

POSIZIONE ATTUALE

- Dal 2014 ad oggi - Professore associato - SSD SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese - in ruolo presso la Libera Università Maria Ss. Assunta LUMSA (ROMA)
- Dal 2019 ad oggi - Membro del Consiglio Direttivo della Società Italiana di Management (SIMA)

TITOLI E INCARICHI UNIVERSITARI

- Da Ottobre 2009 ad Ottobre 2012 - Ricercatore a tempo determinato in Organizzazione Aziendale (SECS-P/10) presso l'Università LUMSA.
- Da Gennaio 2006 a Dicembre 2007 - Assegnista di Ricerca in Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08) presso l'Università LUMSA.
- Dottorato di Ricerca in Scienze della Comunicazione e Organizzazioni Complesse (XIX Ciclo) conseguito in data 23/02/2007 presso l'Università LUMSA di Roma. Titolo della tesi di dottorato: Le alleanze tra imprese e organizzazioni non profit per lo sviluppo della Corporate Social Responsibility. Evidenze teoriche ed empiriche (SSD SECS-P/08).
- Dottorato di Ricerca in Scienze della Comunicazione e Organizzazioni Complesse (Double PhD) rilasciato dall'Instituto Universitario de Lisboa (Portogallo).
- Laurea quinquennale in Scienze della Comunicazione conseguita in data 16/11/2000 presso l'Università LUMSA di Roma, votazione 110/110 e lode.

PRINCIPALI PROGETTI FINANZIATI DA ENTI PUBBLICI

- Componente del gruppo di ricerca Lumsa per il progetto "Everyone is a chengemaker" in collaborazione con ELIS, Ente erogatore: Agenzia Italiana per la Cooperazione allo sviluppo (2019-2021)
- Componente del gruppo di ricerca Lumsa per il progetto "Sostenibilità e Interculturalità" in collaborazione con ELIS. Ente finanziatore: Agenzia Italiana per la Cooperazione allo sviluppo (2018-2020)
- Responsabile del gruppo di ricerca Lumsa per il progetto "Promozione della Cultura dell'innovazione e Trasferimento Tecnologico" (2015) in collaborazione con il CNOS-FAP e finanziato dalla Regione Lazio.
- Componente del gruppo di ricerca dell'Università Lumsa del progetto "Strumenti multimediali per favorire ed analizzare la creazione di valore nelle relazioni collaborative tra l'impresa e i suoi clienti interni ed esterni". Il progetto di ricerca è stato finanziato dalla FILAS-Regione Lazio e svolto in collaborazione con Vejo Park (2010-2011).
- Responsabile del gruppo di ricerca LUMSA per l'elaborazione di uno studio empirico sul tema "Il Settore della Grafica e della Stampa nella Provincia di Roma: Sistema Economico e Percorsi Strategici delle Imprese". La ricerca è stata realizzata in collaborazione con il Polo Tecnologico Grafico Editoriale e finanziata dalla Regione Lazio (2010-2011)
- Componente del gruppo di ricerca I-COM per la realizzazione di uno studio dal titolo "Le aree protette marine e terrestri: come rendere la tutela ambientale un moltiplicatore di sviluppo locale" finanziato dal Ministero dell'Ambiente (2008)
- Componente del gruppo di ricerca dell'Unità LUMSA al progetto PRIN dal titolo: "Modello per la valutazione del valore (ex ante/ex post) degli eventi a livello socio-economico, gestionale, territoriale" coordinato a livello nazionale dal prof. Cherubini (Progetti di Ricerca di Interesse Nazionale 2005).

PROGETTI INTERNAZIONALI

- Componente e WG3 leader della COST Action CA16121 "From Sharing to Caring: Examining Socio-Technical Aspects of the Collaborative Economy" composto da oltre 30 Università. Finanziato dall'Unione Europea (2017-2021).
- Componente dell'Unità di ricerca del progetto: ValueAble ERASMUS+, linea KA2, Cooperation for innovation and the exchange of good practices. Periodo di svolgimento: 24 mesi. Finanziato dall'Unione Europea 2017-2019.
- Responsabile per la Lumsa del progetto "Erasmus+ Strategic partnerships for vocational education and training "EIBI, European Incubator for Business Ideas" (2015-2016) e membro dello Steering Committee Finanziato dall'Unione Europea 2017-2019.
- Componente del gruppo di lavoro del progetto "Intensive Programme 2011" sul tema "Sustainable Festival and Event Management" nell'ambito del Programma Erasmus realizzato in collaborazione con l'Università ISCEM di Lisbona, HEC University di Parigi, l'Università di Napier Edimburgo e l'Università St. Anthony di Murcia in Spagna. Il progetto è stato finanziato dall'Unione Europea e realizzato nel mese di Luglio 2012.
- Componente del gruppo di lavoro del progetto "Intensive Programme 2010" sul tema "Festival and Event Management" nell'ambito del Programma Erasmus realizzato in collaborazione con l'Università ISCEM di Lisbona, HEC University di Parigi, l'Università di Napier Edimburgo e l'Università St. Anthony di Murcia in Spagna. Il progetto è stato ammesso Finanziato dall'Unione Europea e realizzato nel mese di Luglio 2012.
- Componente del progetto COOPERLINK - Progetto di cooperazione interuniversitaria internazionale finanziato dal MIUR per il progetto Doppia Laurea in Marketing and Business Communication Università LUMSA (Italia) e ISCEM (Portogallo) (2009)

ULTERIORI ATTIVITÀ DI RICERCA

- Componente del gruppo di ricerca Lumsa per la valutazione d'impatto dei progetti "Prima Infanzia", "Adolescenza", Nuove Generazioni" e "Un passo avanti" Fondo per il Contrasto della Povertà Educativa Minorile, bando dell'Impresa sociale Con i Bambini, interamente partecipata dalla Fondazione Con il Sud (2018-2022)
- Responsabile del gruppo di ricerca "Sharing economy and business model innovation: successful patterns and impact on the ecosystem" finanziato dall'Università LUMSA nel biennio 2019-2020. Ricerca finanziata dall'ateneo LUMSA.
- Responsabile del gruppo di ricerca Lumsa per il progetto "Organizzazioni ibride e creazione di valore nei rapporti impresa, consumatore e territorio" finanziato dall'Università LUMSA nel biennio 2015-2017. Ricerca finanziata dall'ateneo LUMSA.
- Componente del gruppo di ricerca Lumsa per il progetto "Social entrepreneurship: governance, creazione di valore ed ecosistemi" finanziato dall'Università LUMSA nel biennio 2012-2013. Ricerca finanziata dall'ateneo LUMSA.
- Componente del gruppo di ricerca dell'Università La Sapienza per il progetto "La comunicazione integrata di marketing tra online e offline: nuove sfide per gli advertiser". Il progetto di ricerca è stato finanziato dal CERMES Centro di Ricerca su Marketing e Servizi dell'Università Bocconi (Luglio-Novembre 2013).
- Responsabile del gruppo di ricerca dell'Università Lumsa per lo sviluppo dell'indagine "Ricerca sugli operatori del Mercato Internazionale del Film di Roma (TBS)" nell'ambito del progetto "L'impatto del Festival del Film di Roma per il territorio e gli altri stakeholder", Novembre 2011.

PREMI E RICONOSCIMENTI PER L'ATTIVITÀ SCIENTIFICA

- Riconoscimento di "selected paper" Sinergie-SIMA per il seguente articolo: Grieco, C., Iasevoli, G., Michelini, L., Marketing alliances in digital firms: an analysis of benefits and risks. Atti del Convegno Sinergie-SIMA Annual Conference, 9-10 Giugno 2016, Università di Udine dal 10-06-2016 al 10-06-2016
- Riconoscimento di "selected paper" Sinergie-SIMA per il seguente articolo: Impresa sociale e creazione di valore: una tassonomia dei modelli di misurazione dell'impatto sociale sul territorio. Atti del XXIV Sinergie Annual Conference (Lecce, 18-19/10/2012)
- Vincitrice del premio AIDEA "Best Paper Giovani Ricercatori" per l'articolo "Nuovi Business Model per la Creazione di Valore Condiviso nei Mercati Emergenti: il Social e l'Inclusive Business" con D. Fiorentino nell'ambito del XXXIII Convegno Aidea, Università Commerciale "L. Bocconi" di Milano, 21-22 Ottobre 2010.
- Vincitrice di una borsa di studio dell'Università di Trento (bando pubblico con selezione per titoli) per un progetto di ricerca sul tema "Corporate Social Responsibility (C.S.R.) e creazione di network di relazioni fiduciarie con gli stakeholders" (1 dicembre 2008 - 31 gennaio 2009).
- Vincitrice della borsa di studio della Regione Lazio. Bando pubblico: "POR Ob. 3 FSE 2000/2006 - Mis C3 - Borse di studio per la partecipazione a master e dottorati universitari
- Vincitrice di una borsa di studio messa a disposizione da ETI (Ente Tabacchi Italiano) con bando pubblico per la migliore tesi di laurea 2000 a livello nazionale sul tema "Management & New Technology". Il riconoscimento è stato attribuito da una commissione designata dalle direzioni di ETI Spa e IRI Management

ALTRE ATTIVITÀ SCIENTIFICHE

- Associate Editor dello Special Issue "New Perspectives on Bottom of the Pyramid Strategies" Business & Society (2019) (IF 3.298)
- Visiting Professor presso l'ISCEM (Istituto Superior de Comunicação Empresarial) di Lisbona in qualità di titolare dell'insegnamento di "Corporate Social Responsibility" (30 ore) nel corso di Laurea Specialistica in "Marketing Estratégico" (A.A. 2012-2013 e 2013-2014).
- Referee per i seguenti Journal: Journal of Cleaner Production, Journal of Business Ethics, Business Ethics: European Review
- Referee per i seguenti convegni: EURAM 2015, EURAM 2016, EURAM 2017, Sinergie 2015, Sinergie 2016, Sinergie 2017, SIM 2016, EURAM 2019, SINERGIE 2019
- Componente del Teaching Committee del Master nell'area didattica Marketing Focus del Master in Marketing Management dell'Università La Sapienza.
- È socia della SIM (Società Italiana di Marketing), SIMA (Società Italiana di Management), AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale) ed EURAM (European Academy of Management)

ESPERIENZE UNIVERSITARIE DI DIDATTICA E COORDINAMENTO

Titolare dei seguenti insegnamenti universitari:

- Economia e Gestione delle imprese (60h), Business Model Innovation (40h), Economia e Gestione delle Imprese Turistiche (40h), Università LUMSA (dall'A.A. 2020-2021).
- Economia e Gestione delle imprese (60h), Social Entrepreneurship (40h), Economia e Gestione delle Imprese Turistiche (40h), Università LUMSA (dall'A.A. 2015-2016 all'A.A. 2018-2019).
- Economia e Gestione delle imprese (60h) Digital Marketing (60h), Università LUMSA (A.A. 2015-2016).
- Economia e Gestione delle imprese (60h) e Forme Societarie e Corporate Governance (60h), Università LUMSA (A.A. 2014-2015).

- Economia e Gestione delle imprese (60h) e Customer Relationship Management e Gestione degli Intermediari Commerciali (60h), Università LUMSA (A.A. 2013-2014).
- Organizzazione Aziendale (40h), Università LUMSA (A.A. 2012-2013).
- Fund Raising e Marketing Sociale (80h), Università LUMSA (A.A. 2011-2012 e 2012-2013).
- Economia e Gestione delle Imprese (40h), Università LUMSA (A.A. 2009-2010 e 2010-2011).
- Responsabilità Sociale d'Impresa (40 h), Università LUMSA (A.A. 2009-2010 e 2010-2011).
- Corporate Social Responsibility (30 h), Università ISCEM di Lisbona (A.A. 2009-2010 e 2010-2011).
- Marketing del Turismo (50h), Università degli Studi di Siena, sede di Grosseto, (A.A 2008-2009 e 2007-2008).
- Marketing (60h), Università Telematica Universitas Mercatorum (A.A 2008-2009).
- Marketing dell'Innovazione (40h) presso l'ISIA Roma Design, (A.A 2006-2007).
- Marketing (40h) presso l'ISIA Roma Design, (A.A 2005-2006).

Dal 2006 al 2016 - Coordinatrice e responsabile della didattica del Master in Marketing e Organizzazione degli Eventi presso l'Università LUMSA.

ATTIVITÀ PROFESSIONALI

- Giugno 2003 – Gennaio 2006: UNICEF Italia. Nell'ambito della Direzione Raccolta Fondi si occupa della gestione delle iniziative di partnership italiane ed internazionali con medie-grandi aziende
- Maggio 1999 / Aprile 2003: socio fondatore e azionista di Webing Spa, società di consulenza e sviluppo progetti Internet con sede a Roma, dove ha svolto il ruolo di Project Manager e Responsabile dello Usability Lab. Ha sviluppato progetti per i seguenti clienti: Omnitel, Banca Fideuram, Diners, Bravobuild, Ericsson e Studio Universal.
- Luglio 2002 / Ottobre 2002: Burnaby Board of Trade, Vancouver, Canada – Internship. Assistente alla Direzione Marketing e collaborazione nell'organizzazione di eventi (Burnaby Business Excellence Awards Nominees Luncheon, Networking Breakfast, Golf Tournament).

ELENCO DELLE PUBBLICAZIONI

MONOGRAFIE

1. Micheline L. (2012), *Social innovation and new business models. Creating shared value in low-income markets*, Springer.
2. Micheline L. (2011), *La competitività delle imprese nei settori in evoluzione*, FrancoAngeli.
3. Micheline L. (2007), *Strategie collaborative per lo sviluppo della Corporate Social Responsibility*, FrancoAngeli.

ARTICOLI IN RIVISTA

1. Micheline L, Grieco C. Ciulli F., Di Leo A (forthcoming) Uncovering the impact of food sharing platform business models: a theory of change approach in *British Food Journal – Rivista di Fascia A*
2. Micheline L, Principato L, Iasevoli G (2018). Understanding Food Sharing Models to Tackle Sustainability Challenges. *Ecological Economics*, vol. 145, p. 205-217, ISSN: 0921-8009, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.09.009> - *Rivista di Fascia A*

3. Pisoni A., Michelini L, Martignoni G (2018). Frugal approach to innovation: State of the art and future perspectives. *Journal of Cleaner Production*, vol. 171, p. 107-126, ISSN: 1879-1786, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.248> – *Rivista di Fascia A*
4. Iasevoli G, Michelini L, Grieco C, Principato L (2018). Mapping the sharing economy: a two-side markets perspective. *SINERGIE*, vol. 106, p. 181-200, ISSN: 0393-510
5. Grieco C, Iasevoli G, Michelini L (2017). Marketing alliances in digital firms: an analysis of benefits and risks. *SINERGIE*, vol. 35, p. 175-197, ISSN: 0393-5108, doi: DOI 10.7433/s103.2017.09
6. Nigri G, Michelini L, Grieco C (2017). Social Impact and Online Communication in B-Corps. *Global Journal of Business Research*, vol. 17, 3, ISSN: 1931-0277
7. Michelini L, Iasevoli G, Teodoraki (2017). Event venue satisfaction and its impact on sponsorship outcomes. *Event Management*, Vol. 21, p. 319-331, ISSN: 1525-9951, doi: <https://doi.org/10.3727/152599517X14942648527536>
8. Grieco C, Iasevoli G, Michelini L (2017). Marketing alliances in digital firms: an analysis of benefits and risks. *Sinergie*, vol. 35, p. 175-197, ISSN: 0393-5108, doi: DOI 10.7433/s103.2017.09
9. Giordano F, Michelini L, Perrini F, Baldassarre G (2015). Gli Incubatori Sociali in Italia. *Economia & Management*, vol. 6, ISSN: 1120-5032
10. Cherubini S, Iasevoli G, Michelini L (2015). Product-service systems in the electric car industry: critical success factors in marketing. *Journal of Cleaner Production*, vol. 97, p. 40-49, ISSN: 0959-6526, doi: 10.1016/j.jclepro.2014.02.042 – *Rivista di Fascia A*
11. Grieco C, Michelini L, Iasevoli G (2014). Measuring Value Creation in Social Enterprises. A Cluster Analysis of Social Impact Assessment Models. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 44, p. 1-21, ISSN: 0899-7640, doi: 10.1177/0899764014555986 – *Rivista di Fascia A*
12. Grieco C, Iasevoli G, Michelini L (2013). "Impresa sociale e creazione di valore: una tassonomia dei modelli di misurazione dell'impatto sociale sul territorio". *Sinergie*, ISSN: 0393-5108
13. Michelini L, Fiorentino D (2012). New Business Models for Creating Shared Value. *Social Responsibility Journal*, vol. 8, p. 561-577, ISSN: 1747-1117, doi: 10.1108/17471111211272129
14. Vernuccio M, Cozzolino A, Michelini L (2010). An Exploratory Study of Marketing, Logistics, and Ethics in Packaging Innovation. *European Journal of Innovation Management*, vol. 13, p. 333-354, ISSN: 1460-1060, doi: 10.1108/14601061011060157
15. Vernuccio M, Cozzolino A, Michelini L (2008). Marketing, logistica ed etica nell'innovazione di packaging. *Mercati e Competitività*, vol. 2, p. 143-171, ISSN: 1826-7386
16. Michelini L (2006). Comunicare la Responsabilità Sociale d'Impresa Online: un'Indagine Esplorativa nel Settore delle Public Utilities. *Economia e Diritto del Terziario*, vol. 1, p. 209-233, ISSN: 1593-9464
17. Michelini L (2006). La Dimensione Etica nell'Innovazione di Prodotto. *Economia, Impresa e Mercati Finanziari*, vol. 1, p. 89-111, ISSN: 1970-0911
18. Iasevoli G, Michelini L (2004). La Comunicazione di Marketing nei Servizi Professionali in Italia: Caratteristiche e Tendenze Evolutive. *Micro & Macro Marketing*, vol. 1, p. 169-199, ISSN: 1121-4228

CAPITOLI DI LIBRI

1. Grieco C, Michelini L (2019). Mind the gap! Existing barriers to standardizing the measurement of social value creation. In: (a cura di): Lindgreen A, Vallaster C, Yousofzai S, Hirsch B, *Measuring and Controlling Sustainability: Spanning Theory and Practice* . p. 50-62, Routledge, ISBN: 1138224634
2. Nigri, G.; Michelini, L., A systematic literature review on Social Impact Assessment: outlining main dimensions and future research lines in R. Schmidpeter, N. Capaldi, S. Idowu, A. Lotter "International Dimensions of Sustainable Management", Springer. Forthcoming (2017)
3. Giordano F., Michelini L. (2016) "L'ecosistema imprenditoriale e il ruolo degli incubatori a supporto dell'innovazione e delle start-up" in I luoghi dell'innovazione aperta. Modelli di sviluppo territoriale e inclusione sociale (a cura di Montanari F. e Mizzau L.), Quaderni della Fondazione G. Brodolini, STUDI E RICERCHE, ISBN 9788895380377

4. Michelini L., Iasevoli G., Pitardi V. (2016). The Innovative Social Oriented Start-Up: The Role of Entrepreneurship Ecosystem and its Impact on the Social Capital in Social Change: Perspectives, Challenges and Implications for the Future (Wallace J) pp. 129-142 ISBN: 978-1-63483-639-5.
5. Michelini L. (2014), "Non profit and business sector collaboration: towards a new strategic approach" in Okonkwo B. *Christian Ethics and Corporate Culture. A Critical View on Corporate Responsibilities*, pp. 45-65, Springer.
6. Cherubini S., Iasevoli G., Michelini L. (2013), "Product-service systems in the electric car industry: critical success factors in marketing", in Edvarsson B., Colurcio M., Witell L. (a cura di) , *1° Workshop on Service Innovation Research*, pp.17-23, Aracne.
7. Michelini L. e Fiorentino D. (2012), "La dimensione del territorio nella creazione e nello sviluppo di nuovi modelli di business sociali" in Pilotti L. (a cura di) *Creatività, Innovazione e territorio*, Il Mulino, pp. 503- 540.
8. Michelini L. (2012), "Strategie di corporate giving e cause related marketing: tra benessere sociale e fini di business" in Maggiolini P. (a cura di) *Ciò che è bene per la società è bene per l'impresa. Una rivisitazione di teorie e prassi della Responsabilità Sociale d'Impresa*, FrancoAngeli.
9. Fiocca R, Pratesi C, Sebastiani R. e Michelini L. (2009), "Verso il marketing sostenibile" in Cristini G. (a cura di) *Marketing*, pp. 51-67.
10. Michelini L., Fiorentino D. (2009), "L'analisi SWOT del bene area protetta", in D'Amore F., Petrillo P., Severino F. (a cura di), *Ambiente, turismo e competitività sostenibile*, pp. 53-69.
11. Michelini L. (2009) "Le partnership tra imprese e organizzazioni non profit: alcune evidenze empiriche" in Pacelli D. (a cura di), *Percorsi di Comunicazione e Organizzazioni Complesse*, Il Quaderno di dottorato.
12. Michelini L. (2008) "Problemi etici del marketing dei servizi" in D. Hoffman, J. Bateson, G.Iasevoli, *Marketing dei Servizi*, Apogeo.
13. Iasevoli G., Michelini L. (2003), "La comunicazione finanziaria online delle imprese quotate nel nuovo mercato" in Cafferata R. (a cura di) *Imprese Italiane Internet*, Franco Angeli.

CONTRIBUTI IN ATTI DI CONVEGNO

1. Giordano F, Lanteri A, Michelini L (2017). In search of sustainability: social incubators as social entrepreneurial initiatives. In: EURAM 2017 Conference Proceedings. GLASGOW, 21-24 Giugno 2017
2. Lanteri A, Giordano F, Michelini L (2017). Social Incubators as Socially Entrepreneurial Initiatives. In: Academy of Management Conference Proceedings Vol. 2017, No. 1, p. 15229 Print ISSN: 0065-0668 Online ISSN: 2151-6561. PROCEEDINGS - ACADEMY OF MANAGEMENT, ISSN: 0065-0668, doi: 10.5465/AMBPP.2017.15229abstract
3. Vernuccio M, Cesareo L, Pastore A, Michelini L (2017). La gestione dell'integrazione tra online e offline nella comunicazione di marketing: evidenze empiriche nelle grandi imprese. In: Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società. ISBN: 97888907394-9-1, Università degli Studi di Napoli Federico II, 15-16 giugno 2017
4. NIGRI G, MICHELINI L, GRIECO C (2017). Social Impact and Online Communication in B-Corp Companies: evidences from EU and USA. In: Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società. ISBN: 97888907394-9-1, Università degli Studi di Napoli Federico II, 15-16 giugno 2017
5. Lanteri A, Giordano F, Michelini L (2017). Social Incubators as Socially Entrepreneurial Initiatives. In: Academy of Management Conference Proceedings Vol. 2017, No. 1, p. 15229 Print ISSN: 0065-0668 Online ISSN: 2151-6561. PROCEEDINGS - ACADEMY OF MANAGEMENT, ISSN: 0065-0668, doi: 10.5465/AMBPP.2017.15229abstract
6. Michelini L, Nigri G, Iasevoli G, Grieco C (2016). B Corps and their social impact communication strategy: does the talk match the walk? . In: SIM Conference, 2016 . ISBN: 978-88-907662-6-8
7. Michelini, L., Nigri, G., Iasevoli, G., Grieco, C. B Corps and their social impact communication strategy: does the talk match the walk? SIM Conference, 2016, Università di Cassino 20-21 ottobre 2016, ISBN 978-88-907662-6-8