

## CURRICULUM PROF.SSA ARIANNA DI VITTORIO

e-mail: [arianna.divittorio@uniba.it](mailto:arianna.divittorio@uniba.it)

Dipartimento di Economia, Management e Diritto d'Impresa  
Largo Abbazia Santa Scolastica 23 – 70124 BARI  
Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”  
Tel. 080/5049138

### Posizione attuale

- **Professore associato in *Economia e Gestione delle Imprese* (SECS-P08), Facoltà di Economia-Università di Bari (dal 1/1/2005);**
- Ricercatrice confermata in *Economia e Gestione delle Imprese* (SECS-P08), Facoltà di Economia-Università di Bari (dal 30/7/99 al 31/10/2002, Facoltà di Economia-Foggia e dal 1/11/2002 al 31/12/2004, Facoltà di Economia-Bari);

### Docenze

- *Economia e Tecnica della Comunicazione*, C.L. in Marketing e Comunicazione d'Azienda, Facoltà di Economia-Università di Bari (a.a. 2011/12; 2012/13; 2013/14; 2014/15; 2015/16);
- *Brand Management*, Laurea Magistrale in Marketing, Facoltà di Economia-Università di Bari (a.a. 2015/16).
- *Marketing Esperienziale*, C.L. in Marketing e Comunicazione d'Azienda, Facoltà di Economia-Università di Bari (a.a. 2016/17).
  
- *Marketing Applicato*, C.L. in Marketing e Comunicazione, Facoltà di Economia-Università di Bari (a.a. 2005/06; 2006/07; 2007/08; 2008/09; 2009/10; 2010/11; 2011/12; 2012/13; 2013/14; 2014/15);
- *Marketing del Turismo*, Laurea Magistrale in Economia e Gestione delle Aziende e dei Sistemi Turistici (EGAST)(divenuta Economia e Gestione delle Aziende e dei Servizi Turistici dal 2013/14), Facoltà di Economia-Università di Bari (a.a. 2010/11; 2011/12; 2012/13; 2013/14; 2014/15);
  
- *Economia e Gestione delle Imprese Turistiche*, D.U. in Economia e Gestione dei Servizi Turistici, Facoltà di Economia-Università di Foggia (a.a.1999/2000; 2000/01; 2001/02; 2002/03);
- *Economia e Tecnica della Comunicazione Aziendale e di Economia e Tecnica della Pubblicità II*, D.U. in Marketing e Comunicazione d'Azienda, Facoltà di Economia-Università di Bari (a.a. 2002/03);
- *Marketing del Turismo*, C.L. in Economia e Commercio, Facoltà di Economia-Università di Bari (a.a. 2003/04; 2004/05; 2005/06; 2006/07; 2007/08; 2008/09; 2009/10; 2010/11);
- *Marketing Turistico e delle Città d'Arte* (20 ore), Master di I livello in “Economia e Management del Turismo Culturale”, Facoltà di Economia, Università di Bari in collaborazione con l'Università di Malaga (2005; 2006; 2007; 2008).

### **Abilitazioni alla libera professione**

- Dottore commercialista, conseguita a Bari il 09/06/1994; iscrizione n°44136 Albo Dottori Commercialisti Bari;
- Revisore contabile (iscrizione nel relativo registro con decreto del Ministero di Grazia e Giustizia del 26 maggio 1999, in Suppl. Straord. Gazz. Uff., 4° serie speciale, dell'8/6/1999, p.21 e segg.).

### **Formazione in Italia**

- Laurea in Economia e Commercio, Università di Bari, a.a. 1989/90-1992/93, votazione 110 e lode/110 con menzione; tesi in Marketing su "L'influenza della variabile prezzo nella formulazione di una strategia d'impresa";
- Dottoressa di ricerca in Economia aziendale presso l'Università di Bari (X ciclo);
- "Cultrice della materia" presso l'insegnamento di Tecnica Industriale e Commerciale e presso l'insegnamento di Marketing della Facoltà di Economia dell'Università di Bari (a.a.1993/94 - 1998/99).

### **Formazione all'estero**

- Soggiorno annuale presso il Dipartimento di Analisi Economica, Università di Valencia, Spagna, tramite Borsa di studio CNR in Scienze Economiche (1995);
- Soggiorno annuale presso il Dipartimento di Economia e Impresa, Università Pompeu Fabra, Barcellona, tramite Borsa di studio annuale per l'estero CNR in Scienze Economiche (aa. 1998/99);

### **Corsi di specializzazione e aggiornamento**

- Corso di "Lingua Inglese", Dipartimento di letteratura inglese, Università di Loughborough, Leicestershire, Inghilterra, estate 1988;
- Corso in "Comunicazione d'Impresa", Centro Comunicare l'Impresa, Bari, 1994;
- Ciclo di seminari "Marketing zone: strategie di marketing e comunicazione", Università di Bari, 1996;
- Corso di specializzazione in "Marketing e Management dell'Impresa Turistica. Sistemi di formazione e sviluppo di una nuova cultura d'impresa", IFOC, Bari, 1997.

### **Esperienze didattiche esterne alla Facoltà**

- Docenza di marketing nel corso di F.P. in "Informatica Umanistica applicata al terziario avanzato", Seminario di Storia della Scienza, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università di Bari (29/9/97 - 3/10/97);
- Docenza nel corso di perfezionamento post-lauream in "Controllo della Qualità", Facoltà di Economia, Università di Bari (a.a.1999/2000, 2000/01; 2001/02; 2002/03);
- Corso seminariale su temi di natura aziendalistica, Università LUISS, Roma (a.a. 2000/01);

- Docenza di strategie di marketing al Master post-laurea per “Esperti in Statistica e Ricerche di Mercato quali-quantitative”, Facoltà di Economia, Università di Bari (in collaborazione con SPEGEA e CIRM Ricerche), (7/2003-7/2004);
- Docenza di *Economia e Gestione delle Imprese Turistiche* (60 ore) e di *Marketing Turistico* (80 ore) per il corso IFTS PON Mis.5.1 di “Tecnico superiore per l’organizzazione e il marketing del turismo integrato” presso il Liceo Artistico “De Nittis”- Bari (1/2005-12/2005);
- Docenza di *Comunicazione e Vendite* (20 ore) per il Corso di Formazione JCOM Academy “Comunicazione, Web Marketing e Vendita” (marzo-maggio 2016).

### **Incarichi scientifici**

- Membro del Comitato scientifico dell'*Osservatorio per il turismo*, Università Cattolica del Sacro Cuore, Brescia (2001/02);
- Membro del Progetto di ricerca previsionale “Il futuro del Turismo in Puglia 2008-2012” della S3.Studium di Roma (società di ricerca e formazione fondata e diretta da Domenico De Masi) su incarico di Turisma Hospitality Consulting (2007);
- Membro del Collegio dei docenti del Dottorato di Ricerca in “Analisi e storicizzazione dei processi produttivi” (coordinatore prof. Giulio Fenicia), Facoltà di Economia, Università di Bari, XXV ciclo;
- Membro del Collegio dei docenti del Dottorato di Ricerca in “Economia e Management” (coordinatore prof. Lagioia Giovanni), Università di Bari, a.a. 2014/15 (XXX ciclo), 2015/16 (XXXI ciclo), 2016/17 (XXXII ciclo).
- Membro della Faculty didattica dell’AICFOR (Accademia Internazionale Coach Formatori Orientatori), Ente associato all’Univeristé Européenne “Jean Monnet”- Bruxelles.

### **Esperienze aziendali**

- Collaborazione presso la società Svimservice di Bari a supporto dell'attività di pubblica comunicazione dell'azienda (15/1/96 - 15/7/96).

### **Conoscenza lingue straniere**

- Inglese (ottimo); Francese (buono); Spagnolo (buono).

### **Settori di ricerca scientifica**

- La Qualità Totale nelle società di servizi e nella Pubblica Amministrazione;
- Il Marketing Turistico;
- La Qualità Totale nella struttura alberghiera;
- Comunicazione e relazioni con il cliente;
- I nuovi processi d'acquisto dei consumatori;
- L’esperienza di consumo.

### **Pubblicazioni**

Vedi elenco a parte.

## ELENCO DELLE PUBBLICAZIONI PROF.SSA ARIANNA DI VITTORIO

### VOLUMI

- *Evoluzione e funzione dell'impresa familiare. La qualità totale come strategia competitiva*, Torino, Giappichelli, 2000.
- *Il prezzo nell'era di Internet. L'evoluzione del prezzo nel mercato on line*, Milano, Franco Angeli, 2004.
- *Nuove forme di gestione nel comparto turistico. Qualità ambientale e qualità dei servizi nell'industria alberghiera*, Bari, Cacucci, 2005.
- *Customer Relationship Management e nuovi processi di acquisto per il consumatore turistico*, Milano, Franco Angeli, 2007.
- *Le prospettive del turismo in Puglia. Indagine previsionale per il periodo 2008-2012 (in AA.VV.)*, Milano, Turisma Hospitality Consulting, 2008.
- *Heritage e turismo culturale. L'innovazione nell'offerta di cultura e la creazione di valore per il territorio*, Roma, Rirea, 2012.

### SAGGI

- *Le tariffe aeree: formazione e differenziazione*, in "Bari Economica", 1995, n.1, pp.49-61.
- *Alitalia e Iberia: due modi diversi di comunicare. Affinità e divergenze attraverso la pubblicistica*, in "Bari Economica", 1995, n.2, pp.17-22.
- *Identifying, measuring and responding to different market segments: price determination in air transport*, in "Journal of Vacation Marketing", London, Henry Stewart Publications, 1996, volume 2, number 4, pp.315-325.
- *Le "in store promotions": soddisfazione di bisogni esistenti e creazione di nuovi*, in "Bari Economica", 1995, n.5, pp.69-83.
- *La banca orientata al "corporate finance"*, in "Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Bari", 1993/94, vol.XXXII, pp.255-276.
- *Finanza, governo e competitività nello sviluppo delle piccole e medie imprese*, in "Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Bari", 1995/96, vol.XXXIII, pp.291-312.

- *Cultura e coinvolgimento: l'importanza dei valori nell'azienda di oggi*, in "Studi e Note di Economia" del Monte dei Paschi di Siena e della Banca Toscana, 1997, n.1, pp.173-192.
- *L'impresa e il management dei servizi nell'economia neo industriale*, in "Bari Economica", 1997, n.1, pp.13-31.
- *La qualità nei servizi pubblici come contributo alla produttività del sistema economico sociale*, in "Rivista Milanese di Economia" della Cariplo, 1997, n.64, pp.55-71.
- *Consumi e consumatori. Nuovi scenari per le imprese italiane*, in "Bari Economica", 1998, n.3, pp.39-47.
- *Pubblicità e deontologia professionale*, in "Bari Economica", 1998, n.6, pp.65-75.
- *La "Carta dei Servizi" degli aeroporti. Qualità al servizio dei passeggeri per un turismo orientato al cliente*, in "Atti del Convegno Il turismo bresciano tra passato e futuro" (Brescia, 10-11 novembre 2000), Milano, Vita e Pensiero, 2001, pp.359-388.
- *Internet Marketing per i servizi bancari. Strategie di mercato e di comunicazione "on line"*, in "Studi e Note di Economia" del Monte dei Paschi di Siena e della Banca Toscana", 2001, n.3, pp.155-180.
- *Innovazione tecnologica e informazione per le imprese*, in "Economia Italiana" della Banca di Roma, 2002, n.1, pp.161-181.
- *La qualità nei servizi pubblici e nella Pubblica Amministrazione. Il miglioramento continuo del servizio nell'era del terzo millennio*, in "Quaderno n.7 del laboratorio del Corso di perfezionamento in Controllo della Qualità" (Facoltà di Economia, Bari), Bari, Tipolitografia Mare, 2002, pp.3-22.
- *E-Tourism. Le nuove forme di comunicazione nel settore turistico mediate dalle infotecnologie*, in "Micro & Macro Marketing", 2003, n.1, pp.59-86.
- *Nuove forme di gestione nel comparto turistico. Qualità ambientale nell'industria alberghiera*, in "Micro & Macro Marketing", 2006, n.1, pp.7-38.
- *Le imprese familiari turistiche del mezzogiorno italiano nel contesto della competizione internazionale*, in Atti del Convegno "L'impresa familiare nel Mezzogiorno continentale tra passato e presente" (Università degli Studi del Sannio, Benevento, 30/11-01/12/2007) a cura di E.De Simone - V.Ferrandino, Milano, Franco Angeli, 2009, pp.295-326.
- *Le prospettive del turismo esperienziale nel contesto dell'economia italiana*, in "Economia Italiana", 2010, n.2, pp.523-553.

- *Turismo 2.0: le community on line dei viaggiatori e la condivisione dell'esperienza turistica*, in "Mercati & Competitività", 2011, n.4, pp.147-167.
- *Il museo d'impresa come strumento di comunicazione. Lo storytelling per la valorizzazione dell'immagine aziendale*, in "Patrimonio Industriale", 2012, n.9-10, anno VI, aprile/ottobre, pp.120-125.
- *La valorizzazione del territorio mediante le relazioni tra gli attori e i tematismi dei luoghi* (con P.Passaro), in "Economia, Azienda e Sviluppo", 2012, n.2, pp.31-46.
- *Gli effetti della rivoluzione digitale sui consumatori: dai nuovi paradigmi ai nuovi modelli di web advertising nella logica della brand experience* (con P.Passaro), in "Esperienze d'Impresa", 2013, n.2, pp.23-41.
- *The management of a project for the improvement of the services quality in the tourism sector – The certification Emas/Ecolabel of a touristic structure in the south Italy* (con P.Passaro),
  - in Proceedings (vol.2), International Scientific Forum, ISF 2013, 12-14 December, Vitrina University, Tirana, Albania, European Scientific Institute Publishing, 2013, pp.76-89 (ISBN: 978-608-4642-16-9);
  - in ESJ (European Scientific Journal), Special Edition, February 2014, vol.2, pp.76-89 (ISSN print: 1857-7881; ISSN on line: 1857-7431);
- *Cultural Heritage territoriale e musei d'impresa. Le risorse "place-specific" verso il bisogno di autenticità*, in Atti del Convegno Internazionale di Studi "Firm longevity and Business History. Musei d'impresa e cultura del territorio" (Università degli Studi del Sannio, 2-3 dicembre 2013) dal titolo "Storia di impresa e imprese storiche. Una visione diacronica" (a cura di V.Ferrandino, M.R.Napolitano), Milano, Franco Angeli, 2014, pp.397-417 (ISBN-13:9788891711731).
- *Retail concentration: the shopping street* (con P.Passaro, S.Salomone, R.Ravazzoni), in Atti del Convegno Internazionale dell'Academy of Marketing Science (AMS) "Rediscovering the Essentiality of Marketing" (Università deli Studi di Bari, 14-18 Luglio 2015).

## **NOTE**

- *La Ragioneria nella sua evoluzione storica* (rassegna del 1° Seminario di Storia della Ragioneria, Università di Siena, 3-5 giugno 1996, Certosa di Pontignano-SI), in "Bari Economica", 1996, n.3, pp.97-103.
- *La vitalità del capitale di rischio e fattori di sviluppo delle piccole e medie aziende* (rassegna del XIX Convegno Annuale Accademia Italiana Economia Aziendale, 19-20 settembre 1996, Piacenza) in "Bari Economica", 1996, n.5, pp.31-43.
- *Linee evolutive degli studi di marketing in Italia dalle origini agli anni '70*, in "Bari Economica", 1997, n.5, pp.61-77.

## RECENSIONI

- R. Ferraris Franceschi, *Il percorso scientifico dell'economia aziendale. Saggi di analisi storica e dottrinale*, Torino, Giappichelli, 1994, in "Rassegna Economica" del Banco di Napoli, 1995, n. 4, pp.1053-1057.
- D. Francescato con A. Putton, *Stare meglio insieme. Oltre l'individualismo: imparare a crescere e a collaborare con gli altri*, Milano, Mondadori, 1995, in "Bari Economica", 1996, n.1, pp.179-181.
- L. Vasapollo, *Dall'entrepreneur all'imprenditore plurimo. Sulla teoria economica della funzione imprenditoriale*, Padova, Cedam, 1996, in "Rassegna Economica" del Banco di Napoli, 1996, n.2, pp.571-575.
- E. Valdani (a cura di), *Marketing*, Torino, UTET, 1995 (Enciclopedia dell'Impresa, vol.V), in "Bari Economica", 1996, n.2, pp.125-127.