

CURRICULUM VITAE

Niccolò Piccioni

ISTRUZIONE

- Novembre 2020 - ottobre 2023: *Dottorando in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing* (classe dot14) presso Sapienza Università di Roma - Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS) (Italia). (*borsa di studio terminata, in attesa dei commenti e della discussione*)
- Ottobre 2015 - marzo 2020: *Laurea magistrale in Comunicazione, Valutazione e Ricerca Sociale* per le Organizzazioni presso Sapienza Università di Roma - Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS) (Italia). (Voto: 106/110)
- Ottobre 2011 - marzo 2014: *Laurea triennale in Studi Politici e Relazioni Internazionali* presso l'Università Roma Tre - Dipartimento di Studi Politici (Italia). (Voto: 98/110)

SCUOLE DI FORMAZIONE

- Online (Italia, 25-29 luglio 2022), Scuola di Metodologia Summer School dell'Università della Calabria, "Analisi multivariata per la ricerca sociale"
- Online (Italia, 19-27 luglio 2021), Scuola di metodologia della ricerca della Società Italiana di Marketing e Società Italiana di Management, "Corso di introduzione ai metodi di ricerca"
- Online (Italia, 7-8 luglio 2021), La logica dell'esperienza nella ricerca sociale, erogato e certificato da CorisLab
- Online (Italia, 30 giugno-1° luglio 2021), Regressione Logistica, erogato e certificato da CorisLab
- Online (Italia, 16-17 giugno 2021), Modelli di regressione (base), erogato e certificato da CorisLaOnline (Italia, 27 maggio-3 giugno 2021), Analisi testuale con NVivo, erogato e certificato da CorisLabOnline (Italia, 25-29 gennaio 2021) Scuola di metodologia della ricerca della Società Italiana di Marketing e Società Italiana di Management, "Progettare la ricerca – Progettare efficacemente la ricerca per ottimizzare i risultati finali".

ARTICOLI PUBBLICATI SU RIVISTE SCIENTIFICHE ANVUR

- Mazza, B. & Piccioni, N. (2022). Dialoghi di sostenibilità. La comunicazione tra aziende italiane, stakeholders e consumatori. *Problemi dell'informazione*, 2, 225–253. <https://doi.org/10.1445/104627> (**Fascia A - SPS/08**)
- Nosi, C., D'Agostino, A., Piccioni, N., & Bartoli, C. (2023). Becoming a tree when I will be dead? Why not! Generation X, Y and Z, and innovative green death practices. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103449. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103449> (**Fascia A - SEC-P/08**)
- Piccioni, N. (2023). From physical to metaversal events: An exploratory study. *Italian Journal of Marketing*, 2023(2), 119–134. <https://doi.org/10.1007/s43039-023-00068-1>
- Piccioni, N., Nosi, C., Ottolenghi, C., & Nevi, G. (2023). COVID-19 and the digitization of business events: How the health crisis accelerated ethical issues. *International Journal of Event and Festival Management*, 14(2), 157–169. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-04-2022-0026>

CAPITOLI DI LIBRI E COLLANE

- Piccioni, N., Event Marketing, in Mazza B. (2022), L'ecosistema degli eventi nel terzo millennio, CEDAM, Milano (ISBN: 9788813380786)
- Mazza, B., & Piccioni, N., L'estensione del reale: l'approccio esperienziale nella digitalizzazione, in Mazza B. (2022), L'ecosistema degli eventi nel terzo millennio, CEDAM, Milano (ISBN: 9788813380786)
- Nosi, C., & Piccioni, N., Lasciare il mondo rendendolo un posto migliore. Innovazioni funerarie green e comportamenti di consumo emergenti, in Eurispes (2023), 35° Rapporto Italia, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli (ISBN: 9788849877274)

ALTRE PUBBLICAZIONI

- Gambicorti, A., Piccioni, N., (2023) Effort Matters! The Effect of Self-Control on Perceived Goal Progress, Journal of Marketing Research | Scholarly Insights by AMA DocSIG, link: <https://www.ama.org/2023/08/30/effort-matters-the-effect-of-self-control-on-perceived-goal-progress/>

ESPERIENZE INTERNAZIONALI

- Gennaio 2023 - giugno 2023: Studente di dottorato in visiting estero presso la School of Hospitality Business Management, Carson College of Business, Washington State University (Stati Uniti d'America). Supervisore Sapienza: *Prof. Fabiola Sfodera*, Supervisore in loco: *Prof. Dogan Gursoy*
- Gennaio 2016 - giugno 2016: Studente ERASMUS+ presso il Département des Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris-Panthéon-Assas (Francia).

CONFERENZE E PROCEEDINGS

- Piccioni N., Bartoli C., Nosi C., Mattiacci A. (2021), "What is a phygital sporting event? Evidence from the World Alpine Ski Championships Cortina 2021 opening ceremony", proceedings XVIII[^] Conference of the Società Italiana Marketing, Ancona, October 14-15, ISBN:978-88-943918-6-2
- Nosi C., Bartoli C., Piccioni N., Iasevoli G., Michelini L. (2021), "Start-up innovative a significativo impatto sociale e marketing. Il caso Movendo Technology." proceedings XVIII[^] Conference of the Società Italiana Marketing, Ancona, 14-15 ottobre, ISBN:978-88-943918-6-2
- Nosi C., Piccioni N., Bartoli C., Iasevoli G. (2022), "Becoming a tree when I will be dead? Why not! An explorative research on Generation Z and innovative green death practices", Proceedings of the International Conference Marketing Trends, Rome, January 20-22, ISBN:978-2-490372-14-0
- Sekerova A., Nosi C., Bartoli C., Piccioni N. (2022), "Consumer nostalgia in the Commonwealth of Independent States An explorative study", Società Italiana di Management, Milan, Italy, June 30-July 1, ISBN: 9788894713602
- Piccioni N., Nosi C. (2022), "Metaverso. Un'analisi semantica della letteratura scientifica", proceedings XIX Conference of the Società Italiana Marketing, Salerno, 20-21 ottobre, ISBN: 9788894391886
- Orekhova, A., Ottolenghi, C., Piccioni N., Nevi, G., (2022), "Museum Chatbots: come capire se il tuo bot funzionerà attraverso l'analisi tassonomica della letteratura scientifica", proceedings XIX Conference of the Società Italiana Marketing, Salerno, 20-21 ottobre, ISBN: 9788894391886
- D'Amico, S., Pucci, T., Nosi, C., & Piccioni, N., (2023) Se mi tradisci non perdono! La reazione emotiva del consumatore al brand betrayal, proceedings XX[^] Conference of the Società Italiana Marketing, Firenze, 20-21 ottobre, ISBN: *in pubblicazione*

- Dasmi, C., Piccioni, N., Nechaeva, O., & Gambicorti, A., (2023) How entry or refusal metaverse announcements impact consumer engagement disposition: the mediating role of consumer-brand relationship, proceedings XX[^] Conference of the Società Italiana Marketing, Firenze, 20-21 ottobre, ISBN: *in pubblicazione*
- Nosi, C., Piccioni, N., D'Amico, S., & Sfodera, F., (2023) Le start-up innovative a significativo impatto sociale: che ruolo ha il marketing?, proceedings XX[^] Conference of the Società Italiana Marketing, Firenze, 20-21 ottobre, ISBN: *in pubblicazione*
- Orekhova, A., Nosi, C., Mulargia, S., & Piccioni, N., (2023) I Virtual influencer Risultati preliminari di una review sistematica della letteratura, proceedings XX[^] Conference of the Società Italiana Marketing, Firenze, 20-21 ottobre, ISBN: *in pubblicazione*

ATTIVITÀ E GRUPPI DI RICERCA

- Membro del progetto di ricerca scientifica universitaria dal titolo " *The characteristics of phygital models and the impact on the consumer experience: the case of Jubilee 2025*", Università LUMSA
- Membro del gruppo di lavoro di ricerca sulle start-up italiane (parte dell'unità di indagine sulle start-up sociali ad alto contenuto tecnologico), SIM - Società Italiana di Marketing
- Membro del gruppo di lavoro di ricerca " *Historical centers and commerce: toward a conceptualization of the fruition model*", durata 36 mesi dal 2018 prorogata a causa del COVID-19 fino a dicembre 2022, Sapienza Università di Roma
- Membro del gruppo di lavoro della ricerca "Progetto di ricerca sui consumi delle famiglie italiane", Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale - Sapienza Università di Roma
- Membro del gruppo di lavoro della ricerca "Fare e comunicare la sostenibilità: lo stato dell'arte in Confindustria", durata 36 mesi dal 21 maggio 2021, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale - Sapienza Università di Roma

PROGETTI

- Values – Valueable Safety at Work (febbraio 2022 – febbraio 2024), **Programma:** Erasmus+, **Azione:** KA220-VET - Cooperation partnerships in vocational education, **Numero progetto:** 2021-1-IT01-KA220-VET-000032987, Unità di ricerca LUMSA, coordinatore *Prof.ssa Costanza Nosi*, Values si inserisce in un piano di ampio respiro che ha l'obiettivo di promuovere e facilitare l'accesso al mondo del lavoro delle persone con disabilità intellettiva nel settore dell'ospitalità. In particolare, Values ha lo scopo di costruire un corso e-learning sul tema della salute e sicurezza sul lavoro in alta comprensibilità che sarà testato da persone con disabilità intellettiva attraverso tirocini in Italia e all'estero.

PARTECIPAZIONE AL COMITATO ORGANIZZATIVO DI CONFERENZE

- Organizing Committee Member, 10th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management, July 3-7, 2023, Sapienza University of Rome, Chair: Prof. Dogan Gursoy, Co-Chair, Prof.ssa Fabiola Sfodera, <http://www.ahtmm.com/conference-proceedings/10th-ahtmm-conference-proceedings-2023/>

ALTRE ATTIVITÀ ACCADEMICHE

- 2022 – a oggi: Tutor didattico presso Università LUMSA, Web marketing and digital advertising (Lingua Inglese)
- 2022 – a oggi: Tutor didattico presso Università LUMSA, Marketing (Lingua Italiana)
- 2022 – a oggi: Tutor di tesi di laurea magistrale, Sapienza Università di Roma e Università LUMSA
- 2021 – 2023: Rappresentante dei dottorandi del XXXVI Ciclo di Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), Sapienza Università di Roma.

PREMI, BANDI E FONDI

- 2022: Borse di mobilità individuale all'estero per dottorandi del XXXVI e XXXVII ciclo, regolarmente iscritti alla Sapienza Università di Roma, Vincitore (Decreto Rettorale n.1806/2022 del 31.05.2022), Supervisor: *Prof.ssa Fabiola Sfodera*

ALTRE ESPERIENZE LAVORATIVE

- Settembre 2016 - marzo 2020: Event Marketing & Communication Manager (*collaborazione*) presso Friends For Health Onlus - Roma, RM. Attività principali:
 - o Gestione, in supporto alla Presidenza dell'Evento, delle relazioni con Istituzioni nazionali (Presidenza del Consiglio dei Ministri, Ministeri, Regioni, ASL, Comuni), internazionali e dei partner commerciali e non al fine di garantire la presenza dei vari enti alle cerimonie e nelle attività dell'evento;
 - o Collaborazione con i dipartimenti per la gestione delle iniziative di marketing volte alla promozione di Tennis & Friends (evento gratuito di prevenzione e check-up sanitari);
 - o Svolgimento di trial e test su diversi canali di marketing tra cui paid acquisition, social media e creazione di nuovi contenuti;
 - o Gestione diretta dei progetti di marketing in tutte le loro fasi, compresa la pianificazione concettuale, la gestione delle scadenze e l'implementazione finale.
- Febbraio 2018 - maggio 2018: Event Marketing & Fundraising Internship (*stage curriculare obbligatorio per il corso di studi Magistrale*) presso Accademia Nazionale di Santa Cecilia - Roma, RM. Attività principali:
 - o Ricerca aziende sponsor;
 - o Creazione di offerte commerciali;
 - o Supporto e assistenza nella fase di preparazione e gestione degli eventi;
 - o Promozione di attività di stagione ed iniziative speciali;
 - o Attività di direct marketing;
 - o Implementazione dati CRM di settore;
 - o Supporto attività di cerimoniale.
- Ottobre 2017 - febbraio 2018: Sales and Marketing Manager (*tempo pieno*) presso Babaiola S.r.l. - Roma, RM. Attività principali:
 - o Definizione del piano editoriale social e dei contenuti veicolati attraverso i canali dell'organizzazione;
 - o Stesura di prodotti testuali per il sito ufficiale e orchestrazione di ogni elemento al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati;

- Partecipazione alle riunioni di prodotto e di contenuto per identificare strategie utili alla crescita della start-up.
- Maggio 2014 - settembre 2018: Event Marketing & Communication Manager (*collaborazione*) presso GAVIe20 S.r.l. - Roma, RM. Attività principali:
 - Costruzione e consolidamento delle relazioni strategiche con fornitori, agenzie pubblicitarie e importanti collaboratori (Sponsor);
 - Gestione diretta dei progetti di marketing e dei team in tutte le loro fasi, compresa la pianificazione concettuale, la gestione delle scadenze e l'implementazione finale, nonché definizione delle KPIs e delle procedure di correzione/implementazione a seguito di studi ex-post;
 - Supervisione dei contenuti di marketing, di immagini, video, e-mail e altro materiale promozionale durante la fase preparatoria;
 - Selezione dei canali di promozione ATL e BTL più adatti in base agli obiettivi del cliente e in funzione del budget aziendale disponibile.
- Settembre 2013 - dicembre 2016: Founder & Editor-in-Chief presso The WalkMan - Roma, RM. Attività principali:
 - Ideazione e programmazione degli eventi dedicati alla rivista e definizione della strategia di lancio degli stessi;
 - Caricamento di contenuti in linea con i principi di comunicazione delle campagne programmate o in corso.
 - Verifica del corretto caricamento dei contenuti attraverso il CSM aziendale;
 - Ottimizzazione dei contenuti SEO per ottenere una migliore indicizzazione nei motori di ricerca;
 - Controllo e correzione dei contenuti creati dai propri collaboratori, prima della pubblicazione sulle piattaforme;
 - Gestione dei collegamenti tra le diverse pagine per rendere più soddisfacente la user experience;
 - Definizione di partnership e collaborazioni con sponsor e partner tramite attività di networking professionale e l'uso degli strumenti online.

Acconsento al trattamento dei miei dati, ai sensi del Regolamento del Parlamento Europeo 679/2016, relativo alla protezione delle persone fisiche e alla libera circolazione di tali dati. Inoltre, autorizzo il trattamento dei miei dati ai sensi del D.lgs. 196/2003.

Roma, lì 3 novembre 2023

Niccolò Piccioni