

## **Sergio Cherubini**

Laureato in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Roma e ha conseguito il Diploma in Business Administration of the International Teachers Program della Harvard Business School.

Attualmente è Professore di e-marketing presso la Facoltà di Economia della Università di Roma Tor Vergata, dove è stato (dal 1991) prima Associato e poi Ordinario di Marketing e anche Docente dei corsi in "Economia e gestione delle imprese di pubblici servizi", "Comunicazione delle istituzioni e delle imprese", "Marketing, Comunicazione, Media". Inoltre è stato Vice Preside della Facoltà.

Presso l'Università di Roma Tor Vergata è attualmente anche Presidente del Collegio dei Docenti del Master in Marketing e Management dello sport, Consigliere Scientifico e Docente del Master in Economia e gestione della Comunicazione e dei Media, Docente e Membro del consiglio di corso dei Master in Economia e Gestione Immobiliare, Economia e Management delle Attività turistiche e culturali, Customer Experience e Marketing Analytics, presso l'Università di Roma La Sapienza è Docente e Membro del Board d'indirizzo del Master in Marketing Management; presso l'Università Lumsa di Roma è Docente e Membro del consiglio di corso del Master in Marketing e Organizzazione degli Eventi ed inoltre Professore a contratto del Corso di marketing nell'ambito del Corso di laurea in Economia aziendale e bancaria.

Nel 1982/83/84 Adjunct Professor presso The American University di Washington, D.C. nel "Rome M.B.A." (Master on Business Administration), titolare dei corsi "Marketing Management" e "International Marketing" e co-docente nel corso "Management of Enterprise"

Relatore in numerosi convegni e seminari nazionali e internazionali e Organizzatore di numerosi Convegni, anche internazionali. Membro del Comitato Scientifico della Rivista MK – Rivista ufficiale dell'Associazione Bancaria Italiana.

In passato è stato Dirigente Responsabile dei programmi di formazione manageriale per i dirigenti del Gruppo IRI e ha insegnato nei più importanti centri di formazione italiani in corsi per Quadri e Dirigenti aziendali.

Dal 1984 al 1994 è stato partner della Eminente & Cherubini s.a.s., società di consulenza direzionale nel campo delle strategie, dell'organizzazione e del marketing.

Dal 1994 al 2001 Direttore e Consigliere Delegato di Iri Management - Formazione e Aggiornamento.

Nell'ambito delle numerose collaborazioni con molte delle più importanti imprese ed istituzioni italiane ha avuto significative esperienze con imprese di telecomunicazioni, bancarie ed assicurative, aeroportuali, autostradali, automobilistiche, cantieristiche e nautiche, sportive, di entertainment, di servizi pubblici ed altro.

E' autore di numerosi articoli e libri su temi di marketing, strategie aziendali e organizzazione. Complessivamente ha venduto oltre 70 mila copie di libri tra cui Marketing in Italia. Per la Competitività e la Customer Experience (con G. Eminente), Marketing dei servizi, Marketing sportivo, Marketing<sup>Cube</sup>, Mobile Marketing&Communication (con S. Pattuglia), Social Media Marketing, (con S. Pattuglia), Coo-petition. Cooperazione e competizione nella comunicazione e nei media (con S. Pattuglia), Management della sostenibilità sociale (con R. Magrini), Marketing Audit, Settore industriale e Strategie aziendali.

