

# **Cecilia Grieco**

## **Curriculum Vitae**

### **Formazione e titoli**

**Maggio 2017** (*posizione corrente*) – **Assegnista di ricerca in Economia e gestione delle imprese**. Progetto: “L’innovazione nei modelli di business: analisi e implicazioni” (SECS/P-08). Università degli Studi di Roma Tor Vergata, Dip. Management e Diritto, Via Columbia 2 – 00133 Roma.

**Gennaio 2016 – Gennaio 2017** – **Assegnista di ricerca in Economia e gestione delle imprese**. Progetto: “Strategie di co-marketing nei mercati digitali” (SECS/P-08). Università degli Studi di Roma Tor Vergata, Dip. Management e Diritto, Via Columbia 2 – 00133 Roma.

**Gennaio 2015** – **Dottore di ricerca (Doctor Europaeus) in Comunicazione, interculturalità e organizzazioni complesse**. Titolo della tesi: “How to measure social value creation? Analysis of models, trends and practices of social impact assessment in Italian social enterprises” (SSD: SECS-P/08). Voto: Doctor Europaeus con lode. Università LUMSA, Dip. Scienze Umane, Borgo Sant’Angelo 13 – 00193 Roma.

**Gennaio 2013** – **Culture della materia in Marketing, Marketing avanzato, Economia e gestione delle imprese**. Università LUMSA, Dip. Scienze Umane, Borgo Sant’Angelo 13 – 00193 Roma.

**Novembre 2011** – **Master Universitario di I livello in Marketing e organizzazione degli eventi**. Titolo della tesi: “L’animazione del punto vendita attraverso gli eventi esperienziali”. Voto: 110/110 e lode. Università LUMSA, Dip. Scienze Umane, Borgo Sant’Angelo 13 – 00193 Roma.

**Novembre 2010** – **Laurea specialistica in Comunicazione d’impresa**. Titolo della tesi: “L’evoluzione della CSR attraverso i sistemi di certificazione: l’impegno etico, la gestione ambientale e la guida ISO sulla responsabilità sociale”. Voto 110/110 e lode. Università LUMSA, Dip. Scienze Umane, Borgo Sant’Angelo 13 – 00193 Roma.

**Novembre 2008** – **Laurea triennale in Comunicazione nella società della globalizzazione**. Titolo della tesi: “Apel e l’etica della comunicazione”. Voto: 108/110. Università degli Studi Roma Tre, Dip. Filosofia, Comunicazione e Spettacolo, Via Ostiense 234 – 00146 Roma.

### **Attività didattica**

- Docente titolare del corso curriculare “Business Models Innovation” (in lingua inglese) presso l’Università degli Studi di Roma Tor Vergata, Corso di laurea specialistica Master of Science in Business Administration (2017) – 6 CFU, SSD: SECS-P/08
- Docente del modulo “Business Game” presso l’Università degli Studi di Roma La Sapienza, Master Universitario in Marketing Management (MUMM), (2017; 2018) - SSD: SECS-P/08

- Docente titolare del seminario curriculare “Markstrat Simulation Course” (in lingua inglese) presso l’Università di Roma Tor Vergata, Corso di laurea specialistica Master of Science in Business Administration (2016; 2018) – 3 CFU, SSD: SECS-P/08
- Docente titolare del seminario curriculare di “Marketing Game” presso l’Università LUMSA, Corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione, informazione e marketing (2016; 2017; 2018) – 3 CFU, SSD: SECS-P/08
- Docente alla Summer school YERUN “Management consulting in the digital age” dei seguenti moduli didattici: “Customer experience”, “Business models” (in lingua inglese) presso l’Università degli Studi di Roma Tor Vergata (2017)
- Docente al Dottorato di Scienza dell’economia civile, “Literature review: metodologie e strumenti”, presso l’Università LUMSA (2017)
- Docente al corso Practising International Studies, “Social entrepreneurship and social impact assessment” (in lingua inglese) presso la Leiden University (2016)
- Docente al corso intensivo Integrated Marketing Communications, “Event planning”, “PR and sponsorship” (in lingua inglese) presso Lorenzo de’ Medici - the Italian International Institute (2014)
- Docente al Corso di Alta Formazione per l’Internazionalizzazione delle imprese – CorCE Campania, “Marketing dei servizi”, Università degli studi del Sannio (2014).
- Tutor del Premio SIM Marketing per l’Università (2015 - 2018)
- Coordinatrice del Master Universitario di I livello in Marketing e Organizzazione degli Eventi (2013 - 2014).
- Didattica integrativa presso l’Università LUMSA e l’Università degli Studi di Roma Tor Vergata per i corsi di laurea triennale e specialistica (SSD: SECS-P/08): Marketing, Marketing culturale, Economia e gestione delle imprese, Corporate governance, Marketing avanzato, Economia e gestione delle imprese editoriali; General management, Economia e gestione dell’innovazione.

## Principali pubblicazioni

Grieco C., Michelini L. (2018), Mind the gap! Existing barriers to standardizing the measurement of social value creation. Accepted for publication in Lindgreen A., Hirsch B., Vallaster C., Yousafzai S. (2018) *Measuring and controlling sustainability: Spanning theory and practice*, Francis and Taylor. ISBN 978-1-138-22463-6 [Forthcoming – Luglio 2018]

Grieco C., Cerruti C. (2018) Managing co-creation in innovative business models: The case of sharing economy, *Sinergie Italian Journal of Management* [Forthcoming]

Grieco C. (2018), What do social entrepreneurs need to walk their talk? Understanding attitude-behavior gap in social impact assessment practice. *Nonprofit Management and Leadership* 2018; 1–18. <https://doi.org/10.1002/nml.21310>

Nigri G., Michelini L., Grieco C. (2017), Social Impact and Online Communication in B-Corp, *Global Journal of Business Research* 11(3), 87-104

Grieco C., Iasevoli G., Michelini L. (2017), Marketing alliances in digital firms: An analysis of benefits and risks. *Sinergie Italian Journal of Management*, 103, 175-197

Grieco C. (2017), Misurare l’impatto sociale: driver e barriere nelle imprese sociali italiane, in Ieracitano F. (a cura di), (2017), *Comunicazione, intercultura e organizzazioni complesse*, Roma Studium

Grieco C., Iasevoli G. (2017), Co-marketing alliances: definitions and approaches. Insights from a literature review, *Management Research Review*, 40(9), 971-989

- Maas K., Grieco C. (2017), Distinguishing game changers from boastful charlatans: Which social enterprises are serious about measuring their impact? *Journal of Social Entrepreneurship* 8(1), 110-128
- Montecchia, A., Giordano, F., & Grieco, C. (2016). Communicating CSR: integrated approach or selfie? Evidence from the milan stock exchange. *Journal of Cleaner Production*, 136, 42-52.
- Michelini L., Principato L., Iasevoli G., Grieco C. (2016), The social value of the sharing economy: a classification of innovative models in the food industry. *Sinergie Annual Conference*, Udine 9-10 Giugno 2016. ISBN 97888907394-6-0
- Ferraris A., Grieco C. (2015), The role of the innovation catalyst in social innovation - an Italian case, *Sinergie Italian Journal of Management*, 97, 127-144.
- Grieco C., Iasevoli G. (2015), Missione Terzo Settore. Impatto sociale e modelli di misurazione, una proposta per orientare la scelta, *Microfinanza*, 10 Anno 3
- Grieco, C., Michelini, L., & Iasevoli, G. (2015). Measuring value creation in social enterprises: A cluster analysis of social impact assessment models. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 44(6), 1173-1193.
- Grieco C. (2015), *Assessing social impact of social enterprises. Does one size really fit all?*, Springer Brief in Business, Print ISBN: 978-3-319-15313-1; Online ISBN: 978-3-319-15314-8
- Grieco C. (2015), *L'evoluzione della CSR nei sistemi di certificazione: l'impegno etico, la gestione ambientale e la guida ISO sulla responsabilità sociale*, EAI – Edizioni Accademiche Italiani, ISBN: 978-3-639-65844-6
- Montesi F., Grieco C. (2015) Messene andata e ritorno: Analisi e implicazioni dei processi di misurazione dell'impatto sociale. *Colloquio scientifico sull'impresa sociale*, Reggio Calabria 22-23 Maggio 2015. ISBN 978-88-909832-2-1
- Michelini L., Iasevoli G., Dal Negro L., Grieco C. (2014) Serving the Bottom of the Pyramid in developed countries: new approaches in marketing, *X Annual Conference of the Italian Marketing Academy*, 18-19 Settembre, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Modena. ISBN: 978-88-907662-2-0.
- Iasevoli G., Grieco C. (2014), The impact of digital device edition on print circulation: cannibalization or complementary for daily newspaper in Italy?, Conference proceedings, *Euram Annual Conference*, Valencia, 4-7 Giugno 2014. ISBN: 978-84-697-0377-9
- 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 rivista di studi e ricerche*. ISSN: 0393-5108.