

CURRICULUM VITAE ET STUDIORUM DI ENRICO BONETTI

DATI PERSONALI

Data di nascita: 29 Ottobre 1966
Luogo di nascita: Napoli
Residenza: Via Girolamo Santacroce, 7/g - 80129 - Napoli
Telefono abitazione: 081/5491311
Stato civile: Coniugato
Servizio militare: Esente

PERCORSO UNIVERSITARIO

- 2014-oggi **Professore Ordinario** per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli
- 2013 **Abilitazione Scientifica Nazionale**, conseguita per la Prima Fascia, per il Settore Concorsuale 13/B2 Economia e Gestione delle Imprese con validità a decorrere dal 23/12/2013.
- 2009-2014 **Professore Associato confermato** per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli
- 2006-2009 **Professore Associato** per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli.
- 2005-2006 **Ricercatore Universitario** per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli.
- 1999-2002 **Assegno di Ricerca** di durata triennale presso la Facoltà di Economia della Seconda Università degli Studi di Napoli, nell'ambito della ricerca "Ricercatore e/o manager nel settore turismo, spettacolo e beni culturali", sottoprogramma (A) "I sistemi complessi di offerta", tutor prof. R. Cercola.
- 1995-1998 **Dottorato di Ricerca** in "Dottrine economico-aziendali e governo dell'impresa" (X ciclo) di durata triennale - sede amministrativa Facoltà di Economia dell'Istituto Universitario Navale di Napoli. Tesi: "*La gestione del cambiamento nella produzione dei servizi*", tutor prof. F. Testa.
- 1989 **Laurea in Economia e Commercio** (indirizzo economico-aziendale) presso l'Università degli Studi di Napoli "Federico II". Tesi in Tecnica Industriale e Commerciale: "*Il sistema informativo di back office nella grande distribuzione: il caso Standa*" relatore prof. L. Sicca. Voto 110/110.
-

ATTIVITA' DIDATTICA ACCADEMICA

- Ad oggi Titolare degli insegnamenti di **Marketing** al corso di Laurea in Economia Aziendale e di **Marketing dei Servizi** al corso di Laurea Magistrale in Economia e Management del Dipartimento di Economia della Seconda Università di Napoli.
- Dal 2005 E' stato titolare degli insegnamenti di **Marketing Territoriale** e di **Economia e Gestione delle Imprese di Servizi** al corso di Laurea in Economia e Commercio, **Marketing delle Istituzioni Pubbliche e delle Organizzazioni No-Profit** al corso di Laurea in Economia Aziendale, **Marketing Strategico** e di **Ricerche di Marketing** al corso di Laurea Specialistica in Economia e Management, **Marketing dei Sistemi Territoriali Complessi** al corso di Laurea Specialistica in Finanza per i Mercati, **Comunicazione di Marketing** al corso di Laurea Magistrale in Economia e Management della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli.
- 2012-oggi **Adjunct Professor** presso l'University "Vitez", Travnik, Bosnia Erzegovina, titolare della cattedra di **Service Management**.
- 2002-2005 **Professore a contratto** di **Economia e Gestione delle Imprese di Servizi** al corso di Laurea in Economia e Commercio della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli.
- 1998-1999 **Professore a contratto** di **Marketing** al corso di Diploma Universitario della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli.
- 1995-2005 **Cultore della materia** presso la cattedra di **Marketing** della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II", prof. R. Cercola.
- 1995-2005 **Cultore della materia** presso la cattedra di **Marketing** della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli con il prof. R. Cercola.
- 1994-1995 **Cultore della materia** presso la cattedra di **Marketing turistico** del diploma di laurea in Scienze Turistiche dell'Università degli Studi di Benevento, prof. P. Celentani.
- 1992-1994 **Cultore della materia** presso la cattedra di **Economia delle Aziende Industriali** della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Salerno, prof. P. Celentani.

ALTRE ATTIVITA' ACCADEMICHE

ATTIVITÀ RELATIVE AI DOTTORATI DI RICERCA

2007-oggi: Membro del Collegio dei Docenti del Dottorato di Ricerca in "Imprenditorialità e Innovazione" del Dipartimento di Economia della Seconda Università di Napoli.

2014: Componente della Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca in Marketing e Comunicazione dell'Università degli Studi di Salerno 11° e 12° ciclo.

2014: Componente della Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca in Dottrine Economico Aziendali e Governo dell'Impresa della Università degli Studi di Napoli "Parthenope" 25° e 26° ciclo.

2011: Componente della Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca (Doctor Europeus) in Imprenditorialità e Innovazione della Seconda Università di Napoli 23° e 24° ciclo.

2009: Componente della Commissione esaminatrice per l'ammissione al 25° ciclo del corso di Dottorato di Ricerca in Imprenditorialità e Innovazione della Seconda Università di Napoli.

2007: Componente della Commissione esaminatrice per l'ammissione al 23° ciclo del corso di Dottorato di Ricerca in Imprenditorialità e Innovazione della Seconda Università di Napoli.

ATTIVITÀ SVOLTE NELLA FACOLTÀ/ATENEIO DI APPARTENENZA

2009-oggi Presidente della Commissione Orientamento della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli.

2009-oggi: Componente della Commissione Tecnica del Centro di Servizio di Ateneo per la Comunicazione della Seconda Università di Napoli.

2009-oggi: Presidente della Commissione per la gestione del sito web della Facoltà di Economia.

2006-oggi: Componente della Commissione Giudicatrice di Facoltà per l'assegnazione delle borse di studio del programma di mobilità "Erasmus".

2006-2009: Componente del Consiglio Scientifico del Master di I livello "AGeR - Rappresentazione del Territorio e Gestione del Patrimonio Immobiliare ed Ambientale" delle Facoltà di Architettura e di Economia della Seconda Università di Napoli.

2009: Presidente della Commissione di Facoltà per l'assegnazione dei contratti per lo svolgimento delle attività di tutorato ed orientamento in uscita.

2007: Presidente, nominato dalla Facoltà, della Commissione di Esami di Stato per l'abilitazione all'esercizio della professione di Ragioniere e Perito Commerciale.

ATTIVITÀ SVOLTE IN ALTRI ATENEI/SOCIETÀ SCIENTIFICHE

2008-oggi: Membro del Comitato Scientifico del Premio Marketing per l'Università della Società Italiana Marketing.

2012-oggi: Responsabile scientifico dell'area "Service Management" del CIRCLE International (College for International Retailing, Consumerism, Leisure & Entrepreneurship), rete di ricerca e formazione tra oltre 80 università da tutto il mondo.

2012-oggi: Coordinatore della sezione "Place marketing" della SIM – Società Italiana Marketing.

2012 –oggi: Componente del Consiglio Didattico Scientifico del MUMM - Master di I livello in Marketing Management dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza.

2006 –2007: Componente del Teaching Committee del MUMM - Master di I livello in Marketing Management dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza.

2001-2008 Componente del gruppo di lavoro del Premio Marketing (prima Philip Morris ora Società Italiana di Marketing). Effettuazione di lezioni per la presentazione del caso presso numerosi atenei italiani (Milano-Bocconi, LIUC-Castellanza, Venezia, Pisa, Parma, Cosenza, etc.).

2012-2013: Socio Euram European Academy of Management

2009-oggi: Socio AIDEA – Accademia Italiana di Economia Aziendale.

2006-oggi: Socio della SIM – Società Italiana Marketing.

PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI DI RIVISTE, COLLANE EDITORIALI E TRATTATI

Membro del comitato editoriale del International Journal of Management Cases.

Membro del comitato editoriale del International Journal of Sales, Marketing and Retailing.

Membro del comitato editoriale della rivista Mercati&Competitività.

Membro del comitato scientifico della collana editoriale “Best in class” Giorgio Eminente.

ATTIVITA' DI REFEREE

Svolge attività di referaggio per le seguenti riviste/collane scientifiche/convegni di ambito aziendale, nazionali ed internazionali:

- Finanza, Marketing e Produzione;
- Journal of Management Governance;
- Journal of Euromarketing;
- Mercati&Competitività;
- Euram;
- International Marketing Trends Conference;
- Thought Leaders in Brand Management;
- Quaderni CITTA Università di Roma "La Sapienza.

ALTRE ATTIVITA' DIDATTICHE-ACCADEMICHE (MASTER)

2012-oggi **University “Vitez”, Travnik, Bosnia Erzegovina** - International Business Administration Program (MBA); componente della faculty e responsabile del modulo di *Service Management*.

2012-oggi **Università degli Studi di Cassino** – Master Universitario di I Livello in Marketing & Retail: Docente di *Strumenti e tecniche di analisi di mercato*.

2007-oggi **Università degli Studi di Roma “La Sapienza”** – Master Universitario in Marketing Management: Docente di *Segmentazione e Posizionamento*.

2003-oggi **Università degli Studi di Napoli “Federico II”** – Master Universitario in Service Management: Docente di *Marketing dei servizi*.

2013 **Università degli Studi di Catania** – eMMMe Master Universitario di I livello in Marketing Management: Docente di *Politiche di prodotto*.

2009 **Università degli Studi di Foggia** – Master in Business Administration: Docente di *Marketing Management e Sistemi di Ricerche di Mercato*.

- 2007-2009 **Università degli Studi di Salerno** - Master Universitario di II livello in General Management della Pubblica Amministrazione: Docente di *Marketing Territoriale e Marketing Turistico*.
- 2006 **Seconda Università degli Studi di Napoli** - Master Universitario di I livello di Rappresentazione del Territorio e Gestione del Patrimonio Immobiliare e Ambientale (organizzato dalle Facoltà di Architettura ed Economia): Docente di *Marketing Territoriale e Marketing Turistico*.
- 2005 **Seconda Università degli Studi di Napoli** – Master in Programmazione, Organizzazione e Gestione nella Sanità (organizzato dalle Facoltà di Medicina ed Economia): Docente di *Economia e Gestione delle Imprese di Servizi*.
- 2004 **Università degli Studi di Macerata** – Master Universitario in Economia e Gestione dei Beni Culturali: Docente di *Marketing dei beni culturali*.
- 2003 **Università degli Studi di Roma “La Sapienza”** – Master Universitario in Marketing Management: Docente di *Marketing dell’innovazione*.
- 2001-2002 **Seconda Università degli Studi di Napoli e Intesa BCI** – Master in Marketing Relazionale per le Banche: Componente del comitato di progettazione e coordinamento, Responsabile dei project work. Docente di *Marketing*.
- 2001 **Università degli Studi del Molise** – Master in E-Business: Docente di *Internet Marketing*.
- 1994 **Università degli Studi di Napoli “Federico II”**, Dipartimento di Teoria e Storia dell’Economia Pubblica - Master in Economia e Gestione delle Piccole Imprese. Docente di *Marketing*.

ATTIVITA' DI RICERCA

PROGETTI DI RICERCA SVOLTI IN AMBITO ACCADEMICO

- 2013-oggi: *Ricerca scientifica e competitività. Varietà delle forme di impresa, sistemi di supporto e dimensioni di performance*. Programma di Ricerca di Interesse Nazionale promosso dal MIUR, coordinatore nazionale prof.ssa F. Visintin (Università di Udine). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2007-2010: *TA CAMP Il Tessile/Abbigliamento Campano tra internazionalizzazione e tradizione*. Progetto coordinato dal CUEIM (Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale) nell'ambito di un Accordo di Programma tra MIUR e Regione Campania, nel VI Programma Quadro dell'Unione Europea, coordinatore prof. G.M. Golinelli (Università di Roma “La Sapienza”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2009-2010 *Il posizionamento competitivo atteso per il comparto vitivinicolo della regione Campania ed il modello organizzativo-gestionale per l’enoteca regionale*, ricerca commissionata dalla regione Campania – Assessorato all’Agricoltura, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Responsabile operativo.
- 2009-2010 *Definizione del piano di comunicazione per il consolidamento della filiera vitivinicola campana e progettazione del modello di partecipazione delle imprese agli eventi fieristici*, ricerca commissionata dalla regione

- Campania – Assessorato all’Agricoltura, coordinatore prof. R. Cercola.
Ruolo: Responsabile operativo.
- 2009 ***Analisi socio-economica del territorio e individuazione delle linee guida da impiegare nella definizione delle scelte strategiche territoriali.*** Ricerca condotta dalla Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli, commissionata dal Comune di Capua, coordinatore prof. V. Maggioni. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2008 ***Il turismo business in Campania. Individuazione del key player.*** Ricerca condotta dal CUEIM (Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale), commissionata da Unicredit Group, coordinatore prof.ssa C.M. Golinelli. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2005-2007 ***Modello per la valutazione (ex ante/ex post) degli eventi a livello socio-economico, gestionale, territoriale,*** Progetto di Ricerca di Interesse Nazionale MURST, coordinatore nazionale prof. S. Cherubini (Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2007 ***Il ruolo delle Destination Management Organizations nello sviluppo turistico di un'area.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 2006 ***Le dinamiche sistemiche nel turismo.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 2004 ***Marketing turistico e territoriale: modelli, casi e implicazioni manageriali,*** ricerca del CUEIM per IBM, coordinatori dai proff. Alberto Pastore (Università degli Studi di Roma “La Sapienza”) e C.M. Golinelli (Università degli Studi di Napoli “Parthenope”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2003-2004 ***Profili di sviluppo delle politiche di rilancio dei consumi in Italia. Il ruolo del turismo,*** ricerca CERMES- Università “Bocconi” per INDICOD, coordinatori proff. R. Ravazzoni (Università degli Studi di Parma) e C.M. Golinelli (Università degli Studi di Napoli “Parthenope”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2003-2004 ***Nuove tecnologie e modelli di e-business per le Piccole e Medie Imprese nel campo dell’ICT,*** ricerca del CUEIM per IBM, coordinatore prof. E. Massaroni (Università degli Studi di Roma “La Sapienza”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2003 ***Il business congressuale: formule strategiche e tendenze di mercato. prospettive per la città di Napoli,*** ricerca del CUEIM per la Mostra d’Oltremare, coordinatore prof. C.M. Golinelli (Università degli Studi di Napoli “Parthenope”). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2003 ***La valorizzazione economica della conoscenza scientifica e tecnologica attraverso la creazione di impresa.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2001 ***Il ruolo dell’information technology per il marketing dei sistemi di offerta turistica.*** Progetto Giovani Ricercatori del Dipartimento di Strategie

- Aziendali della Seconda Università di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 2001 ***Marketing turistico e marketing territoriale: relazioni concettuali e prassi gestionali.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2000 ***Metodologie di analisi dei processi di cambiamento nelle imprese di servizi.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1998-1999 ***Nuove prospettive per il marketing territoriale e per il marketing turistico. Riferimenti concettuali ed evidenze empiriche.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1997-1998 ***Analisi dell'evoluzione qualitativa della domanda e dell'offerta dei prodotti dell'ospitalità in Italia. La dimensione del confronto competitivo,*** finanziata dal fondo MURST 40%, coordinatore prof. M. Rispoli (Università di Venezia "Ca' Foscari"). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1995-1996 ***I nuovi strumenti strategici ed organizzativi nelle imprese di servizi.*** Progetto di ricerca svolto nell'ambito delle attività di preparazione del convegno e del numero speciale di Sinergie dal titolo "Service management ed economia neo-industriale", coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1994-1995 ***Il cambiamento nel settore dei servizi finanziari.*** Progetto di Ricerca Scientifica di Ateneo della Seconda Università di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.

PROGETTI DI RICERCA SVOLTI IN AMBITO EXTRA-ACCADEMICO

- 2010-2012: ***Ridare vita a Pompei: un progetto di sviluppo sostenibile per l'area vesuviana,*** commissionata da Unione Industriali di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola (Seconda Università di Napoli). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2007-2008: ***Il piano di marketing turistico del Comune di Napoli,*** commissionata dal Servizio Marketing Territoriale del Comune di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.
- 2007 ***Strategie di sviluppo per il sistema fieristico della Regione Campania,*** commissionata da E.F.I. (Ente Funzionale per l'Innovazione e lo Sviluppo Regionale). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2005 ***Analisi dei modelli di agenzia di sviluppo turistico,*** commissionata dal Comune di Napoli, coordinatore prof. R. Cercola (Seconda Università di Napoli). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 2004 ***Analisi delle opportunità in ottica di marketing territoriale,*** commissionata dal Servizio Marketing Territoriale del Comune di Napoli. Ruolo: Responsabile scientifico.

- 1996 ***Il rilancio di aree territoriali, attraverso imprese turistiche operanti in business eco-compatibili nei parchi protetti***, finanziata dalla Società per l'Imprenditorialità Giovanile e coordinata dal WWF Italia. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1995 ***Le analisi a sostegno della creazione di un Sistema Locale di Offerta Turistica (SLOT)***, commissionata dalla Società per l'Imprenditorialità Giovanile. Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1995 ***L'analisi delle potenzialità turistiche del Comune e dei bisogni dei target attuali e potenziali***, commissionata dal Comune di Salerno, coordinatore dal prof. R. Cercola (Seconda Università di Napoli). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1994 ***La customer satisfaction rispetto ai servizi bancari ed assicurativi***, commissionata da CGIL-Fisac, coordinatori proff. R. Cercola (Seconda Università di Napoli) e P. De Vita (Università degli Studi del Molise). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.
- 1993 ***Analisi dei bisogni e comparazione fra modelli comportamentali dei giovani nei confronti delle ferrovie in Europa*** (Italia, Francia, Spagna, Germania, Inghilterra), commissionata da Ferrovie dello Stato, coordinatori proff. R. Cercola (Seconda Università di Napoli) e F. Testa (Università del Molise). Ruolo: Componente del gruppo di ricerca.

RELAZIONI A CONVEGNI

- 2015 ***“Are traditional food products valuable? David vs. Goliath: evaluating performance of media strategies for Italian food excellence”***, XII Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Szczecin, Polonia.
- 2015 ***“Place marketing in the policy makers perspective: testing a holistic model to unfold the state of the art”***, XII Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Szczecin, Polonia.
- 2014 ***“Gli strumenti di marketing territoriale per gli investimenti high tech. Tra attrazione e radicamento”***, XI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Modena.
- 2014 ***“Attracting R&D foreign direct investments: an interpretative model for the policy maker agenda”***, XI Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Manchester, Regno Unito.
- 2014 ***“Communication strategies for Italian food excellence”***, XI Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Manchester, Regno Unito.
- 2013 ***“Influenzati ed influenzatori. Le relazioni di dipendenza reciproca tra territori, prodotti tipici ed eventi”***, X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Milano.
- 2013 ***“Strategic group definition in the fashion industry”***, X Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Viana do Castelo, Portogallo.
- 2011 ***“Una tassonomia dei raggruppamenti strategici in un sistema moda regionale di successo”***, convegno “Il Tessile Abbigliamento campano tra

- Internazionalizzazione e Tradizione: i risultati del progetto TA CAMP”, organizzato dal CUEIM, presso l’Università degli Studi di Napoli “Parthenope”, Napoli.
- 2011 “Combining top-down and bottom-up approach: the morphing characteristics of territorial governance”, XI European Academy of Management-EURAM –Management Culture in the 21th Century, Tallinn, Estonia.
- 2011 “*Il turismo come risorsa*”, convegno “Il contributo del turismo allo sviluppo del territorio”, organizzato da Camera di Commercio di Caserta, Caserta.
- 2010 “*Key success factors in place branding. Lessons from a joint analysis of location brands, tourism destination brands and place of origin brands*”, VI International Conference “Thought Leaders in Brand Management”, Università della Svizzera Italiana, Lugano.
- 2010 “*Collaborazione e competizione nelle strategie di sviluppo territoriale*”, convegno “Negoziatori di dialogo sociale” organizzato da Università di Foggia e IAL-CISL, Foggia.
- 2009 “*New kids in town. Cultural festival and the renewal of cities: the role of network orchestrator*”, IX European Academy of Management-EURAM – Renaissance and Renewal in Management Studies, Liverpool.
- 2008 “*The strong ties of cultural organisations. Event networks and local development in a tale of three festivals*”, II Workshop of Arts, Culture & Management in Europe - Which Governance for Non-Profit Arts and Cultural Organizations in Europe, Bordeaux, organizzata da Bordeaux Management School.
- 2008 *La valutazione degli eventi nell’ambito delle strategie di marketing territoriale*, convegno “Il valore degli eventi. Come selezionarli e valutarli in una logica socio-economica e gestionale”, Università LUMSA, Roma.
- 2005 “*Criticità e fattori di successo nella creazione delle offerte turistiche*”, convegno “Il territorio come risorsa” organizzato dal Comune di Capua.
- 2004 “*Network creation paths: the role of sport, cultural and tourist events as triggering factors*”, convegno “Networking & partnerships in destination development & management” organizzato da ATLAS –Association for Tourism and Leisure Education, IRAT-Istituto di Ricerche sulle Attività Terziarie del CNR, Università degli Studi di Napoli “Parthenope”.
- 2001 “*Le relazioni tra marketing turistico e marketing territoriale in una logica di sviluppo d’area*”, convegno “La gestione dei sistemi complessi” organizzato dall’Università degli Studi di Napoli “Federico II” – Polo delle Scienze e delle Tecnologie.
- 2000 “*L’evoluzione del business dei servizi e le risposte delle aziende*”, convegno “Efficacia ed efficienza nella produzione dei servizi” organizzato dall’Università degli Studi di Napoli “Federico II” – Polo delle Scienze e delle Tecnologie.

ATTIVITA’ DIDATTICA EXTRA ACCADEMICA

- **LUISS Business School** – Roma. Docente di Marketing e di Marketing dei Servizi nel Master in Marketing e Comunicazione, nel corso Marketing Management ed in diversi corsi executive rivolti al management di aziende clienti.
- **STOA'** (Istituto per la Direzione e Gestione di Impresa) - Ercolano (NA). Docente di **Marketing** al corso Master in Business Administration (accreditato ASFOR) ed a corsi di formazione manageriale organizzati per conto di aziende pubbliche e private.
- **SDOA** (Scuola di Direzione e Organizzazione Aziendale) - Salerno. Docente di **Marketing turistico** ai corsi di formazione per aspiranti imprenditori del Sistema Locale di Offerta Turistica di Salerno.
- **ISTUD** (Istituto di Studi Direzionali) - Stresa (VB). Docente di **Marketing dei servizi** al corso Master in Marketing Management.
- **SPEGEA** (Scuola di Perfezionamento in Gestione Aziendale) - Bari. Docente di **Marketing dei servizi** al corso Master in Management e Sviluppo Imprenditoriale.
- **I.C.E.** (Istituto per il Commercio Estero) – **CERISDI** . Docente di **Comunicazione**, di **Marketing turistico e territoriale** al corso di Marketing Territoriale per dirigenti e funzionari di enti pubblici della Regione Sicilia.
- **I.F.A.** (Istituto per la Formazione professionale Assicurativa) - **Seconda Università di Napoli**. Docente di **Marketing dei servizi** al corso Master in gestione delle imprese assicurative.
- Ha svolto attività di ricerca, progettazione e docenza nelle aree del **Marketing**, del **Marketing dei servizi**, del **Marketing turistico**, del **Marketing industriale**, in corsi e seminari a:
 - Dirigenti e funzionari di aziende della grande distribuzione (Standa, Rinascente), aziende pubbliche (INPS, ENEL, ACEA), compagnie assicurative (Sara Assicurazioni, Lloyd Adriatico, FIRS), internet service provider (Kyneste)
 - Liberi Professionisti (Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Napoli)
 - Operatori per lo sviluppo locale (Formez)
 - Formatori, assistenti allo sviluppo di nuove imprese, ricercatori di mercato (Assefor - Camera di Commercio di Napoli, Cesvitec)
 - Aspiranti imprenditori nel settore turistico (Società per l'Imprenditorialità Giovanile - WWF)
 - Giovani da orientare al lavoro autonomo ed imprenditoriale (Ministero della Pubblica Istruzione)

PUBBLICAZIONI

1. BONETTI E., MASIELLO B. (2014) *Attracting R&D foreign direct investment through an evolutionary model of place marketing. The case of Ireland*, in “International Journal of Management Cases”, vol. 16, n. 4.
2. BONETTI E., SCHIAVONE F. (2014) *Identifying and mapping strategic groups in the fashion industry*, in “International Studies of Management and Organisation”, vol. 44, n. 1.
3. BONETTI E., (2014) *Service marketing*, in Mattiacci A., Pastore A. “Marketing”, Ulrico Hoepli, Milano.
4. BONETTI E., SIMONI M., CERCOLA R. (2014) *Creative tourism and cultural heritage: a new perspective*, in Aiello L. (a cura di) “Handbook of reseach on marketing of

- cultural products: e-relationship marketing and accessibility perspectives”, IGI Global, Londra.
5. BONETTI E. (2014) *Strategic groups in the fashion industry*, in “International Journal of Business and Globalisation”, vol. 13, n. 2.
 6. BONETTI E., MASIELLO B. (2012) *Building, managing and promoting place brands*, in “Finanza, Marketing e Produzione”, vol. XXIX, n. 4.
 7. IZZO F., BONETTI E., MASIELLO B. (2012) *The Strong Ties of Cultural Organisations Event Networks and Local Development in a Tale of three Festivals*, in “Event Management”, vol. 16, n. 3.
 8. BONETTI E., SIMONI M. (2012) *Designing destination offering. Different approaches in leisure and business tourism*, in Morvillo A. (a cura di) “Advances in tourism studies”, McGraw-Hill, Milano.
 9. ZEITHAML V.A., BITNER M.J., GREMLER D.D., BONETTI E., (2012) *Marketing dei servizi*, McGraw-Hill, Milano.
 10. CERCOLA R., BONETTI E., SIMONI M. (2012) *Pompei e il turismo culturale*, in AA.VV. “Ridare vita a Pompei: un progetto di sviluppo sostenibile per l’area vesuviana”, Centro Studi Unione Industriali di Napoli.
 11. CERCOLA R., SIMONI M., BONETTI E. (2012) *La strategia per lo sviluppo turistico dell’area intorno a Pompei*, in AA.VV. “Ridare vita a Pompei: un progetto di sviluppo sostenibile per l’area vesuviana”, Centro Studi Unione Industriali di Napoli.
 12. BONETTI E. (a cura di) (2012), *Casi di marketing. Vol. 8*, Franco Angeli, Milano.
 13. BONETTI E., MASIELLO B. (2011), *Marketing strategies and tools to attract R&D foreign direct investment in high-tech clusters*, in “Journal of Euromarketing”, n. 20.
 14. BONETTI E. (2011), *Capacità relazionali e competenze tecnologiche come veicolo per l’innovazione continua: il caso Jaked*, in Izzo F. (a cura di) “Reti per l’innovazione”, McGraw-Hill, Milano.
 15. BONETTI E., ESPOSITO DE FALCO S., SIMONI M. (2011), *Dotazione strutturale e processi di internazionalizzazione delle imprese del Tessile-Abbigliamento campano*, in “Sinergie - Rapporti di Ricerca”, n. 32, “Il Tessile-Abbigliamento Campano tra Internazionalizzazione e Tradizione.
 16. CERCOLA R., BONETTI E. (2011), *Le imprese del Tessile-Abbigliamento campano: presupposti per una classificazione in chiave di marketing*, in “Sinergie - Rapporti di Ricerca”, n. 32, “Il Tessile-Abbigliamento Campano tra Internazionalizzazione e Tradizione.
 17. CERCOLA R., IZZO F., BONETTI E. (2010), *Eventi e strategie di marketing territoriale. I network, gli attori e le dinamiche relazionali*, Franco Angeli, Milano.
 18. BONETTI E., MASIELLO B. (2010), *Key success factors in place branding. Lessons from a joint analysis of location brands, tourism destination brands and place of origin brands*, in atti della VI International Conference “Thought Leaders in Brand Management”, Università della Svizzera Italiana, Lugano.
 19. CHERUBINI S., BONETTI E., IASEVOLI G., RESCINITI R. (2009), *Il valore degli eventi*, Franco Angeli, Milano.
 20. CERCOLA R., BONETTI E., SIMONI M. (2009), *Marketing e strategie territoriali*, Egea, Milano.
 21. BONETTI E. (2008), *La dimensione di prodotto dell’offerta turistico-culturale*, in Golinelli C.M., “La valorizzazione del patrimonio culturale. Verso la definizione di un modello di governance. Cultura, impresa e territorio”, Giuffrè, Milano.

22. BONETTI E., PETRILLO C.S., SIMONI M. (2008), *I piani di analisi dei percorsi di sviluppo turistico di un'area*, in Morvillo A., Petrillo C.S., (a cura di) "Sviluppo del territorio: identità e integrazione", Guida, Napoli.
23. ZEITHAML V.A., BITNER M.J., GREMLER D.D. (2007), *Marketing dei servizi*, cura e adattamento dell'edizione italiana con redazione di testo e casi originali, McGraw-Hill, Milano.
24. BONETTI E., PETRILLO C.S., SIMONI M. (2006), *Tourism system dynamics: a multi-level destination approach*, in Lazzeretti L., Petrillo C.S., (a cura di) "Tourism Local Systems and Networking", collana "Advances in Tourism Management", Elsevier, Oxford.
25. PASTORE A., BONETTI E. (2006), *Il brand management del territorio*, in "Sinergie - Rapporti di Ricerca", n. 23, "Nuove tecnologie e modelli di e-business per le piccole e medie imprese nel campo dell'ICT", vol. II "Le marche collettive per il territorio ed i cluster di imprese. Modelli, casi e strategie di sviluppo competitivo".
26. BONETTI E., SIMONI M. (2006), *Il caso Emilia-Romagna*, in "Sinergie - Rapporti di Ricerca", n. 23, "Nuove tecnologie e modelli di e-business per le piccole e medie imprese nel campo dell'ICT", vol. II "Le marche collettive per il territorio ed i cluster di imprese. Modelli, casi e strategie di sviluppo competitivo".
27. BONETTI E., SIMONI M. (2005), *L'integrazione tra marketing turistico e marketing territoriale come leva per lo sviluppo economico dei sistemi d'area*, in "Sinergie", n. 66, Gennaio-Aprile.
28. BONETTI E. (2004), *Consumatore e servizi. Un modello di marketing a rete*, Cedam, Padova.
29. BONETTI E., SIMONI M. (2004), *Network creation paths: the role of sport, cultural and tourist events as triggering factors*, in Swarbrooke J., Petrillo C.S. (a cura di), "Proceedings of the 12th Atlas International Conference, "Networking & Partnerships in Destination Development & Management", Irat-Cnr, Albano, Napoli.
30. BONETTI E. (2004), *The effectiveness of meta-brands in the typical product industry: mozzarella cheese*, in "British Food Journal", Vol. 106, n. 10/11.
31. BONETTI E. (2004), *Il marketing che fa volontariato- Il Cause Related marketing: un punto d'incontro tra etica e business?*, in "New Marketing", n. 9.
32. ZEITHAML V.A., BITNER M.J. (2002), *Il marketing dei servizi*, cura e adattamento dell'edizione italiana con redazione di testo e casi originali, McGraw-Hill, Milano.
33. BONETTI E. (2001), *Il ruolo delle nuove tecnologie nei processi di marketing territoriale*, in Pugliese C. (a cura di) "Governo del territorio e sviluppo turistico: innovazioni manageriali, aspetti giuridici ed economici", Quaderni IRAT-CNR, Napoli.
34. CERCOLA R., BONETTI E. (1999), *Il cambiamento nella produzione dei servizi*, Etaslibri, Milano.
35. BONETTI E. (1998), *Strategie di marketing per le banche nel settore del credito al consumo*, quaderni della Fondazione Tercas-Crei, Cassa di Risparmio di Teramo.
36. CERCOLA R., BONETTI E. (1997), *La customer satisfaction degli artigiani rispetto ai servizi bancari e assicurativi in Campania*, in Quaderni di Ricerca Ires Campania, n. 1.

37. BONETTI E., FURNARI G. (1996), *La gestione del cambiamento guidata dal cliente*, in "Sinergie", n. 40, maggio-agosto.
38. BONETTI E. (1996), *Lancio di nuovi prodotti*, in Mele R., Parente R., Pellicano M., "Esercizi e casi di economia e gestione delle imprese", Cedam, Padova.
39. BONETTI E., (1996) *Customer partners of the insurance enterprise*, in Cercola R., Coletti M., "The customer driven company - Actors, procedures and strategies for the management to changes", Merlin Books, Londra.
40. BONETTI E. (1996), *Los clientes socios de las entidades aseguradoras*, in Cercola R., Coletti M., "La empresa que asegura a sus clientes", Editorial Mapfre, Madrid.
41. BONETTI E. (1995), *I clienti partner delle imprese assicurative*, in Cercola R., Coletti M., "L'impresa che assicura il cliente - Attori, processi e strategie per la gestione del cambiamento", Etas, Milano.
42. BONETTI E. (1995), *Il marketing mix: il prodotto*, in Cercola R., "Marketing", Tutor, Etas, Milano.
43. BONETTI E. (1995), *Il mercato dei fiori e delle piante*, in "Mark Up", n. 7, aprile.
44. BONETTI E. (1995), Recensione al volume di Dei Ottati G. "Tra mercato e comunità: aspetti concettuali e ricerche empiriche sul distretto industriale", in "Sinergie", quaderno n. 11, dicembre.

PREMI E RICONOSCIMENTI

- Premio biennale "Donald Getz Award for Outstanding Research in PLanned Events", conferito dalla rivista "Event management" e da International Centre for Study of Planned Events della Queen Margaret University di Edimburgo per l'articolo IZZO F., BONETTI E., MASIELLO B. (2012) *The Strong Ties of Cultural Organisations Event Networks and Local Development in a Tale of three Festivals*, in "Event Management", vol. 16, n. 3.

ALTRE INFORMAZIONI

- Ottima conoscenza della lingua inglese scritta e parlata.
- Buona conoscenza della lingua spagnola.

Il sottoscritto, consapevole che le dichiarazioni mendaci sono punite ai sensi del Codice Penale e delle leggi speciali in materia dichiara che tutto quanto dichiarato corrisponde a verità ai sensi delle norme in materia di dichiarazioni sostitutive di cui agli artt. 46 e seguenti del DPR 445/2000.

Napoli, 14 gennaio 2016

