

ISTRUZIONE PERSONALE

NOVEMBRE 2022 – PRESENTE	DOTTORATO DI RICERCA IN COMUNICAZIONE, RICERCA SOCIALE E MARKETING Curriculum: Marketing Titolo tesi: <i>Innovazione e management nell'era della digital transformation per le organizzazioni pubbliche. Applicazione al caso dei servizi agli anziani</i> Sapienza Università di Roma, Roma, Italia
OTTOBRE 2020 – OTTOBRE 2022	LAUREA MAGISTRALE IN ORGANIZZAZIONE E MARKETING PER LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA (LM – 59) Tesi in Advertising e Brand Communication: <i>Applicazione della nudge theory per un consumo sostenibile</i> Voto finale: 110/110 con lode Sapienza Università di Roma, Roma, Italia
OTTOBRE 2017 – OTTOBRE 2020	LAUREA TRIENNALE IN LINGUE E CULTURE STRANIERE (L – 11) Curriculum: Linguistico – Aziendale Tesi in Cultura Spagnola: <i>Ocho apellidos vascos: analisi linguistica e culturale</i> Voto finale: 100/110 Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, Urbino, Italia
SETTEMBRE 2012 – LUGLIO 2017	DIPLOMA DI MATURITÀ IN AMMINISTRAZIONE, FINANZA E MARKETING Voto finale: 85/100 Istituto di Istruzione Superiore Raffaello, Urbino, Italia

COMPETENZE LINGUISTICHE

ITALIANO	Madrelingua
ARABO	Madrelingua
SPAGNOLO	C1
INGLESE	C1
FRANCESE	B1

FORMAZIONE SUPERIORE

GIUGNO 2024

CORSO DI SOCIAL NETWORK ANALYSIS

Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma, Roma, Italia

Durata: 20 ore

Professori: Matteo Cinelli, Antonio Iovanella

Competenze acquisite:

Metodologie di analisi delle reti sociali, utilizzo di strumenti per la visualizzazione e l'interpretazione delle connessioni sociali, applicazioni in ambito sociale e di ricerca.

GIUGNO 2024

CORSO DI SPSS BASE E AVANZATO

Dipartimento di Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, Sapienza Università di Roma, Roma, Italia

Durata: 12 ore

Prof.ssa: Maria Paola Faggiano

Competenze acquisite:

Gestione ed elaborazione di dataset, analisi statistica descrittiva e inferenziale, utilizzo di test statistici e regressioni tramite SPSS.

MARZO 2024

CORSO DI STATISTICAL MODELLING FOR SOCIAL SCIENCES

Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma, Roma, Italia

Durata: 18 ore

Professori: Vincenzina Vitale, Valerio Ficcadenti

Competenze acquisite:

Applicazione di modelli statistici avanzati per l'analisi dei dati sociali, tecniche di regressione, analisi delle serie temporali e modellazione predittiva.

MARZO 2024

CORSO DI SOCIAL RESEARCH AND METHODS

Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma, Roma, Italia

Durata: 12 ore

Professori: Orazio Giancola, Leonardo Salvatore Alaimo, Rita Fornari

Competenze acquisite:

Approcci metodologici per la ricerca sociale, tecniche di raccolta e analisi dei dati qualitativi e quantitativi, progettazione di indagini sociali.

GENNAIO 2024

CORSO DI STATISTICS

	Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma, Roma, Italia Durata: 18 ore Professori: Laura Bocci, Raffaele Mattera, Vincenzina Vitale Competenze acquisite: <i>Principi di statistica descrittiva e inferenziale, test di ipotesi, distribuzioni di probabilità e tecniche di campionamento.</i>
GENNAIO 2024	CORSO DI MULTIDIMENSIONAL ANALYSIS FOR SOCIAL SCIENCE Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma, Roma, Italia Durata: 14 ore Professori: Laura Bocci, Raffaele Mattera Competenze acquisite: <i>Tecniche di riduzione della dimensionalità, analisi fattoriale, classificazione dei dati, metodi di clustering e applicazioni in ambito sociale.</i>
NOVEMBRE 2023 – DICEMBRE 2023	CORSO DI SAMPLING TECHNIQUES AND STATISTICAL SURVEYS FOR SOCIAL SCIENCES Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma, Roma, Italia Durata: 16 ore Professori: Alessio Guandalini (Istat), Daniela Marella Competenze acquisite: <i>Principi e metodi di campionamento, progettazione di indagini statistiche, gestione degli errori campionari e non campionari, analisi della qualità dei dati.</i>
GIUGNO 2023	CORSO “INTRODUZIONE AI MODELLI DI EQUAZIONE STRUTTURALE. PRINCIPI E APPLICAZIONI” Università degli studi internazionali di Roma (UNINT). Durata: 100 ore Professore: Diamantopoulos A. Competenze acquisite: <i>Competenze tecniche e strumenti necessari inerenti ai principi di base dei modelli di equazione strutturale.</i>

RICERCA SCIENTIFICA E TERZA MISSIONE

GENNAIO 2025 – PRESENTE	SAPIENZA PER ROMA CAPITALE – CITY BRAND IDENTITY Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda di Roma Capitale & Sapienza Università di Roma
----------------------------	--

	Responsabile scientifico: Professore Alberto Mattiacci Scopo del progetto: analizzare e sviluppare strategie di branding turistico per rafforzare il posizionamento internazionale di Roma nei mercati chiave. Ruolo: Junior Analyst
SETTEMBRE 2024 – PRESENTE	SAPIENZA - A2A I FUTURI DELLA COMUNICAZIONE A2A & Sapienza Università di Roma Responsabile scientifico: Professore Alberto Mattiacci Scopo del progetto: identificare le competenze, le strategie e gli strumenti che caratterizzeranno il futuro della comunicazione aziendale, ispirando le policy di HR e Marketing di A2A nel recruiting e nella formazione di professionisti della comunicazione. Ruolo: Junior Analyst
OTTOBRE 2023 – GENNAIO 2024	FROM FORK TO FARM. ISMEA E SAPIENZA PER L'AGRIFOOD MADE IN ITALY ISMEA e il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, Roma, Italia Responsabile scientifico: Professore Alberto Mattiacci Scopo del progetto: analizzare le tendenze di consumo della frutta secca con guscio in Italia e sviluppare strategie di mercato per supportare la crescita delle imprese del settore agricolo e agroalimentare. Ruolo: Junior Analyst
OTTOBRE 2023 – LUGLIO 2024	CREATIVE ITA. GENERATIVE AI IN THE AIRLINE INDUSTRY Ita Airways e il Centro di Ricerca sul Cambiamento Strategico "Franco Fontana", Luiss Business School, Roma, Italia Responsabile scientifico: Professore Alberto Mattiacci Scopo del progetto: analizzare il ruolo dell'Intelligenza Artificiale Generativa nelle diverse componenti del business model delle imprese del settore, identificando le principali applicazioni di valore, i benefici e le sfide legate alla sua adozione. Ruolo: Research Fellow
APRILE 2023	EFFIE AWARDS ITALY Responsabile scientifico: Professore Alberto Mattiacci Scopo del progetto: il progetto ha lo scopo di acquisire conoscenza intorno all'efficacia della pubblicità e consiste nell'analisi critica e valutazione di campagne pubblicitarie presentate alla competizione nell'ambito del progetto EFFIE promosso da UPA e UNA. Ruolo: Junior Analyst
FEBBRAIO 2023 – MARZO 2023	EXPORT MANAGEMENT: STRATEGIE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE Digit'ED-Intesa San Paolo e Luiss Business School, Roma, Italia

Responsabile scientifico: Professore Alberto Mattiacci

Scopo del progetto: progettare e sviluppare un'offerta formativa congiunta tra Intesa Sanpaolo e Digit'Ed per supportare le imprese italiane nel processo di internazionalizzazione. Il progetto ha incluso la realizzazione di un corso executive interamente digitale e asincrono per Digit'Ed - Intesa Sanpaolo, con l'obiettivo di fornire alle aziende strumenti strategici e operativi per affrontare i mercati esteri.

Ruolo: Junior Analyst

FEBBRAIO 2023

IL VALORE DELLA CERTIFICAZIONE

Luiss Business School & Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato (IPZS), Roma, Italia

Responsabile scientifico: Professore Alberto Mattiacci

Scopo del progetto: fornire un supporto strategico a IPZS per il fine tuning della value proposition delle soluzioni destinate al settore delle Indicazioni Geografiche garantite e certificate (IG).

Ruolo: Junior Analyst

ATTIVITA' DIDATTICA

A.A. 2024/2025

TUTOR PREMIO MARKETING

Società Italiana di Marketing. Roma, Italia

37^a edizione Premio Marketing per l'Università: il caso "Regionale" di Trenitalia

Attività svolte:

Supporto agli studenti in tutte le fasi di progettazione e presentazione dei lavori legati al contest, fornendo assistenza metodologica e strategica per lo sviluppo delle loro proposte.

A.A. 2024/2025

INCARICO DI TUTORATO

Sapienza Università di Roma

Dipartimento di Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, Sapienza Università di Roma, laboratorio tesi "Labcom"

Ore: 60

Attività svolte:

Incarico di tutoraggio (Codice BT-B2 1/2024) per il supporto agli studenti del Dipartimento di Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing (CORIS) nella definizione del tema di ricerca, nella stesura della proposta di tesi e nella strutturazione dei contenuti, con assistenza nella revisione bibliografica, impaginazione e gestione del lavoro.

A.A. 2024/2025

SUPPORTO ALLA DIDATTICA

Sapienza Università di Roma

Corso di laurea magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'impresa – Corso di *Marketing Planning*, primo semestre.

Responsabile: Prof. Alberto Mattiacci

Ore: 72

Attività svolte:

Supporto all'organizzazione e allo svolgimento delle lezioni, assistenza negli esami e tutoraggio degli studenti, fornendo orientamento e approfondimento sui contenuti del corso.

A.A. 2024/2025

SUPPORTO ALLA DIDATTICA

Sapienza Università di Roma

Corso di laurea magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'impresa – Corso di *Marketing Strategico*, primo semestre.

Responsabile: Prof.ssa Fabiola Sfodera

Ore: 48

Attività svolte:

Supporto all'organizzazione e allo svolgimento delle lezioni, assistenza durante le sessioni d'esame, tutoraggio agli studenti con indicazioni metodologiche e approfondimenti sui contenuti del corso.

A.A. 2023/2024

INCARICO DI TUTORATO

Sapienza Università di Roma

Dipartimento di Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, Sapienza Università di Roma, laboratorio tesi "Labcom"

Ore: 80

Attività svolte:

Incarico di tutoraggio (Codice BT-B2 1/2023) per il supporto agli studenti del Dipartimento di Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing (CORIS) nella definizione del tema di ricerca, nella stesura della proposta di tesi e nella strutturazione dei contenuti, con assistenza nella revisione bibliografica, impaginazione e gestione del lavoro.

A.A. 2023/2024

SUPPORTO ALLA DIDATTICA

Sapienza Università di Roma

Corso di laurea magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'impresa – Corso di *Marketing Planning*, primo semestre.

Responsabile: Prof. Alberto Mattiacci

Ore: 72

Attività svolte:

Supporto all'organizzazione e allo svolgimento delle lezioni, assistenza negli esami e tutoraggio degli studenti, fornendo orientamento e approfondimento sui contenuti del corso.

A.A. 2023/2024

SUPPORTO ALLA DIDATTICA

Luiss Business School

Master in Management delle Imprese Creative e Culturali, major in Music Business

Modulo: General Management

Responsabile: Prof. Alberto Mattiacci

Ore: 21

Attività svolte:

Supporto in aula durante il corso ed erogazione di una lezione sull'industria musicale, con un focus sulle dinamiche di mercato, l'evoluzione del settore, e i modelli di produzione e distribuzione.

A.A. 2023/2024

SUPPORTO ALLA DIDATTICA

Sapienza Università di Roma

Master Universitario in Marketing Management (MUMM)

Modulo: Product Offering

Responsabile: Prof. Alberto Mattiacci

Ore: 9

Attività svolte:

Affiancamento in aula e tutoraggio degli studenti nell'esercitazione di Reverse Marketing, finalizzata alla comprensione della value proposition attraverso l'analisi della product offering.

SUPERVISIONE TESI

A.A. 2024/2025

Supervisione di una tesi magistrale in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa nell'ambito del corso di Marketing Planning, sotto la supervisione del Prof. Alberto Mattiacci (relatore).

Ambito di ricerca:

- *Industria musicale:* analisi dell'evoluzione e delle dinamiche dell'industria musicale, con particolare attenzione alle strategie di business e alle trasformazioni del settore.

A.A. 2023/2024

Supervisione di quattro tesi magistrali in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa nell'ambito del corso di Marketing Planning, sotto la supervisione del Prof. Alberto Mattiacci (relatore).

Ambiti di ricerca:

- *Nuovi mercati nella food industry*: studio sull'innovazione nel mercato della pasta con focus sulle strategie e le sfide di Andriani S.p.A. e del brand Pasta Felicia.
- *L'evoluzione dell'Influencer Marketing nell'era dell'Intelligenza Artificiale*: analisi delle percezioni degli utenti nei confronti degli influencer virtuali, con un focus sul caso italiano di Francesca Giubelli.
- *Sviluppo sostenibile nel settore degli eventi*: studio sulle soluzioni innovative per la sostenibilità negli eventi, con analisi dei casi Piano B e Ninetynine.
- *Intelligenza Artificiale Generativa e Marketing*: approfondimento sull'impatto dell'IA generativa nelle strategie di marketing, con particolare attenzione alla sua influenza sulla Customer Experience e sulla gestione aziendale.

CONVEGNI E SEMINARI

- (2024) *“Employee Experience Management: Interventi per il Benessere dei Lavoratori”*, Sapienza Università di Roma, 23 maggio 2024. Partecipazione al seminario sulle strategie di gestione dell'*Employee Journey* e sugli interventi organizzativi per il benessere dei lavoratori, con focus su best practices aziendali e modelli gestionali.
- (2024) SIM Webinar: *“SIM Webinar: Netnography for Marketing and Consumer Research”*, Società Italiana di Marketing, 9 aprile 2024. Partecipazione al webinar sulla netnografia, con approfondimento sul metodo di ricerca e sulla sua applicazione nei contesti accademici e aziendali.
- (2024) *“Diciannovesima edizione del Rapporto sulla Comunicazione”*, Senato della Repubblica, 11 marzo, Roma. Partecipazione all'evento dedicato all'evoluzione delle abitudini mediatiche degli italiani nel 2023, con particolare attenzione alle fonti d'informazione, ai consumi digitali e al ruolo dell'intelligenza artificiale.
- (2024) SIM Webinar: *“Humanistic Marketing and the challenges of Artificial Intelligence”*, Società Italiana di Marketing, 8 marzo 2024. Partecipazione al webinar dedicato all'impatto dell'Intelligenza Artificiale nel marketing e alle implicazioni etiche, strategiche e operative per le aziende.
- (2023) SIM Webinar: *“Intelligenza Artificiale e Innovazione di Marketing”*, Società Italiana di Marketing, 23 novembre. Partecipazione al webinar sull'impatto dell'Intelligenza Artificiale nei processi di innovazione aziendale e di marketing, con approfondimenti teorici e applicativi.
- (2023) *“Rapporto ISMEA sull'Agroalimentare Italiano”*, Palazzo Merulana, Roma, 17 ottobre 2023. Partecipazione al convegno incentrato sulle performance del settore agroalimentare nazionale nel contesto economico globale 2020-2022. L'evento ha analizzato le dinamiche della filiera, le criticità e le prospettive future, confrontando il posizionamento competitivo dell'Italia con quello di Francia, Spagna e Germania.
- (2023) *“AI-Chatbots in Academic Research and Teaching, Academic Conferences International”*, webinar, 04 aprile 2023. Partecipazione al webinar sulle applicazioni degli AI-Chatbots nell'istruzione superiore, con un focus sull'integrazione nelle attività accademiche a vantaggio di studenti e docenti.

CONVEGNI SCIENTIFICI

- (2024) **XXI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIM) – Brands and Purpose in a changing era**, Università IULM, Milano, 17 - 19 ottobre 2024. Presentazione short paper: Sfodera, F., Touti,

M., Ugolini, L., Leonzi, S. “*Much More Than a Brand Memes: How the Collective Memory of Gen Z Gets a Memetic Makeover*”.

- (2024) **International Marketing Trends Conference**, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann, Paris-Venice Marketing Trends Association, Venezia, 18-20 gennaio 2024. Presentazione short paper: Touti, M., Bartoli, C., & Mattiacci, A. “*The impact of generative AI: A multi-case study analysis of enhancing well-being along the customer journey*”.
- (2024) **Sinergie – SIMA Conference - Management of sustainability and well-being for individuals and society**, Università degli Studi di Parma, Parma, 13-14 giugno. Presentazione short paper: Touti, M., Sfodera, F., & Dezi, L. “*A public service logic perspective applied to health and social welfare services provided to the elderly: The case of the VIII Municipality of Rome*”.
- (2023) **XX Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIM) – Marketing per il benessere, la salute e la cura**, Università degli studi di Firenze, Firenze, 21-21 ottobre. Presentazione short paper: Touti, M., Sfodera, F., Nevi, G., & Dezi, L. “*Discovering the potential of digital platform ecosystems within the healthcare sector: A systematic literature review*”.
- (2023) **10th Advances in Hospitality and Tourism Marketing**, Washington University – Sapienza, 3-6 luglio 2023, Sapienza Università di Roma.

PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

2025

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

2024

- Sfodera, F., Touti, M., Ugolini, L., Leonzi, S. (2024). “*Much More Than a Brand Memes: How the Collective Memory of Gen Z Gets a Memetic Makeover*”. In Atti di convegno SIM Conference 2024, Università IULM.
- Touti, M., Sfodera, F., & Dezi, L. (2024). “*A public service logic perspective applied to health and social welfare services provided to the elderly: The case of the VIII Municipality of Rome.*” In Atti di convegno Sinergie-SIMA Management Conference.
- Capone, V., Touti, M., & Del Core, S. (2024). “*How opinion leaders and operators communicate the image of the sustainable tourism destination*”. Turistica Italian Journal of Tourism.
- Touti, M., Bartoli, C., & Mattiacci, A. (2024). “*The impact of generative AI: A multi-case study analysis of enhancing well-being along the customer journey*”. In Proceedings of 24th International Marketing Trends Conference 2024, Venezia.

2023

- Touti, M., Sfodera, F., Nevi, G., & Dezi, L. (2023). Discovering the potential of digital platform ecosystems within the healthcare sector: A systematic literature review. In Atti di convegno SIM Conference 2023, Università degli studi di Firenze.

ALTRE PUBBLICAZIONI

- Touti, M. (2024). La sfida della digitalizzazione del Sistema Sanitario Nazionale: Tra PNRR e telemedicina. In *EURISPES - 36 Rapporto Italia*, pp. 127-140. Percorsi di ricerca nella società italiana.