



MARKETING

Stefania MASÈ

Associate Professor of Marketing and Communication

Contact

Email: s.mase@ipag.fr

Campus: Nice

<https://www.linkedin.com/in/stefania-mas%C3%A8-37710415/>

Biographie

Dr. Stefania Masè est Professeure associée à l'Ipag Business School, où elle assume la responsabilité du Master en Management International et dispense des cours de marketing et de méthodes de recherche.

Titulaire d'un double doctorat de l'Université de Macerata en Italie et de l'Université Sorbonne Lettres en France, elle conjugue la recherche en gestion avec la philosophie esthétique. Ses recherches, influencées par la Théorie Institutionnelle, explorent les liens entre les institutions, le comportement des consommateurs et les dimensions esthétiques du marketing. Ses travaux sont publiés dans des revues internationales et présentés lors de conférences en France et à l'étranger. Une partie de ses recherches a également été consolidée dans son ouvrage *Art and Business: Perspectives on Art-Based Management*, publié chez Springer en 2020.

Son champ d'études s'étend à divers contextes, notamment les marques de luxe, les plateformes de rencontres en ligne, et plus récemment, les entreprises familiales grâce à sa participation active au sein du Successful Transgenerational Entrepreneurship Practices (STEP) Project Global Consortium

Éducation

2016: Ph.D., Management and Accounting (Macerata U., Italie) & Commerce International et Europe (Sorbonne U., France)

2010: Diplôme de Master en Publicité et Communication d'Entreprise

2009: Post Graduate Course in International Trade

Teaching Areas

- Principes de Marketing
- Methodologies de la recherche
- Gestion des marques du luxe
- Art & Business

Research Areas

- Marketing
- Consumer culture theory
- Institutional theory in marketing
- Family and family business

Professional experiences

2023: Professeure Associé en Marketing at IPAG Nice, France

2021: Membre du Successful Transgenerational Entrepreneurship Practices (STEP) Project Global Consortium

2018: Directrice Academique du Master in International Management, IPAG Nice and Paris Campuses

2018 - 2022: Professeure Assistante de Marketing at IPAG Nice, France

2016 - 2018: ATER (Attaché Temporaire d'Enseignement et de Recherche) à l'IAE Pau-Bayonne, France

Selected publications

- Colapinto, C., Masè, S. (2025). Introducing Twin Transitions in Family Businesses: A Triple Bottom Line Perspective. *BEER Business Ethics, the Environment & Responsibility*. DOI: 10.1111/BEER.12786
 - Calabro, A., Conti, E., Masè, S. (2024). Trapped in a “golden cage”! The legitimization of women leadership in family businesses. *Journal of Family Business Strategy*. 15(2). <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2023.100569>
 - Minina, A., Masè, S., Smith, J. (2022). Commodifying love: value conflict in online dating. *Journal of Marketing Management*. 38(1/2), 98-126. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2022.2033815>
 - Minina, A., Masè, S., Smith, J. (2020). Navigating the Marketplace of Love: Value Conflict in Online Dating Community. *NA - Advances in Consumer Research* Volume 48 | 2020
 - Masè, S., Cedrola, E., Davino, C., Cohen-Cheminet, G. (2020). Multivariate Statistical Analysis of Artification Effect on Customer-Based Brand Equity in Luxury Brands. *International Journal of Arts Management*, Vol. 22, Iss. 3, (Spring 2020): 55-66.
 - Masè, S. (2020). *Art and Business. Perspectives on Art-based Management*. International Series in Advanced Management Studies, Springer International Publishing. 10.1007/978-3-030-51769-4.
 - Cedrola, E.; Trabaldo Togna, L. A.; Masè, S. (2020) Eccellenze del Distretto Tessile Biellese: Ermenegildo Zegna (163 – 186). In Cedrola, E., & Togna, L. A. T. (2020). *Eccellenze italiane. Internazionalizzazione ed ecosostenibilità del distretto tessile biellese*.
-