

BARBARA LORENZINI

barbara.lorenzini@unibo.it

Professore di *Marketing* – Master in Gestione d'Impresa e Master in Management
Bologna Business School
Università di Bologna

ACADEMIC POSITIONS

Teaching

a.a. 2010-2015, **Bologna Business School**

Master in Gestione d'Impresa: Marketing
Executive Master in Sales & Marketing: Branding
Master in Marketing e Comunicazione: Cotitolare dei corsi di Marketing e Marketing dei servizi

a.a. 2010-2014, **Master Publitalia 80**

Master in marketing, comunicazione e sales management
Interventi su temi: comunicazione, spazio come elemento di comunicazione

a.a. 2005-2010, **Bologna Business School**

Master in gestione d'impresa (spec. Made in Italy e Retail Management)
Tutor per sviluppo dei project work realizzati per aziende.
Resp. Prof. Angelo Manaresi.
Tutor area marketing sui corsi di formazione a distanza:
Master Executive MBA Coop
Master Executive Master in technology and innovation management
Master Business Administration (DL)

2014-2015 **Università degli studi di Bologna**

Corso di laurea Economia aziendale Corso di marketing (60 ore).

2013-2014, **Università degli studi di Bologna**

Corso di laurea Economia aziendale Corso di marketing (60 ore)
Corso di laurea Marketing e Management Corso di marketing (60 ore)

2012-2013, **Università degli studi di Bologna**

Corso di laurea Economia aziendale Corso di marketing (60 ore)

2011-2012, **Università degli studi di bologna**

Corso di laurea Marketing e Management Corso di marketing (60 ore)

2010-2011, **Università degli studi di bologna**

Corso di laurea Economia aziendale Corso di marketing (60 ore)

2005-2010, **Università degli studi di Bologna**

Facoltà di Economia – Sede di Bologna

Facoltà di Psicologia – Sede di Cesena

Professore a contratto

Corso di laurea: Economia Aziendale

Corso di laurea in Psicologia delle organizzazioni e dei servizi
Corso di : Marketing

OTHER POSITIONS

Consulente

2010- 2015, Scouting Spa

- Senior area Marketing, e comunicazione con particolare riferimento ad analisi di settore, ricerche di mercato, branding e sviluppo business plan.

2006-2010, Trade Marketing Studio – TMS (Bologna)

- Sviluppo di linee di prodotti a marchio: Analisi di mercato, def del posizionamento, analisi degli assortimenti (Crai, Sigma, Federfarma).
- Analisi di mercato e ricerche ad hoc finalizzate alla verifica di fattibilità del lancio di nuovi prodotti sul territorio nazionale.
- Analisi di mercato e benchmark internazionale finalizzato allo sviluppo di nuovi modelli di farmacie (Federfarma).

2003-2009, Valore impresa (Bologna)

Attività di consulenza sui temi di: Analisi di mercato e ricerche e marketing territoriale.

2008-2009, Cp Consulting Group (Milano)

Sviluppo ricerche di mercato esplorative finalizzate alla realizzazione di nuovi insediamenti immobiliari.

2007-2016, CUSI – Centro Universitario Sportivo Italiano e CONI Regionale Emilia Romagna – Scuola dello sport.

- Progettazione, realizzazione e realizzazione corsi FAD.
- Progettazione e realizzazione di indagini di mercato ad hoc.

2003-2007, StageUp.com (Bologna)

Collaborazione e sviluppo divisione FAD del gruppo Stageup.

2002, AC NIELSEN (Milano – stage mm. 6)

Area Analisi di mercato.

EDUCATION

XIV corso Master in Comunicazione e Marketing Publitalia 80.

21/10/1997, Laurea in Economia e Commercio, Università degli Studi, Bologna (110/110 con lode e Premio “Umberto Muggia” per la miglior tesi in marketing del biennio accademico 1996-98. Titolo della tesi: “Politiche commerciali innovative nella gestione dei musei”).
Relatore: Chiar.mo Prof. Angelo Manaresi

1990, Diploma di Perito aziendale e Corrispondente in lingue estere (60/60).