INFORMAZIONI PERSONALI

Luca Marinelli

POSIZIONE RICOPERTA

Assegnista di Ricerca presso Università Politecnica delle Marche

Da marzo 2017 al presente

Professore a Contratto Univpm
Corso Laboratory (BOS) nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale International Economics and Commerce curriculum Business Organization and Strategy presso Università Politecnica delle Marche, Facoltà di Economia "Giorgio Fuà"

Da ottobre 2016 a dicembre 2016

Formatore e Marketing Coach presso Ecapital Culture Adriatic Startup School
Attività di tutoraggio e supporto negli ambiti del marketing rivolta ai partecipanti di Ecapital Culture per lo sviluppo di progetti di impresa nel settore culturale. Docente del modulo digital marketing strategy e social media marketing.

Da marzo 2016 a settembre 2016

Professore a Contratto Univpm
Corso di International Sales Management, nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale International Economics and Commerce curriculum Business Organization and Strategy presso Università Politecnica delle Marche, Facoltà di Economia "Giorgio Fuà".

Da marzo 2015 al presente

Assegnista di Ricerca
Università Politecnica delle Marche

ESPERIENZA PROFESSIONALE

Progettazione e sviluppo del Progetto Internazionale ECAPITAL CULTURE – ADRIATIC STARTUP SCHOOL all'interno del quale ha svolto il ruolo training tutor degli startupper. ECAPITAL CULTURE è un percorso di formazione orientato allo sviluppo di startup innovative nei settori della cultura e del turismo culturale. L'obiettivo principale è la valorizzazione del patrimonio culturale della Macro Regione Adriatico-Ionica. ECAPITAL CULTURE è diretto a giovani imprenditori provenienti dai Paesi della Macro Regione Adriatico-Ionica.

Coach di Marketing nell'ambito dello Startup Weekend di Ascoli Piceno (edizione 2016)

Progetto LIVE Intangibles – OTS spa – Il ruolo strategico dei servizi di spedizione per lo sviluppo delle PMI sui mercati internazionali.

Da dicembre 2011 a dicembre 2014

PhD Student
Università Politecnica delle Marche

ESPERIENZA PROFESSIONALE

Attività di studio e ricerca operativa negli ambiti del marketing, web marketing e comunicazione digitale. Durante il percorso di dottorato sono state effettuate le seguenti attività di formazione:

- Attività di diattica e supporto alla didattica all'interno dei corsi di Marketing, Business Marketing e Marketing Internazionale presso l'Università Politecnica delle Marche.
- Focus group di supporto a PMI e micro imprese in collaborazione con diverse Associazioni Professionali nell'ambito dello studio sul livello di adozione dei social media da parte delle imprese.
- Partecipazione a convegni in qualità di relatore.
- Attività di supporto e consulenza alle aziende sui temi Digital Marketing e e-Commerce.
- Interviste qualitative ad imprenditori sul tema dell'internazionalizzazione digitale.

Membro del team di ricerca Network Lab, il laboratorio vuole essere un luogo di osservazione, di analisi e condivisione di conoscenza sui temi legati al mondo del web in un ottica di opportunità di marketing per le imprese, nell'ambito di NetWork Lab sono state effettuate presentate le seguenti ricerche:

- La diffusione dei social media per finalità di marketing nelle imprese marchigiane - 2012
- NetWork Lab Index (Osservatorio Permanente) - 2012, 2013, 2014
- Mobile App for Business - 2013
- Strategie di Internazionalizzazione Digitale – 2014
- Turismo Digitale: la web reputation delle regioni italiane. Destinazioni e nuove fonti informative del turista.

Progetti:

- Ricerca di mercato Clementoni: analisi di mercato delle applicazioni mobile per il giocattolo e sviluppo del prodotto ClemPad.
- Ricerca per Unioncamere Marche: Il ruolo dell'economia digitale nel tessuto industriale marchigiano.
- Corso di formazione online: Diventa social, corso di social media marketing; in collaborazione con Laboratorio delle Idee – Fabriano (AN).
- Tecniche di Produzione Multimediale Digital Strategy Social Media Manager. Docenza di social media marketing all'interno del corso IFTS.
- Indagine svolta in collaborazione fra Fondazione Aristide Merloni, Censis, Dipartimento di Management Università Politecnica delle Marche. Rapporto "Dai distretti alle filiere lunghe: modelli di internazionalizzazione delle imprese e competitività del territorio"
- Membro del Comitato Organizzativo XIII INTERNATIONAL CONFERENCE OF THE SOCIETY FOR GLOBAL BUSINESS & ECONOMIC DEVELOPMENT – SGBED
- Membro del Comitato Organizzativo XXV CONVEGNO ANNUALE SINERGIE
- LIVE Intangibles – Ordine degli Architetti della Provincia di Ancona – Sviluppo di un modello di analisi costi/benefici relativamente alle attività di progettazione dei lavori pubblici.
- LIVE Intangibles – CLABO Group spa – Analisi dei marchi e test di impairment sul loro valore.
- LIVE Intangibles – Energy Resources srl – Analisi e valutazione del marchio ER.

Curriculum Vitae Luca Marinelli

Da marzo 2012 a dicembre 2014

Docente Fondazione ITS – Nuove tecnologie per il Made in Italy
Attività di docenza 120 ore su:
- Marketing strategico e operativo
- Marketing internazionale
- Web Marketing
- Online brand management

Da ottobre 2012 a dicembre 2014

Docente IFTS – Tecniche di produzione Multimediale Digital Strategy
Attività di docenza su:
- Web Marketing
- Social Media Marketing
- Internazionalizzazione digitale
- Tecniche di analisi delle esigenze del cliente.

Da luglio 2004 a dicembre 2011

Label Manager e Artist and Repertoire presso Gouta Music Label
Gestione del marketing online, rapporto con siti di e-commerce, selezione e gestione dei rapporti con artisti internazionali.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

2008 – 2011

Laurea Specialistica in Economia e Impresa. Indirizzo Gestione Strategica di Impresa Università Politecnica delle Marche, Facoltà di Economia Giorgio Fuà di Ancona

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

2003 – 2008

Laurea Triennale in Economia per le Arti, Cultura e Comunicazione Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano

LINGUE

Lingua madre Italiano

Altre lingue	COMPRENSIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
Inglese	Ottimo	Ottimo	Ottimo	Ottimo	Professionale
Francese	Buono	Buono	Scolastico	Scolastico	Scolastico

PUBBLICAZIONI

1) Marinelli L., Moscatelli L. (2013). "L'adozione dei social media nelle imprese marchigiane: quali opportunità per un marketing innovativo?". Arethuse, Esculapio ISSN 2282-8443
2) Marinelli L. (2014) "The adoption of social media in companies of Marche Region. Opportunities for innovative marketing". Ural State University of Economics ISBN 978-5-9656-0182-0
3) Gregori G.L., Marinelli L., Temperini V., (2014) "Web Marketing and SMEs: needs, problems and opportunities. An Empirical Study in the Marche Region" XIII SGBED 2014 – Proceeding ISBN 978-88-907795-7-2-

4) Marinelli L., Moscatelli L., (2014) "B2B VS B2C, which different approaches to social media marketing. Empirical evidence of Marche Region". ." XIII SGBED 2014- Proceeding ISBN 978-88-907795-7-2
5) Marinelli L., Temperini V. (2014). "Problematiche e prospettive di sviluppo del digital marketing nelle PMI: i risultati di un'indagine empirica." Arethuse, Facultad Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad CEU San Pablo) ISBN: 978-84-697-0935-1 Madrid: Septiembre de 2014
6) Marinelli L., Temperini V. Gregori G.L. (2015) "The Use of Digital Marketing Tools in SME's: Needs, Problems and Opportunities. An Empricial Study in the Marche Region." International Journal of Sales, Retailing and Marketing ISSN 2045-810X.
7) Marinelli L., Gregori G.L., (2015) "New Marketing Research Models: The Potentials of The Social Network Analysis Applied to Social Media". 3rd International Conference on Marketing & Business Development - MBD 2015
8) Contributo su libro "Internazionalizzazione digitale. Come vendere online nei mercati esteri." Gregori G.L., Pascucci F., Cardinali S., Franco Angeli, 2016 capitolo secondo: "Una visione globale dei Social Media".

SEMINARI TENUTI
IN QUALITA' DI RELATORE

- *"Let's get digital"* presso Università Politecnica delle Marche
- *"Comunicazione digitale: una visione integrata dei social media"* presso Università Politecnica delle Marche
- *"Il ruolo del mobile nelle strategie di marketing"* presso Facoltà di Economia "G.Fuà" Ancona.
- *"Web 2.0 e social media nelle strategie di marketing B2B"* presso Università Luiss "Guido Carli" Roma.
- *"Web & Wine, come internet ha cambiato il settore del vino"* presso Facoltà di Economia "G. Fuà" Ancona.
- *"Aspetti evolutivi della distribuzione: i nuovi modelli di e-commerce, opportunità e problematiche"* presso Facoltà Economia "G. Fuà" Ancona.
- *"Aspetti economici e operativi dell'adozione dei Big Data all'interno delle organizzazioni."* Pressocorso Open Data nella Pubblica Amministrazione come driver di sviluppo economico.
- *"Il ruolo dei Social Media e il potere degli analytics come supporto alle decisioni".* Presso corso Open Data nella Pubblica Amministrazione come driver di sviluppo economico.
- *"Comunicazione Digitale, One to One, Many to Many".* Presso corso di Marketing dell'Università Politecnica delle Marche.
- *"Economia Digitale, scenari e prospettive".* Presso corso di Marketing dell'Università Politecnica delle Marche.
- *"Le Ricerche di Marketing e il Web".* Presso corso di Internet e Marketing dell'Università Politecnica delle Marche.
- *"Il ruolo strategico dei servizi di spedizione per lo sviluppo delle PMI sui mercati internazionali".* Presso Istao Business School.
- "La comunicazione non convenzionale. Nuove modalità di creazione del valore." Presso corso di Marketing dell'Università Politecnica delle Marche.
- "Marketing in a digital world. The fundamentals of a digital strategy." Presso corso di International Sales Management dell'Università Politecnica delle Marche.
- "Digital Economy. Le opportunità di marketing nel B2B". Presso Università Luiss Guido Carli Roma.

DATI PERSONALI

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196. "Codice in materia di protezione dei dati personali"