
Dottore di ricerca in Marketing, laureato in Economia e Commercio alla Sapienza.
E' socio SIM dal 2008 e socio SIMA e AIDEA dal 2017.

CAMPI DI INTERESSE SCIENTIFICO E PRINCIPALI LINEE DI RICERCA

La sua attività di ricerca riguarda l'economia d'impresa e il marketing. In particolare, gli studi sono focalizzati su: aspetti quantitativi di gestione, marketing metrics e management turistico, business di nicchia della filiera turistica, sales wine.

POSIZIONE ATTUALE

(01.09.2021 – a oggi) – Ricercatore a TD di Economia e Gestione delle Imprese, Dipartimento di Scienze Umane (Comunicazione, Formazione e Psicologia) - Università LUMSA di Roma.

(A.A. 2022-23). Titolare del corso di *Economia e gestione delle imprese* (Canale A-L), Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale in “Scienze della Comunicazione, Informazione e Marketing (6 Cfu, I semestre).

(A.A. 2022-23). Titolare del corso di *Economia e sviluppo dell'innovazione*, Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Magistrale in “Psicologia del lavoro e del benessere organizzativo” (6 Cfu, II semestre).

(A.A. 2022-23). Tutor referente LUMSA della 35^a edizione del *Premio Marketing per l'Università 2023 SIM* (Società Italiana Marketing): “Il Caso Rinaldi Group”.

(2010 - a oggi). Membro della Faculty del Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia (<http://www.mumm.it/faculty/docenti-accademici-master-mumm/>).

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

(2008-2010) Dottorato di ricerca (vincitore con borsa) in “Marketing per le Strategie d'Impresa” (XXIII Ciclo), conferito il 29 Marzo 2011 con giudizio “ottimo”, discutendo la tesi: “*Management by marketing metrics. Nuove idee per la gestione del business turistico*”.

(1996) Laurea in Economia e Commercio conseguita in data 11 luglio 1996 presso l'Università di Roma “La Sapienza” con votazione 106/110, con discussione della tesi: “*Uno strumento per lo sviluppo sostenibile: l'Ecolabel*”, presso la Cattedra di Merceologia (Prof. E. Chiacchierini).

FORMAZIONE SUPERIORE

(Settembre 2014) “Ricerche Qualitative” - Scuola di *Metodologia per la Ricerca Sociale*, Università della Calabria (UNICAL) - Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche, Sede di Cosenza.

(Luglio 2014) “*Pubblicare sulle riviste internazionali; I processi di Ricerca: la monografia*”. Summer School SIM (Società Italiana Marketing), Università di Urbino “Carlo Bo”.

(Luglio 2014) “Disegni e Metodi di Ricerca”- Scuola di *Metodologia per la Ricerca Sociale*, Università della Calabria (UNICAL) - Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche, Sede di Cosenza.

(2013) Seminario: “*Pubblicare sulle riviste internazionali: fondamenti e metodi*”, Società Italiana Marketing (SIM), Sapienza Università di Roma, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, 30 gennaio 2013.

(2013) Seminario: *Come scrivere una monografia; Network analysis*, Società Italiana Marketing (SIM), Università degli Studi di Napoli Federico II, Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni, 7 novembre 2013.

(Settembre 2008) Scuola Nazionale di *Metodologia della didattica*, Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), Pinerolo (TO).

(A.A. 2005-06) *Specializzazione Biennale e Abilitazione all'Insegnamento*, classe di concorso A019 “Discipline Giuridico-economiche”, presso la Scuola di Specializzazione (SSIS), Università degli Studi di Chieti “G. d'Annunzio” -sede di Teramo, conseguita in data 01/06/2006.

(A.A. 2003-05) *Specializzazione Biennale e Abilitazione all’Insegnamento*, classe di concorso A017 “Discipline Economico-Aziendali”, presso la Scuola di Specializzazione (SSIS) dell’Università degli Studi di Chieti “G. d’Annunzio” -sede di Teramo, conseguita in data 06/05/2005.

(2002) Corso di formazione (vincitore con borsa) nell’ambito del progetto PIFA (Progetto Integrato Formazione Ambiente), promosso dal *Ministero dell’Ambiente*, dal titolo “Tecnici per la concertazione, valutazione e il monitoraggio nell’ambito del QCS 2000-2006”. Corso organizzato e gestito dal *Formez*, durata 440 ore.

(2000) Corso di aggiornamento per *tutor senior*, tenuto dalla *IG Students*, finalizzato alla realizzazione di “imprese in laboratorio” a opera di studenti dell’Università degli Studi di Roma “La Sapienza”.

(1999) Corso di formazione sperimentale per “*Formatori a distanza*” per la tele-formazione in “*Marketing e Comunicazione Turistica*” realizzato in collaborazione con *ENEA, SAIP e C.O.I.N.*

(1997) Corso di formazione professionale (vincitore di borsa di studio) per “Formatori -Progettisti di eventi di formazione” presso *ECIPA Lazio* (Ente di formazione del CNA), finanziato dalla Regione Lazio, durata 500 ore.

ESPERIENZA UNIVERSITARIA

Assegnista di ricerca

(Giugno 2016 - maggio 2017) Assegno di ricerca presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma, con il progetto di ricerca dal titolo: “*Nicchia e Turismo: un connubio naturale? Perimetri teorici e prospettive strategiche*”, Settore Scientifico-Disciplinare: SECS-P/08 (Responsabile Scientifico: Prof. Alberto Mattiacci).

Titolare di insegnamento

(A.A. 2021-22). Co-titolare (con il Prof. Gennaro Iasevoli) dei corsi di *Economia e gestione delle imprese* (Canali A-L e M-Z), Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale in “Scienze della Comunicazione, Informazione e Marketing (6 Cfu, I semestre).

(A.A. 2021-22). Titolare del corso di *Economia e sviluppo dell’innovazione*, Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Magistrale in “Psicologia del lavoro e del benessere organizzativo” (6 Cfu, II semestre).

Professore a contratto

(A.A. 2020-21). Docente a contratto di *Marketing* presso il Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale in “Comunicazione d’Impresa, Marketing e Digital Media” (9 Cfu, corso II semestre, durata 40 ore).

(A.A. 2019-20). Docente a contratto di Marketing Strategico presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma, Laurea Magistrale in “Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa” (3 Cfu, corso II sem., 24 ore).

(A.A. 2018-19) Docente a contratto di Marketing del turismo presso il Dipartimento Memotef, Sapienza Università di Roma, Laurea magistrale Ecoturs (6 Cfu, corso semestrale, durata 48 ore).

(A.A. 2017-18) Corso di *Marketing del turismo* presso il Dipartimento Memotef, Facoltà di Economia - Sapienza Università di Roma, Laurea magistrale Ecoturs (6 Cfu, corso semestrale, durata 48 ore).

(A.A. 2015-16) Corso di *Tecniche della Promozione* presso il Dipartimento di Scienze Umane – Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale (6 Cfu, corso semestrale, durata 40 ore).

(A.A. 2014-15) Corso di *Tecniche della Promozione* presso il Dipartimento di Scienze Umane – Università LUMSA di Roma, *Laurea Triennale* (6 Cfu, corso semestrale, durata 40 ore).

(A.A. 2013-14) Corso di *Business Planning e Start Up Imprese Multimediali* presso il Dipartimento di Scienze Umane – Università LUMSA di Roma, *Laurea Magistrale* (9 Cfu, corso annuale, durata 70 ore).

(A.A. 2012-13) Corso di *Marketing Avanzato* presso la Facoltà di Economia dell’Università di Roma Tre, Laurea Magistrale (6 Cfu, corso semestrale, durata 60 ore).

Altre attività didattiche

(A.A. 2014-15 - a oggi) Docente del modulo didattico “*Amministrazione e controllo*”, Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

(2013 - a oggi) Tutor didattico, Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

(2011 - a oggi) Docente del modulo didattico “*Marketing Metrics*”, *Executive Course in Marketing Management*, presso l'Università LUISS Business School, Roma.

(A.A. 2014-15) Tutor referente (Dipartimento CORIS, Sapienza Università di Roma) - XXVII ed. del *Premio Marketing per l'Università SIM 2015* - “*Caso DOP & Co. Un valore da diffondere*” (Squadra 2^a classificata -Sezione Università).

(A.A. 2014-15) Tutor referente (Dipartimento di Management, Master MUMM, Sapienza Università di Roma) -XXVII ed. del *Premio Marketing per l'Università SIM 2015*, “*Caso DOP & Co. Un valore da diffondere*” (Squadra 2^a classificata Master MUMM).

(A.A. 2013-14 e 2012-13) Docente per il modulo “*Gli Economics d'Impresa*” nel Master in “*Management, Marketing e Comunicazione della Musica*” (MMCM), VII e VIII edizione, Dipartimento CORIS, Sapienza Università di Roma.

(A.A. 2013-14) Docente del modulo didattico “*Marketing metrics*”, Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

(A.A. 2013-14) Tutor referente (Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma) - XXVI ed. del *Premio Marketing per l'Università SIM 2014*, “*Caso - Friuli Venezia Giulia*” (Squadra 1^a classificata Master MUMM).

(A.A. 2012-13) Docente per il modulo “*Gli Economics d'Impresa*” nel Master di II livello in *Comunicazione Management e Strategie Digitali (Digi.Com)*, Dipartimento CORIS, Sapienza Università di Roma.

(A.A. 2012-13) Collaborazione presso la cattedra di *Strategic Management* del Prof. Alberto Pastore (Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma) - per lo svolgimento di attività didattica e tutoraggio tesi.

(2011) Docente per il modulo “*Marketing per l'arte, la cultura e la realizzazione del territorio*”, nel corso IFTS per *Tecnico Superiore per la Comunicazione e il Multimedia*, Comune di Roma, in collaborazione con il Dipartimento CORIS, Sapienza Università di Roma.

(Dal 2010- al 2014) Docente nel modulo “*Strategic Marketing: produzione e finanza*” nel master in *Marketing & Communication* (dalla XXIV, alla XXIX edizione), presso l'Università LUISS Business School, Roma.

(2009) Relatore sul tema: “*L'ambiente come strategia del marketing territoriale*”, nel Convegno “*Qualità Ambientale e Marketing Territoriale*”, Università di Bologna e Scuola EMAS – Sede di Reggio Emilia, 22 aprile, 2009.

ATTIVITA' DIDATTICHE NON UNIVERSITARIE

(2011- 2016) Docente per il modulo “*Il processo di budget e break even point: food cost e calcolo*”, nel Master in “*Comunicazione e Giornalismo Enogastronomico*” *GAMBERO ROSSO*, Roma - dal 2016 la nuova denominazione della società è *CITTA' DEL GUSTO*.

(2016) Docente per il seminario “*Ma quanto mi costi?*” nel corso di formazione “*Non solo Marketing*”, Consorzio della Vernaccia S. Gimignano (Siena).

(2010-11) Docente per il modulo “*Appeal: il pricing*” nel master in *Economia Istituzioni e Business Internazionale nell'Era della Globalizzazione*, Istituto per il Commercio Estero (ICE).

(2009-10) Docente per il modulo “*Marketing internazionale: prodotti e politica di prezzo*”, nel corso di Specializzazione per *Esperti di internazionalizzazione delle imprese florovivaistiche*, Istituto per il Commercio Estero (ICE).

(2005-2007) EN.A.I.P. Lazio

- ✓ Docente di “*Contabilità Analitica e Determinazione dei Costi*” nell'ambito del progetto di formazione professionale, *Fare impresa – tecnico di organizzazione di business plan*.

- ✓ Docente di “*Metodologie e tecniche di ideazione, organizzazione, gestione e controllo del business plan*”, nell’ambito del corso post laurea “Innovation and technology manager”.
- ✓ Docente nel modulo “*Marketing operativo*”, corso di formazione regionale finanziato con L.R. 236/93 a favore di artigiani e imprenditori nel comune di Latina, nell’ambito del progetto “*Retimprese*”.

(2005) Docente di “*Business plan*” nell’ambito del progetto europeo “*Integra*”, ACLI Lazio.

(2002-2003) Formatore-consulente per la redazione di *business plan* nel progetto “Focus Impresa”, BIC Lazio (Business Innovation Centre) Roma.

PROGETTI DI RICERCA

(2023-25) “Le caratteristiche dei modelli phygital e l’impatto sulla consumer experience: il caso del Giubileo 2025”, Progetto di ricerca finanziato (2022) dal CARI (Centro di Ateneo per la ricerca e internazionalizzazione) LUMSA), Responsabile scientifico Prof.ssa C. Nosi. Gruppo di ricerca composto inoltre da: Prof. G. Iasevoli (LUMSA), Prof.ssa L. Michelini (LUMSA), Prof.ssa F. Sfodera (Sapienza), G. Bulkaen (LUMSA), dott.ssa C. Ottolenghi (LUMSA), Dott. A. Morgante (LUMSA), Dott.ssa C. Palagonia (LUMSA), Prof.ssa A. D’Agostino (Parthenope), Dott.ssa C. Bartoli (Sapienza), Dott. N. Piccioni (Sapienza), dott.ssa V. Loliva (Hevolus Innovation), Dott. S. Franzini (WYTH-Amigdala).

(2021-24). “Smart Agrifood Business Model. Ecosistemi e fattori critici di successo per accrescere la competitività delle PMI innovative del Lazio”, Progetto di ricerca scientifica, Università LUMSA, cofinanziato dalla Regione Lazio “Contributi per la permanenza delle eccellenze nel mondo Accademico (Referente scientifico Prof.ssa Costanza Nosi).

(2017-20) “Defining market niche in tourism: a business perspective”. Gruppo di ricerca composto oltre che dal sottoscritto, da Francesca Magno (Università di Bergamo) e Fabio Cassia (Università di Verona). Coordinatore Prof. Alberto Mattiacci, Sapienza Università di Roma. *Ricerca in atto e working paper*.

La ricerca si prefigge di definire la concettualizzazione teorica della nicchia di mercato nel turismo vista nella prospettiva delle imprese della filiera turistica, esaminando le caratteristiche distintive delle imprese di nicchia considerate come il contesto competitivo delle micro e piccole imprese (O’dwyer, Gilmore & Carson, 2009), che svolgono un ruolo importante nell’offerta turistica.

(2016-19) “Competenze della forza vendita e successo di mercato: analisi esplorativa sul mercato italiano del vino”. Gruppo di ricerca composto oltre che dal sottoscritto, da Francesca Magno (Università di Bergamo) e Fabio Cassia (Università di Verona). Coordinatore Prof. Alberto Mattiacci, Sapienza Università di Roma. Nel 2019, la ricerca ha dato luogo a una pubblicazione su una rivista internazionale di fascia A.

La ricerca si è prefissata di ampliare la conoscenza sulla gestione delle vendite nel settore del vino nel mercato domestico, analizzando: a) le scelte operate dalle aziende con riferimento alla strutturazione della forza vendita per presidiare i vari canali in cui sono presenti (p.e. Ho.Re.Ca, GDO); b) le competenze di vendita, sia a livello di singolo venditore che di organizzazione di vendita.

(2016-18) “Nicchia e Turismo: un connubio naturale? Perimetri teorici e prospettive strategiche”. Responsabile scientifico Prof. Alberto Mattiacci, Sapienza Università di Roma, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale. La ricerca ha prodotto un paper presentato a un convegno nazionale nel 2018.

La ricerca si è prefissata di analizzare e confrontare le percezioni e gli specifici punti di vista dei principali attori della filiera turistica (ricettività, tour operator e agenzie di viaggi) in merito al mercato di nicchia, al fine di pervenire a una rappresentazione delle regole gestionali specifiche e delle tendenze evolutive.

(2013- 18) “Performance di marketing nel turismo”. Partecipazione al gruppo di ricerca composto da Francesca Magno (Università di Bergamo) e Fabio Cassia (Università di Verona). La collaborazione, avviata nel 2013, ha dato luogo alla partecipazioni a convegni e a pubblicazioni su riviste nazionali e internazionali anche di fascia A.

(2015-16) “Analisi di mercato e prospettive evolutive per la Vernaccia di S. Gimignano”. Coordinatore Prof. Alberto Mattiacci, Sapienza Università di Roma.

Il progetto si è prefissato di studiare il posizionamento di mercato della denominazione Toscana, la prima a essere riconosciuta formalmente in occasione del suo cinquantesimo anniversario. L’analisi puntava anche a definire traiettorie di sviluppo futuro.

(2011-13) “Le metriche di marketing nel turismo. Un’indagine esplorativa sui comportamenti manageriali delle imprese turistiche”. Referente scientifico Prof. Alberto Mattiacci. Nel 2013, la ricerca ha dato luogo a una pubblicazione su una rivista nazionale.

Le metriche di marketing assumono rilevanza crescente nei processi gestionali delle imprese sia in termini teorici che empirici. Il progetto

si prefigge di rappresentare, in chiave esplorativa estensiva, le tendenze in atto sull'uso delle metriche di marketing nel sistema di scelte delle imprese della filiera turistica.

(2008-2010) "Management by marketing metrics. Nuove idee per la gestione del business turistico". Università di Bergamo, Università di Roma Sapienza. Coordinatori Proff. Alberto Marino, Alberto Mattiacci.

La ricerca si è posta l'obiettivo di rappresentare, in chiave esplorativa, lo stato di applicazione delle metriche di marketing generali e *industry-specific* nel turismo, al fine di evincerne delle linee guida per il miglioramento dei processi gestionali delle aziende interessate.

PUBBLICAZIONI

(Ordine cronologico)

(2022) Bruni A., Nosi C., "Smart business models: an agrifood system perspective towards a sustainable competitiveness of SMEs", Electronic Conference Proceeding, "Sinergie-SIMA Management Conference", Boosting knowledge & trust for a sustainable business, 30 June – 1 July 2022 – Bocconi University of Milan (Italy), pp. 695-699 (ISBN 97888947136-0-2; DOI 10.7433/SRECP.EA.2022.01 (<https://www.sijmsima.it/previous-conferences/boosting-knowledge-trust-for-a-sustainable-business/>))

(2019) Mattiacci A., Bruni A., Magno F., Cassia F., "Sales Capabilities in the Wine Industry: An Analysis of the Current Scenario and Emerging Trends", *British Food Journal*, Vol. 121, N.12, pp. 3380-3395 (ISSN: 0007-070X); DOI: BFIJ-04-2019-0231, <https://doi.org/10.1108/BFIJ-04-2019-0231>

(2018) Mattiacci A., Bruni A., Magno F., Cassia F., Niche marketing: an exploration from the perspective of tourism business, Referred Electronic Conference Proceeding della "Sinergie-SIMA 2018 Conference", *Sinergie Italian Journal of management*, pp. 127-132 (ISBN: 97888943937-2-9; DOI: 10.7433/SRECP.EA.2018.22). <https://www.sijm.it/wp-content/uploads/2018/11/EXTENDED-ABSTRACT-VENEZIA-PARTE-I.pdf>

(2018) Magno F., Cassia F., Bruni A., "Please write a (great) online review for my hotel!". Guests' reactions to solicited reviews, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 24, N. 2, pp. 148 – 158 (ISSN: 1356-7667), (DOI: 10.1177/1356766717690574); <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1356766717690574>

(2017) Magno F., Cassia F., Bruni A., Adoption and impact of marketing performance assessment systems among travel agencies, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 29, n. 4, pp. 1133-1147 (ISSN:0959-6119), (DOI: 10.1108/IJCHM-07-2015-0328); www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/IJCHM-07-2015-0328

(2017) Bruni A., Cassia F., Magno F., Marketing performance measurement in hotels, travel agencies and tour operators: a study of current practices, *Current Issues in Tourism*, Vol. 20, N. 4, pp. 339-345, (ISSN: 1368-3500), (DOI: 10.1080/13683500.2014.982521); <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2014.982521>

(2016) Bruni A. (a cura di), *Casi di marketing* (vol. 12), Collana Best in Class - Giorgio Eminente (Master MUMM Sapienza), FrancoAngeli, Milano, pp. 1-164, ISBN 978-88-917-4082-3 (*Curatela volume*).

(2016) Bruni A., *Il sales manager: quali nuove sfide?*, (a cura di) Bruni A. (2016), *Casi di Marketing* (vol. 12), Collana Best in Class - Giorgio Eminente (Master MUMM Sapienza), FrancoAngeli, pp. XX -XXXI, ISBN 978-88-917-4082-3 (*Saggio in volume*).

(2015) Bruni A., *Metriche di marketing e management turistico. Teoria ed esperienze d'impresa*, Cedam (Wolters Kluwer Italia), pp. 1-285, ISBN 978-88-13-35236-3 – Collana di Studi e Ricerche del Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma) (*Monografia referata*).

(2015) Cassia F., Bruni A., Magno F., Heritage preservation: is it a motivation for agritourism entrepreneurship?, "Referred Electronic Conference Proceedings", XXVII Convegno Annuale di *Sinergie Italian Journal of Management*, "Heritage, Management e Impresa: quali sinergie?", Termoli, 9-10 luglio 2015, pp. 565-574 (ISBN: 97888907394-5-3; doi:10.7433/SRECP.2015.34).

(2014) Bruni A., *Brand e sostenibilità: un connubio inscindibile?*, in Nosi C. (a cura di), *Casi di Marketing* (vol. 10), Collana Best in Class - Giorgio Eminente (Master Universitario in Marketing Management), FrancoAngeli, pp. 163-174, ISBN: 9788891706867 (*Saggio in volume*).

(2014) Bruni A., *Il Forum 2013: Marca, Sostenibilità e Valore*, in Nosi C. (a cura di), *Casi di Marketing* (Vol. 10), Collana Best in Class - Giorgio Eminente (Master Universitario in Marketing Management) FrancoAngeli, pp. 157-212 (ISBN: 9788891706867) (*Curatela*).

(2013) Bruni A., *Eserciziario di Marketing* (formato digitale), in Mattiacci A., Pastore A. (2013), *Marketing. Il management orientato al*

mercato, Hoepli (<http://editore.hoepli.it/libri/marketing/mattiacci/esercizi.aspx>).

(2013) Bruni A., Le metriche di marketing nel turismo. Un'indagine esplorativa sui comportamenti manageriali delle imprese turistiche profit oriented, *Mercati e Competitività*, n. 2/2013, pp. 105-129, doi: 10.3280/MC2013-002006.

(2011) Bruni A., Le metriche di marketing nel turismo, *Quaderni CITTA*, Sapienza Università di Roma, n. 1, pp. 1- 29.

(2011) Bruni A., *Management by marketing metrics. Nuove idee per la gestione del business turistico*, Aisberg, Università degli Studi di Bergamo, pp. 1-254 (<http://hdl.handle.net/10446/845>) (Tesi di dottorato).

PRESENTAZIONI A CONVEGNI SCIENTIFICI

(2018) Mattiacci A., Bruni A., Magno F., Cassia F. (2018). Niche marketing: an exploration from the perspective of tourism businesses, Convegno Sinergie-SIMA 2018, Venezia, 14 -15 giugno 2018, ISBN 97888943937-2-9; DOI 10.7433/SRECP.EA.2018.22).

(2017) Mattiacci A., Bruni A., Magno F., Cassia F. , *Sales capabilities in the wine industry: current scenario and emerging issues*, XIV SIM Conference, Bergamo, 26-27 ottobre 2017, pp 1-8, (ISBN: 978-88-907662-9-9).

(2016) Bruni A. (a cura di), presentazione del XII Volume “Casi di Marketing” - Collana Best in Class Giorgio Eminente, MUMM Conference Day 2016 – “Marketing e Fiducia”, Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia, 20 maggio 2016.

(2015) Magno F., Cassia F., Bruni A., “Please write a (great) review on TripAdvisor for my hotel!”. Customers’ reaction to solicited reviews, 8° Convegno Internazionale, *Consumer Behavior in Tourism Symposium 2015* (CBTS 2015), Monaco (Germania), 2- 4 Dic. 2015.

(2015) Cassia F., Bruni A., Magno F., *Heritage preservation: is it a motivation for agritourism entrepreneurship?*, XXVII Convegno Annuale di Sinergie, Termoli, 9-10 Luglio (con proceeding).

(2014) Magno F., Bruni A., Cassia F., *Adoption and impact of marketing performance assessment systems among travel agencies in Italy*, 7° Convegno Internazionale, *Consumer Behavior in Tourism Symposium 2014* (CBTS 2014), Brunico (Italia), 3 - 6 Dicembre 2014.

(2013) Bruni A., Cassia F., Magno F., *Marketing performance measurement in hotels, travel agencies and tour operators: a study of current practices*, 6° Convegno Internazionale, *Consumer Behavior in Tourism Symposium* (CBTS 2013), Brunico (Italia), 4 - 7 Dic. 2013.

PREMI

(2014) *Best Conference Paper* in Tourism & Hospitality, offerto dall’*International Journal of Contemporary Hospitality Management*, per il paper dal titolo: “Adoption and impact of marketing performance assessment systems among travel agencies in Italy”, *Consumer Behavior in Tourism Symposium* (CBTS 2014), Brunico (BZ), 3-6 Dicembre 2014.

PARTECIPAZIONE ORGANIZZAZIONE CONVEGNI

(2016) MUMM Conference Day 2016 –“Marketing e Fiducia”, Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

(2015) MUMM Conference Day 2015 –“Innovare il prodotto, razionalizzare la gamma”, Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

(2014) Convegno internazionale “Consumer Insight News from Neurosciences” finanziato dall’Ateneo in collaborazione con BrainSigns, spin-off di Ateneo, Sapienza Università di Roma, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale.

(2014) Workshop tecnico-scientifico “Promozione del vino e del food italiani nei paesi terzi”, in collaborazione con Fondazione Qualivita, A&Elle Ass. e patrocinato da Società Italiana Marketing, Sapienza Università di Roma, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale.

(2014) MUMM Conference Day 2014 –“Competitività e Relazioni di Filiera”, Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

(2013) MUMM Conference Day 2013 –“Marca Sostenibilità e Valore”, Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

ALTRE ATTIVITA'

(2008- a oggi) Socio della SIM (Società Italiana di Marketing).

(2017- a oggi) Socio della SIMA (Società Italiana di Management).

(2017- a oggi) Socio della AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale).

(2011) Progettazione del corso “*Marketing metrics*” (nell’ambito dell’Area Formazione Manageriale - Marketing Management), attivato dalla primavera 2012, Luiss Business School, Roma.

(2005) Orientamento nel corso IFTS “Tecnico Superiore per la Mediazione Interculturale”, Enaip Lazio, Roma.

(2005) Orientamento per gli studenti del quarto e quinto anno, Istituto Tecnico per il Turismo, C. Colombo.

(2003) Consulenza per la società cooperativa *Apriti Sesamo* di Roma: redazione di un business plan per un’attività di ampliamento.

(2003) Consulenza presso lo sportello del *Comune di S.Marinella* (RM), assistenza alla stesura del *business plan* per l’utilizzo delle leggi di finanziamento agevolato.

(2003) Consulenza per l’agenzia di viaggi *Break Point Tour S.R.L.*: redazione di un piano di fattibilità (analisi economico-finanziaria e marketing plan) per l’ottenimento di finanziamenti agevolati, per l’ampliamento dell’agenzia di viaggi, nell’ambito della *legge 215/92* sull’imprenditorialità femminile.

(2002) Coordinatore nel corso di formazione professionale per “Esperti in pianificazione e gestione della finanza agevolata d’impresa”, durata 600 ore, presso Enaip Lazio, finanziato dalla Regione Lazio e co-finanziato dal FSE (mag.-dic. 2002).

(2002) Consulenza per la società cooperativa *Crescere Insieme*: redazione del piano di fattibilità (Analisi economico-finanziaria e marketing plan) per l’ottenimento di finanziamenti agevolati per la creazione di “Ludoteca e centro attivo per la famiglia”, *legge 215/92* sulla imprenditorialità femminile.

(Dal 2000 al 2002) Assistenza e orientamento all’autoimprenditoria nell’ambito della L.R. 29/96, BIC Lazio (Business Innovation Centre) Roma.

(2000-2001) Tutor per un’impresa universitaria, progetto “Imprese in Laboratorio”, IG Students, Università di Roma Sapienza.

(1998-2000) Progettazione dei seguenti corsi di formazione su incarico di EN.A.I.P Lazio.

- *Esperti in marketing e comunicazione d’impresa* (durata 350 ore), (POR Lazio, obiettivo 3, FSE).
- *Esperti in gestione ed organizzazione dell’impresa sociale* (durata 350 ore), (POR Lazio, obiettivo 3, FSE).
- *Esperto in pianificazione e gestione della finanza agevolata alle imprese* (durata 600 ore) (POR Lazio, obiettivo 3, FSE).
- *Donne Imprenditrici* (durata 350 ore) - (POR Lazio, obiettivo 3, FSE).
- *Tecnico di organizzazione e sistemi informativi aziendali* (durata 500 ore) (POR Lazio, obiettivo 3, FSE).
- H.A.C.C.P. (Igiene dei prodotti alimentari, D.Lvo 155/97) (durata 120 ore) (obiettivo 4, FSE).
- Corso di specializzazione *I.F.T.S* (Istruzione e Formazione Tecnica Superiore), per *Esperto in Controllo di gestione nella P.A.*, in collaborazione con la *Facoltà di Economia e Commercio*, Università della Tuscia, Viterbo (durata 1200 ore).

(1998) Formatore di *Marketing* nel corso di formazione regionale “Esperto in franchising finanziario”, finanziato dal FSE e dalla Regione Lazio.

LINGUE

- (2001) Corso di Inglese conseguito presso la *Birkbeck University of London* con livello 2B, riconosciuto dallo *Europe Council*, durata 4 settimane.

- (1996) Corso di Inglese presso il “*Richland College*” di Dallas (Texas), e conseguimento dell’Attestato ESL 2A (English as a Second Language) settembre - dicembre 1996.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 “Codice in materia di protezione dei dati personali” e successive modifiche.

Roma, 15 gennaio 2023