

# CURRICULUM VITAE

## di Emanuela Conti

### FORMAZIONE E TITOLI DI STUDIO

09/02/2001: **Dottorato di Ricerca in Economia e Gestione delle Imprese**, Università degli Studi di Ancona (sede consorziata Università degli Studi di Urbino Carlo Bo). Tesi: “Aspetti organizzativi e fattori istituzionali nell’industria del software in Italia e in Irlanda”, XIII ciclo. Supervisor: Prof. Alfonso Gambardella.

16/11/1999: **Master of Philosophy (MPhil)** in Business Administration, Manchester Business School, Università di Manchester. Tesi: “Organizational characteristics, managerial implications and learning: the experience of a multinational company”. Supervisor: Prof. Peter Swann.

15/11/1995: **Laurea in Economia e Commercio**, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo. Tesi: “La valorizzazione delle risorse umane negli attuali sviluppi delle imprese”. Votazione: 110/110 e lode. Relatore: Prof. Alfonso Gambardella.

14/07/1989: **Diploma di Perito Aziendale e Corrispondente in Lingue Estere**, Istituto tecnico commerciale L. Donati, Fossombrone (PU). Votazione 60/60.

### TITOLI ACCADEMICI/SCIENTIFICI

01/12/2021 – presente: **Ricercatrice a tempo determinato** (Art. 24 c.3 - b Legge 240/2010) in Economia e gestione delle imprese (SECS-P/08, ora ECON-07/A) presso il Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

01/08/2020 – 31/10/2021: **Titolare di un contratto di ricerca** per il progetto “Innovazione e marketing digitale nelle PMI: sfide ed opportunità” presso il Dipartimento di Economia, Società e Politica (DESP) dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

19/10/2018: **Idoneità come professore universitario di seconda fascia** nel settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 (ora ECON-07/A) Economia e gestione delle imprese, settore concorsuale 13/B2 (ora gruppo scientifico-disciplinare 13/ECON-07), con validità fino al 19/10/2029.

10/01/2016 – 31/12/2019: **Curatrice dell’Osservatorio sui visitatori** della Galleria Nazionale delle Marche di Urbino, nell’ambito delle convenzioni tra il Dipartimento di Economia, Società, e Politica (DESP) dell’Università di Urbino e la Galleria.

05/04/2014 – 31/12/2015: **Co-responsabile del progetto di formazione “Innovazione e design”**, promosso da Confindustria Pesaro e Urbino in collaborazione con TVS S.p.a., Ernestomeda S.p.a., Marco Gaudenzi & Associati e il DESP. Principali attività: selezione di designer e imprese, progettazione del corso, visite aziendali, docenza, valutazione degli allievi e customer satisfaction. Obiettivo: promuovere la cultura del design industriale e favorire l’incontro tra creatività e imprese manifatturiere nella provincia di Pesaro e Urbino.

01/12/2013 – 30/06/2020: **Assegnista di ricerca in** Economia e gestione delle imprese (SECS-P/08, ora ECON-07/A) presso il DESP dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo. Progetto: “Il ruolo del patrimonio culturale per lo sviluppo dell’industria creativa nelle Marche. Sfide manageriali e di marketing per le imprese del territorio”.

01/01/2008 – 30/06/2012: **Co-responsabile della progettazione e coordinamento della “Scuola per l’imprenditorialità e la dirigenza”** (S.I.D.), iniziativa di Confartigianato Imprese Pesaro e Urbino in

collaborazione con la Facoltà di Economia di Urbino. Principali attività: pianificazione della docenza, gestione di laboratori per imprenditori, valutazione degli elaborati finali e tutoraggio.

09/02/1998 – 09/02/2001: **Titolare di borsa di studio per Dottorato di ricerca** in Economia e Gestione delle Imprese presso l'Università degli Studi di Ancona, con sede consorziata presso l'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

01/09/1997 – 15/12/1998: **Borsista** presso l'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo per attività di formazione e ricerca presso la Manchester Business School, Facoltà di Business Administration, Università di Manchester.

## ATTIVITÀ DIDATTICA

Dal 2020/2021 – in corso: **Comunicazione aziendale e digital marketing** (8 CFU), Corso di laurea magistrale in Marketing e Comunicazione per le Aziende, Scuola di Economia (DESP). Insegnamento mutuato per il corso di laurea magistrale in Comunicazione e pubblicità per le Organizzazioni, Scuola di Scienze della Comunicazione (DISCUI), l'A.A. 2020-2021.

Dal 2021/2022 – in corso: **Economics and business management** (8 CFU), Corso di laurea triennale in Economia e management, Scuola di Economia (DESP).

A.A. 2023/2024: **Gestione d'impresa e marketing** (6 CFU), Corso di laurea magistrale in Informatica applicata, Scuola di Scienze, Tecnologie e Filosofia dell'Informazione, Dipartimento di Scienze Pure e Applicate (DISPEA).

A.A. 2005/2006 – A.A. 2020/2021: **Marketing** (8 CFU), Corso di laurea triennale in Informazione, Media e Pubblicità, Scuola di Scienze della Comunicazione, Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali: storia, culture, lingue, letterature, arti, media (DISCUI). Insegnamento mutuato per il Corso di laurea magistrale in Comunicazione e pubblicità per le organizzazioni nel periodo A.A 2017-2028 - A.A. – 2019-2020, e per il Corso di laurea specialistica in Editoria, Media e Giornalismo da A.A. 2006-2007 a A.A. 2008-2009.

A.A. 2019/2020 – A.A. 2012/2013: **Economia e gestione delle imprese** (6 CFU), Corso di laurea magistrale in Conservazione e Restauro dei Beni Culturali, Scuola di Conservazione e Restauro (DISPEA).

A.A. 2010/2011: **Marketing** (10 CFU), Corso di laurea triennale in Comunicazione Pubblicitaria, Facoltà di Sociologia.

A.A. 2007/2009 – A.A. 2009/2010: Collaborazione all'attività laboratoriale nel Corso di **Marketing editoriale**. Titolare: Dott. Gianluigi Montesor. Corso di laurea specialistica in Editoria, Media e Giornalismo, Facoltà Sociologia.

## ATTIVITÀ DIDATTICA EXTRA-UNIVERSITARIA

Dicembre 2024-Gennaio 2025

Docenza di due corsi di orientamento (PNRR) di 15 ore ciascuno dal titolo "Il ruolo del marketing e della comunicazione nelle organizzazioni: processi e nuove professionalità in era digitale" presso l'Istituto Omincomprendivo Statale della Rovere (Urbania) e l'Istituto Istruzione Superiore Polo 3 Tecnico Economico e Turistico (Fano).

Febbraio 2024

Docenza di due corsi di orientamento (PNRR) di 15 ore ciascuno dal titolo “Il ruolo del marketing e della comunicazione nelle organizzazioni: processi e nuove professionalità in era digitale” presso il liceo linguistico scienze umane T. Mamiani di Pesaro.

Aprile 2023

Digital Marketing nel corso di orientamento (PNRR) del Prof. A. Pagano “Nuove professioni e competenze nel mondo delle imprese e delle professioni economiche” presso il Liceo “Giulio Cesare – Valgimigli” – Rimini e il Polo 3 – Tecnico Economico e Turistico di Fano.

Novembre 2020

**Principi di Marketing** (Modulo di Digital Marketing Strategico) nel corso di *Content Marketing e Media Digitali: Lo storyteller* per la Fondazione Istituto di Formazione Superiore IFS Turismo Marche.

Dicembre 2020

**Principi di Marketing** (Modulo di Digital Marketing Strategico) nel corso di *Hospitality Management* per la Fondazione Istituto di Formazione Superiore IFS Turismo Marche.

Agosto – Settembre 2020

**Industria culturale e creativa: analisi strategica e manageriale e Marketing musicale** nell’ambito del corso di Operatore Management Culturale” POR Marche FSE 2014-2020 promosso dal Comune di Pesaro in collaborazione con l’ateneo urbinato

Febbraio – Maggio 2018

**Marketing e Marketing Web**, corso PON, asse 1-Istruzione-FSE, per l’Istituto Omnicomprensivo della Rovere di Urbania.

Novembre – Aprile 2017

Progettazione e docenza nell’ambito del progetto di Alternanza Scuola e Lavoro dal titolo “**Indagine sul rapporto tra gli Urbinati e il Palazzo Ducale**” con il Liceo Pedagogico di Urbino e la Galleria Nazionale delle Marche.

Novembre 2007 – Maggio 2017

**Marketing Non Profit**, nell’ambito di corsi di formazione Psyops organizzati presso la Caserma 28° Reggimento Pavia, con sede a Pesaro.

18 Maggio 2017

**Planning of a Social Advertising Campaign** nell’ 8° Corso “Tactical Psyops Planner” rivolto ai militari dei Paesi aderenti alla NATO, presso la Caserma 28° Reggimento Pavia.

Ottobre – Novembre 2016

**Marketing e management dei centri benessere ed estetici**, IFTS “Tecnico superiore per la promozione di prodotti e servizi turistici, esperto nella gestione e promozione turistica qualificata: vacanza, benessere e relax”, IAL Formazione e Sviluppo società cooperative, sede del corso Fermo.

Marzo – Aprile 2015:

docenza del modulo di **Marketing**, nell’ambito del progetto “Innovazione e Design” promosso da Confindustria Pesaro e Urbino.

01/01/2008 – 30/06/2012:

**Membro del comitato tecnico** e collaborazione alla progettazione del percorso formativo, responsabile delle attività laboratoriali degli imprenditori e tutor d’aula presso la **Scuola per l’Imprenditorialità e la Dirigenza (S.I.D.)**, di Confartigianato Imprese Pesaro e Urbino, in collaborazione con la Facoltà di Economia dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

Febbraio – Marzo 2011

**Marketing**, presso Confindustria Pesaro e Urbino.

Maggio – Giugno 2006

**Tecniche di vendita e gestione del cliente**, presso Confindustria Pesaro e Urbino.

2006 – 2008

Collaborazione alla progettazione e docenza presso Pesaro Point Spa:

- *Organizzazione aziendale e gestione dell'innovazione*, corso FSE “Progetto Quadro per specializzazioni in ambito ICT”;
- *Economia e gestione delle imprese*, corso di specializzazione “Business Intelligence e Knowledge management”;
- **Marketing**, corso FSE “Esperto di Comunicazione e Marketing ICT”;
- *Economia e gestione delle imprese*, corso ITFS “Tecnico Superiore per la gestione e le strategie dell'ICT”.

2005 – 2008

Collaborazione alla progettazione e docenza per il Centro per l'impiego della provincia di Pesaro e Urbino di:

- **Economia e organizzazione aziendale**, corso IFTS “Tecnico Superiore per le industrie Chimiche e Farmaceutiche”;
- **Marketing**, scuola professionale per estetiste di Pesaro;
- **Marketing, Tecniche di Vendita, Matematica, Economia aziendale e organizzazione aziendale** presso i corsi di apprendistato.

Febbraio 2005

**Marketing**, corso FSE “Tecnico superiore per la ristorazione e valorizzazione dei prodotti tipici” per l'Istituto Tecnico Commerciale Statale G. Celli di Cagli. Titolare: Prof. G. Ferrero.

## RECENTI INCARICHI DI RICERCA

15 Agosto – 16 Settembre 2024: Visiting Reseacher presso Turku School of Economics, Pori Unit, Università di Turku. Progetto: “Marketing imprenditoriale nelle PMI” in collaborazione con Prof.ssa Kati Suomi. Il progetto focalizzato sul branding delle PMI è tutt'ora in corso.

14 marzo 2024 – in corso: Responsabile del progetto di ricerca “Comunicare per competere. Strategie, strumenti e competenze necessari alle Piccole e Medie Imprese manifatturiere per una comunicazione più efficace ed essere più competitive”. Cofinanziamento: DESP, Confindustria Pesaro e Urbino e Adv Media Lab.

23 novembre 2023 – in corso: Communication coordinator del progetto competitivo europeo “Making Sustainable Tourism Possible”, MAST, Interreg Euro-MED. Principal Investigator: Prof.ssa Federica Murmura. Inizio del progetto: 1 gennaio 2024, durata: 27 mesi.

Marzo 2023 – in corso: Membro del gruppo di ricerca. Progetto: “Giovani protagonisti del territorio. Come stimolare la partecipazione attiva dei giovani all'economia del territorio, l'imprenditorialità e la rinascita delle aree interne e periferiche” della Scuola di Economia (DESP). Responsabile: Prof.ssa E. Savelli.

Dicembre 2022 – in corso: partecipante al gruppo tematico di studio di Sinergia-SIMA sulla Comunicazione aziendale. Coordinamento: Prof. E. Invernizzi (Università IULM).

Dicembre 2021 – in corso: Membro del gruppo di ricerca. Progetto: “Sicurezza alimentare: orientamenti, strategie e performance delle imprese agrifood” della Scuola di Economia (DESP). Responsabile: Prof.ssa M. Del Baldo. Coordinamento del sotto-gruppo “Comunicazione”.

Ottobre 2021 – in corso: Coordinatrice del sotto-gruppo Innovazione *design-driven* nell’ambito del Gruppo tematico di studio di Sinergie-SIMA “Innovation & Technology management” coordinato da Prof.ssa M. Colurcio e Prof.ssa A. Codini.

Maggio – Agosto 2021: Membro del gruppo di ricerca. Progetto; “Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società”. Università Politecnica delle Marche, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo e Università degli Studi di Macerata. Studiosi dell’Università di Urbino: Bocconcelli R., Cioppi M., Conti E., Curina I., Musso F., Francioni B., Pagano A., Pencarelli T., Savelli E. Attività svolte: Conduzione di interviste e redazione del caso Eden Viaggi – Alpitour Spa.

Novembre 2019 – Ottobre 2020: Partecipazione al gruppo di ricerca. Progetto: “Sostenibilità e [in]sicurezza alimentare” del dipartimento di Economia, Società e Politica (DESP). Responsabile: Prof.ssa Elena Viganò. Coordinamento sotto-gruppo “Comunicazione”.

Agosto 2019 – in corso: Partecipante ai gruppi tematici di studio di Sinergie-SIMA: 1) “Tourism and culture management” coordinato da Prof. Presenza e Prof.ssa M. Della Lucia, 2) “Innovation & Technology management” coordinato da Prof.ssa M. Colurcio e Prof.ssa A. Codini.

03/06/2017 – 28/07/2017: Responsabile del progetto “Studio sui fabbisogni formativi delle imprese del settore legno e arredo” commissionato da Confindustria Marche Nord al Dipartimento di Economia, Società, Politica, ai fini della progettazione del corso “Tecnico del design, tecnico della progettazione di mobili e complementi”, finanziato dalla Regione Marche con D.D.P.F. n. 726 del 22/11/2017 Cod. 204637 (LEGNO-2017) POR MARCHE FSE 2014/2020 ASSE 1.

## PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

### Monografie

1. Conti E. (2018), *Il ruolo del design nei processi innovativi e di creazione del valore. Aspetti concettuali e evidenze empiriche*, Aracne, Roma (ISBN: 987-88-255-1307-3).
2. Conti E. (2014), *La valorizzazione del patrimonio culturale diffuso - Un’indagine sulla fruizione culturale dei pesaresi e ipotesi di valorizzazione del Museo della Marineria Washington Patrignani e del Teatro La Piccola Ribalta*, Tangram Edizioni Scientifiche, Trento (ISBN: 978-88-6458-126-2).

### Capitoli in volumi

3. Conti E., Gabbianelli L., Pencarelli T. (2024) “Exploring the Influence of Digital Communication Tools on Reputation and Loyalty: A Study of Agri-food Firms”, *Springer Proceedings in Business Economics*, in: Ciasullo M., Brunetti F. e Martin J. (eds.) *Embracing Sustainability Management through Excellence in Services*, Springer edition, pp. 75-89, No 978-3-031-65115-1 (ISBN 978-3-031-65114-4) Doi: 10.1007/978-3-031-65115-1\_4).
4. Conti E. (2022), “Enhancing the heritage experience through the ICTs: the ‘National Gallery of the Marche’ case study”, in Cantoni L. and Ascani S. (eds.), *Heritage, sustainable Tourism and Digital Media*, Edward Elgar Publishing (ISBN: 978 1 7889 007 5).
5. Conti E. (2018), “The Experiential Approach in the Cosmetics Industry: the Eva Garden Case Study”, in Pencarelli T. and Forlani F. (eds.), *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management*, Springer International Publishing AG (ISBN: 978-3-319-77549-4).

6. Conti E., Pencarelli, T. (2015), “Il ruolo della creatività e della cultura nelle strategie competitive sui mercati esteri: il caso Brandina S.r.l.”, in Marino V. e Napolitano M. R. (a cura di), *Il ruolo della Cultura e dell’Identità Territoriale nelle strategie di Marketing internazionale: verso un modello per lo Sviluppo del Made in Italy?*, Editoriale Scientifica, Napoli (ISBN: 978-88-6342-856-8).
7. Conti E. (2015), “La valorizzazione socio-economica del patrimonio culturale”, in Baratin L., Acierno M., Muratore O. (a cura di), *Strumenti e metodi per la conservazione e la valorizzazione dei beni culturali. Il portico della Chiesa di San Francesco a Urbino: cronaca di un’esperienza didattica*, Il Gabbiano Editoria e Comunicazione, Ancona (ISBN: 9788890534775).

#### **Articoli in riviste di fascia A**

8. Conti E., Jevnaker, B.H., Camillo F., Musso F. (2024), “Traditional and environmentally friendly attributes in products of highly design-oriented firms: an exploratory study in the perception of Italian entrepreneurs”, *The TQM Journal*, Vol. 36 No. 9, pp. 114-135. Doi: 10.1108/TQM-09-2023-0306.
9. Conti E., Vesci M., Castellani P., Rossato C. (2024), “The role of the museumscape on positive word-of-mouth: examining Italian museums”, *The TQM Journal*, Vol. 36, No 7, pp. 1823-1844. Doi: 10.1108/TQM-12-2019-0306.
10. Conti E., Camillo F., Pencarelli T. (2023), “The impact of digitalization on marketing activities”, *The TQM Journal*, Vol. 35 No. 9, pp. 59-82. Doi: 10.1108/TQM-11-2022-0329.
11. Chiarini A., Conti E., Peiyi Z. (2023), “Lean and corporate social responsibility: a systematic literature review”, *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 34 No 5-6, pp.637-671. Doi: 10.1080/14783363.2022.2090920.
12. Vesci M., Botti A., Feola R., Conti E., Ayman E. (2023), “Bridging Theory and Practice in Humane Entrepreneurship: Insights from Italian Small and Medium Enterprises”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 30, No, 3, pp. 567-586 2023, <https://doi.org/10.1108/JSBED-11-2021-0465>.
13. Conti E., Chiarini A. (2021), “Design-driven innovation: exploring new product development in the home appliances and furniture industry”, *The TQM Journal*, Vol. 33 No. 7, pp. 148-175. Doi: 10.1108/TQM-12-2020-031.
14. Vesci M., Conti E., Rossato C., Castellani P. (2021), “The mediating role of visitor satisfaction in the relationship between museum experiences and word-of-mouth: evidence from Italy”, *The TQM Journal*, Vol. 33, No. 1, pp. 141-162. Doi: 10.1108/TQM-02-2020-0022.
15. Conti E., Vesci M., Crudele C., Pencarelli T. (2019), “Design-driven innovation, quality, and customer value in manufacturing companies”, *The TQM Journal*, Vol. 31, No. 6, pp. 968-986. Doi: 10.1108/TQM-01-2019-0032.

#### **Articoli in riviste**

16. Jevnaker B. H., Conti E., Sorini L. (2024), Exploring eco-design strategies in Italian design-driven firms”, *International Journal of Economic Behaviour*, Vol. 14 No 1, pp.53-73. Doi:10.14276/2285-0430.4567.
17. Conti E., Musso F., Camillo F. (2023), “The impact of digitalization on business functions of manufacturing small and medium-sized enterprises: an empirical study from the entrepreneurial perspective”, *Small Business/Piccola Impresa*, No 3, pp. 165-194. Doi: 10.14596/pisb.3902.
17. Conti E., D’Amario R. (2023), “The relationship between brands and influencers: an exploratory study in the hospitality industry”, *Journal of Hospitality & Tourism*, Vol 21 No2, pp. 78-91.
18. Conti E., Forlani F., Pencarelli T. (2020), “The perception of services and experiential components of the visiting experience of a cultural city: the case of Urbino”, *Il Capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, No. 21, pp. 391-424 (ISSN: 2039-2362).
19. Conti E. (2019), “Profile and behaviors of cultural tourists. Evidence from Italy”, *Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 2, pp. 1-11 (ISSN: 0972-7787).

20. Pencarelli T., Gabbianelli L., Conti E. (2019), “Intercultural aspects of the customer care in the small and medium-sized companies in the euro-Mediterranean area”, *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, Vol. 12, No.1, pp. 135-167 (ISSN: 1855-3362; e-ISSN: 2232-6022).
21. Pencarelli T., Conti E., Gabbianelli L. (2018), “La co-creazione di valore nei business model digitali: il caso Xelexia”, *Piccola Impresa/Small Business*, No. 2, pp. 35-58 (ISSN: 0394-7947).
22. Gabbianelli L., Conti E. (2018), “Content Marketing tools and metrics in consulting firms: preliminary results”, *International Journal of Economic Behavior*, Vol. 8, No. 1, pp. 81-89 (ISSN: 2069-5756; e-ISSN 2285-0430).
23. Conti E. (2018), “The role of luxury and contemporary collections in the experience economy. Preliminary results”, *Journal of Marketing Trends*, Vol. 4, pp. 1-125 (ISSN: 1961-7798).
24. Conti E. (2018), “Organizational variables influencing the creativity of industrial designers: the IFI S.p.a. case study”, *Journal of Marketing Trends*, Vol. 5, pp. 1-180 (ISSN: 1961-7798).
25. Conti E., Pencarelli T. (2017), “Cultural Heritage Valorization through Citizen Participation. Evidence from Italy”, *Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 15, p. 71-87 (ISSN: 0972-7787).
26. Pencarelli T., Conti E., Splendiani S. (2017), “The experiential offering system of museums: evidence from Italy”, *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, Vol. 7, No. 4, pp. 430-448, <https://doi.org/10.1108/JCHMSD.02-2017-0009> (ISSN: 2044-1266).
27. Pencarelli T., Conti E. (2017), “The value generation process in art restoration companies. Empirical evidence from the province of Pesaro and Urbino (Italy)”, *Journal of Marketing Trends*, Vol. 4, No. 2, pp. 97-108, <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-02-2017-0009> (ISSN 2044-1266).
28. Pencarelli T., Conti E. (2016), “Trade Associations as Mediators between Designer Professionals, SMEs, and Regional Development”, *International Journal of Cultural and Creative Industries (IJCCI)*, Vol 3, No.3, pp. 32-45 (ISSN 2311 – 9527).
29. Conti E. (2016), “Restauro e valorizzazione del patrimonio culturale: un connubio imprescindibile”, in M. L. De Nicolò (a cura di), *La Polena di Pesaro – Restauro Valorizzazione*, “Quaderni del Museo” della Marineria “Washington Patrignani”, coll. Rerum Maritimarum, No. 16, pp. 55-58 (ISBN: 9 78888899 249120).
30. Baratin L., Conti E., De Nicolò L. (2016), “Per la valorizzazione del patrimonio museale. Azioni e prospettive”, in M. L. De Nicolò (a cura di), *La Polena di Pesaro – Restauro Valorizzazione*, “Quaderni del Museo” della Marineria “Washington Patrignani”, coll. Rerum Maritimarum, No. 16, pp. 91-94 (ISBN: 9 78888899 249120).
31. Conti E. (2015), “The process of valorizing widespread cultural heritage. A Case Study on The Washington Patrignani Maritime Museum of Pesaro (Italy)”, *Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 13 No. 1, pp. 69-86 (ISSN: 0972-7787).
32. Conti E. (2013) “Gli ostacoli alla fruizione del melodramma e le potenzialità delle “esperienze liriche”: un’indagine esplorativa realizzata a Pesaro sui giovani potenziali fruitori con elevato livello di istruzione”, *Economia e Diritto del Terziario*, No. 3, pp. 437-458 (ISSN: 1593-9464).
33. Conti E. (2012), Moriconi M., “Le “esperienze turistico-culturali”: creare valore per i turisti culturali e gli stakeholders e valorizzare il patrimonio culturale della destinazione turistica. Il caso “Marcheholiday””, *Mercati e Competitività*, No. 4, pp. 73-98 (ISSN: 1826-7386).
34. Conti E., Pencarelli T. (2011), “La valutazione della performance strategica di una piccola impresa: il caso Bartolucci Francesco S.r.l.”, *Piccola Impresa - Small Business*, No. 3, pp. 139-161. <https://doi.org/10.14596/pisb.41> (ISSN: 0394-7947).
35. Conti E. (2012), “L’orientamento al marketing dei teatri lirici italiani: un’indagine esplorativa sugli spettatori del Rossini Opera Festival”, *Economia e Diritto del Terziario*, No. 1, pp. 133-164 (ISSN: 1593-9464).
36. Conti E. (2010), “La creazione del valore per il consumatore culturale: il caso ‘Musei in Rete Valle del Metauro’ ”, *Economia e Diritto del Terziario*, No. 1, pp. 71-108 (ISSN: 1593-9464).
37. Conti E. (2005), “Approcci di marketing per la piccola impresa: il caso Eva Garden S.r.l.”, *Piccola Impresa - Small Business*, No. 1, p. 155-182 (ISSN: 0394-7947).

## Contributi in atti di convegno

38. Conti E., Camillo F., Savelli E., Suomi K., Capanna Piscè G. 29 Agosto – 1 Settembre 2024: “Motivations to use Social Media, Socio-Demographic Characteristics, and Perceived Quality of Life of Italian Generation Z “, *Excellence in Services EISIC 2024 - 27th International Conference*, 29 Agosto – 1 Settembre, Università di Bergamo (ISBN: 979-10-415-5220-7).
39. Conti E., Giampaoli D., Pencarelli T., Cesaroni F., “The impact of communicating food security on communication goals: an exploratory study in agri-food firms from the entrepreneurial perspective”, *Sinergie-SIMA 2024 Management Conference of Sustainability and Well-being for Individuals and Society*, 13-14 Giugno 2024, Università di Parma.
40. Musso F., Conti E., Camillo F., Capanna Piscè G. (2023), “How do environmental sustainability factors influence the purchasing choices of cosmetic products of Gen-Z? An exploratory study”, *SIM Conference – Marketing per il benessere, la salute, la cura*, 20-22 Ottobre, Università di Firenze (ISBN: 978-88-947829-0-5).
41. Conti E., Gabbianelli L., Pencarelli T. (2023), “Food Safety and Communication in Italian Agri-food companies”, con Gabbianelli L., Pencarelli, T., *26th Excellence In Services International Conferences (EISIC)*, 31 Agosto – 1 Settembre 2023, University of West of Scotland, Paisley, Glasgow, Scotland (ISBN: 9791221039054).
40. Conti E., Savelli E., Bocconcetti R. (2023), “How does SME communication change in the digital era? Some insights from the entrepreneurial perspective”, *Conference Proceedings of the 6th PISB Workshop - New perspectives and interdisciplinary approaches to entrepreneurship*, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, 19-20 Maggio (ISBN: 978-88-31205-32-0).
42. Musso F., Sorini L., Conti E. (2023), “How environmental sustainability impacts on design product strategies”, *Conference Proceedings of the 22nd International Marketing Trends Conference*, Paris (ISBN: 978-2-490372-16-4).
43. Gabbianelli L., Dini M., Conti E., Pencarelli T. (2022), “Communicating food security and gender: preliminary insights from Italy”, *Conference Proceedings of the XIX SIM Conference – Next generation marketing. People, planet, place: cooperation & shared value for a new era of critical marketing*, Università di Salerno (ISBN: 978-88-943918-8-6).
44. Conti E., Jevnaker H.B. (2022), The impact of digitalization on *design-driven* innovation: some insights, *Sinergie-SIMA management conference - Boosting knowledge and trust for a sustainable business*, 30 giugno – 1 Luglio 2022, Università Bocconi, Milano (ISBN: 97888947136-0-2).
45. Conti E. (2020), “Improvisation music and art festivals and sustainability: the case of ‘Free Theater of Monte Nerone’ ”, *Conference Proceedings of the Heritage, Tourism and Hospitality International Conference - HTHIC 2020: “Living Heritage and Sustainable Tourism”* (doveva svolgersi a Mendrisio, Svizzera, 6-8 Aprile 2020), edito da Cantoni L., De Ascanis S., Elgin-Nijhuis K., USI - Università della Svizzera italiana, Lugano, pp. 125-140 (ISBN: 978-88-6101-020-8).
46. Conti E., Vesci M., Lemmetyinen, A., Pencarelli T. (2019), “Segmenting cultural consumers in the experiential perspective: does it make sense?”, con Vesci M., Lemmetyinen A., Pencarelli T., *SIM Conference - Marketing 4.0: le sfide della multicanalità*, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, sede di Piacenza (ISBN: 978-88-943918-3-1).
47. Conti E., Pencarelli T., Piersanti L. (2019), “Il ruolo del brand UNESCO e la sostenibilità nella percezione del turista: il caso Urbino”, *Conference Proceedings of Sinergie-Sima Conference “Management e Sostenibilità”*, Università degli Studi di Roma “La Sapienza”, Roma, 20-21 Giugno (ISBN: 978889043937-1-2).
48. Castellani P., Conti E., Rossato C., Vesci M. (2019), “Applying the ‘servicescape theory’ to the museums: first evidence from Italy”, *Conference Reading Book Proceedings of the 22nd EISIC – Excellence in Services International Conference*, Perrotis College, Salonicco (Grecia), 29-30 Agosto (ISBN: 987-88-904327-9-8).
49. Conti E., Cerquetti M. (2019), “The impact of mobile technologies on the museum experience”, *Conferenza internazionale EURAM*, Università di Lisbona, 24-28 Giugno (ISBN: 978-2-9602195-1-7).
50. Conti E., Forlani F., Pencarelli T. (2018), “The impact of services and the experiential components on the global customer experience: preliminary results from an Italian art city”, *Conference Reading Book*



- Proceedings of the *21th Excellence in Services International Conference 2018*, Le Cnam, Parigi, 30-31 Agosto (ISBN: 9788890432781).
51. Conti E., Pencarelli T., Vesci M. (2017), “Museum visitors’ segmentation in the experiential perspective, value co-creation and implications for museums and destinations: evidence from Italy”, *Heritage, Tourism and Hospitality International Conference (HTHIC 2017)*, Scuola di Economia dell’Università di Turku, Unità di Pori, Finlandia, 27-29 Settembre (ISBN: 978-90-9029477-3).
  52. Conti E., Forlani F., Pencarelli T., (2018), “The relationship between tourist’s characteristics and tourist’s behavior and the perceived experience of visiting an art city: evidence from Italy”, Conference Proceedings, *XV SIM Conference*, Università degli studi di Bari Aldo Moro, Bari, 18-19 Ottobre (ISBN: 978-88-943918-2-4).
  53. Conti E. (2017), “La co-creazione delle esperienze museali. Un’indagine esplorativa sui visitatori della Galleria Nazionale delle Marche”, Conference Proceedings of *XIV Sim Conference*, Università degli studi di Bergamo, 26-27 Ottobre (ISBN: 978-88-907662-9-9).
  54. Conti E., Pencarelli T., Vesci M. (2017), “Museum visitors’ profiling in the experiential perspective, value co-creation and implications for museums and destinations: an exploratory study from Italy”, Conference Proceedings of *Heritage, Tourism and Hospitality International Conference*, Scuola di Economia dell’Università di Turku, Unità di Pori (Finlandia), 27-29 Settembre, pp. 4-34, (ISBN: 978-951-29-6925-8).
  55. Conti E. (2017), “Domanda di esperienze esclusive e ruolo del lusso e del collezionismo contemporaneo: risultati preliminari”, in *Luxury industries marketing: value creation in the digital age, Parigi Marketing Trends Conference*, Londra, 15-16 Settembre (ISBN: 978-2-490372-02-7).
  56. Pencarelli T., Gabbianelli L., Conti E. (2017), “Business model e co-creazione del valore: il caso Xelexia”, in *Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società*, Napoli, 15-16 Giugno (ISBN: 97888907394-9-1).
  57. Conti E., Pencarelli T. (2016), “Il ruolo strategico del design industriale nelle piccole e medie imprese. Il caso IFI S.p.a.”, Conference proceedings of *Arts, cultural and creative industries Symposium. Conferenza Internazionale Marketing Trends*, Università degli Studi di Torino, Torino, 22-23 Settembre (ISBN: 978-2-490372-01-0).
  58. Pencarelli T., Conti E. (2015), “Il restauro di opere d’arte in Italia e il processo di creazione del valore. Evidenze empiriche dalla provincia di Pesaro e Urbino (Italia)”, Proceedings of the *International Conference Marketing Trends*, Parigi, 22-25 Gennaio (ISBN: 978-2-9532811-6-3).
  59. Pencarelli T., Conti E., Splendiani S. (2015), “The museum offering system from the experiential perspective: The National Gallery of the Marche case study”, Conference Proceedings of *Heritage, Tourism and Hospitality International Conference (HTHIC 2020)*, pp. 178-191, CLUE+ Research Institute, Vrije Universiteit, Amsterdam, 25-27 Novembre (ISBN: 978-90-9029477-3).

## **PREMI E RICONOSCIMENTI PER ATTIVITÀ DI RICERCA**

Outstanding Reviewer Award – Sinergie-SIMA Conference 2024 *Management of Sustainability and well-being for individuals and society*, Università di Parma, 13-14 Giugno 2024.

LITERATI AWARDS 2020 – Awards for Excellence, Highly commended, per il paper Conti E., Vesci M., Crudele C., Pencarelli T. (2019) “Design-driven innovation, quality, and customer value in manufacturing companies”, *The TQM Journal*, Vol. 31, No. 6, pp. 968-986.

1<sup>st</sup> BEST PAPER AWARD, per il paper “Museum visitors’ segmentation in the experiential perspective, value co-creation and implications for museums and destinations: evidence from Italy”, Conti E., Vesci M., Pencarelli T., *13th Heritage, Tourism and Hospitality, International Conference (HTHIC)*, Pori, Finlandia, 27-29 Settembre 2017.

## RECENTE PARTECIPAZIONE A CONVEGNI

### Relatore

17-19 Ottobre 2024: “Navigating pricing strategies in the video game industry: evidence from passionate gamers”, con Travasi A., Musso F. e Brunaccioni N., XXI SIM Conference 2024 *Brands and Purpose in a Changing Era*, Università IULM, Milano.

13-14 Giugno 2024: “The impact of communicating food security on communication goals: an exploratory study in agri-food firms from the entrepreneurial perspective”, con Giampaoli D., Pencarelli T., Cesaroni F., Sinergie-SIMA 2024 *Management Conference of Sustainability and Well-being for Individuals and Society*, Università di Parma.

20-22 Ottobre 2023: “How do environmental sustainability factors influence the purchasing choices of cosmetic products of Gen-Z? An exploratory study”, con Musso F., Camillo F., Capanna Piscè G., *SIM Conference – Marketing per il benessere, la salute, la cura*, Università di Firenze.

31 Agosto – 1 Settembre 2023: “Food Safety and Communication in Italian Agri-food companies”, con Gabbianelli L., Pencarelli, T., *26th Excellence In Services International Conferences (EISIC)*, University of West of Scotland, Paisley Campus, Paisley, Glasgow, Scotland.

19-20 Maggio 2023: “How does communication in SMEs change in the digital era? Some insights from the entrepreneurial perspective”, con Savelli E., Bocconcelli, R., *6th PISB Workshop - New perspectives and interdisciplinary approaches to entrepreneurship*, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

- Co-chair della track “Digitalization and Innovation” con la prof.ssa E. Savelli (Università di Urbino).

12-13 Settembre 2022: (1) “Sustainability and digitalization in design-driven innovation: a qualitative exploration”, con Jevnaker H. B.; (2) “Sustainable product innovations in Design-driven companies”, con Musso F., Sorini L., *23rd Continuous Innovation Network (CINnet) Conference 2022 – Pursuing Innovation for a Smart & Sustainable Future*, University of Pisa.

- Co-chair della special track Sinergie-SIMA “Pursuing sustainable design-driven innovation”, con la prof.ssa A. Codini Università di Bergamo).

30 Giugno – 1 Luglio 2022: “The impact of digitalization on design-driven innovation: some insights”, con Jevnaker H. B., *Sinergie-SIMA Conference – Boosting Knowledge & Trust for a Sustainable Business*, Università Bocconi, Milano.

### Non relatore

29 Agosto – 1 Settembre 2024: “Motivations to use Social Media, Socio-Demographic Characteristics, and Perceived Quality of Life of Italian Generation Z”, Conti E., Camillo F., Savelli E., Suomi K., Capanna Piscè G., *Excellence in Services EISIC 2024 - 27th International Conference*, Università di Bergamo.

19-20 Gennaio 2023: “How Environmental Sustainability Impacts on Design Product Strategy”, Musso F., Sorini L., Conti, E., *22nd International Marketing Trends Conference*, Paris.

20-11 Ottobre 2022: “Communicating food safety and gender: preliminary insights from Italy”, Gabbianelli L., Dini M., Conti E., Pencarelli T., *XIX SIM Conference – Next generation marketing. People, planet, place: cooperation & shared value for a new era of critical marketing*, Università di Salerno.

14-15 Ottobre 2021: “Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società”, presentano Pascucci F., Savelli E. e Gistri G., XVIII<sup>a</sup> SIM Conference *Trasformazione digitale dei*

*mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società* presso l'Università Politecnica delle Marche. Membro del team di ricerca dei tre atenei marchigiani: Università Politecnica delle Marche, Università degli Studi Urbino Carlo Bo, Università degli Studi di Macerata.

9-10-11 Giugno 2021: “Leveraging Intersections in management theory and practice” *Sinergie SIMA Management Conference. Online conference.* University of Palermo (senza presentazione di paper).

29 Ottobre 2020: “Il Marketing per una società migliore”, prima giornata online della XVII<sup>a</sup> SIM Conference 2020, presso LIUC Università Cattaneo, sede di Castellanza (VA).

25 Luglio 2020: “The elements that make a humane enterprise: humane entrepreneurship and the Loccioni case”, di Botti A., Vesci M., Feola R., Conti E., presenta Vesci M., *International Council for Small Business (ICSB) Conference “Humane Entrepreneurship from research to practice”* (online).

### RECENTI INCARICHI IN RIVISTE & MEMBERSHIPS

**Membro dell'Editorial Board:** *Piccola Impresa - Small Business* (Aprile 2021 - presente); *The TQM Journal* (Aprile 2020 - presente).

**Revisore di riviste:** *Journal of Small Business Management*: (2024 – presente); *European Journal of Innovation Management* *International Journal of Emerging Markets*; *Journal of Hospitality and Tourism Management*; *International Journal of Euro-Mediterranean Studies* (2023 – presente); *Journal of Small Business and Enterprise Development (JSBED)*; *Business Strategy and the Environment* (2022 – presente); *Comunicazione d'Impresa*, Franco Angeli (2020 - presente); *The TQM Journal* (2019 – presente); *International Journal of Agricultural and Biological Engineering (IJABE)*; *Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*; *Piccola Impresa - Small Business* (2017 – presente); *International Journal of Quality and Service Sciences (IJQSS)* (2016 - presente).

**Revisore di Convegni Scientifici:** *Sinergie-SIMA Conference* (2023 - presente); *CINET Conference* (2022 - presente); *Piccola Impresa Small Business (PISB) Conference* (2021 - presente).

**Memberships:** *ASPI - Associazione per lo Studio della Piccola e Media Impresa* (2019 - presente); *CRIMPI - Centro di Ricerca sull'Imprenditorialità e le Piccole e Medie Imprese* (2018 - presente); *SIM - Società Italiana di Marketing*, *SIMA - Società Italiana di Management* e *AIDEA - Accademia Italiana di Economia Aziendale* (2016 - presente).

### RECENTI ATTIVITÀ DI TERZA MISSIONE

Settembre 2024 – in corso: Referente per le relazioni tra il Desp e il Comune di Urbino inerenti la gestione di iniziative legate al sito UNESCO.

27 settembre 2024: Progettazione dell'iniziativa “Quiz e dialoghi sui social media: partecipa anche tu!” nell'ambito di *Sharper Night*, in collaborazione con i giovani ricercatori Desp: Serena Galvani, Alessio Travasi e Francesco Mutignani e con le aziende *La Saponaria* e *Pensarecasa (Imab)*.

7 maggio 2024: Workshop “Restauero Spritz. Un approccio frizzante al restauro delle opere d'arte”, presentazione progetti degli studenti di *Gestione d'impresa e marketing* sulla valorizzazione del restauro e tavola rotonda con attori pubblici e privati.

4 dicembre 2023: Workshop “Getta la bottiglia nel cassonetto per un riciclo perfetto! Vivi la movida sostenibile”, presentazione progetti degli studenti di *Comunicazione aziendale e digital marketing* per il consorzio Co.re.ve. (Premio Marketing per l’Università) e tavola rotonda con attori pubblici e privati.

23 marzo 2023: Concorso “Red Bull Doodle Art 2023”, partecipazione il alla giornata finalizzata alla libera creazione di doodle con gli studenti del corso in *Comunicazione aziendale e digital marketing*;

A.A. 2022-2023: Supervisione dei progetti di re-branding per l’azienda Rototec di Lunano realizzati dagli studenti di *Comunicazione aziendale e internet marketing*.

### **RECENTI ATTIVITÀ ISTITUZIONALI**

Luglio 2024 – in corso: Membro del Polo delle Arti e delle Scienze (Università di Urbino, Università Politecnica delle Marche, ISIA, Accademia delle Belle Arti di Urbino e Conservatorio di Pesaro).

Marzo 2024 – in corso: Referente del Dipartimento DESP per il Career Day, insieme al Prof. Gian Italo Bischi.

Febbraio 2024 – Aprile 2025: istituzione con RM Multimedia di premi di laurea magistrale, in memoria del fondatore Marco Bartolini, per tesi sullo spettacolo e membro del comitato valutatore.

Ottobre 2023 – in corso: Membro del gruppo AQ di Ricerca del DESP e membro della commissione Orientamento Scuola di Economia.

Luglio 2022 – in corso: Referente di ateneo per il concorso Premio Marketing per l’università, SIM.

*Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi dell’art. 13 del D. Lgs. 196/2003 “Codice in materia di protezione dei dati personali” così come modificato dal D. Lgs. 101/2018 e ai sensi dell’art. 13 del GDPR 679/2016.*

Emanuela Conti

11 novembre 2024

