

**Curriculum Vitae  
Europass**

Dott.ssa Antonella Pirro Ruggiero  
Professore a contratto di Global Brand Management (S.S.D. SECS-  
P/08)  
Dipartimento di Management, Finanza e Tecnologia  
Università LUM Giuseppe Degennaro  
S.S. 100 km 18 – 70010, Casamassima (BA)

**Contatti**

Dipartimento di Management, Finanza e Tecnologia  
Università LUM Giuseppe Degennaro  
S.S. 100 km 18 – 70010, Casamassima (BA)  
Email: [pirroruggiero@lum.it](mailto:pirroruggiero@lum.it)  
Web: <https://www.lum.it/docenti/antonella-pirro-ruggiero/>

**Formazione e carriera**

Settembre 2020 – oggi, Professore a contratto di Global Brand Management (S.S.D. SECS-  
P/08), LUM Jean Monnet, Casamassima (BA)

2007 – oggi, Professore a contratto sulle tematiche del Retail in MIREM Master in Innovation,  
Retail & e-Marketing, LUM, School of Management Casamassima (BA)

2016 – oggi, Professore a contratto sulle tematiche del Marketing nel Food in MAWIL Master in  
Agrifood, Wine and Local Management, LUM, School of Management Casamassima (BA)

Settembre 2017 – oggi, Professore a Contratto di Marketing, LIUC Carlo Cattaneo, Castellanza  
(VA)

Settembre 2020 – oggi, Referente del Lab nell'insegnamento di Marketing, LIUC Carlo  
Cattaneo, Castellanza (VA)

1994 – oggi, Collaboration in Area Marketing (tematiche di marketing dell'impresa commerciale)  
SDA Bocconi (MI).

1996 - oggi, Docente sulle tematiche Marketing, Master in Marketing Digital Communication &  
Social Media, Aforisma School of Management (LE)

2013 – 2015 Referente del Lab nell'insegnamento di Retail&Sales Management, LIUC Carlo  
Cattaneo, Castellanza (VA)

2009 – 2011 Professore a contratto di Marketing and Retail Management, LUM Jean Monnet,  
Casamassima (BA).

2016 – oggi, Docente sulle tematiche di Retail, Branding e Marketing, Master Marketing  
Comunicazione e Digital Strategy, 24Ore Business School (MI)

2013 – oggi, Docente sulle tematiche di Retail, Branding e Marketing, Master Retail, Marketing  
& Sales Management, 24Ore Business School (MI)

2000 – 2003 Professore a Contratto - Corsi di formazione per imprenditori del turismo Ente  
Bilaterale del Turismo della Puglia, Bari

1998- 2002 Professore a Contratto - Corsi di formazione per imprenditori ISUFI - Istituto  
Superiore Universitario di Formazione Interdisciplinare dell'Università degli Studi di Lecce

**Esperienza professionale**

1994 - 2000 Professore a Contratto - Corsi di formazione per imprenditori, Istituto Guglielmo Tagliacarne - Centro Studi delle Camere di Commercio, Roma

Novembre 1988 Laurea in Economia Aziendale – Specializzazione in Economia delle Aziende Commerciali - Università Commerciale “Luigi Bocconi”, Milano

2005 – oggi, Associate Partner, Focus Management S.p.A. Milano

Attività di Client Leadership e Project leadership in area Marketing e Commerciale con particolare focalizzazione su Channel management e *go to market* - Industries: Retail e FMCG

1998 – 2005 Senior Consultant (Marketing), Soges Organizzazione e Gestione S.p.A.- Gruppo Soges Torino

1994 – 1998 Consultant (Marketing e Channel Management – Internazionalizzazione delle PMI Europee) Bic Puglia Sprind S.P.A. BA

1992 – 2001 Consigliere di Amministrazione, Azienda Speciale Laboratorio Chimico Merceologico della Camera di Commercio di Lecce

1990 – 1991 Project Manager lancio Retail *C'è Bassetti*, Bassetti S.p.A. Gruppo ZUCCHI, Rescaldina (VA)

1989 – 1990 Product Manager Piumone, Bassetti S.p.A. Gruppo ZUCCHI, Rescaldina (VA)

**Accreditamento presso albi**

2019 – oggi; Manager dell'Innovazione del Ministero dello Sviluppo Economico

1991- oggi; Abilitazione alla professione di Dottore Commercialista; Iscritto Ordine Dott.ri Commercialisti di Lecce



**Istruzione e formazione**

- 1998 *Exploring Teamwork*, Center for Management & Organization Effectiveness c/o Gruppo Soges TO
- 1998 *Problem Solving* Kepner & Tregoe USA c/o Gruppo Soges TO
- 1999 *Coaching Skills*; Center for Management & Organization Effectiveness c/o Gruppo Soges TO
- 1999 Cours “*La Creativité*”; HJ Hubert Jaoui International – Paris
- 1992 Master in Economia del Turismo; Università Commerciale “Luigi Bocconi”, Milano
- 1989 Master I Giovani per Il Marketing; Gruppo Hay per Centromarca MI
- 1988 Laurea in Economia Aziendale – Specializzazione in Economia delle Aziende Commerciali Università Commerciale “Luigi Bocconi”, Milano

**Lingue**

**Italiano** Madrelingua

**Inglese**

Comprensione		Parlato		Scritto
Ascolto	Lettura	Interazione orale	Produzione orale	
B2	B2	B2	B2	B2

**Capacità e competenze tecniche**

L'attività professionale e di ricerca scientifica è stata da sempre improntata su alcuni principali filoni, quali a) Marketing Strategico b) Go to Market c) Branding Management, con particolare enfasi su specifiche aree tematiche per ciascuno di essi, come di seguito indicato:

Marketing Strategico

- Data driven Segmentation
- New value proposition
- Multichannel management

Go to Market

- Channel management e conflitti nella Multicanalità
- Omnichannel Strategy
- Phygital Customer Journey

Branding Management

- Brand Evaluation customer based
- Brand Migration Projects
- Brand Extension Projects
- Trust Building plan

**Ulteriori informazioni****Principali pubblicazioni  
scientifiche****Libri e capitoli di libri nazionali**

1. "La costruzione dell'assortimento in una prospettiva esperienziale" in Sandro Castaldo e Chiara Mauri (a cura di), *Store Management* Ed. Franco Angeli, Milano, prima edizione 2005, seconda edizione 2008, terza edizione 2010, quarta edizione 2017.
2. "Il caso Aligros: il riposizionamento della formula Cash & Carry" in Sandro Castaldo e Chiara Mauri (a cura di), *Store Management - La gestione delle piattaforme relazionali*, Ed. Franco Angeli, Milano, prima edizione 2005, seconda edizione 2008, terza edizione 2010.
3. "Il farmaco nella distribuzione moderna" pp.301-314 in Manuela Brusoni Erika Mallarini (a cura di); *La nuova impresa Farmacia* Ed. Egea (Collana Alfaomega) 2009

**Articoli in riviste Professionali**

1. 2019 GDO Week Da Famila, lo scaffale a misura di cliente.
2. 2016 MarkUp e GDO Week Coop Lombardia-Dr. Schär un category per il cliente
3. 2013 MarkUp; Digital branding
4. 2013 MarkUp; Il tempo delle marche nativamente digitali
5. 2013 GDO Week; A volte e' difficile distinguere tra i vari format
6. 2012 Food; La qualita' ha le ore contate
7. 2012 Food; Dr Schär investe sul category
8. 2012 GDO Week; Conscious il fare impresa che genera trust
9. 2012 GDO Week; Farmaci e GDO, binomio in piena salute
10. 2011 GDO Week; Aziende di marca e retailer: l'unione fa la fiducia.
11. 2010 GDO Week; Le chiamavano enoteche ...da semplice negozio a learning and experience places
12. 2010 GDO Week; Trust, un valore assoluto del quale fidarsi sempre
13. 2010 GDO Week; Il fascino del discount.... e le difficolta' della DO
14. 2010 GDO Week; La ricetta Mercadona per alimentare il Trust in tempo di crisi.
15. 2009 GDO Week; Possimità e convenienza: i retailer europei innovano lungo queste coordinate.
16. 2009 GDO Week; Contoterzismo o marchio proprio? La terza via virtuosa di Megatex
17. 2009 Aboutpharma; Dossier innovazione nel retail del farmaco - Healthcare store concept.