

Informazioni Personali

Nome e titolo	Luca Marinelli Ricercatore di tipo A presso l'Università Politecnica delle Marche.
Contatti	
Nazionalità	I
Data di nascita	

Profilo Accademico

Attuali posizioni	Ricercatore Tenure Track presso il Dipartimento di Management della Facoltà di Economia "Giorgio Fuà" dell'Università Politecnica delle Marche. Settore Scientifico disciplinare SECS-P/08 – ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE. Titolare degli insegnamenti: <ul style="list-style-type: none"> - Laboratorio di Digital Strategy e Data Intelligence Analysis (base e progredito) - Web Marketing Presso la Facoltà di Economia "Giorgio Fuà" dell'Università Politecnica delle Marche
Dal 5/06/2023 al 5/06/2034	Abilitazione Scientifica Nazionale alle funzioni di professore universitario di Seconda Fascia nel Settore Concorsuale 13/B2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE.

Istruzione e Formazione

Dottorato di Ricerca Marzo 2015	Dottore di ricerca in "Economia Aziendale" 13° ciclo, presso la Scuola di Dottorato della Facoltà di Economia "G. Fuà" dell'Università Politecnica delle Marche. Titolo della dissertazione: "Nuovi modelli di ricerche di marketing: le potenzialità della social network analysis applicata ai social media".
Laurea Specialistica Luglio 2011	Dottore Magistrale in Economia e Impresa, indirizzo Gestione Strategica di Impresa, presso la Facoltà di Economia "G. Fuà" dell'Università Politecnica delle Marche. Titolo della tesi: "Aspetti evolutivi del mercato online della musica digitale: quali strategie di marketing innovativo".
Laurea Triennale Gennaio 2008	Laurea Triennale in Economia per le Arti, Cultura e Comunicazione presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano. Titolo della tesi: "Il processo di sincronizzazione musicale all'interno di uno spot pubblicitario".

- Docenza nel corso INPS Valore PA 2021-2022. Titolo intervento: “Strumenti e tecniche di social media advertising”. 8-07-2022
- Intervento all’interno del percorso formativo “Preparati per competere” promosso da Confartigianato Imprese Ancona – Pesaro e Urbino dal titolo “Strategie e strumenti per le vendite online.” 27-10-2022
- Intervento all’interno della XVIII edizione della Scuola per Imprenditori promossa da Confartigianato Imprese Ancona – Pesaro e Urbino dal titolo: “Introduzione alla scuola, le complessità legate ai nuovi strumenti integrati.” 17-04-2023
- Docenza nel corso INPS Valore PA 2022-2023 dal titolo: “La comunicazione digitale degli enti pubblici: opportunità e criticità per una rinnovata relazione con il cittadino”. Titoli interventi: “La misurazione dei risultati: una panoramica sulla social media analytics”; “Strumenti e tecniche di social media advertising”. 19-05-2023; 26-05-2023
- Seminario per l’associazione Marketing Associati dal titolo: “Artificial Marketing Intelligence: una panoramica sulle nuove forme di conoscenza”. 29-09-2023
- Intervento all’interno della XVIII edizione della Scuola per Imprenditori promossa da Confartigianato Imprese Ancona – Pesaro e Urbino dal titolo: “Tecniche e strumenti di comunicazione.” 23-10-2023
- Docenza nell’ambito del corso di formazione “Principi, tecniche e strumenti per la gestione dei social media nel contesto universitario” per il personale tecnico-amministrativo dell’Università Politecnica delle Marche. Modulo: “Tecniche di social media marketing”. 25-10-2023; 15-11-2023
- Intervento all’interno del percorso formativo “Preparati per competere” promosso da Confartigianato Imprese Ancona – Pesaro e Urbino dal titolo “Strategie e tecniche di marketing automation.” 24-11-2023
- Intervento all’interno del percorso formativo “OUTDOOR” promosso da Confartigianato Imprese Ancona – Pesaro e Urbino dal titolo: “La gestione dell’intelligenza artificiale nel marketing: dall’analisi dei dati alla creatività” 4-12-2023
- Relazione nell’ambito dell’evento “Stati Generali Comunic@zione. Promuovere Confartigianato attraverso le storie di tutti” organizzato da Confartigianato Imprese dal titolo: “Comunicazione e intelligenza artificiale”. 28-02-2024

Publicazioni

- Gregori, G.L., Marinelli, L., Temperini, V. (2014). “Web Marketing and SMEs: needs, problems and opportunities. An Empirical Study in the Marche Region” in Proceedings of the 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development: Managing the “Intangibles”: Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context Ancona – Italy, July 16-18, 2014. Pp. 1234-1243. ISBN 978-88-907795-7-2
- Marinelli L., Moscatelli L., (2014) “B2B VS B2C, which different approaches to social media marketing. Empirical evidence of Marche Region” in Proceedings of the 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development:

Managing the “Intangibles”: Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context Ancona – Italy, July 16-18, 2014. Pp. 1085-1096. ISBN 978-88-907795-7-2

- Gregori, G.L., Marinelli, L., Temperini, V. (2015). “The use of digital marketing tools in SMEs: needs, problems and opportunities. An empirical study in the Marche Region”, *International Journal of Sales, Retailing and Marketing*, Vol. 4, No. 4, pp. 69-77. ISSN 2045-810X
- Marinelli, L., Gregori, G.L. (2015). “New Marketing Research Models. The Potentials of The Social Network Analysis Applied to Social Media”, *International Conference on Marketing and Business Development*, Vol. 1, No 1/2015, pp. 393-399, ISSN/ISSN-L: 2344-5130.
- Marinelli, L. (2016). “Una visione globale dei social media”, contributo in volume Gregori, G.L., Pascucci, F., Cardinali, S. “Internazionalizzazione Digitale. Come vendere online nei mercati esteri”, Franco Angeli, Milano. Pp. 64-89, ISBN 978-88-917-2985-9.
- Gregori, G.L., Cardinali, S., Temperini, V., Pascucci, F., Bartoloni, S., Marinelli, L. (2018). “La progettazione del valore ed il suo trasferimento”, contributo in volume Ferrero, G. (a cura di) “Marketing e Creazione del Valore”, G. Giappichelli Editore, Torino. Pp. 325-367, ISBN/EAN 9-788892-117488.
- Marinelli, L., Berardi, R., Pascucci, F., Gregori, G.L. (2019). “Contrasting Digital Fake News in Health: an Interdisciplinary Approach” in *Atti del XXXIX Convegno Nazionale Accademia Italiana di Economia Aziendale – AIDEA, “Identità, Innovazione e Impatto dell’Aziendalismo Italiano. Dentro l’economia digitale”*, Torino 2019, pp. 610-617. ISBN: 9788875901387.
- Pascucci, F., Temperini, V., Marinelli, L., Marcone, M.R. (2019). “Digital Transformation in B2B SMEs. In. Longhi S. et al. (eds) *The Firts Outstanding 50 Years of “Università Politecnica delle Marche”*. Springer, Cham. Pp. 197-212, Online ISBN: 978-3-030-33879-4 doi: 10.1007/978-3-030-33879-4_14
- Bartoloni, S., Marinelli, L., Pascucci, F. (2019). “Un approccio strategico al marketing digitale: la centralità della customer experience”, contributo in volume Gregori, G.L., Pascucci, F., “Il digital marketing come fattore competitivo. Verso un approccio integrato “strumenti” e “strategia”, Franco Angeli, Milano, pp. 55-85, ISBN 978-88-917-8914-3
- Bartoloni, S., Marinelli, L., Ancillai, C. (2019). “Il ruolo del content marketing nei nuovi modelli di comunicazione digitale”, contributo in volume Gregori, G.L., Pascucci, F., “Il digital marketing come fattore competitivo. Verso un approccio integrato “strumenti” e “strategia”, Franco Angeli, Milano, pp. 86-108, ISBN 978-88-917-8914-3
- Marinelli, L., Temperini, V. (2019). “Advertising online: vecchie e nuove forme per la distribuzione dei contenuti”, contributo in volume Gregori, G.L., Pascucci, F., “Il digital marketing come fattore competitivo. Verso un approccio integrato “strumenti” e “strategia”, Franco Angeli, Milano, pp. 205-227, ISBN 978-88-917-8914-3
- Marinelli, L., Sabatini, A., Perna, A. (2019). “Marketing data-driven: dai database alla marketing automation”, contributo in volume Gregori, G.L., Pascucci, F., “Il digital marketing come fattore competitivo. Verso un approccio integrato “strumenti” e “strategia”, Franco Angeli, Milano, pp. 228-253, ISBN 978-88-917-8914-3

- Bartoloni, S., Marinelli, L. (2019). "Digital marketing analytics: dai dati alle decisioni", contributo in volume Gregori, G.L., Pascucci, F., "Il digital marketing come fattore competitivo. Verso un approccio integrato "strumenti" e "strategia", Franco Angeli, Milano, pp. 254-282, ISBN 978-88-917-8914-3
- Pascucci, F., Bartoloni, S., Marinelli, L., Ancillai, C. (2019). "La digital transformation", contributo in volume Gregori, G.L., Perna, A., "BtoB marketing. Il business marketing tra teoria e managerialità" Egea, Milano, pp. 285-319, ISBN 978-88-238-3746-1
- Crupi, A., Del Sarto, N., Di Minin, A., Gregori, G.L., Lepore, D., Marinelli, L., Spigarelli, F. (2020). "The digital transformation of SMEs – a new knowledge broker called the digital innovation hub", *Journal of Knowledge Management*, vol. 24, pp. 1263-1288, ISSN: 1367-3270, doi: 10.1108/JKM-11-2019-0623
- Marinelli, L. (2020). "Ecosistemi per la Trasformazione Digitale delle PMI", G. Giappichelli Editore – Torino, ISBN/EAN 978-88-921-2099-0
- Gregori, G.L., Marinelli, L., Mazzoli, C., Severini, S. (2020) "The social side of IPOs: Twitter sentiment analysis and investors' attention in the IPO primary market", *African Journal of Business Management*, Vol. 14, No. 12, Pp. 529-539, doi: 10.5897/AJBM2020.9135
- Marinelli, L., Fiano, F., Gregori, G.L. and Daniele, L.M. (2021), "Food purchasing behaviour at automatic vending machines: the role of planograms and shopping time", *British Food Journal*, Vol. 123, No. 5, pp. 1821-1836, doi: 10.1108/BFJ-02-2020-0107
- Festa, G., Rossi, M., Kolte, A., Marinelli, L. (2021). "The contribution of intellectual capital to financial stability in Indian pharmaceutical companies", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 22 No. 2, pp. 337-359, doi: 10.1108/JIC-03-2020-0091
- Oricchio, G., Zanda, S., Gregori, G.L., Marinelli, L. (2021) "Top Management Evaluation in Italian Food & Beverage Industry", *British Food Journal*, Vol. 123 No. 3, pp. 1249-1267, doi: 10.1108/BFJ-01-2020-0073
- Marinelli, L., Paolanti, M., Nardi, L., Gabellini, P., Frontoni, E., Gregori, G.L. (2021) "Data-Driven Knowledge Discovery in Retail: Evidences from the Vending Machine's Industry". In: Del Bimbo A. et al. (eds) *Pattern Recognition. ICPR International Workshops and Challenges. ICPR 2021. Lecture Notes in Computer Science*, vol 12662. Springer, Cham. Doi: 10.1007/978-3-030-68790-8_40
- Paolanti, M., Mancini, A., Frontoni, E., Felicetti, A., Marinelli, L., Marcheggiani, E., Pierdicca, R. (2021) "Tourism destination management using sentiment analysis and geo-location information: a deep learning approach", *Information Technology & Tourism* (2021) doi: 10.1007/s40558-021-00196-4
- Orhan, M., A., Castellano, S., Khelladi, I., Marinelli, L., Monge, F (2021) "Technology Distraction at work. Impacts on self-regulation and work engagement", *Journal of Business Research*, Vol. 126, Pp. 341-349 doi: 10.1016/j.jbusres.2020.12.048
- Bartoloni S., Calò E., Marinelli L., Pascucci F., Dezi L., Carayannis E., Revel G.M., Gregori G.L. (2022). "Towards designing society 5.0 solutions: The new Quintuple Helix-

Design Thinking approach to technology", *Technovation*, Vol. 113, 102413. ISSN: 0166-4972, doi:10.1016/j.technovation.2021.102413

- Ancillai C., Marinelli L., Pascucci F. (2022) Digital-Driven Business Model Innovation: The Role of Data in Changing Companies' Value Logic. In: Ratajczak-Mrozek M., Marszałek P. (eds) *Digitalization and Firm Performance*. Palgrave Macmillan, Cham. Doi: 10.1007/978-3-030-83360-2_4
- Pascucci F., Nardi L., Marinelli L., Paolanti M., Frontoni E., Gregori G.L. (2022) "Combining sell-out data with shopper behaviour data for category performance measurement: The role of category conversion power", *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 65, 102880 doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102880
- Marinelli L., Bartoloni S., Pascucci F., Gregori G.L., Farina Briamonte M. (2023), "Genesis of an innovation-based entrepreneurial ecosystem: exploring the role of intellectual capital", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 24 No. 1, pp. 10-34 doi: 10.1108/JIC-09-2021-0264
- Marinelli, L., Bartoloni, S., Costa, A., Pascucci, A. (2023). "Exploring the relationship between entrepreneurial ecosystem inputs and outcomes: the role of digital technology adoption", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 26, No. 7, pp. 635-654, doi: 10.1108/EJIM-02-2023-0119
- Marinelli, L., Crupi, A., Del Sarto, N., Lepore, D. (2024). "Unveiling knowledge ecosystem dimensions for MSMEs' digital transformation, toward a location-based brokerage", *Technovation*, Vol. 136, 103086 doi: 10.1016/j.technovation.2024.103086

Autorizzo il trattamento dei dati personali contenuti nel mio curriculum vitae in base all'art. 13 del D.Lgs. 196 / 2003 e all'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali.