

**FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE**



INFORMAZIONI PERSONALI

Nome **ENRICO BONETTI**
Data di nascita **29/10/1966**
Codice fiscale **BNTNRC66R29F839U**

ESPERIENZA LAVORATIVA

- Dal 2014
- **Università della Campania “Luigi Vanvitelli” (già Seconda Università di Napoli) – Dipartimento di Economia - Capua (CE)**
Professore ordinario per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese.
Titolare degli insegnamenti di Marketing (corso di Laurea in Economia Aziendale) e Marketing dei Servizi (corso di Laurea Magistrale in Economia e Management).
E' stato titolare dei seguenti insegnamenti: Economia e Gestione delle Imprese di Servizi (corso di Laurea in Economia e Commercio), Marketing delle Istituzioni Pubbliche e delle Organizzazioni No-Profit (corso di Laurea in Economia Aziendale), Comunicazione di Marketing Ricerche di Marketing (corso di Laurea Specialistica in Economia e Management).
Membro del Collegio dei Docenti del Dottorato di Ricerca in “Imprenditorialità e Innovazione”
Presidente della Commissione Orientamento del Dipartimento di Economia della Seconda Università di Napoli.
Componente della Commissione Tecnica del Centro di Servizio di Ateneo per la Comunicazione della Seconda Università di Napoli.
- Dal 2006
- **University “Vitez”, Travnik, Bosnia Erzegovina**
Adjunct professor, titolare della cattedra di Service Management
- Dal 2006 al 2014
- **Seconda Università di Napoli – Dipartimento di Economia - Capua (CE)**
Professore Associato per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese.
- Dal 2005 al 2005
- **Seconda Università di Napoli – Facoltà di Economia - Capua (CE)**
Ricercatore Universitario per il Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese.
- Dal 1996
- **RC&P Raffaele Cercola & Partners S.r.l. – Via del Rione Sirignano 7 – Napoli**
Consulenza di direzione aziendale
Principali interventi di consulenza realizzati
Lending Solution – Roma. Revisione ed integrazione del business plan relativo alla soluzione iDefense.
Biotest AG – Dreieich (Germany). Sviluppo di un programma di formazione che combina micro-learning e gaming sul tema del marketing strategico e operativo.
Terminal Napoli SPA. Sviluppo del piano strategico di riposizionamento di Terminal del Porto di Napoli. Componente del gruppo di lavoro ed esperto di marketing strategico
DE.AR. – Napoli. Sviluppo del business plan per l'apertura di un supermercato nel quartiere Chiaia di Napoli
CIS – Nola (NA): Definizione delle strategie di marketing per il rilancio del centro
Gruppo Inticom – Gallarate (VA): Strategie di marketing per lo sviluppo del canale di commercio elettronico per il brand Jaked
Gruppo Inticom – Gallarate (VA): Progettazione e gestione di un programma di fidelizzazione della clientela

Gruppo editoriale San Paolo: Riprogettazione delle funzioni commerciali e distributive.

AEFI - Associazione Esposizioni e Fiere Italiane: Ricerca sui modelli di e-business e sulle strategie di web marketing degli enti fieristici e sull'offerta di servizi delle fiere virtuali.

Comune di Napoli: Progettazione del modello organizzativo per l'agenzia di marketing turistico del Comune

Ministero delle Attività Produttive: Realizzazione di iniziative di tutoraggio alle imprese finanziate con la l. 488/92 nell'area del marketing

Regione Campania: Accompagnamento e assistenza consulenziale alle imprese assegnate dei contributi a valere del IV bando della l. 215/92

Comune di Napoli: Realizzazione del progetto "Rete del Turismo Viaggiare a Napoli"

BIC Lazio: Realizzazione delle istruttorie delle domande di finanziamento ex l. 215/92

Comune di Napoli: Analisi delle opportunità di investimento presenti sul territorio e definizione delle funzioni del Servizio Marketing Territoriale

Alcatel Siette: Realizzazione di un piano di outplacement attraverso la creazione di neo imprese

Comune di Napoli: Redazione dello studio di fattibilità per il recupero e la rifunzionalizzazione del Real Albergo dei Poveri in Napoli

Oltremare Tour Operator: Progettazione e realizzazione di una soluzione business to business per la creazione e l'offerta via web di pacchetti turistici.

Regione Campania – ERSVA Ente Regionale per la Valorizzazione dell'Artigianato: Progettazione e realizzazione di un portale per la vendita dei prodotti dell'artigianato campano.

Società per l'Imprenditorialità Giovanile: Realizzazione di un progetto di sviluppo locale per la valorizzazione economica e sociale di un quartiere di Napoli attraverso la creazione di nuove imprese

Società per l'Imprenditorialità Giovanile: Realizzazione di un progetto di sviluppo locale per la valorizzazione economica e sociale di un quartiere di Napoli attraverso la creazione di nuove imprese

Salernitana Calcio: Progettazione e realizzazione della soluzione di commercio elettronico per i prodotti di merchandising della squadra.

Illycaffè – Università del caffè: Assistenza alla definizione delle strategie di marketing e di sviluppo nuovi prodotti

Trenitalia: Sviluppo di un progetto sperimentale per la realizzazione di un sistema di shopping a distanza centrato su punti di servizio attivi presso le stazioni ferroviarie.

Omnitel Pronto Italia: Analisi del valore del cliente ricaricabile - Analisi della vision del top management aziendale -Gestione di gruppi di lavoro misti per lo sviluppo di processi di fidelizzazione dei clienti

Provincia di Napoli: Assistenza alla redazione del piano strategico di marketing territoriale (Terra del Mito) per l'attrazione di investimenti nel settore turistico

Bic Lazio: Definizione della strategia di marketing per lo sviluppo turistico e territoriale di due aree della regione Lazio e definizione del master plan per la promozione sui mercati esteri delle opportunità di investimento nei sistemi turistici locali

Illycaffè : Progettazione di un istituto di ricerca e formazione per gli operatori del settore Ho.Re.Ca.

Citta' dei bambini – Firenze: Progettazione di un sistema integrato di offerta di servizi per lo svago ed il tempo libero dei bambini (Città dei Bambini) e definizione del modello di business al fine dell'individuazione ed attrazione di investitori istituzionali e di business

Comune di Napoli – Società Consortile Napoli Est: Predisposizione del dossier di presentazione dell'area orientale di Napoli finalizzato all'attrazione di investitori ed alla promozione dell'insediamento di imprese nazionali ed estere

Gruppo IPM – Napoli: Definizione del piano di marketing per il lancio di un nuovo prodotto di telefonia pubblica

I.F.A. - Istituto per la Formazione Assicurativa – Milano: Predisposizione del piano strategico

Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Funzione Pubblica: Membro del gruppo di lavoro "100 Progetti al Servizio dei Cittadini", iniziativa di valutazione e valorizzazione di progetti di miglioramento dei servizi pubblici.

Comune di Napoli: Analisi delle opportunità di sviluppo della città di Napoli e realizzazione della presentazione diretta a merchant bank statunitensi finalizzata all'attrazione di investimenti

Comune di Salerno: Definizione del posizionamento strategico e predisposizione del piano di marketing territoriale della città di Salerno

Sara Assicurazioni– Roma: Gestione di gruppi di lavoro per lo sviluppo di progetti di riorganizzazione delle attività di marketing

Nuova Tirrena – Roma : Realizzazione di un progetto qualità e riorganizzazione dell'Agenzia di Sede della compagnia

Fisac – CGIL – Roma: Analisi del livello di customer satisfaction degli artigiani clienti di servizi bancari ed assicurativi

- Comune di Napoli:** Definizione del piano strategico delle Terme di Agnano
Ferrovie dello Stato: Analisi dei bisogni del segmento giovani e definizione della strategia di marketing
Ferrovie dello Stato: Analisi del core business con particolare riferimento al trasporto di passeggeri sulla media/lunga distanza
- Dal 2000 al 2007
 • Tipo di azienda o settore
Speedlab S.r.l. – Via del Rione Sirignano 7 – Napoli
 Software House – Settore informatica ed Internet
- Dal 1999 al 2007
 • Tipo di azienda o settore
M.B. Management & Business di Daniele Siniscalco & C. S.n.c. – Via del Parco Margherita n. 20 – Napoli
 Consulenza di direzione e di marketing
- ATTIVITÀ DIDATTICA ACCADEMICA**
- Dal 2002 al 2005
Seconda Università di Napoli
 Professore a contratto di Economia e Gestione delle Imprese di Servizi al corso di Laurea in Economia e Commercio
- Dal 1995 al 2007
Università degli Studi di Napoli “Federico II”
 Cultore della materia presso la cattedra di Marketing (ex Tecnica Industriale e Commerciale II) della Facoltà di Economia.
- Dal 1995 al 2005
Seconda Università di Napoli - Capua
 Cultore della materia presso la cattedra di Marketing della Facoltà di Economia
- Dal 1994 al 1995
Università degli Studi di Benevento
 Cultore della materia presso la cattedra di Marketing turistico del diploma di laurea in Scienze Turistiche.
- Dal 1992 al 1994
Università degli Studi di Salerno
 Cultore della materia presso la cattedra di Economia delle Aziende Industriali della Facoltà di Economia.
- Dal 1997
ALTRE ATTIVITÀ DIDATTICHE ACCADEMICHE
Università degli Studi di Roma “La Sapienza” – Master Universitario in Marketing Management: Docente di *Segmentazione e Posizionamento*
Università degli Studi di Napoli “Federico II” – Master Universitario in Service Management: Docente in *Marketing dei servizi*
Università degli Studi di Cassino – Master Universitario di I Livello in Marketing & Retail: Docente di *Strumenti e tecniche di analisi di mercato*.
Seconda Università degli Studi di Napoli - Master Universitario di I livello di “Rappresentazione del Territorio e Gestione del Patrimonio Immobiliare e Ambientale”: Docente di *Marketing Territoriale e Marketing Turistico*
Seconda Università degli Studi di Napoli – Master in Programmazione, Organizzazione e Gestione nella Sanità: Docente in *Economia e Gestione delle Imprese di Servizi*
Università degli Studi di Macerata – Master Universitario in Economia e Gestione dei Beni Culturali: Docente di *Marketing dei beni culturali*
Università degli Studi di Roma “La Sapienza” – Master Universitario in Marketing Management: Docente di *Marketing dell'innovazione*
Seconda Università degli Studi di Napoli – Intesa BCI: Docente e responsabile dei project work al Master in Marketing Relazionale per le Banche
Università degli Studi del Molise - Docente di Internet Marketing al Master in E-Business.
Università degli Studi di Napoli “Federico II” - Dipartimento di Teoria e Storia dell’Economia Pubblica: Docente di Marketing al corso Master in Economia e Gestione delle Piccole Imprese.
- ALTRE ATTIVITÀ ACCADEMICHE**
- 2014
Università degli Studi di Salerno - Componente Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca in Marketing e Comunicazione 11° e 12° ciclo.
- 2014
Università degli Studi di Napoli “Parthenope” - Componente della Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca in Dottrine Economico Aziendali e Governo dell'Impresa della 25° e 26° ciclo.
- 2011
Seconda Università di Napoli - Componente della Commissione giudicatrice per gli esami finali per il conseguimento del Dottorato di Ricerca (Doctor Europeus) in Imprenditorialità e Innovazione della 23° e 24° ciclo.
- 2009
Seconda Università di Napoli - Componente della Commissione esaminatrice per l'ammissione al 25° ciclo del corso di Dottorato di Ricerca in Imprenditorialità e Innovazione

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

PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI DI RIVISTE, COLLANE EDITORIALI E TRATTATI

Membro del comitato editoriale della rivista Sinergie Italian Journal of Management.
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 scientifico della collana editoriale "Best in class" Giorgio Eminente.
Membro del comitato scientifico della rivista Rassegna di Diritto ed Economia dello Sport.

ATTIVITÀ SVOLTE IN ALTRI ATENEI/SOCIETÀ SCIENTIFICHE

Dal 2021 **Società Italiana Marketing** – Presidente del Collegio dei Revisori
2015-2021 **Società Italiana Marketing** - Membro del Consiglio di Presidenza
Dal 2012 **CIRCLE International College for International Retailing, Consumerism, Leisure & Entrepreneurship** (rete di ricerca e formazione tra oltre 80 università da tutto il mondo) - Responsabile scientifico dell'area "Service Management"
Dal 2012 **MUMM - Master di I livello in Marketing Management dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza"** - Componente del Consiglio Didattico Scientifico
Dal 2008 **Società Italiana Marketing** - Membro del Comitato Scientifico del Premio Marketing per l'Università
Dal 2008 **Società Italiana Marketing** - Membro del Comitato Scientifico del Premio Marketing per l'Università
2012-2016 **Società Italiana Marketing** – Coordinatore della sezione "Place marketing"

ALTRE ATTIVITÀ DIDATTICHE NON ACCADEMICHE

IPE Business School – Napoli. Docente di marketing e comunicazione nel Master "Marketing+" edizioni 2018/19 e 2019/20.

Invitalia – Roma. Partecipazione al progetto Factoryimpresa Turismo di INVITALIA/MIBACT in qualità di docente e mentor di startup turistiche nel corso di quattro contest tematici organizzati dal MIBACT (Turismo montagna, Turismo mare, Turismo termale, Turismo slow).

CRdC Tecnologie SCARL – Napoli. Docente di marketing nel progetto di formazione collegato al PROGETTO DI RICERCA E SVILUPPO PON MATECON.

Invitalia – Roma. Progettazione ed erogazione di webinar su Comunicare il business model e su Definire il business model, nell'ambito della misura "Smart&Start"

Invitalia – Roma. Progettazione ed erogazione dell'iniziativa To.MA.TO. – Top Marathon Tourism, per la promozione dell'innovazione nella filiera del turismo.

LUISS Business School – Roma. Docente di Marketing e di Marketing dei Servizi nel Master in Marketing e Comunicazione in diversi corsi executive rivolti al management di aziende private.

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.

SPEGEEA (Scuola di Perfezionamento in Gestione Aziendale) - Bari. Docente di Marketing dei servizi al corso Master in Management e Sviluppo Imprenditoriale.

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.

I.C.E. (Istituto per il Commercio Estero) – CERISDI (Palermo). Docente di Comunicazione, di Marketing turistico e territoriale al corso di Marketing Territoriale per dirigenti e funzionari di enti pubblici della Regione Sicilia.

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)
- 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)

Dal 1993 al 1995

Attività di consulenza free-lance

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- 1999
- Tipo di istruzione
 - Qualifica conseguita

Seconda Università degli Studi di Napoli – Capua

Facoltà di Economia
Assegno di Ricerca

- 1998
- Tipo di istruzione
 - Qualifica conseguita

Istituto Universitario Navale – Napoli

Facoltà di Economia
Dottore di Ricerca

- 1989
- Tipo di istruzione
 - Principali materie
 - Qualifica conseguita

Università degli Studi di Napoli “Federico II” – Napoli

Facoltà di Economia e Commercio
Marketing – Marketing Strategico – Organizzazione del Lavoro – Tecnica Industriale e Commerciale – Ricerche di Mercato e della Distribuzione Generale – Tecnica Amministrativa delle Imprese di Pubblici Servizi – Organizzazione Aziendale
Laurea con votazione 110/110

ULTERIORI INFORMAZIONI

ATTIVITÀ DI RICERCA ACCADEMICHE

- 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 *Misurazione del valore degli eventi a livello socio-economico, gestionale e territoriale,* Progetto di Ricerca di Interesse Nazionale MURST, coordinatore nazionale prof. Sergio Cherubini (Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”)
- 2005 *Analisi dei modelli di agenzia di sviluppo turistico,* ricerca commissionata dal Comune di Napoli e diretta dal prof. Raffaele Cercola (Seconda Università di Napoli) e dal sottoscritto
- 2004 *Marketing turistico e territoriale: modelli, casi e implicazioni manageriali,* ricerca del CUEIM per IBM, diretta dai proff. Alberto Pastore (Università degli Studi di Roma “La Sapienza”) e Claudia Maria Golinelli (Università degli Studi di Napoli “Parthenope”)
- 2004 *Analisi delle opportunità in ottica di marketing territoriale,* ricerca commissionata dal Servizio Marketing Territoriale del Comune di Napoli e diretta dal sottoscritto
- 2003-04 *Profili di sviluppo delle politiche di rilancio dei consumi in Italia. Il ruolo del turismo,* ricerca CERMES- Università “Bocconi” per INDICOD, diretta dai proff. Roberto

- Ravazzoni (Università degli Studi di Parma) e Claudia Maria Golinelli (Università degli Studi di Napoli "Parthenope")
- 2003-04 *Nuove tecnologie e modelli di e-business per le Piccole e Medie Imprese nel campo dell'ICT*, ricerca del CUEIM per IBM, diretta dal prof. Enrico Massaroni (Università degli Studi di Roma "La Sapienza")
- 2003 *Il business congressuale: formule strategiche e tendenze di mercato. prospettive per la città di Napoli*, ricerca del CUEIM per la Mostra d'Oltremare diretta dalla prof. Claudia Maria Golinelli (Università degli Studi di Napoli "Parthenope")
- 2001-02 *Il ruolo delle nuove tecnologie nei processi di marketing turistico e di marketing territoriale*, diretta dal prof. Raffaele Cercola (Seconda Università di Napoli).
- 2000-01 *Metodologie di analisi dei processi di cambiamento nelle imprese di servizi*, diretta dal prof. Raffaele Cercola (Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli).
- 1998-99 *Nuove prospettive per il marketing territoriale e per il marketing turistico. Riferimenti concettuali ed evidenze empiriche*, diretta dal prof. Raffaele Cercola (Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli).
- 1997-98 *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%, coordinata dal prof. Maurizio Rispoli (Facoltà di Economia dell'Università di Venezia "Ca' Foscari").
- 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.
- 1995-96 *I nuovi strumenti strategici ed organizzativi nelle imprese di servizi*, diretta dal prof. Raffaele Cercola (Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli), nell'ambito delle attività precedenti il convegno ed il numero speciale di *Sinergie* dal titolo "Service management ed economia neo-industriale".
- 1995 *Le analisi a sostegno della creazione di un Sistema Locale di Offerta Turistica (SLOT)*, commissionata dalla Società per l'Imprenditorialità Giovanile ai fini della redazione del bando di gara per la realizzazione di uno SLOT nel Comune di Salerno.
- 1995 *L'analisi delle potenzialità turistiche del Comune e dei bisogni dei target attuali e potenziali*, commissionata dal Comune di Salerno, diretta dal prof. Raffaele Cercola (Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli).
- 1994-95 *Il cambiamento nel settore dei servizi finanziari*, con particolare riferimento alle imprese di assicurazione ed agli aspetti strategici, organizzativi e di marketing, diretta dal prof. Raffaele Cercola (Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli).
1. *La customer satisfaction rispetto ai servizi bancari ed assicurativi*, diretta dai proff. Raffaele Cercola (Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli) e Paolo De Vita (Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Campobasso), i cui risultati sono stati pubblicati nei "Quaderni di Ricerca - Ires".
- 1993 *Analisi dei bisogni e comparazione fra modelli comportamentali dei giovani nei confronti delle ferrovie in Europa* (Italia, Francia, Spagna, Germania, Inghilterra), diretta dai proff. Raffaele Cercola (Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli) e Francesco Testa (Facoltà di Economia dell'Università del Molise).

ATTIVITÀ DI RICERCA EXTRA ACCADEMICHE

- 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.

Publicazioni

1. BONETTI E., IZZO F., MASIELLO B. (2021) Le catacombe di San Gennaro nella prospettiva del turismo memorabile, in Consiglio S., Flora N. e Izzo F. (a cura di) "Cultura e sociale muovono il Sud – Il modello Catacombe di Napoli", Edizioni San Gennaro, Napoli.
2. MASIELLO B., IZZO F., BONETTI E. (2021) Raccontare le Catacombe: l'esperienza di visita onlife e online, in Consiglio S., Flora N. e Izzo F. (a cura di) "Cultura e sociale muovono il Sud – Il modello Catacombe di Napoli", Edizioni San Gennaro, Napoli.
3. IZZO F., BONETTI E., CANORO C., MASIELLO B. (2021) Il turismo archeologico subacqueo come esperienza memorabile: il caso del Parco Archeologico Sommerso di Baia, in Canoro C. "Patrimonio culturale sommerso. Passaporto per il futuro. Dive in the past.", Editoriale Scientifica, Napoli.
4. IZZO F., FERRARETTO A., BONETTI E., MASIELLO B. (2021) Bicicletta e turismo in Italia. Un processo co-evolutivo, in Morvillo A, Becheri E. (a cura di) "Rapporto sul Turismo Italiano - XXIV ed.", CNR Edizioni, Roma.
5. MASIELLO B., BONETTI E., IZZO F. (2020) Multiple identities of a festival: Intended, communicated and perceived brand personality in the social media environment, in "International Journal of Contemporary Hospitality Management", Vol. 32, n. 2.
6. MATTIACCI A., BONETTI E., SFODERA F. (2020) Sostenibilità sociale d'impresa e marketing. Verso una nuova economia civile, in Barile S. et al. (a cura di) "Scritti in onore di Gaetano Maria Golinelli", Rogiosi Editore, Napoli.
7. BONETTI E. (2020) L'innovazione di marketing trafilata al bronzo, in "Harvard Business Review Italia", gen-feb.
8. BONETTI E., IZZO F., MASIELLO B. (2020) La comunicazione di marketing al tempo della pandemia, in Palmieri G. (a cura di) "Oltre la pandemia. Società, salute, economia e regole", Editoriale Scientifica, Napoli.
9. BONETTI E., MATTIACCI A., SIMONI M., (2019) *Communication patterns to address the consumption of PDO products*, in "British Food Journal", Vol. 122, n. 2.
10. BONETTI E. (2019) *Le nuove frontiere della distribuzione: strategie e strumenti di retail marketing*, in AA.VV. "Lucio Sicca. Maestri e allievi", Editoriale Scientifica, Napoli.
11. BONETTI E., IZZO F., MASIELLO B. (2019). *La cultura in piazza (virtuale). Le strategie di comunicazione social dei festival culturali*, in Becheri E., Morvillo A. (a cura di) "Rapporto sul Turismo Italiano - XXIII ed.", Rogiosi Editore, Napoli.
12. BONETTI E. (2019) *Lezioni di Piano: la necessità di un metodo per condividere identità, vocazioni e progetti*, in Aveta A. (a cura di) "Proposte per il futuro di Napoli e del suo hinterland", Editori Paparo, Roma.
13. CERCOLA R., BONETTI E. (2017) *Il discorso del metodo. Il processo di marketing come fil rouge tra passato, presente e futuro*, in Mattiacci A., Ceccotti F. (a cura di) "Non c'è più il marketing di una volta. Scritti in ricordo di Gennaro Cuomo", Cedam, Padova.
14. MATTIACCI A., SIMONI M., BONETTI E., (2016) *Prodotti tradizionali e nuovi media. Strategie di comunicazione digitale dei prodotti a denominazione di origine*, in Napolitano M.R., Marino V. (a cura di) "Cultural heritage e made in Italy. Casi ed esperienze di marketing internazionale", Editoriale Scientifica, Napoli.
15. MASIELLO B., IZZO F., BONETTI E., FEDELE R. (2016). *Place Marketing in The Policy Makers Perspective. Testing A Holistic Model To Unfold The State Of The Art*, in "International Journal of Business and Globalisation", vol. 17, n. 3.
16. 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.
17. 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.
18. BONETTI E., (2014) *Service marketing*, in Mattiacci A., Pastore A. "Marketing", Ulrico Hoepli, Milano.

19. BONETTI E., SIMONI M., CERCOLA R. (2014) *Creative tourism and cultural heritage: a new perspective*, in Aiello L. (a cura di) "Handbook of research on marketing of cultural products: e-relationship marketing and accessibility perspectives", IGI Global, Londra.
20. BONETTI E. (2014) *Strategic groups in the fashion industry*, in "International Journal of Business and Globalisation", vol. 13, n. 2.
21. BONETTI E., MASIELLO B. (2012) *Building, managing and promoting place brands*, in "Finanza, Marketing e Produzione", vol. XXIX, n. 4.
22. 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.
23. 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.
24. ZEITHAML V.A., BITNER M.J., GREMLER D.D., BONETTI E., *Marketing dei servizi*, McGraw-Hill, Milano, 2012.
25. 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.
26. 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.
27. BONETTI E. (a cura di) (2012), *Casi di marketing. Vol. 8*, Franco Angeli, Milano.
28. BONETTI E., MASIELLO B., *Marketing strategies and tools to attract R&D foreign direct investment in high-tech clusters*, in "Journal of Euromarketing", n. 20, 2011.
29. 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.
30. BONETTI E., ESPOSITO DE FALCO S., SIMONI M., *Dotazione strutturale e processi di internazionalizzazione delle imprese del Tessile-Abbigliamento campano*, in "Sinergie - Rapporti di Ricerca", n. 32, 2011, "Il Tessile-Abbigliamento Campano tra Internazionalizzazione e Tradizione.
31. CERCOLA R., BONETTI E., *Le imprese del Tessile-Abbigliamento campano: presupposti per una classificazione in chiave di marketing*, in "Sinergie - Rapporti di Ricerca", n. 32, 2011, "Il Tessile-Abbigliamento Campano tra Internazionalizzazione e Tradizione.
32. CERCOLA R., BONETTI E., IZZO F., *Eventi e strategie di marketing territoriale. I network, gli attori e le dinamiche relazionali*, Franco Angeli, Milano, 2010.
33. BONETTI E., MASIELLO B., *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, 2010
34. CHERUBINI S., BONETTI E., IASEVOLI G., RESCINITI R., *Il valore degli eventi*, Franco Angeli, Milano, 2009.
35. CERCOLA R., BONETTI E., SIMONI M. *Marketing e strategie territoriali*, Egea, Milano, 2009.
36. BONETTI E., *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, 2008.
37. BONETTI E., PETRILLO C.S., SIMONI M., *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, 2008.
38. ZEITHAML V.A., BITNER M.J., GREMLER D.D., *Marketing dei servizi*, cura e adattamento dell'edizione italiana con redazione di testo e casi originali, McGraw-Hill, Milano, 2007.
39. BONETTI E., PETRILLO C.S., SIMONI M., *Tourism system dynamics: a multi-level destination approach*, in Lazzaretti L., Petrillo C.S., (a cura di) "Tourism Local Systems and Networking", collana "Advances in Tourism Management", Elsevier, Oxford, 2006. Paragrafi attribuiti: The level of centralisation of the system governance functions, The four ideal types of tourism systems, The Process).
40. PASTORE A., BONETTI E., *Il brand management del territorio*, in "Sinergie" Rapporto di Ricerca n. 23, 2006, "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".
41. BONETTI E., SIMONI M., *Il caso Emilia-Romagna*, in "Sinergie" Rapporto di Ricerca n. 23, 2006, "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".
42. BONETTI E., SIMONI M., *L'integrazione tra marketing turistico e marketing territoriale come leva*

- per lo sviluppo economico dei sistemi d'area, in "Sinergie", n. 66, Gennaio-Aprile 2005,
43. BONETTI E., *Consumatore e servizi. Un modello di marketing a rete*, Cedam, Padova, 2004.
 44. BONETTI E., SIMONI M., *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, 2004.
 45. BONETTI E., *The effectiveness of meta-brands in the typical product industry: mozzarella cheese*, in "British Food Journal", Vol. 106, n. 10/11, 2004.
 46. BONETTI E., *Il marketing che fa volontariato- Il Cause Related marketing: un punto d'incontro tra etica e business?*, in "New Marketing", n. 9, 2004.
 47. ZEITHAML V.A. E BITNER M.J., *Il marketing dei servizi*, cura e adattamento dell'edizione italiana con redazione di testo e casi originali, McGraw-Hill, Milano, 2002.
 48. BONETTI E., *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, 2001.
 49. CERCOLA R., BONETTI E., *Il cambiamento nella produzione dei servizi*, Etaslibri, Milano, 1999.
 50. BONETTI E., *Strategie di marketing per le banche nel settore del credito al consumo*, quaderni della Fondazione Tercas-Crei, Cassa di Risparmio di Teramo.
 51. CERCOLA R., BONETTI E., *La customer satisfaction degli artigiani rispetto ai servizi bancari e assicurativi in Campania*, in Quaderni di Ricerca Ires Campania, n. 1, 1997.
 52. BONETTI E., FURNARI G., *La gestione del cambiamento guidata dal cliente*, in "Sinergie", n. 40, maggio-agosto 1996.
 53. BONETTI E., *Lancio di nuovi prodotti*, in Mele R., Parente R., Pellicano M., "Esercizi e casi di economia e gestione delle imprese", Cedam, Padova, 1996.
 54. BONETTI E., *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, 1996.
 55. BONETTI E., *Los clientes socios de las entidades aseguradoras*, in Cercola R., Coletti M., "La empresa que asegura a sus clientes", Editorial Mapfre, Madrid, 1996.
 56. BONETTI E., *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, 1995.
 57. BONETTI E., *Il marketing mix: il prodotto*, in Cercola R., "Marketing", Tutor, Etas, Milano, 1995.
 58. BONETTI E., *Il mercato dei fiori e delle piante*, in "Mark Up", n. 7, aprile 1995.
 59. BONETTI E., Recensione a Dei Ottati G. "Tra mercato e comunità: aspetti concettuali e ricerche empiriche sul distretto industriale", in "Sinergie", quaderno n. 11, dicembre 1995.

Relazioni a convegni

- 2016 "The role of large ports in the development of local economic clusters", XIII Circle International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research, Napoli.
- 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", convegno XI European Academy of Management-EURAM -Management Culture in the 21st Century, Tallinn.
- 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", relazione al 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 su "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", relazione al 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.

CAPACITÀ E COMPETENZE

PERSONALI

PRIMA LINGUA

Italiano

ALTRE LINGUE

Inglese

Spagnolo

• Capacità di lettura

Ottima

Discreta

• Capacità di scrittura

Ottima

Discreta

• Capacità di espressione orale

Ottima

Discreta

CAPACITÀ E COMPETENZE

RELAZIONALI

Partecipazione a gruppi di lavoro composti da consulenti di diverse nazionalità.
Public speaking

CAPACITÀ E COMPETENZE

ORGANIZZATIVE

Coordinamento gruppi di lavoro.

CAPACITÀ E COMPETENZE

TECNICHE

Conoscenza dei principali software di Office Automation in ambiente Windows: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point.

PATENTE O PATENTI

Categoria B

Il sottoscritto, in merito al trattamento dei dati personali, esprime il consenso al trattamento degli stessi nel rispetto delle finalità e modalità di cui alla legge 675/96.

Il sottoscritto autorizza alla pubblicazione del cv ai sensi dell'art. 15 del D.lgs 33/13.

Il sottoscritto autorizza il trattamento dei miei dati personali presenti nel curriculum vitae ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 e del GDPR (Regolamento UE 2016/679)

