

CURRICULUM VITAE ET STUDIORUM DI ENRICO BONETTI

PERCORSO UNIVERSITARIO

- 2014-oggi **Professore Ordinario** per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli
- 2013 **Abilitazione Scientifica Nazionale**, conseguita per la Prima Fascia, per il Settore Concorsuale 13/B2 Economia e Gestione delle Imprese con validità a decorrere dal 23/12/2013.
- 2009-2014 **Professore Associato confermato** per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli
- 2006-2009 **Professore Associato** per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli.
- 2005-2006 **Ricercatore Universitario** per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli.
- 1999-2002 **Assegno di Ricerca** di durata triennale presso la Facoltà di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli, nell'ambito della ricerca "Ricercatore e/o manager nel settore turismo, spettacolo e beni culturali", sottoprogramma (A) "I sistemi complessi di offerta", tutor prof. R. Cercola.
- 1995-1998 **Dottorato di Ricerca** in "Dottrine economico-aziendali e governo dell'impresa" (X ciclo) di durata triennale - sede amministrativa Facoltà di Economia dell'Istituto Universitario Navale di Napoli. Tesi: "*La gestione del cambiamento nella produzione dei servizi*", tutor prof. F. Testa.
- 1989 **Laurea in Economia e Commercio** (indirizzo economico-aziendale) presso l'Università degli Studi di Napoli "Federico II". Tesi in Tecnica Industriale e Commerciale: "*Il sistema informativo di back office nella grande distribuzione: il caso Standa*" relatore prof. L. Sicca. Voto 110/110.

ATTIVITA' DIDATTICA ACCADEMICA

- Ad oggi Titolare degli insegnamenti di **Marketing** al corso di Laurea in Economia Aziendale e di **Marketing dei Servizi** al corso di Laurea Magistrale in Economia e Management del Dipartimento di Economia della Seconda Università di Napoli.
- Dal 2005 E' stato titolare degli insegnamenti di **Marketing Territoriale** e di **Economia e Gestione delle Imprese di Servizi** al corso di Laurea in Economia e Commercio, **Marketing delle Istituzioni Pubbliche e delle Organizzazioni No-Profit** al corso di Laurea in Economia Aziendale,

Marketing Strategico e di *Ricerche di Marketing* al corso di Laurea Specialistica in Economia e Management, *Marketing dei Sistemi Territoriali Complessi* al corso di Laurea Specialistica in Finanza per i Mercati, *Comunicazione di Marketing* al corso di Laurea Magistrale in Economia e Management della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli.

- 2012-oggi **Adjunct Professor** presso l'University "Vitez", Travnik, Bosnia Erzegovina, titolare della cattedra di **Service Management**.
- 2002-2005 **Professore a contratto** di **Economia e Gestione delle Imprese di Servizi** al corso di Laurea in Economia e Commercio della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli.
- 1998-1999 **Professore a contratto** di **Marketing** al corso di Diploma Universitario della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli.
- 1995-2005 **Cultore della materia** presso la cattedra di **Marketing** della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II", prof. R. Cercola.
- 1995-2005 **Cultore della materia** presso la cattedra di **Marketing** della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli con il prof. R. Cercola.
- 1994-1995 **Cultore della materia** presso la cattedra di **Marketing turistico** del diploma di laurea in Scienze Turistiche dell'Università degli Studi di Benevento, prof. P. Celentani.
- 1992-1994 **Cultore della materia** presso la cattedra di **Economia delle Aziende Industriali** della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Salerno, prof. P. Celentani.

ALTRE ATTIVITA' ACCADEMICHE

ATTIVITÀ RELATIVE AI DOTTORATI DI RICERCA

- 2007-oggi: Membro del Collegio dei Docenti del Dottorato di Ricerca in "Imprenditorialità e Innovazione" del Dipartimento di Economia della Seconda Università di Napoli.
- 2014: Componente della Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca in Marketing e Comunicazione dell'Università degli Studi di Salerno 11° e 12° ciclo.
- 2014: Componente della Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca in Dottrine Economico Aziendali e Governo dell'Impresa della Università degli Studi di Napoli "Parthenope" 25° e 26° ciclo.
- 2011: Componente della Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca (Doctor Europeus) in Imprenditorialità e Innovazione della Seconda Università di Napoli 23° e 24° ciclo.
- 2009: Componente della Commissione esaminatrice per l'ammissione al 25° ciclo del corso di Dottorato di Ricerca in Imprenditorialità e Innovazione della Seconda Università di Napoli.

2007: Componente della Commissione esaminatrice per l'ammissione al 23° ciclo del corso di Dottorato di Ricerca in Imprenditorialità e Innovazione della Seconda Università di Napoli.

ATTIVITÀ SVOLTE NELLA FACOLTA'/ATENEIO DI APPARTENENZA

2009-oggi Presidente della Commissione Orientamento della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli.

2009-oggi: Componente della Commissione Tecnica del Centro di Servizio di Ateneo per la Comunicazione della Seconda Università di Napoli.

2009-oggi: Presidente della Commissione per la gestione del sito web della Facoltà di Economia.

2006-oggi: Componente della Commissione Giudicatrice di Facoltà per l'assegnazione delle borse di studio del programma di mobilità "Erasmus".

2006-2009: Componente del Consiglio Scientifico del Master di I livello "AGeR - Rappresentazione del Territorio e Gestione del Patrimonio Immobiliare ed Ambientale" delle Facoltà di Architettura e di Economia della Seconda Università di Napoli.

2009: Presidente della Commissione di Facoltà per l'assegnazione dei contratti per lo svolgimento delle attività di tutorato ed orientamento in uscita.

2007: Presidente, nominato dalla Facoltà, della Commissione di Esami di Stato per l'abilitazione all'esercizio della professione di Ragioniere e Perito Commerciale.

ATTIVITÀ SVOLTE IN ALTRI ATENEI/SOCIETÀ SCIENTIFICHE

2008-oggi: Membro del Comitato Scientifico del Premio Marketing per l'Università della Società Italiana Marketing.

2012-oggi: Responsabile scientifico dell'area "Service Management" del CIRCLE International (College for International Retailing, Consumerism, Leisure & Entrepreneurship), rete di ricerca e formazione tra oltre 80 università da tutto il mondo.

2012-oggi: Coordinatore della sezione "Place marketing" della SIM – Società Italiana Marketing.

2012 –oggi: Componente del Consiglio Didattico Scientifico del MUMM - Master di I livello in Marketing Management dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza.

2006 –2007: Componente del Teaching Committee del MUMM - Master di I livello in Marketing Management dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza.

2001-2008 Componente del gruppo di lavoro del Premio Marketing (prima Philip Morris ora Società Italiana di Marketing). Effettuazione di lezioni per la presentazione del caso presso numerosi atenei italiani (Milano-Bocconi, LIUC-Castellanza, Venezia, Pisa, Parma, Cosenza, etc.).

2012-2013: Socio Euram European Academy of Management

2009-oggi: Socio AIDEA – Accademia Italiana di Economia Aziendale.

2006-oggi: Socio della SIM – Società Italiana Marketing.

PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI DI RIVISTE, COLLANE EDITORIALI E TRATTATI

Membro del comitato editoriale del International Journal of Management Cases.

Membro del comitato editoriale del International Journal of Sales, Marketing and Retailing.

Membro del comitato editoriale della rivista Mercati&Competitività.

Membro del comitato scientifico della collana editoriale “Best in class” Giorgio Eminente.

ATTIVITA' DI REFEREE

Svolge attività di referaggio per le seguenti riviste/collane scientifiche/convegni di ambito aziendale, nazionali ed internazionali:

- Finanza, Marketing e Produzione;
- Journal of Management Governance;
- Journal of Euromarketing;
- Mercati&Competitività;
- Euram;
- International Marketing Trends Conference;
- Thought Leaders in Brand Management;
- Quaderni CITTA Università di Roma "La Sapienza.

ALTRE ATTIVITA' DIDATTICHE-ACCADEMICHE (MASTER)

2012-oggi **University “Vitez”, Travnik, Bosnia Erzegovina** - International Business Administration Program (MBA); componente della faculty e responsabile del modulo di *Service Management*.

2012-oggi **Università degli Studi di Cassino** – Master Universitario di I Livello in Marketing & Retail: Docente di *Strumenti e tecniche di analisi di mercato*.

2007-oggi **Università degli Studi di Roma “La Sapienza”** – Master Universitario in Marketing Management: Docente di *Segmentazione e Posizionamento*.

2003-oggi **Università degli Studi di Napoli “Federico II”** – Master Universitario in Service Management: Docente di *Marketing dei servizi*.

2013 **Università degli Studi di Catania** – eMMMe Master Universitario di I livello in Marketing Management: Docente di *Politiche di prodotto*.

2009 **Università degli Studi di Foggia** – Master in Business Administration: Docente di *Marketing Management e Sistemi di Ricerche di Mercato*.

2007-2009 **Università degli Studi di Salerno** - Master Universitario di II livello in General Management della Pubblica Amministrazione: Docente di *Marketing Territoriale e Marketing Turistico*.

2006 **Seconda Università degli Studi di Napoli** - Master Universitario di I livello di Rappresentazione del Territorio e Gestione del Patrimonio Immobiliare e Ambientale (organizzato dalle Facoltà di Architettura ed Economia): Docente di *Marketing Territoriale e Marketing Turistico*.

- 2005 **Seconda Università degli Studi di Napoli** – Master in Programmazione, Organizzazione e Gestione nella Sanità (organizzato dalle Facoltà di Medicina ed Economia): Docente di *Economia e Gestione delle Imprese di Servizi*.
- 2004 **Università degli Studi di Macerata** – Master Universitario in Economia e Gestione dei Beni Culturali: Docente di *Marketing dei beni culturali*.
- 2003 **Università degli Studi di Roma “La Sapienza”** – Master Universitario in Marketing Management: Docente di *Marketing dell’innovazione*.
- 2001-2002 **Seconda Università degli Studi di Napoli e Intesa BCI** – Master in Marketing Relazionale per le Banche: Componente del comitato di progettazione e coordinamento, Responsabile dei project work. Docente di *Marketing*.
- 2001 **Università degli Studi del Molise** – Master in E-Business: Docente di *Internet Marketing*.
- 1994 **Università degli Studi di Napoli “Federico II”**, Dipartimento di Teoria e Storia dell’Economia Pubblica - Master in Economia e Gestione delle Piccole Imprese. Docente di *Marketing*.

ATTIVITA’ DI RICERCA

PROGETTI DI RICERCA SVOLTI IN AMBITO ACCADEMICO

- 2013-oggi: *Ricerca scientifica e competitività. Varietà delle forme di impresa, sistemi di supporto e dimensioni di performance*. Programma di Ricerca di Interesse Nazionale promosso dal MIUR, coordinatore nazionale prof.ssa F. Visintin (Università di Udine). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2007-2010: *TA CAMP Il Tessile/Abbigliamento Campano tra internazionalizzazione e tradizione*. Progetto coordinato dal CUEIM (Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale) nell’ambito di un Accordo di Programma tra MIUR e Regione Campania, nel VI Programma Quadro dell’Unione Europea, coordinatore prof. G.M. Golinelli (Università di Roma “La Sapienza”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2009-2010 *Il posizionamento competitivo atteso per il comparto vitivinicolo della regione Campania ed il modello organizzativo-gestionale per l’enoteca regionale*, ricerca commissionata dalla regione Campania – Assessorato all’Agricoltura, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Responsabile operativo.
- 2009-2010 *Definizione del piano di comunicazione per il consolidamento della filiera vitivinicola campana e progettazione del modello di partecipazione delle imprese agli eventi fieristici*, ricerca commissionata dalla regione Campania – Assessorato all’Agricoltura, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Responsabile operativo.
- 2009 *Analisi socio-economica del territorio e individuazione delle linee guida da impiegare nella definizione delle scelte strategiche territoriali*. Ricerca condotta dalla Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli, commissionata dal Comune di Capua, coordinatore prof. V. Maggioni. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.

- 2008 ***Il turismo business in Campania. Individuazione del key player.*** Ricerca condotta dal CUEIM (Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale), commissionata da Unicredit Group, coordinatore prof.ssa C.M. Golinelli. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2005-2007 ***Modello per la valutazione (ex ante/ex post) degli eventi a livello socio-economico, gestionale, territoriale,*** Progetto di Ricerca di Interesse Nazionale MURST, coordinatore nazionale prof. S. Cherubini (Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2007 ***Il ruolo delle Destination Management Organizations nello sviluppo turistico di un'area.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 2006 ***Le dinamiche sistemiche nel turismo.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 2004 ***Marketing turistico e territoriale: modelli, casi e implicazioni manageriali,*** ricerca del CUEIM per IBM, coordinatori dai proff. Alberto Pastore (Università degli Studi di Roma “La Sapienza”) e C.M. Golinelli (Università degli Studi di Napoli “Parthenope”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2003-2004 ***Profili di sviluppo delle politiche di rilancio dei consumi in Italia. Il ruolo del turismo,*** ricerca CERMES- Università “Bocconi” per INDICOD, coordinatori proff. R. Ravazzoni (Università degli Studi di Parma) e C.M. Golinelli (Università degli Studi di Napoli “Parthenope”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2003-2004 ***Nuove tecnologie e modelli di e-business per le Piccole e Medie Imprese nel campo dell'ICT,*** ricerca del CUEIM per IBM, coordinatore prof. E. Massaroni (Università degli Studi di Roma “La Sapienza”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2003 ***Il business congressuale: formule strategiche e tendenze di mercato. prospettive per la città di Napoli,*** ricerca del CUEIM per la Mostra d'Oltremare, coordinatore prof. C.M. Golinelli (Università degli Studi di Napoli “Parthenope”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2003 ***La valorizzazione economica della conoscenza scientifica e tecnologica attraverso la creazione di impresa.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2001 ***Il ruolo dell'information technology per il marketing dei sistemi di offerta turistica.*** Progetto Giovani Ricercatori del Dipartimento di Strategie Aziendali della Seconda Università di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 2001 ***Marketing turistico e marketing territoriale: relazioni concettuali e prassi gestionali.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.

- 2000 ***Metodologie di analisi dei processi di cambiamento nelle imprese di servizi.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1998-1999 ***Nuove prospettive per il marketing territoriale e per il marketing turistico. Riferimenti concettuali ed evidenze empiriche.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1997-1998 ***Analisi dell'evoluzione qualitativa della domanda e dell'offerta dei prodotti dell'ospitalità in Italia. La dimensione del confronto competitivo,*** finanziata dal fondo MURST 40%, coordinatore prof. M. Rispoli (Università di Venezia "Ca' Foscari"). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1995-1996 ***I nuovi strumenti strategici ed organizzativi nelle imprese di servizi.*** Progetto di ricerca svolto nell'ambito delle attività di preparazione del convegno e del numero speciale di Sinergie dal titolo "Service management ed economia neo-industriale", coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1994-1995 ***Il cambiamento nel settore dei servizi finanziari.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.

PROGETTI DI RICERCA SVOLTI IN AMBITO EXTRA-ACCADEMICO

- 2010-2012: ***Ridare vita a Pompei: un progetto di sviluppo sostenibile per l'area vesuviana,*** commissionata da Unione Industriali di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola (Seconda Università di Napoli). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2007-2008: ***Il piano di marketing turistico del Comune di Napoli,*** commissionata dal Servizio Marketing Territoriale del Comune di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 2007 ***Strategie di sviluppo per il sistema fieristico della Regione Campania,*** commissionata da E.F.I. (Ente Funzionale per l'Innovazione e lo Sviluppo Regionale). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2005 ***Analisi dei modelli di agenzia di sviluppo turistico,*** commissionata dal Comune di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola (Seconda Università di Napoli). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2004 ***Analisi delle opportunità in ottica di marketing territoriale,*** commissionata dal Servizio Marketing Territoriale del Comune di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 1996 ***Il rilancio di aree territoriali, attraverso imprese turistiche operanti in business eco-compatibili nei parchi protetti,*** finanziata dalla Società per l'Imprenditorialità Giovanile e coordinata dal WWF Italia. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.

- 1995 *Le analisi a sostegno della creazione di un Sistema Locale di Offerta Turistica* (SLOT), commissionata dalla Società per l'Imprenditorialità Giovanile. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1995 *L'analisi delle potenzialità turistiche del Comune e dei bisogni dei target attuali e potenziali*, commissionata dal Comune di Salerno, coordinatore dal prof. R. Cercola (Seconda Università di Napoli). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1994 *La customer satisfaction rispetto ai servizi bancari ed assicurativi*, commissionata da CGIL-Fisac, coordinatori proff. R. Cercola (Seconda Università di Napoli) e P. De Vita (Università degli Studi del Molise). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1993 *Analisi dei bisogni e comparazione fra modelli comportamentali dei giovani nei confronti delle ferrovie in Europa* (Italia, Francia, Spagna, Germania, Inghilterra), commissionata da Ferrovie dello Stato, coordinatori proff. R. Cercola (Seconda Università di Napoli) e F. Testa (Università del Molise). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.

RELAZIONI A CONVEGNI

- 2016 “*The role of large ports in the development of local economic clusters*”, XIII Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Napoli.
- 2015 “*Are traditional food products valuable? David vs. Goliath: evaluating performance of media strategies for Italian food excellence*”, XII Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Szczecin, Polonia.
- 2015 “*Place marketing in the policy makers perspective: testing a holistic model to unfold the state of the art*”, XII Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Szczecin, Polonia.
- 2014 “*Gli strumenti di marketing territoriale per gli investimenti high tech. Tra attrazione e radicamento*”, XI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Modena.
- 2014 “*Attracting R&D foreign direct investments: an interpretative model for the policy maker agenda*”, XI Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Manchester, Regno Unito.
- 2014 “*Communication strategies for Italian food excellence*”, XI Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Manchester, Regno Unito.
- 2013 “*Influenzati ed influenzatori. Le relazioni di dipendenza reciproca tra territori, prodotti tipici ed eventi*”, X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Milano.
- 2013 “*Strategic group definition in the fashion industry*”, X Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Viana do Castelo, Portogallo.
- 2011 “*Una tassonomia dei raggruppamenti strategici in un sistema moda regionale di successo*”, convegno “Il Tessile Abbigliamento campano tra Internazionalizzazione e Tradizione: i risultati del progetto TA CAMP”,

- organizzato dal CUEIM, presso l'Università degli Studi di Napoli "Parthenope", Napoli.
- 2011 "Combining top-down and bottom-up approach: the morphing characteristics of territorial governance", XI European Academy of Management-EURAM –Management Culture in the 21th Century, Tallinn, Estonia.
- 2011 "*Il turismo come risorsa*", convegno "Il contributo del turismo allo sviluppo del territorio", organizzato da Camera di Commercio di Caserta, Caserta.
- 2010 "*Key success factors in place branding. Lessons from a joint analysis of location brands, tourism destination brands and place of origin brands*", VI International Conference "Thought Leaders in Brand Management", Università della Svizzera Italiana, Lugano.
- 2010 "*Collaborazione e competizione nelle strategie di sviluppo territoriale*", convegno "Negoziatori di dialogo sociale" organizzato da Università di Foggia e IAL-CISL, Foggia.
- 2009 "*New kids in town. Cultural festival and the renewal of cities: the role of network orchestrator*", IX European Academy of Management-EURAM – Renaissance and Renewal in Management Studies, Liverpool.
- 2008 "*The strong ties of cultural organisations. Event networks and local development in a tale of three festivals*", II Workshop of Arts, Culture & Management in Europe - Which Governance for Non-Profit Arts and Cultural Organizations in Europe, Bordeaux, organizzata da Bordeaux Management School.
- 2008 *La valutazione degli eventi nell'ambito delle strategie di marketing territoriale*, convegno "Il valore degli eventi. Come selezionarli e valutarli in una logica socio-economica e gestionale", Università LUMSA, Roma.
- 2005 "*Criticità e fattori di successo nella creazione delle offerte turistiche*", convegno "Il territorio come risorsa" organizzato dal Comune di Capua.
- 2004 "*Network creation paths: the role of sport, cultural and tourist events as triggering factors*", convegno "Networking & partnerships in destination development & management" organizzato da ATLAS –Association for Tourism and Leisure Education, IRAT-Istituto di Ricerche sulle Attività Terziarie del CNR, Università degli Studi di Napoli "Parthenope".
- 2001 "*Le relazioni tra marketing turistico e marketing territoriale in una logica di sviluppo d'area*", convegno "La gestione dei sistemi complessi" organizzato dall'Università degli Studi di Napoli "Federico II" – Polo delle Scienze e delle Tecnologie.
- 2000 "*L'evoluzione del business dei servizi e le risposte delle aziende*", convegno "Efficacia ed efficienza nella produzione dei servizi" organizzato dall'Università degli Studi di Napoli "Federico II" – Polo delle Scienze e delle Tecnologie.

ATTIVITA' DIDATTICA EXTRA ACCADEMICA

- **LUISS Business School** – Roma. Docente di Marketing e di Marketing dei Servizi nel Master in Marketing e Comunicazione, nel corso Marketing Management ed in diversi corsi executive rivolti al management di aziende clienti.
- **STOA'** (Istituto per la Direzione e Gestione di Impresa) - Ercolano (NA). Docente di **Marketing** al corso Master in Business Administration (accreditato ASFOR) ed a corsi di formazione manageriale organizzati per conto di aziende pubbliche e private.
- **SDOA** (Scuola di Direzione e Organizzazione Aziendale) - Salerno. Docente di **Marketing turistico** ai corsi di formazione per aspiranti imprenditori del Sistema Locale di Offerta Turistica di Salerno.
- **ISTUD** (Istituto di Studi Direzionali) - Stresa (VB). Docente di **Marketing dei servizi** al corso Master in Marketing Management.
- **SPEGEA** (Scuola di Perfezionamento in Gestione Aziendale) - Bari. Docente di **Marketing dei servizi** al corso Master in Management e Sviluppo Imprenditoriale.
- **I.C.E.** (Istituto per il Commercio Estero) – **CERISDI** . Docente di **Comunicazione**, di **Marketing turistico e territoriale** al corso di Marketing Territoriale per dirigenti e funzionari di enti pubblici della Regione Sicilia.
- **I.F.A.** (Istituto per la Formazione professionale Assicurativa) - **Seconda Università di Napoli**. Docente di **Marketing dei servizi** al corso Master in gestione delle imprese assicurative.
- Ha svolto attività di ricerca, progettazione e docenza nelle aree del **Marketing**, del **Marketing dei servizi**, del **Marketing turistico**, del **Marketing industriale**, in corsi e seminari a:
 - Dirigenti e funzionari di aziende della grande distribuzione (Standa, Rinascente), aziende pubbliche (INPS, ENEL, ACEA), compagnie assicurative (Sara Assicurazioni, Lloyd Adriatico, FIRS), internet service provider (Kyneste)
 - Liberi Professionisti (Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Napoli)
 - Operatori per lo sviluppo locale (Formez)
 - Formatori, assistenti allo sviluppo di nuove imprese, ricercatori di mercato (Assefor - Camera di Commercio di Napoli, Cesvitec)
 - Aspiranti imprenditori nel settore turistico (Società per l'Imprenditorialità Giovanile - WWF)
 - Giovani da orientare al lavoro autonomo ed imprenditoriale (Ministero della Pubblica Istruzione)

PUBBLICAZIONI

1. CERCOLA R., BONETTI E. (2017) *Il discorso del metodo. Il processo di marketing come fil rouge tra passato, presente e futuro*, in Mattiacci A., Ceccotti F. (a cura di) "Non c'è più il marketing di una volta. Scritti in ricordo di Gennaro Cuomo", Cedam, Padova.
2. MATTIACCI A., SIMONI M., BONETTI E. (2016) *Prodotti tradizionali e nuovi media. Strategie di comunicazione digitale dei prodotti a denominazione di origine*, in Napolitano M.R., Marino V. (a cura di) "Cultural heritage e made in Italy. Casi ed esperienze di marketing internazionale", Editoriale Scientifica, Napoli.

3. MASIELLO B., IZZO F., BONETTI E., FEDELE R. (2016). *Place Marketing in The Policy Makers Perspective. Testing A Holistic Model To Unfold The State Of The Art*, in “International Journal of Business and Globalisation”, vol. 17, n. 3.
4. BONETTI E., MASIELLO B. (2014) *Attracting R&D foreign direct investment through an evolutionary model of place marketing. The case of Ireland*, in “International Journal of Management Cases”, vol. 16, n. 4.
5. BONETTI E., SCHIAVONE F. (2014) *Identifying and mapping strategic groups in the fashion industry*, in “International Studies of Management and Organisation”, vol. 44, n. 1.
6. BONETTI E., (2014) *Service marketing*, in Mattiacci A., Pastore A. “Marketing”, Ulrico Hoepli, Milano.
7. BONETTI E., SIMONI M., CERCOLA R. (2014) *Creative tourism and cultural heritage: a new perspective*, in Aiello L. (a cura di) “Handbook of reseach on marketing of cultural products: e-relationship marketing and accessibility perspectives”, IGI Global, Londra.
8. BONETTI E. (2014) *Strategic groups in the fashion industry*, in “International Journal of Business and Globalisation”, vol. 13, n. 2.
9. BONETTI E., MASIELLO B. (2012) *Building, managing and promoting place brands*, in “Finanza, Marketing e Produzione”, vol. XXIX, n. 4.
10. IZZO F., BONETTI E., MASIELLO B. (2012) *The Strong Ties of Cultural Organisations Event Networks and Local Development in a Tale of three Festivals*, in “Event Management”, vol. 16, n. 3.
11. BONETTI E., SIMONI M. (2012) *Designing destination offering. Different approaches in leisure and business tourism*, in Morvillo A. (a cura di) “Advances in tourism studies”, McGraw-Hill, Milano.
12. ZEITHAML V.A., BITNER M.J., GREMLER D.D., BONETTI E., (2012) *Marketing dei servizi*, McGraw-Hill, Milano.
13. CERCOLA R., BONETTI E., SIMONI M. (2012) *Pompei e il turismo culturale*, in AA.VV. “Ridare vita a Pompei: un progetto di sviluppo sostenibile per l’area vesuviana”, Centro Studi Unione Industriali di Napoli.
14. CERCOLA R., SIMONI M., BONETTI E. (2012) *La strategia per lo sviluppo turistico dell’area intorno a Pompei*, in AA.VV. “Ridare vita a Pompei: un progetto di sviluppo sostenibile per l’area vesuviana”, Centro Studi Unione Industriali di Napoli.
15. BONETTI E. (a cura di) (2012), *Casi di marketing. Vol. 8*, Franco Angeli, Milano.
16. BONETTI E., MASIELLO B. (2011), *Marketing strategies and tools to attract R&D foreign direct investment in high-tech clusters*, in “Journal of Euromarketing”, n. 20.
17. BONETTI E. (2011), *Capacità relazionali e competenze tecnologiche come veicolo per l’innovazione continua: il caso Jaked*, in Izzo F. (a cura di) “Reti per l’innovazione”, McGraw-Hill, Milano.
18. BONETTI E., ESPOSITO DE FALCO S., SIMONI M. (2011), *Dotazione strutturale e processi di internazionalizzazione delle imprese del Tessile-Abbigliamento campano*, in “Sinergie - Rapporti di Ricerca”, n. 32, “Il Tessile-Abbigliamento Campano tra Internazionalizzazione e Tradizione.
19. CERCOLA R., BONETTI E. (2011), *Le imprese del Tessile-Abbigliamento campano: presupposti per una classificazione in chiave di marketing*, in “Sinergie - Rapporti di Ricerca”, n. 32, “Il Tessile-Abbigliamento Campano tra Internazionalizzazione e Tradizione.
20. CERCOLA R., IZZO F., BONETTI E. (2010), *Eventi e strategie di marketing territoriale. I network, gli attori e le dinamiche relazionali*, Franco Angeli, Milano.

21. BONETTI E., MASIELLO B. (2010), *Key success factors in place branding. Lessons from a joint analysis of location brands, tourism destination brands and place of origin brands*, in atti della VI International Conference “Thought Leaders in Brand Management”, Università della Svizzera Italiana, Lugano.
22. CHERUBINI S., BONETTI E., IASEVOLI G., RESCINITI R. (2009), *Il valore degli eventi*, Franco Angeli, Milano.
23. CERCOLA R., BONETTI E., SIMONI M. (2009), *Marketing e strategie territoriali*, Egea, Milano.
24. BONETTI E. (2008), *La dimensione di prodotto dell’offerta turistico-culturale*, in Golinelli C.M., “La valorizzazione del patrimonio culturale. Verso la definizione di un modello di governance. Cultura, impresa e territorio”, Giuffrè, Milano.
25. BONETTI E., PETRILLO C.S., SIMONI M. (2008), *I piani di analisi dei percorsi di sviluppo turistico di un’area*, in Morvillo A., Petrillo C.S., (a cura di) “Sviluppo del territorio: identità e integrazione”, Guida, Napoli.
26. ZEITHAML V.A., BITNER M.J., GREMLER D.D. (2007), *Marketing dei servizi*, cura e adattamento dell’edizione italiana con redazione di testo e casi originali, McGraw-Hill, Milano.
27. BONETTI E., PETRILLO C.S., SIMONI M. (2006), *Tourism system dynamics: a multi-level destination approach*, in Lazzeretti L., Petrillo C.S., (a cura di) “Tourism Local Systems and Networking”, collana “Advances in Tourism Management”, Elsevier, Oxford.
28. PASTORE A., BONETTI E. (2006), *Il brand management del territorio*, in “Sinergie - Rapporti di Ricerca”, n. 23, “Nuove tecnologie e modelli di e-business per le piccole e medie imprese nel campo dell’ICT”, vol. II “Le marche collettive per il territorio ed i cluster di imprese. Modelli, casi e strategie di sviluppo competitivo”.
29. BONETTI E., SIMONI M. (2006), *Il caso Emilia-Romagna*, in “Sinergie - Rapporti di Ricerca”, n. 23, “Nuove tecnologie e modelli di e-business per le piccole e medie imprese nel campo dell’ICT”, vol. II “Le marche collettive per il territorio ed i cluster di imprese. Modelli, casi e strategie di sviluppo competitivo”.
30. BONETTI E., SIMONI M. (2005), *L’integrazione tra marketing turistico e marketing territoriale come leva per lo sviluppo economico dei sistemi d’area*, in “Sinergie”, n. 66, Gennaio-Aprile.
31. BONETTI E. (2004), *Consumatore e servizi. Un modello di marketing a rete*, Cedam, Padova.
32. BONETTI E., SIMONI M. (2004), *Network creation paths: the role of sport, cultural and tourist events as triggering factors*, in Swarbrooke J., Petrillo C.S. (a cura di), “Proceedings of the 12th Atlas International Conference, “Networking & Partnerships in Destination Development & Management”, Irat-Cnr, Albano, Napoli.
33. BONETTI E. (2004), *The effectiveness of meta-brands in the typical product industry: mozzarella cheese*, in “British Food Journal”, Vol. 106, n. 10/11.
34. BONETTI E. (2004), *Il marketing che fa volontariato- Il Cause Related marketing: un punto d’incontro tra etica e business?*, in “New Marketing”, n. 9.
35. ZEITHAML V.A., BITNER M.J. (2002), *Il marketing dei servizi*, cura e adattamento dell’edizione italiana con redazione di testo e casi originali, McGraw-Hill, Milano.
36. BONETTI E. (2001), *Il ruolo delle nuove tecnologie nei processi di marketing territoriale*, in Pugliese C. (a cura di) “Governo del territorio e sviluppo turistico: innovazioni manageriali, aspetti giuridici ed economici”, Quaderni IRAT-CNR, Napoli.
37. CERCOLA R., BONETTI E. (1999), *Il cambiamento nella produzione dei servizi*, Etaslibri, Milano.

38. BONETTI E. (1998), *Strategie di marketing per le banche nel settore del credito al consumo*, quaderni della Fondazione Tercas-Crei, Cassa di Risparmio di Teramo.
39. CERCOLA R., BONETTI E. (1997), *La customer satisfaction degli artigiani rispetto ai servizi bancari e assicurativi in Campania*, in Quaderni di Ricerca Ires Campania, n. 1.
40. BONETTI E., FURNARI G. (1996), *La gestione del cambiamento guidata dal cliente*, in "Sinergie", n. 40, maggio-agosto.
41. BONETTI E. (1996), *Lancio di nuovi prodotti*, in Mele R., Parente R., Pellicano M., "Esercizi e casi di economia e gestione delle imprese", Cedam, Padova.
42. BONETTI E., (1996) *Customer partners of the insurance enterprise*, in Cercola R., Coletti M., "The customer driven company - Actors, procedures and strategies for the management to changes", Merlin Books, Londra.
43. BONETTI E. (1996), *Los clientes socios de las entidades aseguradoras*, in Cercola R., Coletti M., "La empresa que asegura a sus clientes", Editorial Mapfre, Madrid.
44. BONETTI E. (1995), *I clienti partner delle imprese assicurative*, in Cercola R., Coletti M., "L'impresa che assicura il cliente - Attori, processi e strategie per la gestione del cambiamento", Etas, Milano.
45. BONETTI E. (1995), *Il marketing mix: il prodotto*, in Cercola R., "Marketing", Tutor, Etas, Milano.
46. BONETTI E. (1995), *Il mercato dei fiori e delle piante*, in "Mark Up", n. 7, aprile.
47. BONETTI E. (1995), Recensione al volume di Dei Ottati G. "Tra mercato e comunità: aspetti concettuali e ricerche empiriche sul distretto industriale", in "Sinergie", quaderno n. 11, dicembre.

PREMI E RICONOSCIMENTI

- Premio biennale "Donald Getz Award for Outstanding Research in Planned Events", conferito dalla rivista "Event management" e da International Centre for Study of Planned Events della Queen Margaret University di Edimburgo per l'articolo IZZO F., BONETTI E., MASIELLO B. (2012) *The Strong Ties of Cultural Organisations Event Networks and Local Development in a Tale of three Festivals*, in "Event Management", vol. 16, n. 3.

ALTRE INFORMAZIONI

- Ottima conoscenza della lingua inglese scritta e parlata.
- Buona conoscenza della lingua spagnola.

Il sottoscritto, consapevole che le dichiarazioni mendaci sono punite ai sensi del Codice Penale e delle leggi speciali in materia dichiara che tutto quanto dichiarato corrisponde a verità ai sensi delle norme in materia di dichiarazioni sostitutive di cui agli artt. 46 e seguenti del DPR 445/2000.

Napoli, 2 marzo 2017