

# Veronica Capone

---

## ISTRUZIONE PERSONALE

---

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2022<br>- 2025               | <b>DOTTORATO DI RICERCA IN COMUNICAZIONE, RICERCA SOCIALE E MARKETING (XXXVIII CICLO - CURRICULUM MARKETING)</b><br><br>Tesi di dottorato in Marketing: <i>“Costruzione, Rafforzamento e Crisi della Relazione Influencer-Follower: strategie di comunicazione e implicazioni per i brand”</i><br><br><i>Sapienza Università di Roma.</i> |
| Aprile 2025<br>– Luglio 2025 | <b>VISITING PHD STUDENT</b><br><br>Periodo di ricerca internazionale svolto nell’ambito del Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing presso Sapienza Università di Roma.<br><br><i>Dipartimento di Business Economics presso l’Universitat de les Illes Balears, Spagna.</i>                                               |
| 2018<br>- 2020               | <b>LAUREA MAGISTRALE IN CONSULENZA E MANAGEMENT AZIENDALE (LM-77)</b><br><br>Tesi di ricerca in Marketing Internazionale: <i>“Il Public Engagement nelle Higher Education. L’approccio delle Università Europee”</i><br>Voto finale: 110/110 L<br><br><i>Università degli Studi di Salerno.</i>                                           |
| 2015<br>- 2018               | <b>LAUREA IN ECONOMIA E MANAGEMENT (L-18)</b><br><br>Tesi in Marketing: <i>“Strategie di Vintage Marketing nel settore della moda: i casi Levi’s e Ray-Ban”</i><br>Voto finale: 103/110<br><br><i>Università degli Studi di Salerno.</i>                                                                                                  |
| 2009<br>- 2015               | <b>DIPLOMA DI MATURITÀ CLASSICA</b><br><br><i>Liceo Classico “D. Pascucci”, Avellino.</i>                                                                                                                                                                                                                                                 |

## FORMAZIONE SUPERIORE

---

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Giugno<br>2024 | <b>CORSO DI SOCIAL NETWORK ANALYSIS</b><br><b>Docenti:</b> Cinelli M., Iovanella A.<br><b>Durata:</b> 20 ore<br><b>Competenze acquisite:</b> analisi delle reti sociali, tramite modelli statistici e matematici basati sulla teoria dei grafi e di software specifici per visualizzare e analizzare i legami e le relazioni tra i nodi.<br><br><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i> |
| Giugno<br>2024 | <b>CORSO DI SPSS BASE E AVANZATO</b><br><b>Docenti:</b> Faggiano P., Parziale F.<br><b>Durata:</b> 24 ore<br><b>Competenze acquisite:</b> analisi statistica dei dati e gestione del dataset tramite il software SPSS. Le analisi statistiche trattate sono: Analisi delle Componenti Principali (PCA), Cluster Analysis e Regressioni lineari.<br><br><i>CorisLab, Sapienza Università di Roma.</i>                                      |

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Marzo<br>2024                          | <p><b>CORSO DI STATISTICAL MODELLING FOR SOCIAL SCIENCES</b></p> <p><b>Docenti:</b> Vitale V., Ficcadenti V.<br/> <b>Durata:</b> 18 ore<br/> <b>Competenze acquisite:</b> costruzione, applicazione e interpretazione di modelli statistici avanzati per l'analisi di dati sociali.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>                                                                        |
| Marzo<br>2024                          | <p><b>CORSO DI SOCIAL RESEARCH AND METHODS</b></p> <p><b>Docenti:</b> Giancola O., Fornari L.S.R.<br/> <b>Durata:</b> 12 ore<br/> <b>Competenze acquisite:</b> approcci metodologici per la raccolta, l'analisi e l'interpretazione di dati qualitativi e quantitativi.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>                                                                                    |
| Gennaio<br>2024                        | <p><b>CORSO DI STATISTICS</b></p> <p><b>Docenti:</b> Bocci L., Mattera R., Vitale V.<br/> <b>Durata:</b> 18 ore<br/> <b>Competenze acquisite:</b> statistica descrittiva e inferenziale e tecniche di campionamento.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>                                                                                                                                       |
| Gennaio<br>2024                        | <p><b>CORSO DI MULTIDIMENSIONAL ANALYSIS FOR SOCIAL SCIENCE</b></p> <p><b>Docenti:</b> Bocci L., Mattera R.<br/> <b>Durata:</b> 14 ore<br/> <b>Competenze acquisite:</b> analisi di dati complessi tramite tecniche multivariate, come l'analisi delle corrispondenze, l'analisi fattoriale e il clustering, per l'interpretazione di fenomeni sociali.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p>    |
| Novembre<br>2023 -<br>Dicembre<br>2023 | <p><b>CORSO DI SAMPLING TECHNIQUES AND STATISTICAL SURVEYS FOR SOCIAL SCIENCES</b></p> <p><b>Docenti:</b> Guandalini A. (Istat), Marella D.<br/> <b>Durata:</b> 16 ore<br/> <b>Competenze acquisite:</b> progettazione di indagini campionarie, nella selezione di campioni rappresentativi e nell'analisi dei dati raccolti attraverso metodi statistici.</p> <p><i>Scuola di Dottorato in Scienze Sociali ed Economiche, Sapienza Università di Roma.</i></p> |
| Settembre<br>2023 -<br>Ottobre<br>2023 | <p><b>CORSO DI INGLESE "WRITING AND PRESENTING AN ACADEMIC ABSTRACT"</b></p> <p><b>Docente:</b> Lumley R.<br/> <b>Durata:</b> 30<br/> <b>Competenze acquisite:</b> redigere, strutturare e presentare un paper accademico in lingua inglese.</p> <p><i>Shenker, Roma.</i></p>                                                                                                                                                                                   |
| Giugno<br>2023                         | <p><b>CORSO "INTRODUZIONE AI MODELLI DI EQUAZIONE STRUTTURALE. PRINCIPI E APPLICAZIONI"</b></p> <p><b>Docente:</b> Diamantopoulos A.<br/> <b>Durata:</b> 100 ore<br/> <b>Competenze acquisite:</b> competenze tecniche e strumenti necessari inerenti ai principi di base dei modelli di equazione strutturale.</p> <p><i>Università degli studi internazionali di Roma (UNINT).</i></p>                                                                        |

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Maggio<br>2023 | <p><b>CORSO DI R BASE E AVANZATO</b></p> <p><b>Docente:</b> Scipione S.</p> <p><b>Durata:</b> 24 ore</p> <p><b>Competenze acquisite:</b> competenze nella gestione, manipolazione e visualizzazione di dati, utilizzo di pacchetti statistici, tramite la programmazione nel software R.</p> <p><i>CorisLab, Sapienza Università di Roma.</i></p> |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## RICERCA SCIENTIFICA E TERZA MISSIONE

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aprile<br>2025<br>- in corso            | <p><b>SAPIENZA PER BANFI - WINE INFLUENCERS</b></p> <p><i>Banfi e Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Scopo del progetto:</b> indagare l'impatto delle nuove professionalità nella narrazione enologica, con particolare attenzione all'emergere di una possibile fase di "post-influencing" (metodologie di ricerca utilizzate: content analysis)</p> <p><b>Responsabile scientifico:</b> Prof. Giovanni Ciofalo e Prof.ssa Silvia Leonzi.</p> <p><b>Ruolo:</b> Junior Analyst.</p>                                                              |
| Gennaio<br>2025<br>- Febbraio<br>2025   | <p><b>SAPIENZA PER ROMA CAPITALE - CITY BRAND IDENTITY</b></p> <p><i>Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda di Roma Capitale e Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Scopo del progetto:</b> progettazione ed esecuzione di un programma promozionale che contribuisca a qualificare e consolidare il posizionamento internazionale del brand Roma (metodologie di ricerca utilizzate: sentiment analysis, lexical analysis)</p> <p><b>Responsabile scientifico:</b> Prof. Alberto Mattiacci.</p> <p><b>Ruolo:</b> Junior Analyst.</p>   |
| Settembre<br>2024<br>- Dicembre<br>2025 | <p><b>SAPIENZA - A2A I FUTURI DELLA COMUNICAZIONE</b></p> <p><i>A2A e Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Scopo del progetto:</b> studiare il futuro della comunicazione aziendale per ispirare le policy HR e Marketing nel recruiting ed education delle persone deputate a gestire la comunicazione con gli stakeholder.</p> <p><b>Responsabile scientifico:</b> Prof. Alberto Mattiacci.</p> <p><b>Ruolo:</b> Junior researcher e Tutor.</p>                                                                                                  |
| Settembre<br>2023                       | <p><b>FROM FORK TO FARM. ISMEA E SAPIENZA PER L'AGRIFOOD MADE IN ITALY</b></p> <p><i>ISMEA e il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Scopo del progetto:</b> condurre studi e ricerche sui consumi alimentari italiani allo scopo di sostenere le strategie di sviluppo e crescita delle imprese agricole e agroalimentari nazionali (metodologie di ricerca utilizzate: focus group, store check, web sentiment analysis, netnografica)</p> <p><b>Responsabile scientifico:</b> Prof. Alberto Mattiacci.</p> <p><b>Ruolo:</b> Junior Analyst.</p> |
| Aprile<br>2023                          | <p><b>EFFIE AWARDS</b></p> <p><b>Scopo del progetto:</b> acquisire conoscenza intorno all'efficacia della pubblicità e valutare criticamente le campagne pubblicitarie presentate alla competizione nell'ambito del progetto EFFIE promosso da UPA e UNA.</p> <p><b>Responsabile scientifico:</b> Prof. Alberto Mattiacci.</p> <p><b>Ruolo:</b> Junior Analyst.</p>                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Giugno<br>2021 -<br>Dicembre<br>2021   | <p><b>CONVERSATIONAL MARKETING IN CONTESTI DI DIGITAL ENGAGEMENT PLATFORMS: OPPORTUNITÀ DELLA MESSAGGISTICA ISTANTANEA</b></p> <p><i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i></p> <p><b>Scopo del progetto:</b> analizzare come gli strumenti di messaggistica istantanea possano aumentare l'engagement, offrire un'esperienza personalizzata e guidare il processo decisionale dei clienti in tempo reale.</p> <p><b>Responsabile scientifico:</b> Prof.ssa Letizia Lo Presti.</p> <p><b>Ruolo:</b> Junior Analyst.</p> |
| Novembre<br>2019 -<br>Febbraio<br>2020 | <p><b>COLLABORAZIONE AL PROGETTO DI ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI "PICCOLI IMPRENDITORI CRESCONO"</b></p> <p><i>Università degli studi di Salerno (DISA-MIS) e Camera di Commercio di Salerno.</i></p> <p><b>Scopo del progetto:</b> diffondere la cultura d'impresa tra gli studenti degli istituti scolastici.</p> <p><b>Responsabile scientifico:</b> Prof.ssa Carmen Gallucci.</p> <p><b>Ruolo:</b> Junior Analyst.</p>                                                                                               |

### ATTIVITÀ DIDATTICA

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dicembre<br>2025 - in<br>corso          | <p><b>DOCENTE A CONTRATTO</b></p> <p><i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza</i></p> <p><b>Insegnamenti (a.a. 2025/2026):</b> .Digital Marketing; Digital Marketing per il Turismo; Laboratorio di Digital Marketing.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Settembre<br>2025                       | <p><b>TUTOR DELLA 38° EDIZIONE DEL PREMIO MARKETING DELLA SOCIETÀ ITALIANA MARKETING (SIM)</b></p> <p><i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS), Sapienza Università di Roma.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Settembre<br>2025 -<br>Dicembre<br>2025 | <p><b>ATTIVITÀ DI TUTORATO E DI SUPPORTO ALLA DIDATTICA</b></p> <p><i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS), Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Insegnamento:</b> "Marketing Planning" (a.a. 2024/2025) nell'ambito del corso di laurea magistrale "Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa".</p> <p><b>Docente:</b> Prof. Alberto Mattiacci</p> <p><b>Durata:</b> 72 ore</p> <p><b>Attività:</b> lezioni in aula; attività di tutorato nell'ambito dei diversi project work previsti dal corso.</p> |
| Maggio<br>2025                          | <p><b>INCARICO DI SVOLGIMENTO DI LEZIONI NELL'AMBITO DEL CORSO DI MANAGEMENT OLIMPICO</b></p> <p><i>Centro di preparazione olimpica Giulio Onesti, Roma.</i></p> <p><b>Modulo:</b> "Economia e gestione dello sport"</p> <p><b>Durata:</b> 10 ore</p> <p><b>Attività:</b> lezioni in aula sulla struttura del piano di marketing.</p>                                                                                                                                                                                                            |
| Aprile<br>2025                          | <p><b>INCARICO DI SVOLGIMENTO DI LEZIONI NELL'AMBITO DEL CORSO "SALES &amp; ACCOUNT MANAGEMENT"</b></p> <p><i>LUISS Business School, Roma.</i></p> <p><b>Insegnamento:</b> "Pricing &amp; Promotions"</p> <p><b>Durata:</b> 3 ore</p> <p><b>Attività:</b> lezioni in aula sugli economics del pricing e sugli aspetti psicologici del prezzo.</p>                                                                                                                                                                                                |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Marzo<br>2025                           | <p><b>INCARICO DI SVOLGIMENTO DI LEZIONI NELL'AMBITO DEL CORSO DI MANAGEMENT OLIMPICO</b></p> <p><i>Centro di preparazione olimpica Giulio Onesti, Roma.</i></p> <p><b>Modulo:</b> "Economia e gestione dello sport"<br/> <b>Durata:</b> 3 ore<br/> <b>Attività:</b> lezioni in aula sull'industry dello sport e sul piano di marketing.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Febbraio<br>2025 -<br>Dicembre<br>2025  | <p><b>INCARICO DI TUTORATO (codice BT-B2 1/2024)</b></p> <p><i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS),<br/>Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Durata:</b> 60 ore<br/> <b>Attività:</b> da definire</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Gennaio<br>2023 -<br>Dicembre<br>2025   | <p><b>SUPPORTO ALLA DIDATTICA</b></p> <p><i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i></p> <p>Contratti di supporto alla didattica per gli insegnamenti di Marketing e Marketing internazionale nell'a.a. 2023/2024 (rep. 242/2023) e 2024/2025 (rep. 519/2024).<br/> <b>Docente:</b> Prof.ssa Ylenia Cavacece.<br/> <b>Attività:</b> progettazione di e-tivity e webinar tematici, partecipazione alle commissioni d'esame e supervisione di tesi di laurea.</p>                                                                                                                                                                                                                         |
| Settembre<br>2024 -<br>Dicembre<br>2024 | <p><b>ATTIVITÀ DI TUTORATO E DI SUPPORTO ALLA DIDATTICA</b></p> <p><i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS),<br/>Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Insegnamento:</b> "Marketing Planning" (a.a. 2024/2025) nell'ambito del corso di laurea magistrale "Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa".<br/> <b>Docente:</b> Prof. Alberto Mattiacci<br/> <b>Durata:</b> 72 ore<br/> <b>Attività:</b> lezioni in aula; attività di tutorato nell'ambito dei diversi project work previsti dal corso (tra cui: Premio Marketing SIM, Progetto No Binge); supervisione di una tesi di laurea magistrale (tema: marketing tribale e online brand community).</p> |
| Maggio<br>2024                          | <p><b>INCARICO DI SVOLGIMENTO DI LEZIONI NELL'AMBITO DEL CORSO DI MANAGEMENT OLIMPICO</b></p> <p><i>Centro di preparazione olimpica Giulio Onesti, Roma.</i></p> <p><b>Modulo:</b> "Economia e gestione dello sport"<br/> <b>Durata:</b> 10 ore<br/> <b>Attività:</b> lezioni in aula sulla struttura del business model e del piano di marketing.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Gennaio<br>2024 -<br>Dicembre<br>2024   | <p><b>INCARICO DI TUTORATO (codice BT-B2 2/2023)</b></p> <p><i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS),<br/>Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Durata:</b> 80 ore<br/> <b>Attività:</b> partecipazione al CorisTesi, sportello a supporto degli studenti e delle studentesse delle lauree triennali e magistrali per la redazione dell'elaborato finale.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Settembre<br>2023 -<br>Dicembre<br>2023 | <p><b>ATTIVITÀ DI TUTORATO</b></p> <p><i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS),<br/>Sapienza Università di Roma.</i></p> <p><b>Insegnamento:</b> "Marketing Planning" (a.a. 2023/2024) nell'ambito del corso di laurea magistrale "Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa".<br/> <b>Docente:</b> Prof. Alberto Mattiacci<br/> <b>Durata:</b> 72 ore<br/> <b>Attività:</b> lezioni in aula; attività di tutorato nell'ambito dei diversi project work previsti dal corso; supervisione di una tesi di laurea magistrale (tema: la digitalizzazione sportiva e il mondo degli eSport).</p>                                                                       |

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Marzo<br>2023 -<br>Novembre<br>2023   | <b>INCARICO DI TUTORATO</b> (codice BT-B2 1/2023)<br><i>Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS),<br/>Sapienza Università di Roma.</i><br><b>Durata:</b> 80 ore<br><b>Attività:</b> recupero degli studenti con OFA (Obblighi Formativi Aggiuntivi).                                                                                                                                                             |
| Gennaio<br>2022 -<br>Dicembre<br>2022 | <b>SUPPORTO ALLA DIDATTICA</b><br><i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i><br>Contratto di supporto alla didattica per gli insegnamenti di Marketing e Marketing internazionale nell'a.a. 2022/2023 (rep. 112/2023).<br><b>Attività:</b> progettazione di e-tivity e webinar tematici, partecipazione alle commissioni d'esame e supervisione di tesi di laurea.<br><b>Docente:</b> Prof. Giulio Maggiore.       |
| Dicembre<br>2021 - in<br>corso        | <b>CULTORE DELLA MATERIA PER GLI INSEGNAMENTI DI MARKETING E MARKETING INTERNAZIONALE</b><br><i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Giugno<br>2021 - in<br>corso          | <b>COLLABORATRICE PRESSO IL LABORATORIO DI RICERCA SUL DIGITAL MARKETING (DIMALAB)</b><br><i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Aprile<br>2021 -<br>Maggio<br>2021    | <b>COORDINATORE DIDATTICO</b><br><i>Virvelle s.r.l</i><br><b>Durata:</b> 62 ore<br><b>Attività:</b> coordinamento didattico per i seguenti corsi: (1) Digital Marketing; (2) Integrated tools for marketing; (3) Relationship marketing & dark social strategy.                                                                                                                                                                 |
| Gennaio<br>2021 -<br>Dicembre<br>2021 | <b>SUPPORTO ALLA DIDATTICA</b><br><i>Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza.</i><br>Contratto di supporto alla didattica per gli insegnamenti di Marketing e Marketing internazionale nell'a.a. 2021/2022 (rep. 0380/2021).<br><b>Attività:</b> progettazione di e-tivity e webinar tematici, partecipazione alle commissioni d'esame e supervisione di tesi di laurea.<br><b>Docente:</b> Prof.ssa Letizia Lo Presti. |

## CONVEGNI E SEMINARI

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11 Aprile<br>2025  | <b>WEBINAR “FAKENEWS E DISINFORMAZIONE: IMPATTI PER COMUNICAZIONE E BRANDING”</b><br><i>Società Italiana Marketing (SIM) - SIM Webinar</i><br><b>Argomento:</b> l'impatto della disinformazione e le conseguenze che possono avere sulla gestione dell'identità di brand.<br><b>Speaker:</b> Di Domenico G., Mangiò F., Girelli A.                                                                                            |
| 5 Dicembre<br>2023 | <b>WEBINAR “DOES COUNTRY MATTER? COUNTRY-OF-ORIGIN AND COUNTRY STUDIES IN INTERNATIONAL MARKETING”</b><br><i>Società Italiana Marketing (SIM) - SIM Webinar</i><br><b>Argomento:</b> l'attuale rilevanza degli studi cross-country nella letteratura di marketing internazionale sia da un punto di vista accademico sia da una prospettiva manageriale.<br><b>Speaker:</b> Vianelli D., Magnani G., Griffith D.A., Taucer L. |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 23<br>Novembre<br>2023 | <p><b>WEBINAR “INTELLIGENZA ARTIFICIALE E INNOVAZIONE DI MARKETING”</b><br/> <i>Società Italiana Marketing (SIM) - SIM Webinar</i></p> <p><b>Argomento:</b> esplorare come l'intelligenza artificiale possa supportare le aziende nell'innovare le proprie proposte di valore, sia consumer che business.<br/> <b>Speaker:</b> Pagani M., Montagna, A.</p>                                                                          |
| 23<br>Giugno<br>2023   | <p><b>WEBINAR “TEXT ANALYSIS FOR MARKETING RESEARCH: SUBSTANTIVE AREAS, THEORIES, METHODS”</b><br/> <i>Società Italiana Marketing (SIM) - SIM Webinar</i></p> <p><b>Argomento:</b> teorie, metodi e applicazioni per raccogliere e analizzare i dati testuali provenienti da Internet e dai social media e per ottenere preziose implicazioni per i marketing manager.<br/> <b>Speaker:</b> Packard G., Ordenes F.V., Miceli N.</p> |

### CONVEGNI SCIENTIFICI

|                            |                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10-12<br>Settembre<br>2025 | <p><b>XXII Convegno annuale della Società Italiana Marketing (SIM), “The Marketing Innovation Nexus. Past Insights for Future Challenges”.</b><br/> <i>Università Parthenope, Napoli</i></p>           |
| 17-19<br>Ottobre<br>2024   | <p><b>XXI Convegno annuale della Società Italiana Marketing (SIM), “Brands and Purpose in a changing era”.</b><br/> <i>Università IULM, Milano</i></p>                                                 |
| 15-19<br>Luglio 2024       | <p><b>11th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management conference (AHTMM).</b><br/> <i>Online</i></p>                                                                                 |
| 26-28<br>Giugno 2024       | <p><b>Digital Marketing &amp; eCommerce Conference (DMeC), “The Future of Analytics in Digital Marketing and Electronic Commerce”.</b><br/> <i>Business School, Università di Barcellona</i></p>       |
| 13-14<br>Giugno 2024       | <p><b>Sinergie-SIMA 2024 Management Conference, “Management of sustainability and well-being for individuals and society”.</b><br/> <i>Università di Parma</i></p>                                     |
| 20-21<br>Ottobre<br>2023   | <p><b>XX Convegno annuale della Società Italiana Marketing (SIM), “Marketing per il benessere la salute e la cura”.</b><br/> <i>Università degli studi di Firenze</i></p>                              |
| 29-30<br>Giugno 2023       | <p><b>Sinergie-SIMA 2023, “Rediscovering local roots and interactions in management”.</b><br/> <i>Università di Bari</i></p>                                                                           |
| 20-21<br>Ottobre<br>2022   | <p><b>XIX SIM Conference, “Next Generation Marketing People, Planet, Place: cooperation &amp; shared value for a new era of critical marketing”.</b><br/> <i>Università degli studi di Salerno</i></p> |
| 10-11<br>Giugno 2021       | <p><b>Sinergie-SIMA 2021 Conference, “Leveraging intersections in management theory and practice”.</b><br/> <i>University of Palermo</i></p>                                                           |

### PUBBLICAZIONI DI RICERCA SCIENTIFICA

#### ARTICOLI IN RIVISTA

- Romano, R., Capone, V., Ceccotti, F., & Mattiacci, A. (2026), “From conceptual chaos to clarity: The OEPEA model to decipher the influencer landscape”, *International Journal of Strategic Communication*. Doi: 10.1080/1553118X.2026.2657035

- Capone V., Maggiore, G., Lo Presti, L. (2026), “*Coping strategies and corrective actions to address digital consumer vulnerability: a multistakeholder perspective*”, Journal of Strategic Marketing, 1-12 doi: 10.1080/0965254X.2026.2618066.
- Grieco, C., Capone, V., Sfodera, F. (2026), “*Why is collaborative fashion so fashion? Exploring drivers and barriers through the segmentation of Generation Z users*”, Sinergie Italian Journal of Management, 44(1).
- Lo Presti, L., Capone, V., Maggiore, G.. (2026), “*Tourist Coping Strategies and Vulnerability to Digital Deception Along the Customer Journey: How Tourists React*”, Current Issues in Tourism, doi: 10.1080/13683500.2026.2623536.
- Lo Presti, L., Capone, V., Maggiore, G. (2025), “*Geopolitical Influencers: Examining Their Role in Shaping Opinions on International Conflicts*”, Transforming Government: People, Process and Policy, 19(2), 245-263.
- Capone V., Lo Presti L., Maggiore G. (2024), “*Digital Consumer Vulnerability: A New Theoretical Framework Through a Systematic Literature Review*”, Micro & Macro Marketing, 1-26.
- Capone V., Touti M., Del Core S. (2024), “*How opinion leaders and operators communicate the image of the sustainable tourism destination*”, Turistica Italian Journal of Tourism, 32(2), 52-76.

#### **PUBBLICAZIONE SU VOLUME**

- Capone, V., & Romano, R. (2026). *Lecture. Le direzioni nuove secondo la letteratura*, in Mattiacci, A., & Ventura, C., (2026) *I comunicatori del futuro. Business, Human, Tech: la tavola delle competenze 2035*, EGEA. ISBN: 979-12-229-3119-7.
- Capone, V., Bartoli, C., Mattiacci, A., Cherubino, P. (2024), “*Consumer Reactions to Generative AI: An Exploratory Study Using Neuroscientific Techniques*”. In: Martínez-López, F.J., Martínez, L.F., Brüggemann, P. (eds) *Advances in Digital Marketing and eCommerce. DMEC 2024*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. Doi: 10.1007/978-3-031-62135-2\_7.
- Lo Presti L., Capone V., Maggiore G. (2023), “*Fake review nel settore turistico e dell'ospitalità e digital consumer vulnerability: rischi per la competitività e per i consumatori*”, Rapporto sul Turismo Italiano, XXVI Edizione, 2022-2023, Consiglio Nazionale delle Ricerche, ISBN 978-88-8080-601-1.

#### **PUBBLICAZIONE IN ATTI DI CONVEGNO**

- Capone V., Garau, J.B.V., Sfodera, F. (2025), “*Captured by the story: the power of influencer storytelling in shaping travel choices*”, XXII SIM Conference, “The Marketing-Innovation Nexus. Past Insights for Future Challenges”, 10-12 September, Napoli.
- Romano, R., Capone, V., Mattiacci, A. (2025), “*Sustainability Communication or Missed Opportunity? Evidence from Italian SMEs in the Wood-Furniture Industry*”, XXII SIM Conference, “The Marketing-Innovation Nexus. Past Insights for Future Challenges”, 10-12 September, Napoli.
- Capone V., Touti M., Romano R., Mattiacci A. (2025), “*Do virtual influencers really influence consumers' purchase intentions?*”, International Marketing Trends Conference (IMTC), Venezia, 23-25 Gennaio 2025. ISBN 978-2-490372-20-1.
- Chiarullo L., Sfodera F., Capone V. (2024), “*Examining the influence of adaptive behavior on tourist satisfaction amid Climate change challenges*”, 11th Advances in hospitality and tourism marketing and management conference proceedings, 15-19 Luglio 2024, Mauritius, ISBN 978-0-9964244-6-2.
- Romano R., Capone V., Mattiacci A. (2024), “*Is the influencer an effective tool for sustainability communication? An empirical study in the field of made-in-Italy fashion*”, XXI SIM Conference, “Brands and Purpose in a changing era”, Milano, 17-19 Ottobre 2024. ISBN 978-88-947829-1-2.
- Lo Presti L., Capone V., Maggiore G. (2024), “*Activism in the public sector: an experiment with citizens and public employees*”, XXI SIM Conference, “Brands and Purpose in a changing era”, Milano, 17-19 Ottobre 2024. ISBN 978-88-947829-1-2.
- Capone V., Grieco C. (2024), “*The rebound effect of responsible consumption: an explorative research on sharing economy consumers*”, Sinergie-SIMA 2024 Management Conference, Management of sustainability and well-being for individuals and society, Università di Parma, 13 e 14 Giugno 2024.

- Mattiacci A., Di Leo A., Capone V., Sfodera F. (2023), “*Sustainability Speak: A Deep Dive into Corporate Communication Practices*”, XX SIM Conference on Marketing per il benessere, la salute e la cura, 20-21 October 2023. ISBN 978-88-947829-0-5.
- Lo Presti L., Capone V., Maggiore G. (2023), “*When tourists react to fake images: Modeling coping strategies during customer journey experience*”, XX SIM Conference on Marketing per il benessere, la salute e la cura, 20-21 October 2023. ISBN 978-88-947829-0-5.
- Capone V., Lo Presti L., Maggiore G. (2023), “*Coping strategies and corrective actions to address consumer vulnerability in the digital context: a systematic literature review*”, Sinergie-SIMA 2023, Rediscovering local roots and interactions in management, 29-30 June 2023, Bari, Italy. ISBN 978-88-94-7136-3-3.
- Lo Presti L., Capone V., Maggiore G. (2022), “*Mechanisms of Digital Consumer Vulnerability through the Systematic Literature Review: towards a new agenda of digital human ecology*”, XIX SIM Conference, Next Generation Marketing People, Planet, Place: cooperation & shared value for a new era of critical marketing, 20-21 October 2022. ISBN 978-88-943918-8-6.
- Lo Presti L., Maggiore G., Marino V., Resciniti R., Capone V. (2021), “*Intersection between public engagement management and social sustainability: the “soft” and “hard” approaches to widening engagement in sustainable Higher Education*”, Sinergie-SIMA 2021 Conference, Leveraging intersections in management theory and practice, 10-11 June 2021 - University of Palermo (Italy), Electronic Conference Proceedings, DOI: 10.7433/SRECP.EA.2021.01.

---

#### ALTRE PUBBLICAZIONI

- Mattiacci, A., Capone V. (2025), “*Sephora, o il valore della connessione*”, Harvard Business Review Italia, Leader per il XXI secolo. Le priorità, i compiti, le competenze, Marzo 2025.
- Capone V. (2025), “*La comunicazione della sostenibilità nelle aziende italiane tra strategie, sfide e opportunità*”, 37° Rapporto Italia 2025, Eurispes.
- Capone V. (2026), “*Finfluencer e informazione finanziaria online: opportunità e rischi nell’ecosistema digitale*”, 38° Rapporto Italia 2026, Eurispes.

---

#### RICONOSCIMENTI

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Febbraio<br>2025 | <p><b>REVIEWER CERTIFICATE</b></p> <p>This certificate was issued for serving as a reviewer for the <i>Business And Society Review</i> journal in 2024.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Giugno<br>2023   | <p><b>SHORT PAPERS’ MENTIONS – SINERGIE-SIMA CONFERENCE 2023</b></p> <p>Capone V., Lo Presti L., Maggiore G. (2023), “<i>Coping strategies and corrective actions to address consumer vulnerability in the digital context: a systematic literature review</i>”, Sinergie-SIMA 2023 Management Conference, Rediscovering local roots and interactions in management, 29-30 June 2023 - LUM University and the University of Bari (Italy). ISBN 978-88-94-7136-3-3.</p> |

---

#### COMPETENZE LINGUISTICHE

- Lingua madre: Italiano
  - Inglese: B2
  - Francese: A2
-