916.
48. Collesei U., **Cecchinato F.**, (2006), Le attività di marketing e comunicazione nelle aziende italiane, in U. Collesei, J.C. Andreani (a cura di), *Atti del V Congresso Internazionale Marketing Trends*, Venezia, 20-21 Gennaio, Università Ca' Foscari, ISBN 9788890245909.

#### WORKING PAPER

49. **Cecchinato F.** Hu L. (2018) Managing digital marketing strategies in emerging markets: The case of China , in Working Paper Series, Department of Management, Università Ca' Foscari Venezia vol. 12, pp. 1-30
50. **Cecchinato F.**, Hu L., Vescovi T. (2014) Do distributors really know the product? Approaching emerging markets through exports, Working Paper n. 19/2014 in Working Paper Series, Department of Management, Università Ca' Foscari Venezia, vol. 19, pp. 1-18, ISSN 2239-2734.
51. **Cecchinato F.**, Colapinto C., Giusto A. (2013) Advertising in a luxury fashion magazine: a comparison between Italy and China, Working Paper 05/2013, Working Paper Series, Venezia, Department of Management, Università Ca' Foscari Venezia, pp. 1-19 , ISSN 2239-2734.
52. **Cecchinato F.**, Hu L., Perri A., Vescovi T, (2013) Internationalization of a Chinese "born glocal" brand: the case of Good Baby, Working Paper 25/2013, Working Paper Series, Department of Management, Università Ca' Foscari Venezia, pp. 1-17, ISSN 2239-2734.
53. Perri A., **Cecchinato F.**, Colapinto C. (2013) The hidden costs of going global: insights from firms' entry into foreign markets, Working Paper Series, Department of Management, Università Ca' Foscari Venezia, pp. 1-11, ISSN 2239-2734.