

**FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE**



INFORMAZIONI PERSONALI

Nome

E-mail roberta.decicco@uniurb.it
ORCID ID: 0000-0001-7835-2274

POSIZIONE ACCADEMICA

Maggio 2023 - ad oggi	Assegno di ricerca dal titolo "Comunicazione digitale, social media management e brand image: effetti sulle performance delle imprese e sui comportamenti dei consumatori" Università degli Studi di Urbino Carlo Bo Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI)
Settembre 2022 - Aprile 2023	Assegno di ricerca dal titolo "L'impiego dell'IA nei processi di Customer Experience e Brand Engagement" Università degli Studi del Molise Dipartimento di Economia, Via Francesco De Sanctis, 86100 Campobasso (CB).

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

Ottobre 2022 - Gennaio 2023	Corso di perfezionamento in Economia e Gestione Aziendale (30 CFU) Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche, Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara. Conseguito il 14.01.2023 Titolo project work: Analisi di mercato e sviluppo del Business Model.
Aprile 2017 - Giugno 2020	Dottorato in Business & Behavioural Sciences (XXXII ciclo) con menzione di Doctor Europaeus Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche (Unich), Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara. Conseguito il 23.06.2020 Titolo tesi: Chatbots for conversational commerce: A TIME-based approach investigating attitudes and behavioural intention Relatore: Prof. Mirco Fasolo.
A.A 2017 - 2018	Percorso formativo 24 CFU per l'accesso al concorso per l'ammissione al Percorso Triennale di Formazione Iniziale, Tirocinio e Inserimento nella funzione di Docente (FIT). Università degli Studi G. d'Annunzio di Chieti-Pescara.
Febbraio 2016 - Agosto 2016	Master di II livello in Gestione e Internazionalizzazione dei Sistemi Aggregativi d'Impresa Master Interateneo: Università degli Studi G. d'Annunzio di Chieti-Pescara, Teramo e L'Aquila Conseguito il 28.07.2016.

Novembre 2011- Dicembre 2014	Laurea magistrale in Marketing e comunicazione per le aziende - LM77 Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo" Conseguita il 09.12.2014 Votazione: 108/110 Titolo tesi: L'approccio alla sostenibilità delle strutture ricettive abruzzesi Relatore: Prof. Tonino Pencarelli.
Settembre 2018 - Novembre 2011	Laurea triennale in Lingue e culture straniere (Curriculum Aziendale) - L11 Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo". Conseguita il 07.11.2011 Votazione: 104/110 Titolo tesi: La crisi finanziaria irlandese Relatore: Prof. Annalisa Sentuti.
Settembre 2005 - Luglio 2010	Maturità Linguistica Istituto "G. Milli" - Via Carducci 38 - 64100 Teramo (TE) Votazione: 94/100.

DOCENTE CORSI UNIVERSITARI

Gennaio 2020 - ad oggi	Docente a contratto per l'insegnamento Marketing Automation, del corso magistrale in Marketing, presso la Católica Porto Business School, R. de Diogo Botelho 1327, 4169-005 Porto, Portugal. Direttore del corso: Prof. Božidar Vlačić.
Ottobre 2023 - Dicembre 2023	Didattica integrativa di 10 ore sull'argomento "Come il neuromarketing e le tecnologie stanno cambiando l'attività di marketing", Settore di insegnamento SECS-P/08 Marketing e comunicazione d'impresa, docente richiedente Prof.ssa Barbara Francioni.

DOCENTE CORSI DI FORMAZIONE

Gennaio 2024 - Maggio 2024	Attività didattica in lingua inglese di 60 ore nel corso "Competitive Effectiveness" (modulo relativo al marketing) nell'ambito del corso di perfezionamento "Cultura aziendale nel contesto italiano / Business Culture in the Italian Context" a.a. 2023-2024. Università Degli Studi Di Urbino Carlo Bo, DISCUI e Villanova Business School.
Anno Scolastico 2023 - 2024	Attività didattica di 15 ore sul tema "La cultura imprenditoriale. Economia e gestione delle imprese turistiche. La cultura imprenditoriale per lo sviluppo di un turismo sostenibile esperienziale e digitale", nell'ambito del Programma dei corsi di orientamento PNRR offerti agli istituti scolastici di secondo grado - A.S. 2023/24, presso: <ul style="list-style-type: none"> - Polo3 - Tecnico economico e turistico - Istituto Tecnico Commerciale - Fano (28/11/2023) - I.P.S.S.A.R. Santa Marta - Istituto professionale Statale per i Servizi Alberghieri e la ristorazione - Pesaro (02.02.2024) - Liceo Mengaroni - Pesaro (28/02/2024).

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE E RICERCA PRESSO ISTITUTI QUALIFICATI

Settembre 2019 - Febbraio 2020	Visiting Scholar presso la Católica Porto Business School, Porto (Portogallo). Research Centre in Management and Economics (CEGE), per la durata di 6 mesi. Collaborazione con Susana Silva, professoressa di marketing e responsabile della laurea magistrale in marketing presso la Católica Porto Business School. Progetto di Ricerca: " Millennials' attitude toward chatbots: an experimental study in a social relationship perspective".
--------------------------------	--

Settembre 2010 - Giugno 2011

Vincitrice di una borsa di studio ERASMUS per la frequenza di corsi di studio presso un'università estera, anno accademico 2010/2011. Il periodo di formazione si è svolto presso il Dublin Institute of Technology DIT (Irlanda).

PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI

RICERCA NAZIONALI E

INTERNAZIONALI

Gennaio 2022 - Ad oggi

Coordinatrice del progetto di ricerca internazionale "Digital sales agents on consumer responses". Ulteriori partecipanti al progetto: Prof.ssa Susana Silva, (Católica Porto Business School), Maik Hammerschmidt (University of Göttingen), Maher Elmashhara (Manchester Metropolitan University).

Giugno 2022 - Dicembre 2023

Coordinatrice del progetto di ricerca internazionale "Value Creation in Gamified Chatbot Interactions ". Ulteriori partecipanti al progetto: Prof.ssa Susana Silva, (Católica Porto Business School), Maik Hammerschmidt (University of Göttingen), Maher Elmashhara (Manchester Metropolitan University).

Maggio 2022 - Gennaio 2024

Coordinatrice del progetto di ricerca "Virtual vs human influencers". Ulteriori partecipanti al progetto: Prof. Riccardo Palumbo Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara, Dott.ssa Serena Iacobucci, Dott.ssa Loreta Cannito (Università degli Studi di Foggia) Dott.ssa Irene Ceccato (Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara).

Settembre 2021 - Gennaio 2022

Coordinatrice del progetto di ricerca "The role of emotions in B2B product advertising on social media ". Ulteriori partecipanti al progetto: Dott. Emilio Pirraglia, Dott. Felice Giuliani, Prof. Claudio Di Berardino (Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara), Prof. Riccardo Palumbo (Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara).

Gennaio 2021 - Gennaio 2022

Coordinatrice del progetto di ricerca internazionale "Using chatbots in e-retailing ". Ulteriori partecipanti al progetto: Prof. Bozidar Vlačić (Católica Porto Business School), Prof.ssa Susana Silva, (Católica Porto Business School), Maik Hammerschmidt (University of Göttingen), Maher Elmashhara (Manchester Metropolitan University).

Aprile 2020 - Marzo 2021

Coordinatrice del progetto di ricerca "Deepfakes unmasked". Ulteriori partecipanti al progetto: Dott.ssa Serena Iacobucci, Prof. Stefano Pagliaro (Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara), Dott.ssa Francesca Michetti.

Maggio 2019 - Maggio 2020

Coordinatrice del progetto di ricerca internazionale "Attitudes toward chatbots applied in digital marketing". Ulteriori partecipanti al progetto: Prof.ssa Susana Silva, (Católica Porto Business School), Prof.ssa Francesca Romana Alparone (Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara).

Gennaio 2019 - Gennaio 2020

Coordinatrice del progetto di ricerca internazionale "Native advertising and Influencer Marketing". Ulteriori partecipanti al progetto: Dott.ssa Serena Iacobucci, Prof. Stefano Pagliaro (Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara).

Marzo 2017 - Aprile 2023

Membro della sezione di Behavioral Economics and Neuroeconomics (BeLab). Responsabile: Prof. Riccardo Palumbo. Università degli studi G. D'Annunzio di Chieti - Pescara Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche, Via Luigi Polacchi, 11, 66100 Chieti (CH).

ATTIVITÀ ACCADEMICA

Ottobre 2023 - ad oggi

Rappresentante degli assegnisti di ricerca presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI), Università degli Studi di Urbino Carlo Bo.

Ottobre 2023 - ad oggi

Cultrice della materia per il settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 (Economia e gestione

delle imprese). Attività di collaborazione ai corsi universitari:
- "Social media marketing" Corso di studi in Lingue e Culture Moderne (L-11)
- "Internet marketing" Corso di studi in Lingue Moderne e Interculturalità (LM-37)
- "Economia e gestione delle imprese" Corso di studi in Lingue e Culture Moderne (L-11)
Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI).

Marzo 2020 - Aprile 2023

Cultrice della materia in "Business and behavioral economics"
Università degli Studi G. D'Annunzio di Chieti-Pescara
CdLM in Economics and Behavioral Sciences, LM-56.

Dicembre 2020 - Dicembre 2023

Supporto all'attività didattica presso l'Università degli Studi G. D'Annunzio di Chieti-Pescara per i corsi:
"Business and behavioral economics" del CdLM in Economics and Behavioral Sciences
"Economia e finanza comportamentale" del CdLM in Psicologia.
"Data Management in SPSS" del Master di primo livello in Behavioral Economics & Neuromarketing.

Dicembre 2020 - Giugno 2022

Borsa di ricerca post-dottorato dal titolo: "Le nuove possibilità offerte dall'intelligenza artificiale nella comunicazione: atteggiamenti e pregiudizi nei confronti dei chatbot"
Università degli Studi G. d'Annunzio di Chieti-Pescara
Dipartimento di Neuroscienze, Imaging e Scienze Cliniche, Chieti (Italia).

PUBBLICAZIONI

Francioni B., **De Cicco, R.**, Curina I., Cioppi M., (2025) "The strength of stance: Impact of brand activism on resistance to negative information, purchasing, and premium paying intents across different types of failures", *Journal of Retailing and Consumer Services*.

Dini M., **De Cicco R.**, Francioni B., Curina I., Cioppi M. (2025) "Is well-being improved when shared? The role of tourist information sharing in enhancing the well-being of cultural experiences", *Current Issues in Tourism*.

De Cicco R., Cioppi M., Curina I. (2025). "The Power of Chat in Online Retailing: Exploring how Chat Interaction Frequency with Human Employees Shapes AI Conversational Agents Usage and Recommendation Intentions", terzo round di revisioni al *Journal Micro & Macro Marketing*.

Curina I., **De Cicco R.**, Francioni B., Cioppi M., Rotoloni F., Diotallevi J. (Forthcoming). "Antecedents of intention to use sharing economy services during different phases of COVID-19: challenges for consumers and SMEs?", *Piccola Impresa/ Small Business*.
Doi:10.14596/pisb.3959.

De Cicco, R. (2024). Exploring the Dark Corners of Human-Chatbot Interactions: A Literature Review on Conversational Agent Abuse. In *International Workshop on Chatbot Research and Design* (pp. 185-203). Springer, Cham.

De Cicco, R., Iacobucci S., Cannito L., Onesti G., Ceccato R., & Palumbo P. (2024). Virtual vs. human influencers: Effects on users' perceptions and brand outcomes. *Technology in Society*, 102488. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102488>.

M. Elmashhara, **De Cicco, R.**, Silva, S., M. G., Hammerschmidt M., & Levi, M. (2024). How gamifying AI shapes customer motivation, engagement, and purchase behavior. *Psychology and Marketing*. DOI: 10.1002/mar.21912.

De Cicco, R., Dini M., Curina I., Francioni B., & Cioppi M (2023). The influence of socio-demographic factors on feelings of attachment, involvement, loyalty attitudes, and environmentally responsible behavior toward a cultural destination. *Turistica - Italian Journal of Tourism*.

Silva, S. C., **De Cicco, R.**, Vlačić, B., & Elmashhara, M. G. (2022). Using chatbots in e-retailing-how to mitigate perceived risk and enhance the flow experience. *International Journal of Retail*

& Distribution Management, Vol. 51 No. 3, pp. 285-305. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2022-0163>.

Silva, S. C., **De Cicco, R.**, Levi, M., & Hammerschmidt, M. (2022). Value Creation in Gamified Chatbot Interactions and Its Impact on Brand Engagement (No. 9367). Lecture Notes in Computer Science, vol 13815. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-25581-6_4.

Pirraglia, E., Giuliani, F., **De Cicco, R.**, Di Berardino, C., & Palumbo, R. (2022). The role of emotions in B2B product advertising on social media: a family business case study. Journal of Family Business Management, Vol. 13 No. 1, pp. 146-165. <https://doi.org/10.1108/JFBM-12-2021-0157>.

Iacobucci, S., & **De Cicco, R.** (2022). Perspectives for an informed policy making against misinformation. Journal of Behavioral Economics for Policy, Vol. 6(S1), 23-40.

De Cicco, R., Iacobucci, S., Aquino, A., Romana Alparone, F., & Palumbo, R. (2021, November). Understanding Users' Acceptance of Chatbots: An Extended TAM Approach. In Lecture Notes in Computer Science, vol 13171. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-94890-0_1.

Silva, S. C., Rocha, T. V., **De Cicco, R.**, Galhanone, R. F., & Mattos, L. T. M. F. (2021). Need for touch and haptic imagery: An investigation in online fashion shopping. Journal of Retailing and Consumer Services, 59, 102378. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102378>.

Iacobucci, S., **De Cicco, R.**, Michetti, F., Palumbo, R., & Pagliaro, S. (2021). Deepfakes unmasked: The effects of information priming and bullshit receptivity on deepfake recognition and sharing intention. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 24(3), 194-202. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0149>.

De Cicco, R., da Costa e Silva, S. C. L., & Palumbo, R. (2021). Should a chatbot disclose itself? Implications for an online conversational retailer. In Lecture Notes in Computer Science, vol 12604. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68288-0_.

De Cicco, R., Silva, S. & Alparone, F. (2020). Millennials' Attitude toward Chatbots: An experimental Study in a Social Relationship Perspective. International Journal of Retail & Distribution Management. doi.org/10.1108/IJRDM-12-2019-0406.

De Cicco, R., Silva, S. & Alparone, F. (2020). "It's on its way": Chatbots applied for online food delivery services, social or task-oriented interaction style?. Journal of Foodservice Business Research. <https://doi.org/10.1080/15378020.2020.1826268>.

De Cicco, R., Iacobucci, S. & Pagliaro, S. (2020). Gaining on congruence, losing transparency: The twofold effect of Influencer-Product Fit in Instagram Sponsored Content and the Role of an Enhanced Disclosure. International Journal of Advertising <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1801198>.

Iacobucci S. & **De Cicco, R.** (2020). Users awareness of native advertising from Instagram media publishers: the effects of Instagram's branded content tool on attitude and behavioural intent. Int. J. Internet Marketing and Advertising. Vol. 14, No. 1, pp.71-90. <https://doi.org/10.1504/IJIMA.2020.106046>.

PUBBLICAZIONI IN CORSO DI VALUTAZIONE EDITORIALE

De Cicco R., Francioni B., Curina I., Cioppi M. "AI vs human-generated educational content: effects on consumers' engagement and brand awareness", in revisional al Journal of Services Marketing.

De Cicco, R., Silva S., M. Elmashhara, Palumbo P., & Hammerschmidt M., "The impact of providing AI identity cues about sales agents on consumer responses: The role of social presence and speciesism activation" - Quarto round di revisioni all' European Journal of Marketing.

PARTECIPAZIONE COME
RELATORE A CONVEGNI DI
CARATTERE SCIENTIFICO IN
ITALIA O ALL' ESTERO

De Cicco R., Francioni B., Dini M., Curina I., Cioppi M. "Comparing ChatGPT and Human Advice: User Perceptions and Behavior across Pre-Site and On-Site Travel Stages", in revisione a *Tourism Management*.

Elmashhara M., Hammerschmidt M., **De Cicco, R.**, Silva S. "Strategies for Enhancing Virtual Influencer Service Performance through Human Likeness and Companionship", in revisione al *Journal of Interactive Marketing*.

De Cicco R., Francioni B., Curina I., & Cioppi M. "Disentangling how brands gain and lose from activism in response to different brand failures". Verrà presentato al 12th Annual International Colloquium on Branding, ATINER, Atene (Grecia), 29 Luglio -1 Agosto 2024.

De Cicco R., Dini M., Francioni B., Curina I., & Cioppi M. "ChatGPT's impact on tourists' pre-visit and during-visit impressions: functional over emotional perceptions". Presentato alla Sinergie-SIMA Conference 2024 "Management of sustainability and well-being for individuals and society", Università degli Studi di Parma, 13-14 Giugno 2024.

Elmashhara M. Blazquez Cano M. Julião, G. **De Cicco R.**, Correia Dionísio, M. S. "Determinants of Fashion Purchases for Metaverse Events: Variances Based on Context and Personal Characteristics". Convegno AIRSI 2024 Generative AI Challenge, Saragozza (Spagna) 10-12 Giugno 2024.

De Cicco R., Dini M., Francioni B., Curina I., & Cioppi M. "From planning to arrival: how ChatGPT shapes tourists' functional and emotional responses". Presentato al Workshop "Il knowledge management nello sviluppo di una comunità scientifica globale", Seconda Edizione, Dipartimento di Management e Diritto, Università degli Studi di Tor Vergata, 17 Maggio 2024.

De Cicco, R. "Exploring the Dark Corners of Human-Chatbot Interactions: a Literature Review on Conversational Agent Abuse", 7th Conversations workshop on chatbot research, University of Oslo, Oslo, Norvegia, 22-23 Novembre 2023.

Cioppi, M., Curina, I., **De Cicco, R.**, Dini, M., & Francioni, B. (2023). Le esperienze culturali come motore del benessere nel turismo: l'effetto sull'attaccamento e le intenzioni nei confronti della destinazione turistica. XX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (SIM), Firenze, 20-21 Ottobre 2023.

Francioni B., Curina I., Cioppi M., **De Cicco R.**, & Sigismondo G. "The role of Educational Digital Content Marketing in improving customer engagement and small firms' brand awareness". Presentato al 6th PISB Workshop titled "New Perspectives and Interdisciplinary Approaches to Entrepreneurship", Urbino, 19-20 Maggio 2023.

De Cicco, R., Iacobucci, S., Aquino, A., Romana Alparone, F., & Palumbo, R. "Understanding Users' Acceptance of Chatbots: An Extended TAM Approach". Presentato al 5th International Workshop on Chatbot Research and Design CONVERSATIONS 2020, Amsterdam, Olanda, 23-24 Novembre 2021.

De Cicco, R., Silva, S. & Palumbo R. "Should a Chatbot Disclose Itself? Implications for an Online Conversational Retailer". Presentato al 4th International Workshop on Chatbot Research and Design CONVERSATIONS 2019, Amsterdam, Olanda, 23-24 Novembre 2020.

De Cicco, R., Silva, S., Alparone F. "What kind of Chatbot do Millennials prefer to interact with? The role of Communication Style and Avatar in predicting Millennials Intention to use Chatbots". Presentato ad AIDEA 2019 (Identità, innovazione e impatto dell'aziendalismo italiano dentro l'economia digitale), Torino, 12-13 Settembre 2019.

De Cicco R., Silva S. & Alparone F.R. "It's on its way": the role of communication style of chatbots for online food delivery services. Católica Porto Business School and CEGE 16th Conference, Universidade Católica Portuguesa, Porto, Portugal, 29 Maggio 2019.

De Cicco R., Aquino A., & Alparone F. "Acceptance of messenger chatbot for online shopping". Presentato al 3° Workshop of Psychological Game Theory. Soletto (Italia), July 23-27, 2018.

De Cicco R., Aquino A., & Alparone F.R. "Acceptance of messenger chatbot for online shopping", Gran Sasso Science Institute - Pitch Presentation, GSSI, L'Aquila, 16 Novembre 2018.

De Cicco R., Aquino A., & Alparone F. "I chatbot, una tecnologia che sta rivoluzionando il nostro modo di comunicare con le aziende", Notte dei Ricercatori 2018, Poster Presentation, Chieti, 28 Settembre 2018.

**CONVEGNI E CONFERENZE DOVE
HA PRESENTATO IL PAPER UN CO-
AUTORE**

Silva S., Francisco C.A., **De Cicco R.**, Lages R.C. "Impact of Virtual Influencers' Attributes on Purchase Intention". Presentato all' EMAC 15th Regional Conference, ISEG, Lisbon, Portugal, 25 - 27 Settembre 2024

Dini M., Francioni B., Curina I, Cioppi M., **De Cicco R.** "Increasing Brand Awareness and Consumer Engagement: The Effects of Educational Digital Content Marketing". Presentato all' EMAC 53rd Annual Conference, Bucharest (Romania), 29 - 31 Maggio 2024.

Silva, S. C., **De Cicco, R.**, Levi, M., & Hammerschmidt, M. "Value Creation in Gamified Chatbot Interactions and Its Impact on Brand Engagement". Presentato al 6th International Workshop on Chatbot Research and Design CONVERSATIONS 2022, Amsterdam, Olanda 22-23 Novembre 2022.

De Cicco R., Silva S., Alparone F. (2020). What kind of Chatbot do Millennials prefer to interact with?. Proceedings of the European Marketing Academy, 49th, (63095).49th Annual EMAC Conference, Budapest, 26-29 Maggio 2020.

**ALTRI TITOLI E INCARICHI
SCIENTIFICI E ACCADEMICI**

Giugno 2024 - ad oggi

Membro della Società Italiana di Management (SIMA).

Ottobre 2023 - ad oggi

Membro dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA).

Ottobre 2023 - ad oggi

Membro della Società Italiana di Marketing (SIM)

Ottobre 2023 - ad oggi

Membro del program committee dell' International Workshop on Chatbots and Human-Centred AI "Conversations"

Revisore scientifico (Reviewer)

Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking (IF 6.6, ISSN: 2152-2715 (print); 2152-2723 (web))

European Journal of Marketing (IF 5.5, ISSN: 0309-0566)

International Journal of Human-Computer Interaction (IF 4.7, ISSN: 1532-7590)

International Journal of Retail & Distribution Management (IF 4.9, ISSN: 0959-0552)

Journal of Consumer Marketing (IF 3.6, ISSN: 0736-3761)

Journal of Family Business Management (IF 2.9 ISSN: 2043-6238)

Journal of Financial Services Marketing (ISSN: 1363-0539 (print) 1479-1846 (electronic))

Journal of Marketing Communications (IF 4.6 ISSN: 14664445, 13527266)

Journal of Research in Interactive Marketing (IF 8.2, ISSN: 2040-7122)

Journal of Retailing and Consumer Services (11.0 Online ISSN: 1873-1384; Print ISSN: 0969-6989)

International Journal of Bank Marketing (IF 6.3, ISSN: 0265-2323)
Telematics and Informatics (IF 8.5, ISSN: 0736-5853 (web); 1879-324X (print))
Frontiers in Communication (IF 2.4, ISSN: 2297-900X)
European Journal of Marketing (IF 5.0, ISSN: 0309-0566).

Relatrice tesi

- A.A 2023-2024 "Impact of Virtual Influencer Attributes on Purchase Intention"
Laurea Magistrale in "Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa;
Studentessa: Catarina Maria Garcia Francisco
Programme Director: Božidar Vlačić.
- A.A 2023-2024 "Are Chatbots being optimized? Unveiling the Efficiency-Effectiveness Dilemma in Rule-Based and Large Language Models Chatbots"
Laurea Magistrale in "Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa;
Studente: António Pedro Viana Oliveira
Programme Director: Božidar Vlačić.
- A.A 2022-2023 "Under which conditions do Virtual Influencers as Brand Endorsers provide positive outcomes?"
Laurea Magistrale in "Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa;
Studentessa: Beatriz Rita Da Cruz Pineda Fernandes
Programme Director: Božidar Vlačić
- A.A 2022-2023 "What drives people to use Metaverse? The moderating role of Fashion Clothing Product Involvement on social identity: a social influence perspective"
Laurea Magistrale in "Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa;
Studentessa: Margarida Cruz
Programme Director: Božidar Vlačić.
- A.A 2021-2022 "The determinants of success of virtual influencer"
Laurea Magistrale in "Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa;
Studentessa: Catarina Sofia Sousa Reis
Programme Director: Božidar Vlačić.
- A.A 2021-2022 "Are virtual influencers falling into the uncanny valley? An empirical study perspective"
Laurea Magistrale in "Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa;
Studentessa: Gabriela Salvador
Programme Director: Prof. Susana Silva.
- A.A 2020-2021 "Effects of gamified chatbots on customers' engagement and emotional connection with the company"
Laurea Magistrale in "Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa;
Studentessa: Maria Levi Silva
Programme Director: Prof. Susana Silva.

Ruolo di esaminatrice in

commissione tesi

A.A 2023-2024	<p>“Development of Marketing Automation: key approaches and new avenues” Laurea Magistrale in “Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa; Studente: Tiago Silva de Barros Programme Director: Prof. Božidar Vlačić.</p>
A.A 2023-2024	<p>“The impact of different creative display techniques on brand and purchase outcomes” Laurea Magistrale in “Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa; Studentessa: Beatriz Monteiro da Rocha Programme Director: Prof. Božidar Vlačić.</p>
A.A 2022-2023	<p>“Emergence and evolution of e-commerce among Portuguese wine manufacturers: a multiple case study” Laurea Magistrale in “Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa; Studentessa: Marta Figueiredo Ferreira Programme Director: Prof. Susana Silva.</p>
A.A 2022-2023	<p>“Factors Influencing Interaction with Recruitment Chatbots” Laurea Magistrale in “Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa; Studentessa: Daniela Cristina Rodelo Diaz Programme Director: Prof. Susana Silva.</p>
A.A 2021-2022	<p>“The communication of family-based brand identity through social media storytelling : evidence from Portuguese textile industry” Laurea Magistrale in “Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa; Studentessa: Joana da Ponte Neiva Programme Director: Prof. Susana Silva.</p>
A.A 2021-2022	<p>“Factors Influencing User Attitude and Satisfaction towards Recruitment Chatbots “ Laurea Magistrale in “Business Economics; Management (All Areas) & Marketing, Católica Porto Business School - Universidade Católica Portuguesa; Studentessa: Maria Santos Paes Programme Director: Prof. Susana Silva.</p>

ATTIVITÀ DI DIVULGAZIONE SCIENTIFICA

26 Maggio 2024: Relatrice sul tema “Esperimenti di umanità digitale: naturale o artificiale”, presso l’evento di divulgazione “Fosforo: la festa della scienza”, Senigallia, 23-26 Maggio 2024.

2017- in corso: Co-editor-in-chief e contributor per il blog economiecomportamentale.it
Attività di divulgazione scientifica nell’ambito dell’economia comportamentale.

2021- in corso: Co-editor-in-chief e contributor per il blog behavioraleconomics.blog
Attività di divulgazione scientifica internazionale nell’ambito dell’economia comportamentale.

Marketing e comunicazione per i workshop:

- “Neurosciences and Trust in Businesses and Organizations”, 28 Luglio 2020, Università G. d’Annunzio di Chieti-Pescara
- “Behavioral Economics and Neuromarketing in 4 Steps”, Maggio 2020, Università G. d’Annunzio di Chieti-Pescara
- “AI and Humanity for the 4.0 Industry”, 11 Luglio 2019, Università G. d’Annunzio di Chieti-

CORSI DI FORMAZIONE NON**ACCADEMICI**

Pescara

- "Behavioral Economics and Neurosciences for Businesses" - 21 Novembre 2018, Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara.
- Maggio 2022: Corso di formazione in Fondi europei 2021-2027: programmi di finanziamento, tecniche di progettazione e budget. Ente: Prodos Academy.
- Gennaio - marzo 2022: corso per la certificazione professionale in Project Management di Google
- Settembre 2021: Corso E-Learning sulla Privacy (GDPR) per i Titolari o Responsabili Autorizzati al Trattamento dei Dati (Corso Avanzato). Ente: Vega formazione
- Marzo - Giugno 2019: Contamination Lab UniTe (Università degli Studi di Teramo)
- Gennaio 2017: Eccellenze in Digitale - Ente: Google
- Maggio - Dicembre 2017: Corso di Web Design - Ente: PC75
- Novembre 2016: Crescere in Digitale - Ente: Google e Unioncamere
- Maggio 2015: Corso di formazione di 250 ore "Web Content Management Turistico" - Ente: ATS Eventitalia.

ALTRE CAPACITÀ E COMPETENZE**PERSONALI****Madrelingua**

ITALIANO

Altre lingue**Inglese****Spagnolo**

COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione Orale	
C1	C1	C1	C1	C1
FCE (2007) - Cambridge Assessment English				
B2	B2	B2	B2	B2

Livelli: A1/A2: Utente Base - B1/B2: Utente Autonomo - C1/C2 Utente Avanzato (CEFR)

Competenze comunicative

Ottime competenze comunicative e di presentazione di progetti e risultati anche in lingua straniera, sviluppate durante l'attività di ricerca e di presentazione a convegni nazionali e internazionali. Ottime competenze di scrittura maturate nel corso dell'attività di divulgazione scientifica su blog di settore.

Competenze organizzative e gestionali

Ottime capacità di lavoro di gruppo sviluppate grazie alla collaborazione con vari team di ricerca accademica multidisciplinare e multiculturale; di problem-solving e di project e time management.

Competenze informatiche

- ECDL Core (Test Center DIDASCA - DS_0483, 22 novembre 2013)
- ECDL Specialized IT- Security (20 maggio 2017, Certificate number IT 2283882)

Altre certificazioni

- Certificazione professionale in Project Management di Google (Google, 15 marzo 2022)
- Addestramento professionale dattilografia (Accademia Internazionale di Alta Formazione Giulio Cesare, 27 gennaio 2021)
- Certificazione Fortablet (19 giugno 2020, Certificate number DOCX1363)
- Certificazione Forlim (17 giugno, 2020, Certificate number DOCF2503)
- EQDL Start (Test Center DIDASCA - DS_0483, 22 novembre 2013)

Competenze professionali

Conoscenza ed utilizzo dei principali sistemi di raccolta dati (e.g. Qualtrics)
 Conoscenza ed utilizzo di sistemi di eye tracking Tobii
 Conoscenza ed utilizzo dei principali software di analisi dati (SPSS, SmartPLS, Jasp, Janovi, Amos)
 Conoscenza ed utilizzo dei seguenti linguaggi di programmazione: R (basic user)

Conoscenza ed utilizzo dei CMS (WordPress)
Conoscenza ed utilizzo di software di grafica (Canva, Photoshop).

TRATTAMENTO DEI DATI
PERSONALI

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

Urbino, 16 Ottobre 2024