Veronica Capone

ISTRUZIONE PERSONALE

2022 - in corso	DOTTORATO DI RICERCA IN COMUNICAZIONE, RICERCA SOCIALE E MARKETING (XXXVIII CICLO - CURRICULUM MARKETING) <i>Sapienza Università di Roma.</i>
2018 - 2020	LAUREA MAGISTRALE IN CONSULENZA E MANAGEMENT AZIENDALE (LM-77) Tesi di ricerca in Marketing Internazionale: <i>“Il Public Engagement nelle Higher Education. L'approccio delle Università Europee”</i> Voto finale: 110/110 L <i>Università degli Studi di Salerno.</i>
2015 - 2018	LAUREA IN ECONOMIA E MANAGEMENT (L-18) Tesi in Marketing: <i>“Strategie di Vintage Marketing nel settore della moda: i casi Levi's e Ray-Ban”</i> Voto finale: 103/110 <i>Università degli Studi di Salerno.</i>
2009 - 2015	DIPLOMA DI MATURITÀ CLASSICA <i>Liceo Classico “D. Pascucci”, Avellino.</i>

FORMAZIONE SUPERIORE

Giugno 2024	CORSO DI SOCIAL NETWORK ANALYSIS Docenti: Cinelli M., Iovanella A. Durata: 20 ore Competenze acquisite: analisi delle reti sociali, tramite modelli statistici e matematici basati sulla teoria dei grafi e di software specifici per visualizzare e analizzare i legami e le relazioni tra i nodi. <i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i>
-------------	---

Giugno 2024	<p>CORSO DI SPSS BASE E AVANZATO</p> <p>Docenti: Faggiano P., Parziale F.</p> <p>Durata: 24 ore</p> <p>Competenze acquisite: analisi statistica dei dati e gestione del dataset tramite il software SPSS. Le analisi statistiche trattate sono: Analisi delle Componenti Principali (PCA), Cluster Analysis e Regressioni lineari.</p> <p><i>CorisLab, Sapienza Università di Roma.</i></p>
Marzo 2024	<p>CORSO DI STATISTICAL MODELLING FOR SOCIAL SCIENCES</p> <p>Docenti: Vitale V., Ficcadenti V.</p> <p>Durata: 18 ore</p> <p>Competenze acquisite: costruzione, applicazione e interpretazione di modelli statistici avanzati per l'analisi di dati sociali.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>
Marzo 2024	<p>CORSO DI SOCIAL RESEARCH AND METHODS</p> <p>Docenti: Giancola O., Fornari L.S.R.</p> <p>Durata: 12 ore</p> <p>Competenze acquisite: approcci metodologici per la raccolta, l'analisi e l'interpretazione di dati qualitativi e quantitativi.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>
Gennaio 2024	<p>CORSO DI STATISTICS</p> <p>Docenti: Bocci L., Mattera R., Vitale V.</p> <p>Durata: 18 ore</p> <p>Competenze acquisite: statistica descrittiva e inferenziale e tecniche di campionamento.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>
Gennaio 2024	<p>CORSO DI MULTIDIMENSIONAL ANALYSIS FOR SOCIAL SCIENCE</p> <p>Docenti: Bocci L., Mattera R.</p> <p>Durata: 14 ore</p> <p>Competenze acquisite: analisi di dati complessi tramite tecniche multivariate, come l'analisi delle corrispondenze, l'analisi fattoriale e il clustering, per l'interpretazione di fenomeni sociali.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>

<p>Novembre 2023 - Dicembre 2023</p>	<p>CORSO DI SAMPLING TECHNIQUES AND STATISTICAL SURVEYS FOR SOCIAL SCIENCES</p> <p>Docenti: Guandalini A. (Istat), Marella D.</p> <p>Durata: 16 ore</p> <p>Competenze acquisite: progettazione di indagini campionarie, nella selezione di campioni rappresentativi e nell'analisi dei dati raccolti attraverso metodi statistici.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>
<p>Settembre 2023 - Ottobre 2023</p>	<p>CORSO DI INGLESE “WRITING AND PRESENTING AN ACADEMIC ABSTRACT”</p> <p>Docente: Lumley R.</p> <p>Durata: 30</p> <p>Competenze acquisite: redigere, strutturare e presentare un paper accademico in lingua inglese.</p> <p><i>Shenker, Roma.</i></p>
<p>Giugno 2023</p>	<p>CORSO “INTRODUZIONE AI MODELLI DI EQUAZIONE STRUTTURALE. PRINCIPI E APPLICAZIONI”</p> <p>Docente: Diamantopoulos A.</p> <p>Durata: 100 ore</p> <p>Competenze acquisite: competenze tecniche e strumenti necessari inerenti ai principi di base dei modelli di equazione strutturale.</p> <p><i>Università degli studi internazionali di Roma (UNINT).</i></p>
<p>Maggio 2023</p>	<p>CORSO DI R BASE E AVANZATO</p> <p>Docente: Scipione S.</p> <p>Durata: 24 ore</p> <p>Competenze acquisite: competenze nella gestione, manipolazione e visualizzazione di dati, utilizzo di pacchetti statistici, tramite la programmazione nel software R.</p> <p><i>CorisLab, Sapienza Università di Roma.</i></p>

RICERCA SCIENTIFICA E TERZA MISSIONE

Gennaio 2025
- in corso

SAPIENZA PER ROMA CAPITALE - CITY BRAND IDENTITY

Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda di Roma Capitale e Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Scopo del progetto: progettazione ed esecuzione di un programma promozionale che contribuisca a qualificare e consolidare il posizionamento internazionale del brand Roma.

Responsabile scientifico: Prof. Alberto Mattiacci.

Ruolo: Junior Analyst.

Settembre
2024 - in
corso

SAPIENZA - A2A I FUTURI DELLA COMUNICAZIONE

A2A e Sapienza Università di Roma.

Scopo del progetto: studiare il futuro della comunicazione aziendale per ispirare le policy HR e Marketing nel recruiting ed education delle persone deputate a gestire la comunicazione con gli stakeholder.

Responsabile scientifico: Prof. Alberto Mattiacci.

Ruolo: Junior researcher e Tutor.

Settembre
2023

FROM FORK TO FARM. ISMEA E SAPIENZA PER L'AGRIFOOD MADE IN ITALY

ISMEA e il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Scopo del progetto: condurre studi e ricerche sui consumi alimentari italiani allo scopo di sostenere le strategie di sviluppo e crescita delle imprese agricole e agroalimentari nazionali.

Responsabile scientifico: Prof. Alberto Mattiacci.

Ruolo: Junior Analyst.

Aprile 2023

EFFIE AWARDS

Scopo del progetto: acquisire conoscenza intorno all'efficacia della pubblicità e valutare criticamente le campagne pubblicitarie presentate alla competizione nell'ambito del progetto EFFIE promosso da UPA e UNA.

Responsabile scientifico: Prof. Alberto Mattiacci.

Ruolo: Junior Analyst.

Giugno 2021 - Dicembre 2021	CONVERSATIONAL MARKETING IN CONTESTI DI DIGITAL ENGAGEMENT PLATFORMS: OPPORTUNITÀ DELLA MESSAGGISTICA ISTANTANEA
	<i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i>
	Scopo del progetto: analizzare come gli strumenti di messaggistica istantanea possano aumentare l'engagement, offrire un'esperienza personalizzata e guidare il processo decisionale dei clienti in tempo reale.
	Responsabile scientifico: Prof.ssa Letizia Lo Presti.
	Ruolo: Junior Analyst.
Novembre 2019 - Febbraio 2020	COLLABORAZIONE AL PROGETTO DI ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI "PICCOLI IMPRENDITORI CRESCONO"
	<i>Università degli studi di Salerno (DISA-MIS) e Camera di Commercio di Salerno.</i>
	Scopo del progetto: diffondere la cultura d'impresa tra gli studenti degli istituti scolastici.
	Responsabile scientifico: Prof.ssa Carmen Gallucci.
	Ruolo: Junior Analyst.

ATTIVITÀ DIDATTICA

Febbraio 2025 - in corso	INCARICO DI TUTORATO (codice BT-B2 1/2024) <i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS), Sapienza Università di Roma.</i>
	Durata: 60 ore
	Attività: da definire
Settembre 2024 - Dicembre 2024	ATTIVITÀ DI TUTORATO E DI SUPPORTO ALLA DIDATTICA <i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS), Sapienza Università di Roma.</i>
	Insegnamento: "Marketing Planning" (a.a. 2024/2025) nell'ambito del corso di laurea magistrale "Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa".
	Docente: Prof. Alberto Mattiacci
	Durata: 72 ore
	Attività: lezioni in aula; attività di tutorato nell'ambito dei diversi project work previsti dal corso (tra cui: Premio Marketing SIM, Progetto No Binge); supervisione di una tesi di laurea magistrale (tema: marketing tribale e online brand community).

Maggio 2024

INCARICO DI SVOLGIMENTO DI LEZIONI NELL'AMBITO DEL CORSO DI MANAGEMENT OLIMPICO

Centro di preparazione olimpica Giulio Onesti, Roma.

Modulo: "Economia e gestione dello sport"

Durata: 10 ore

Attività: lezioni in aula sulla struttura del business model e del piano di marketing.

Gennaio
2024 -
Dicembre
2024

INCARICO DI TUTORATO (codice BT-B2 2/2023)

*Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS),
Sapienza Università di Roma.*

Durata: 80 ore

Attività: partecipazione al CorisTesi, sportello a supporto degli studenti e delle studentesse delle lauree triennali e magistrali per la redazione dell'elaborato finale.

Settembre
2023 -
Dicembre
2023

ATTIVITÀ DI TUTORATO

*Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS),
Sapienza Università di Roma.*

Insegnamento: "Marketing Planning" (a.a. 2023/2024) nell'ambito del corso di laurea magistrale "Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa".

Docente: Prof. Alberto Mattiacci

Durata: 72 ore

Attività: lezioni in aula; attività di tutorato nell'ambito dei diversi project work previsti dal corso; supervisione di una tesi di laurea magistrale (tema: la digitalizzazione sportiva e il mondo degli eSport).

Marzo 2023 -
Novembre
2023

INCARICO DI TUTORATO (codice BT-B2 1/2023)

*Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS),
Sapienza Università di Roma.*

Durata: 80 ore

Attività: recupero degli studenti con OFA (Obblighi Formativi Aggiuntivi).

Gennaio
2023 - in
corso

SUPPORTO ALLA DIDATTICA

Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.

Contratti di supporto alla didattica per gli insegnamenti di Marketing e Marketing internazionale nell'a.a. 2023/2024 (rep. 242/2023) e 2024/2025 (rep. 519/2024).

Docente: Prof.ssa Ylenia Cavacece.

Attività: progettazione di e-tivity e webinar tematici, partecipazione alle commissioni d'esame e supervisione di tesi di laurea.

Gennaio 2022 - Dicembre 2022	<p>SUPPORTO ALLA DIDATTICA <i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i></p> <p>Contratto di supporto alla didattica per gli insegnamenti di Marketing e Marketing internazionale nell'a.a. 2022/2023 (rep. 112/2023). Attività: progettazione di e-tivity e webinar tematici, partecipazione alle commissioni d'esame e supervisione di tesi di laurea. Docente: Prof. Giulio Maggiore.</p>
Dicembre 2021 - in corso	<p>CULTORE DELLA MATERIA PER GLI INSEGNAMENTI DI MARKETING E MARKETING INTERNAZIONALE <i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i></p>
Giugno 2021 - in corso	<p>COLLABORATRICE PRESSO IL LABORATORIO DI RICERCA SUL DIGITAL MARKETING (DIMALAB) <i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i></p>
Aprile 2021 - Maggio 2021	<p>COORDINATORE DIDATTICO <i>Virvelle s.r.l</i></p> <p>Durata: 62 ore Attività: coordinamento didattico per i seguenti corsi: (1) Digital Marketing; (2) Integrated tools for marketing; (3) Relationship marketing & dark social strategy.</p>
Gennaio 2021 - Dicembre 2021	<p>SUPPORTO ALLA DIDATTICA <i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i></p> <p>Contratto di supporto alla didattica per gli insegnamenti di Marketing e Marketing internazionale nell'a.a. 2021/2022 (rep. 0380/2021). Attività: progettazione di e-tivity e webinar tematici, partecipazione alle commissioni d'esame e supervisione di tesi di laurea. Docente: Prof.ssa Letizia Lo Presti.</p>

CONVEGNI E SEMINARI

5 Dicembre 2023	<p>WEBINAR “DOES COUNTRY MATTER? COUNTRY-OF-ORIGIN AND COUNTRY STUDIES IN INTERNATIONAL MARKETING” <i>Società Italiana Marketing (SIM) - SIM Webinar</i></p> <p>Argomento: l'attuale rilevanza degli studi cross-country nella letteratura di marketing internazionale sia da un punto di vista accademico sia da una prospettiva manageriale. Speaker: Vianelli D., Magnani G., Griffith D.A., Taucer L.</p>
--------------------	--

23 Novembre 2023	WEBINAR “INTELLIGENZA ARTIFICIALE E INNOVAZIONE DI MARKETING”
	<i>Società Italiana Marketing (SIM) - SIM Webinar</i>
	Argomento: esplorare come l’intelligenza artificiale possa supportare le aziende nell’innovare le proprie proposte di valore, sia consumer che business.
	Speaker: Pagani M., Montagna, A.
23 Giugno 2023	WEBINAR “TEXT ANALYSIS FOR MARKETING RESEARCH: SUBSTANTIVE AREAS, THEORIES, METHODS”
	<i>Società Italiana Marketing (SIM) - SIM Webinar</i>
	Argomento: teorie, metodi e applicazioni per raccogliere e analizzare i dati testuali provenienti da Internet e dai social media e per ottenere preziose implicazioni per i marketing manager.
	Speaker: Packard G., Ordenes F.V., Miceli N.

CONVEGNI SCIENTIFICI

17-19 Ottobre 2024	XXI Convegno annuale della Società Italiana Marketing (SIM). “Brands and Purpose in a changing era”.
	<i>Università IULM, Milano</i>
15-19 Luglio 2024	11th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management conference (AHTMM).
	<i>Online</i>
26-28 Giugno 2024	Digital Marketing & eCommerce Conference (DMeC), “The Future of Analytics in Digital Marketing and Electronic Commerce”.
	<i>Business School, Università di Barcellona</i>
13-14 Giugno 2024	Sinergie-SIMA 2024 Management Conference, “Management of sustainability and well-being for individuals and society”.
	<i>Università di Parma</i>
20-21 Ottobre 2023	XX Convegno annuale della Società Italiana Marketing (SIM). “Marketing per il benessere, la salute e la cura”.
	<i>Università degli studi di Firenze</i>
29-30 Giugno 2023	Sinergie-SIMA 2023, “Rediscovering local roots and interactions in management”.
	<i>Università di Bari</i>

20-21 Ottobre 2022	XIX SIM Conference, “Next Generation Marketing People, Planet, Place: cooperation & shared value for a new era of critical marketing”. <i>Università degli studi di Salerno</i>
10-11 Giugno 2021	Sinergie-SIMA 2021 Conference, “Leveraging intersections in management theory and practice”. <i>University of Palermo</i>

PUBBLICAZIONI

2025

Capone V., Touti M., Romano R., Mattiacci A. (2025), “*Do virtual influencers really influence consumers’ purchase intentions?*”, International Marketing Trends Conference (IMTC), Venezia, 23-25 Gennaio 2025 (in pubblicazione).

2024

Capone V., Lo Presti L., Maggiore G. (2024), “*Digital Consumer Vulnerability: A New Theoretical Framework Through a Systematic Literature Review*”, Micro & Macro Marketing, 1-26.

Capone V., Touti M., Del Core S. (2024), “*How opinion leaders and operators communicate the image of the sustainable tourism destination*”, Turistica Italian Journal of Tourism, 32(2), 52-76.

Capone V., Bartoli C., Mattiacci A., Cherubino P. (2024), “*Consumer Reactions to Generative AI: An Exploratory Study Using Neuroscientific Techniques*”, Advances in Digital Marketing and eCommerce, Springer Book.

Chiarullo L., Sfodera F., Capone V. (2024), “*Examining the influence of adaptive behavior on tourist satisfaction amid Climate change challenges*”, 11th Advances in hospitality and tourism marketing and management conference proceedings, 15-19 Luglio 2024, Mauritius, ISBN 978-0-9964244-6-2.

Romano R., Capone V., Mattiacci A. (2024), “*Is the influencer an effective tool for sustainability communication? An empirical study in the field of made-in-Italy fashion*”, XXI SIM Conference, “Brands and Purpose in a changing era”, Milano, 17-19 Ottobre 2024. ISBN 978-88-947829-1-2.

Lo Presti L., Capone V., Maggiore G. (2024), “*Activism in the public sector: an experiment with citizens and public employees*”, XXI SIM Conference, “Brands and Purpose in a changing era”, Milano, 17-19 Ottobre 2024. ISBN 978-88-947829-1-2.

Capone V., Grieco C. (2024), “*The rebound effect of responsible consumption: an explorative research on sharing economy consumers*”, Sinergie-SIMA 2024 Management Conference, Management of sustainability and well-being for individuals and society, Università di Parma, 13 e 14 Giugno 2024.

2023

Mattiacci A., Di Leo A., Capone V., Sfodera F. (2023), “*Sustainability Speak: A Deep Dive into Corporate Communication Practices*”, XX SIM Conference on Marketing per il benessere, la salute e la cura, 20-21 October 2023. ISBN 978-88-947829-0-5.

Lo Presti L., Capone V., Maggiore G. (2023), "*When tourists react to fake images: Modeling coping strategies during customer journey experience*", XX SIM Conference on Marketing per il benessere, la salute e la cura, 20-21 October 2023. ISBN 978-88-947829-0-5.

Lo Presti L., Capone V., Maggiore G. (2023), "*Fake review nel settore turistico e dell'ospitalità e digital consumer vulnerability: rischi per la competitività e per i consumatori*", Rapporto sul Turismo Italiano, XXVI Edizione, 2022-2023, Consiglio Nazionale delle Ricerche, ISBN 978-88-8080-601-1.

Capone V., Lo Presti L., Maggiore G. (2023), "*Coping strategies and corrective actions to address consumer vulnerability in the digital context: a systematic literature review*", Sinergie-SIMA 2023, Rediscovering local roots and interactions in management, 29-30 June 2023, Bari, Italy. ISBN 978-88-94-7136-3-3.

2021 - 2022

Lo Presti L., Capone V., Maggiore G. (2022), "*Mechanisms of Digital Consumer Vulnerability through the Systematic Literature Review: towards a new agenda of digital human ecology*", XIX SIM Conference, Next Generation Marketing People, Planet, Place: cooperation & shared value for a new era of critical marketing, 20-21 October 2022. ISBN 978-88-943918-8-6.

Lo Presti L., Maggiore G., Marino V., Resciniti R., Capone V. (2021), "*Intersection between public engagement management and social sustainability: the “soft” and “hard” approaches to widening engagement in sustainable Higher Education*", Sinergie-SIMA 2021 Conference, Leveraging intersections in management theory and practice, 10-11 June 2021 - University of Palermo (Italy), Electronic Conference Proceedings, DOI: 10.7433/SRECP.EA.2021.01.

RICONOSCIMENTI

Giugno 2023	SHORT PAPERS’ MENTIONS – SINERGIE-SIMA CONFERENCE 2023 Capone V., Lo Presti L., Maggiore G. (2023), " <i>Coping strategies and corrective actions to address consumer vulnerability in the digital context: a systematic literature review</i> ", Sinergie-SIMA 2023 Management Conference, Rediscovering local roots and interactions in management, 29-30 June 2023 - LUM University and the University of Bari (Italy). ISBN 978-88-94-7136-3-3.
-------------	---

COMPETENZE LINGUISTICHE

- Lingua madre: Italiano
 - Inglese: B2
 - Francese: A2
-