CURRICULUM VITAE MARCO CIOPPI
DICHIARAZIONE SOSTITUITIVA DELL'ATTO DI NOTORIETA'
(Art. 47 D.P.R. 28 dicembre 2000, 45)

Marco Cioppi

e-mail: marco.cioppi@uniurb.it

Attività didattica

-Docente titolare del corso di "Economia e Gestione delle Imprese" (8 CFU) (settore scientifico disciplinare SECS P/08 Economia e Gestione delle Imprese) nel Corso di Laurea in Lingue e Culture Straniere – curriculum linguistico Aziendale - della Facoltà (oggi Scuola) di Lingue e letterature Straniere dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, dall'a.a. 2011-2012 ad oggi, presso attuale Dipartimento DISCUI.

-Docente titolare del corso di "Comunicazione Aziendale e Internet Marketing" (settore scientifico disciplinare SECS P/08 Economia e Gestione delle Imprese) nel Corso di Laurea Magistrale in Marketing e comunicazione per le aziende (LM) della Facoltà (oggi Scuola) di Economia dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, dall'a.a. 2009-2010 ad oggi, presso attuale Dipartimento DESP. Corso mutuato anche per "Internet" Marketing del corso di Laurea Magistrale in Lingue Straniere e Studi Interculturali curriculum Comunicazione Interculturale d'Impresa (CIDI).

Docente titolare per affidamento del corso di "Economia e Gestione delle Imprese" (10 CFU) (settore scientifico disciplinare SECS P/08 Economia e Gestione delle Imprese) nel Corso di Laurea in Lingue e Cultura per l'Impresa della Facoltà (oggi Scuola) di Lingue e letterature Straniere dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, per gli a.a.: 2009-2010; 2010-2011.

-Docente titolare per affidamento del corso di "Economia e Gestione delle Imprese" (6 CFU) (settore scientifico disciplinare SECS P/08 Economia e Gestione delle Imprese) nel Corso di Laurea in Lingue e Cultura per l'Impresa della Facoltà (oggi Scuola) di Lingue e letterature Straniere dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, per gli a.a.: 2003-2004; 2004-2005; 2005-2006; 2006-2007; 2007-2008; 2008-2009.

-Docente titolare per affidamento del corso di Internet Marketing (settore scientifico disciplinare SECS P/08 Economia e Gestione delle Imprese) nel Corso di Laurea in Gestione Informatica dei Dati Aziendali della Facoltà (oggi Scuola) di Economia dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, per gli a.a.: 2003-2004; 2004-2005; 2005-2006; 2006-2007; 2007-2008; 2008-2009.

-Docente titolare a contratto del corso di Economia Aziendale (settore scientifico disciplinare SECS P/07 Economia Aziendale) nel Corso di

Laurea in Lingue e Cultura per l'Impresa della Facoltà (oggi Scuola) di Lingue e letterature Straniere dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, per gli a.a.: 1999-2000; 2000-2001.

-Docente di Master (I e II livello) e corsi IFTS realizzati dalla Facoltà di Economia e dalla Facoltà (oggi Scuola) di Lingue e Letterature Straniere dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo e con altri partner locali, su tematiche di Economia e Gestione delle Imprese e di Web Marketing.

Progetti di ricerca

Coordinatore Progetto di Ricerca "Imprenditorialità internazionale e strategie di internazionalizzazione: un'analisi sulle PMI" - settembre 2011 - ottobre 2012 -Dipartimento di Economia, Società, Politica (Università degli Studi di Urbino Carlo Bo); finanziato con fondi MIUR.

Coordinatore Progetto di Ricerca "Imprenditorialità internazionale e strategie di internazionalizzazione: un'analisi empirica dei processi e degli strumenti adottati dalle PMI" - settembre 2012 - ottobre 2013 - Dipartimento di Economia, Società, Politica (Università degli Studi di Urbino Carlo Bo); finanziato con fondi MIUR.

Partecipante al progetto LINK "Piano di Potenziamento della Rete di Ricerca e di Sviluppo del Territorio – Prima Fase" – giogno 2000 - febbraio 2001 - Sub-project P6 "Research and Training on Spin-off firms (Ricerca e Formazione sulle Imprese Spin-off) della Scuola Superiore S. Anna di Pisa

Partecipante al Progetto di ricerca "Marketing & sales oltre la crisi" – aprile 2010 - settembre 2010 – promosso congiuntamente dall'Università Politecnica delle Marche, dall'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo e dall'Università di Macerata. Coordinatori: Proff. Giancarlo Ferrero, Gianluca Gregori, Elena Cedrola.

Partecipante al Progetto di ricerca "L'impatto delle attività di marketing e di vendita sulle performance delle piccole e medie imprese" - settembre 2011-ottobre 2012 - DESP (Dipartimento di Economia, Società, Politica) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo; finanziato con fondi MIUR. Coordinatore: Prof. Alessandro Pagano.

Partecipante al Progetto di ricerca "Il ruolo del marketing nelle piccole e medie imprese nel contesto della crisi" - settembre 2012 - ottobre 2013 - DESP (Dipartimento di Economia, Società, Politica) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo; finanziato con fondi MIUR. Coordinatore: Prof. Alessandro Pagano.

Partecipante al Progetto di ricerca "Strategie aziendali, innovazioni e politiche di supporto per il consolidamento e lo sviluppo delle PMI della provincia di Pesaro e Urbino – ottobre 2012-ottobre 2013 - Università

degli Studi di Urbino Carlo Bo/Fondazione Cassa di Risparmio di Pesaro. Coordinatore: Prof. Alessandro Pagano.

Partecipante al Progetto di Ricerca “Ruolo, finalità e forme delle alleanze fra PMI per la penetrazione commerciale dei mercati esteri” – sett. 2012-ott. 2013- Dipartimento di Economia, Società, Politica (Università degli Studi di Urbino Carlo Bo); finanziato con fondi MIUR. Coordinatore Prof. Fabio Musso.

Partecipante al Progetto di Ricerca “ Le imprese metalmeccaniche della provincia di Pesaro e Urbino” – sett. 2012-2013- finanziato dall’API (Associazione Piccole e Medie Industrie di Pesaro). Coordinatore Prof. Fabio Musso.

Partecipante al Progetto di Ricerca "*Strumenti per la definizione ed implementazione delle variabili strategiche nell’area marketing delle PMI*, - 2006 - Regione Emilia Romagna, Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Fondo Sociale Europeo. Coordinatori Prof. Giancarlo Ferrero e Prof Tonino Pencarelli.

Attività Istituzionali per l’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

- Responsabile del corso di Laurea triennale in Lingue e Culture Straniere

- Membro del Collegio di dottorato in Economia Aziendale

- Delegato Rettorale per le relazioni con gli studenti e sostegno al diritto allo studio - Dicembre 2015 ad oggi.

- Referente per rapporti con le imprese e associazioni di categoria nell'ambito della terza Missione di Ateneo - Marzo 2015 ad oggi.

- Presidente dello SPIN-OFF Universitario "Quarantadue S.r.l.", approvato dal CDA dell'Università degli studi di Urbino

- Membro della Commissione Gruppo di Riesame Scuola di Lingue e Letterature Straniere per l'a.a. 2013-2014 ad oggi.

- Consigliere di Amministrazione in Rappresentanza dell'Ateneo presso il Gruppo di Azione Locale (GAL) Montefeltro Sviluppo - anno 2013 al 2019.

- Membro del Comitato Scientifico del Master di primo livello “Arabo, Cinese, Russo: Lingue, Intercultura e Internazionalizzazione d’impresa” della Facoltà di Lingue e Letterature straniere dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, A:A 2012-2013.

- Eletto rappresentante dei ricercatori universitari nel Consiglio di Amministrazione dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo con

Decreto rettorale n° 1211/2009 del 24 Settembre 2009 al 31 Dicembre 2012.

-Membro della Giunta del corso di Laurea in Lingue e Culture per l'Impresa della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dall'a.a. 2005-2006 ad oggi.

-Membro Commissione valutazione certificati di lavoro del corso di laurea in Lingue e Culture per l'Impresa della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dall'a.a. 2005-2006 ad oggi.

-Membro Commissione piani di studio laurea Magistrale in Comunicazione Interculturale di Impresa della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dall'a.a. 2008-2009 ad oggi, presso attuale Dipartimento DISCUI.

-Tutor per gli stage del corso di laurea in Lingue e Culture per l'Impresa e del corso di laurea in Lingue Straniere (curriculum Linguistico-Aziendale) della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dall'a.a. 2008-2009 ad oggi, presso attuale Dipartimento DISCUI.

-Membro della Giunta Di Presidenza della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dall'a.a. 2009-2010; 2010-2011; 2011-2012.

-Membro Commissione valutazioni conoscenze economico-aziendali per accesso alla laurea magistrale in Comunicazione Interculturale di Impresa della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dall'a.a. 2009-2010 ad oggi, presso attuale Dipartimento DISCUI.

-Membro della Commissione LLP/Erasmus e Selezione della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere per l'a.a. 2010-2011.

-Membro della Commissione Laboratori interculturali del corso di Laurea Magistrale in Lingue per la Didattica, l'Editoria e l'Impresa (curriculum Comunicazione Interculturale d'Impresa) della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere per gli a.a. 2010-2011 ad oggi, presso attuale Dipartimento DISCUI.

-Membro Commissione vademecum del corso di laurea in Lingue e Culture per l'Impresa della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere per gli a.a. 2006-2007; 2007-2008.

Altre attivita' di ricerca

-Membro afferente al centro Interuniversitario "Innovazione Tecnologica e Competitività dei Sistemi Produttivi", diretto dal Prof. Alfonso Gambardella e dalla Prof.ssa Anna Morgante-dal 1998 al 2006.

-Collaboratore a progetto del Centro Interuniversitario "Innovazione Tecnologica e Competitività dei Sistemi Produttivi", sezione di Siena, avente come oggetto lo sviluppo di pratiche per la diffusione della nuove

tecnologie dell'informazione per le PMI, responsabile Prof. Fabio Pammolli – 01/12/1999 – 30/11/2000.

Presenza in associazioni scientifiche e collaborazioni a riviste

-Membro del Comitato editoriale della rivista Mercati & Competitività – Franco Angeli

- Componente del Centro di Ricerca Internazionale su Imprenditorialità e Piccole-medie Imprese (CRIMPI), DESP.

-Membro della Società Italiana di Marketing (SIM) – dal 2006 ad oggi

-Reviwer per la rivista Sinergie – CUEIM - dal 2006- ad oggi

-Reviwer per la rivista Mercati & Competitività – Franco Angeli (2006- ad oggi)

-Reviwer per la rivista Piccola Impresa/Small Business – Edizioni Montefeltro (2006 - ad oggi)

Pubblicazioni scientifiche:

- Francioni, B.; Curina, I.; Hegner, S. M.; Cioppi, M. 2021. Brand addiction: Brand characteristics and psychological outcomes. DOI:10.1108/JCM-02-2020-3678. pp.125-136. In THE JOURNAL OF CONSUMER MARKETING - ISSN:0736-3761 vol. 38 (2)

- Curina, I.; Francioni, B.; Cioppi, M.; Savelli, E., 2021. Traits and peculiarities of different brand hate behaviours. DOI:10.1080/0965254X.2019.1676293. pp.227-246. In JOURNAL OF STRATEGIC MARKETING - ISSN:1466-4488 vol. 29 (3)

- Curina, I., Francioni B., Hegner, S. M., Cioppi, M., 2020. Brand hate and non-repurchase intention: A service context perspective in a cross-channel setting. In Journal Of Retailing And Consumer Services. ISSN:0969-6989 vol.54. DOI:10.1016/j.jretconser.2019.102031. pp.102031.
- Curina, I., Francioni B., Cioppi M., Savelli E., 2019. Traits and peculiarities of different brand hate behaviours. In Journal Of Strategic Marketing. ISSN:1466-4488. DOI:10.1080/0965254X.2019.1676293. pp.1-20.
- Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F., Pencarelli, T. 2019. Online presence, visibility and reputation: a systematic literature review in management studies. DOI:10.1108/JRIM-11-2018-0139. In Journal Of Research In Interactive Marketing - ISSN:2040-7122.
- Pencarelli, T., Cioppi, M., Curina, I., Forlani, F. 2019. The impact of Web 2.0 on the marketing processes of restaurant businesses.

DOI:10.14596/pisb.302. pp.61-86. In Piccola Impresa - ISSN:0394-7947 vol. 1 (1).

- Cioppi M., Savelli E., 2018, E-atmosphere e centri commerciali. Come il sito web influenza la fedeltà dei consumatori al format, Franco Angeli, Milano, ISBN 9788891770158.
- Francioni B., Savelli E., Cioppi M., 2018 “Store satisfaction and store loyalty: The moderating role of store atmosphere”. Journal of Retailing and Consumer Services, vol. 43, pp.333-341. Issn 0969-6989. RIVISTA DI FASCIA A.
- Pencarelli T., Cioppi M., Curina I., Forlani F., 2018, “Experience Logic: The New Challenge for Trade Fairs”. DOI:10.1007/978-3-319-77550-0_9. pp.169-185. In The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management - ISBN:978-3-319-77549-4. In International Series In Advanced Management Studies - ISSN:2366-8814 vol. VIII.
- Pencarelli T., Cioppi M., Ferrero G., Curina I., 2017, “La comunicazione web dei quartieri fieristici”, SINERGIE, vol. 35 (103), pp. 202-226. ISSN 0393-5108.
- Cioppi M., 2017, Web 2.0 e visibilità online: un modello di misurazione per il settore turistico, Franco Angeli, Milano. ISBN 9788891742803.
- Savelli E., Cioppi M., Tombari F., 2017, "Web atmospherics as drivers of shopping centres' customer loyalty secondo round di revisione in International Journal of Retail & Distribution Management, ISSN:0959-0552 vol. 45 (11), pp. 1213-1240. RIVISTA FASCIA A
- Musso F., Francioni B., Cioppi M., 2017, “International decision processes within SMEs: the influence of biological sex and stereotypical gender roles, accettato per la pubblicazione in International Journal of Globalisation and Small Business, rivista indicizzata SCOPUS
- Bocconcelli R., Cioppi M., Pagano A., 2017, "Social media as a resource in SMEs' sales process", In The Journal Of Business & Industrial Marketing - ISSN:0885-8624 vol. 32 (5) DOI:10.1108/JBIM-11-2014-0244. pp.693-709.
- Bocconcelli R., Cioppi M., Fortezza F., Francioni B., Pagano A., Savelli E., Splendiani S., 2016 "SMEs and Marketing: A Systematic Literature Review. International Journal Of Management Reviews, vol. 0, pp.1-28. ISSN:1460-8545 DOI:10.1111/ijmr.12128. RIVISTA DI FASCIA A (Impact factor 4,854).
- Bocconcelli R., Cioppi M., Pagano A., 2016, “La dimensione collaborativa nello sviluppo delle piccole e medie imprese italiane: accordi, consorzi e contratti di rete”. In Musso F., Zucchella A., Pissavino P. C., 2016, Internazionalizzazione e oltre. Le imprese italiane e il Sistema Paese fra strategie e realtà competitiva. Cacucci Editore, Bari, pp. 96-116. ISSN 9788866115359.
- Cioppi M., Curina I., Forlani F., Pencarelli T., 2016 "La visibilità on-line delle imprese alberghiere: un possibile modello di misurazione", *Piccola Impresa Small Business*, n° 1, pp. 79-98, ISSN 0394-7947.

- Cioppi M., Savelli E., Tombari F., 2016, “La percezione della web atmosphere tra i visitatori del centro commerciale”. SINERGIE, vol 34 (100) pp.159-184. ISSN:0393-5108.
- Francioni, B., Musso F., Cioppi M., 2015, “Decision-maker characteristics and internationaldecisions for SMEs” *Management Decision*, Vol. 53, N. 10, (ISSN: 0025-1747) RIVISTA DI FASCIA A (Impact factor 1,42).
- Pencarelli T., Cioppi M., Forlani F., 2015, "L’impatto del web 2.0 sul marketing delle piccole imprese alberghiere", Piccola Impresa Small Business, n°2, pp. 12-36, DOI:10.14596/pisb.174. ISSN:0394-7947.
- Cioppi M., Musso F., Pencarelli T., Savelli E., 2014. “Economic Crisis and SMEs' behavior: an Analysis on the Furniture Sector in Italy.”., *International Journal Of Economic Behavior*, vol. 4/1, p. 115-126, ISSN: 2069-5756
- Cioppi M., Savelli E., 2014. " Il rapporto PMI e Grande Distribuzione Organizzata. Il caso FAB Srl.", *Piccola Impresa Small Business*, n° 3, ISSN 0394-7947.
- Cioppi M., Buratti A., 2014. "La dimensione relazionale nei siti web delle agenzie di viaggio on-line", *Piccola Impresa Small Business*, n° 2, ISSN 0394-7947.
- Bocconcelli R., Cioppi M., Pagano A., 2014. "The role of Social Media in B2B selling processes: an exploratory case-study in the mechanical sector". 30th IMP Conference, 1st - 6th September, KEDGE Business School Bordeaux, France
- Cioppi M., Savelli S., 2014. Atteggiamento degli utenti verso il centro commerciale e finalità di utilizzo del sito web: prime evidenze empiriche, Atti del XI Convegno Annuale Società Italiana Marketing "Food marketing : mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca", Modena 18-19 settembre, ISBN 9788890766220
- Cioppi M., Pagano A., 2014, “Strategie di corporate: le principali tipologie”, capitolo 9, in Tunisini A., Pencarelli T., Ferrucci L. (a cura di), Economia e management delle imprese. Strategie e strumenti per la competitività e la gestione aziendale, HOEPLI (ed), Milano
- Cioppi, M., Musso F., Pencarelli, T., Savelli E., 2013, “Crisi economica e comportamenti delle PMI. Un’indagine nel settore consumer della provincia di Pesaro-Urbino”. In: X Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing. Smart life. Dall’innovazione tecnologica al mercato. p. 1-15, ISBN: 9788890766213, Milano, 3-4 ottobre 2013
- Cioppi M., 2013. “The role of web communication to enhance the value of retail trade in small cities”, *International Journal Of Economic Behavior*, vol. 3, p. 127-145, ISSN: 2069-5756
- Cioppi M., 2013, “Il ruolo del sito web nell’esperienza turistica: Il caso delle agenzie viaggi in italia”. SINERGIE, p. 49-68, ISSN: 0393-5108, doi: 10.7433/s92.2013.04, RIVISTA DI FASCIA C.
- Bocconcelli R., Coppi M., Fortezza F., Francioni B., Pagano A., Savelli E., Splendiani S., 2012, “The role of marketing in SMEs”, in Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin, IX Convegno

Annuale della Società Italiana di Marketing, Benevento 20-21 settembre 2012, ISBN 978-88-907-6620-6.

- Pencarelli T., Cioppi M., Splendiani S., 2012, "Web Communication of Tourist Destinations. Analysis of tourist websites of the 27 Member States of the European Community", in Morvillo A. (a cura di), 2012, *Proceedings of the 1st Enlightening Tourism Conference 2012,* Enzo Albano Editore, Napoli, pp. 851-874, ISBN 978-88-896-7788-9.
- Cioppi M., 2012, "Il ruolo di Internet per la valorizzazione dell'offerta commerciale al dettaglio nei centri minori*",* in Gregori G. L., Pencarelli T. (a cuda di), 2012, *Economia, Management e Disciplina del Commercio in Italia e nelle Marche,* Franco Angeli, Milano, ISBN 978-88-204-0186-3.
- Musso F., Cioppi M., Francioni B., 2012, *Il settore armiero per uso sportivo, venatorio e civile in Italia: imprese produttrici, consumi per cacia e tiro, impatto economico e occupazionale,* Franco Angeli, Milano, ISBN 978-88-204-0196-2
- Cioppi M., 2011, *PMI e nuove tecnologie della comunicazione: Applicazioni gestionali ed implicazioni strategiche*, Franco Angeli, Milano, ISBN 978-88-568-4054-4.
- Cioppi M., 2011, "Il marketing e le vendite in tempo di crisi: approcci di tre pmi marchigiane", *Atti del 3° Workshop* "I processi innovativi nelle piccole imprese: le sfide oltre la crisi", Urbino, 16-17 Settembre, ISBN 978-88-85363-4.
- Cioppi M., Buratti A., 2009, "The Strategic Role of Marketing Communication in the SME: the Case of Fornari SpA", *WP-EMS, Working Papers Series in Economics, Mathematics and Statistics*, n° 907, ISSN-1974-4110.
- Pencarelli T., Cioppi M., 2009, "La comunicazione di marketing nelle piccole imprese: alcune evidenze empiriche", *Piccola Impresa Small Business*, n° 1, pp. 71-98.
- Cioppi M., 2009, "Strategie di corporate", capitolo 11, in Di Bernardo B., Gandolfi V., Tunisini A. (a cura di), *Economia e Management delle Imprese: capire e decidere nella crescente complessità*, HOEPLI (ed), Milano.
- Cioppi M., 2009, "La comunicazione territoriale turistica in rete: un'analisi comparata dei siti delle regioni adriatiche", in Pencarelli T., Gregori G. L. (a cura di), *Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche: una prospettiva manageriale*, Franco Angeli (ed), Milano.
- Pencarelli T., Betti D., Cioppi M., Forlani F., 2009, "Destination branding. Il caso del brand Adriatico", "Atti del VIII Congresso Internazionale Marketing Trends, Parigi 16-17 Gennaio 2009"
- Cioppi M., 2008, "Applicazioni internet nella gestione delle relazioni di mercati business", in Tunisini A. (a cura di), *Teorie e Applicazioni di Business Marketing: comprendere i processi di mercato e modellare l'azione di management*, Franco Angeli (ed), Milano.
- Pencarelli T., Cioppi M., 2008, "I processi di vendita ed il marketing delle PMI", in Tunisini A. (a cura di), *Teorie e Applicazioni di Business*

Marketing: comprendere i processi di mercato e modellare l'azione di management, Franco Angeli (ed), Milano

- Pencarelli T., Cioppi M., 2008, "La comunicazione di marketing nelle piccole e medie imprese: alcune evidenze empiriche", in Collesei Umberto, Andreani Jean-Claude (a cura di),"Atti del VII Congresso Internazionale Marketing Trends, Venezia 17-19 Gennaio 2008", Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale, Università Ca' Foscari Venezia, ISBN: 88-902459-2-1 / 978-88-902459-2-3.
- Cioppi M, Ferrero G., Savelli E., 2007, "ICT e marketing: esperienze di utilizzo e di valorizzazione delle ICT nelle PMI", in Ferrero G. (a cura di), *La valorizzazione delle ICT per la qualificazione delle piccole imprese marchigiane*, ricerca CIPE, Carocci (ed), Milano.
- Pencarelli T., Cioppi M., 2006, "I processi di vendita ed il marketing delle PMI", Atti del III Convegno annuale della Società Italiana Marketing "Il marketing delle medie imprese leader di mercato", 24-25 Novembre, Parma.
- Cioppi M., 2006 "Il sito web aziendale nelle PMI: potenzialità elevate e realtà moderate" *Piccola Impresa Small Business*, n° 1.
- Cioppi M., Savelli E., 2006, *ICT e PMI. L'impatto delle nuove tecnologie sulla gestione aziendale delle piccole imprese*, ASPI/INS-EDIT, Genova.
- Ferrero G., Pencarelli T., Cioppi M., Fortezza F., Savelli E., 2006, *Strumenti per la definizione ed implementazione delle variabili strategiche nell'area marketing delle PMI*, rapporto conclusivo di ricerca, Regione Emilia Romagna, Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Fondo Sociale Europeo.
- Ferrero G., Cioppi M., Savelli E., 2006, "Piccole imprese e uso delle Information and Communication Technologies" Atti del convegno Finanza, Innovazione e sviluppo imprenditoriale, 9 Febbraio, Urbino.
- Cioppi M., Di Marco I., Savelli E., 2003, "Gli effetti delle ICT (Information and Communication Technologies) sulla gestione delle Piccole e Medie Imprese", *Piccola Impresa Small Business*, n° 3, Dicembre.
- Cioppi M., Savelli E., 2003, "E-business e performance di successo: Il caso della Italian Fashion S.p.a.", *Piccola Impresa Small Business*, n° 3, Dicembre.
- Cioppi M., Di Marco I., Savelli E., 2003, "Gli effetti delle ICT sulla gestione complessiva e sul ruolo e l'organizzazione della funzone di marketing nelle PMI", Atti del convegno AIDEA Giovani, 3-4 Luglio, Milano.
- Gambardella A., Cioppi M., Lucarelli E., 2000 "La Domanda e l'Offerta di servizi alle PMI nelle Marche: Competenze ed Attori", Working Paper.
- M. Cioppi e M. Mariani, 1999, "Vecchi e nuovi vantaggi competitivi delle imprese", in A. Gambardella (a cura di), *L'impresa: vecchie e nuove fonti del vantaggio competitivo*, G. Giappichelli, Torino.

- F. Cesaroni, M. Cioppi, B. Potì, 1999, *La relazione tra università ed industria. Idee di valutazione della politica di ricerca in Italia*, Franco Angeli, Milano.
- B. Potì and M. Cioppi, 1996, "Trends in collaborative research in Italy-the role of public laboratories and policy implications, case studies from the biotechnology sector", *Industry & Higher Education*, October 1996.
- F. Cesaroni, M. Cioppi and A. Gambardella, 1996, "Pure Willing and entrepreneur: industrial transferability and italian scientists in molecular biology" in David P. Steinmueller, ed, *A Productive Tension: University-Industry Research Collaboration*, Stanford University Press, Stanford, CA.

Interessi di ricerca

Gli interessi di ricerca si concentrano sull'impiego delle applicazioni web a supporto delle attività di comunicazione e di gestione delle PMI. In particolare le ricerche si concentrano sullo studio delle potenzialità dei siti web e la costruzione di modelli di analisi per la valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione e di marketing delle PMI.

Partecipazioni a workshop e conferenze nazionali ed internazionali con presentazione di contributi

20 al 21 giugno 2019. Marco Cioppi, Elisabetta Savelli, Barbara Francioni, Ilaria Curina, Approccio sostenibile e manifestazioni di brand hate nel contesto offline e online, Convegno annuale Sinergie-SIMA 2019, "Management and sustainability: creating shared value in the digital era", Università Roma la Sapienza, ISBN 97888943937-1-2

24 al 25 ottobre 2019, Ilaria Curina, Marco Cioppi, Barbara Francioni, Brand addiction: possibili cause ed effetti negativi sul comportamento dei consumatori, XVI Convegno SIM - Società Italiana di Marketing, "Marketing 4.0: le sfide della multicanalità", Piacenza, Italia, ISBN 978-88-943918-3-1

14-15 Giugno 2018: Partecipa al Convegno annuale Sinergie-SIMA 2018, "Transformative business strategies and new patterns for value creation", presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, presentando un paper dal titolo "La logica esperienziale applicata alle strategie del comparto fieristico: Una review della letteratura". 97888943937-2-9

18-19 Ottobre 2018: Partecipa come relatore al Convegno annuale SIM 2018, "I percorsi identitari nel marketing", presso l'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, presentando il paper dal titolo "Brand haters: Caratteristiche e peculiarità di diverse categorie comportamentali". 978-88-943918-2-4

15- 16 Giugno 2017: Partecipa come relatore al XXIX Convegno annuale di Sinergie - SIMA dal titolo "Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società", presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II, presentando il paper dal titolo " L'Iimportanza del Web 2.0 nel marketing della ristorazione: il caso dei ristoranti di Pesaro e Urbino".

20 – 21 Ottobre 2016: Partecipa come relatore al XIII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIM) dal titolo "Marketing & Retail nei mercati che cambiano", presso l'Università di Cassino e del Lazio Meridionale, presentando il paper dal titolo "La visibilità online nel comparto retail".

9-10 Giugno 2016: Partecipa come relatore al XXVIII Convegno annuale di Sinergie dal titolo "Management in a Digital World: Decisions, Production, Communication", presso l'Università degli Studi di Udine, presentando il paper dal titolo "La comunicazione web dei quartieri fieristici italiani.

24-25 Settembre 2015: Partecipa come relatore al 4° Workshop della Rivista Piccola Impresa - Small Business dal titolo "I processi innovativi nelle piccole imprese: Re-positioning of SMEs in the global value system", presso Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, presentando il paper dal titolo "La visibilità online delle imprese alberghiere: un possibile modello di valutazione".

3-4 Ottobre 2013: Partecipa come relatore al X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing dal titolo "smart life - dall'innovazione tecnologica al mercato", presso l'Università Bicocca di Milano, presentando il paper dal titolo "Crisi economica e comportamenti delle PMI. Un'indagine nel settore consumer della provincia di Pesaro e Urbino".

20-21 settembre 2012: Partecipa come relatore al IX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing dal titolo "Marketing internazionale ed effetto Country of Origin", presso l'Università del Sannio (Benevento) presentando il paper "The Role of Marketing in SMEs".

13-14 Settembre 2012, Partecipa come relatore al al 1st Enlightening Tourism Conference (Napoli), presentando il paper "Web Communication of Tourist Destinations. Analysis of tourist websites of the 27 Member States of the European Community .

10-11 novembre 2011: Partecipa come relatore al XXIII Convegno annuale di Sinergie dal titolo dal titolo "Is communication taking over?", presso l'Università IULM di Milano presentando il paper "Web communication nel turismo: analisi dei portali turistici delle regioni italiane".

16-17 settembre 2011 Partecipa come relatore al 3° Convegno Internazionale "I processi innovativi nelle piccole imprese. Le sfide oltre la crisi" (Urbino), presentando il paper "Il marketing e le vendite in tempo di crisi: approcci di tre pmi marchigiane.".

15-17 gennaio 2009 Partecipa come relatore al 8th International Conference Marketing Trends (Parigi) presentando il paper “Destination branding. Il caso del brand Adriatico”.

17-19 Gennaio 2008: Partecipa come relatore al 7th International Conference “Marketing Trends” (Venezia), presentando il paper “La comunicazione di marketing nelle piccole e medie imprese: alcune evidenze empiriche”.

Il 17 settembre 2003: Partecipa come relatore al Workshop “ICT e Piccole Imprese: quali modelli di sviluppo?” (Urbino) presentando il paper “Gli effetti delle ICT sulla gestione complessiva e sul ruolo e sull’organizzazione della funzione di Marketing nelle PMI”.

Il 3-4 luglio 2003: Partecipa come relatore alla Quinta Conferenza Internazionale Aidea Giovani (Milano) presentando il paper “The effects of ICT on the overall management and the role and organization of the marketing function in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): first empirical results”.

Conoscenze Informatiche

Sistemi Operativi: MS DOS e Windows XP.

Pacchetti Applicativi: Office Pro (Word, Excel, Access, Power Point), uso di Internet e posta elettronica.

Lingue Straniere

Francese, buona conoscenza, approfondita con soggiorni di studio.

Inglese, buona conoscenza

Formazione Scolastica

Anno Scolastico 1988

Liceo Scientifico “L. Laurana” Urbino
Diploma di Maturità Scientifica con votazione finale di 52 sessantesimi.

Anno Accademico 1995

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo
Laurea in Economia e Commercio con votazione finale di 110/110 e lode. La tesi ha come titolo: “La trasferibilità delle conoscenze scientifiche: un’analisi empirica dell’intervento pubblico nelle biotecnologie in Italia“

Febbraio 2001

Università degli studi di Ancona
Dottore in ricerca in economia e gestione delle imprese (XII ciclo)

Ottobre 2001-2003

Università degli studi di Urbino, Facoltà di Economia
Assegnista di ricerca in Economia e gestione delle imprese. L'argomento di ricerca ha riguardato lo studio delle potenzialità delle Information and Communication Technologies (ICT) per le PMI.

Ottobre 2003

Ricercatore nel settore disciplinare SECS P08 Economia e Gestione delle Imprese
Ha conseguito la conferma nel Gennaio 2007

Gennaio 2015	**Conseguimento dell'Abilitazione Scientifica Nazionale (Gennaio 2015)**
Maggio 2016	**Professore Associato nel settore disciplinare SECS P08 Economia e Gestione delle Imprese nel Dipartimento DISCUI - Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali: Storia, Culture, Lingue, Letterature, Arti, Media**
Novembre 2021	**Professore Ordinario nel settore disciplinare SECS P08 Economia e Gestione delle Imprese nel Dipartimento DISCUI - Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali: Storia, Culture, Lingue, Letterature, Arti, Media**

Autorizzo al trattamento dei dati personali, ai sensi della legge 675/96, contenuti all'interno del C.V., nei limiti delle finalità proprie dell'attività di ricerca e selezione del personale

Il/la sottoscritto/a è a conoscenza che, ai sensi degli artt. 75 e 76, D.P.R. n. 445/2000, le dichiarazioni mendaci, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi sono puniti ai sensi del codice penale e delle leggi speciali. Inoltre, il sottoscritto dichiara di essere informato, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 13 del D.Lgs. n. 196/2003, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

Urbino, Gennaio 2022

Marco Cioppi