FORMATO EUROPEO PER IL CURRICULUM VITAE

INFORMAZIONI

Nome e Cognome	PATRIZIA CHERUBINO
E-mail	
E-mail	

PROFILO PROFESSIONALE SINTETICO

Laureata con lode in Economia Aziendale (2009) presso l'Università della Calabria, nel 2010 ha frequentato il master in "Marketing Intelligence e Tecniche di Mercato per la Pubblica Amministrazione" presso l'Università Mediterranea di Reggio Calabria collaborando con diversi istituti di ricerca per la conduzione di ricerche di mercato quantitative e qualitative.
Da marzo 2016 è in possesso del titolo di Dottore di Ricerca in "Economics Management and Communication for Creativity" conseguito presso l'Università IULM di Milano.
Dal 2014 a Gennaio 2022 è stata assegnista di ricerca presso l'Università Sapienza di Roma.
È cultrice della materia per gli insegnamenti di Neuroeconomia e Neuromarketing, Digital Marketing e Ricerche di Marketing alla Sapienza; per gli insegnamenti di Laboratorio di Lusso Sostenibile, Marketing Digitale e Green Management presso l'Università degli Studi Internazionali di Roma; per l'insegnamento di Marketing all'Università LUMSA di Roma.
È docente a contratto per il corso di Neuromarketing in diversi master universitari (Marketing Management alla Luiss, MUMM alla Sapienza, IULM, Radar Academy).
Dal 2010 lavora in BrainSigns s.r.l., startup dell'Università Sapienza di Roma, nel settore della ricerca&innovazione e del neuromarketing sulla realizzazione di test biometrici su stimoli di marketing. È responsabile dell'area Ricerche di Neuromarketing. Si occupa dell'analisi dei dati dei segnali cerebrali (EEG – Elettroencefalografia) e autonomici (HR e EDA) di soggetti sani di fronte a stimoli di consumo, opere d'arte e dibattiti politici con relativa interpretazione e rappresentazione dei risultati e gestisce le relazioni con i clienti. È co-autore di diverse pubblicazioni scientifiche e di tre libri sul neuromarketing.
È Review Editor per la rivista Frontiers in Neuroergonomics – Consumer Neuroergonomics. Realizza interventi e seminari universitari presso le facoltà di Psicologia, Ingegneria ed Economia di diverse Università, e corsi di formazione in azienda sulle principali applicazioni

ESPERIENZA LAVORATIVA

• Date (da – a)	Ottobre 2010 – In corso
• Tipo di azienda o settore	BrainSigns s.r.l.
• Principali mansioni e responsabilità	È responsabile per l'area ricerche di Neuromarketing. Per l'area advertising e comunicazione ha condotto ricerche per aziende quali: Ernst&Young, Deloitte, TIM, Sky, Eni, BNL, Poste Italiane, Ferrovie dello Stato, Loacker, Schaer, SKY, Loacker, DeAgostini, UNHCR, Save The Children, Antoniano, CEI, Verisure. Si occupa della realizzazione di test biometrici durante le visite reali di mostre d'arte all'interno dei musei (Neuroestetica); di Neuropolitica (Realizzazione di test biometrici durante la visione di dibattiti politici) e di Web Usability (Realizzazione di test biometrici durante la navigazione ed esplorazione di siti web).
• Date (da – a)	Ottobre 2023 – In corso
• Tipo di azienda o settore	LUMSA – Dipartimento di Scienze Umane sede di Roma
• Principali mansioni e responsabilità	Tutor disciplinare per il corso di Marketing
• Date (da – a)	Febbraio 2022 – Gennaio 2024
• Tipo di azienda o settore	Frequentatore scientifico presso i Laboratori di Neuroscienze Industriali alla Sapienza per
• Principali mansioni e responsabilità	ricerche di comunicazione, marketing e neuroscienze – Dipartimento di Medicina Molecolare
• Date (da – a)	Agosto 2014 – Gennaio 2022
• Tipo di azienda o settore	Assegnista di Ricerca presso l'Università degli Studi di Roma "Sapienza" – Dipartimento di
• Principali mansioni e responsabilità	Medicina Molecolare

• Date (da – a)	2019 ad oggi
• Tipo di azienda o settore	Università
• Principali mansioni e responsabilità	Cultrice della materia per gli insegnamenti di Neuroeconomia e Neuromarketing (Psicologia), Digital Marketing e Ricerche di Marketing (Economia) alla Sapienza; Marketing alla Lumsa; Laboratorio di Lusso Sostenibile e corso di Green Marketing all'UNINT
• Date (da – a)	Ottobre-Novembre 2023 – Marzo 2024
• Tipo di azienda o settore	ICE – Italian Trade Agency
• Principali mansioni e responsabilità	Docente Faculty ICE per il modulo di Neuromarketing presso la Digital Export Academy Moda e Digital Export Academy Dolci, Pasta e Prodotti da Forno
• Date (da – a)	Gennaio 2023 e Gennaio 2024
• Tipo di azienda o settore	Università LUISS Business School - Roma
• Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto del corso di Consumer Insights – Master in Marketing Management – Major in Retailing, E-Commerce and Distribution
Date (da – a)	Gennaio 2024
• Tipo di azienda o settore	Università LUISS Business School - Roma
• Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto del corso di Marketing Metrics – Master in Marketing Management – Major in Corporate Event: Management, PR and Communication
• Date (da – a)	Maggio 2023 e Gennaio 2024
• Tipo di azienda o settore	ICE – Italian Trade Agency
• Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto del modulo di Neuroscienze applicate alle Risorse Umane e al Marketing per il Master per l'internazionalizzazione delle imprese 55°/56° CORCE Fausto De Franceschi
• Date (da – a)	Febbraio 2023 | Marzo 2024 | Maggio 2024
• Tipo di azienda o settore	Radar Academy
• Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto del Modulo di Neuromarketing per il Master in Ecommerce & Digital Marketing Management e Comunicazione Digitale & Social Media Marketing
• Date (da – a)	Settembre 2023
• Tipo di azienda o settore	Università degli Studi Suor Orsola Benincasa (UNISOB)
• Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto del modulo di Neuromarketing presso la Summer School in Green Markets and Sustainability in the Digital Age
• Date (da – a)	Maggio 2023
• Tipo di azienda o settore	Universal Music Group
• Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto di Neuromarketing per la Music Business Academy
• Date (da – a)	A.A. 2023/2024 - 2022/2023 - 2021/2022
• Tipo di azienda o settore	Università IULM - Milano
• Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto di Neuromarketing presso il Master in Neuromarketing, Consumer Neuroscience and Market Research
• Date (da – a)	A.A. 2018/2019/2021/2022/2023
• Tipo di azienda o settore	Università Sapienza
• Principali mansioni e responsabilità	Docente a contratto di Neuromarketing presso il Master MUMM
• Date (da – a)	A.A 2020/2021 - 2019/2020 - 2018/2019 – 2017/2018
• Tipo di azienda o settore	Università LUISS
• Principali mansioni e responsabilità	Attività di docenza e seminario per il corso di Marketing strategy & Neuromarketing e per la Summer School e la Business School University
• Date (da – a)	Dal 2021 ad oggi
• Tipo di azienda o settore	Università Sapienza Roma
• Principali mansioni e responsabilità	Lezioni e seminari per il corso di Ricerche di Marketing (Economia).

• Date (da – a)	Settembre – Dicembre 2022 - Maggio 2021 – Maggio 2019 - Novembre 2018 - Ottobre 2017
• Tipo di azienda o settore	Docenza a contratto per il seminario CONI
• Principali mansioni e responsabilità	Intervento presso il CONI - Centro di Preparazione Olimpica Giuilo Onesti
• Date (da – a)	A.A. 2021/2022/2023/2024
• Tipo di azienda o settore	Università Internazionale di Roma UNINT
• Principali mansioni e responsabilità	Seminario per il Laboratorio di Lusso Sostenibile
• Date (da – a)	A.A. 2020/2021 - 2019/2020 - 2018/2019 - 2017/2018 – 2016/2017 – 2015/2016
• Tipo di azienda o settore	Università Sapienza Roma
• Principali mansioni e responsabilità	Lezioni e seminari per il corso di Neuroeconomia e Neuromarketing (Medicina e Psicologia), per il corso di Neuroscienze Industriali (Ingegneria Biomedica)
• Date (da – a)	A.A 2020/2021 - 2019/2020 - 2018/2019 – 2017/2018
• Tipo di azienda o settore	Università LUMSA
• Principali mansioni e responsabilità	Seminario per il corso di Strategie e organizzazione della comunicazione (Comunicazione, Formazione, Psicologia)
• Date (da – a)	Maggio 2019
• Tipo di azienda o settore	Invited Speaker to the workshop “Out of the Lab employment of Neurophysiological measures: clinical applications and beyond” – Sapienza University
• Principali mansioni e responsabilità	
• Date (da – a)	2017 - 2018
• Tipo di azienda o settore	Attività di Formazione per VERISURE, SKY, BNL, UNHCR e TIM
• Principali mansioni e responsabilità	Corsi di Neuromarketing sull’impiego delle tecniche neuroscientifiche in azienda
• Date (da – a)	Dicembre 2018
• Tipo di azienda o settore	Seminario presso l’Università degli Studi di Salerno
• Principali mansioni e responsabilità	Intervento sul Neuromarketing nell’ambito di “*Marketing? Let’s do it!*” - Ciclo di orientamento alle nuove professioni del marketing
Date (da – a)	
• Tipo di azienda o settore	Maggio 2018
• Principali mansioni e responsabilità	Festival della Crescita - Napoli Intervento al Festival della Crescita sul contributo delle neuroscienze al marketing per lo sviluppo di comunicazioni sociali efficaci
Date (da – a)	Marzo - Maggio 2017
• Tipo di azienda o settore	Attività di Formazione Quadrifor
• Principali mansioni e responsabilità	Intervento presso il corso di formazione organizzato da Quadrifor Istituto Bilaterale per lo sviluppo della Formazione dei Quadri del Terziario, Distribuzione e Servizi
Date (da – a)	Dall’A.A. 2015/2016 ad oggi
• Tipo di azienda o settore	Università Sapienza Roma
• Principali mansioni e responsabilità	Attività di followup per: tesisti del corso di Laura in Psicologia della comunicazione e del marketing; tirocinanti per l’abilitazione alla professione di psicologo; internship di ragazzi provenienti da paesi esteri (Polonia, Spagna, Turchia, Cina, Lituania)
Date (da – a)	Dal 2016 ad oggi
• Tipo di azienda o settore	Università Sapienza Roma
• Principali mansioni e responsabilità	Attività di partecipazione nelle commissioni d'esame di profitto come cultori della materia presso le facoltà di Medicina e Psicologia ed Economia
Date (da – a)	Giugno 2015
• Tipo di azienda o settore	Formazione
	Intervento all’interno del workshop C alla Summer School STEP3 – *Third Summer School for*

• *Principali mansioni e responsabilità*	*Theories in Environmental Psychology*, organizzato dall'Associazione Italiana di Psicologia ad Alghero (SS) dal 28 giugno al 5 luglio.
Date (da – a)	Febbraio 2013 – luglio 2014
• Tipo di azienda o settore	BrainSigns s.r.l.- Progetto BRAIN TRAINED
• *Principali mansioni e responsabilità*	Ricerca e innovazione – Analisi dei dati
Date (da – a)	Dicembre 2011 – Agosto 2012
• Tipo di azienda o settore	Consorzio TECNO TIB.E.R.I.S. – Fondazione Santa Lucia IRCCS – Roma
• *Principali mansioni e responsabilità*	Progetto MINDHOME - Analisi di fruibilità del dispositivo MINDHOME e della sua ergonomicità nonché del suo possibile prezzo di mercato in territorio italiano
• Date (da – a)	Aprile 2010 – Marzo 2012
• Tipo di azienda o settore	Marketing Research – Istituti per le ricerche sociali e di mercato
• Principali mansioni e responsabilità	Ricerche di mercato: Mistery Client; interviste quantitative.
• Date (da – a)	Ottobre 2011 – Febbraio 2012
• Tipo di azienda o settore	Comune di Soverato (Catanzaro)
• Principali mansioni e responsabilità	Rilevatore 15° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni.
• Date (da – a)	Gennaio 2010 – Dicembre 2010
• Tipo di azienda o settore	Istituti per le ricerche sociali e di mercato (Demoskopea, TNS)
• Principali mansioni e responsabilità	Ricerche di mercato quantitative e qualitative

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

• Date (da – a)	16.03.2016 – Dottorato di Ricerca in "Economics Management and Communication for creativity" presso la Libera Università di Lingue e Comunicazione (IULM) di Milano. Novembre 2016 – Periodo di ricerca all'estero presso la Rotterdam School of Management – Erasmus University – Department of Marketing Management per l'approfondimento della conoscenza delle applicazioni neuroscientifiche al marketing e alla comunicazione e della strumentazione neuroscientifica (fMRI, EEG, Facial Coding) 23.04.2011 – Master di I livello in "Esperti in Marketing intelligence e tecniche di mercato per la pubblica amministrazione" con voto 110/110 e lode – Istituto Piepoli S.p.A., Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria. 11.06.2009 – Laurea Specialistica in Economia Aziendale – Indirizzo economia e gestione delle imprese con voto 110/110 e lode con tesi di laurea in Marketing dal titolo: "Gli effetti di mere exposure e le reazioni del consumatore al design dei prodotti". Università della Calabria. 18.12.2006 – Laurea triennale in Economia Aziendale conseguita presso l'Università della Calabria con voto 110/110 e lode. Luglio 2003 – Diploma di ragioniere perito commerciale e programmatore prog. Mercurio con voto 100/100 conseguito presso l'Istituto Tecnico Statale Comm/le. Amm/vo progr. Sirio Turis. di Soverato (CZ).
• Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio	Neuromarketing; Marketing; Neuroscienze; Economia Aziendale; Strategia d'Impresa; Economia e gestione delle imprese; Finanza Aziendale; Contabilità e Bilancio; Informatica.

CAPACITÀ E COMPETENZE PERSONALI	
PRIMA LINGUA	**ITALIANO**
ALTRE LINGUE	**INGLESE**
• Capacità di espressione orale	Buona
• Capacità di lettura	Buona
• Capacità di scrittura	Buona
	2013 – Certificato Eurocentres London Central – Level B1 2002 - Attestato Trinity conseguito presso l'Istituto Tecnico Statale Comm/le. Amm/vo progr. Sirio Turis. di Soverato. 27.05.2001 – 9.06.2001 Socrates exchange programme LINGUA ACTION "E" con la scuola di Bydgoszcz (PL).
	FRANCESE
• Capacità di lettura	Buona
• Capacità di scrittura	Buona
• Capacità di espressione orale	Buona
CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI	Ottime competenze e capacità relazionali; gestione di team; capacità di leadership con capacità organizzative e gestionali.
CAPACITÀ E COMPETENZE INFORMATICHE	Ottime competenze nell'uso del computer e in particolare nell'uso del pacchetto office (Word, Excel, e Power Point); Conoscenza del programma SAS, SPSS, del programma STATA e del linguaggio HTML; ottima capacità di scrittura. 2003 - Patente europea (ECDL) conseguita presso l'Istituto Tecnico Statale Comm/le. Amm/vo progr. Sirio Turis. di Soverato.
CAPACITÀ E COMPETENZE ARTISTICHE	Licenza di teoria e solfeggio conseguita presso il Conservatorio di musica "F. Torrefranca" di Vibo Valentia.
INTERESSI/HOBBY	Passione per la musica (soprattutto quella classica), per lo sport, per la lettura, in particolare per le riviste economiche (abbonata a NMSBA, MARK UP *Strumenti per il marketing e il retail*).
PATENTE O PATENTI	"B"

PUBBLICAZIONI

Caratù, M., **CHERUBINO, P.,** Menicocci, S., & Martinez-Levy, A. C. (2024). Does sustainable communication have an impact on international social media audiences? A neuromarketing explorative study between Finland and Italy. Italian Journal of Marketing, 1-34.

Mancini, M., **CHERUBINO, P.**, Martinez, A., Vozzi, A., Menicocci, S., Ferrara, S., ... & Babiloni, F. (2023). What Is behind In-Stream Advertising on YouTube? A Remote Neuromarketing Study employing Eye-Tracking and Facial Coding techniques. Brain Sciences, 13(10), 1481.

Myriam Caratù, Patrizia **CHERUBINO** (2023). Neuromarketing, società e tutela del consumatore. Aracne editrice. ISBN 979–12–218–0821–6

Vozzi, A., Martinez Levy, A., Ronca, V., Giorgi, A., Ferrara, S., Mancini, M., **CHERUBINO, P.** ... & Di Flumeri, G. (2023). Time-Dependent Analysis of Human Neurophysiological Activities during an Ecological Olfactory Experience. Brain Sciences, 13(9), 1242.

Martinez-Levy, A. C., Sasso, D., Vozzi, A., Menicocci, S., Trettel, A., Babiloni, F., ... & **CHERUBINO, P**. (2023). How to Promote and Communicate an Effective Green and Sustainable Communication: A Neuromarketing Study. In The Garment Economy: Understanding History, Developing Business Models, and Leveraging Digital Technologies (pp. 191-208). Cham: Springer International Publishing.

Babiloni, F., & **CHERUBINO, P**. (2023). Consumer Neuroscience: A Neural Engineering Approach. In Handbook of Neuroengineering (pp. 2861-2889). Singapore: Springer Nature Singapore.

Sorrentino, A., Mancini, M., & **CHERUBINO, P.** (2023). Monitoring consumer responses to online advertising via neuro-marketing techniques: an exploratory study. European journal of volunteering and community-based projects, 1(1), 1-38.

Caratu, M., **CHERUBINO, P.**, Menicocci S, & Martinez Levy A. (2023). Does sustainable communication have an impact on international social media audiences? A neuromarketing explorative study between Finland and Italy. In Atti di Convegno della XIX SIMktg Conference, 2022. Società Italiana Marketing.

Mancini, M.; **CHERUBINO P.**; Cartocci, G.; Martinez, A.; Di Flumeri, G.; Petruzzellis, L.; Cimini, M.; Aricò, P.; Trettel, A.; Babiloni, F. (2022) Esports and Visual Attention: Evaluating In-Game Advertising through Eye-Tracking during the Game Viewing Experience. Brain Sci. 2022, 12, 1345

Mancini M., **CHERUBINO P.**; di Flumeri G., Cartocci G., Martinez A., Sanchez A., Santillo C., Modica E., Alessia Vozzi A., Ronca V., Trettel A., Borghini G., Babiloni F. (2022). Neuroscientific Methods for Exploring User Perceptions While Dealing With Mobile Advertising: A Novel and Integrated Approach. Frontiers in Neuroergonomics. Vol.3, ISSN:2673-6195, doi:10.3389/fnrgo.2022.835648

Martinez-Levy, A. C., Rossi, D., Cartocci, G., Mancini, M., Di Flumeri, G., Trettel, A., ... & **CHERUBINO**, P. (2022). Message framing, non-conscious perception and effectiveness in non-profit advertising. Contribution by neuromarketing research. International Review on Public and Nonprofit Marketing, 19(1), 53-75.

Mancini M., **CHERUBINO P.**, di Flumeri G., Cartocci G., Martinez A., Sanchez A., Santillo C., Modica E., Alessia Vozzi A., Ronca V., Trettel A., Borghini G., Babiloni F. (2022). Neuroscientific Methods for Exploring User Perceptions While Dealing With Mobile Advertising: A Novel and Integrated Approach. Frontiers in Neuroergonomics. Vol.3, ISSN:2673-6195, doi:10.3389/fnrgo.2022.835648

Babiloni F., **CHERUBINO** P. (2022) Consumer Neuroscience: A Neural Engineering Approach. In: Thakor N.V. (eds) Handbook of Neuroengineering. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2848-4_74-1

Ana Martinez-Levy, Patrizia **CHERUBINO**, Dario Rossi, María-Trinidad Herrero Ezquerro, Arianna Trettel, Fabio Babiloni, Advances in Neuroscience and Its Application in Economics and Marketing Research, in "Micro & Macro Marketing, Rivista quadrimestrale" 3/2021, pp. 521-546, doi: 10.1431/102504

Vozzi A., Ronca, V. Aricò, P. Borghini, G., Sciaraffa N., **CHERUBINO**, P., ... & Di Flumeri, G. (2021). The Sample Size Matters: To What Extent the Participant Reduction Affects the Outcomes of a Neuroscientific Research. A Case-Study in Neuromarketing Field. Sensors, 21(18), 6088.

Martinez-Levy A.C., Moneta E., Rossi D., Trettel A., Peparaio M., Saggia Civitelli E., Di Flumeri G., **CHERUBINO** P., Babiloni F., Sinesio F. (2021). Taste Responses to Chocolate Pudding with Different Sucrose Concentrations through Physiological and Explicit Self-Reported Measures. Foods, 10(7), 1527

Cartocci G., Rossi D., Modica E., Maglione A.G., Martinez Levy A.C., **CHERUBINO** P., Canettieri P., Combi M., Rea R., Gatti L., Babiloni F. (2021). NeuroDante: Poetry Mentally Engages More Experts but Moves More Non-Experts, and for Both the Cerebral Approach Tendency Goes Hand in Hand with the Cerebral Effort. BRAIN SCIENCES, vol. 11, ISSN: 2076-3425, doi: 10.3390/brainsci11030281

Inguscio B.M.S., Cartocci G., Modica E., Rossi D., Martinez-Levy A.C., **CHERUBINO** P., Tamborra L., Babiloni F. (2021). Smoke signals: A study of the neurophysiological reaction of smokers and non-smokers to smoking cues inserted into antismoking public

service announcements. INTERNATIONAL JOURNAL OF PSYCHOPHYSIOLOGY, vol. 167, p. 22-29, ISSN: 0167-8760, doi: 10.1016/j.ijpsycho.2021.06.010

Ana C. Martinez-Levy, Dario Rossi, Giulia Cartocci, Marco Mancini, Gianluca Di Flumeri, Arianna Trettel, Fabio Babiloni & Patrizia **CHERUBINO** (2021). Message framing, non-conscious perception and effectiveness in non-profit advertising. Contribution by neuromarketing research. Int Rev Public Nonprofit Mark (2021).

Pozharliev, R., De Angelis, M., Rossi, D., Romani, S., Verbeke, W., & **CHERUBINO, P**. (2021). Attachment styles moderate customer responses to frontline service robots: Evidence from affective, attitudinal, and behavioral measures. Psychology & Marketing.

Cartocci, G., Rossi, D., Modica, E., Maglione, A. G., Martinez Levy, A. C., **CHERUBINO, P**., ... & Babiloni, F. (2021). NeuroDante: Poetry Mentally Engages More Experts but Moves More Non-Experts, and for Both the Cerebral Approach Tendency Goes Hand in Hand with the Cerebral Effort. Brain Sciences, 11(3), 281.

Mancini, M., **CHERUBINO, P.**, Cartocci, G., Martinez, A., Borghini, G., Guastamacchia, E., ... & Babiloni, F. (2021). Forefront Users' Experience Evaluation by Employing Together Virtual Reality and Electroencephalography: A Case Study on Cognitive Effects of Scents. Brain Sciences, 11(2), 256.

Rumen Pozharliev, Patrizia **CHERUBINO** (2020). La mente del consumatore. Guida applicata al neuromarketing e alla consumer neuroscience. Luiss University Press. ISBN: 978-88-6105-470-7

Vozzi A., Ronca V., Rossi D., Modica E., **CHERUBINO** P., Martinez-Levy A.C., Giorgi A., Inguscio B., Babiloni F., Cartocci G. (2020). Brain Response to Antismoking PSA, an EEG Study. INTERNATIONAL JOURNAL OF BIOELECTROMAGNETISM, vol. 22, p. 1-7, ISSN: 1456-7857

Pozharliev R., Romani S. & **CHERUBINO** P. (2019). Using neuroscience and interpersonal attachment styles to better understand consumer experiences from consumers' interactions with intelligent technology. Proceedings of the NeuroPsychoEconomics Conference, Rome, June 6-7, 2019.
CHERUBINO P., Pozharliev R., De Angelis M. & Babiloni F. (2019). Using consumer neuroscience to investigate the association between word-of-mouth and interpersonal closeness. Proceedings of the NeuroPsychoEconomics Conference, Rome, June 6-7, 2019.

CHERUBINO P., Martinez-Levy, A.C., Caratù M., Cartocci, G., Di Flumeri, G., Modica E., Rossi D., Mancini M. & Trettel A. (2019). The consumer behaviour through the eyes of neurophysiological measures: state-of-art and future trends. Computational Intelligence and Neuroscience, 2019.

Cartocci, G., Modica, E., Rossi, D., Inguscio, B., Aricò, P., Martinez Levy, A. C., **CHERUBINO** P., ... & Babiloni, F. (2019). Antismoking Campaigns' Perception and Gender Differences: A Comparison among EEG Indices. Computational Intelligence and Neuroscience, 2019.

Vozzi A., Ronca V., **CHERUBINO** P., Trettel A., & Babiloni F. (2019, November). Measuring the Emotional and Cognitive Consumers' Responses During Interaction with Marketing Stimuli. In International Conference on Computational Methods in Experimental Economics (pp. 137-164). Springer, Cham.

CHERUBINO P., Cartocci G.., Modica E., Rossi D., Mancini M., Trettel A., & Fabio Babiloni (2018). Wine tasting: How much is the contribution of the olfaction? In: Problems, Methods and Tools in Experimental and Behavioral Economics. CMEE conference proceedings on Springer 2017, Springer Verlag.

Babiloni F., Enrica Modica & **CHERUBINO**, P. (2018). It is a matter of heart: C-Level Executives Detect their heartbeat better than other company members do. Chapter in Liebowitz, Jay, et al., eds. How Well Do Executives Trust Their Intuition. CRC Press, 2018.

Cartocci, G., Modica, E., Rossi, D., **CHERUBINO**, P., Maglione, A.G., Colosimo, A., … & Babiloni, F. (2018). Neurophysiological measures of the perception of antismoking public service announcements among young population. Frontiers in human neuroscience, 12.

Modica, E., Cartocci, G., Rossi, D., Martinez Levy, A. C., **CHERUBINO**, P., Maglione, A. G., ... & Babiloni F. (2018). Neurophysiological Responses to Different Product Experiences. Computational Intelligence and Neuroscience, 2018.

Cartocci, G., Modica, E., Rossi, D., **CHERUBINO** P., Maglione, A. G., Trettel, A., & Babiloni, F. Health promotion through public service announcements: a study of antismoking messages perception among high school students (2018). FOLIA PALLIATRICA, 8.

Cartocci, G., Modica, E., Rossi, D., **CHERUBINO** P., Maglione, A. G., Colosimo, A., ... & Babiloni, F. (2018). Neurophysiological measures of the perception of antismoking public service announcements among young population. Frontiers in human neuroscience, 12.

Cartocci, G., **CHERUBINO** P., Modica E., Rossi D., Trettel A., & Babiloni F. (2018). Wine tasting. a neurophysiological measure of taste and olfaction interaction in the experience. International Journal of Bioelectromagnetism, Vol. 19, No. 1, pp 18 – 24, 2017

Cartocci Giulia, Caratù M., Modica E., Maglione A.G., Rossi D., **CHERUBINO** P., Babiloni F. (2017). Electroencephalographic, heart rate and galvanic skin response assessment for the advertising perception study: an application on antismoking psas. Journal of Visual Experiment JoVE.

Trettel A., **CHERUBINO** P., Cartocci G., Rossi D., Modica E., Maglione A.G., Di Flumeri G., Babiloni F. (2017). Transparency and Reliability in Neuromarketing Research. In: Ethics and Neuromarketing. p. 101-111, Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-45607-2, doi: 10.1007/978-3-319-45609-6_6

CHERUBINO P., Caratù M., Modica E., Rossi D., Trettel A., Maglione A.G., Roberto Della Casa, Michele Dall'Olio, Raffaella Quadretti, Fabio Babiloni (2017). Assessing cerebral and emotional activity during the purchase of fruit and vegetable products in the supermarkets. In: Neuroeconomic and Behavioral Aspects of Decision Making. CMEE conference proceedings on Springer 2016, Springer Verlag.

Di Flumeri G., Caratù M., Modica E., Rossi D., Herrero M.T., Trettel A., **CHERUBINO** P., Maglione A.G., Colosimo A., Mattiacci A., Moneta E., Peparaio M., Babiloni F. (2016). Assessing olfactory perception in young persons: a neuroscience perspective. International Journal of Bioelectromagnetism Vol. 18, No. 2, pp. 67 - 73

CHERUBINO P., Cartocci G., Trettel A., Rossi D., Modica E., Maglione AG, Mancini M., Di Flumeri G., Babiloni F. (2016). Marketing Meets Neuroscience: Useful Insights for Gender Subgroups During the Observation of TV Ads. In: Applying Neuroscience to Business Practice. p. 163-190, ISBN: 9781522510284, doi: 10.4018/978-1-5225-1028-4.ch008

Cartocci G., **CHERUBINO** P., Rossi D., Modica E., Maglione A.G., Di Flumeri G., Babiloni F. (2016). Gender and Age Related Effects While Watching TV Advertisements: An EEG Study. COMPUTATIONAL INTELLIGENCE AND NEUROSCIENCE, vol. 2016, ISSN: 1687-5265, doi: 10.1155/2016/3795325

CHERUBINO P., Trettel A., Cartocci G., Rossi D., Modica E., Maglione A.G., Mancini M., Di Flumeri G. and Babiloni F. (2016). Neuroelectrical Indexes for the Study of the Efficacy of TV Advertising Stimuli. In: Nermend, Kesra. and Latuszynska, Malgorzata. Selected Issues in Experimental Economics. p. IX-385, Springer International Publishing (Switzerland), ISBN/ISSN: 978-3-319-28419-4, doi: 10.1007/978-3-319-28419-4_22

Vecchiato G., Borghini G., Aricò P., Graziani I., Maglione A.G., **CHERUBINO** P., & Babiloni, F. (2016). Investigation of the effect of EEG-BCI on the simultaneous execution of flight simulation and attentional tasks. Medical & biological engineering & computing, 54(10), 1503-1513.

CHERUBINO P., Maglione A.G., Graziani I., Trettel A., Vecchiato G., Babiloni F. (2015). Successful Technological Integration for Competitive Advantage in Retail Settings: Measuring cognitive and emotional processes in retails: a neuroscience perspective. Pantano E., IGI Global, IGI-book

Di Flumeri G., Herrero M.T., Trettel A., **CHERUBINO** P., Maglione A.G., Colosimo A., Moneta E., Peparaio M., Babiloni F. Eeg frontal asymmetry related to pleasantness of olfactory stimuli in young subjects. In: Kesra Nermend Malgorzata Latuszynska. Proceedings of the 2015 Computational Methods in Experimental Economics (CMEE) Conference.

Babiloni F., Rossi D., **CHERUBINO** P., Trettel A., Picconi D., Maglione A.G., Vecchiato G., De Vico Fallani F., Chavez M., Babiloni F. (2015). The first impression is what matters: A neuroaesthetic study of the cerebral perception and appreciation of paintings by Titian. In: Proceedings of the Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society, EMBS. MiCo Center, Milano Congressi Center, ita, 2015Institute of Electrical and Electronics Engineers, vol. 2015-, p. 7990-7993, ISBN/ISSN: 9781424492718, doi: 10.1109/EMBC.2015.7320246

Vecchiato G., Borghini G., Aricò P., Graziani I., Maglione A.G., **CHERUBINO** P., Babiloni F. (2015). Investigation of the effect of EEG-BCI on the simultaneous execution of flight simulation and attentional tasks. MEDICAL & BIOLOGICAL ENGINEERING & COMPUTING; p. 1-11, ISSN: 0140-0118, doi: 10.1007/s11517-015-1420-6

Vecchiato G., Kong W., Maglione A.G., **CHERUBINO** P., Trettel A., Babiloni F. (2014). Cross-cultural analysis of neuroelectrical cognitive and emotional variables during the appreciation of TV commercials. NEUROPSYCHOLOGICAL TRENDS, ISSN: 1970-321X

Vecchiato G., Maglione A. G., **CHERUBINO** P., Wasikowska B., Wawrzyniak A., Latuszynska A., Latuszynska M., Nermend K., Graziani I., Leucci M.R., Trettel A., Babiloni F. (2014). Neurophysiological Tools to Investigate Consumer's Gender Differences during the Observation of TV Commercials. COMPUTATIONAL AND MATHEMATICAL METHODS IN MEDICINE, ISSN: 1748-670X

Vecchiato G., Maglione A.G., **CHERUBINO** P., Graziani I., Trettel A., Ezquierro M.T.H., Babiloni F. (2014). Marketing and Neuroscience: how electroencephalographic tools could help to design and analyze commercial advertising campaigns. MICRO & MACRO MARKETING, vol. 2; p. 223-390, ISSN: 1121-4228

Vecchiato G., **CHERUBINO** P., Maglione A.G., Ezquierro M.T.H., Marinozzi F., Bini F., Trettel A., Babiloni F. (2014). How to measure cerebral correlates of emotions in marketing relevant tasks. COGNITIVE COMPUTATION, vol. 6; p. 856-871, ISSN: 1866-9956, doi: 10.1007/s12559-014-9304-x

Vecchiato G., Di Flumeri G. Maglione A.G., **CHERUBINO** P., Kong W., Trettel A., Babiloni F. (2014). An electroencephalographic Peak Density Function to detect memorization during the observation of TV commercials. In: IEEE ENGINEERING IN MEDICINE AND BIOLOGY ... ANNUAL CONFERENCE. Chicago, 2014-Aug, vol. 2014, p. 6969-6972, ISBN/ISSN: 1557-170X, doi: 10.1109/EMBC.2014.6945231

Di Flumeri G., Herrero M.T.H., Trettel A., **CHERUBINO** P., Maglione A.G., Moneta E., Peparaio M., Babiloni F. (2014). Uno studio elettroencefalografico della percezione odorosa in soggetti giovani. In: Società Italiana di Scienze Sensoriali. San Michele all'Adige - Trento, 26-28 Novembre 2014

Babiloni F., **CHERUBINO** P., Graziani I., Bagordo G.M., Cundari C., Borghini G., Aricò P., Maglione A. G. e Vecchiato G. (2014). A neuroaesthetic study by neuroelectric imaging during the observation of the Michelangelo's Moses sculpture. In: Conferenza della Società Italiana di Psicofisiologia, Firenze, 14 Novembre 2014

Babiloni F., **CHERUBINO** P., Graziani I., Trettel A., Bagordo G.M., Cundari C., Borghini G., Arico P., Maglione A.G., Vecchiato G. (2014). The great beauty: A neuroaesthetic study by neuroelectric imaging during the observation of the real Michelangelo's Moses sculpture. In: IEEE ENGINEERING IN MEDICINE AND BIOLOGY ... ANNUAL CONFERENCE, 2014-Aug, vol. 2014, p. 6965-6968, ISBN/ISSN: 1557-170X, doi: 10.1109/EMBC.2014.6945230

CHERUBINO P., Maglione A.G., Graziani I., Trettel A., Vecchiato G., Babiloni F. (2014). Neuroscienze e Management: Misurare l'emozione e l'attività cerebrale correlata al decision-making durante le scelte di consumo. MILANO: Guerini e Associati

Vecchiato G, Maglione A.G., **CHERUBINO** P., Graziani I, Trettel A, Babiloni F (2013). Neuroimaging tools to track cognitive and emotional processes during the observation of TV commercials. In: X Convegno Nazione della Società Italiana Marketing (SIM)

Babiloni F., **CHERUBINO** P., Graziani I., Trettel A., Infarinato F., Picconi D., Borghini G., Maglione A.G., Mattia D., Vecchiato G. (2013). Neuroelectric brain imaging during a real visit of a fine arts gallery: a neuroaesthetic study of XVII century Dutch painters. In: 35th Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society (EMBC'13)

Vecchiato G., Maglione A.G., Scorpecci A., Malerba P., Graziani I., **CHERUBINO** P., Astolfi L., Marsella P., Colosimo A., Babiloni F. (2013). Differences in the perceived music pleasantness between monolateral cochlear implanted and normal hearing children assessed by EEG. In: 35th Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society (EMBC'13), 3-7 July, Osaka, Japan

Vecchiato G., **CHERUBINO** P., Trettel A., Babiloni F. (2013). Neuroelectrical Brain Imaging Tools for the Study of the Efficacy of Advertising Stimuli. Guglielmelli, E. - Springer, vol. 3, p. 1-136, ISBN: 978-3-642-38063-1, doi: 10.1007/978-3-642-38064-8

CHERUBINO P., Babiloni F., Graziani I., Maglione A. G., Trettel A., Vecchiato G. (2013). How The Neuroelectrical Brain Imaging Could Help To Assess The Efficacy Of Commercial Advertisements: a case study on a WEB based insurance company. In: X Convegno Nazione della Società Italiana Marketing (SIM)

Borghini G., Arico P., Astolfi L., Toppi J., Cincotti F., Mattia D., **CHERUBINO** P., Vecchiato G., Maglione A.G., Graziani I., Babiloni F (2013). Frontal EEG theta changes assess the training improvements of novices in flight simulation tasks. In: Proceedings of the Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society, EMBS. Osaka, jpn, 2013, vol. 2013, ISBN/ISSN: 9781457702167, doi: 10.1109/EMBC.2013.6611073

Babiloni F., Vecchiato G., **CHERUBINO** P., Graziani I., Trettel A. (2013). How the Neuroelectrical Brain Imaging Could Assess The Efficacy of Commercial Advertisings. In: 29th Congrès de l'Association Française du Marketing, 15-17 Mai 2013 à La Rochelle, France

Babiloni F., Vecchiato G., **CHERUBINO** P., Graziani I., Trettel A. (2013). Neuroelectrical Brain Imaging Tools for the Study of the Efficacy of Advertising. In: EMAC 2013 Conference, 4-7 June, Istanbul

Vecchiato G., Babiloni F., Astolfi L., Toppi J., **CHERUBINO** P., Dai J., Kong W., Wei D. (2011). Enhance of theta EEG spectral activity related to the memorization of commercial advertisings in Chinese and Italian subjects. In: Biomedical Engineering and Informatics (BMEI), 2011 4th International Conference on. Shanghai, 15 October 2011 through 17 October 2011IEEE, vol. 3, p. 1491-1494, ISBN/ISSN: 9781424493500, doi: 10.1109/bmei.2011.6098615

Autorizzo il trattamento dei dati personali contenuti nel mio curriculum vitae in base all'art. 13 del D. Lgs. 196/2003 e all'art. 13 GDPR 679/16.

FIRMA

Roma, 2024

PATRIZIA CHERUBINO