



UNIVERSITÀ

LUM

GIUSEPPE
DEGENNARO



Curriculum Vitae Europass

Dott.ssa Karolina Sallaku

Studentessa del Dottorato Internazionale di Ricerca (Ph.D.) in Economics and Management of Sustainability and Innovation. Cultrice delle materie afferenti al settore disciplinare di Economia e Gestione delle Imprese (S.S.D. SECS-P/08; S.C. 13-B2) 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: sallaku.phdstudent@lum.it
Web: <https://sites.google.com/lum.it/dr-karolina-sallaku>

Formazione e carriera

Settembre 2022 – oggi: Cultrice delle materie afferenti al settore disciplinare di Economia e Gestione delle Imprese (S.S.D. SECS-P/08; S.C. 13-B2) Università LUM “Giuseppe Degennaro”, Casamassima (BA)

Dicembre 2021 – oggi: Ph.D., Dottorato Internazionale di Ricerca in Economics and Management of Sustainability and Innovation – XXXV Ciclo Università LUM “Giuseppe Degennaro”, Casamassima (BA)

Maggio 2022 – Corso Shout for teachers "The SSH and Contemporary Social Challenges Course"

2021: Laurea Magistrale in Marketing Science (Classe LM77, D.M. 270/04)

Conseguita con votazione 110/110 e Lode

Università Degli Studi di Bari “Aldo Moro” (BA)

Tesi discussa: “Instrapoetry as a communication tool in branding strategies: some preliminary findings”

Maggio 2021: 24 cfu Percorso formativo docenti D.M. 616/17

Università Telematica “E-Campus”

2006: Laurea Triennale in Marketing a Comunicazione di Azienda

Conseguita con votazione 110/110 e Lode

Università Degli Studi di Bari “Aldo Moro” (BA)

Tesi discussa: “Il ruolo della televisione nella pubblicità”



Lingue

Albanese – Italiano Madrelingua

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

Certificazione : B2 – First – Cambridge for English – data 01/08/2019

Capacità e competenze tecniche

Sin dall'inizio della mia carriera accademica, ho attribuito grande rilevanza ai temi del Brand Management e del Consumer Behaviour concentrandomi su due aspetti principali. Da un lato le mie attività di ricerca volgono ad esaminare e comprendere le dinamiche del digital marketing e le relative implicazioni etiche in relazione alle tematiche di sostenibilità ed innovazione. Dall'altro lato, in linea con le nuove frontiere di sviluppo tecnologico, ho focalizzato l'attenzione della ricerca sulle nuove piattaforme e mondi virtuali, noti come metaversi. La finalità è quella di comprendere come questi mondi influenzino l'esperienza del brand e le strategie di posizionamento connesse con le percezioni, attitudini cognitive ed emotive dei consumatori. Le attività di ricerca abbracciano diversi approcci metodologici quali il metodo qualitativo basato su case studies, content analysis per i social media. In aggiunta, l'approccio quantitativo si avvale principalmente di analisi empiriche svolte tramite lo sviluppo di questionari, sentiment analysis per il social listening oppure tramite database inerenti il mondo del brand e le sue diramazioni manageriali.

Ulteriori Competenze

2011 – 2018: Business Manager nel settore del Public Procurement in Puglia (Italy).
2020 – ad oggi: Consulente di Brand Management e Digital Marketing.

Ulteriori informazioni

Principali pubblicazioni scientifiche

Partecipazione a convegni nazionali e internazionali

1. Lum - OD Oxford Dialogue 2022:
Sallaku, K., Russo, A., "Exploring Social Media Washing and its impact on CSR"
2. Sim Annual Conference 2022:
Sallaku, K., Morrone, D., & Tarulli, A., "Global brands landing the metaverse, some preliminary insights" ISBN 978-88-943918-8-6