

CURRICULUM VITAE

LETIZIA LO PRESTI

INTERESSI DI RICERCA

Consumer behavior; social media marketing; digital marketing; customer engagement; public engagement

POSIZIONE ATTUALE

1 Novembre 2018 ad oggi **Ricercatore (RTD-A) in Economia e Gestione delle Imprese (SSD. SECS/P-08)**,
Università di Roma UNITELMA SAPIENZA - Viale Regina Elena, 295 – ROMA,
Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche

ATTIVITÀ ACCADEMICA

2 Gennaio 2017 al 31 Ottobre 2018 **Assegnista di ricerca Post-doc in Economia e Gestione delle Imprese (SSD. SECS/P-08) (assegno di ricerca di tipo A)** Dipartimento DISA-MIS – Università degli Studi di Salerno (SA)

Novembre 2015-Novembre 2016 **Assegnista di ricerca in Economia e Gestione delle Imprese (SSD. SECS/P-08)**,
Dipartimento DISA-MIS – Università degli Studi di Salerno

Da 2017 - oggi **Cultore della materia** per gli insegnamenti di:

- **Management Internazionale ed E-Business (9 CFU)**
nell'ambito del CdL in Economia e Management Internazionale, Università degli Studi Internazionali di Roma (UNINT)
- **Luxury Goods Management (9 CFU)**
nell'ambito del CdL in Economia e Management Internazionale, Università degli Studi Internazionali di Roma (UNINT)

Dal 2014 - oggi **Cultore della materia** per gli insegnamenti di:

- **Fondamenti di Marketing (10 CFU)**
nell'ambito del CdL in Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Salerno
- **Marketing Internazionale (12 CFU)**
nell'ambito del CdL in Consulenza e Management Aziendale, Università di Salerno

ATTIVITÀ DIDATTICA

Dal 1 Novembre 2018 Docente presso l'Università degli Studi di Roma UNITELMA SAPIENZA per i seguenti insegnamenti:

Management of Innovation (12 CFU)

nell'ambito del CdL Magistrale in Economia, Management e Innovazione (CLEMI)

Economia e Gestione delle Imprese II (8 CFU)

nell'ambito del CdL Triennale in Scienze dell'Economia Aziendale (CLEA)

Economia e Gestione delle Imprese Turistiche e Culturali (8 CFU)

nell'ambito del CdL Triennale in Scienze dell'Economia Aziendale (CLEA)

Marketing Turistico e Territoriale (7 CFU)

nell'ambito del CdL Triennale in Scienze dell'Economia Aziendale (CLEA)

a.a. 2017/2018 **Incarico di docenza (31 ore) in Marketing**

nell'ambito del CdL in Economia e Management - Dip. DISA-MIS, Università degli Studi di Salerno

- Settembre-
Novembre 2018 **Incarico di docenza (25 ore) in Marketing**
nell'ambito del Corso di formazione Cultural Heritage 4.0, organizzato da Virvelle -
Training Experience, Piazzetta Barracano, 13 - 84123 - Salerno (SA)
- 1 Aprile – 30
Maggio 2018 **Incarico di docenza (5 ore)** (con contratto di prestazione d'opera occasionale) per il
Progetto Alternanza Scuola Lavoro "I sistemi dunali: luoghi di tutela e di impresa" presso
il Liceo Statale Alfano I, Via dei Mille, 41 – 84132 Salerno.
- Giugno -
Novembre 2017 **Incarico di docenza - Modulo di Marketing (12 ore)** per il Corso di Formazione
Manager del Trasporto organizzato dalla Federazione Autotrasportatori Italiani
provinciale di Salerno, Via Antonio Amato, 20/22 – 84131 Salerno (SA).
- a.a. 2015/2016 **Tutor accademico e attività integrativa della didattica (21 ore)** per gli insegnamenti:
- **Fondamenti di Marketing (10 CFU)**
CdL in Economia e Gestione delle Imprese (LT), Università degli Studi di Salerno
 - **Marketing Internazionale (12 CFU)**
CdL in Consulenza e Management Aziendale (LM), Università degli Studi di Salerno
- a.a. 2014/2015 **Tutor accademico e attività integrative della didattica (40 ore)** per l'insegnamento:
- **Fondamenti di Marketing (10 CFU)**
CdL in Economia e Gestione delle Imprese (LT), Università degli Studi di Salerno
- 22-31 maggio
2006 **Tutor accademico** per il corso SdiF "Orientamento al lavoro" presso la Facoltà di
SSMMFFNN dell'Università degli Studi di Palermo. SdiF- Scuola di Formazione della
Fondazione Rui – Roma, V.le XXI Aprile, 36 00162

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- 11 Luglio 2016 **Dottorato di Ricerca in Marketing e Comunicazione - XIV Ciclo**, presso Università
degli Studi di Salerno, Fisciano, Italia conseguito con votazione "Ottimo"
- Dicembre 2011 **Master in Marketing Management (XI Ed.)**
Università degli Studi di Parma e Il Sole 24Ore, Campus, Centro Santa Elisabetta, Parma
- Febbraio 2010 **Laurea Specialistica in Comunicazione d'Impresa e Pubblicità**, conseguita con
votazione 110/110 e lode e Menzione della tesi, Università degli Studi di Palermo
- 13-15/05/2018 **Partecipazione alla 4° Ed. Doctoral & Research Colloquium** organizzato dalla SIM
Società Italiana di Marketing presso Università degli Studi di Firenze, Via delle Pandette,
9 Firenze
- 21/11/2016 **Corso avanzato su utilizzo del software NVIVO 11 Plus** – Roma, GMSL S.r.l.
- 31/08/2015 –
4/09/2015 **Summer School: Modelli di Equazioni strutturali – Corso di base**, Scuola di
Metodologia per la ricerca sociale, Università della Calabria, Campus di Arcavacata,
Rende (CS) Italia
- 28/07/2014 -
01/08/ 2014 **Summer School: Analisi Multivariata** per la ricerca sociale, Scuola di Metodologia per
la ricerca sociale, Università della Calabria, Campus di Arcavacata, Rende (CS) Italia
- 20/09/2013 –
15/10/2013 **Social Network Analysis (30 ore)**, Università degli Studi di Salerno, Fisciano, Italia
- 03/12/2011 **Certificato internazionale di conoscenza della lingua cinese - HSK (Livello 1)** Haban
Confucius Institute Headquarters. Score report 150/200

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA

- 2019 **Grant SIM 2019**
"Dal *social commerce* al *conversational commerce*: nuovi modelli di *digital relational sales* attraverso la messaggistica istantanea". Società Italiana Marketing (SIM). Ruolo:
Principal investigator

- 2018 **Progetto F.A.R.B. 2018 (Finanziamento Alla Ricerca di Base)**
 “Dall’e-commerce al conversational commerce. Multicanalità ed engagement platform per il miglioramento del consumer perceived value nel retail 4.0”. Dip. DISA-MIS, Università degli Studi di Salerno. Ruolo: Membro dell’unità di ricerca
- 2017 **Progetto F.A.R.B. 2017 (Finanziamento Alla Ricerca di Base)**
 “Coinvolgere i clienti attraverso i social: le nuove frontiere del Customer Relationship Management”. Dip. DISA-MIS, Università degli Studi di Salerno. Ruolo: Membro dell’unità di ricerca
- 2016 **Progetto F.A.R.B. 2016 (Finanziamento alla Ricerca di Base)**
 “Online Public Engagement construct and University Brand Perception and Choice”. Dip. DISA-MIS, Università degli Studi di Salerno. Ruolo: Membro dell’unità di ricerca. Ruolo: Ruolo: Membro dell’unità di ricerca
- 2015 **Progetto F.A.R.B. 2015 (Finanziamento alla Ricerca di Base)**
 “Comunicazione e Marketing per le strategie di Public Engagement nelle Istituzioni Universitarie”. Dip. DISA-MIS, Università degli Studi di Salerno. Ruolo: Membro dell’unità di ricerca
- 2014 **Progetto F.A.R.B. 2014 (Finanziamento Alla Ricerca di Base)**
 “Il ruolo della cultura nella formazione dell’immagine Paese. La proposta del costrutto della culture-of-origin image”. Dip. DISA-MIS, Università degli Studi di Salerno. Ruolo: Membro dell’unità di ricerca
- 2013 **Progetto F.A.R.B. 2013 (Finanziamento Alla Ricerca di Base)**
 “Longevità delle imprese e sviluppo internazionale. Un’analisi empirica sulle aziende centenarie campane”. Dip. DISA-MIS, Università degli Studi di Salerno. Ruolo: Membro dell’unità di ricerca

PREMI E RICONOSCIMENTI

- 2019 **Vincitrice GRANT SIM 2019** – Grant di ricerca bandito dalla Società Italiana Marketing (SIM) sul tema “Digital Sales:dalla lead generation alle vendite, passando per la customer experience”. Ruolo: Principal Investigator
- 2017 **Premio Tesi di Dottorato di Ricerca** rilasciato da AICUN (Associazione Italiana Comunicatori d’Università) in data 17 marzo 2017 per la tesi di dottorato in Marketing e Comunicazione dal titolo: “L’altra P del marketing: il Public engagement come leva del marketing nell’era 2.0”.
- 2016 **Assegnato il Selected paper per la pubblicazione su Sinergie Journal 2017** per l’articolo Marino V. e Lo Presti L. (2016). “Comunicazione digitale e Public Engagement. Nuovi approcci strategici per le Istituzioni Universitarie”, presentato al XXVIII Convegno annuale di Sinergie 2016, Management in a Digital World. Decisions, Production, Communication, 9-10 giugno 2016 - Università degli Studi di Udine.
- 2011 **Vincitrice** - “Premio Marketing XXIII Ed. – Caso Enel Drive” indetto dalla Società Italiana Marketing (SIM) – Sezione “Master”
 Piano Marketing: ideazione di un piano per incentivare la stipula di contratti di fornitura di energia elettrica rivolto a nuovi segmenti Enel Green Power/auto elettrica.
- 2010 **Vincitrice di Borsa di Studio** Università degli Studi di Parma e Il Sole24Ore messa in palio dalla XI Ed. del Master in *Marketing Management* – Campus Sant’Elisabetta, Parma, Italia
- 2010 **Menzione** per la Tesi di Laurea Specialistica “*Market Basket Analysis: analisi del comportamento del consumatore nel caso Grande Migliore*” rilasciata dall’Università degli Studi di Palermo.
- 2010 **6° Classificata nella graduatoria nazionale** - Sez. “Università” del XXII Ed. del "Premio Marketing - Caso FAI" indetto dalla Società Italiana Marketing (SIM).

Piano Marketing: ideazione di un piano rivolto al coinvolgimento e all'incremento di nuovi tesserati della categoria "giovani".

- 2009 **Vincitrice** della 3° Ed. "Il Volto Nuovo della Comunicazione Sociale, Sez. "Progettare e Innovare" indetto da Pubblicità Progresso.
Campagna di comunicazione: pianificazione di attività di sensibilizzazione e coinvolgimento in favore di Amnesty International.
- 2008 **Vincitrice** della 2° Ed. "Il Volto Nuovo della Comunicazione Sociale, Sez. "Campagna pubblicitaria per un'organizzazione non profit" indetto da Pubblicità Progresso.
Campagna di comunicazione: pianificazione di attività di sensibilizzazione nuovi target, pianificazione mezzi e attività di fundraising in favore del FAI.
La campagna di comunicazione è stata utilizzata nell'anno 2009 sui siti gestiti da Tiscali per l'attività di fundraising del Fai.
- 2001 **Vincitrice** del Concorso "Io cittadino d'Europa...aspettative e proposte" bandito dalla Provincia Regionale di Palermo – Direzione Europa nell'ambito della 2° Ed. della "Festa d'Europa 2000".

PUBBLICAZIONI IN RIVISTE SCIENTIFICHE

Marino V., **Lo Presti, L.**, Pellicano M. (2019). "*Rediscovering public engagement in higher education: A bridge between university community and publics*". African Journal of Business Management (in press). (corresponding author).

Lo Presti L., Testa M., Marino M., Singer P. (2019). "*Engagement in Healthcare Systems: Adopting Digital Tools for a Sustainable Approach*". Sustainability, Vol. 11, Issue 220, pp. 1-15. (corresponding author)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2018). "*From citizens to partners: the role of social media content in fostering citizen engagement*". Transforming Government: People, Process and Policy, Vol. 12 Issue 1, pp. 39-60. (corresponding author)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2018). "*Approaches to university public engagement in the online environment: insights from Anglo-Saxon Higher education*". International Journal of Educational Management, Vol. 32 Issue 5, pp. 734-748. (corresponding author)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2018). "*Engagement, satisfaction and customer behavior-based CRM performance: an empirical study of mobile instant messaging*". Journal of Service Theory and Practice, Vol. 28 Issue 5, pp. 682-707. Doi: 10.1108/JSTP-11-2017-0222. (corresponding author)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2018). "*Increasing convergence of civic engagement in management: a systematic literature review*". International Journal of Public Sector Management, <https://doi.org/10.1108/IJPSM-03-2018-0068>. (corresponding author)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2017). "*Towards an online approach to university public engagement: An exploratory analysis of website content*". Mercati e Competitività - The Journal of the Italian Marketing Association Vol. 2/2017, pp. 73-96, ISSN:1826-7386. (corresponding author)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2017). "*Comunicazione digitale e Public Engagement. Nuovi approcci strategici per le istituzioni universitarie*". Sinergie Italian Journal of Management, CUEIM, n.103 Maggio-Agosto 2017, pp. 169-189, ISSN:0393-5108. (corresponding author)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2015). "*Comunicazione e Citizen engagement. L'esperienza dell'unione Europea attraverso i social network*", Mercati e Competitività - The Journal of the Italian Marketing Association, n. 3/2015, pp. 85-102, ISSN 1826-7386. (corresponding author)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2015). "*Strumenti di comunicazione digitale e public engagement. Il caso delle Università europee*", Esperienze d'Impresa, n. 1/2015 pp. 1-12 ISSN 1971-5293. (corresponding author)

CONTRIBUTI IN VOLUME

Lo Presti L. e Marino V., (2016). *"Evaluating the Impact of Social Networks on the University's Public Engagement"*, in "Strategies for University Management", Vol. 2, Chapter 5, pp. 61-81, J. Mark Munoz and Neal King (Eds.), Business Expert Press, New York USA, 2015 ISSN: 2150-9611.

Marino V. Testa M. e **Lo Presti L.** (2018). *"Alla ricerca dell'elisir di lunga vita. L'orientamento strategico alla sostenibilità delle imprese longeve"* in (Eds.) P.M.A. Paniccia e S. Barile, Evoluzionismo sistemico. Il fascino della precarietà, Evoluzionismo sistemico. Il fascino della precarietà, pp. 137-141, Roma, Aracne editrice. ISBN:978-88-255-1664-7

PUBBLICAZIONI IN REFEREED PROCEEDINGS DI CONFERENZE

Marino V. e **Lo Presti L.** (2018). "Mobile Instant Messaging in Business as Engagement Platform: Technology Acceptance and Perceived Value on Satisfaction and CRM Performance". Conference Proceedings della XX Convegno annuale della Società Italiana Marketing, pp. 1-7, Convegno annuale di Sinergie 2018, Convegno annuale di Sinergie-SIMA 14-15 giugno 2018 - Università Ca Foscari Venezia. (presentazione orale).

Marino V. e **Lo Presti L.** (2018). "Consumer Engagement Vs Consumer Disengagement? Il ruolo delle community online nella definizione della propensione all'acquisto di prodotti del Made in Italy". Conference Proceedings della XIV Convegno annuale della Società Italiana Marketing, pp. 1-7, 18-19 Ottobre, 2018 Bari

Marino V. e **Lo Presti L.** (2017). "Web communication Strategy and University Public engagement". 19th. Conference Proceedings 2016 Academy of Marketing Science World Marketing Congress, "Marketing at the Confluence between Entertainment and Analytics", pp. 1-4, Parigi, 19-23 Luglio 2016, Springer Publishing (ISBN: 978-3-319-47330-7) (presentazione orale).

Marino V. e **Lo Presti L.** (2017). "La messaggistica istantanea nella co-creazione del valore: le nuove frontiere del customer engagement". Conference Proceedings IXX Convegno annuale di Sinergie 2017, Convegno annuale di Sinergie-SIMA "Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società" 15-16 giugno 2017 - Università degli Studi di Napoli Federico II (presentazione orale).

Marino V., **Lo Presti L.** e Grasso L. (2017). "Cultural heritage e social media engagement: un'analisi esplorativa delle imprese storiche del Made in Italy". Conference Proceedings della XIV Convegno annuale della Società Italiana Marketing, pp. 1-6, 26-27 Ottobre, 2017 Bergamo, ISBN: 978-88-907662-9-9 ((presentazione orale)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2016). "Comunicazione digitale e Public Engagement. Nuovi approcci strategici per le Istituzioni Universitarie". Conference Proceedings XXVIII Convegno annuale di Sinergie 2016, "Management in a Digital World. Decisions, Production, Communication", 9-10 giugno 2016 - Università degli Studi di Udine, pp. 157-171 (ISBN: 97888907394-6-0) (presentazione orale).

Lo Presti L., Marino V., Di Betta P. (2016). "Sulle orme del consumatore: affinity analysis e knowledge visualization per il processo decisionale nella distribuzione commerciale". Conference Proceedings XIII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, pp. 1-7, 20-21 Ottobre, 2016, Cassino (ISBN 978-88-907662-6-8) (presentazione orale).

Marino V. e **Lo Presti L.** (2016). "Social Media Mix in the University Communication Plan: A Bridge towards Public Engagement". Conference Proceedings 2015 Academy of Marketing Science World Marketing Congress, pp. 275-281 Luglio 2015, Bari, Springer Publishing (ISBN 978-3-319-29876-4) (presentazione orale).

Marino V. e **Lo Presti L.** (2016). "European Citizen Engagement. Which is the most involving communication content?". 6th. Conference Proceedings 2016 "Global Innovation and knowledge Academy" 21-23 March 2016, Valencia (ISBN: 978-84-608-3840-1) (presentazione orale)

Marino V. e **Lo Presti L.** (2015). "Università e strategie di web communication per il public engagement. Esperienze internazionali a confronto". Conference Proceedings della XII Convegno annuale della Società Italiana Marketing, pp. 1-6, 22-23 Ottobre, 2015 Torino (ISBN 978-88- 907662-4-4) (presentazione orale).

RELATORE A CONGRESSI E CONVEGNI NAZIONALI

- 26 Maggio 2016 Relatore invitato per il Programma "Erasmus Staff training Week" 2016 "*Social media Mix in the University Communication Plan: a bridge towards Public Engagement*". Ufficio Erasmus – Relazioni Internazionali – Università degli Studi di Salerno
- Settembre 2014 Relatore al XI Convegno annuale della Società Italiana Marketing, Modena, 18-19 Settembre 2014. "*Comunicazione e Citizen Engagement. L'utilizzo dei social network per la definizione del progetto di "comunicazione europea in partnership"*".

CONOSCENZA DELLE LINGUE STRANIERE

Inglese	Ottimo
Cinese	Livello principiante
Spagnolo	Livello scolastico

ALTRE INFORMAZIONI

- 2018 Socio Junior 2018 della Società Italiana Marketing
- 2017 Socio Junior 2017 della Società Italiana Marketing
- 2016 Socio dell'Academy of Marketing Science
- 2016 Socio Junior 2016 della Società Italiana Marketing
- 2015 Socio dell'Academy of Marketing Science
- 2015 Socio Junior 2015 della Società Italiana Marketing
- 2012 Collaborazione al libro "*E' Dolce far dolci*" (2012) edito da CAMEO S.P.A. Edizione Mondadori, Milano, Italia
- 2009 Socia Onoraria FAI (Fondo Ambiente Italiano) per l'anno 2009/2010

Data: 11 Gennaio 2019

FIRMA

