

CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA E DIDATTICA

LAURA MICHELINI

POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

- Professore associato - SSD SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese - in ruolo presso la Libera Università Maria Ss. Assunta LUMSA (ROMA)

TITOLI

- 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'Istituto 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. Tesi in Strumenti e Strategia della Comunicazione d'impresa: "Usabilità dei siti web: il vantaggio competitivo per le imprese".

INCARICHI UNIVERSITARI

- Da Ottobre 2009 ad Ottobre 2012 è Ricercatore a tempo determinato in Organizzazione Aziendale (SECS-P/10) presso l'Università LUMSA.
- Da Gennaio 2006 a Dicembre 2007 è Assegnista di Ricerca in Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08) presso l'Università LUMSA.

ATTIVITÀ DI RICERCA

- È 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 per il biennio 2015-2017. Ricerca finanziata dall'ateneo LUMSA.
- È stata responsabile del gruppo di ricerca Lumsa per il progetto "Promozione della Cultura dell'innovazione e Trasferimento Tecnologico" (2015) Finanziato dal CNOS-FAP e Regione Lazio.
- È stata componente del gruppo di ricerca Lumsa per il progetto "Social entrepreneurship: governance, creazione di valore ed ecosistemi" finanziato dall'Università LUMSA per il biennio 2012-2013. Ricerca finanziata dall'ateneo LUMSA.
- È stata 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).
- È stata 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.
- È stata componente del gruppo di ricerca dell'Università Lumsa per il 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).

- È stata componente 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).
- È stata 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" (Luglio 2008).
- È stata componente del gruppo di ricerca I-COM "Indagine sul Gradimento da parte del pubblico di Enzimi 2007" (Gennaio, 2008).
- È stata componente del gruppo di ricerca PRIN sulla "Valutazione dell'impatto degli Eventi" coordinato dal prof. Iasevoli dell'Università LUMSA approvato dal MIUR (Progetti di Ricerca di Interesse Nazionale – PRIN 2007).

PROGETTI INTERNAZIONALI

- È 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
- Visiting Professor presso l'ISCEM (Istituto Superior de Comunicação Empresarial) di Lisbona in qualità di titolare della cattedra di "Corporate Social Responsibility" nel corso di Laurea Specialistica in Comunicazione d'Impresa (A.A. 2009-2010; 2010-2011).
- È stata 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 ammesso al finanziamento dall'Unione Europea e realizzato nel mese di Luglio 2012.
- È stata 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 al finanziamento dall'Unione Europea e realizzato nel mese di Luglio 2012.

ESPERIENZE UNIVERSITARIE DI DIDATTICA E COORDINAMENTO

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

Titolare dei seguenti insegnamenti universitari:

- Economia e Gestione delle imprese (60h), Social Entrepreneurship (40h), Economia e Gestione delle Imprese Turistiche (40h), Università LUMSA (A.A. 2015-2016).
- 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).

ELENCO DELLE PUBBLICAZIONI

MONOGRAFIE

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

PUBBLICAZIONI CON ISBN/ISSN

1. Michelini, L., Iasevoli, G., Teodoraki, Event venue satisfaction and its impact on sponsorship outcomes, *Event Management*, Forthcoming (2017)
2. 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
3. Grieco (Digital)
4. Michelini L., Iasevoli G., Principato, L. "The social value of the sharing economy: a classification of innovative models in the food industry", *Atti del Convegno Sinergie Annual Conference*, 9-10 Giugno 2016, Università di Udine. ISBN 97888907394-6-0 - DOI 10.7433/SRECP.FP.2016.07
5. 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
6. Giordano F., Michelini L. et al. (2015) "Gli Incubatori Sociali in Italia" in *Economia & Management 2015/6* Egea Milano
7. 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.
8. Michelini L. e Iasevoli G. (2015) *Le Start-Up Innovative a Vocazione Sociale: il Ruolo dell'entrepreneurship Ecosystem e l'impatto sul Capitale Sociale*. Paper presentato in occasione del Colloquio scientifico sull'impresa sociale, 22-23 maggio 2015, Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria ISBN 978-88-909832-2-1
9. 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.
10. Vernuccio M., Cesareo L., Michelini L., Pastore A. (2015), "Online and offline integration in marketing communication. Delving into the business perspective", 44th European Marketing Academy Conference, 26-29 June 2015, Leuven, Belgio, ISBN 978-90823-8330-0.
11. Michelini L., Iasevoli, Grieco C., Dal Negro L., (2014), *Serving the Bottom of the Pyramid in developed countries: new approaches in marketing*, *Atti del XI Convegno Annuale SIM*, Modena, 18-19 settembre 2014 Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
12. Cherubini S., Iasevoli G., Michelini L. (2014), "Product-service systems in the electric car industry: critical success factors in marketing", *Journal of Cleaner Production*. In press. Disponibile online dal 13 Marzo 2014 doi: 10.1016/j.jclepro.2014.02.042. *Rivista di Fascia A*. IF. 3.587

13. 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.
14. 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.
15. 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*, n. 91, Maggio-Agosto 2013, pp. 61-82.
16. Grieco C., Iasevoli G., Michelini L. (2013), "Measuring value creation in social enterprises: a cluster analysis of social impact assessment models", Conference proceedings, EURAM Annual Conference, Istanbul, 26-29/06/2013. ISBN 978-975-8400-35-5.
17. Iasevoli G., Michelini L., Theodoraki E. (2013), "The role of attendee engagement on event sponsorships effectiveness", 18th International Conference on Corporate and Marketing Communication University of Salerno, Italy April 11-12, 2013. ISBN: 9788890687365
18. Grieco C., Iasevoli G., Michelini L. (2012), "Impresa sociale e creazione di valore: una tassonomia dei modelli di misurazione dell'impatto sociale sul territorio" in Atti del XXIV Convegno annuale di Sinergie "Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa", 18-19 ottobre 2012 – Università del Salento (Lecce). ISBN: 9788890739408.
19. Michelini L., Fiorentino D. (2012), "New business models for creating shared value", *Social Responsibility Journal*, Vol. 8 Iss: 4, pp.561 – 577.
20. 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.
21. 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.
22. 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, pp. 333-354.
23. Fiocca R, Pratesi C, Sebastiani R. e Michelini L. (2009), "Verso il marketing sostenibile" in Cristini G. (a cura di) *Marketing*, pp. 51-67.
24. 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.
25. 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.
26. Vernuccio M., Cozzolino A., Michelini L. (2008), "Packaging innovation projects toward marketing, logistics, and ethics integration" 37^a Conferenza EMAC della European Marketing Academy, 17-30 Maggio, Brighton. ISBN: 978-1-90559342-2.
27. Vernuccio M., Cozzolino A., Michelini L. (2008), "Marketing, logistica ed etica nell'innovazione di packaging", *Mercati e Competitività*, Rivista della Società Italiana di Marketing, n. 2.
28. Michelini L. (2008) "Problemi etici del marketing dei servizi" in D. Hoffman, J. Bateson, G.Iasevoli, *Marketing dei Servizi*, Apogeo.
29. Michelini L. (2006), "La dimensione etica nell'innovazione di prodotto" in *Economia, Impresa e Mercati Finanziari*, n.1, Cacucci Editore.
30. Michelini L. "L'approccio consumer-ethic driven nell'innovazione di prodotto", in Andreani J.C. e Collese U. (a cura di), Atti del Quarto Congresso Internazionale sulle Tendenze di Marketing – ESCP EAP, Parigi 21-22 Gennaio 2005. ISBN: 978-2-9532811-2-5.
31. Michelini L. (2006), "Comunicare la Responsabilità Sociale d'Impresa online: un'indagine esplorativa nel settore delle public utilities" in *Economia e Diritto del Terziario*, n.1.
32. Iasevoli G., Michelini L. (2004), "La comunicazione di marketing nei servizi professionali in Italia: caratteristiche e tendenze evolutive" in *Micro & Macro Marketing*, n.1, Il Mulino.

33. 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.

PUBBLICAZIONI SENZA ISBN/ISSN

1. Michelini L. e Fiorentino D., "Nuovi Business Model per la Creazione di Valore Condiviso nei Mercati Emergenti: il Social e l'Inclusive Business" in XXXIII Convegno Aidea, Università Commerciale "L. Bocconi" di Milano, 21-22 Ottobre 2010.
2. Michelini L. e Fiorentino D., "New Business Models for Creating Shared Value in the Emerging Markets: Social and Inclusive Business Models, in Eben Annual Conference 2010. Trento, 9-11 Settembre, 2010.
3. Vernuccio M., Cozzolino A., Michelini L., *Packaging Innovation Projects Toward Marketing, Logistics, and Ethics Integration*. Atti del VII International Congress Marketing Trends, Venezia, 17-19 Gennaio, 2008.
4. Vernuccio M., Cozzolino A., Michelini L., *Prospettive di innovazione del packaging tra marketing, logistica ed etica. Verso un approccio integrato*. Atti del IV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, 5-6 Ottobre, 2007.
5. Vernuccio M., Cozzolino A., Michelini L., *Packaging Innovation Project Towards Marketing, Logistics and Ethics Integration: Evidences from Case Studies*. Paper presentato in occasione della 18ª Conferenza Annuale POMS, 4-7 Maggio, 2007, Dallas, Texas, U.S.A.
6. Michelini L., *Cause Related Marketing (CRM): which variables influence the propensity to buy?*, in Atti del VI International Congress on Public and Non Profit Marketing, Braga, 14 -15 Giugno, 2007.
7. Michelini L., *Non profit and business sector collaboration: towards a new strategic approach* in Atti del Convegno Internazionale "The Good Company", Roma, Ottobre, 2006.
8. Michelini L. Il "valore" della comunicazione nelle iniziative di Cause Related Marketing in Atti del Convegno AIDEA Giovani, 25-25 Marzo, 2006, Pescara.
9. Michelini L. *Comunicare la Responsabilità Sociale d'Impresa online: un'indagine esplorativa nel settore delle public utilities* in Atti del Convegno Aidea Giovani "L'Innovazione nella Pubblica Amministrazione: Teoria e Prassi", 15 Luglio 2005, Roma, Università di Tor Vergata.
10. Michelini L. *La creazione di valore nelle partnership tra imprese e organizzazioni non profit* in Atti del Workshop Celebrativo di AIDEA Giovani "La conoscenza nelle relazioni tra aziende", Venezia 28-29 Maggio 2004.

ALTRE ATTIVITÀ SCIENTIFICHE

- È referee per Journal of Cleaner Production (rivista di Fascia A) ed è stata referee di EURAM Congress 2012.
- Componente del Teaching Committee del Master nell'area didattica Marketing Focus del Master in Marketing Management dell'Università La Sapienza.
- Dal 2008 al 2011 è stata componente del comitato di redazione di "RASSEGNA DI DIRITTO ED ECONOMIA DELLO SPORT"

PARTECIPAZIONE AD ACCADEMIE AVENTI PRESTIGIO NEL SETTORE

- È socia della SIM (Società Italiana di Marketing), SIMA (Società Italiana di Management), AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale), EMAC (European Marketing Academy) ed EURAM (European Academy of Management)

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). Burnaby Board of Trade è un’associazione senza fini di lucro con lo scopo di favorire lo sviluppo del business nella città di Burnaby, Vancouver.

LINGUE STRANIERE

Inglese

Understanding				Speaking				Writing	
Listening		Reading		Spoken interaction		Spoken production			
C1	Advanced	C1	Advanced	C1	Advanced	C1	Advanced	C1	Advanced

Roma, Febbraio 2017

Firma