

FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE



INFORMAZIONI PERSONALI

Nome **FORLANI FABIO**

ESPERIENZA LAVORATIVA

- Date (da – a) 29/11/2022 - a oggi
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Perugia, Via A. Pascoli,20 - 06123 Perugia (PG)
- Tipo di azienda o settore Università degli Studi, Dipartimento di Economia
- Tipo di impiego **Professore Associato**; Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08)
- Principali mansioni e responsabilità Attività di ricerca in qualità di responsabile scientifico di progetti di ricerca e partecipazione a gruppi di ricerca del dipartimento nei temi di Destination management, Turismo esperienziale, Digital marketing, Marketing delle Imprese turistiche.
Attività didattica: cattedra di Marketing delle Imprese Turistiche (SECS-P/08), 9 CFU – Corso di Laurea in Economia del Turismo, Dipartimento di Economia; cattedra di Hospitality Management (SECS-P/08), 9 CFU – Corso di Laurea in Economia e Management del Turismo, Dipartimento di Economia; Cattedra di Economia e Gestione dei Beni Culturali e del Turismo, (SECS-P/08), 6 CFU – Corso di Laurea in Beni Culturali, Dipartimento di Lettere – Lingue, Letterature e Civiltà Antiche e Moderne.
Presidente del Corso di Laurea in Economia e Management del Turismo – sede di Assisi.

- Date (da – a) 29/11/2019 - a 28/11/2022
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Perugia, Via A. Pascoli,20 - 06123 Perugia (PG)
- Tipo di azienda o settore Università degli Studi, Dipartimento di Economia
- Tipo di impiego **Ricercatore a tempo determinato art. 24 lettera b)**; SC: 13/B2 – SSD: Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08)
- Principali mansioni e responsabilità **Attività di ricerca** in qualità di responsabile scientifico di progetti di ricerca e partecipazione a gruppi di ricerca del dipartimento nei temi di Destination management, Turismo esperienziale, Eventi e turismo urbano, Marketing delle Imprese turistiche.
Attività didattica: cattedra di Marketing delle Imprese Turistiche (SECS-P/08), 9 CFU – Corso di Laurea in Economia del Turismo di Assisi; cattedra di Marketing (SECS-P/08), 6 CFU – Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione. Membro del consiglio direttivo del Master di I livello in “Management del patrimonio culturale per lo sviluppo turistico”, Dipartimento di Lettere – Lingue, Letterature e Civiltà Antiche e Moderne dell’Università di Perugia

- Date (da – a) 01/04/2016 - 30/10/2019
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Perugia, Via A. Pascoli,20 - 06123 Perugia (PG)
- Tipo di azienda o settore Università degli Studi, Dipartimento di Economia
- Tipo di impiego **Ricercatore a tempo determinato art. 24 lettera a)**; SC: 13/B2 – SSD: Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08)
- Principali mansioni e responsabilità **Attività di ricerca** in qualità di responsabile scientifico di progetti di ricerca e partecipazione a gruppi di ricerca del dipartimento nei temi di Destination management, Turismo esperienziale, Eventi e turismo urbano, Marketing delle Imprese turistiche.
Attività didattica, cattedra di Marketing delle Imprese Turistiche (SECS-P/08), 9 CFU – Corso di Laurea in Economia del Turismo di Assisi; cattedra di Strategie Competitive delle Imprese Turistiche (SECS-P/08), 6 CFU – Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management Internazionale.

- Date (da – a) 10/2006 — 9/2016.
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, Via Saffi 2, 61029 - Urbino (PU)
 - Tipo di azienda o settore Università degli Studi, Scuola di Lingue e Letterature Straniere, Dipartimento di Studi Internazionali, Storia, Lingue e Culture
 - Tipo di impiego **Docente a contratto**
 - Principali mansioni e responsabilità Docenza, cattedra di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche (SECS-P/08), 8 CFU
-
- Date (da – a) 10/2011 - 9/2014;
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, Via Saffi 2, 61029 - Urbino (PU)
 - Tipo di azienda o settore Università degli Studi, Scuola di Lingue e Letterature Straniere, Dipartimento di Studi Internazionali, Storia, Lingue e Culture
 - Tipo di impiego **Docente a contratto**
 - Principali mansioni e responsabilità Docenza, cattedra di Comunicazione d'Impresa (SPS/08), 8 CFU
-
- Date (da – a) 10/2005 - 9/2012;
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, Via Saffi 2, 61029 - Urbino (PU)
 - Tipo di azienda o settore Università degli Studi, Corso di Laurea in Design e discipline della Moda, Facoltà di Lettere e Filosofia
 - Tipo di impiego **Docente a contratto**
 - Principali mansioni e responsabilità Docenza, cattedra di Marketing (SECS-P/08), 4 CFU
-
- Date (da – a) 2009-2014
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro Comune di Mondaino (RN), Piazza Maggiore 1, 47836 - Mondaino (RN)
 - Tipo di azienda o settore Ente pubblico
 - Tipo di impiego **Sindaco**
 - Principali mansioni e responsabilità Responsabile politico e rappresentante legale protempore dell'Ente
-
- Date (da – a) 2011-2014
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro Comune di Mondaino (RN), Piazza Maggiore 1, 47836 - Mondaino (RN)
 - Tipo di azienda o settore Ente pubblico
 - Tipo di impiego **Responsabile dell'Area Amministrativa**
 - Principali mansioni e responsabilità Responsabile amministrativo delle aree: Scuola, Servizi Sociali, Turismo e Cultura, Segreteria, Anagrafe e Servizi cimiteriali
-
- Date (da – a) 2009-2014
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro Unione della Valconca, Via Colombari 2, 47833 - Morciano di R. (RN)
 - Tipo di azienda o settore Ente pubblico
 - Tipo di impiego Incarico politico
 - Principali mansioni e responsabilità Assessore al Turismo e al SIA (Sistema Informativo Associato)
-
- Date (da – a) 16/03/2007-15/03/2008
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, Via Saffi 2, 61029 - Urbino (PU)
 - Tipo di azienda o settore Facoltà di Economia, Università degli Studi
 - Tipo di impiego **Contratto di ricerca**
 - Principali mansioni e responsabilità Programma di ricerca PADMALAB (Pan Adriatic Destination Management learning Laboratory) sul tema: Comprensione del ruolo del branding territoriale in una prospettiva sistemico-vitale, il caso delle destinazioni adriatiche;
-
- Date (da – a) 1/09/2006-30/01/2007
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, Via Saffi 2, 61029 - Urbino (PU)
 - Tipo di azienda o settore Facoltà di Economia, Università degli Studi
 - Tipo di impiego **Contratto di ricerca**
 - Principali mansioni e responsabilità Ricercatore afferente all'unità di ricerca di Urbino, coordinata dal prof. Tonino Pencarelli, nell'ambito del Progetto di Ricerca di Interesse Nazionale (PRIN 2004) “Il management dei Sistemi Turistici Locali: strategie e strumenti per la creazione, lo sviluppo e la *governance*”

- Date (da – a) 1/07/2005- 30/06/2006
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, Via Saffi 2, 61029 - Urbino (PU)
 - Tipo di azienda o settore Facoltà di Economia, Università degli Studi
 - Tipo di impiego **Assegno di ricerca**
- Principali mansioni e responsabilità Ricercatore, tema della ricerca: “Le innovazioni da introdurre nelle piccole e medie imprese di servizi e del settore nautico per lo sviluppo del territorio”, coordinatore prof. Tonino Pencarelli

- Date (da – a) 2003- ad oggi
- Nome e indirizzo del datore di lavoro ITS Umbria Academy; ITS Marche, ITER Umbria, Form.Azione di Perugia, FORMACONF di Pesaro, Assindustria Consulting di Pesaro, ABC formazione e turismo di Pesaro, Fondazione Pergolesi Spontini di Jesi, IFOA Ancona, Comunità Montana del Montefeltro, Confcommercio di Pesaro e Urbino, CESCOT Pesaro. In allegato elenco completo cronologico
 - Tipo di azienda o settore Società di formazione professionale
 - Tipo di impiego **Docente**
- Principali mansioni e responsabilità Docenze di Marketing, Marketing dei Servizi, Marketing Turistico e Territoriale, Marketing delle Esperienze, Comunicazione Turistica e Comunicazione Interculturale in ambito Turistico

- Date (da – a) 2006-2012
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Studio Associato Experyentya, Via San Teodoro 540, 47836 Mondaino (RN)
 - Tipo di azienda o settore Studio di consulenza di marketing
 - Tipo di impiego **Fondatore e consulente senior**
- Principali mansioni e responsabilità Consulenza in marketing, web 2.0 e comunicazione digitale, gestione della rete commerciale

- Date (da – a) 2006-2009
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Associazione Turistica Pro Loco, Via Secondaria Levante 2 - 47836 Mondaino (RN)
 - Tipo di azienda o settore Associazione di promozione turistica no profit
 - Tipo di impiego **Presidente e direttore artistico**
- Principali mansioni e responsabilità Presidente, responsabile di marketing e direttore artistico del “Palio de lo Daino”, rievocazione storica medievale di rilievo nazionale

- Date (da – a) 2002-2005
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Aziende private (hotel, ristoranti, associazioni culturali)
 - Tipo di azienda o settore Organizzazioni e aziende turistiche e di servizi
 - Tipo di impiego Consulenza con prestazione occasionale
- Principali mansioni e responsabilità Consulente di marketing e di comunicazione turistica

- Date (da – a) 1999-2003
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Associazione Turistica Pro Loco, Via Secondaria Levante, 2 - 47836 Mondaino (RN)
 - Tipo di azienda o settore Associazione di promozione turistica no profit
 - Tipo di impiego Direttore artistico
- Principali mansioni e responsabilità Direttore artistico del “Palio de lo Daino”, rievocazione storica medievale di rilievo nazionale

- Date (da – a) 1988-1994
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Alberghi, ristoranti, beach bar, pub di Rimini, Cattolica, Riccione
 - Tipo di azienda o settore Turistico-alberghiero
 - Tipo di impiego Cameriere e barista stagionale
- Principali mansioni e responsabilità Servizio al tavolo e gestione della sala con responsabilità di cassa

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Date (da – a) 19/10/2018
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione MIUR (Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca)
Abilitazione Scientifica Nazionale (ASN)
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio 13/B2 – Economia e Gestione delle Imprese - Settore Scientifico Disciplinare SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese
 - Qualifica conseguita Abilitazione Scientifica Nazionale (ASN) – Professore di II fascia

- Date (da – a) 2002-2004 (Tesi discussa il 10/05/2005)
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione **Dottorato di Ricerca in “Impresa e Mercato”** XVII ciclo presso l'Università degli Studi di Genova (Dottorato consorziato con le Università di Firenze, Genova, Parma, Pisa, Urbino).
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio Settore disciplinare SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese
Titolo della tesi: “Esperienze, Marketing & Territorio”. Temi trattati: Economia delle esperienze, Marketing turistico, Marketing e *management* dei sistemi turistici locali e dei sistemi territoriali.
 - Qualifica conseguita Dottore di Ricerca (PhD)

- Date (da – a) 1993-2001 (Tesi discussa il 28/03/2001)
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione **Laurea in Economia e Commercio** (indirizzo aziendale) presso l'Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, Facoltà di Economia, 110/110 e Lode
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio Titolo della tesi: “Il marketing turistico nella prospettiva dell'economia delle esperienze”. Temi trattati: Economia delle esperienze, Marketing turistico
 - Qualifica conseguita Laurea

- Date (da – a) 1987-1992
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Istituto Tecnico Industriale Statale “E. Mattei” di Urbino
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio Perito elettronico
 - Qualifica conseguita Diploma di maturità tecnica

CAPACITÀ E COMPETENZE

PERSONALI

MADRELINGUA

Italiano

ALTRE LINGUE

Inglese

- Capacità di lettura

Buono

- Capacità di scrittura

Buono

- Capacità di espressione orale

Elementare

Francese

- Capacità di lettura

Buono

- Capacità di scrittura

Elementare

- Capacità di espressione orale

Elementare

CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI

Capacità relazionali e attitudine al lavoro di gruppo. Predisposizione a lavorare in *teams* interdisciplinari (ricerca in ambito turistico, produzione e gestione di eventi, attività teatrale e performativa).

CAPACITÀ E COMPETENZE ORGANIZZATIVE

Capacità di *leadership* e di gestione di progetti e gruppi di lavoro acquisita con l'esperienza maturata in contesti differenti (accademica, pubblica amministrazione e associazioni culturali).

| | |
|--------------------------------------|---|
| CAPACITÀ E COMPETENZE TECNICHE. | Buona conoscenza di applicativi per la ricerca qualitativa (T-lab; N-Vivo) e quali-comparativa (Fs/QCA). Ottima conoscenza degli strumenti informatici di base, delle applicazioni gestionali e della comunicazione digitale (Web, Social media, ecc.). |
| CAPACITÀ E COMPETENZE ARTISTICHE. | Regista e attore teatrale con specializzazione nell'improvvisazione e nel teatro di strada. |
| PATENTE O PATENTI | Patente B |

- ALLEGATI**
- A) Elenco delle pubblicazioni scientifiche;**
 - B) Elenco delle relazioni e partecipazioni a convegni scientifici;**
 - C) Elenco delle altre attività accademiche;**
 - D) Elenco dettagliato delle attività didattiche.**

Il sottoscritto **FABIO FORLANI** dichiara che tutti i fatti riportati nel presente curriculum corrispondono a verità ai sensi e per gli effetti degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000. Il sottoscritto dichiara di essere a conoscenza delle sanzioni penali cui incorre in caso di dichiarazione mendace o contenente dati non più rispondenti a verità, come previsto dall'art. 76 del D.P.R. 28.12.2000, n. 445.

Il sottoscritto dichiara di essere a conoscenza dell'art. 75 del D.P.R. 28.12.2000, n. 445, relativo alla decadenza dai benefici eventualmente conseguenti al provvedimento emanato, qualora l'Amministrazione, a seguito di controllo, riscontri la non veridicità del contenuto della suddetta dichiarazione.

Si allega a tale scopo copia del documento di identità in corso di validità

Perugia, 14 febbraio 2025



.....
Firma

ALLEGATO A:

ELENCO DELLE PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE (N°63)

1. Perri, D., Di Blasi, S.R., Forlani, F., & Gervasi, O. (2024). Exploring the Metaverse: Opportunities for Tourism and Territorial Development. pp. 141-153. In: Gervasi, O., Murgante, B., Garau, C., Taniar, D., C. Rocha, A.M.A., Faginas Lago, M.N. (eds) Computational Science and Its Applications – ICCSA 2024 Workshops. ICCSA 2024. Lecture Notes in Computer Science, vol 14825. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-031-65343-8_9.
2. Forlani, F., Picciotti, A., & Splendiani, S. (2023). Improving tourism resilience through Cultural Routes. An exploratory analysis of the Italian case “Via Francigena”. *Turistica - Italian Journal of Tourism*, 32(1), pp. 45-70. DOI: 10.70732/tijt.v32i1.21.
3. Splendiani, S., & Forlani, F. (2023). *Il Turismo dei Cammini per la valorizzazione delle destinazioni italiane: Modelli, strumenti manageriali e casi di studio*. FrancoAngeli.
4. Splendiani, S., Forlani, F., Picciotti, A., & Presenza, A. (2023). Social Innovation Project and Tourism Lifestyle Entrepreneurship to Revitalize the Marginal Areas. The Case of the via Francigena Cultural Route. *Tourism Planning & Development*, 20(5), 938-954. DOI: 10.1080/21568316.2022.2161616; ISSN 2156-8316.
5. Forlani, F., Dini, M., & Pencarelli, T. (2022). The importance of food and beverages in wellness experiences: a cross-continental analysis of tourists' perceptions. *British Food Journal*, Vol. 124 No. 13, pp. 520-540. DOI: 10.1108/BFJ-05-2022-0430; ISSN 0007-070X.
6. Ferrucci, L., Forlani, F., & Picciotti, A. (2022). Passion as a Determinant in Sport Consumption: the Case of Amateur Cyclists. *Sport Mont*, 20(1), 3-8. DOI: 10.26773/smj.220203; ISSN: 1451-7485.
7. Ferrucci, L., Forlani, F., & Splendiani, S. (2022). The economic-impact evaluation of cultural events: the case of the Umbria Jazz Festival. *Anatolia*, 33(1), 31-47. DOI: 10.1080/13032917.2021.1902824; ISSN: 2156-6909.
8. Ferrucci, L., Forlani, F., & Picciotti, A. (2021). Sports Consumption Behavior: Discovering Typologies of Amateur Cyclists. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 28(4), 26-31. DOI:10.2478/pjst-2021-0023; ISSN: 2082-8799.
9. Forlani, F., Ferrucci, L., Picciotti, A., & Splendiani, S. (2021). Mapping and Evaluating the Attractiveness of Pilgrim Routes from an Experiential Perspective: the Case of the ‘Paths through Italy’. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9(4), 25-37. DOI: <https://doi.org/10.21427/FDH7-VZ60>, ISSN: 2009-7379.
10. Forlani F., Argentiero A., Costantini E., & Splendiani S. (2021), Umbria Live Festival – Cento eventi che raccontano la Regione, in Parbuono D., (Ed), Unipg pensa il post-Covid, Culture Territori Linguaggi, Università di Perugia, pp. 245-250, ISBN: 9788894469738.
11. Splendiani S., Forlani F., Picciotti A., Presenza A., (2020), Il contributo dei Cammini alla creazione di social value per territori marginali. Il caso della ‘Via Francigena’, in Atti del SIMktg Conference 2020 – Il Marketing per una società migliore, LIUC Università Cattaneo, 2020, ISBN: 978-88-943918-4-8.
12. Conti, E., Forlani, F., & Pencarelli, T. (2020). The visiting experience of a cultural city in the experiential perspective: the case of Urbino. *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, (21), 391-424. DOI: 10.13138/2039-2362/2117; ISSN: 2039-2362.
13. Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F., & Pencarelli, T. (2019). Online presence, visibility and reputation: a systematic literature review in management studies. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 13(4), 547-577. DOI:10.1108/JRIM-11-2018-0139. ISSN:2040-7122.
14. Forlani, F., & Pencarelli, T. (2019). Using the experiential approach in marketing and management: A systematic literature review. *Mercati & Competitività*, (3), 23-56. ISSN:1826-7386.
15. Kostić, M., Ratković, M., & Forlani, F. (2019). Eco-hotels as an example of environmental responsibility and innovation in savings in the hotel industry. *Hotel and Tourism Management*, 7(2), 47-56. DOI: 10.5937/menhottur1902047K; ISSN: 2620-0481.
16. Forlani, A., & Picciotti, A. (2019) Un possibile modello per l’analisi strutturale dell’offerta turistica: il caso dei Cammini d’Italia, in Atti del SIMktg Conference 2019 – Marketing 4.0: le sfide della multicanalità”, Università Sacro Cuore di Piacenza, 2019, ISBN: 978-88-943918-3-1.

17. Pencarelli, T., Cioppi, M., Curina, I., & Forlani, F. (2019). The impact of web 2.0 on the marketing processes of restaurant businesses. *Piccola Impresa/Small Business*, (1), 60-84 - DOI:10.14596/pisb.315. ISSN:0394-7947.
18. Forlani F., Presenza A., & Splendiani S., (2018). Route tourism. Defining the phenomenon and analyzing the impact on Umbria Region (Italy), in Proceedings of III International Conference on Tourism Dynamics and Trends, ISBN: 9-781234-567897
19. Forlani, F. (2018). Il marketing delle esperienze turistiche. *Un modello di analisi e gestione per le imprese ei sistemi d'offerta, Aracne, Roma*, 1-232. Monografia referata. ISBN:9788825512786.
20. Pencarelli T., Forlani F. (eds), *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management* (pp. 1-220). Springer, Cham. DOI:10.1007/978-3-319-77550. International Series in Advanced Management Studies - ISSN:2366-8814.
21. Forlani F., Splendiani S. (2018). Destination branding e sistemi turistici "frammentati": il caso di Orvieto, in Atti del XV Convegno SIM "I percorsi identitari nel marketing", Università di Bari, 2018. ISBN:9788894391824.
22. Conti, E., Forlani F., Pencarelli T., (2018). The relationship between tourist's characteristics and tourist's Behaviour and the perceived experience of visiting an art city: evidence from Italy, in Atti del XV Convegno SIM "I percorsi identitari nel marketing", Università di Bari, 2018. ISBN:9788894391824.
23. Conti, E., Forlani F., Pencarelli T., (2018). The Impact of Services and the Experiential Components on the Global Customer Experience: Preliminary Results from an Italian Art City, in Atti di Excellence in Services-EISIC, 2018. ISBN:9788890432781.
24. Pencarelli, T., Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F., (2018). La logica esperienziale applicata alle strategie del comparto fieristico: una review della letteratura, Proceedings of Sinergie XXX Annual Conference "Transformative business strategies and new patterns for value creation", *Università Ca Foscari di Venezia*, 2018. ISBN:9788894393729.
25. Pencarelli T., Forlani F., (2018). Introduction to the experience logic: key concepts and contents, in *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management*, Pencarelli T., Forlani F. (eds), Springer International, 2018, pp. 1-13. DOI:10.1007/978-3-319-77550-0_1. ISBN:9783319775494. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES – ISSN:2366-8814.
26. Forlani F., Buratti A., Pencarelli T., (2018). Experiential Perspective in Management Literature: A Systematic Review. In *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management*, Pencarelli T., Forlani F. (eds), Springer International, 2018, pp. 15-42. DOI:10.1007/978-3-319-77550-0_2. ISBN:9783319775494. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES – ISSN:2366-8814.
27. Pencarelli T., Forlani F., (2018). Marketing in an Experiential Perspective: From Goods and Service Logic to Experience Logic, In *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management*, Pencarelli T., Forlani F. (eds), Springer International, 2018, pp. 43-67. DOI:10.1007/978-3-319-77550-0_3. ISBN:9783319775494. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES – ISSN:2366-8814.
28. Forlani, F., & Pencarelli, T. (2018). The Tourist Offer of the Destination in an Experience Logic Perspective. In Pencarelli T., Forlani F. (eds), *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management* (pp. 43-67). Springer, Cham. DOI:10.1007/978-3-319-77550-0_4. International Series in Advanced Management Studies - ISSN:2366-8814.
29. Gregori GL., Pencarelli T., Temperini V., Splendiani S., Forlani F., (2018). Sustainable Management of Events in an Experiential Perspective, In *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management*, Pencarelli T., Forlani F. (eds), Springer International, 2018, pp. 91-109. DOI:10.1007/978-3-319-77550-0_5. ISBN:9783319775494. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES – ISSN:2366-8814.
30. Pencarelli T., Cioppi M., Curina I., Forlani F., (2018). Experience Logic: The New Challenge for Trade Fairs, In *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management*, Pencarelli T., Forlani F. (eds), Springer International, 2018, pp. 169-185. DOI:10.1007/978-3-319-77550-0_9. ISBN:9783319775494. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES – ISSN:2366-8814.
31. Pencarelli T., Forlani F., Dini M., (2018). Marketing of Traditional-Local Products in the Experience Logic Perspective, In *The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management*, Pencarelli T., Forlani F. (eds), Springer International, 2018, pp. 205-220. DOI:10.1007/978-3-319-77550-0_11. ISBN:9783319775494. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES – ISSN:2366-8814.
32. Cioppi M., Curina I., Forlani F., Pencarelli T., (2017). I concetti di visibilità, reputazione e popolarità online quali elementi definitori della presenza online: una review della letteratura. in *Web 2.0 e visibilità online. Un modello di misurazione per il settore turistico*, Cioppi M., Franco Angeli, Milano, 2017, pp.36-64. ISBN:9788891742803.

33. Forlani F., Picciotti A., Bufo C., (2017). Fundraising e marketing delle ONLUS. Un'indagine esplorativa della situazione italiana, in Atti del XIV Convegno Sim 2017 "Il Marketing di successo. Imprese, Enti e Persone", Università di Bergamo, 2017. ISBN:9788890766299.
34. Pencarelli, T., Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F., (2017). L'importanza del web 2.0 nel marketing della ristorazione: il caso dei ristoranti di Pesaro e Urbino, Proceedings of Sinergie XXIX Annual Conference "Value Co-Creation: management challenges for business and society", Università Federico II di Napoli, 2017. ISBN:9788890739491.
35. Forlani F., Splendini S., (2016). The importance of brand architecture for the place brand management: the case of Orvieto (Italy), in Inaugural Conference of International Place Branding Association, Middlesex University, London, pp.137-139, 2016. ISBN:9781911371618.
36. Pencarelli, T., & Forlani, F. (2016). Marketing of touristic districts-viable systems in the experience economy. *Sinergie Italian Journal of Management*, 34, 199-238. DOI: 10.7433/s101.2016.12. ISSN:0393-5108.
37. Pencarelli, T., Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F., (2016). La visibilità online nel comparto retail, in Atti del XIII Convegno SIM 2016 "Marketing & Retail nei mercati che cambiano", Università di Cassino, 2016. ISBN:9788890766268.
38. Cioppi M., Curina I., Forlani F., Pencarelli T., (2016). La visibilità on-line delle imprese alberghiere: un possibile modello di misurazione, in *Piccola Impresa–Small Business*, n°1, pp.78-98. DOI: 10.14596/pisb.233. ISSN:0394-7947.
39. Aureli, S., & Forlani, F. (2016). The importance of brand architecture in business networks: The case of tourist network contracts in Italy. *Qualitative Market Research: An International Journal*. 19(2), 133-155. DOI: 10.1108/QMR-02-2016-0007. ISSN:1352-2752.
40. Pencarelli, T., Forlani, F., & Dini, M. (2015). Il marketing dei prodotti tipici locali nella prospettiva esperienziale: il caso del tartufo. *Economia Agro-alimentare*, 17(2), 11-32. DOI: 10.3280/ECAG2015-002002. ISSN:1126-1668.
41. Pencarelli T., Cioppi M., & Forlani, F., (2015). L'impatto del Web 2.0 sul marketing delle piccole imprese alberghiere, in *Piccola Impresa–Small Business*, n°2, pp. 11-32. DOI:10.14596/pisb.146. ISSN:0394-7947.
42. Aureli S., Forlani F., Pencarelli T., (2015). Network brand management. Issues and opportunities for small-sized hotels, in *International Journal of Management Cases*, Vol. 17, n°4, pp. 19-34. ISSN:1741-6264.
43. Aureli, S., & Forlani, F. (2015). The effects of formal networks on territorial tourism offers. Current usage of network contracts in Italy. *European Journal of Tourism Research*, 10(), 76-94. DOI: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v10i.180>. ISSN:1994-7658.
44. Pencarelli T., Dini M., Forlani F., (2015). Marketing of traditional-local products in the experiential perspective: the case of the truffle market, in Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., Maizza A., a cura di, Book of Proceedings Contemporary Trends and Perspectives in Wine and Agrifood Management, Università del Salento, Lecce, 16-17 Gennaio 2015.
45. Aureli S., Forlani F., (2014). Il contratto di rete come strumento di networking per superare la frammentazione dell'offerta turistica italiana, in Baldarelli M.G., Le aziende turistiche in «rete», Aracne, pp. 121-164. ISBN:9788854875647.
46. Aureli S., Forlani F., Pencarelli T., (2014). Brand management in the hotel industry: from company to network brand. Opportunities and limits of networking for small-sized hotels, in Jayachandran C., Gregori G.L., 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development "Managing the "Intangibles": Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context", Università Politecnica delle Marche, 16-18 luglio 2014.
47. Betti D., Forlani F., Pencarelli T., (2009). La marca turistica e territoriale, in Pencarelli T., Gregori G.L. Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche, FrancoAngeli, 2009, pp. 64-81. ISBN:9788856812787.
48. Forlani F., (2009). La comunicazione non convenzionale nel turismo, in Pencarelli T., Gregori G.L. Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche, FrancoAngeli, 2009, pp.170-200. ISBN:9788856812787.
49. Forlani F., (2009). Immagine e posizionamento dei brand turistici. Il caso del Mare Adriatico e delle sue destinazioni turistiche, in Pencarelli T., Gregori G.L., Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche, FrancoAngeli, 2009, pp. 246-266. ISBN:9788856812787.
50. Betti D., Cioppi M., Forlani F., Pencarelli T., (2009). Destination branding. Il caso del brand Adriatico, in Andreani J.C., Collese U., a cura di, Atti dell'Ottavo Congresso Internazionale sulle Tendenze del Marketing, Parigi, 15-17 Gennaio 2009.

51. Bartolazzi F.V., Forlani F., Fortezza F., (2008). Caratteri e potenzialità degli eventi come «esperienze mediterranee»: Il caso «Palio de lo Daino», in *Mercati e Competitività*, n°4, pp. 71-99. ISSN:1826-7386.
52. Betti D., Forlani F., Omobono S., Pencarelli T., (2008). Creation and management of the «Adriatic» brand: a common opportunity?, in *Agronomski*, n.70, pp. 247-262. ISSN:0002-1954.
53. Cerquetti M., Forlani F., Montella M., Pencarelli T., (2007). I Sistemi Turistici Locali nelle province di Pesaro e Urbino e Macerata, in Sciarelli S., *Management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la creazione, lo sviluppo e la governance*, Giappichelli, Torino. ISBN:9788834875773.
54. Pencarelli T. e Forlani F., (Eds) (2007). *Turismo nautico e porti turistici. Quali prospettive nelle Marche?*, a cura di QuattroVenti; Urbino, 2007, pp. 1-169. ISBN:9788839207906.
55. Forlani F., (2007). I porti turistici nella Regione Marche: potenzialità e limiti, pp. 101-147, in *Turismo Nautico e Porti Turistici. Quali prospettive nelle Marche?*, a cura di Pencarelli T., Forlani F., QuattroVenti; Urbino, 2007. ISBN:9788839207906.
56. Forlani F., (2007). Analisi del sistema d'offerta dei porti turistici, pp. 61-100, in *Turismo Nautico e Porti Turistici. Quali prospettive nelle Marche?*, a cura di Pencarelli T., Forlani F., QuattroVenti; Urbino, 2007, pp.59-98. ISBN:9788839207906.
57. Forlani F., Fortezza F., (2007). Il settore nautico, i porti turistici e le problematiche innovative, pp. 15-28, in *Turismo Nautico e Porti Turistici. Quali prospettive nelle Marche?*, a cura di Pencarelli T., Forlani F., QuattroVenti; Urbino, 2007, pp. 15-28. ISBN:9788839207906.
58. Pencarelli T., Forlani F., (2006). Il marketing dei prodotti tipici nella prospettiva dell'economia delle esperienze, in Andreani J.C., Collese U., a cura di, *Atti del Quinto Congresso Internazionale sulle Tendenze del Marketing*, Venezia 20-21 Gennaio 2006.
59. Pencarelli T., Forlani F., (2005). Marketing e management delle destinazioni turistiche. L'esperienza di alcuni S.T.L. italiani, in Andreani J.C., Collese U., a cura di, *Atti del Quarto Congresso Internazionale sulle Tendenze del Marketing*, Parigi 21-22 Gennaio 2005.
60. Pencarelli T., Betti D., Forlani F., (2005). L'attività di ricerca di informazioni per la scelta del prodotto turistico, in *Sinergie* n°66, pp. 27-54. ISSN:0393-5108.
61. Pencarelli T., Forlani F., (2004). I Sistemi Turistici Locali nella Provincia di Pesaro e Urbino: luci ed ombre, *Prisma*, n. 29, pp. 73-90. ISSN: 0393-9049.
62. Pencarelli T., Forlani F., (2003). Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell'economia delle esperienze (versione ampliata), in Pencarelli T., *Lecture di economia e management delle organizzazioni turistiche*, Edizioni Goliardiche, Udine, 2003, pp. 107-163. ISBN:9788881715091.
63. Pencarelli T., Forlani F., (2002). Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell'economia delle esperienze, *Sinergie*, n.58, pp. 231-277. ISSN:0393-5108.

ALLEGATO B:

RELAZIONI A CONVEGNI E CONGRESSI SCIENTIFICI

XIV Riunione Scientifica SISTUR "Turismo: verso una ripresa responsabile – Strategie, rischi, opportunità.", Società Italiana di Scienze del Turismo, Università di Roma La Sapienza – 24-26 Novembre 2022. Presentazione del paper - "L'offerta turistica delle dimore storiche italiane fra servizi ed esperienze", Forlani F., Galich, A.

XIII Riunione Scientifica SISTUR "Il turismo tra innovazione green e digitale. Cultura dei territori e beni comuni", Società Italiana di Scienze del Turismo, Università degli Studi di Bergamo – 18-19 Novembre 2021. Presentazione dei papers - "Posizionamento digitale e performance aziendali: una Fuzzy Set Ideal Type Analysis degli hotels italiani", Forlani F., Picciotti A., Massa G.; - "Il Wellness Tourism in una prospettiva olistica ed esperienziale: il caso delle Spa Wellness Retreat", Dini M., Forlani F., Pencarelli T.

XVIII Conference SIM, Trasformazione digitale dei mercati: il marketing nella creazione di valore per le imprese e la società, Università Politecnica delle Marche – 14-15 Ottobre 2021 – Paper presentato: Il posizionamento digitale nel mercato del tartufo: una fuzzy set/Qualitative Comparative Analysis dei retailer italiani, Forlani F., Picciotti A., Dini M.

INVITUR Conference 2021, Università di Aveiro (Portugallo), 6-7 Maggio 2021 – Paper presentato: Route-based tourism as a driver of sustainable tourism development: highlights from the Italian project "Atlas of Paths", Splendiani S., Forlani F., Presenza A.,

XVII Conference SIM, Il marketing per una società migliore, LIUC - Università Cattaneo di Castellanza (VA) – 28-30 Ottobre 2020 – Paper presentato: Il contributo dei Cammini alla creazione di social value per territori marginali. Il caso della 'Via Francigena', Splendiani S., Forlani F., Picciotti A., Presenza A.

XVI Conference SIM, Marketing 4.0: le sfide della multicanalità, Università Cattolica del Sacro Cuore – Piacenza - 24-25 Ottobre 2019 - Paper presentato: Un possibile modello per l'analisi strutturale dell'offerta turistica: il caso dei Cammini d'Italia, Forlani F., Picciotti A.

III International Conference on Tourism Dynamics and Trends - X Scientific Meeting SISTUR, Università del Sannio, Novembre 2018. - Paper presentato: Route tourism. Defining the phenomenon and analyzing the impact on Umbria Region (Italy), Forlani F., Presenza A., Splendiani S.

XV Conference SIM, I percorsi identitari nel marketing, Università di Bari, 18-19 Ottobre 2018 – Paper presentato: Destination branding e sistemi turistici "frammentati": il caso di Orvieto, Forlani F., Splendiani S.

XV Conference SIM, I percorsi identitari nel marketing, Università di Bari, 18-19 Ottobre 2018 – Paper presentato: The relationship between tourist's characteristics and tourist's behavior and the perceived experience of visiting an art city: evidence from Italy, Conti E., Forlani F., Pencarelli T.,

Sinergie XXX Annual Conference, *Transformative business strategies and new patterns for value creation*, Università Ca Foscari di Venezia, Giugno 2018 – Paper presentato: La logica esperienziale applicata alle strategie del comparto fieristico: una review della letteratura, Pencarelli T., Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F.

XIV Convegno SIM, Il Marketing di successo. Imprese, Enti e Persone, Università di Bergamo, Bergamo, 26-27 ottobre, 2017 – Paper presentato: "Fundraising e marketing delle ONLUS. Un'indagine esplorativa della situazione italiana", Forlani F., Picciotti A., Bufo C.

Convegno Sinergie-SIMA 2017, Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società, Università di Napoli Federico II, Napoli, 15-16 giugno 2017, Paper presentato: "L'importanza del web 2.0 nel marketing della ristorazione", Pencarelli T., Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F.

Inaugural Conference of International Place Branding Association, Middlesex University, London (UK), 8-9 dicembre 2016, Paper presentato: "The importance of brand architecture for the place brand management: the case of Orvieto", Forlani, F., Splendiani, S.

VIII Riunione Scientifica - Società Italiana di Scienze del Turismo (SISTUR), San Marino; 17/18 novembre 2016, Paper presentato: "Il ruolo critico del front-line nella messa in scena delle esperienze. Il caso della ristorazione", Forlani F., Belletti N.

XIII Convegno SIM 2016, Marketing & Retail nei mercati che cambiano, Università di Cassino, Cassino, 20/21 ottobre 2016, Paper presentato: "La visibilità online nel comparto retail", Pencarelli, T., Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F.

I processi innovativi nelle piccole imprese. Re-positioning of SMEs in the Global Value System, Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo", Urbino, 24-25 settembre 2015 - Paper presentato: "La visibilità On-Line delle imprese alberghiere: un possibile modello di misurazione" Cioppi M., Curina I., Forlani F., Pencarelli T.;

Contemporary Trends and Perspectives in Wine and Agrifood Management, Università del Salento, Lecce, 16-17 Gennaio 2015 – Paper presentato: "Marketing of traditional-local products in the experiential perspective: the case of the truffle market", Pencarelli T., Dini M., Forlani F.;

13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development. Managing the "Intangibles": Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context, Università Politecnica delle Marche, 16-18 luglio 2014 - Paper presentato: "Brand management in the hotel industry: from company to network brand. Opportunities and limits of networking for small-sized hotels", Aureli S., Forlani F., Pencarelli T.;

5° Riunione scientifica - Società italiana di scienze del turismo (SISTUR), Università di Bologna - Rimini Campus; 29 novembre 2013 – Paper presentato: "Web 2.0 e turismo: nuovo paradigma di marketing o semplice revisione dei canali e delle tecniche di comunicazione?", Cioppi M., Forlani F., Pencarelli T.;

4° International Colloquium on Place Brand Management: Strategic Marketing of Cities, Regions and Nations, Università della Valle d'Aosta - Hotel Mont Blanc Village - La Salle (Ao), 06 settembre 2013 – Paper presentato: "The role of network contracts in place brand management. Current usage and future possibilities of this new Italian legislative instrument", Aureli S., Forlani F.;

Ottavo Congresso Internazionale sulle Tendenze del Marketing, Parigi, 15-17 Gennaio 2009 – Paper presentato: "Destination branding. Il caso del brand Adriatico", Betti D., Cioppi M., Forlani F., Pencarelli T.;

Quinto Congresso Internazionale sulle Tendenze del Marketing, Venezia 20-21 Gennaio 2006 – Paper presentato: "Il marketing dei prodotti tipici nella prospettiva dell'economia delle esperienze", Pencarelli T., Forlani F.;

Quarto Congresso Internazionale sulle Tendenze del Marketing, Parigi 21-22 Gennaio 2005 – Paper presentato: "Marketing e management delle destinazioni turistiche. L'esperienza di alcuni S.T.L. italiani", Pencarelli T., Forlani F..

Relazioni a convegni e seminari divulgativi

Progetto "Umbria Culture for Family", Forma.Azione - Regione Umbria. Seminario di formazione e informazione, rivolta agli operatori culturali e turistici. 22 aprile e 9 maggio 2022. Titoli degli interventi: "Modelli di indagine della customer satisfaction e della fidelizzazione del pubblico" e "Standard minimi richiesti per accoglienza delle famiglie".

XIII Riunione Scientifica SISTUR "Il turismo tra innovazione green e digitale. Cultura dei territori e beni comuni", Società Italiana di Scienze del Turismo, Università degli Studi di Bergamo – 18-19 Novembre 2021. Moderatore (*chair*) sessione plenaria 1 "Cultura dei territori tra rinnovamento ecosistemico e digitale".

Comune di Dovadola, Convegno "La Prospettiva del turismo esperienziale per lo sviluppo del territorio", Dovadola (FC), 18 settembre 2021, titolo dell'intervento: "I cammini come opportunità di sviluppo turistico per le aree rurali".

Università Cattolica del Sacro Cuore Milano e Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, Webinar "Impresa, reti e territorio", 24 giugno 2021, titolo dell'intervento: "La misurazione dell'impatto degli eventi culturali sul sistema territoriale: metodologie e casi".

Comune di Massa Martana e Comune di Nocera Umbra, Webinar "Flaminia Vetus: da massa Martana a Scheggia", 10 giugno 2021, titolo dell'intervento: "I cammini come opportunità di sviluppo turistico per le aree rurali".

Banca d'Italia (Filiale di Perugia), Destinazione Umbria, Perugia, 27 marzo 2019, partecipazione alla tavola rotonda "Turismo e informatica: vendere l'Umbria sul web".

Comune di Spello, Convegno "Quando l'olio disegna il paesaggio: un motore per lo sviluppo del turismo 2.0", Spello (Pg), 17 novembre 2018, titolo dell'intervento: "Il paesaggio tra patrimonio culturale e turismo".

Camera di Commercio di Perugia, Tavola rotonda "Perugia e Cosenza, due terre da viaggiare", Perugia, 07 dicembre 2017, titolo dell'intervento: "L'importanza della cooperazione fra imprese nella costruzione di proposte turistiche esperienziali".

MiBACT, China Day 2017, 7 dicembre 2018, partecipazione come coordinatore e relatore del tavolo "Promozione e comunicazione del brand Italia nel mercato cinese", organizzato dal MiBACT in collaborazione con Regione Umbria, Comune di Orvieto e la Fondazione Italia Cina.

Comune di Orvieto, convegno "Turismo Orvietano: attualità e prospettive", 13 febbraio 2017, Orvieto (TR), titolo intervento: "L'importanza dell'analisi dei dati per una strategia condivisa. Prima fotografia del turismo di Orvieto".

Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo", progetto "CultLab – spin off di impresa culturale", 9 e 14 ottobre 2015, Urbino, titolo intervento: "L'Experience Logic nell'Economia e Gestione delle Imprese Turistiche";

Comune di Porto Sant'Elpidio, iniziativa "Marketing e turismo. 6ª Giornata di formazione turistica", 19 marzo 2015, Porto Sant'Elpidio (FM), titolo intervento: "Strategie di marketing ed esperienze enogastronomiche per il turismo";

Confederazione Italiana Agricoltori di Pesaro e Comune di Montefelcino, iniziativa "Come creare e comunicare il valore di un vino, la prospettiva esperienziale", 27 settembre 2014, Montefelcino (PU), titolo intervento: "Come creare e comunicare il valore di un vino, la prospettiva esperienziale";

Consorzio Marche Biologiche (ConMarcheBio), iniziativa "Bio Europa 2014 – Nutrire il pianeta", 28 giugno 2014, Isola del Piano (PU), titolo intervento: "Come comunicare al cittadino consumatore il valore aggiunto dei prodotti biologici locali";

SISTEMA MUSEO e Gal Flaminia-Cesano, progetto "*Genius Loci – valorizzazione del territorio attraverso il turismo esperienziale*", 7 marzo 2014, Pergola (PU), titolo intervento "Luogo o destinazione turistica?";

Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo", Scuola di Economia, seminario "Marketing e turismo, quale strada percorrere?", 28 Novembre 2013, Urbino, titolo intervento "Marketing turistico e web 2.0";

SISTEMA MUSEO e Gal Flaminia-Cesano, progetto "*Genius Loci – valorizzazione del territorio attraverso il turismo esperienziale*", 13 ottobre 2013, Monastero di Fonte Avellana, Serra Sant'Abbondio (PU), titolo intervento "Valorizzazione dei prodotti tipici";

SISTEMA MUSEO e Gal Flaminia-Cesano, progetto "*Genius Loci – valorizzazione del territorio attraverso il turismo esperienziale*", 24 maggio 2013, Fratterosa (PU), titolo intervento "Prodotti tipici e turismo esperienziale: alcune esperienze";

Comune di Porto Sant'Elpidio, iniziativa "Marketing e turismo. 3ª Giornata di formazione turistica", 21 marzo 2012, Porto Sant'Elpidio (FM), Titolo intervento: "Il Marketing delle esperienze turistiche: il territorio come palcoscenico di esperienze memorabili";

Università Politecnica delle Marche, Convegno finale del Interreg III PADMALab "Pan Adriatic Destination Management Learning Laboratory", 16 luglio 2008, Ancona, titolo intervento: Destination management e Destination branding, alcune indicazioni per "l'Adriatico";

Università degli Studi di Trento, Facoltà di Economia, Convegno finale del PRIN "Il Management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la creazione, lo sviluppo e la *governance*", 20 settembre 2007, Trento, titolo intervento: "I Sistemi Turistici Locali nelle province di Pesaro e Urbino e Macerata";

Comune di Monteciccardo, Convegno "Turismo fra costa ed entroterra, quali sinergie possibili?", 27 novembre 2004, titolo intervento "Il contributo del turismo rurale al sistema turistico provinciale";

Università di Urbino, Facoltà di Economia, Convegno "La valorizzazione dei centri storici. Un contributo al marketing territoriale", 21 feb 2003, Urbino, intervento: "Un modello di gestione dei sistemi d'offerta territoriali";

ALLEGATO C: ALTRE ATTIVITÀ ACCADEMICHE

Attività istituzionale e terza missione

Presidente del Corso di Laurea in Economia e Management del Turismo (sede di Assisi) - Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Perugia (triennio 2023-2026);

Responsabile della qualità del Corso di Laurea in Economia del Turismo (sede di Assisi) - Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Perugia (2022-2023);

Membro della giunta del Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Perugia (triennio 2019-2022).

Membro della commissione per l'ammissione alle lauree magistrali del Dipartimento di Economia;

Membro della Commissione del Riesame del Corso di Laurea in Economia del Turismo (sede di Assisi) - Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Perugia (2018-2021);

Incaricato delle iniziative di orientamento finalizzate alla promozione del Corso di laurea in Economia del turismo di Assisi.

Responsabile dei seminari UTH (Umbria Tourism Hub) del corso di laurea in Economia del Turismo.

Direzione o partecipazione a comitati editoriali di riviste

Membro del comitato di redazione di Turistica – Italian Journal of Tourism (ISSN 1974-2207) dal 01-07-2022

Reviewer per Current Issues in Tourism (ISSN 1368-3500) dal 01/06/2022

Reviewer per Piccola Impresa – Small Business (ISSN 0394-7947) dal 01-01-2009

Reviewer per Sinergie Italian Journal of Management (ISSN 0393-5108) dal 01-01-2016

Reviewer per ImpresaProgetto - Electronic Journal of Management (ISSN 1824-3576) dal 01-01-2017

Reviewer per Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage (ISSN: 2039-2362) dal 01-01-2019

Reviewer per Mercati e Competitività (ISSN 1826-7386) - Franco Angeli dal 01-01-2017 al 31-12-2019

Reviewer per Italian Journal of Marketing (ISSN 2662-3323) – Springer dal 01-01-2020

Reviewer per Journal of Research in Interactive Marketing (ISSN 2040-7122) – Emerald dal 01-01-2018

Reviewer per Micro & Macro Marketing (ISSN 1121-4228) - Il Mulino dal 05-02-2020

Reviewer per Aconomia Agro-alimentare – Food Economy (ISSN 1126-1668) – FrancoAngeli dal 28-01-2019

Affiliazione ad accademie di riconosciuto prestigio nel settore

Socio della Società Italiana di Scienze del Turismo (SISTUR) dal 01-09-2013 a oggi

Socio della Società Italiana di Marketing (SIM) dal 20-10-2016 a oggi

Socio della Società Italiana di Management (SIMA) dal 01-04-2018 a oggi

Socio dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA) dal 01-04-2018 a oggi

Socio dell' Experience Research Society (EXPRESSO) dal 01-09-2021 al 2023

Socio dell'International Place Branding Association (IPBA) dal 01-08-2016 al 31-12-2020

Membro del Consiglio di presidenza della Società Italiana di Scienze del Turismo (SISTUR) dal 01-01-2025 ad oggi

Delegato Regionale per l'Umbria della Società Italiana di Scienze del Turismo (SISTUR) dal 01-01-2017 al 2024

Membro del Cluster Nazionale di Management del Turismo e del Territorio, gruppo organizzato nell'ambito delle attività del CUEIM (Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale).

ALLEGATO D:

ATTIVITÀ DIDATTICA E DOCENZE IN DETTAGLIO

Docenza Universitaria

Titolare della cattedra di **Hospitality management** (Secs-P/08; 9 CFU), Corso di Laurea in Economia e Management del Turismo, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia. Dal 01-10-2022 ad oggi.

Titolare della cattedra di **Marketing delle imprese turistiche** (Secs-P/08; 9 CFU), Corso di Laurea in Economia del Turismo, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia. Dal 01-10-2017 ad oggi.

Titolare della cattedra di **Marketing** (Secs-P/08; 6 CFU), Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, Dipartimento di Scienze Politiche, Università degli Studi di Perugia. Dal 01-02-2020 al 30-09-2023.

Titolare della cattedra di **Strategie competitive delle imprese turistiche** (Secs-P/08; 6 CFU), Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia. Dal 01-10-2016 al 30-09-2017.

Attribuzione dell'incarico di seminario su invito dal titolo "La visibilità on-line delle imprese alberghiere e la valutazione del suo impatto sulle performance", Alma Mater Studiorum - Università di Bologna, Corso di Laurea in Economia del Turismo, Sede di Rimini. Dal 17-05-2017 al 17-05-2017

Docente a contratto, **cattedra di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche**, n°10 anni accademici (dal 2006-2007 a 2015-2016), (SECS-P/08), 8 CFU, Classe da 100 studenti;
Scuola di Lingue e Letterature Straniere, Dipartimento di Studi Internazionali, Storia, Lingue e Culture dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo";
Principali attività svolte: docenza, gestione della commissione di esami, n°15 tesi annue seguite, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Docente a contratto, **cattedra di Comunicazione Aziendale**, n°3 anni accademici (dal 2011-2012 al 2013-2014), (SPS/08), 8 CFU, Classe da 250 studenti;
Scuola di Lingue e Letterature Straniere, Dipartimento di Studi Internazionali, Storia, Lingue e Culture dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo";
Principali attività svolte: docenza, gestione della commissione di esami, n°5 tesi annue seguite, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Docente a contratto, **cattedra di Marketing**, n°7 anni accademici (dal 2005-2006 al 2011-2012), (SECS-P/08), 4 CFU, Classe da 60 studenti;
Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo";
Principali attività svolte: docenza, gestione della commissione di esami, n°5 tesi annue seguite, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Docente di **Marketing dei Servizi**, master "Management Innovativo delle Organizzazioni Sanitarie", anno 2006-2007;
Facoltà di Sociologia, Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo";
Principali attività svolte: docenza, partecipazione alla commissione di esami, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Docenze di **Marketing delle Esperienze**, master "Business & Service Marketing", anno 2006-2007;
Facoltà di Economia, Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo";
Principali attività svolte: docenza, partecipazione alla commissione di esami, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Docente di **Marketing dei Servizi**, master "Nautical Business Management", anno 2006-2007;
Facoltà di Economia, Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo", sede di Fano;
Principali attività svolte: docenza, partecipazione alla commissione di esami, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Docente di **Marketing Turistico** al master "Comunicazione Territoriale", n°2 anni accademici (2006-2007 e 2005-2006);
Facoltà di Sociologia, Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo";
Principali attività svolte: docenza, partecipazione alla commissione di esami, n°2 tesi annue seguite, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Docente di **Marketing Turistico** con contratto integrativo n°5 anni accademici (dal 2001-2002 al 2005-2006) presso la cattedra di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo";

Principali attività svolte: docenza, partecipazione alla commissione di esami, assistenza alla realizzazioni delle tesi, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Docente di **Marketing delle esperienze** e Marketing dei servizi come **Culture della materia**, n°4 anni accademici (dal 2001-2002 al 2004-2005) presso la cattedra di Economia e Gestione delle Imprese di Servizi;

Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo";

Principali attività svolte: docenza, partecipazione alla commissione di esami, assistenza alla realizzazioni delle tesi, ricevimento e attività di servizio agli studenti;

Altre docenze

Docente di **"Elementi di Economia del Turismo"** (60 ore), da nov 2020 a tutt'oggi, Tourism Marketing Academy - Tecnico superiore per il marketing e l'internazionalizzazione delle imprese della filiera ricettivo turistica; ITS Umbria - Perugia;

Docente di **"Marketing Turistico e Destination Management"** (60 ore), da nov 2015 a tutt'oggi, ITS Marche - Tecnico superiore per la gestione di strutture Turistico-ricettive; ITS Marche, Fano;

Docente di **"Marketing delle Imprese Turistiche"** (16 ore), da nov 2021-feb 2022. Forma.Azione S.r.l - Corso FSE SKILLS - Operatore per l'accoglienza e la promozione dell'offerta turistica territoriale - Specializzazione Turismo Rurale;

Docente di **"Progettazione di itinerari turistici"** (22 ore), apr-mag 2019, FORMACONF - Consorzio per la Formazione e il lavoro, Pesaro;

Docente di **"Strategie di Marketing e promozione turistica per il settore balneare"**, nov.-dic 2016, Imprendere srl - Confartigianato di Pesaro.

Docente di **"Comunicazione Interculturale: accogliere clienti di diverse culture"**, Verso EXPO 2015 formarsi per migliorare l'accoglienza del visitatore e la qualità dei servizi turistici (15 ore), mar-mag 2015, FORMACONF - Consorzio per la Formazione e il lavoro, Pesaro;

Docente di **"Marketing Turistico"** (30 ore), corso FSE Marche "Operatore turistico accoglienza", feb-mar 2015, Imprendere srl - Confartigianato, Macerata;

Docente di **"Marketing turistico e del territorio"** e **"La creazione del pacchetto turistico e il servizio al cliente come elemento strategico di successo"** (28 ore), corso IFTS Regione Marche "Tecnico superiore dell'incoming Marche - Riscoperta e promozione del territorio montano attraverso il turismo equestre", set 2014-feb 2015, SIDA GRUOP SRL, Ancona;

Docente di **"Marketing territoriale e destination management"** (30 ore); corso IFTS Regione Marche "Comunicazione e immagine turistica - Hotel Sales Developer", mag-lug 2014, FORMACONF, Pesaro;

Docente di **"La comunicazione nel settore ristorativo attraverso gli strumenti del Web e dei Social Media"** (10 ore); apr-mag 2014, FORMACONF, Pesaro;

Docente di **"Conoscere e applicare gli elementi di Fashion marketing"** (60 ore); corso FSE "Fashion Vendors - Operatore vendita e distribuzione commerciale"; lug 2013-mar 2014, Assindustria Consulting, Pesaro;

Docente di **"Destination Management"** (24 ore) corso IFTS "Tecnico della promozione turistica e del patrimonio culturale del territorio", giu-ago 2012, FORMACONF, Pesaro;

Docente di **"Comunicazione e promozione"** (30 ore), al corso FSE "Collaboratore amministrativo", Ott-Dic 2010, ABC formazione e turismo, Pesaro;

Docente di **"Marketing e fund raising dello spettacolo"** (20 ore), al corso FSE "Esperto di organizzazione, progetti ed eventi nel settore dello spettacolo", mar-mag 2010, Fondazione Pergolesi Spontini, Jesi;

Docente di **"Comunicazione d'azienda"** (20 ore), al corso FSE "Tecnico dell'internazionalizzazione e/o dei mercati commerciali globali", Set-Ott 2009, IFOA, Ancona;

Docente di **"Marketing Turistico"** (24 ore), al corso FSE "Tecnico superiore della promozione turistica e del territorio", Set.-Ott 2009, FORMACONF, Pesaro;

Docente di **"Marketing Turistico"** (30 ore), al corso FSE "Turismo rurale, valorizzazione delle risorse culturali per nuovi modelli di turismo", Gen-Mar 2008, Comunità Montana del Montefeltro, Macerata Feltria;

Docente di **"Marketing Turistico"** (30 ore), nel corso IFTS "Tecnico superiore per l'organizzazione e il marketing del turismo integrato", Dic 2005-Gen 2006, Confcommercio; Pesaro;

Docente di **"Marketing dei Servizi"** (8 ore), nel "Master in Business Studies", Gen-Feb 2003, Giu 2004, Giu 2005;
CIS – Scuola Aziendale di Formazione Superiore, Reggio nell'Emilia;

Docente di **"Marketing dei Servizi"** (20 ore), nel corso IFTS "Tecnico superiore per il commercio, il marketing e l'organizzazione vendite", Ott-Dic 2003, Assindustria, Pesaro;

Docente di **"Marketing Turistico"** (20 ore), nel corso di formazione "Comunicazione e immagine turistica" – F.S.E. 2000 OB. 3, Nov 2001-Feb 2002, CESCOT, Pesaro;