

ALL. B

Procedura selettiva per la copertura di n. 1 posto di Professore di ruolo di II fascia, SC 13/B2 - SSD SECS-P/08 - presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale - Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione. Decreto Rettore Università di Roma "La Sapienza" n 2624/2022 del 12.09.2022, codice concorso **2022PAA005**.

Curriculum vitae *Fabiola Sfodera*

Place: Roma

Date: 2 novembre 2022

Part I – General Information

Fabiola Sfodera

Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS)

Sapienza Università di Roma

Part II – Education

Type	Year	Institution	Notes (Degree, Experience, ...)
PhD	2003	Sapienza Università di Roma	Dottorato di ricerca in Marketing (XIII ciclo) con una tesi dal titolo "La comunicazione interna per la gestione del personale nelle imprese ricettive dell'economia dell'esperienze".
Post-laurea	1995	Nemetria	Corso post-laurea dal titolo "Il post-produttivo nella gestione d'impresa" e realizzazione project work "L'innovazione tecnologica e la certificazione della qualità nelle PMI: analisi di due casi".
Laurea	1994	Università degli Studi di Perugia	Laurea in Economia e Commercio conseguita con votazione di 110/110 e Lode.

Il presente curriculum è organizzato secondo le principali attività e titoli rilevanti ai fini della valutazione del profilo complessivo, tenuto conto dei criteri comparativi previsti dal bando ed evidenziati attraverso sezioni specifiche.

Part III – Appointments

III A – ACADEMIC APPOINTMENTS

Start	End	Institution	Position
2022	2032	Abilitazione Scientifica Nazionale (MUR) Bando D.D. 553/2021	Abilitazione Scientifica Nazionale per Professore di Seconda Fascia, nel Settore Concorsuale 13/B2 – Economia e Gestione Delle Imprese, settore scientifico disciplinare SECS P/08 (dal 03/10/2022 al 03/10/2032).
2022		Sapienza Università di Roma	Responsabile dell'unità di ricerca dal titolo Research Unit of Positive Organizational Behavior and Human Capital, come da delibera del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale del 29 marzo 2022. https://research.uniroma1.it/positive-organizational-behavior-and-human-capital
2022	2023	Florida International University, USA	Inviting visiting researcher presso la Chaplin School of Hospitality & Tourism Management, from March 1st 2023 to March 29th 2023.
2020	2020	Florida International University, USA	Visiting researcher presso la Chaplin School of Hospitality and Tourism Management, Florida International University, dal 25 marzo al 10 aprile 2020.
2009	2009	Sapienza Università di Roma	Componente della commissione per 1 Assegno di ricerca di Ateneo Federato – derivante dal progetto di ricerca Percorsi.
2007		Sapienza Università di Roma	Conferimento del titolo di Professore Aggregato.
2007		Sapienza Università di Roma	Ricercatrice a tempo indeterminato di “Economia e gestione delle imprese” (SSD: SECS-P/08), regime tempo pieno. Afferente al Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.
2007		Sapienza Università di Roma	Titolare degli insegnamenti nell'ambito del SSD SECS P/08 (si veda il dettaglio nella parte IV – Teaching experience).
2003	2007	Sapienza Università di Roma	Professore a contratto (si veda il dettaglio nella parte IV – Teaching experience).
2001	2002	Università degli Studi di Perugia	Professore a contratto (si veda il dettaglio nella parte IV – Teaching experience).

III B – ACADEMIC APPOINTMENTS: PhD

Start	End	Institution	Position
2022		Sapienza Università di Roma e Washington State University, USA	Coordinatrice della convenzione per scholar visiting e partnership research per il curriculum Marketing del Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing.
2021		Sapienza Università di Roma	Coordinatrice delle attività scientifiche e didattiche del curriculum Marketing del Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, dal XXXVII ciclo.
2021		Sapienza Università di Roma	Componente del Collegio dei Docenti del Dottorato di Ricerca in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, per il XXXVII ciclo e membro confermato per il XXXVIII ciclo.
2020		Hazara University, Mansehra, Pakistan	Valutatrice internazionale delle tesi di dottorato per i curricula MPhil/PhD Programmes in: Travel Tourism Management, Cultural Heritage Tourism, Sports, Leisure and Recreation, Tourism and Community Development, Heritage Management presso "Department of Tourism and Hospitality. Dal 15 giugno 2020.
2021	2021	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione per l'esame di ammissione al corso di Dottorato di Ricerca in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, per la prova di ammissione al XXXVII ciclo che si è svolta in forma scritta e orale nel mese di settembre 2021.
2020	2020	Sapienza Università di Roma	Componente del Collegio dei Docenti del Dottorato di Ricerca in "Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing" XXXVI ciclo.
2014	2017	Sapienza Università di Roma	Componente del Collegio dei Docenti del Dottorato di Ricerca in "Comunicazione, Ricerca e Innovazione", XXX ciclo. Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.
2013	2016	Sapienza Università di Roma	Componente del Collegio dei Docenti del Dottorato di Ricerca in "Comunicazione, Tecnologie, Società", XXIX ciclo. Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza.
2010	2011	Sapienza Università di Roma	Componente del Collegio Docenti del Dottorato di Ricerca in "Scienze della Comunicazione", XXVI ciclo del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

III C –INSTITUTIONAL AND OTHER APPOINTMENTS

Start	End	Institution	Position
2022		Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione dei percorsi di eccellenza per studenti. CdS in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, dal 14 gennaio 2022.
2020	2021	Fondazione Roma Sapienza	Componente della Commissione giudicatrice della procedura concorsuale di otto borse di studio, intitolate alla memoria dei “Coniugi Ernesto e Iole De Maggi”.
2018		Sapienza Università di Roma	Vicepresidente del Corso di Studio di secondo livello in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, secondo quanto deliberato dal Consiglio di Corso di Studi a partire dal 5 aprile 2018.
2018		Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione Paritetica Docenti - Studenti del Corso di Laurea Magistrale Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.
2018		Sapienza Università di Roma	Componente del team qualità per la redazione del riesame annuale e triennale del CdS di secondo livello Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa.
2019	2022	Sapienza Università di Roma	Consigliera di Amministrazione, Rappresentante dei ricercatori dal 13 novembre 2019 (D.R. n. 3488 del 13.11.2019) al 2 novembre 2022. Nel corso del triennio si sono tenuti circa 51 consigli di amministrazione.
2022	2022	Sapienza Università di Roma	Componente del gruppo di lavoro “Revisione delle linee guida riguardanti il contenimento del consumo energetico”. Nomina con Decreto Rettorale n. 1789 del 30/05/2022 e fino al 02 novembre 2022.
2020	2021	Sapienza Università di Roma	Componente del gruppo di lavoro “Una Tantum, per l'esame dei reclami, delle istanze e delle segnalazioni pervenute agli uffici dell'Amministrazione Sapienza in merito all'una tantum” come stabilito dall'art. 1 comma 629, L. 27 dicembre 2017, n.205. Il gruppo di lavoro è stato nominato con Disposizione del Direttore Generale n. 48/2020 del 10 gennaio 2020.
2019	2022	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione di Ateneo per l'esame delle problematiche relative alle figure dei Ricercatori a tempo

			determinato di tipo A e B, fino al 02 novembre 2022.
2019	2022	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione Mista di Centri e Consorzi di Ateneo con funzione consultiva e analisi preliminare in merito alla creazione e rinnovo dei consorzi, centri servizi e centri di ricerca, fino al 02 novembre 2022.
2019	2022	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione Policlinico e aziende ospedaliere, fino al 02 novembre 2022.
2019	2022	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione edilizia di Ateneo, avente come compito quello di effettuare l'esame istruttorio relativo all'acquisizione, all'alienazione, all'utilizzazione del patrimonio edilizio e agli interventi edilizi di competenza del Consiglio di Amministrazione, fino al 2 novembre 2022.
2019	2022	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione per il regolamento di Ateneo per l'amministrazione, la finanza e la contabilità e i regolamenti attuativi, con il compito tra gli altri di predisporre il bilancio previsionale e distribuire l'utile di bilancio di Ateneo, fino al 2 novembre 2022.
2009	2009	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione di Ateneo Federato Scienze Umane, Art e Ambiente relativamente al bando di concorso per il conferimento di n° 8 borse di studio a valere sui fondi "Iniziativa per adeguamento servizi e strutture studenti".
2008		Sapienza Università di Roma	Docente di riferimento del Corso di laurea magistrale in Organizzazione e Marketing per la comunicazione d'Impresa.
2008	2014	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione per il Riconoscimento dei Crediti e Debiti Formativi.
2008	2012	Sapienza Università di Roma	Delegata e responsabile scientifica per Comunicazione (ex facoltà di Scienze della Comunicazione oggi Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale, CORIS) della Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione per il progetto di riconoscimento crediti formativi relativi ai corsi di Sostenibilità ambientale, dall'a.a. 2008/09 all'a.a. 2011/12, in collaborazione con la Regione Lazio.
2008	2011	Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione Tutoring e transizione ordinamenti per il corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione Pubblica e Organizzativa.
2008	2011	Sapienza Università di Roma	Tutor per il corso di laurea triennale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa.

2007	2013	Sapienza Università di Roma	Componente del Team di Qualità del Dipartimento Coris (ex Facoltà Scienze della Comunicazione), dal 2007 a 2013.
2004	2011	Sapienza Università di Roma	Vicedirettore del Centro di ricerca Interdisciplinare Turismo Territorio e Ambiente – <i>CITTA</i> , fondato dal Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale e il Dipartimento. Direzione scientifica per le attività di formazione, ricerca e assistenza tecnica nel campo turistico con funzioni organizzative relativamente alla partecipazione a bandi di ricerca, al coordinamento dei progetti di ricerca, formazione e conto terzi, organizzazione e coordinamento convegni scientifici nazionali e internazionali e pubblicazioni.
1997	2004	Centro Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica	Centro Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica, di Assisi (PG). Responsabilità per progetti e attività di assistenza tecnica e coordinamento scientifico per le attività di formazione e ricerca a livello nazionale e internazionale dell'area marketing e management.
1996	2017	Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili (OECD)	Dottore Commercialista iscritto all'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili della provincia di Perugia.

III D – “TERZA MISSIONE” SOCIAL AND LOCAL ACTIVITIES AND SCIENTIFIC DISSEMINATION APPOINTMENTS

Start	End	Institution	Position
2021		Sapienza Università di Roma	“Un network della cultura e dei libri d'impresa alla Sapienza. Proposte per conservare e valorizzare un patrimonio diffuso”. Bando di Ateneo per iniziative di terza missione, finanziato con un importo di 15.000€.
2019		Sapienza Università di Roma	Componente della Commissione Terza Missione, del Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale.
2015	2016	Associazione Italiana del Libro	Componente della giuria del Premio nazionale della divulgazione scientifica.

Part IV – Teaching experience

Esperienza di insegnamento ultraventennale negli insegnamenti di Marketing (base, avanzato e applicato al turismo) e di Management.

Attività didattica continuativa nelle seguenti tipologie di corsi:

- corsi universitari, dapprima a ciclo unico, triennali e magistrali a partire dal 2000
- master di primo e secondo livello a partire dal 2005
- corsi di dottorato a partire dal 2018
- corsi di alta formazione con riconoscimento dei crediti a partire dal 1997
- corsi executive a partire dal 1997.

IV A – BACHELOR AND MASTER’S DEGREE COURSES

Year	Institution	Lecture/Course
2017/2018 2018/2019 2019/2020 2020/2021 2021/2022 2022/2023	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Market Driven Management (6 CFU), Corso di studi di primo livello, laurea triennale, Comunicazione e Tecnologie Digitali, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione, a.a. 2017/2018 (esaminati 201 studenti), 2018/2019 (esaminati 252 studenti), 2019/2020 (esaminati 340 studenti), 2020/2021 (esaminati 407 studenti); 2021/2022 (al 01 giugno 2022 esaminati 260 studenti). L'insegnamento è stato confermato anche per il 2022/2023.
2016/2017 2017/2018 2018/2019 2019/2020 2020/2021 2021/2022 2022/2023	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing Strategico (6 CFU), CdS di secondo livello, laurea magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione, a.a. 2016/2017 (esaminati 300 studenti); 2017/2018 (esaminati 356 studenti); 2018/2019 (esaminati 479 studenti); 2019/2020 (esaminati al 30 giugno 2020, 245 studenti) e assegnato per il 2020/2021 (esaminati 238 studenti), 2021/2022 (al 1 giugno 2022 esaminati 121 studenti). È in corso di svolgimento il corso 2022/2023.
2015/2016	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing Strategico (9 CFU, 72 ore), CdS secondo livello, laurea magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione.
2009/2010 2010/2011 2011/2012 2012/2013 2013/2014 2014/2015	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Gestione e Marketing delle Imprese Editoriali (SECS P/08) canale unico (6 CFU 48 ore) (già Economia e Organizzazione delle Imprese Editoriali), CdS di secondo livello in Editoria Multimediale e nuove professioni dell'Informazione, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), Facoltà di Scienze

		Politiche, Sociologia, Comunicazione.
2009/2010 2010/2011 2011/2012 2012/2013	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing base (6 CFU 48 ore), CdS di primo livello in Scienze e Tecnologie della Comunicazione, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione.
2011/2012 2012/2013	Consorzio Uninettuno	Docente video e esaminatrice di Economia e Management delle Imprese Turistiche, Facoltà di Economia.
2011/2012 2012/2013	Consorzio Uninettuno	Co-docente video di Marketing Turistico, Facoltà di Economia, Consorzio Uninettuno.
2009/2010	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing del Turismo (4 CFU 32 ore), CdS di secondo livello in Comunicazione d'Impresa, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione.
2009/2010	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing Innovativo (4 CFU 32 ore), CdS di primo livello in Comunicazione d'Impresa, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione.
2007/2008 2008/2009	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing (SECS P/08) canale M-Z (4 CFU 32 ore), CdS di primo livello in Scienze e tecnologie della comunicazione.
2007/2008 2008/2009	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing (SECS P/08) canale M-Z (8 CFU 60 ore), CdS di primo livello in Scienze e tecnologie della comunicazione.
2007/2008 2008/2009	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing (SECS P/08) canale M-Z (4 CFU 32 ore), CdS di primo livello in Comunicazione Pubblica e Organizzativa.
2007/2008	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing del Turismo (SECS P/08) canale unico (4 CFU 32 ore), CdS di primo livello in Comunicazione Pubblica e Organizzativa.
2007/2008, 2008/2009	Sapienza Università di Roma	Titolare dell'insegnamento di Marketing (SECS P/08) canale M-Z (carico didattico 8 CFU, 60 ore), CdS di primo livello in Comunicazione Pubblica e Organizzativa.
2006/2007	Sapienza Università di Roma	Professore a contratto di Marketing del turismo, (SECS P/08), Corso di Laurea vecchio ordinamento in Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione.
2003/2004 2004/2005 2005/2006 2006/2007 2007/2008	Sapienza Università di Roma	Docente esaminatore di Economia e gestione delle imprese ricettive e ristorative (SECS P/08), CdS di primo livello in Economia e gestione delle aziende turistiche.
2003/2004 2004/2005 2005/2006 2006/2007 2007/2008	Università degli Studi di Perugia	Professore a contratto di Direzione e controllo delle imprese ricettive e ristorative (SECS P/08), CdS di primo livello in Economia e gestione dei servizi turistici, Facoltà di Economia.
2002/2003 2003/2004 2004/2005	Università degli Studi di Perugia	Professore a contratto di Economia e controllo manageriale delle imprese ricettive e ristorative (SECS P/08), CdS di primo livello in Economia e

2005/2006 2006/2007 2007/2008		gestione dei servizi turistici, Facoltà di Economia.
2004/2005 2005/2006	Sapienza Università di Roma	Professore a contratto di Marketing di base, (SECS P/08), Corso di Laurea vecchio ordinamento in Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione.
2002/2003	Sapienza Università di Roma	Professore a contratto di Marketing di base, (SECS P/08), Laurea vecchio ordinamento in Comunicazione, presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione.
2001/2002	Università degli Studi di Perugia	Professore a contratto di Economia dei gruppi, delle concentrazioni e delle cooperazioni aziendali, (SECS P/08), CdS di primo livello in Economia dei Servizi Turistici, Facoltà di Economia.
2000/2001 2001/2002	Sapienza Università di Roma	Cultore della materia negli insegnamenti di Marketing del Turismo e Marketing del prof. Giovanni Peroni, presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione.
1997/1998 1998/1999 1999/2000	Università degli Studi di Perugia	Cultore della materia negli insegnamenti di Marketing del Turismo e Marketing del prof. Giovanni Peroni, presso il corso di laurea in Economia del Turismo, Facoltà di Economia e Centro Studi sul Turismo e sulla Promozione Turistica di Assisi.

IV B – MAIN MASTERS

Year	Institution	Lecture/Course
2011-	Sapienza Università di Roma	Docente Modulo “Marketing del Turismo”, Master Universitario in Marketing Management – MUMM, Sapienza Università di Roma.
2009-	Luiss Business School	Docente presso la Luiss Business School per i seguenti master che hanno cadenza annuale o semestrale: <ul style="list-style-type: none"> - Executive Hotel Management, lezione dal titolo “Hotel Strategic Plan”, - Advanced Hotel Management, lezione dal titolo “Scenari tecnologici e competitive del turismo”, - Food & Beverage Management, lezioni dal titolo “Overview sul settore F&B” e “Piano di Marketing e Comunicazione”, - Marketing Management (MAMA), intervento dal titolo “Customer management”, - Executive Programme Marketing & Sales Lezione dal titolo “Product Offering e Customer Management”.
2022-	Sapienza Università di Roma	Componente del consiglio didattico scientifico del master Management, Marketing e Comunicazione della Musica (MMCM).
2015-	Sapienza Università di Roma	Componente del Consiglio didattico scientifico del master Marketing e Management (MUMM) del

		Dipartimento di Management.
2019-2021	Sapienza Università di Roma	Componente del Comitato scientifico del master in Comunicazione e Management degli Eventi Sportivi, interfacoltà tra Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione ed Economia
2009-2010	Sapienza Università di Roma	Docente presso il master universitario di primo livello in Management, Marketing e Comunicazione della Musica.
2006-2010	Sapienza Università di Roma	Docente presso il master di secondo livello Master executive in Marketing e Comunicazione d'Impresa - IMC, presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione.
2001-2007	Centro Studi sul Turismo e sulla Promozione Turistica – Università degli Studi di Perugia	Coordinamento e docenza in master universitari o in master svolti in partnership con altri enti di ricerca, formazione o università, con relativo riconoscimento di crediti, ad esempio il master in Hospitality Management e il master Destination Management (2001).

IV C – PhD PROGRAM

Year	Institution	Lecture/Course
2022	Sapienza Università di Roma	Didattica per il Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing per l'a.a. 2021/2022, gli argomenti trattati sono i seguenti: Il dominio scientifico del marketing; Persuasione e fiducia nel consumer behavior; La ricerca bibliografica, le lezioni si sono tenute il 31 gennaio 2022, 4 aprile 2022, 2 e 15 febbraio 2022.
2022	Sapienza Università di Roma	Organizzazione e partecipazione al doctoral colloquium realizzato con i professori Dogan Gursoy, distinguished professor Washington State University; prof.ssa Martina G. Gallarza, Università di Valencia; professor Giacomo Del Chiappa Università degli Studi di Sassari e professor Sandro Formica, Florida International University.
2021	Sapienza Università di Roma	Didattica per il Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing. Per l'a.a. 2020/2021 gli argomenti trattati sono i seguenti: L'economia dell'esperienza e marketing; prospettive di ricerca; Definizione di un settore: il turismo; Discussione interattiva su research design and methodology; Discussione interattiva di un paper, Le lezioni si sono tenute nei giorni 23 marzo 2021, 5, 24 e 25 maggio 2021.
2020	Sapienza Università di Roma	Didattica per il Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing. Per l'a.a. 2019/2020 gli argomenti trattati sono i seguenti: L'economia dell'esperienza e il marketing; prospettive di ricerca; Etica e Consumo: il ruolo dei social network nei processi decisionali. Analisi netnografica esplorativa. Le lezioni si sono tenute nei giorni 16 marzo 2020 e 16 giugno 2020.
2019	Sapienza Università di Roma	Didattica per il Dottorato in Comunicazione,

		Ricerca Sociale e Marketing. Per l'a.a. 2018/2019 l'argomento trattato è il seguente: Studiare un settore: il turismo. La lezione si è tenuta l'11 giugno 2019.
--	--	---

IV D - INTERNATIONAL TEACHING

Year	Institution	Lecture/Course
2016	Romanian American University of Bucarest, Romania	Teaching mobility Erasmus fellowship presso la School of Management-Marketing. Docenza sui temi dell'experiential marketing e del tourism industry business model innovation a student del dottorato e del master's degree.
2018-2019	Warwick University, Coventry, UK Luiss Business School	Docente del seminario dal titolo Made in Italy the Food and Wine Uniqueness Experience, nell'ambito del Learning Tour for Warwick University.
2019	Luiss Business School	Coordinamento scientifico e docenza per Luiss Business School ad accademici delle università pakistane partner su "Networking Activities and Exhibiting local Products" nell'ambito del progetto "Poverty Reduction through Rural Development in Balochistan, Khyber Pakhtunkhwa, Federally Administered Tribal Areas and Neighboring Areas". Progetto di Luiss Business School, Agenzia Italiana per la cooperazione allo sviluppo, Pakistan Poverty Alleviation Fund.
2020-2021	Luiss Business School	Docente titolare del modulo "Sustainable Tourism and Cultural Heritage" rivolto a studenti magistrali nell'ambito del corso "Youth Communicators for development" per Pakistan Poverty Alleviation Fund (PPAF). Il modulo ha previsto lezione frontale con il riconoscimento di crediti e lo svolgimento di project work. Progetto dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo e Pakistan Poverty Alleviation Fund (PPAF). Sede del corso Islamabad, docenza svoltasi a distanza causa Covid-19.

IV E – DISSERTATION SUPERVISOR AND EXAMINATIONS (LAST 5 YEARS)

Year	Institution	Metrics
2017-2022 (da IV sessione 2017 a IV sessione 2022)	Sapienza Università di Roma	Relatrice di 122 tesi di cui 105 laurea magistrale.
2017-2022	Sapienza Università di Roma	Presidente di commissione di 3.139 esami.
2017-2022	Sapienza Università di Roma	Co-tutor della tesi di dottorato dal titolo "Lo sviluppo di un indicatore composito per misurare la sostenibilità delle discipline sportive" Curriculum Marketing del Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, XXXV ciclo.
2020 -	Sapienza Università di Roma	Tutor di dottorandi del XXXV, XXXVI e XXXVII

		ciclo del curriculum Marketing del Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing.
--	--	---

Part V – Society memberships, Awards and Honors

Year	Title
2019	Co-track chair della sezione tematica Tourism, Culture & Arts Marketing, dal 2019 confermata fino al 2024.
2018	Highly Commended Award The International Research Symposium in Service Management con il paper Sfodera F., Mingo I., Mattiacci A., Colurcio M., (2018) Technology as operant resources for the cultural heritage reconstruction experience, 9 th IRSSM Symposium, by the Journal of Service Management – Emerald Publishing.
2016	Socio ordinario e delegato regionale Lazio SISTUR – Società Italiana di Scienze del Turismo, dal 2016. Link all’elenco dei delegati regionali: https://www.sistur.net/chi-siamo/delegati-regionali/ e link allo statuto https://www.sistur.net/wp-content/uploads/Nuovo-Statuto.pdf
2013	Socio fondatore SIMA (Società Italiana di Management) dall’1/12/2013.
2007	Socio Ordinario della Società Italiana Marketing – SIMktg.
2016	Socio Ordinario SISTUR e delegato regionale per la regione Lazio.
2006	Membro e Auditor del TedQual Certification System, Themis Foundation - United Nation World Tourism Organization (UNWTO). Link: https://www.unwto.org/UNWTO-ted-qual , dal 2006.
1999	Best paper della Fourth Annual International Yield and Revenue Management Conference, con il paper Sfodera F., Desinano P., Minuti M.S. e Schiaffella E., "New directions for the research", Colchester UK.

Part VI - Funding Information [grants as PI-principal investigator or I-investigator]

Year	Title	Program	Grant value (€)
2021	The pharmaceutical e-commerce development through retail digitalization and new management models. Investigator.	Bando di ricerca di Ateneo – bando progetti medi	13.700
2020	Youth Communicators for development. Investigator e referente per le attività relative al Sustainable Tourism and Cultural Heritage. Investigator.	Pakistan Poverty Alleviation Fund (PPAF) Agenzia italiana per la Cooperazione allo Sviluppo Luiss Business School	287.000
2020	Progetto di ricerca “I consumi delle famiglie italiane nello scenario discontinuo del secondo millennio. Quali implicazioni per le policy di marketing?” Investigator.	Bando di ricerca di Ateneo – bando progetti medi	10.000
2019	Progetto di ricerca “Big Data, Internet e Ricerca empirica: un Sistema hardware per l'acquisizione e l'elaborazione di big dataset numerici e testuali”. Investigator.	Bando di ricerca di Ateneo – bando progetti medi attrezzature	55.000
2019	Progetto di ricercar Critical Thinking and Cognitive Populism in the Digital Platform Society. Independence of thought, narcissism and networked individualism among Italian high school students. Progetto sottoposto a	Progetti di ricercar grandi di Ateneo	28.000 + 23.787 di assegno di ricerca

	referaggio esterno. Investigator.		
2019	Project Training Visit to Italy. Poverty Reduction through Rural Development in Balochistan, Khyber Pakhtunkhwa, Federally Administered Tribal Areas and Neighboring Areas. Co-Principal Investigator e coordinamento scientifico del modulo "Networking Activities and Exhibiting local Products".	Pakistan Poverty Alleviation Fund (PPAF) Agenzia italiana per la Cooperazione allo Sviluppo Luiss Business School	366.500
2018	Vincitrice in qualità di proponente del Bando di Ateneo Professori Visitatori - Ricerca per lo svolgimento di una ricerca dal titolo "Is public broadcast still able to perform its functions and values? Analysis of the market of palimpsests (linear consumption)". (professore visitatore Tahir Rashid, full professor of Marketing, Salford Business School, University of Salford, UK).	Bando visiting professor – Sapienza Università di Roma	5.000
2018	Centri storici e commercio: verso una concettualizzazione del modello di fruizione. Principal investigator.	Bando di ricerca di Ateneo – bando progetti medi	10.000
2018	Vincitrice dell'avviso pubblico (determinazione del Direttore Generale n. 23 del 29/01/2018) dell'Agenzia PugliaPromozione relativamente al prodotto Arte e Cultura per lo svolgimento della ricerca volta alla definizione e concettualizzazione del prodotto turistico culturale e relative implicazioni manageriali. Principal investigator.	PugliaPromozione	25.000
2017	"Mappatura risorse culturali, ambientali ed enogastronomiche dei territori del progetto Province del Benessere" - (D.M. 13/12/2010 - Accordo di programma 08/02/2016). Investigator mappatura delle risorse culturali, ambientali ed enogastronomiche.	MIBACT	9.500
2016	DiverCity policies e pianificazione urbana partecipata: profili teorici e applicativi per la città di Roma. Investigator.	Bando di ricerca di Ateneo – bando progetti medi	8.000
2014	Co-coordinamento scientifico e responsabile della ricerca applicata Apulia Cultural Identity Path in risposta all'avviso per lo svolgimento di attività di ricerca applicata a sostegno dello start-up. Co-Principal Investigator per l'intero progetto.	MIUR, Linea 2 Cultura ad impatto aumentato	1.167.606,11

NOTA:

- i grant di Sapienza sono la risultante di procedure selettive con valutazione da parte della Commissione ricerca se di piccole e medie dimensioni o da valutatori esterni nel caso di grandi progetti. Questi

progetti sono da considerarsi come progetti ammessi al finanziamento in quanto finanziati sulla base di bandi competitivi interni che prevedono la revisione tra pari.

- Esclusione per il periodo 2019-2022 in quanto componente del Consiglio di Amministrazione dalla partecipazione a qualsiasi bando di Ateneo sia per i progetti di ricerca, terza missione e visiting.

Part VII – Main scientific studies and research responsibility financed by qualified public or private organizations

Year	Title
2022	Responsabilità analisi dei dati secondari, su banca dati Nielsen, e primari con ricerche ad hoc, per la creazione di report sui consumi alimentari secondo le diverse filiere, nell'ambito dell'accordo tra il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale Coris e Ismea (Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali). L'accordo quadro è stato comunicato nel Consiglio del Dipartimento del 29 marzo e firmato da Ismea il 20 maggio 2022. Co-Principal Investigator.
2022	Responsabile delle politiche dell'Incoming nell'ambito del gruppo di lavoro per l'analisi e la definizione delle politiche di sviluppo turistico del Piano Nazionale del Turismo 2023-2027 del Ministero del Turismo italiano. Coordinamento a cura del CRIET dell'Università Bicocca di Milano. Investigator.
2018	Coordinamento della ricerca qualitativa "Shock esterni e resilienza imprenditoriale" e dell'organizzazione dell'educational per le imprese della Valnerina in seguito al terremoto del 2016. Attività affidata dalla Camera di Commercio di Terni. Principal investigator.
2017	Auditor United Nation World Tourism Organization (UNWTO) e produzione del report per il riconoscimento e la certificazione TedQual della qualità dei corsi di studio, tra i più recenti prima della pandemia: <ul style="list-style-type: none"> - Licenziatura Dirección Internacional de Hoteles, Licenziatura en Turismo Internacional e Licenziatura en Gastronomía dell'Universidad Anáhuac México sede di Cancun, maggio e settembre 2017, terminato a dicembre 2017. Principal investigator; - Hospitality Study Programme (Diploma IV) - Bachelor of Applied in Hotel Management e Tours and Travel Business Study Programme (Diploma IV) - Bachelor of Applied - Travel della SEKOLAH TINGGI PARIWISATA TRISAKTI, Jakarta, Indonesia. Attività in loco dal 12 al 17 ottobre 2019 e processo terminato il 4 agosto 2021. Principal investigator.
2016	Coordinamento scientifico della ricerca avente ad oggetto la "Mappatura risorse culturali, ambientali ed enogastronomiche dei territori del progetto Province del Benessere" - (D.M. 13/12/2010 - Accordo di programma 08/02/2016) - dal 30-09-2016 al 30-09-2017. Investigator.
2016 2017	Coordinamento scientifico dello studio " Accoglienza Familiare: analisi della domanda turistica rurale" - Impresa Familiare - Confagricoltura finalizzato alla comprensione della consistenza e caratteristiche della domanda di turismo rurale. Principal Investigator.
2015	Coordinamento scientifico e organizzativo dello studio sullo Scenario dell'agriturismo in Italia e sull'evoluzione dell'offerta. Indagine delle percezioni e previsioni estate 2015. Affidato da Agritourist, Associazione Agrituristiche di Confagricoltura e Smarter. Investigator.
2015 2016	Coordinamento scientifico del Tavolo Nazionale Promozione e Territorio del Comitato Olimpico Nazionale Italiano - CONI, per la valorizzazione turistica dello sport e per incentivare l'attrattività delle destinazioni come meta di attività sportive amatoriali e/o professionistiche.
2012 2013	Coordinamento scientifico dello studio sul "Patrimonio religioso culturale per l'Anno della Fede" - Opera Romana Pellegrinaggi - Regione Veneto, Regione Basilicata, Regione Sardegna, Camera di Commercio L'Aquila, Regione Emilia-Romagna, Regione Calabria, Regione Friuli-Venezia Giulia. Principal Investigator.
2009 2010 2011	Coordinamento scientifico della ricerca dal titolo "Valorizzazione turistica dei beni culturali della Sicilia" - Unione delle Camere di Commercio della Sicilia. Principal Investigator.
2009 2010	Coordinamento scientifico e organizzativo dello studio "The training experience" in collaborazione con STC Training Center Malta fondato da Eduard De Bono e Retecamere

	(Unioncamere). Lo studio condotto ha avuto come finalità la definizione di modelli esperienziali di formazione a partire dall'esperienza concettualizzata nell'ambito del marketing. Sono state identificate le principali linee guida per la formazione esperienziale nel settore del turismo. Investigator.
2009 2010 2011	Coordinamento scientifico della ricerca "Analisi comparata della consumer experience dei portali turistici istituzionali e privati". Convenzione Retecamere - Unioncamere, Centro Interdisciplinare Turismo Territorio e Ambiente (CITTA). La ricerca ha dato origine all'osservatorio Experweb e ha visto l'organizzazione di un convegno scientifico internazionale e la pubblicazione della monografia Turismi, destinazioni e internet. Principal Investigator.
2009	Coordinamento scientifico e organizzativo dell' "Osservatorio sul turismo della Regione Puglia", attività di progettazione, normazione e coordinamento, Unioncamere Puglia e Assessorato al turismo della Regione Puglia (e in seguito anche Puglia Promozione), finanziamento fondi FESR. Principal Investigator.
2008 2009 2010 2011	Coordinamento scientifico dello studio e del relativo formativo del progetto "I turismi- Il Management della filiera", Fondirigenti Confindustria e LUISS Business School. Il progetto I turismi ha coinvolto gli operatori turistici della Costa Smeralda, Costiera Amalfitana e Salerno, Salento, Matera e Calabria. Lo studio ha consentito di definire i contenuti e i moduli del percorso formativo e ha stimolato la nascita di una start up Rete Destinazione Sud. Co-Principal Investigator.
2007 2008	Coordinamento scientifico dello studio "Trasferimento di know how relativo al sistema di gestione del marchio d'area Salento d'Amare e della sua concreta messa a regime" - ITALIA LAVORO SpA e Provincia di Lecce. Investigator.
2007 2008	Coordinamento scientifico della ricerca "Analisi comparativa dell'efficacia delle principali destination card italiane". La ricerca è stata commissionata dalla Distretto Integrato Turistico della Provincia di Terni. Principal Investigator.
2007	Coordinamento scientifico della ricerca dal titolo "Analisi della domanda e delle attrattive della regione Puglia" Unioncamere (Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura) - ISNART Istituto Nazionale di Ricerche sul Turismo. Principal Investigator.
2003 2004 2005 2006 2007	Coordinamento scientifico e investigator in numerosi progetti di ricerca e di ricerca applicata, tra cui alcuni dei più rappresentativi: <ul style="list-style-type: none"> - 2003 Progetto di ricerca e definizione di un modello per la validazione del distretto turistico 262 Umbria nell'ambito del Progetto "PON IT 053 PO 007 Avviso 1/01 - Fascicolo 58 per conto Censis Servizi - 2003 Progetto di ricerca relativo all'analisi e validazione dei fattori critici di successo per lo sviluppo dei prodotti culturali, nel caso specifico rispetto ai pachi letterari. Il campo di applicazione è stato il Parco storico letterario Dessì per il Comune capofila di Villacidro POR Sardegna 2.2 2004 finanziamento di circa 23.400.000,00 euro - 2002 Coordinamento, direzione e curatela dell'ipertesto per la formazione a distanza di operatori del settore dei viaggi e trasporti dal titolo "Marketing per le agenzie di viaggio – lineamenti" per conto del CST e di Sigma Gruppo Alitalia - 2000 Organizzazione, direzione e coordinamento del gruppo di ricerca internazionale sullo Yield Management che ha previsto anche l'organizzazione della Fifth International Yield and Revenue Management Conferente, tenutasi in Assisi il 3-5 novembre 2000 per il CST - 1998-1999 Organizzazione e coordinamento della ricerca condotta presso ISFORT per la "Elaborazione di un modello di Pricing per il trasporto merci" - 1996-2002 Censis Servizi. Esperto Censis. Tra cui la ricerca relativa all'individuazione degli indicatori per la valutazione della sostenibilità gestionale ed organizzativa di uno dei distretti turistici che il Censis ha individuato nell'ambito dell'analisi turistica territoriale per conto dell'ACI nazionale, ottobre – dicembre 2002 - 1995 Eminente & Associati s.a.s, Junior project manager della Società Eminente & Associati S.a.s. di Roma, nel "Progetto di Sviluppo e Organizzazione della Qualità in INPS come assistente e responsabile esecutiva per otto progetti di miglioramento della qualità, relativamente alle sedi INPS di Perugia, Terni, Pescara, Chieti, Campobasso, Bari e Brindisi, in collaborazione con lo Studio Valdani & Vicari di Milano.

Part VIII - Principal investigator or investigator of research groups characterized by national or international collaborations

Year	Title
2022 -	Co- Principal Investigator e co-direzione dell'unità di ricerca, Positive Organizational Behavior a cui partecipano professori e ricercatori di università italiane e internazionali https://research.uniroma1.it/positive-organizational-behavior-and-human-capital .
2021 2022 -	Componente del gruppo di ricerca sui temi dell'health management e marketing diretto dal prof. Luca Dezi. Il gruppo di ricerca sta conducendo una prima ricerca dal titolo "The pharmaceutical e-commerce development through retail digitalization and new management models", finanziata come progetto di ricerca medio di Ateneo (Sapienza). Le attività del gruppo di ricerca hanno, inoltre, consentito la presentazione di un PRIN nel bando 2022 dal titolo "Doing it my way: old people, technology, welfare service and wellbeing IoT applications and management implications to rethink the elderly care". Investigator.
2020 2021 2022 -	Componente del gruppo di ricerca diretto dal prof. Alberto Mattiacci sui consumi. Il gruppo di ricerca ha partecipato al bando dei progetti medi di Ateneo ottenendo il finanziamento per lo svolgimento della ricerca dal titolo "I consumi delle famiglie italiane nello scenario discontinuo del secondo millennio. Quali implicazioni per le policy di marketing?" Investigator.
2019	Principal Investigator del gruppo di ricerca nazionale sulla Wine Tourist Experience, con particolare focus sulle cantine. Il gruppo di ricerca si è innanzitutto concentrato sulla wine experience e sul ruolo della tecnologia sia nell'esperienza di visita delle cantine [da cui è emerso un primo contributo Garibaldi, R., & Sfodera, F. (2020). Technologies for enhancing wine tourism experience (Vol. 16, pp. 409-417). London, UK: Routledge]. Nel tempo i membri del gruppo sono cambiati e dal 2021 è entrata a far parte di questo gruppo la prof.ssa Lisa Cain con cui da giugno 2023 si avvierà una rilevazione sull'esperienza di visita delle cantine (in allegato la lettera di invito come visiting researcher).
2016	Componente del gruppo di ricerca Cloud Transformation dal titolo "Il cloud nelle grandi imprese italiane Report della ricerca qualitativa" di LUISS Business School e TIM. Investigator.
2015	Co-principal Investigator di un gruppo di ricerca nazionale sul tema del Turismo religioso, con particolare focus sui Cammini religiosi. Le ricerche condotte sono frutto della collaborazione con l'Università LUMSA, referente Prof.ssa Costanza Nosi. La collaborazione ha consentito, oltre alle pubblicazioni co-autorate sul tema inserite nella lista delle pubblicazioni con ISBN, la presentazione di un paper alla Nosi C., Sfodera F., Mattiacci A., Ceccotti C. (2016), Ultreya, Suseya, Santiago: Does going forward truly mean going higher? looking for the real experience of the contemporary pilgrim, 6th International Conference on Tourism Management and Tourism Related Issues, Cracovia, 22-23 settembre, ISSN 2295-3485
2015	Principal Investigator del gruppo di ricerca sulla Shopping Experience che coinvolge due Dipartimenti di Sapienza, Dipartimento di Informatica e Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, successivamente ampliato a Joan Garau Vadell della Universidad de les Illes Balears.
2014 2015 2016	Componente del gruppo di ricerca, coordinato dal prof. Gaetano M. Golinelli, "My Fair City" con l'obiettivo di configurare una nuova generazione di servizi al turismo per l'infanzia. La ricerca ha visto coinvolti CUEIM, Space S.p.A., Le Nuvole Soc. coop. e l'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa. Investigator.
2013 2014 2015 2016	Componente del gruppo di ricerca, coordinato dal prof. Gaetano M. Golinelli, dal titolo "Patrimonio culturale e creazione di valore", del CUEIM e del Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma. La ricerca ha condotto alla pubblicazione del volume Golinelli G.M. (ed.) (2015), Patrimonio culturale e creazione di valore. La componente naturalistica, CEDAM, Padova nel quale è contenuto il contributo Golinelli G.M., Sfodera F. (2015) Il contributo del marketing management alla valorizzazione delle aree naturali protette: la necessità di un modello ad hoc. Investigator.

2012	Componente del gruppo di ricerca "Il mercato dell'auto elettrica: l'analisi dell'offerta" diretto dal prof. Mattiacci i cui risultati sono stati presentati in occasione dell' VIII convegno annuale della Società Italiana Marketing ROMA, 22 e 23 settembre 2011, dal titolo La mobilità nel rispetto dell'ambiente, e successivamente pubblicati su Mercati & Competitività (vedi elenco pubblicazioni - Fascia A Aidea). Investigator.
2010 2011 2012	Direzione e Principal Investigator del Think Tank internazionale sul Turismo "Peoples Travellers Pilgrims", Opera Romana Pellegrinaggi, Stato Città del Vaticano. Il think tank multidisciplinare è stato creato con lo scopo di avviare un processo di confronto tra i ricercatori del turismo, della gestione d'impresa e della sociologia, amministratori delegati e/o general manager al fine di configurare scenari evolutivi sul turismo e sul ruolo della dimensione individuale, spirituale e/o religiosa al viaggio e al comportamento etico e sostenibile.
2008 2009 2010 2011	Principal Investigator del gruppo di ricerca nazionale "La consumer experience nei portali turistici promozionali delle destinazioni italiane". La ricerca ha consentito di creare l'Osservatorio ExperWeb, l'organizzazione del convegno scientifico. La consumer experience nei portali turistici delle regioni italiane Osservatorio ExperWeb (3 dicembre 2009 Sapienza Università di Roma), e la pubblicazione del volume Sfodera F. (2011), Turismi Destinazioni e Internet, Franco Angeli, Milano.
2005 2006	Principal Investigator e coordinamento del gruppo di ricerca internazionale sullo Yield Management che ha portato alla pubblicazione del volume Sfodera F. (a cura di) "The Spread of Yield Management Practices" (2006) - New York, Springer Verlag. Partecipanti: Brian Parry (Southampton Business School), David McCaskey (Colchester Institute), Bob Brotherton and Rebecca Turner (Manchester Metropolitan University), Una McMahan Beattie (University of Ulster), Adrian Palmer (Gloucestershire Business School), Patrick McCole (University of Otago), Antony Ingold (Chandelle Consultancy), Julian Hoseason (Glion Hotel School), Charlotte R. Raising (Institute for Konjunktur Analyse - Denmark), Emanuela Schiaffella, Maria Stella Minuti e Paolo Desinano (CST Centro Studi sul Turismo).
2003	Vicedirettore CITTA - Centro Interdisciplinare Turismo Territorio e Ambiente - Centro di ricerca Sapienza Università di Roma che ha svolto progetti di ricerca di valenza nazionale. Principali attività svolte come principal investigator o investigator in gruppi di ricerca: <ul style="list-style-type: none"> - Direzione del gruppo di ricerca "Il ruolo degli aeroporti minori per la valorizzazione delle destinazioni turistiche" in partnership con Camera di Commercio di Grosseto. Principal Investigator. - Componente del gruppo di ricerca, diretto dal prof. Giovanni Peroni, sull' "Analisi della normativa nazionale sul turismo". Investigator. - Direzione del gruppo di ricerca "Modelli e strumenti di analisi della promozione online del turismo". Principal Investigator. - Direzione del gruppo di ricerca "Il ruolo dello shopping nell'esperienza del turista". Principal Investigator. - Direzione del gruppo di ricerca "La comunicazione dell'offerta dei ristoranti italiani". Principal Investigator. - Componente del gruppo di ricerca, diretto dal prof. Giovanni Peroni, "Modelli e strumenti di presentazione telematica del territorio alla domanda turistica", in collaborazione con la Provincia di Roma e Poste Italiane. Investigator.

Part IX– Main national and international conferences, by hosting and organization or invited speaker or paper presentation (last five years)

2023	Presidente dell'hosting committee e referente scientifico di Sapienza Università di Roma per la 10th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management (AHTMM), coordinamento scientifico prof. Dogan Gursoy, che si terrà a Roma presso Sapienza dal 3 al 7 luglio 2023.
------	--

2022	Responsabile dell'organizzazione e vicepresidente del comitato scientifico di coordinamento della XIV riunione scientifica della SISTUR che si terrà presso Sapienza dal 24 al 26 novembre 2022.
2022	Partecipazione come coautore dell'abstract Gerardi L., Sfodera F., Unpacking dark tourism motivations: framing places of mafia in South Italy (Remote), sessione Crime Related Dark Tourism Chair: Anne Schwan nell'ambito del Dark Tourism Research Symposium: Memory, Pilgrimage and the Digital Realm organizzato dalla Edinburg Napier University, 5 e 6 maggio. Link: https://www.napier.ac.uk/research-and-innovation/research-search/events/dark-tourism-research-symposium-memory-pilgrimage-and-the-digital-realm
2022	Organizzazione e keynote speaker con una relazione dal titolo Tourism in Historical Art Cities: Shifting from Functionality to Complexity, del convegno internazionale dal titolo Innovative Approaches to UrbanStudies: Tourism Perspectives. Roma, 5 aprile 2022.
2021	Partecipazione come coautore del paper Sfodera F., Gerardi L., La teoria degli stakeholder come modello di sviluppo sostenibile nel turismo: il caso della Tuscia, XIII Riunione Scientifica della SISTUR dal titolo Tradizione e innovazione nel turismo: la sinergia come motore turistico, 18 e 19 novembre Bergamo. Link: https://www.sistur.net/convegni/xiii-riunione-scientifica-sistur-bergamo-2021/ 18 e 19 novembre 2021
2021	Co-chair della sessione Tourism, Culture e Arts Marketing della XVIII SIM Conference dal titolo Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società, tenutosi ad Ancona il 14 e 15 ottobre e organizzato da Università degli Studi di Macerata, Università degli Studi Urbino Carlo Bo e Università Politecnica delle Marche. Link al programma delle sessioni parallele: http://www.simktg.it/MTF//Content/convegno/ProgrammaSessioniParalleleDigitale.pdf 14 e 15 ottobre 2021
2021	Membro del Comitato Scientifico e del Comitato Organizzatore del Convegno di Psicologia del Turismo e Qualità della Vita: ripensare il viaggio per riavviare le società (convegno online) organizzato dal Dipartimento di Psicologia dei Processi di Sviluppo e Socializzazione, presidentessa prof.ssa Elena Bocci, Università degli Studi di Roma La Sapienza, Segreteria Scientifica Area Centro e Comitato Scientifico A.R.I.P.T. Fo.R.P., dal 16 al 18 settembre 2021. Link: https://www.psicologiadeliturismo.it/ 16-18 settembre 2021
2021	Partecipazione come coautore del paper Cerroni F., Sfodera F., Di Leo A., The visitors experience in historical urban centers: city tourism and the influence of the environment on the shopping experience, sessione Coopetition, ambidexterity, glocal strategies and paradoxes in management and marketing research, Chair prof.ssa Valentina Della Corte, Sinergie SIMA Conference (online conference) dal titolo Leveraging intersections in management theory and practice 9-10 e 11 giugno. Link al programme delle sessioni parallele: https://www.sijm.it/wp-content/uploads/2021/06/PROGRAMMA-09-08-2021.pdf 9-11 giugno 2021
2021	Coordinamento scientifico e moderazione del convegno dal titolo La felicità come driver per la creazione di valore nelle organizzazioni, organizzato per conto di Fondazione Roma Sapienza. https://www.fondazioneSapienza.uniroma1.it/sites/default/files/Programma%205.05.2021%20-%20rID%203_0.pdf dal 05-05-2021 a oggi. La nuova conferenza è prevista per dicembre 2022
2020	Co-chair della sessione Tourism, Culture e Arts Marketing della XVII SIM Conference dal titolo Il marketing per una società migliore tenutasi online e organizzato da LIUC - Università Cattaneo di Castellanza. Link al programma delle sessioni parallele: http://www.simktg.it/MTF//Content/convegno/Programma-sessioniparalleledef.pdf 28-30 ottobre 2020

2020	Partecipazione come coautore del paper Di Leo A., Gerardi L., Sfodera F., Mattiacci A., The revival of corporate magazine in building stakeholder engagement, Sinergie SIMA Conference, dal titolo Grand challenges: companies and universities working for a better society tenutasi il 7 e 8 settembre e organizzata dall'Università di Pisa. Link https://www.sijmsima.it/previous-conferences/companies-and-universities-working-for-a-better-society/ 7-8 settembre 2020
2019	Co-chair della sessione Tourism, Culture e Arts Marketing della XVI SIM Conference dal titolo Marketing 4.0 Le sfide della multicanalità, tenutasi a Piacenza presso l'Università Cattolica del sacro Cuore. Link al programma delle sessioni parallele: http://www.simktg.it/MTF//Content/convegno/ProgrammaSessioniparallele6910489136433268152.pdf 24-25 ottobre 2019
2019	Partecipazione come coautore del paper Di Leo A. e Sfodera F. Understanding value creation in the health sector: an exploratory investigation, sessione Marketing services, chairs prof. Roberto Bruni e prof. Francesco Izzo, XVIII SIM Conference, dal titolo Marketing 4.0: le sfide della multicanalità, Piacenza 24 e 25 ottobre. link http://www.simktg.it/MTF//Content/convegno/ProgrammaSessioniparallele6910489136433268152.pdf 24-25 ottobre 2019
2019	Invited speaker sessione Lo sport a sostegno delle politiche e delle strategie del turismo sostenibile, WeComSport, II edizione Festival della Comunicazione Sportiva, Sapienza Università di Roma. Titolo relazione Il turismo sportivo per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni. Link al programma: http://www.festivalcomsportiva.it/wp-content/uploads/2019/09/Programma-Festival-del-19_21-settembre2019.pdf 19-21 ottobre 2019
2019	Partecipazione come relatore del paper Sfodera F., Mattiacci A., Mingo I., Ruggeri M., Millennials beyond health: social networks as sources of supplements information in decision-making processes. An exploratory study, Sinergie-Sima 2019 Conference, Sapienza Università di Roma. 20-21 giugno 2019
2018	Invited speaker Wine Business Forum, Mediterranea Biodiversity Forum, Istituto Commercio Estero – ICE , Regione Sicilia e Agrifood Consulting, Palermo. La relazione dal titolo Wine Tourism Destination: opportunità e strategie di costruzione dell'offerta ha avuto come contenuto i risultati della rilevazione di 300 questionari condotta ai fini della validazione del modello dell'esperienza nella destinazione. Link al programma: https://www.equalitas.it/wp/wp-content/uploads/2018/11/PROGRAMMA.pdf 21-23 novembre 2018
2018	Partecipazione come relatore del paper Sfodera F., Nosi C., Mattiacci A., Petruzzellis L. The Mediterranean Diet storytelling an inquiry into an intangible marketing asset, XV SIM Conference, I Percorsi Identitari del Marketing, Bari. Link al programma delle sessioni parallele: http://www.simktg.it/MTF//Content/convegno/SIM-sessioniparallele.pdf 18-19 ottobre 2018
2018	Partecipazione come coautore del paper Caratù M., Blaho J., Sfodera F., A network-based view of the University Technology Transfer: boosting the go-to-market of innovation with the NSF I-Corps, XV SIM Conference, I percorsi identitari del Marketing, Università degli Studi di Bari. Link al programma delle sessioni parallele: http://www.simktg.it/MTF//Content/convegno/SIM-sessioniparallele.pdf 18-19 ottobre 2018
2018	Chair della sessione Technology, Session del convegno scientifico internazionale 9th The International Research Symposium in Service Management, Faculty of Economics, Ljubljana, Slovenia. Chair del Symposium Prof. Jay Kandampully(Ohio State University, USA) & Editor Journal of Service Management 23-27 luglio 2018

2018	Presentazione come relatore nella sessione Technology del paper Sfodera F., Mingo I., Mattiacci A., Colurcio M., Technology as operant resource for the cultural heritage reconstruction experience, 9th The International Research Symposium in Service Management, Faculty of Economics, Ljubljana, Slovenia, Chair del Symposium Prof. Jay Kandampully (Ohio State University, USA) & Editor Journal of Service Management 23-27 luglio 2018
2017	Partecipazione come coautore del paper Pencarelli T., Sfodera F., Dini M., Gerardi L., Sfodera F., Strategie competitive e sistema di offerta del comparto termale italiano, X Riunione Scientifica della SISTUR dal titolo Turismo: economia, sostenibilità, territorio e cultura. In cammino verso le smart destination, 16 e 17 novembre 2017, Pistoia. Link: https://www.sistur.net/convegni/ix-riunione-scientifica-della-sistur-pistoia-2017/ 16-17 novembre 2017
2017	Partecipazione come coautore del paper Caratù M., Sfodera F., Can Brand entertainment strengthen a brand? Global and national business theories and practice: bridging the past with the future, 10th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, Roma. Link al programma: https://emrbi.org/wp-content/uploads/2020/09/EuroMed-10-2017.pdf 13-15 settembre 2017

Part X– Direction or participation in editorial committees of journals, series, editorials, encyclopedias and treatises of recognized prestige

2020	Guest co-editor della special issue "The New Life of Marketing Research: the Insight Imperative" per Micro & Macro Marketing, numero 3, dicembre 2021. Link: https://www.rivisteweb.it/issn/1121-4228/issue/8344
2020	Membro del Comitato Scientifico della collana Global Processes, Edizioni Nuova Cultura, diretta dai proff.ri Gianturco e Anzera, Sapienza Università di Roma. Link alla collana: https://www.nuovacultura.it/categoria/scientific-areas/area-14-scienze-politiche-sociali/collane-14/global-processes/
2019	Membro Commissione mista per le riviste di proprietà dell'Ateneo, Sapienza Università di Roma. La Commissione definisce e valuta e applica i criteri per la ripartizione delle risorse secondo la rilevanza della rivista nello specifico SSD, esamina le problematiche concernenti le modalità di pubblicazione delle Riviste di Ateneo; esamina le richieste di acquisizione di nuove riviste da parte dell'Ateneo. dal 03-12-2019 al 02 novembre 2022
2019	Co-chair sezione tematica Tourism, Culture and Art Marketing, della Società Italiana Marketing (SIM). http://www.simktg.it/sp/sezioni-tematiche.3sp#retailecm
2015	Membro del Comitato Scientifico della collana Best in Class, Collana Giorgio Eminente, Casi di Marketing, FrancoAngeli, Milano. La collana è la numero 115 link: https://www.francoangeli.it/Ricerca/Ricerca_collana_Libri.aspx?Collana=115
2011	Co-direzione de I QUADERNI CITTA - Working Paper - Centro di Ricerca Interdisciplinare Turismo Territorio e Ambiente. Si tratta di quaderni scientifici pubblicati nell'ambito delle attività del Centro Interdipartimentale Turismo, Territorio e Ambiente.
2006	Membro del Comitato editoriale della Collana di Studi e Ricerche sul Turismo - Franco Angeli - Diretta dal Prof. Giovanni Peroni. La collana ha pubblicato 42 titoli. Link: https://www.francoangeli.it/Ricerca/Ricerca_collana_Libri.aspx?Collana=155 dal 01-01-2006 al 01-01-2011

Part XI – Research Activities

L'attività di ricerca avviata all'inizio degli anni 2000, a partire dal dottorato, è stata svolta coerentemente con il settore scientifico disciplinare di Economia e Gestione delle Imprese (SECS P/08) e può essere idealmente suddivisa in due archi temporali. Il primo, relativo alla ricerca scientifica del periodo 2007-2014 precedente e in concomitanza con l'applicazione della Legge 240/2010, si caratterizza principalmente per un orientamento alla ricerca qualitativa e a prodotti quali monografie, curatele e contributi in capitoli. Il secondo periodo, a partire dal 2014 vede un riposizionamento della ricerca verso metodi quantitativi e la realizzazione di articoli scientifici pubblicati a seguito di processi di revisione blind, accanto alle monografie, curatele e capitoli di libri anche internazionali. Questa divisione ideale corrisponde anche a un diverso e maggiore impegno istituzionale e nella comunità scientifica nel secondo periodo.

L'attività di ricerca si sviluppa principalmente intorno a tre macro-filoni: 1) la Customer experience e il processo decisionale del consumatore (per lo più turista o visitatore) nell'ambito degli studi sul consumer behavior; 2) La Rivoluzione digitale e particolarmente lo studio della tecnologia come variabile di moderazione della customer experience e sui processi decisionali; 3) il Marketing turistico e delle destinazioni turistiche. Le ricerche condotte sono state spesso per lo più trasversali ai macro-filoni sopra citati. Resta costante nel tempo la coerenza con il SSD e il campo di analisi rappresentato principalmente da quello del turismo, e del turismo culturale in particolar modo, declinato a livello di destinazione e di imprese, a cui nel tempo si sono aggiunti anche gli studi sul food&wine, intesi sia come settori economici che nella loro declinazione di prodotti e attrattive.

Le ricerche empiriche sono state realizzate utilizzando ricerche esplorative, descrittive e causali prediligendo, tuttavia, le esplorative e le causali. L'orientamento metodologico nell'ultimo periodo è principalmente quantitativo ma non mancano studi di tipo qualitativo e l'impiego di mixed method e multiphase research method. In particolare, negli studi quantitativi le ipotesi e i modelli sono stati testati principalmente attraverso: la statistica multivariata, e più precisamente analisi EFA esplorativa e confermativa e la cluster analysis con Python e VosViewer; Modelli di Equazioni Strutturali (SEM) con IBM® SPSS® Amos; analisi testuale e lessico-testuale di Text Mining (TM software assisted con l'impiego di T-LAB). Negli studi qualitativi, sia individualmente che nell'ambito di ricerche mixed method o multi-phase o multiple analysis studies, sono state utilizzate principalmente: thematic content analysis qualitativa relativamente alle interviste in profondità condotte con questionari semi-strutturati; focus group; la case study analysis; l'esperimento e l'analisi Netnografica e Social Network Analysis.

Keywords	Brief Description
Customer experience, Decision-making process	Gli studi sulla customer experience costituiscono l'attività di ricerca più consistente lungo tutto l'arco temporale, caratterizzata tanto dalla ricerca empirica quanto dalla concettualizzazione e sistematizzazione della conoscenza. I prodotti di questo lavoro sono vari, dalla tesi di dottorato e successiva monografia, alla pubblicazione di paper e da ultimo la monografia scientifica del 2022. Gli studi si sono concentrati sul costruito dell'esperienza; sull'analisi delle dimensioni della customer experience, delle variabili indipendenti e di moderazione e sulla dimensione performativa, in relazione alla soddisfazione, all'attivazione del passaparola (WOM e eWOM) e alle intenzioni di riacquisto. Il principale campo di analisi è quello del turismo declinato sotto forma di tourist experience e visitor experience di beni culturali, delle wine destination e delle cantine.
Technology	Dal 2010 le ricerche hanno riguardato anche lo studio del ruolo della tecnologia sull'esperienza del turista o del visitatore di un bene culturale in particolare: come variabile di moderazione dell'esperienza o più specificatamente dell'autenticità dell'esperienza, secondo la prospettiva della S-D Logic Theory e del service ecosystem e secondo l'applicazione dei modelli TAM e ETAM quale applicazione della Reasoned Action Theory. La tecnologia analizzata ha coinvolto diverse tecnologie digitali dalle forme più diffuse, come touchscreen e custom audio guide, fino al mapping 3d, VR, AR e mixed reality. Una parte della ricerca, inoltre, si è concentrata sul ruolo di internet e dei social media nella creazione delle percezioni, ad esempio con la narrativa sul vino, e nel processo decisionale di scelte relative al

	<p>proprio benessere. La rilevanza di queste ricerche è stata riconosciuta con due pubblicazioni in rivista fascia A Anvur ai fini dell'ASN. Millennials e Z Generation rappresentano le coorti generazionali principalmente investigate. Sono in corso ricerche teoriche ed empiriche sulla human-machine interaction sulla e human-technology interaction in ambito medicale e sull'impatto del metaverso sulla customer experience e sui processi decisionali di visita delle destinazioni e dei beni culturali.</p>
Marketing turistico delle destinazioni turistiche	<p>Un primo approfondimento teorico ed empirico di tipo qualitativo sul marketing turistico e delle destinazioni turistiche è rappresentato dall'analisi del cambiamento paradigmatico che ha riguardato le destinazioni, con l'obiettivo di analizzare e comprendere gli effetti e le implicazioni di natura strategica e organizzativa nella prospettiva dei diversi attori coinvolti (amministrazioni ed enti locali, operatori del settore e di settori della filiera allargata, comunità locale e turisti) e in funzione dello sviluppo di internet e dell'evoluzione del comportamento della domanda. Successivamente, e più recentemente, in questa macroarea di ricerca si inseriscono gli studi qualitativi sul ruolo delle comunità locali in relazione a processi di co-creazione di esperienze del turismo creativo e al ruolo della tecnologia come driver di sviluppo sostenibile di paesi in via di sviluppo. Le ricerche empiriche sul ruolo delle comunità locali nei processi di creazione di valore in ottica di service ecosystem, i locals come brand ambassador della destinazione attraverso il l'enogastronomia e il destination design process, sono alcune delle ricerche attualmente in essere.</p>
Altri temi rilevanti: Market Research Food Consumption Internal Marketing Positive Organizational Behavior	<p>Altri temi rilevanti degli studi e delle ricerche condotte hanno approfondito, con l'intento di contribuire alla concettualizzazione, il ruolo e l'evoluzione delle ricerche di mercato nell'ambito dei sistemi informativi aziendali e la funzione marketing nelle organizzazioni.</p> <p>Un filone di ricerca ricorrente è quello dei consumi e in particolar modo alimentari. La ricerca empirica è sia quantitativa che qualitativa e si è focalizzata sulle dimensioni valoriali e comunicative dei modelli nutrizionali e più recentemente sui driver di scelta dei consumi alimentari.</p> <p>Negli ultimi tempi, inoltre, si è avviato un approfondimento teorico ed empirico di tipo qualitativo sugli effetti della pandemia nell'ambito delle organizzazioni. L'orientamento è quello dell'internal marketing secondo l'approccio del positive organizational behavior e la prospettiva è quella del lavoratore. Un primo risultato è la proposta di un framework concettuale contenente le pratiche esperienziali in grado di rispondere alle richieste della forza lavoro post pandemia.</p>

Part XII – Summary of Scientific Achievements

Ultimi 5 anni ai fini ASN

Product type	Number	Data Base	Start	End
Numero articoli e contributi	21	Scopus, Web of Science, Iris	2017	2022
Numero articoli classe A ultimi 10 anni	2	Scopus, Web of Science, Iris	2012	2022
Numero libri ultimi 10 anni	1	Iris	2012	2022

SUMMARY

Totale prodotti 57

Articoli su riviste, contributi in volume e proceedings di convegni scientifici	49
Numero articoli classe A	2
Monografie	4
Curatele	2

Part XIII– Academic journals referee and research project referee

Reviewer occasionale per riviste o conferenze di diverse fasce, tra cui: *Tourism Management*, *Journal of Foodservice Business Research*, *International Hospitality Review*, *Micro & Macro Marketing*, *Piccola Impresa / Small Business*, *Corporate Governance and Research & Development Studies*, *SIMA*, *10th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management (AHTMM)* dal 2010 ad oggi.
Valutatrice Reprise dal 2012 ha valutato numerosi progetti di ricerca di base e PRIN.

Part XIV - Selected Publications

List of the publications selected for the evaluation.

1) Articolo in rivista

Formica, S., and Sfodera, F. (2022) The Great Resignation and Quiet Quitting paradigm shifts: An overview of current situation and future research directions, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(8), pp. 899-907, <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2136601> (Impact Factor 2021: 9.821, Q1 Impact Factor Best Quartile 2021, 7% acceptance rating, opinion paper double blind peer review, Fascia A di ASN fino al 2017).

2) Articolo in rivista

Bartoli, C., Nosi, C., Mattiacci, A., Sfodera, F. (2022) Consumer self-concept in the cyberspace: how digitization has shaped the way we self-disclose to others, *Journal of Strategic Marketing*, pp. 1-22. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2022.2056501> (double blind peer review, classificata come rivista scientifica da Anvur, 6.2 CiteScore Scopus 2021, Q1 CiteScore Best Quartile 2021).

3) Monografia o trattato scientifico

Sfodera F. (2022) *La visitor experience del patrimonio culturale. Concettualizzazione ed evidenze empiriche*. Collana di Management, Chief Editor prof. Alberto Pastore. Milano: McGraw-Hill. ISBN 978-88-386-5696-5. (Monografia sottoposta a referaggio, double blind peer review).

4) Articolo in rivista

Sfodera, F., Cain, L. N., Di Leo, A. (2022) Is technology everywhere? Exploring Generation Z's perceptions of sustainable tourism in developing countries, *International Hospitality Review*, published online 7 June 2022, pp. 1-26 <https://doi.org/10.1108/IHR-05-2022-0025> (Double blind peer review).

5) Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

Sfodera F., Di Leo, A. (2022) Co-creation of value - Valorization of local identity through creative tourism. In Rahimi R., Taheri B., Buhalis D. (eds), *The Sharing Economy and the Tourism Industry Perspectives, Opportunities and Challenges*. Oxford, UK: Goodfellow Publishers, pp. 124-143. ISBN: 9781915097064, <https://dx.doi.org/10.23912/9781915097064-5117> (Double blind peer review),

6) Articolo in rivista

Sfodera, F., Mingo, I., Mattiacci, A., Colurcio, M. (2020) Night at the museum: technology enables visitor experiences, *Sinergie Italian Journal of Management*, 38(1), pp. 231-250. <https://doi.org/10.7433/s111.2020.13> (Double blind peer review, fascia A di Aidea rating 2020).

7) Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

Garibaldi, R., Sfodera, F. (2020). Technologies for enhancing wine tourism experience. In: Dixit, S.K. (ed.) *The Routledge Handbook of Tourism Experience Management and Marketing*, Oxon (UK): Routledge, pp. 409-417. ISBN 9780429203916 (Double blind peer review).

8) Articolo in rivista

Sfodera, F., Mattiacci, A., Nosi, C., & Mingo, I. (2020). Social networks feed the food supplements shadow market. *British Food Journal*, 122(5), pp. 1531-1548. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2019-0663> (Double blind peer review, fascia A Anvur ai fini dell'ASN, Impact Factor 2021: 3.224).

9) Articolo in rivista

Nosi, C., Mattiacci, A. and Sfodera, F. (2019), Online wine ecosystem: the digital narrative of Sangiovese, *British Food Journal*, 121(11), pp. 2683-2695. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2019-0379> (Double blind peer review, fascia A Anvur ai fini dell'ASN, Impact Factor 2021: 3.224).

10) Monografia o trattato scientifico

Sfodera F. (2011) *Turismi, destination e internet*. Collana di Studi e Ricerche sul Turismo diretta dal prof. Giovanni Peroni, Milano: FrancoAngeli. ISBN: 9788856833164.

Part XV– Other main publication

Altri articoli

- 1) Mattiacci, A. and Sfodera, F. (2021) 'The New Life of Marketing Research. The Insight Imperative. This issue', *Micro & Macro Marketing*, 2, pp. 517-520. ISSN 1121-4228. Doi:10.1431/102503 (Fascia A di Aidea rating 2020).
- 2) Sfodera F., Pesarin S. (2017) Prodotto benessere e wellness destination. L'evoluzione possibile della vocazione termale in Italia, *Turistica*, XXVI, pp. 75-96. ISSN 1974-2207 (classificata come rivista scientifica da Anvur).
- 3) Sfodera, F., Fanara, D. (2016) External shock and tourism: real and media impact, *Turistica*, XXV (4), pp. 37-68. ISSN 1974-2207 (classificata come rivista scientifica da Anvur).
- 4) Cipollini, C., Sfodera, F. (2016) Suggestimenti per le priorità. *Quaderni di ricerca sull'artigianato*, 74(3), pp. 307-338. ISSN 1590-296X.
- 5) Mattiacci A., Sfodera, F. (2012) I fattori di spinta all'evoluzione del mercato dell'auto elettrica: l'analisi dell'offerta, *Mercati e Competitività* (2), pp. 21-30. ISSN 1826-7386 (Fascia A, Aidea rating 2020).
- 6) Sfodera, F., Beretta, M., Desinano, P., Minuti, S., Schiaffella E., (2000) La segmentazione della domanda - Yield management – Uno strumento innovativo per la gestione dei ricavi nelle imprese turistiche - par. Strumenti di marketing e segmentazione del mercato, *Economia & Management*, (2), pp. 73-90. ISSN 1120-5032.

Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

- 1) Sfodera F. (2022), Anni da spendere: sfide e opportunità della Silver Economy, In: AA.VV, 34° *Rapporto Italia 2022 Percorsi di ricerca nella società italiana*, pp. 729-742, Roma: Rubettino. ISBN: 9788849872811.
- 2) Mattiacci A., Sfodera F. (2021) La customer experience. In: Mattiacci, A., Pastore, A., *Marketing. il Management orientato al mercato*, p. 494-507, Milano: Hoepli. ISBN: 9788836005123

- 3) Mattiacci A., Bonetti E., Sfodera F. (2020). Sostenibilità sociale d'impresa a marketing. In: Barile S., Esposito De Falco, S., Gatti, C., Pastore, A., Massaroni, E., Quattrociochi, B., Ricotta, F., Vagnani, G.; Sancetta G. (a cura di), *Contributi in onore di Gaetano Maria Golinelli*, p. 1271-1283, Napoli: Rogiosi Editore. ISBN: 978-88-6950-393-1.
- 4) Nocenzi M., Sfodera F., Mattiacci A., Sofia C. (2020). Le conseguenze sull'attività professionale. Tra incertezze e opportunità. In: Lombardo, C., Mauceri, S. (a cura di), *La società catastrofica vita e relazioni sociali ai tempi dell'emergenza Covid-19*. p. 77-94, Milano: FrancoAngeli. ISBN: 9788835111641.
- 5) Mattiacci A., Sfodera F., Mingo I. (2018). Lo shopping conta? Il centro storico delle città d'arte come ambiente di shopping e il suo impatto sulla soddisfazione del turista. In: Becheri E., Micera R., Morvillo A. (a cura di), *Rapporto sul turismo italiano XXII Edizione 2017/2018*, p. 663-672, Napoli: Rogiosi Editore, ISBN: 9788869503399.
- 6) Sfodera, F. (2017). Consumer Experience e Marketing Esperenziale: scenari evolutivi. In: Sfodera F. (a cura di) *Casi di Marketing*. vol. XIII, p. 25-34, Milano: FrancoAngeli. ISBN: 9788891753175.
- 7) Sfodera F. (2017) L'effetto sharing allarga l'orizzonte. Verso un'integrazione economica ed esperenziale della sharing economy nel turismo. In: AA.VV. *29° Rapporto Italia Eurispes. Percorsi di ricerca nella società italiana*, Bologna: Minerva Soluzioni Editoriali. ISBN 9788873819189.
- 8) Sfodera, D. (2015) La Dieta Mediterranea come driver di offerte turistiche. In: AA.VV. *Dieta Mediterranea*, Atti del Forum, pp. 43-67, Milano: FrancoAngeli. ISBN: 9788891714220.
- 9) Golinelli, G.M., Sfodera, F. (2015) Il contributo del marketing management alla valorizzazione delle aree naturali protette: la necessità di un modello ad hoc. In: Golinelli, G.M. (a cura di) *Patrimonio culturale e creazione di valore. La componente naturalistica*, pp. 115-193, Padova: Cedam. ISBN: 978-88-13-35301-8.
- 10) Sfodera, F. (2015) Valorizzazione della cultura locale, del folklore e della tradizione attraverso i Parchi a Tema. In: Rami Ceci, L. (a cura di), *Turismo e Sostenibilità*, pp. 197-211, Roma: Armando Editore. ISBN: 9788883586910.
- 11) Sfodera, F., (2015) Turismo diffuso e di valore. In: Pittella G., Lepore. A. (a cura di) *Scusate il ritardo*, pp. 169-182, Roma: Donzelli Editore. ISBN: 9788868434182.
- 12) Sfodera F. (2014) L'organizzazione di Marketing. In: Mattiacci, A., Pastore A., *Marketing. Il management orientato al mercato*, pp. 557-584, Milano: Hoepli. ISBN: 978-88-203-5706-1.
- 13) Sfodera, F. (2013) Modelli e strumenti di analisi e valutazione del destination brand system: il caso Puglia. In: Becheri, E., Maggiore, G., *Rapporto sul turismo italiano 2012-2013. XIX Rapporto*, pp. 317-331, Milano: FrancoAngeli. ISBN: 9788891710512.
- 14) Sfodera, F. (2008) Le visite promozionali e di vendita. In: Peroni, G., *Fondamenti di marketing turistico territoriale*, pp. 237-258, Collana di Studi e Ricerche sul Turismo diretta dal prof. Giovanni Peroni, Milano: FrancoAngeli. ISBN: 9788856801231.
- 15) Sfodera, F. (2006), Yield management in advanced system of hotel management. In: Sfodera, F. (ed.) *The Spread of Yield Management Practices*, pp. 3-17, New York: Physica-Verlag Heidelberg. ISBN: 9783790815825.

Contributo in Atti di convegno

- 1) Sattar, M.M., Sfodera, F. (2022) Collaboration of Marketing Mix and Brand Elements on Digital Devices, The 6th International Conference on Interdisciplinary Business, Economy, Management, and Social Studies (IBEMS), Book of Abstract Conference Proceedings, p. 44, Copyright © 2022 by Yayasan Sinergi Riset dan Edukasi. Bandung, Indonesia. Istanbul, 22-23 settembre.
- 2) Sattar, M.M., Sfodera, F. (2022) Mamta Oil and Ghee Mills: Sales Target Dilemma. Annual Conference of the Administrative Sciences Association of Canada (ASAC), Conference proceedings, p. 10 vol. 43. Hybrid, 4-7 giugno.

- 3) Gerardi L., Sfodera F., Unpacking dark tourism motivations: framing places of mafia in South Italy (Remote), sessione Crime Related Dark Tourism Chair: Anne Schwan nell'ambito del Dark Tourism Research Symposium: Memory, Pilgrimage and the Digital Realm organizzato dalla Edinburg Napier University, 5 e 6 maggio 2022.
- 4) Cerroni F., Sfodera F., Di Leo A., (2021) The visitors experience in historical urban centers: city tourism and the influence of the environment on the shopping experience. In Sinergie-SIMA Conference Proceedings. Palermo, 10-11 giugno. ISBN 97888943937-9-8
- 5) Di Leo A., Gerardi L., Sfodera F., Mattiacci A. (2020) The revival of corporate magazine in building stakeholder engagement, In: Sinergie-SIMA Conference Proceedings. Pisa 7-8 settembre. ISBN 97888943937-6-7
- 6) Di Leo A., Sfodera F. (2019). Understanding value creation in the health sector: an exploratory investigation. In: SIM Conference Proceeding 2019, p. 1-6. Piacenza 24-25 ottobre. ISBN: 978 88 943918 3 1.
- 7) Sfodera F., Mattiacci, A., Mingo, I., Ruggeri., M. (2019) Millennials beyond health: social networks as sources of supplements information in decision-making processes. An exploratory study, SIMA Conference Proceedings, pp. 507-512. Roma, 20-21 giugno. ISBN: ISBN 97888943937-1-2
- 8) Caratu' M., Blaho J., Sfodera F. (2018). A network- based view of the University Technology Transfer: boosting the go-to-market of innovation with the NSF I- Corps. In: XV SIM Conference Proceedings. Bari 18-19 ottobre. ISBN: 978-88-943918-2-4
- 9) Sfodera F., Mingo I., Mattiacci A., Colurcio M. (2018). Technology as operant resource for the cultural heritage reconstruction experience. In: IRSSM-9 Symposium proceedings. vol. 9, p. 40, Ljubljana: Faculty of Economics University of Ljubljana. Ljubljana 23-27 luglio. ISBN: 978-961-240-342-3
- 10) Sfodera F., Nosi C., Mattiacci A., Petruzzellis L. (2018). The Mediterranean diet storytelling an inquiry into an intangible marketing asset. In: XV SIM Conference Proceedings. Bari 18-19 ottobre. ISBN: 978-88-943918-2-4
- 11) Caratu' M., Sfodera F. (2017). Can Brand entertainment strengthen a brand?. In: Books of Proceedings of the 10th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business. p. 280-294, EuroMed Press. Roma, 13-15 settembre. ISBN: 978-9963-711-56-7.
- 12) pilgrimage. A phenomenological study of the Camino de Santiago de Compostela. XII SIM Conference Proceedings. Cassino, 20-21 ottobre. ISBN: ISBN 978-88-907662 6 8.

Monografie o trattati scientifico e curatele

- 1) Sfodera, F. (ed.) (2017) *Casi di Marketing*, (Vol. 13). Milano: FrancoAngeli.
- 2) Sfodera, F. (2010) *Il marketing esperienziale tra evoluzione e applicazione*. Perugia: Morlacchi Editore.
- 3) Sfodera, F. (2006). *Strumenti di marketing, comunicazione e management per le imprese turistiche nell'economia dell'esperienza*. Perugia: Morlacchi Editore.
- 4) Sfodera, F. (ed.) (2006) *The spread of yield management practices: the need for systematic approaches*. New York: Springer Science & Business Media.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi dell'art. 13 Decreto Legislativo. 30 giugno 2003 n°196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e dell'art. 13 del GDPR 679/16 – "Regolamento europeo sulla protezione dei dati personali" (Regolamento UE 2016/679).

Roma, 2 novembre 2022

Firma

