

MONICA FARAONI

CURRICULUM DELL'ATTIVITA' DIDATTICA, SCIENTIFICA ED ISTITUZIONALE

*TUTTO QUANTO QUI DICHIARATO CORRISPONDE A VERITA' AI SENSI DELLE NORME IN MATERIA DI DICHIARAZIONI
SOSTITUTIVE DI CUI AGLI ART. 46 E SEGUENTI DEL D.P.R. 445/2000*

Luogo e data di nascita: Siena, 2 novembre 1966
Residenza: P.zza San Pancrazio, 3 50126 Firenze;
Stato civile: coniugata con 2 figli

POSIZIONE UNIVERSITARIA ATTUALE:

Ricercatore universitario confermato (dal 01.11.2002) per il settore scientifico-disciplinare SECS-P/08-Economia e Gestione delle Imprese, afferente al Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa dell'Università degli Studi di Firenze.

Docente affidatario dei seguenti corsi di insegnamento:

- "Laboratorio di strumenti di business on line" presso il corso di laurea Magistrale di Governo e Direzione d'Impresa, Facoltà di Economia.
- "Marketing delle imprese vitivinicole" presso il Master interfacoltà in Management e Marketing delle Imprese Vitivinicole, Facoltà di Agraria e di Economia.

Membro del Comitato della Didattica, della commissione Piani di Studio e Delegato Erasmus per il corso di laurea in Economia Aziendale

ATTIVITA' PROFESSIONALE:

Incarichi di valutatore piani formativi per vari enti pubblici. Incarichi professionali per consulenza direzionale e strategica su temi di supply chain management (gruppo Gucci spa); logistica (logistica Toscana); marketing e management del vino (Castelli del Grevepesa, Marchesi Mazzei e Agricola San Felice ecc.).

TITOLI DI STUDIO:

- 1991 Laurea in Economia e Commercio, conseguita con votazione di 110 e Lode presso l'Università degli Studi di Firenze. Tesi in Tecnica di Elaborazione Elettronica dal titolo "I Sistemi Esperti nel Marketing" relatore Prof.ssa M.G. Ceppatelli, correlatore Prof. G. Marzili.
- 1992 Master in "Management dell'Innovazione" (durata annuale) presso la Scuola Superiore di Perfezionamento S. Anna di Pisa. Tesi su "Le relazioni di partnership tra clienti e fornitori nell'ambito della Gilmar Spa".
- 1993-96 Dottorato di Ricerca in Direzione Aziendale presso l'Università degli Studi di Bologna. Tesi sul "Cambiamento tecnologico e networks: la cooperazione tecnologica nella telefonia mobile (relatore Prof. G. Lorenzoni, correlatore Prof. A. Lomi).

ALTRI TITOLI :

- 1994 Conseguimento borsa annuale di studio per la frequenza di corsi di perfezionamento all'estero indetta dall'Università degli studi di Firenze per l'area 13/04: ragioneria e scienze aziendali.
- 1993-1994 Visiting Scholar presso il Dipartimento di Management della Wharton Business School - University of Pennsylvania, Philadelphia PA (USA) per la durata di tre semestri accademici.
- 1996-97 Conseguimento borsa biennale di studio post-dottorato rilasciata dall'Università degli Studi di Firenze per lo svolgimento di attività di ricerca scientifica.

INCARICHI PER ATTIVITA' ISTITUZIONALE

- a.a. 2000/01 e 2001/02- Membro della giunta di facoltà.
 - a.a. 2001/02 - Membro della Commissione di valutazione per l'assegnazione degli incentivi alla didattica
 - a.a. 2000/01 - Membro della commissione incaricata della elaborazione dell'orario della facoltà.
 - 23/08/2004 - Membro componente della commissione giudicatrice per la valutazione comparativa per la copertura di un posto da ricercatore, Università degli Studi di Bologna, facoltà di economia, settore SECS-P/08.
 - 09/11/2005 - Membro componente della commissione giudicatrice per la valutazione comparativa per la copertura di un posto da ricercatore, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia facoltà di economia, settore SECS-P/08.
 - 04/04/2007 - Membro componente della commissione giudicatrice per la valutazione comparativa per la copertura di un posto da ricercatore, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", facoltà di economia, settore SECS-P/08.
- Dall'a.a. 2004 al 2008
- Membro della Giunta del Corso di Laurea in Economia e Commercio
 - Membro del Comitato di Indirizzo (responsabile dei rapporti con il mondo del lavoro)
 - Membro del Comitato per la riforma del corso di laurea.
- Dall'a.a. 2005/06 ad oggi
- Membro della Commissione Piani di Studio
 - Delegata Erasmus e responsabile dei learning agreement
- Dall'a.a. 2008/09 ad oggi
- Membro del Comitato per la Didattica

ATTIVITÀ DIDATTICA

- A) DOCENTE TITOLARE DEI SEGUENTI CORSI DI INSEGNAMENTO UNIVERSITARIO PRESSO LA FACOLTA' DI ECONOMIA DI FIRENZE**
- Dall'a.a. 1999 al 2005 "Gestione della Produzione e dei materiali", corso di laurea in economia aziendale.
 - Dall'a.a. 2001 al 2007, "Economia e gestione dell'e-business" corso di laurea in economia aziendale.
 - Dall'a.a. 2003-2010, "Operations, logistics and e-business", corso di laurea specialistica di Governo d'Impresa e corso di "Economia e Gestione delle Imprese II" presso il corso di laurea triennale di Economia Aziendale.
 - Dall'a.a. 2010 ad oggi, Laboratorio di Strumenti di Business on Line presso il corso di laurea Magistrale in Direzione e Governo d'Impresa.
- B) IN AFFIDAMENTO COME RICERCATORE PRESSO LA FACOLTÀ DI AGRARIA**
- dall'a.a. 2003 fino ad oggi docente per il corso "Marketing delle imprese vitivinicole" presso il Master in Management e Marketing delle imprese vitivinicole.
- C) INCARICO DI DOCENZA PRESSO UNIVERSITA' ESTERE**
- dall'a.a. 2010 fino ad oggi docente presso la European School of Economics sede di Firenze per i corsi di Marketing e Operations Management.

ATTIVITA' DI RICERCA

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA NAZIONALI ED INTERNAZIONALI

- 1995-96 partecipazione al progetto Cellular Research Project (CRP) presso il Dipartimento di Management - University of Pennsylvania PA (coordinatori Prof. Lori Rosenkpf e Prof. Gianni Lorenzoni).
- 1997-98 Partecipazione alla Ricerca interuniversitaria FRAIT sulle "Tendenze e cambiamento dell'industria toscana" (coordinatore Prof. A. Burresti).
- 1998-99 Partecipazione alla Ricerca interuniversitaria 40% coordinata dal Prof. M. Rispoli sui "Prodotti turistici evolutivi". L'area di approfondimento curata ha avuto per oggetto gli "Aspetti del cambiamento nell'offerta turistica delle città d'arte: il caso di Firenze" coordinata localmente dal Prof. A. Burresti.
- 2000-2002 Partecipazione alla Ricerca sulle "Dinamiche competitive nel settore moda: una rilettura delle politiche industriali" (coordinatore Prof. C. Vallini) Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato
- 2003-2004 Partecipazione al Progetto Format in collaborazione con l'Istituto Polimoda dal titolo: "Il supply chain management nel settore del cappello e accessori moda dell'area toscana".
- 2005-2010 Elaborazione di ricerche di mercato sul vino per conto del "Centro Studi Fazzi" presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Firenze.
- 2008-2010 Partecipazione al progetto internazionale dal titolo *Synergistic Relationships between Wine and Tourism: Antecedents and Consequences of Consumer Attachments to Regions and Wines* coordinato da Prof. Ulrich Orth della University of Kiel, Germania che coinvolge la Burgenland University, Austria, ESC Dijon, France; University of Macerata, Italy; Deusto Business School, Bilbao, Spain; HEC Geneve, Switzerland; University of Leon, Spain; University of Adelaide, Australia.
- 2009-2010 Progettazione della ricerca dal titolo "L'impatto della funzionalità della pubblica amministrazione sul sistema logistico toscano" su commissione di "Logistica Toscana", Regione Toscana.

C) COORDINATORE SCIENTIFICO DEI SEGUENTI PROGETTI DI RICERCA

- 2008-2009 Ricerca su "Ethnic Entrepreneurship e nuove imprese: un'analisi cross-country" su fondi ex-60% di ateneo.
- 2008-2009 Ricerca su "Strategie competitive per il sostegno e lo sviluppo delle small family wineries: indicazioni emergenti da un'analisi cross-country tra Toscana e Northern California", contributo Fondazione Monte dei Paschi di Siena in collaborazione con il "Wine Business Program" della Sonoma University of California.

D) PARTECIPAZIONE IN QUALITA' DI RELATORE O COORDINATORE AI SEGUENTI CONVEGNI

- Relatore al 9th International Workshop EIASM "Research in Entrepreneurship" Piacenza 23-24 novembre 1995.
- Relatore al SMS Strategic Management Society Conference - Phoenix, Arizona (USA) 8-13 novembre 1996.
- Relatore al Workshop "Re-ingegnerizzazione e rigenerazione. Ripensare l'impresa per affrontare le sfide della nuova economia", SAA Università di Torino 4 luglio 1997.
- Relatore al convegno nazionale su "La frontiera del Commercio elettronico", Università degli Studi di Parma 21 ottobre 2001.
- Relatore al convegno "L'impresa e-based nella nuova economia digitale" della Società Italiana per gli Studi di Economia d'Impresa, Università commerciale L.Bocconi, Milano febbraio 2001.
- Relatore al convegno internazionale "The 7th world congress for total quality management, Business Excellence: make it happen!, Verona 25-27 giugno 2002.

- Relatore al 4th Research Conference on Relationship Marketing and CRM, BRUSSELS, November 28-29, 2007.
- Relatore al 4° Convegno EIASM su "Family Business" Napoli 9-10 giugno 2008.
- Relatore al 4th International Conference of the Academy of Wine Business Research, Siena, 17-19 July 2008.
- Coordinatore e relatore del 11th International Conference Toulon-Verona "Quality in services", Firenze 4-5 settembre 2008.
- Relatore al 14th International Marketing Trends Conference, Parsi 23-24 gennaio 2015
- Relatore al Global Fashion Management Conference at Florence, Firenze, giugno 2015.

ELENCO PUBBLICAZIONI

- [1994] FARAONI M. con GANDOLFO A., "Funzione di approvvigionamento e rapporti di partnership" su *Sviluppo e Organizzazione*, n. 142, Marzo/Aprile.
- [1994] FARAONI M., "Diffusion of innovation, competitive pressure, economic opportunities in small business growth: the case of US local telecommunications industry." WP n. 185/94 Sol C.Snider Entrepreneurial Center, The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia PA (USA).
- [1995] FARAONI M. con GANDOLFO A., "Supplier Propensity to Partnership: Theoretical and Empirical Findings" paper presented at the 9th International Workshop EIASM "Research in Entrepreneurship", Piacenza 23-24 novembre.
- [1996] FARAONI M. con ROSENKOPF L., "Formal and informal networks in the European cellular market", paper presentato alla Strategic Management Conference, Phoenix - Arizona (USA) 8-13 novembre.
- [1996] FARAONI M., con AIELLO G., BASSANI L., "Innovazione tecnologica e catena del valore multimediale: alcune evidenze empiriche sulla convergenza intersettoriale" paper presentato allo Workshop "Re-ingegnerizzazione e rigenerazione. Ripensare l'impresa per affrontare le sfide della nuova economia" SAA Università di Torino 4 luglio.
- [1995] FARAONI M. con AIELLO G.M., "Networks and small firm development in the industrial districts of Tuscany" paper presented at the 9th International Workshop EIASM "Research in Entrepreneurship", Piacenza 23-24 novembre.
- [1997] FARAONI M., "Innovazione tecnologica radicale: un'analisi relazionale" su *Sviluppo e Organizzazione* n.162 Luglio/Agosto.
- [1997] FARAONI M., "I processi di formazione degli standard tecnologici e le decisioni di impresa" su *Economia & Management*, n. 5 settembre.
- [1998] FARAONI M., *Cambiamento tecnologico e dinamiche relazionali d'impresa: approcci teorici e strumenti interpretativi*, Cedam Padova.
- [1999] FARAONI M., "Il modello imprenditoriale manageriale" in A. BURRESI (a cura di) *Tendenze e vie di cambiamento della Industria Toscana*, Franco Angeli.
- [1999] FARAONI M., "Il caso Imer spa" in A. BURRESI (a cura di) *Tendenze e vie di cambiamento della Industria Toscana*, Franco Angeli.
- [2000] FARAONI M., Elementi di analisi della dimensione e della qualità dell'offerta ricettiva di Firenze" in M. Rispoli (a cura di) *Prodotti turistici evoluti. Casi ed esperienze in Italia*. Giappichelli Editore - Torino
- [2000] FARAONI M., Logistica e commercio elettronico: dall'integrazione logistica della supply chain al flusso continuo di merci e informazioni. In AA.VV. "La frontiera del Commercio elettronico", Parma 21 ottobre, APOGEO.
- [2001] FARAONI M., "le tecnologie web-based per la riconfigurazione del comparto tessile-abbigliamento" in A. Paci (a cura di), *Dinamiche competitive nel settore moda: una rilettura delle politiche industriali*, Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato.

- [2002] FARAONI M, con AIELLO G., "L'adozione della prospettiva e-business nei processi di approvvigionamento della grande impresa" in Caldani, Organini, Verona, *L'impresa e-based*, Egea.
- [2002] FARAONI M, con PACI A., *E-supply chain management: an order processing system in the textile industry*, proceeding of the 7th world congress for total quality management, Business Excellence: make it happen!, Verona 25-27 giugno 2002.
- [2005] FARAONI M., "I modelli di gestione della fornitura nel settore della produzione del cappello in Toscana" *Finanza, Marketing e Produzione* n. 4.
- [2005] FARAONI M., "Notorietà di marca e vantaggio competitivo" su *VQ, mensile di Viticoltura ed Enologia* n. 2 Phytoline editore, Varese.
- [2007] FARAONI M., con SANTINI C., "More than just loyalty: differentiation strategies among wine clubs" paper presentato alla 4th Research Conference on Relationship Marketing and CRM, BRUSSELS, November 28-29, 2007.
- [2008] FARAONI M., con SANTINI C, GILINSKY A., "Familiness constrains in the wine family firms of Tuscany" paper presentato al 4° Convegno EIASM su "Family Business" Napoli 9-10 giugno.
- [2008] FARAONI M., con ZAMPI V., DI FOLCO E., "Purchasing drivers of professional wine buyers. The role of denominations of origin in the buying decision of Italian upscale restaurants" paper presentato al 4th *International Conference of the Accademy of Wine Business Research, Siena, 17-19 July*.
- [2008] FARAONI M., con SANTINI C, ZAMPI V., "Wine club as a marketing tool for segmenting customers, building winery loyalty and image: some empirical evidence" paper presentato al 11th *International Conference Toulon-Verona "Quality in services", Firenze 4-5 settembre*.
- [2009] FARAONI M., con ROMAGNOLI L., MILAZZI M., PRONTI V., "Come adottare i sistemi di e-procurement in imprese di media-grande dimensione: il caso Galileo avionica spa" su *Economia & Management* n. 5.
- [2009] FARAONI M., con PETRETTO L., "Market Driven Management e Supply Chain: I nuovi driver di progettazione delle catene di fornitura", in *Symphonya. Emerging Issues in Management* n. 2.
- [2010] FARAONI M., con SANTINI C., (a cura di) "*Managing the wine business: research issues and cases from the USA and Italy*", Mc Graw Hill.
- [2010] FARAONI M., con ORTH U., STOCKL A., BROUARD J., CAVICCHI A., LARREINA M., LECAT B., OLSEN J., RODRIGUEZ-SANTOS C., SANTINI C., VEALE R., e WILSON D., "Having a Great Vacation and Blaming the Wines: An attribution Theory Perspective on Consumer Attachments to Regional brands" paper accettato *all'Academy of Marketing Science*, 24-27 maggio, Portland, Oregon USA.
- [2011] U. Orth, A. Stöckl, T.Bouzdine-Chameeva, J. Brouard, A. Cavicchi, F. Durrieu, M. Faraoni, B.Lecat, J. Olson, A. Pesti, C. Rodriguez-Santos, C., R.Veale, D.Wilson (2011). The Role of Tourism Experiences in Attaching Consumers to Regional Brands. In: Academy of Wine Business research. p. 1-9, *Academy of Wine Business research*, Bordeaux - Francia, 9-10 giugno 2011
- [2011] FARAONI M, con CAVICCHI et. Al., "The Tale of two Italian Regions: Wine Tourism in Marche and Tuscany, Proceeding of the *First European Conference on Wine and Food Tourism*, Volterra (Pisa) Italy, April 13-15 Edizioni ETS, ISBN 978-884672967-5.
- [2011] Faraoni, A.Cavicchi, C. Santini, U. Orth, C. Seghieri, A. Stoeckl (2011). The tale of two italian region: wine tourism in Marche and Tuscany. In: (a cura di): M.F. Romano, *First European Conference on Wine and Food Tourism*. p. 19-21, EDIZIONI ETS, ISBN: 9788846729675, Volterra, 13-15 aprile.
- [2012] U. R. Orth, A. Stöckl, R. Veale, J. Brouard, A. Cavicchi, M. Faraoni, M.Larreina, B. Lecat, J. Olsen, C. Rodriguez-Santos, C. Santini, D.Wilson (2012). Using attribution theory to explain tourists' attachments to place-based brands. *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH*, vol. 65, p. 1321-1327, ISSN: 0148-2963.

- [2013] FARAONI M., Supply chain management. *Strumenti di analisi e controllo delle performance nelle reti d'impresa. Un'applicazione nel settore delle calzature lusso*. Aracne Editrice, Roma.
- [2015] FARAONI M, con Ranfagni Silvia e Belinda Camiciottoli Crawford. Brand personality alignment and consumer engagement to define competitive positioning in online fashion communities: an interdisciplinary methodology, *Global Fashion Management Conference at Florence Proceedings*: 348-353 (June) DOI10.15444/GFMC2015.03.03.05
- [2015] FARAONI M., con Virginia Fani, Romeo Bandinelli e Rinaldo Rinaldi, Social media marketing and customer engagement in the italian fashion industry: evidence of an empirical research, *Global Fashion Management Conference at Florence Proceedings*: 326-333 (June) <http://dx.doi.org/10.15444/GFMC2015.03.03.01>
- [2015] FARAONI M., con Silvia Ranfagni e Belinda Camiciottoli Crawford. Il posizionamento competitivo del brand nelle *online communities*: un approccio interdisciplinare. *14th International Marketing Trends Conference*, Paris, 23-24 gennaio.
- [2015] FARAONI M, (a cura di), *L'E-COMMERCE DEL VINO IN ITALIA Produttori e retailer di fronte ai nuovi strumenti di vendita online*, Supplemento al numero di Mixer 277, Ed. Fiera Milano Media S.pa., Milano