Prot.n.0040837 del 29/06/2020 - AOO:CLE - Classif.III/2

NOME

Luca Marinelli

POSITIONE RICOPERTA

Post-doc Research Fellow presso Università Politecnica delle Marche

Progetto di ricerca 2019: ""Il Digital Strategy Lab: un Osservatorio Scientifico sulla Digitalizzazione delle PMI."

Posizioni attuali

Docente presso Luiss Business School
Master Executive Digital Marketing & Social Media Communication.
Sedi di Roma e Milano

Formatore presso il Digital Innovation Hub di Confartigianato Imprese Ancona – Pesaro e Urbino

Assistente alla didattica presso Luiss Guido Carli
Corso Strategie d'Impresa

Da ottobre 2016 a dicembre 2016

Formatore e Marketing Coach presso "Ecapital Culture Adriatic Startup School"
Formazione e mentoring negli ambiti del marketing rivolti 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

Post – doc Research Fellow
Università Politecnica delle Marche
Progetto di ricerca 2018: "Il Digital Strategy Lab: un Osservatorio Scientifico sulla Digitalizzazione delle PMI."

ESPERIENZA PROFESSIONALE

1. Docente Master International Business and Intercultural Context (IBIC) presso Università per Stranieri di Perugia (aprile - maggio 2018)

2. Coordinatore Didattico, Docente e Digital Coach progetto Digital Support, Energie Digitali per la Piccola Impresa (novembre 2017 – giugno 2018)
Digital Support è una iniziativa di Fondazione Aristide Merloni e Fondazione Marche, in collaborazione con la LUISS Business School e il Dipartimento di Management dell'Università Politecnica delle Marche.

È un progetto di formazione in web marketing riservato a neolaureati, fortemente motivati che vogliano approfondire le conoscenze di economia digitale.

3. Coordinatore Team Consulenti e Consulente senior progetto Business Development Lab (febbraio 2017 – dicembre 2017)
L'iniziativa nasce per volontà della Fondazione Marche e la Fondazione Aristide Merloni.

L'intento è quello di fornire assistenza e supporto operativo ad un gruppo selezionato di piccole e micro imprese residenti nelle zone della Regione Marche colpite dai recenti terremoti.

4. Responsabile del progetto e Docente progetto Brosway Academy (giugno 2017 – luglio 2017)
La Brosway Academy è un percorso formativo che nasce con l'obiettivo di offrire a giovani futuri professionisti un'esperienza full immersion all'interno di un contesto aziendale, ambiente in cui poter apprendere sia l'approccio di Brosway alla comunicazione, sia tecniche e strumenti innovativi.

5. 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.

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

7. 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.
- LIVE Intangibles – OTS spa – Il ruolo strategico dei servizi

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 ImpresaUniversità 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

PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

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 marketingnelle PMI: i risultati di un’indagine empirica.” Arethuse, Facultad Ciencias Económicas yEmpresariales (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”.

9) Di Minin A., Gregori G. L., Spigarelli F., Kenney M., Lanzolla G., Leopore D., Nambisan S., Tucci C. L., Zahra S. A., Crupi A., Del Sarto N., Marinelli L., (2019) “Digital Transformation & Firms’ Innovative Strategies: Capabilities, Ecosystems, and Business Models”. Academy of Management Annual Meeting Proceedings.

10) Bartoloni S., Marinelli L., Pascucci F., (2019) “Un approccio strategico al marketing digitale: la centralità della customer experience”. Capitolo su libro “Il digital marketing come fattore competitivo” di Gregori G.L. e Pascucci F., Franco Angeli.

11) Bartoloni S., Marinelli L., Ancillai C., (2019) “Il ruolo del content marketing nei nuovi modelli di comunicazione digitale”. Capitolo su libro “Il digital marketing come fattore competitivo” di Gregori G.L. e Pascucci F., Franco Angeli.

12) Marinelli L., Temperini V., (2019) “Advertising online: vecchie e nuove forme per la distribuzione dei contenuti”. Capitolo su libro “Il digital marketing come fattore competitivo” di Gregori G.L. e Pascucci F., Franco Angeli.

13) Marinelli L., Sabatini A., Perna A., (2019) “Marketing data-driven: dai database alla marketing automation”. Capitolo su libro “Il digital marketing come fattore competitivo” di Gregori G.L. e Pascucci F., Franco Angeli.

14) Bartoloni S., Marinelli L., (2019) “Digital marketing analytics: dai dati alle decisioni”. Capitolo su libro “Il digital marketing come fattore competitivo” di Gregori G.L. e Pascucci F., Franco Angeli.

15) Pascucci F., Bartoloni S., Marinelli L., Ancillai C., (2019) “La digital transformation”. Capitolo su libro “BtoB Marketing” di Gregori G. L. e Perna A. Egea.

16) Marinelli L., Berardi R., Pascucci F., Gregori G. L. (2019) “Contrasting Digital Fake News in Health: an Interdisciplinary Approach. AIDEA Conference 2019 Proceedings.

17) Pascucci F., Temperini V., Marinelli L., Marcone M.R. (2019) Digital Transformation in B2B SMEs. In: Longhi S. et al. (eds) The First Outstanding 50 Years of “Università Politecnica delle Marche”. Springer, Cham

18) Crupi A., Del Sarto N., Di Minin A., Gregori G.L., Lepore D., Marinelli L, Spigarelli F. (2020) The digital tansformation of SMEs – a new knowledge boker called the digital innovation hub. Journal of Knowledge Management.

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”