

Curriculum Vitae

Luca Girdali Ph.D.

E-mail: l.girdali@unimc.it

<https://docenti.unimc.it/l.girdali>

Cittadinanza ITA

Data di nascita 17/12/1976



Luca Girdali insegna Web e Social Media Marketing presso l'Università di Macerata. È ricercatore su temi di nuove metodologie imprenditoriali incentrate sull'industria 4.0 e marketing digitale, Digital Transformation, Agile Organization e Customer Experience nel settore scientifico disciplinare Economia e Gestione delle Imprese SECS-P/08.

Ha conseguito il Dottore di Ricerca in Ingegneria industriale presso l'Università Politecnica delle Marche. È stato visiting PhD student presso la Shanghai Jiao Tong University (Cina), Department of Organization Engineer nel 2017.

La sua ricerca si è focalizzata sull'analisi di innovative metodologie di analisi della customer experience e customer journey in luoghi fisici e digitali, anche attraverso l'applicazione di tecniche di machine learning e artificial intelligence. I progetti di ricerca attuali si concentrano nello studio di metodologie di open innovation e digital transformation.

Dal 2019 è Innovation Manager iscritto all'elenco ufficiale presso il Ministero dello sviluppo Economico. Negli ultimi anni ha svolto attività didattica nella classe di laurea in scienze della comunicazione L-20, nella classe delle lauree magistrali in informazione e sistemi editoriali LM-19 e nella classe di laurea in scienze economiche L-33 e L-41.

Luca Girdali è ideatore e promotore di EMOJ, il primo spin-off dell'Università Politecnica delle Marche, all'avanguardia nel settore della Customer Experience e dell'Emotional Intelligence tramite intelligenza artificiale. Con lo studio si è ideato un software di proctoring (supervisione studenti) per esami svolti da remoto.

Grazie alla ricerca effettuata nello spinoff si sono pubblicati articoli accademici incentrati sul comportamento dei consumatori, le loro preferenze di acquisto, capire il perché delle loro attitudini, fino ad arrivare a due brevetti d'invenzione:

Brevetto n. 102019000006020 - Titolo: Method and system for tracking, analyzing and reacting to user behaviour in digital and physical spaces.

Data deposito: 05/11/2020 - Inventori: M.Mengoni, A.Generosi, L.Girdali.

Brevetto n. 102020000029432 - Titolo: Metodo e sistema implementati mediante computer per la valutazione ergonomica delle posture di lavoro di operatori.

Data deposito: 31/01/2023 - Inventori: M.Mengoni, A.Generosi, L.Girdali.

Ancona, 1 ottobre 2023



Istruzione

2022: Bologna Business School - Università di Bologna
BUSINESS SUSTAINABILITY & CIRCULAR ECONOMY, Direttore Didattico
(Prof. Matteo Mura)

2022: Scuola di Metodologia SIMA/SIM - edizioni di Gennaio e Febbraio 2022
Società Italiana di Management - SIMA - Via del Castro Laurenziano 9 - ROMA

2018: Dottorato di Ricerca in Ingegneria Industriale, conseguito presso l'Università Politecnica delle Marche.

2018: Talent Garden Innovation School
Master's Degree in Digital Trasformation
Digital strategy, Digital operation & industry 4.0, Agile & Change Management,
Customer & User Experience, Data for digital, Coding for non Dev.

2017: Visiting PhD student presso Shanghai Jiao Tong University (Cina),
Dipartimento di ingegneria, 2017.

2007: Master di I Livello Universitario in "Knowledge Management per le PMI" presso
l'Università degli Studi di Macerata.

2006: Master di I Livello Universitario in "Marketing e Direzione Aziendale" presso
l'Università degli Studi di Macerata.

2005: Laurea Triennale in Scienze della Comunicazione, corso di laurea in
Comunicazione di Impresa, presso l'Università degli Studi di Macerata.

2003: Laurea Magistrale in Scienze Politiche, presso l'Università degli Studi di
Macerata.

Responsabilità di studi/ricerche scientifiche affidati da istituzioni pubbliche o private

26-05-2020 a oggi

Responsabile Scientifico sul Progetto Next Perception EU Action line: ECSEL joint undertaking and co-funded by EU H2020 programme EU project code: 876487
Italian national funding project code: B32F19000160005 This project resorts under the ECSEL joint undertaking and is co-funded by the EU H2020 programme under grant agreement 876487 and national funding agencies in Belgium, Czech republic, Finland, Germany, Italy, The Netherlands and Spain.

Part of the research results allowed the publication of" A. Generosi, S. Ceccacci, S. Faggiano, L. Giraldi, M. Mengoni "A Toolkit for the Automatic Analysis of Human Behavior in HCI Applications in the Wild", Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal, vol. 5, no. 6, pp. 185- 192 (2020).

01-01-2019 a oggi

Progetto "MIRACLE"

Svolgo attività di coordinamento, di ricerca e di responsabile scientifico. Flowing sta partecipando al programma di investimento dal titolo "MIRACLE – Marche Innovation and research facilities for Connected and sustainable Living Environments – Laboratorio Marchigiano di ricerca e innovazione per ambienti di vita sostenibili e interconnessi" attraverso una aggregazione pubblico privata a valere sul bando "Sostegno allo sviluppo di piattaforme tecnologiche di ricerca collaborativa nell'ambito della domotica" – Programma Operativo Regionale del Fondo europeo di Sviluppo Regionale POR MARCHE FESR 2014/2020 – Asse 1 – OS 2 – Intervento 2.1.1. – Bando di accesso 2019. Il programma di investimento ha l'obiettivo principale di realizzare un Laboratorio di ricerca in grado di studiare e sperimentare metodi e tecnologie innovative negli ambiti dell'elettronica, dell'informatica e dell'ICT volte a migliorare il comfort, la salute ed il benessere nei diversi ambienti. Verranno sviluppate applicazioni tecnologiche negli ambiti dell'intelligenza computazionale, Internet of Things, cybersecurity, Edge/Cloud computing e multimedia (speech/audio/video) che giocheranno un ruolo fondamentale nei prossimi anni e che permetteranno al Laboratorio di posizionarsi come driver di innovazione rispetto al contesto produttivo industriale.

01-01-2021 al 01-01-2022

Nuove metodologie imprenditoriali incentrate sull'industria 4.0 e marketing digitale, digital transformation, agile organization e customer experience
Università degli Studi di Macerata <https://u-pad.unimc.it/handle/11393/286479>
Progetto di ricerca focalizzato sullo studio e l'applicazione delle più avanzate metodologie imprenditoriali incentrate sull'industria 4.0, digital transformation e customer experience. È finalizzato a ipotizzare innovativi processi metodologici per le nuove imprenditorie interessate dall'agile organization con studi afferenti alla customer experience e digital transformation. Obiettivo del progetto è delineare un approccio teorico per l'analisi delle metodologie imprenditoriali fondate su framework agili, le quali applicano principi dell'industria 4.0 e della digital trasformazione con relativa valutazione e studio della customer experience. L'approccio metodologico con il relativo framework di tecnologie alla base del progetto dovranno avere caratteristiche generali ed adattabili a diversi contesti, dall'industria manifatturiera alle imprese di servizi di qualsiasi dimensione.

01-01-2019 al 01-01-2020

Progetto SFERISTERIO

Sono stato responsabile nello SpinOff Emoj in un progetto in filiera dal titolo "SFERISTERIO EXPERIENCE: Dal turismo culturale al turismo esperienziale, didattico e accessibile", finanziato dal POR MARCHE FESR 2014 — 2020 Asse 3 — Os 8 — Azione 8. I "Sostegno alla innovazione e aggregazione in filiere delle pmi culturali e creative, della manifattura e del turismo ai fini del miglioramento della competitività in ambito internazionale e dell'occupazione. CUP: B71B18000290007 Obiettivo del progetto è stata la realizzazione di una strategia di marketing culturale che valorizzi le opportunità di business legate alla domanda di turismo esperienziale attorno all'attrattore culturale Sferisterio.

Questa esperienza ha permesso diverse pubblicazioni tra il quale "A method to measure the emotional experience of audience by the EMOJ tool. The case study of Macerata Opera Festival".

06-11-2018 al 25-05-2021

Progetto INSPIRING

Ho svolto attività di coordinamento, di ricerca e di Responsabile scientifico.

L'azienda Emoj sta svolgendo un progetto dal titolo "INSPIRING: Un innovativo sistema per co — progettare prodotti integrando processi fisici e digitali e realizzare l'Omnichannel Customer Management" — finanziato dal POR MARCHE FESR 2014/2020 — Asse 1 — OS 1 — Azione 1.2 — Ingegnerizzazione, industrializzazione dei risultati della ricerca e valorizzazione economica dell'innovazione (Bando di accesso 2017). — CUP: B37H18007270007

Obiettivo del progetto e la realizzazione di un nuovo approccio al progetto di prodotto/servizio che integra e sfrutta le tecnologie di Behavior & Emotional Analytics per catturare, raccogliere ed elaborare dati durante l'interazione tra consumatore — prodotto — brand in applicazioni digitali e fisiche e tradurle in specifiche.

01-01-2018 al 01-12-2019

Progetto: "C.O.ME" - Change your museum - Analysis of behavior, emotions and reactions of museum visitors". Il progetto ha visto la collaborazione dell'Università politecnica delle Marche. POR FESR 2014 - 2020 Asse 3 - Os8 - Azione 8.1

"Sostegno alla innovazione e aggregazione in filiere delle pmi culturali e creative, della manifattura e del turismo ai fini del miglioramento della competitività in ambito internazionale e dell'occupazione" -

01-01-2017 al 01-12-2018

Progetto: MUSE - come migliorare l'esperienza dell'utente creando Spazi sensibili e Servizi Reattivi" finanziato dal POR MARCHE FESR 2014 — 2020 — Asse 1 - azione 4.1 - "sostegno allo sviluppo ed al consolidamento di startup ad alta intensità di applicazione di conoscenza — bando 2016". CUP: B38I17000540007

Ho svolto attività di coordinamento, di ricerca e di Responsabile scientifico.

Grazie allo SpinOff EMOJ S.R.L., utilizzando i risultati delle più avanzate Big Data Analysis, si è concepito uno spazio fisico reattivo e sensibile dove luci, suoni, odori ed immagini appaiono a seconda dello stato d'animo dell'utente o del comportamento rilevato per offrire servizi personalizzati capaci di colmare le sue esigenze più immediate.

Obiettivi del progetto sono stati l'aumento della User Satisfaction, aumento della capacità di engagement e aumento delle vendite, questo tramite l'attivazione di reazioni on-site, coinvolgendo l'utente nella sua esperienza di acquisto e aumentando il numero di affari.

L'azienda ha raggiunto l'obiettivo di creare una piattaforma software di Business Intelligence, insieme ad un prototipo di Reaction Toolkit con la possibilità di creare report sulle prestazioni dei sistemi sviluppati.

Conoscenze linguistiche

Italiano: Livello madrelingua

Inglese: Livello Fluente

Tedesco: Livello Medio

Spagnolo: Livello Medio

Lista delle Pubblicazioni

"2023" Articolo in rivista in fase di pubblicazione **Anvur class A-13/B2 / AJG-1**
Agility in Virtual Environments: The Socio-Technical Approach of Distributed Agile Teams

Masili G, Ceriuti C, Binci D, Giraldi L
Management Research Review

"2023" Contributo in Atti di convegno
Examining the Impact of Smart Working on Economic Sustainability
L Giraldi, L Rossi, E Cedrola
The 26th Excellence in Services International Conference

"2023" Contributo in Atti di convegno
Wired Path of Emotion: From human intelligence to artificial intelligence and back again
C Maria, A Ambra, G Luca, E Cedrola
Frontiers in Service 2023

"2023" Articolo in rivista **Anvur - 13**
Giraldi, L. (2023). Improve Customer Experience in Automotive Industry Through Advanced Driver Assistant Systems. Journal of Marketing Development and Competitiveness, 17(2), 12-23.

"2023" Articolo in rivista **Anvur class A-13/B2 / AJG-1 / ABS-1**
Sestino A, Rossi MV, Giraldi L, Faggioni F (2023). Innovative food and sustainable consumption behaviour. The role of consumer-related characteristics in lab-grown meat (LGM) consumption. BRITISH FOOD JOURNAL, ISSN: 0007-070X

"2023" Libro **Collana AIDEA**
Giraldi L (2023). User experience design e comunicazione d'impresa. Tecnologie e strategie per il Web. COMUNICAZIONE D'IMPRESA (Collana accreditata AIDEA), MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 9788835146162

"2023" Articolo in rivista **Anvur class A-13/B2 / AJG-1 / ABS-1**
Giraldi L., Cedrola E., Coacci S. (2023). How relational capability can influence the success of business partnerships. INTERNATIONAL JOURNAL OF PRODUCTIVITY AND PERFORMANCE MANAGEMENT, vol. on line, p. 1-39, ISSN: , doi: 10.1108/IJPPM-01-2022-0012

"2023" Articolo in rivista **Anvur - 13**
Ceccacci S., Generosi A., Giraldi L., Mengoni M. (2023). Emotional Valence from Facial Expression as an Experience Audit Tool An Empirical Study in the Context of Opera Performance. Sensors 2023, 23(5), 2688; <https://doi.org/10.3390/s23052688>

"2022" Articolo in rivista **Anvur - 13**

Giraldi L., Sestino A., Cedrola E. (2022). Emotional Analysis in Designing Tourism Experiences Through Neuromarketing Methods: The Role of Uncontrollable Variables and Atmosphere: A Preliminary Study. INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKETING STUDIES, vol. 14/1, p. 114- 125, ISSN: 1918-7203, doi: 10.5539/ijms.v14n1p114

"2022" Articolo in rivista **Anvur class A-13/B2 / AJG-1**

Sestino, Andrea, Giraldi, Luca, Cedrola, Elena, Zamani, Seyedeh Zahra, Guido, Gianluigi (2022). The Business Opportunity of Blockchain Value Creation among the Internet of Value. GLOBAL BUSINESS REVIEW, vol. online, p. I - 22, ISSN: 0972-1509, doi: 10.1177/09721509221115012

"2022" Articolo in rivista **Anvur - 13**

Generosi A., Villafan J. Y., Giraldi L., Ceccacci S., Mengoni M. (2022). A Test Management System to Support Remote Usability Assessment of Web Applications. INFORMATION, vol. 13, p. 505-528, ISSN: 2078-2489, doi: 10.3390/info13100505

"2022" Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

Sestino A., Giraldi L., Cedrola E., Guido G. (2022). The relevance of individuals' perceived data protection level on intention to use blockchain-based mobile apps: an experimental study. In: (a cura di): Al-Emran M. Shaalan K., Recent Innovations in Artificial Intelligence and Smart Applications Book. STUDIES IN COMPUTATIONAL INTELLIGENCE, vol. 1061, p. 155-170, Cham:Springer Nature Switzerland AG, ISBN: 978-3-031-14747-0, ISSN: 1860- 949X, doi: 10.1007/978-3-031-14748-7

"2022" Contributo in Atti di convegno

Giraldi L, Coacci S, Binci D (2022). Framework for adapting an agile way of working. In: Demetris Vrontis, Yaakov Weber, Evangelos Tsoukatos. Sustainable Business Concepts and Practices. EUROMED ACADEMY OF BUSINESS CONFERENCE BOOK OF PROCEEDINGS, ISBN: 978-9963-711-96-3, ISSN: 2547-8516

"2022" Contributo in Atti di convegno **Best selected paper**

Colurcio M., Giraldi L., Altimari A., Cedrola E. (2022). AI and Emotions: review, synthesis and research agenda. In: (a cura di): Cuomo M.T. Metallo G. Festa G. Giordano A., Next Generation Marketing. Place, People, Planet: cooperation & shared value for a new era of critical marketing. p. 1-6, Roma:Società Italiana di Marketing, ISBN: 978-88-943918-8-6, Salerno - Università degli Studi di Salerno, Salerno 20 - 21 Ottobre 2022"

"Services Marketing"(best selected paper) (2022) SIMktg Società Italiana Marketing Il paper dal titolo "AI and Emotions: review, synthesis and research agenda" è stato valutato come il migliore della sezione "Services Marketing" (*Best selected paper*) e come tale ha partecipato alla selezione del best paper della SIM Conference 2022. Prof. Angelo Di Gregorio Presidente

"2022" Contributo in Atti di convegno **Best Paper Awards**

Masili G, Ceriuti C, Binci D, Giraldi L (2022). Agile Distributed Teams: the combination of Agile and Distributed approaches. In: EISIC 25th — Full Program

Conference Proceedings. ISBN: 9791221015904

Il paper dal titolo "Agile Distributed Teams: the combination of Agile and Distributed approaches" è stato valutato come il migliore (*Best Paper Awards*). Prof. Jacques Martin Presidente

"2022" Contributo in Atti di convegno

Giraldi L, Generosi A, Sestino A, Binci D (2022). A preliminary study on the impact of face coding and eye-tracking tools in the automotive sector. In: International Marketing Trends Conference. ISBN: 978-2-490372-14-0

"2022" Contributo in Atti di convegno

Giraldi L, Zifaro M (2022). Open Innovation supported by Digital Tools. In: The 14° Mediterranean Conference of Information Systems (MCIS).

"2022" Contributo in Atti di convegno

Giraldi L, Zifaro M (2022). Smart working to support Sustainable Open Innovation. In: The 14° Mediterranean Conference of Information Systems (MCIS). ISBN: 978-88-87173-05-5

"2021" Articolo in rivista **Anvur - 13**

Ceccacci S, Mengoni M, Generosi A, Giraldi L, Presta R, Carbonara G, Castellano A, Montanari R (2021). Designing in-car emotion-aware automation. EUROPEAN TRANSPORT/TRASPORTI EUROPEI, vol. Issue 84, Paper n° 5, ISSN: 1825-3997, doi: <https://doi.org/10.48295/ET.2021.84.5>

"2021" Articolo in rivista **Anvur - 13**

Mengoni M, Giraldi L, Ceccacci S, Montanari R (2021). How to Create Engaging Experiences From Human Emotions. DIID. DISEGNO INDUSTRIALE INDUSTRIAL DESIGN, ISSN: 1594-8528, doi: 10.30682/diid7421bIntroductionToday

"2021" Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

Giraldi L., Cedrola E., Ceccacci S. (2021). B2B relational with a quality approach. In: (a cura di): Castaldo S.;Penco L.;Mocciaro Li Destri A.;Ugolini M., LEVERAGING INTERSECTIONS IN MANAGEMENT THEORY AND PRACTICE. p. 1-10, Vicenza:Sinergie Italian Journal of Management – CUEIM

"2021" Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

ALTIERI A, CECCACCI S, GIRALDI L, LEOPARDI A, MENGONI M, ABUDUKAIYOU MU T (2021). Affective guide for Museum: a system to suggest museum paths based on visitors' emotions. In: ANTONA M,STEPHANIDIS C. UNIVERSAL ACCESS IN HUMAN-COMPUTER INTERACTION: DESIGN METHODS AND UX.

"2021" Contributo in Atti di convegno

Giraldi L., Cedrola E., Coacci S. (2021). Valutazione della user experience nel canale digitale. Il contributo di metodi 'non invasivi'. In: (a cura di): Gregori G. Perna A. Pencarelli T. Musso F. Cedrola E., Trasformazione digitale dei mercati: il

marketing nella creazione di valore per le imprese e la società. p. 1-18,
Roma:Società Italiana di Marketing, ISBN: 978-88-943918-6-2, Ancona, Università
Politecnica delle Marche, 14-15 ottobre 2021

2021" Contributo in Atti di convegno

Ceccacci, S., Generosi, A., Cimini, G., Faggiano, S., Giraldi, L., & Mengoni, M.
(2021, January). Facial coding as a mean to enable continuous monitoring of
student's behavior in e-Learning. In teleXbe.

2021" Contributo in Atti di convegno

Giraldi L, Ceccacci S, Cedrola E (2021). The B2B relationship with a quality
approach. In: Leveraging intersections in management theory and practice. ISBN:
97888943937-7-4

"2020" Articolo in rivista

Diavoli L., Martalò M., Cilfone A., Belli L., Ferrari G., Presta R., Montanari R.,
Mengoni M., Giraldi L., Amparore E. G., Botta M., Drago I., Carbonara G., Castellano
A., Plomp J. (2020). On Driver Behavior Recognition for Increased Safety: A
Roadmap. SAFETY, vol. 6, p. 55-88, ISSN: 2313-576X, doi: 10.3390/safety6040055

"2020" Articolo in rivista

Generosi A., Ceccacci S., Faggiano S., Giraldi L., Mengoni M. (2020). A toolkit for
the automatic analysis of human behavior in HCI applications in the wild.
ADVANCES IN SCIENCE, TECHNOLOGY AND ENGINEERING SYSTEMS
JOURNAL, vol. 5, p. 185-192, ISSN: 2415-6698, doi: 10.25046/aj050622

"2020" Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

Ceccacci S., Generosi A., Giraldi L., Carbonara G., Castellano A., Montanari R.,
Mengoni M. (2020). A preliminary investigation towards the application of facial
expression analysis to enable an emotion-aware car interface. In: Lecture Notes in
Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and
Lecture Notes in Bioinformatics). vol. 12189, p. 504-517, Springer, ISBN: 978-3-030-
49108-6, doi: 10.1007/978-3-030-49108-6_36

"2019" Contributo in Atti di convegno

Talipu A., Generosi A., Giraldi L., Mengoni M. (2019). Evaluation of Deep
Convolutional Neural Network Architecture for Emotion Recognition in the Wild. In:
2019 IEEE 23rd International Symposium on Consumer Technologies, ISCT 2019. p.
25-27, ISBN: 978-172813570-0, Ancona, Italy, 19-21 June, doi:
10.1109/ISCT.2019.8900994

"2019" Contributo in Atti di convegno

Mengoni M, Generosi A, Giraldi L, Torcianti M (2019). A method to measure the
emotional experience of audience by the EMOJ tool. The case study of Macerata
Opera Festival. In: Marketing i Rynek/ Journal of Marketing and Market Studies.
MARKETING I RYNEK, ISSN: 1231-7853, doi: 10.33226/1231-7853.2019.10.1

"2019" Contributo in Atti di convegno

GENEROSI A, ALTIERI A, CECCACCI S, FORESI G, TALIPU A, TURRI G,

MENGONI M, GIRALDI L (2019). MoBeTrack: A Toolkit to Analyze User Experience of Mobile Apps in the Wild. In: 2019 IEEE International Conference on Consumer Electronics (ICCE). doi: <https://doi.org/10.1109/ICCE.2019.8662020>

"2018" Articolo in rivista

Mengoni m., GENEROSI, ANDREA, ceccacci s., giraldi l. (2018). A Tool to Make Shopping Experience Responsive to the Customers' Emotions. INTERNATIONAL JOURNAL OF AUTOMATION TECHNOLOGY, vol. 12, p. 319-326, ISSN: 1881-7629, doi: 10.20965/ijat.2018.p0319

"2018" Articolo in rivista

mengoni m., giraldi l., ceccacci s., bevilacqua m. (2018). Quality Assessment of Business-to-Business (B2B) Relationships between SMEs: A Qualitative Approach Based on the Relational Capability Conception. JOURNAL OF INDUSTRIAL INTEGRATION AND MANAGEMENT, vol. 3, p. 1850008-1-1850008-30, ISSN: 2424-8622, doi: 10.1142/S2424862218500082

"2018" Contributo in Atti di convegno

Ceccacci, S., Generosi, A., Giraldi, L., Mengoni, M. (2018). An emotion recognition system for monitoring shopping experience. In: ACM International Conference Proceeding Series. p. 102-103, Association for computing machinery, ISBN: 9781450363907, Corfi, Greece, 2018, doi: 10.1145/3197768.3201518

"2017" Articolo in rivista

MENGONI, MAURA, PERNA, ANDREA, BEVILACQUA, MAURIZIO, GIRALDI, LUCA (2017). The role of business relationships in new product development. The case of Antrox-Nel Design. PROCEdia MANUFACTURING, vol. 11, p. 1351-1357, ISSN: 2351-9789, doi: 10.1016/j.promfg.2017.07.264

"2017" Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

mengoni maura, ceccacci silvia, giraldi luca (2017). A systematic approach to support conceptual design of inclusive products. In: Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics). vol. 10277, p. 43-55, Antona M.,Stephanidis C., ISBN: 978-3-319-58706-6, doi: 10.1007/978-3-319-58706-6_4

"2017" Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

mengoni maura, frontoni emanuele, ceccacci silvia, paolanti marina, pierdicca roberto, giraldi luca (2017). Customer experience: A design approach and supporting platform. In: IFIP Advances in Information and Communication Technology. vol. 506, p. 287-298, Afsarmanesh H.,Camarinha-Matos L.M.,Fornasiero R., ISBN: 978-331965150-7, doi: 10.1007/978-3-319-65151-4_27

"2017" Contributo in Atti di convegno

mengoni m., ceccacci s., giraldi luca, generosi andrea (2017). An user-centered approach to design smart systems for people with dementia. In: IEEE 7TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON CONSUMER ELECTRONICS. p. 273-278, IEEE Computer Society, ISBN: 978-1-5090-4014-8, Berlin, 3-6 September, doi:

10.1109/ICCE-Berlin.2017.8210650

"2017" Contributo in Atti di convegno

ceccacci s., giraldi l., mengoni m. (2017). From customer experience to product design: Reasons to introduce a holistic design approach. In: DS87-4 PROCEEDINGS OF THE 21ST INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENGINEERING DESIGN (ICED 17). vol. 4, p. 463-472, Design Society, ISBN: 978-1-904670-92-6, Vancouver, 21-25 August

"2016" Contributo in Atti di convegno

MENGONI, MAURA, GIRALDI, LUCA, BEVILACQUA, MAURIZIO (2016). How to enhance customer experience in retail: Investigations through a case study. In: Advances in Transdisciplinary Engineering: Crossing Boundaries. ADVANCES IN TRANSDISCIPLINARY ENGINEERING, vol. 4, p. 381-390, Borsato, M., Wognum, N., Peruzzini, M., Stjepandić, J. , Verhagen, W.J.C, ISBN: 978-1-61499-703-0, ISSN: 2352-751X, Curitiba, Parana, Brazil, 3-7 October, doi: 10.3233/978-1-61499-703-0-381

"2016" Contributo in Atti di convegno

MENGONI, MAURA, CECCACCI, Silvia, GIRALDI, LUCA (2016). Product Usability: is it a criterion to measure "Good UX" or a prerequisite?. In: Proceedings of the ASME Design Engineering Technical Conference. vol. Volume 1A-2016, ISBN: 978-0-7918-5007-7, Charlotte; United States, 21-24 August 2016, doi: 10.1115/DETC2016-59500

"2016" Contributo in Atti di convegno

Pierantonelli M, Perna A, Giraldi L, Gregori GL (2016). Shifting initiatives within business relationships: the case of Antrox and Nel Design. In: 2nd Annual International Symposium on Business to Business Marketing: Current Developments and Future Prospects.

Statement of teaching and research interests

01-09-2023 a oggi

Professore a contratto

L-33 - Web and social media marketing - 2023/24

Università degli Studi di Macerata - Dip. L.240/2010 Economia e diritto

01-10-2023 a oggi

Assegnista di ricerca

Università degli Studi di Macerata - Dip. L.240/2010 Economia e diritto

Nuove metodologie imprenditoriali incentrate sull'industria 4.0 e marketing digitale, digital transformation, agile organization e customer experience, settore scientifico

disciplinare SECS-P/08 (Economia e gestione delle imprese), da svolgersi presso il Dipartimento di Economia e diritto.

01-09-2022 al 31-08-2023

Professore a contratto

L-33 - Web and social media marketing - 2022/23

Università degli Studi di Macerata - Dip. L.240/2010 Economia e diritto

01-10-2022 al 30-09-2023

Assegnista di ricerca

Università degli Studi di Macerata - Dip. L.240/2010 Economia e diritto

Nuove metodologie imprenditoriali incentrate sull'industria 4.0 e marketing digitale, digital transformation, agile organization e customer experience

Tipologia: 11.03 Progetti con altri soggetti e rapporti con il territorio

Parole chiave: agile organization, Customer experience, digital transformation, Industria 4.0

Qualifica:

Nuove metodologie imprenditoriali incentrate sull'industria 4.0 e marketing digitale, digital transformation, agile organization e customer experience, settore scientifico disciplinare SECS-P/08 (Economia e gestione delle imprese), da svolgersi presso il Dipartimento di Economia e diritto.

01/11/2020 - Oggi

Innovation Manager

Attività di ricerca e innovazione su temi come Integrazione e sviluppo digitale dei processi aziendali, Programmi di digital marketing, quali processi trasformativi e abilitanti per l'innovazione di tutti i processi di valorizzazione di marchi e segni distintivi (c.d. "branding") e sviluppo, Programmi di open innovation e Ammodernamento degli assetti gestionali ed organizzativi dell'impresa, compreso l'accesso ai mercati finanziari e dei capitali

MISE

01-09-2021 al 31-08-2022

Professore a contratto

L-33 - Web and social media marketing - 2021/22

Università degli Studi di Macerata

01-10-2021 al 30-09-2022

Assegnista di ricerca

Università degli Studi di Macerata - Dip. L.240/2010 Economia e diritto

Nuove metodologie imprenditoriali incentrate sull'industria 4.0 e marketing digitale, digital transformation, agile organization e customer experience

Tipologia: 11.03 Progetti con altri soggetti e rapporti con il territorio

Parole chiave: agile organization, Customer experience, digital transformation, Industria 4.0

04-05-2022 al 13-06-2022

Visiting Professor in Web and social media marketing and big data

University of Szczecin - Poland con Prof.ssa Edyta Rudawska
Uniwersytet Szczecinski - Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu
Szczecińskiego
Cukrowa 8, 71-004 Szczecin, Polonia

23-03-2022 al 28-03-2022

Visiting Professor in Web and social media marketing and big data - ERASMUS +
University of Szczecin - Poland con Prof.ssa Edyta Rudawska
Uniwersytet Szczecinski - Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu
Szczecińskiego
Cukrowa 8, 71-004 Szczecin, Polonia

01/10/2021 al 30/09/2022

Posizione Assegnista di ricerca
Università degli Studi di Macerata - Dip. L.240/2010 Economia e diritto
Nuove metodologie imprenditoriali incentrate sull'industria 4.0 e marketing digitale,
digital transformation, agile organization e customer experience, settore scientifico
disciplinare SECS-P/08 (Economia e gestione delle imprese), da svolgersi presso il
Dipartimento di Economia e diritto.

01-09-2020 al 31-08-2021

Professore a contratto
L-33 - Web and social media marketing - 2020/21
Università degli Studi di Macerata

01-03-2021 al 31-08-2021

Professore a contratto
Classe di laurea L-20
Lab. di politica economica e big data analysis - 2020/21
Università degli studi di Macerata

01/02/2020 al 31/01/2021

Posizione di Borsista con tema su: Mappatura dei fenomeni economico aziendali,
marketing, Customer Experience e strumenti tecnologici di Artificial Intelligence
(Settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese)
Università degli Studi di Macerata

01-09-2019 al 31-08-2020

Professore a contratto
Classe di laurea L-20
Lab. di politica economica e big data analysis - 2019/20
Università degli studi di Macerata

15-07-2017 al 25-09-2017

Attività didattica Dottorando
Shanghai Jiao Tong University - Shanghai
Ricerca su Customer Experience

Teaching evaluations

Domanda	Val. media
Il materiale didattico (indicato e disponibile) è adeguato per lo studio della materia?	9,25
Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?	9,25
Gli orari di svolgimento di lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività didattiche sono rispettati?	9,25
Il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina?	9,25
Il docente espone gli argomenti in modo chiaro?	8,5
Le attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, etc...) sono utili all'apprendimento della materia?	8,5
L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio?	8,5
Il docente è reperibile per chiarimenti e spiegazioni?	10
E' interessato/a agli argomenti trattati nell'insegnamento?	9,25

Lista di referenze (*Lettere allegate)

*Prof.ssa Elena Cedrola - elena.cedrola@unimc.it

Professoressa di ruolo - I fascia / Economia e gestione delle imprese (SECS-P/08)

*Prof. Maura Mengoni - m.mengoni@univpm.it

Professoressa di ruolo - II fascia / Impianti Industriali Meccanici (ING-IND)

Prof. Corrado Cerruti - corrado.cerruti@uniroma2.it

Professoressa di ruolo - I fascia / Economia e gestione delle imprese (SECS-P/08)

Prof. Maurizio Bevilacqua - m.bevilacqua@univpm.it

Professoressa di ruolo - I fascia / Impianti Industriali Meccanici (ING-IND/17)

Prof.ssa dr. Edyta Rudawska - edyta.rudawska@usz.edu.pl

Professoressa di ruolo / Economia e gestione delle imprese

Ancona, 1 ottobre 2023

Firma


