



# Simona Del Core

**Nazionalità:** Italiana | **Sesso:** Femminile | **Numero di telefono:** (+39) 3389258279 (Cellulare) | **Indirizzo e-mail:**

[simona.delcore@uniroma1.it](mailto:simona.delcore@uniroma1.it) | **Indirizzo:** 80128, Napoli, Italia (Abitazione)

## Presentazione:

Ai fini della pubblicazione in ottemperanza all'art. 15, comma 1, del Decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33

## ● ESPERIENZA LAVORATIVA

01/06/2020 – 10/09/2020 Roma, Italia

### ADDETTO ALL'ANALISI QUANTITATIVA DI FENOMENI SOCIO-ECONOMICI EMERGENTI ISTAT

- Gestione di grandi matrici di dati, per estrarre informazioni utili per analisi di marketing specifiche
- Analisi dei microdati ed esplorazione del metadato
- Elaborazione dei dati mediante l'utilizzo di Software

01/01/2018 – 01/07/2018 Salerno, Italia

### RICERCATORE E ANALISTA PRESSO IL LABORATORIO DI PSICOLOGIA SPERIMENTALE DI SALERNO UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

-Ricerca sperimentale sulla natura dei processi cognitivi sottostanti il funzionamento del linguaggio (con Risonanza magnetica funzionale)

-Raccolta, Analisi e Codifica dei dati

06/11/2020 – 18/12/2020 Roma, Italia

### E-COMMERCE & DIGITAL MARKETING SPECIALIST EXPERIS SRL

E-commerce

Digital & Strategic Marketing

Motori di Ricerca & Keywords

Seo, Sem, Smo

Project Management

Linguaggi di programmazione

Scrittura del codice

HTML5

Wordpress

Javascript

01/01/2020 – 01/03/2020 Roma, Italia

### DOCENTE IN AMBITO MARKETING, STARTUP, BUSINESS PLAN, BUSINESS MODEL CANVAS PAI DEA

## ● ISTRUZIONE E FORMAZIONE

01/11/2021 – ATTUALE Roma

### PHD STUDENT - DOTTORANDA IN MARKETING XXXVII CICLO Università di Roma La Sapienza

**Indirizzo** Roma

01/10/2018 – 16/10/2020 Roma, Italia

### LAUREA MAGISTRALE IN ORGANIZZAZIONE E MARKETING PER LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA Università di Roma La Sapienza

**Indirizzo** Roma, Italia | **Campo di studio** marketing | **Voto finale** 110 e lode |

**Tesi** Trading up e Trading Down: in bilico tra lusso e low price. Un'analisi empirica in Italia

**Indirizzo** Salerno, Italia | **Campo di studio** Comunicazione | **Voto finale** 110 e lode |

**Tesi** Genere e Numero. Un compito di Online Inflection con sostantivi italiani

## ● **COMPETENZE LINGUISTICHE**

---

Lingua madre: **ITALIANO**

Altre lingue:

	COMPRESIONE		ESPRESSIONE ORALE		SCRITTURA
	Ascolto	Lettura	Produzione orale	Interazione orale	
<b>INGLESE</b>	C1	C1	B2	B2	C1

*Livelli: A1 e A2: Livello elementare B1 e B2: Livello intermedio C1 e C2: Livello avanzato*

## ● **COMPETENZE DIGITALI**

---

SOFTWARE R | Conoscenza logica database

### **Digitali**

Project management Microsoft Project | Ottimizzazione SEO e SEM | Attestati Pacchetto Office (Excel, Word, PowerPoint) | Google Tools (Google Trends - Google Analytics - Google Drive - Google Drive - Google Alert) | Basi di web marketing

### **Soft skills**

entusiasmo ed ambizione | creatività e proattività | Team Working | Business Model Canvas | Propensi one alla continua crescita | Comunicazione e Problem Solving | Ottime capacità organizzative e di adattamento

### **Di marketing**

Strategic Marketing | Trade marketing | Retail | Analisi Swot | Consumer Behaviour | Benchmarking

### **Statistiche**

Gestione e raccolta dati e metadati | Ricerca di mercato | Capacità analitiche | Elaborazione delle informazioni | Buona conoscenza del software statistico SPSS

## ● **ULTERIORI INFORMAZIONI**

---

### **PUBBLICAZIONI**

#### **Countervailing Effects in Hybrid Consumption – 2022**

**Purpose of the paper:** The research aims to analyze, in the context of hybrid consumption, the seemingly irrational behavior of consumers who would coexist low cost purchases with luxury purchases, where the former serves as financing for the latter. The study aims to identify which are the specific **product categories** typically purchased in trading up and trading down by consumers within differentiated contexts and the impact of **income** on the implementation of the trading strategy.

**Methodology:** The research methodology is based on quantitative processing through secondary analysis, using ISTAT micro-data relating to the Survey on the spending of resident households in Italy. Given the lack of a decreed indicator to measure the phenomenon - for the process of operationalization - we assumed that the place of purchase could act as a proxy for trading down and trading up; trading down will concern the purchase of generic private labels in hard discount, which are the places most committed to responding to the savings needs of customers, while trading up will concern purchases in drugstore.

The analysis of trading up and down was conducted in two polarized contexts from the point of view of economic and competitive advantage. The analysis identified at the top end of the polarization continuum:

the Trentino-Alto-Adige region, which systematically ranks at the highest levels of economic development precisely because of its ability to make use of its territorial resources; at the other pole of the continuum, Calabria, which emerges as an inland area in difficulty, characterized by minimal value-added, GDP per capita and income per capita.

**Results:** Each product category has a different degree of inclination to trading down and up; in particular, some selectively lean towards one pole or the other, while others are configured as 'bipolar', with a decidedly similar number of consumers buying both trading up and trading down.

Regarding the **first research question**, product categories such as household appliances, clothing and footwear, and food products are mainly purchased in trading up in both samples. Olive oil, wine and clothing accessories are mainly bought in other places. Underwear is purchased in both hard discount and drugstores

Regarding the **second research question** It emerges that Trading up would thus be a strategy equally adopted by both samples; differences can be seen in the budget allocated to investments in up, the number and the type of product categories selected, and the frequency of purchase in trading up and down.

**Practical implications:** This research provides outputs that can be used as tools for policy optimization at the managerial level, providing useful information for better management of prices and value attributes sought in the product offering.

---

Sinergie - Italian Journal of Management

## **CONFERENZE E SEMINARI**

30/06/2022 – 01/07/2022 – Milano, Università Bocconi

**Conferenza Sinergie - Sima Management 2022** Partecipazione alla conferenza con presentazione di un extended abstract sul consumo ibrido

## **PROGETTI**

ATTUALE

**Ricerca sui consumi delle famiglie italiane** Mettere in luce la loro evoluzione e i principali cambiamenti emersi in particolare negli ultimi 30 anni (a cavallo tra i due millenni), partendo dall'esplorazione e sistematizzazione dei mutamenti del macro ambiente.

**Eurispes** Roaring Boomers: sfide e opportunità della Silver Economy

**ISMEA** Report Agroalimentari

Survey Inflazione

Report settore lattiero

24/03/2022

**Progetto PRIN** Doing it my way: old people, technology, welfare service and wellbeing - IoT applications and management implications to rethink the elderly care.

Si occupa dello studio dei modelli gestionali e dei comportamenti degli anziani nell'uso dei dispositivi IoT, con esigenze assistenziali e di servizio sanitario, con un approccio multidisciplinare che vedrà esperti di management e medicina.

**Contributo alla stesura del Libro sulla Visitor Experience del Patrimonio Culturale**

## **ONORIFICENZE E RICONOSCIMENTI**

21/02/2022

**Laureato Eccellente Sapienza – Università La Sapienza**

2020

**Sapienza premia il merito – Università degli studi di Roma la Sapienza**

2018

**Unisa premia il merito – Università degli studi di Salerno**

---

*(Simona Del Core) Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del D.Lgs 196 del 30 giugno 2003 e dell'art. 13 del Regolamento UE n. 676/2016 del 27.04.2016 "Regolamento generale sulla protezione dati" e del D.Lgs. n. 196/2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali", come modificato dal D.Lgs. n. 101 del 10.08.2018, recante disposizioni per l'adeguamento dell'ordinamento nazionale al Regolamento europeo ai fini della ricerca e selezione del personale.*

02/02/2023