

Francesca Bergianti

Dottoranda

Data di nascita 13/09/1995

Nazionalità Italiana

E-mail francesca.bergianti@gmail.com

Telefono +39 3489183595



ISTRUZIONE

- | | |
|--------------------|--|
| 2020 – oggi | Dottorato in Lavoro, Sviluppo e Innovazione
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Fondazione Marco Biagi |
| 2018 – 2019 | Erasmus+ in Strategic Marketing Management (6 mesi)
INSEEC Business School Paris |
| 2017 -2019 | Laurea Magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività
d'Impresa, LM-59
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia |
| 2014 -2017 | Laurea Triennale in Scienze e Tecniche della Comunicazione Grafica e
Multimediale, L-20
IUSVE (Istituto Universitario Salesiano Venezia) |

INCARICHI PROFESSIONALI NON ACCADEMICI

- | | |
|--------------------------|--|
| 10/2020 – 06/2021 | Docente a tempo determinato
Scuola primaria, IC Aosta Reggio Emilia |
| 06/2018 – 02/2020 | Junior Social Media Manager e Graphic Designer
Fast2 SRL |
| 02/2019 – 05 2019 | E-commerce Image Specialist Internship
Max Mara Fashion Group |
| 03/2018 – 09/2018 | Junior Social Media Manager
Canali&C. |
| 05/2017 – 07/2017 | Graphic Designer Internship
Twinset |

INCARICHI ACCADEMICI

- 06/2022 – 06/2023** Assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Comunicazione ed Economia
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Progetto: *Customer Delight nei nuovi contesti caratterizzati da tecnologie basate sull'intelligenza artificiale*
- 07/2021 – 06/2022** Assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Comunicazione ed Economia
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Progetto: *Pratiche sostenibili: analisi del comportamento del consumatore in una prospettiva eudaimonica*
- 02/2020 – 07/2020** Ricercatore a progetto presso il Dipartimento di Comunicazione ed Economia
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Progetto: *Trattamento termico sous-vide: qualità reale e percepita*

PUBBLICAZIONI

- Grappi, S., **Bergianti, F.**, Gabrielli, V., & Baghi, I. (2024). The effect of message framing on young adult consumers' sustainable fashion consumption: The role of anticipated emotions and perceived ethicality. *Journal of Business Research*, 170, 114341.
- **Bergianti, F.**, & Parguel B. (2023). How government eco-exemplarity influences sustainable consumption, *Proceedings of the ANZMAC (The Australian and New Zealand Marketing Academy), Conference 2023*.
- **Bergianti, F.**, Gabrielli, V., Baghi, I. & ., Grappi, S. (2023). How different types of communication affect ethical consumption: The role of psychological consumer empowerment, *SIM (Società Italiana di Marketing) Conference 2023*.
- **Bergianti, F.**, & Venuturini A. (2023). I do it (also) for me: a qualitative study on the identity aspects underlying consumption on second-hand fashion apps, *Proceedings of the International Conference Marketing Trends (ISBN 978-2-490372-16-4), IMTC Conference 2023*.
- Gabrielli V., Baghi I., **Bergianti F.** (2021) "Brand scandals within a corporate social responsibility partnership: the asymmetrical effects on the for-profit and the non-profit brand", *Journal of Marketing Management*, DOI: [10.1080/0267257X.2021.1928267](https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1928267)
- **Bergianti, F.**, Grappi, S., Gabrielli, V., & Baghi, I. (2021), "Feeling good by wearing sustainable: Advancing the well-being paradigm in sustainable consumption practices", *Proceedings of the European Marketing Academy (ISSN: 2709-1589), EMAC 2021 Annual Conference*.

- **Bergianti, F., Gabrielli, V., Baghi, I., & Grappi, S. (2021),** “Sustainable trend: how well-being works in shaping fashion consumption practices”, *Proceedings of the SIM (Società Italiana di Marketing)*, Conference 2021 (ISBN: 978-88-943918-6-2)
- **Bergianti F., (2019)** “Co-branding tra brand for profit e non profit nell’implementazione di una strategia di CRM: studio sull’efficacia in un episodio di brand crisis”, *Tesi di Laurea*

CONFERENZE

- ANZMAC Annual Conference 2023, Dunedin, Nuova Zelanda (online)
- SIM Annual Conference 2023, Firenze
- International Conference Marketing Trends 2023, Parigi
- SIM Doctoral Colloquium 2022, Rimini
- SIM Annual Conference 2021, Ancona (online)
- EMAC Annual Conference 2021, Madrid (online)

ALTRE ATTIVITÀ/PROGETTI DI RICERCA

01/2023 – 04/2023 Visiting period presso Université Paris Dauphine-PSL
 Progetto: *The influence of governmental organizations' eco-exemplarity on the adoption of sustainable consumption behaviors*
 Referente: Béatrice Parguel

REVIEWING ACTIVITY

- Journal of Marketing Management
- European Association of Consumer Research (EACR)
- The Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC)

ATTESTATI

11/2022 Abilitazione insegnamento scuola secondaria di secondo grado, Concorso ordinario 499/2020, Classe di concorso A018

01/2019 Inglese C1, Certificato da OLS Erasmus+