

# CURRICULUM VITAE

Nicola Cobelli

## DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DELLE CERTIFICAZIONI E DEGLI ATTI DI NOTORIETÀ (art. 46-47 del d.P.R. 445/2000)

Il sottoscritto Nicola Cobelli (CF: CBLNCL80L11L781V) è consapevole, ai sensi dell'art.76 del d.P.R. 445/2000, che chiunque rilascia dichiarazioni mendaci, forma atti falsi o ne fa uso, esibisce atto contenente dati non più rispondenti alla verità, è punito ai sensi del codice penale e delle leggi speciali in materia, attesta che quanto riportato nel presente documento corrisponde al vero ed dichiara il possesso dei titoli riportati.

## Indice

|  |       |
|--|-------|
| a) Dati personali  | p. 3  |
| B) Attività di ricerca   | p. 3  |
| C) Responsabilità di studi e ricerche scientifiche affidati da qualificate istituzioni   | p. 15 |
| D) Organizzazione di convegni di carattere scientifico in Italia o all'estero  | p. 15 |
| E) Attività internazionali e di internazionalizzazione   | p. 15 |
| F) Attività progettuali e di orientamento dipartimentali   | p. 17 |
| G) Conseguimento di premi e riconoscimenti nazionali e internazionali  | p. 18 |
| H) Attività didattica  | p. 19 |
| I) Affiliazione a Società Scientifiche di riconosciuto prestigio nel settore   | p. 23 |
| L) Risultati ottenuti nel trasferimento tecnologico in termini di partecipazione alla creazione e sviluppo di nuove imprese                                | p. 23 |
| M) Competenze linguistiche   | p. 24 |
| N) Competenze informatiche   | p. 24 |
| O) Specifiche esperienze professionali caratterizzate da attività di ricerca attinenti al Settore Concorsuale 13/B2 - – Economia e Gestione delle Imprese. | p. 25 |
| P) Precedenti esperienze professionali   | p. 25 |
| Q) Terza Missione e Public Engagement  | p. 26 |
| Elenco dei contributi scientifici pubblicati (per categoria e in ordine cronologico)   | P. 28 |

## A) DATI PERSONALI

NOME NICOLA  
COGNOME COBELLI  
CODICE FISCALE CBLNCL80L11L781V  
E-MAIL nicola.cobelli@univr.it

### INQUADRAMENTO

**Professore Associato** dal 01.10.2024 presso il Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona.

**Ricercatore a Tempo Determinato di tipo B (RTD-B)** dal 01.10.2021 al 30.09.2023 presso il Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona.

### PRESENTE INQUADRAMENTO ACCADEMICO

**Ricercatore a Tempo Determinato di tipo A (RTD-A)** dal 15.01.2019 al 30.09.2020 presso il Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona.

### PRESENTE INQUADRAMENTO ACCADEMICO

**Assegnista di Ricerca** presso il Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona, **dal 01.01.2010 al 30.06.2011** (Assegno di Ricerca "Analisi della domanda potenziale in un settore: le ragioni del possibile rifiuto del prodotto audioprotesi").

## ABILITAZIONE SCIENTIFICA NAZIONALE (Professore di II fascia – SC: 13/B2)

Conseguimento dell'Abilitazione Scientifica Nazionale alla funzione di professore universitario di Seconda Fascia nel Settore Concorsuale 13/B2 – Economia e Gestione delle Imprese. Validità a decorrere dal 10.11.2020 con scadenza il 10.11.2031.

### PRECEDENTI INQUADRAMENTI PROFESSIONALI

**Attività nazionali e internazionali con qualifica dirigenziale** in imprese multinazionali, con mansioni inerenti la Direzione Generale e le funzioni Gestione delle Risorse Umane e Recruiting, Formazione, Gestione delle Vendite.

## B) ATTIVITÀ DI RICERCA

### B.A.) DIREZIONE, COORDINAMENTO E AFFERENZA A GRUPPI DI RICERCA IN CORSO

**B.A.1) Dal 2019 a oggi - Direzione e coordinamento del gruppo di ricerca internazionale: "Innovation Management & Choices of Adoption/non-Adoption of New ICT Tools"**

Il gruppo di ricerca si propone di studiare il fenomeno dell'innovazione aziendale nelle sue molteplici manifestazioni, al fine di comprendere meglio la natura e la complessità delle sfide manageriali e organizzative che devono affrontare le imprese per competere in termini di innovazione.

Attraverso questo gruppo si vogliono individuare gli approcci all'innovazione attraverso l'analisi di best practice

d'impresa e la ricerca di elementi condivisi tra organizzazioni, che spingano all'innovazione o, al contrario, la disincentivino. Il gruppo si propone anche di studiare le dimensioni dell'innovazione in chiave sociale, attraverso l'individuazione di modelli di innovazione focalizzati sull'economia circolare e ambientale.

Più precisamente, il gruppo studia, secondo modelli scientifici validati tratti dalle Scienze Sociali (Management e Psicometria), i costrutti latenti che determinano la scelta di adozione di prodotti innovativi legati all'Information and Communication Technology (ICT), siano tali prodotti beni o servizi. La disamina delle scelte di adozione o non adozione di nuove tecnologie verte su come e perché individui, aziende o società, nel loro complesso, intendano utilizzare o continuino a utilizzare un prodotto innovativo o perché eventualmente, invece, optino per utilizzare prodotti esistenti.

Le decisioni di adozione di un prodotto innovativo possono essere influenzate da svariati fattori, tra cui i benefici percepiti, i costi e rischi associati all'adozione, l'accettazione culturale e sociale, la spinta all'innovazione la competizione nel settore, i vincoli tecnici e infrastrutturali e le regolamentazioni vigenti.

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; scelta del metodo di ricerca; raccolta dei dati primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

Componenti:

Nicola Cobelli (referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Fabio Cassia (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Raffaele Donvito (Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa - Università degli Studi di Firenze - Italia); Roberto Burro (Dipartimento di Scienze Umane - Università degli Studi di Verona - Italia); Volker G. Kuppelwieser (NEOMA Business School – Francia); Emanuele Blasioli (McMaster University, DeGroote School of Business, 1280 Main Street West, Hamilton, Ontario, Canada); Andrea Chiarini (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Ilenia Confente (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Alessandro Zardini (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Silvia Blasi (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia).

I prodotti della ricerca cui il Gruppo è giunto a oggi sono:

- a) Cobelli N., Blasi S. (2024), "Combining topic modeling and bibliometric analysis to understand the evolution of technological innovation adoption in the healthcare industry", *European Journal of Innovation Management*, vol. 27, n. 9, pp. 127-149 (DOI: 10.1108/EJIM-06-2023-0497) (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business, Management and Accounting - Management of Technology and Innovation; AJG 2021: 1\*).
- b) Cobelli N., Blasioli E., Kuppelwieser V.G., Ugolini M.M. (2024), "Innovation adoption and research methods: The risk of opportunistic uses in healthcare management studies", *Conference Proceedings, Research & Innovation Forum: The Twin Transition: Leveraging Breakthrough Technologies & Sustainability for Innovation, Quality Education & Policy Making*, Ravello (SA) – Italy, 10-12 April (casa editrice: SPRINGER, in corso di stampa). Contributo vincitore del premio: Outstanding Paper Award.
- c) Cobelli N., Cassia F., Donvito R. (2023). "Pharmacists' attitudes and intention to adopt telemedicine: Integrating the market-orientation paradigm and the UTAUT", *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 196 (DOI: 10.1016/j.techfore.2023.122871) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Management and Technology Innovation; AJG 2021: 3\*).
- d) Cobelli N., Confente I., Zardini A. (2023), "Innovative eHealth technologies: A study on factors determining their adoption", *Conference Proceedings, XX SIM Annual Conference: Marketing per il benessere, la salute e la cura*, Firenze, Italy, 20-21 October, ISBN: 978-88-947829-0-5.

- e) Cobelli N., Chiarini A. (2022), "Innovation and ICT adoption models in the health care industry", *Proceedings*, 15th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Sustainable Business Concepts and Practices, Università degli Studi di Palermo, Palermo, Italy, 21-23 September, pp. 927-931. ISSN: 2547-8516, ISBN: 978-9963-711-96-3.
- f) Cobelli N., Ungaro V., Guglielmetti Mugion R. (2022), "Exploring the motivation of healthcare professionals to adopt new information and communication technologies in a digital transformation perspective", *Proceedings*, 12th ServSig Conference: Reconnect, Rejuvenate, Reshape, University of Strathclyde, Glasgow, Scotland, United Kingdom, 16-18 June 2022.
- g) Cobelli N. (2022), "Reasons for adoption/non-adoption of telemedicine information and communication technologies: The options for balance disorders remote management", *Proceedings*, XX AIOLP: Dalle linee guida alla pratica clinica preparando il futuro con la telemedicina, Bari, Italia, 28 September-1 October, p. 33.
- h) Cobelli N., Chiarini A., Giaretta E. (2021), "Enabling factors for adopting sustainable, organic wine production", *The TQM Journal*, (DOI: 10.1108/TQM-11-2020-0275), (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 1\*).
- i) Cobelli N., Chiarini A. (2020), "Improving customer satisfaction and loyalty through mHealth service digitalization: New challenges for Italian pharmacists", *The TQM Journal*, vol. 32, n. 6, pp. 1541-1560 (DOI: 10.1108/TQM-10-2019-0252) (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 1\*).
- j) Cobelli N. (2021), "The engineering approach and B2C market penetration in the audiological industry", *Proceedings*, XIX AIOLP, Riva del Garda (TN), Italy, 26-29 September.
- k) Cobelli N. (2020). *Innovation in Community-Based Private Practices Through eHealth*. International Series in Advanced Management Studies. Switzerland, Springer, 2020, ISBN: 978-3-030-48177-3.
- l) Cobelli N., Wilkinson G., Cassia F., Ugolini M.M. (2019), "Wine consumers' attitude towards online wine purchasing: A comparison between South Africa and Italy", *Proceedings: Perfect drink, perfect place: enjoying the magic of wine and the delights of wine places*, Desenzano D.G. (BS), Italy, 19-20 January.
- m) Cobelli N., Du X. (2019), "Sustainable wine purchasing behavior in China: Applying and extending the Theory of Planned Behavior", *Proceedings*, Sinergie-SIMA Conference - Management and Sustainability: Creating shared value in the digital era, Sapienza University of Rome, Italy, 20-21 June, pp. 1-5, ISBN: 97888943937-12, DOI: 10.7433/SRECP.EA.2019.25.
- n) Cobelli N., "Il valore nelle operazioni di acquisizione e fusione d'impresa", in AA.VV. (2019), *Scritti seri e semiseri: in onore di Claudio Baccarani*, Torino, Giappichelli, pp. 129-134, ISBN: 978-88-921-1865-2.
- o) Cobelli N. (2012), *Uno studio sul comportamento del consumatore ipoacusico*, Torino, Giappichelli, ISBN: 8834828488.

## B.A.2) Dal 2009 a oggi - Partecipazione al gruppo di ricerca internazionale: "Business-to-Business Management Studies"

Gli obiettivi del gruppo di ricerca consistono nell'indagare le dinamiche e le forze che operano in specifici settori, in particolare l'healthcare industry, nel mercato business-to-business e secondo una prospettiva di service management. Il gruppo di ricerca si propone di indagare sul mercato business-to-business focalizzandosi sulle strategie di digitalizzazione e sull'adozione dell'intelligenza artificiale (AI) nell'ambito manageriale. Gli obiettivi includono l'analisi delle tendenze di digitalizzazione nel settore B2B, l'identificazione delle sfide e delle opportunità legate all'implementazione di tecnologie AI, nonché la valutazione dell'impatto di tali scelte, anche in termini di acquisizione e fusione (M&A), sulla gestione aziendale.

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; scelta del metodo di ricerca; raccolta dei dati

primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

#### Componenti:

Nicola Cobelli (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Fabio Cassia (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Andrea Chiarini (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Emanuele Blasioli (McMaster University, DeGroote School of Business, 1280 Main Street West, Hamilton, Ontario, Canada); Ivan Russo (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Ilenia Confente (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Federico Brunetti (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); David M. Gligor (Florida Gulf Coast University - U.S.A.).

I prodotti della ricerca cui il Gruppo è giunto a oggi sono:

- a) Cobelli N., Blasioli E. (2024), *M&A Management & Healthcare Industry: Can Healthcare Devices Become Commodities?*, NOMOS, Baden-Baden, ISBN: 978-3-7560-1273-2 (Print), ISBN: 978-3-7489-4024-1 (ePDF).
- b) Cobelli N., Blasioli E. (2023). "To be or not to be digital? A bibliometric analysis of adoption of eHealth services", *The TQM Journal*, vol. 35, n. 9, pp. 299-331 (DOI: 10.1108/TQM-02-2023-0065) (Articolo in *Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 1\**).
- c) Cobelli N. (2023), "Artificial intelligence and medical devices distributions in the business-to-business market", *Proceedings, Sinergie-SIMA Annual Conference: Boosting Knowledge & Trust for a Sustainable Business*, Bari, Italy, 29-30 June, ISBN: 978-88-94-7136-3-3.
- d) Chiarini A., Cobelli N. (2023), "Performing audits in a service company implementing Lean and ISO 9001 principles: A case study from Italy", *Conference Proceedings, 26th Excellence in Services International Conference*, The University of West Scotland, Paisley Campus, United Kingdom, 31 August-1 September, ISBN: 9791221039054.
- e) Chiarini A., Cobelli N., Brunetti F. (2022). "Smart technologies and environmental management: Exploratory research from Italy", *Proceedings, 25th Excellence in Services International Conference (Silver Jubilee)*, The University of Uppsala, Gotland Campus, Visby, Sweden, 25-26 August 2022, ISBN: 9791221015904.
- f) Chiarini A., Cobelli N. (2022). "The transition towards Industry 5.0 in the manufacturing sector: Seeking a new model", *Proceedings, Sinergie-SIMA Conference: Boosting Knowledge & Trust for A Sustainable Business*, Bocconi University, Milan, 30 June-1 July, pp. 391-396, ISBN 97888947136-0-2.
- g) Chiarini, A., Castellani, P., Rossato, C., Cobelli, N. (2020). "Quality management internal auditing in small and medium-sized companies: An exploratory study on factors for significantly improving quality performance", *Total Quality Management & Business Excellence*, vol. 32, n. 15-16, pp. 1829-1849. (DOI: 10.1080/14783363.2020.1776101) (Articolo in *Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and Management and Accounting; AJG 2021: 2\**).
- h) Cassia F., Magno F., Cobelli N., Ugolini M.M., (2019). "The impacts of export capabilities on cross-border e-commerce performance: An analysis using PLS-SEM", *Proceedings, 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy INEKA Conference (formerly GIKA): Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth*, The University of Verona, 11-13 June, pp. 1-21, ISBN 978-84-09-11060-5.

- i) Russo I., Confente I., Gligor D.M., Cobelli N. (2019). "A roadmap for applying qualitative comparative analysis in supply chain research: The reverse supply chain case", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 49, n. 1, pp. 99-120, ISSN: 0960-0035 (DOI: 10.1108/IJPDLM-02-2018-0056) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 2\*).
- j) Russo I., Confente I., Gligor D.M., Cobelli N. (2017). "The combined effect of product returns experience and switching costs on B2B customer re-purchase intent", *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 32, n. 5, 2017, pp. 664-676, ISSN 0885-8624 (DOI: 10.1108/JBIM-06-2016-0129) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; H Index 52; AJG 2021: 2\*).
- k) Cobelli N., Confente I., Russo I. (2015). "Entrepreneurial initiatives, organizational performance and value co-creation: Evidence from a B2B context", in Kaufmann H., Shams R.S.M. (Eds.) (2015). *Entrepreneurial challenges in the 21st century: Creating stakeholder value co-creation*, Palgrave, Cleveland, pp. 155-177, ISBN 9781137479761.
- l) Russo I., Confente I., Cobelli N. (2014), "Searching for value drivers in the business-to-business marketing: the perception of healthcare professionals", *Proceedings*, 43rd EMAC Annual Conference: Paradigm shifts & Interactions, Valencia, Spain, 3-6 June, pp. 104.114, ISBN: 9788437094533.
- m) Russo I., Confente I., Cobelli N. (2014), "Customer perceived value in business-to-business marketing: Is it still enough?", *Proceedings*, 7th EuroMed Annual Conference: The future of entrepreneurship, Kristiansand, Norway, 18-19 September, pp. 1347-1357, ISBN: 9789963711277.
- n) Cobelli N., "Elementi di economia d'impresa", in Ambrosetti U. (Ed.) (2014), *Audiologia Protesica*, Torino, Minerva, pp. 863-881, ISBN: 139788877118035.
- o) Cobelli N. (2009), "Partire dal paziente per favorire la crescita del settore audioprotesico", *L'Audioprotesista*, vol. 18, pp. 33-42, ISSN: 23848464 (rivista tecnico-scientifica).
- p) Cobelli N. (2008), "Riflessioni per uno studio sistematico del settore audioprotesico", *L'Audioprotesista*, vol. 16, September 2008, pp. 27-34, ISSN: 23848464 (rivista tecnico-scientifica).

### **B.A.3) Dal 2014 a oggi - Partecipazione al gruppo di ricerca internazionale: "Business-to-Consumer Management Studies"**

Gli obiettivi del gruppo di ricerca consistono nell'indagare le dinamiche e le forze che operano sulle scelte nel mercato business-to-consumer, con focus sul settore healthcare, in prospettiva di service management e comportamento del consumatore. Il gruppo di ricerca si è concentrato su vari obiettivi nel contesto del mercato business-to-consumer e delle scelte di gestione dei servizi di prossimità al consumatore finale. Questi obiettivi includono l'analisi dei comportamenti di acquisto dei consumatori, l'esplorazione delle preferenze e delle esigenze dei consumatori, la valutazione dell'efficacia delle strategie di marketing e di gestione impiegate, l'identificazione delle tendenze emergenti nel settore, l'analisi delle dinamiche competitive, l'indagine sulle tecnologie emergenti e sulle innovazioni, lo sviluppo di strategie personalizzate per migliorare l'esperienza del consumatore e l'esplorazione delle implicazioni economiche, sociali e ambientali delle scelte manageriali. Le domande di ricerca sviluppate in questo gruppo di ricerca si propongono di contribuire a una comprensione più approfondita del mercato e di esaminare le possibili scelte strategiche delle aziende che erogano servizi di prossimità al consumatore finale.

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; scelta del metodo di ricerca; raccolta dei dati primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

Componenti:

Nicola Cobelli (co-referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Marta

M. Ugolini (co-referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona); Fabio Cassia (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Angelo Bonfanti (co-referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Federico Brunetti (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Vania Vigolo (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Ian D. Cameron (The University of Sydney - Australia); Liz Gill (The University of Sydney - Australia); Volker G. Kuppelwieser (NEOMA Business School - Francia).

I prodotti della ricerca cui il Gruppo è giunto a oggi sono:

- a) Cobelli N., Cassia F., Zardini A., Kuppelwieser G.V. (2024), "Pharmacies providing health services: Attitudes toward eHealth in Italy", *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 47 (DOI: 10.1016/j.jretconser.2023.103568) (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Marketing; AJG 2021: 2\*).
- b) Cobelli N. (2021), "The engineering approach and B2C market penetration in the audiological industry", XIX AIOLP, Riva del Garda (TN), Italy, 26-29 September.
- c) Cassia F., Ugolini M.M., Cobelli N., Gill L., Cameron I.D. (2018), "Industry-based issues in the provision of hearing aids in Italy", *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, vol. 14, n. 3, pp. 377-388, ISSN: 17460573 (DOI: 10.1504/WREMSD.2018.091695) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2 - SJR Q1 Business and International Management; H Index 11; AJG 2021: 1\*).
- d) Cassia F., Cobelli N., Ugolini M.M. (2017), "The effects of goods-related and service-related B2B brand images on customer loyalty", *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 32, n. 5, pp. 722- 732, ISSN: 0885-8624 (DOI: 10.1108/JBIM-05-2016-0095) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; H Index 52; AJG 2021: 2\*).
- e) Cassia F., Ugolini M.M., Cobelli N., Gill L. (2015), "Service-based vs. goods-based positioning of the product concept: Effects on customer perceived value", *The TQM Journal*, vol. 27, n. 2, 2015, pp. 247-255, ISSN: 17542731 (DOI: 10.1108/TQM-01-2015-0005) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q2 Business and International Management; H Index 52; AJG 2021: 1\*).
- f) Cassia F., Ugolini M.M., Cobelli N., Gill L. (2015), "Does a service-based positioning of the offering enhance customer perceived value?", *Proceedings*, Naples Forum on Service: Service logic, network & systems theory and service science. Integrating three perspectives for a new service agenda, Napoli, Italy, 9-12 June 2015, pp. 1-11, ISBN: 9791220004862.
- g) Ugolini M.M., Cobelli N., Cassia F., Gill L., Cameron I.D. (2015), "Service issues in the Italian hearing aid industry", *Proceedings*, 8th EuroMed Annual Conference: Innovation, Entrepreneurship and sustainable value chain in a dynamic environment, Verona, Italy, 16-18 September, pp. 2300-2307, ISBN: 9789963711376.
- h) Cobelli N., Gill L., Cassia F., Ugolini M.M. (2014), "Factors that influence intent to adopt a hearing aid", *Health and Social Care in the Community*, vol. 22, n. 6, pp. 612-622, ISSN: 09660410 (DOI: 10.1111/hsc.12127) (Articolo in Rivista Scientifica - Impact Factor: 2.047; ISI Journal Citation Reports Ranking: 6/42; H index 53; SJR Q1 Health Policy e Q1 Social Sciences, AJG 2021: 1\*).
- i) Cassia F., Ugolini M.M., Cobelli N., Gill L. (2014), "Service-based vs. goods-based positioning of the offering: Effects on customer perceived value", *Proceedings*, 17th Toulon-Verona Conference Excellence in Services International Conference, Liverpool, United Kingdom, 28-29 August, pp. 51-60, ISBN: 9788890432743.

#### **B.A.4) Dal 2017 a oggi - Direzione e coordinamento del gruppo di ricerca: "Vocational Studies and Career Orientation Services"**

La ricerca è finalizzata all'esame empirico dei servizi di orientamento professionale, in termini di qualità del servizio, qualità delle informazioni e del valore percepito. Il gruppo esamina specificamente le percezioni degli studenti universitari e professionisti sulla qualità dei servizi universitari di orientamento allo studio e al lavoro.

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; raccolta dei dati primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

Componenti:

Nicola Cobelli (co-referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Angelo Bonfanti (co-referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Marta M. Ugolini (co-referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona); Fabio Cassia (co-referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona); Roberto Burro (Dipartimento di Scienze Umane - Università degli Studi di Verona - Italia); Ludovico Bullini Orlandi (Dipartimento di Scienze Aziendali - ALMA MATER STUDIORUM, Università di Bologna - Italia).

I prodotti della ricerca cui il Gruppo è giunto a oggi sono:

- a) Cobelli N., Bullini Orlandi L., Burro R. (2022), "People-related TQM practices: the role of metaperceptions", *The TQM Journal*, vol. 3, n. 7, pp. 165-178 (DOI: 10.1108/TQM-01-2022-0018) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 1\*).
- b) Ugolini M.M., Cassia F., Cobelli N. (2021), "Public engagement, children, and the pleasure of knowledge: The experience of Kidsuniversity Verona, Italy", in Papadimitriou A. and Boboc M. (Eds) (2021), *Re-envisioning Higher Education' Public Engagement*, pp. 205-227, ISBN: 978-3-030-55715-7, e-book ISBN: 978-3-030-55716-4.
- c) Cobelli N., Bonfanti A., Cubico S., Favretto G. (2019), "Quality and perceived value in career guidance e- services", *International Journal of Quality and Service Sciences*, vol. 11, n. 1, pp. 53-68, ISSN: 1756-669X (DOI: 10.1108/IJQSS-12-2017-0114) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2 - SJR Q1 Business and International Management; H Index 17; AJG 2021: 1\*).
- d) Cobelli N., Bonfanti A., Cubico S., Favretto G. (2017), "The impact of e-service quality and information quality on perceived value in career guidance e-services for students", *Proceedings*, 20th Excellence in Services International Conference, The University of Verona, Italy, 6-7 September 2017, pp. 197-202, ISBN: 9788890432774.

#### **B.A.5) Dal 2019 a oggi - Partecipazione al gruppo di ricerca: "Qualità del servizio, brand equity e reputazione dei gestori idrici"**

Questo gruppo di ricerca si propone di misurare la qualità del servizio erogato, la brand equity e la reputazione dei gestori idrici a partire dalle percezioni di diversi stakeholder, quali cittadini, imprese, amministrazioni pubbliche. Allo stato attuale, il mercato idrico in Italia non è ancora liberalizzato e il cliente non può scegliere l'erogatore del servizio. In un'ottica di miglioramento del servizio e di benchmarking, rimane comunque fondamentale monitorare il livello di qualità percepita al di là dei parametri prettamente tecnici. Inoltre, la consapevolezza rispetto alla propria brand equity - che include dimensioni come identità, notorietà e immagine di marca - e alla propria reputazione consente al gestore idrico di impostare in maniera più efficace le attività strategiche e operative. A partire dall'esperienza avviata con il gestore idrico della Provincia di Verona, Acque Veronesi, la ricerca può essere replicata ed estesa ad altri gestori idrici sul territorio nazionale, nonché adattata per indagare qualità del servizio, brand equity e reputazione di altri tipi di public utilities in mercati liberalizzati (es. energia elettrica e gas). La ricerca prevede l'utilizzo di metodi di raccolta dati e analisi sia qualitativi che quantitativi.

Le pubblicazioni di questo Gruppo sono in corso.

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; raccolta dei dati primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

Componenti:

Vania Vigolo (referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Nicola Cobelli (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Fabio Cassia (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Federico Testa (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Francesca Simeoni (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Marta M. Ugolini (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia).

#### **B.A.6) Dal 2010 a oggi - Partecipazione al gruppo di ricerca: “Customer experience nei servizi”**

Il gruppo di ricerca si propone di indagare come le imprese di servizi, tra cui in particolare quelle operanti nei settori del retail e dell'hospitality, cerchino di migliorare la customer experience. Inoltre, il gruppo di ricerca analizza i bisogni e le aspettative che i clienti stanno sviluppando al riguardo al fine di suggerire ai service manager quali azioni strategiche essi possano implementare durante le varie attività gestionali. Un particolare focus di indagine è rivolto alla customer education, ossia al comprendere come le imprese di servizi possano educare i loro clienti per far sì che essi apprezzino maggiormente il servizio offerto e, allo stesso tempo, vivano una migliore esperienza di servizio.

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; raccolta dei dati primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

Componenti:

Angelo Bonfanti (referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Nicola Cobelli (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Federico Brunetti (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Vania Vigolo (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia).

I prodotti della ricerca cui il Gruppo è giunto a oggi sono:

- a) Cobelli N., “Economia e impresa”, in Ambrosetti U., Di Berardino F., Del Bo L. (Ed.) (2018), *Audiologia Protesica*, Torino, Minerva, pp. 863-881, ISBN: 978-8877119537.
- b) Cobelli N., “Elementi di economia d’impresa”, in Ambrosetti U. (Ed.) (2014), *Audiologia Protesica*, Torino, Minerva, pp. 863-881, ISBN: 139788877118035.
- c) Cobelli N., Simeoni F., Ugolini M.M., Vigolo V. (2010), “The economic impact of nautical tourism: An Italian experience on Lake Garda”, *Proceedings*, 13th Toulon-Verona International Conference - Excellence in Services International Conference, Coimbra, Portugal, 2-4 September, pp. 313-328, ISBN: 9789729344046.
- d) Cobelli N., Simeoni F. (2008), “Information quality and data collection methodologies in tourism management”, *Proceedings*, 11th Toulon-Verona Conference - Quality in Services International Conference, Firenze, Italy, 4-5 September, pp. 469-479, ISBN: 9788884538550.
- e) Cobelli N. (2008), “Inquadramento preliminare: le attività nautiche e i servizi connessi in Italia” e

“Approfondimento qualitativo: le esperienze dei porti turistici di Salò e Peschiera del Garda”, in Ugolini M.M. (Ed.), *A study on the tourist impact resulting from the upgrading of the Bardolino Marina*, Sinergie Management Research, Cueim Comunicazione, Verona, ISBN: 9788890739422.

- f) Cobelli N. (con Simeoni F., Ugolini M.M., Vigolo V.). “Progetto Carta del Turista. Un modello integrato per la qualità del turismo nel Veronese - Prima rilevazione, agosto 2006”, Department of Business Administration, The University of Verona – Province of Verona, November 2006 (research report).
- g) Cobelli N. (con Simeoni F., Ugolini M.M., Vigolo V.). “Progetto Carta del Turista. Un modello integrato per la qualità del turismo nel Veronese - Seconda rilevazione, novembre 2006”, Department of Business Administration, The University of Verona - Province of Verona, December 2006 (research report).

## **B.B) GRUPPI DI RICERCA NON PIÙ IN CORSO**

### **B.B.1) Dal 2019 al 2020 - Partecipazione al gruppo di ricerca: “Impresa 4.0 e digital transformation per le MPMI di Verona”**

Il gruppo di ricerca nasce in connessione al progetto congiunto Università di Verona - Camera di Commercio I.A.A. di Verona dal titolo “Impresa 4.0 e digital transformation per le MPMI di Verona” con il fine di apportare le proprie competenze in ambito organizzativo, aziendale, di gestione dei processi produttivi e logistici, nonché di marketing online. Il gruppo agisce in sinergia con il Punto Impresa Digitale della Camera di Commercio per rispondere in modo mirato alle diverse esigenze di sviluppo digitale di 100 imprese veronesi aderenti e si raccorda con l’analogo gruppo di ricerca nel Dipartimento di Informatica.

Il gruppo di ricerca del DEA si propone di fare una diagnosi dei livelli di maturità digitale delle imprese sul territorio, di organizzare workshop di formazione mirata alle esigenze delle imprese, di eseguire follow up nelle imprese ed effettuare il monitoraggio tramite l’osservatorio sulla digital transformation nel Nord Est. Soggetti chiave sono due assegnisti di ricerca e gli studenti digital ambassador che operano presso le imprese, selezionati in base a bandi di Ateneo anche tra gli iscritti ai corsi di studio del DEA, nonché tra i suoi laureati. L’attività di Nicola Cobelli si è concentrata nel seguire, nel corso del 2019, la trasformazione digitale di tre aziende selezionate dal bando della Camera di Commercio di Verona.

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; raccolta dei dati primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

Componenti:

Marta M. Ugolini (referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Nicola Cobelli (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Alessandro Bigi (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Ludovico Bullini Orlandi (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Fabio Cassia (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Barbara Gaudenzi (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Francesca Simeoni (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Vania Vigolo (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Alessia Zoppelletto (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Angelo Bonfanti (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Roberta Capitello (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Cecilia Rossignoli (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Alessandro Zardini (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia).

Le pubblicazioni di questo Gruppo di Ricerca sono ad oggi in corso.

### B.B.2) Dal 2010 al 2011 - Partecipazione al gruppo di ricerca: "Politiche di marca delle imprese nel Veronese"

L'attività di ricerca è stata promossa dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Verona e dal Dipartimento di Management (Università degli Studi di Verona).

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; raccolta dei dati primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

Componenti:

Marta M. Ugolini (referente - Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Vania Vigolo (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Nicola Cobelli (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Paola Cotticelli (Dipartimento di Culture e Civiltà - Università degli Studi di Verona - Italia) e Mariachiara Pellegrini (Università degli Studi di Torino - Italia).

L'attività di ricerca ha portato alla seguente pubblicazione:

- a) Cobelli N., "Settori, livelli di mercato e stadi della macro-filiera", "Architettura del marchio rispetto alla gamma di prodotti", "Mercati di sbocco e protezione del marchio", "Alle origini delle scelte di denominazione del marchio (considerazioni e idee)", "Requisiti di successo del marchio", "Strumenti di comunicazione e promozione", in Ugolini M.M. (Ed.) (2011), *Branding Verona: Un viaggio tra protagonisti e strumenti delle politiche di marca delle imprese veronesi*, Cierre, Verona, ISBN: 9788895351551.

### B.B.3) Dal 2008 al 2011 - Partecipazione al gruppo di ricerca internazionale: "Studies on generic medicines adoption"

La ricerca si focalizza, in una prospettiva di services marketing e studio del comportamento del consumatore, sull'adozione da parte dei consumatori e la mancata adozione di farmaci generici, al fine di studiare il comportamento dei consumatori e attuare strategie di marketing volte all'adozione dei farmaci generici.

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** identificazione del problema di ricerca; revisione della letteratura; definizione degli obiettivi di ricerca; sviluppo di ipotesi e domande di ricerca; raccolta dei dati primari; analisi dei dati; interpretazione dei risultati; discussione dei risultati.

Componenti:

Liz Gill (referente - The University of Sydney - Australia), Nicola Cobelli (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia), Anu Helkkula (Hanken School of Economics - Finlandia).

La ricerca comparativa è condotta in Italia, Australia e Finlandia e ha portato a oggi alle seguenti pubblicazioni:

- a) Cassia F., Cobelli N., Gill L. (2011), "Generic medicines non-adoption: investigating the perceptions and attitudes of customers and the role of health professionals' service network", *Proceedings*, XIV Toulon-Verona Conference - Excellence in Services International Conference, Alicante, Spain, 1-3 September, pp. 269-280, ISBN: 9788890432712.
- b) Gill L., Helkkula A., White L., Cobelli N. (2010), "How do customers and pharmacists experience generic substitution?", *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, vol. 4, n. 4, pp. 375-395, ISSN: 1750-6123 (DOI: 10.1108/17506121011095218) (Articolo in Rivista Scientifica – SJR Q3)

Marketing; H Index 14).

- c) Gill L., Helkkula A., White L., Cobelli N. (2009), "Using narrative to explore consumer and pharmacist experience of generic medicines", *Proceedings, ANZMAC - Australian & New Zealand Marketing Academy Annual Conference, Melbourne, Australia, 30 November-2 December 2009*, ISBN: 9781863081580.

#### B.B.4) Dal 2008 al 2011 - Partecipazione al gruppo di ricerca internazionale: "Australian Home Medicine Review"

Di seguito si ripropongono testualmente contenuti e obiettivi del gruppo di ricerca: "Since consumer awareness and understanding is a significant component of the success of the Home Medicine Review (HMR) program, the publicly available information regarding the benefits and eligibility criteria is of interest. The objective of this research group was to compare and contrast the information regarding HMRs made available for consumers from a variety of sources, using the most easily accessible channel, the internet. A thorough internet search of health professional and consumer directed information about HMRs was conducted. A content analysis of all information relevant to HMRs on two health professional sites and five consumer-directed sites was performed and comparisons were made. Four themes were derived from the analysis: 1) Rationale for HMR, 2) HMR objectives, 3) Patient counselling, and 4) The use of medication risk factors in statements about eligibility criteria. Comparing a variety of professional and consumer resources about HMRs, the present study found a lack of consistency between resources in HMR information in three main areas: 1) the medication risk factors, which are used to define those persons who may receive benefit from and be eligible for HMRs, 2) the use of subjective patient perceptions of negative experiences with, or emotions about medicines, which, if used, could empower consumers to self-identify for the program, and 3) the description of positive elements of communication during the HMR interview, such as the extended length of the interview with the pharmacist and the opportunity to have questions answered by the pharmacist".

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** Nello specifico Nicola Cobelli, in questo gruppo di ricerca, ha organizzato focus group che coinvolgessero, in tutto il Paese Australia, persone che appartenessero a 5 specifiche categorie di non utilizzatori del servizio Home Medicine Review: utenti di lingua araba, utenti di lingua cinese, utenti anziani e malati cronici, utenti anziani e malati psichiatrici, utenti di origine aborigena. Egli ha partecipato e coordinato tali focus group, trascritto le registrazioni, analizzato i dati, operato perché i dati raccolti portassero a pubblicazioni su riviste internazionali.

Componenti:

Lesley White (referente - The University of Sydney - Australia), Nicola Cobelli (Dipartimento di Management – Università degli Studi di Verona- Italia), Stephen R. Carter (The University of Sydney - Australia), Christiana Klinner (The University of Sydney - Australia). Tutti i componenti, ad eccezione di Nicola Cobelli, afferivano alla University of Sydney (University of Sydney, Australia).

La ricerca ha consentito di giungere a oggi alle seguenti pubblicazioni:

- a) White L., Klinner K., Cobelli N. (2011) "Improving the uptake of the Australian Home Medicines Review (AHMR) through patient segmentation", *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, vol. 5, n. 3, pp. 194-204, ISSN: 1750-6123 (DOI: 10.1108/17506121111172202) (Articolo in Rivista Scientifica – SJR Q3 Marketing; H Index 14).
- b) Cobelli N. (2009), "La varietà degli approcci allo studio del comportamento del consumatore: il caso Home Medicine Review", *Sinergie Italian Journal of Management*, pp. 79-94, ISSN: 0393-5108 (Total H

Index on Google Scholar: 25).

- c) Cobelli N. (2009), "Patients' perceptions and attitudes towards a medicine review service", *Proceedings, XII International QMOD and Toulon-Verona Conference on Quality and Service Sciences*, Verona, Italy, 27-29 August, ISBN: 9788890432705 (contribution counted among the Selected Papers of the conference).

**B.B.5) Nel 2007 - Partecipazione al Progetto di ricerca di rilevante interesse nazionale (PRIN): "Il management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la creazione, lo sviluppo e la governance"** (Coordinatore scientifico nazionale Prof. Sergio Sciarrelli; Direttore scientifico locale Prof. Claudio Baccarani).

Componenti:

Claudio Baccarani (referente - Dipartimento di Management, già Dipartimento di Economia Aziendale - Università degli Studi di Verona - Italia); Angelo Bonfanti (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Federico Brunetti (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Nicola Cobelli (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Elena Giretta (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Chiara Rossato (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Francesca Simeoni (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Marta M. Ugolini (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia); Vania Vigolo (Dipartimento di Management - Università degli Studi di Verona - Italia).

**Attività svolta da Nicola Cobelli:** somministrazione di interviste; preparazione di dati; collaborazione nella stesura del rapporto di ricerca.

L'attività ha portato alla seguente pubblicazione:

- Baccarani C., Brunetti F., Cobelli N., Rossato C., Simeoni F., Ugolini M.M., Vigolo V., "Verona Sistema Turistico Locale? Un itinerario nel turismo del capoluogo scaligero tra realtà consolidate e potenzialità inesprese", in Sciarrelli S. (Ed.), *Il management dei sistemi turistici locali*, Torino, Giappichelli, 2007, pp. 411-435, ISBN: 9788834875773.

## **B.C) ALTRE ATTIVITÀ DI RICERCA**

**B.C.1) Dal 01.06.2007 a oggi - Componente dell'Editorial Review Board della rivista Sinergie Italian Journal of Management** (ISSN: 0393-5108).

**B.C.2) Guest Editor Special Issue Emerald Publishing.** Anno di realizzazione: 2026. Titolo: "Innovation and Technological Opportunities for Active, Creative, and Productive Ageing". Rivista scientifica target: The TQM Journal. Proponente: Nicola Cobelli. Guest Editor aggiuntivi: Prof. Rebecca Mitchell, Department of Management, Macquarie University, Sydney, Australia; Prof. Nadia Di Paola, Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni, Università Federico II, Napoli, Italia; Prof. Bamini Gopinath, Centre for Ageing, Cognition, and Wellbeing, Macquarie University, Sydney, Australia.

**B.C.3) Attività di Revisore** per Riviste Scientifiche. Di seguito un elenco selezionato delle Riviste stilato sulla base del numero di revisioni condotte:

- Consumptions, Market and Cultures (ISSN: 1025-3866).
- Decision Sciences (ISSN: 0011-7315).
- European Journal of Innovation Management (ISSN: 1460-1060).
- European Journal of Marketing (ISSN: 0309-0566).

- Health Care Management Review (ISSN: 0361-6274).
- Health Care Management Science (ISSN: 1386-9620).
- International Journal of Economic Commerce (ISSN: 1086-4415).
- International Journal of Information Management (ISSN: 0268-4012).
- International Journal of Science, Technology and Society (ISSN 2330-7412).
- Journal of Business-to-Business Marketing (Print ISSN: 1051-712X Online ISSN: 1547-0628).
- Journal of Business Logistics (ISSN: 0735-3766).
- New Media and Society (ISSN: 1461-4448).
- Pharmacoeconomics (ISSN: 1170-7690).
- Psychology & Marketing (ISSN:1520-6793).
- The TQM Journal (ISSN: 1754-2731).

## C) RESPONSABILITÀ DI STUDI E RICERCHE SCIENTIFICHE AFFIDATI DA QUALIFICATE ISTITUZIONI

**C.1) Dal 15.02.2023 al 14.08.2024 – Coordinatore scientifico e responsabile dell'Unità di Ricerca dell'accordo di cofinanziamento e collaborazione per la realizzazione del progetto Telemedicine Dizziless Management (TDM), relativo al Bando JOINT RESEARCH 2022** (Bando che prevede cofinanziamento tra l'Università degli Studi di Verona e imprese partner). La condivisione dei primi risultati della ricerca con la comunità scientifica di Otorinolaringoiatria e Vestibologia è avvenuta in occasione del congresso AICNA, Bussolengo, Verona, Italy, 14-16.09.2023, con un intervento dal titolo "Tecnologie innovative di telemedicina per la gestione da remoto di disturbi dell'equilibrio".

**C.2) Dal 28.11.2022 - Partecipante al PROGETTO PRIN PNRR 2022 per l'Unità di Ricerca di Verona** (Coordinatore del Progetto: MAGLIOCCA Pierpaolo; Responsabile di Unità di Ricerca: BONFANTI Angelo. Titolo del Progetto di Ricerca: The hospitality experience quality in long-term care organizations: innovative pathways for value co-creation).

**C.3) Dal 01.01.2010 al 31.06.2011 - Titolare di Assegno di Ricerca** presso il Dipartimento di Management (Università degli Studi di Verona) dal titolo: "Analisi della domanda potenziale in un settore: le ragioni del possibile rifiuto del prodotto audioprotesi".

**C.4) Nel 2008 - Vincitore di un bando CooperInt presso l'Università degli Studi di Verona**, che ha consentito di svolgere attività di ricerca all'estero presso la University of Sydney (Australia) in qualità di Visiting PhD Student (da ottobre 2008 a febbraio 2009).

## D) ORGANIZZAZIONE DI CONVEGNI DI CARATTERE SCIENTIFICO IN ITALIA O ALL'ESTERO

- Componente del Comitato Organizzativo del convegno Sinergie-SIMA Annual Conference, Pisa, Italy (07-08 September 2020).
- Componente del Comitato Organizzativo del convegno Sinergie-SIMA Annual Conference, Rome, Italy (20-21 June 2019).
- Componente del Comitato Organizzativo del convegno The Excellence in Services 20th International Conference, Verona, Italy (7-8 September 2017).
- Componente del Comitato Organizzativo del convegno XXII International QMOD and Toulon-Verona Conference - Quality and Service Sciences, Verona, Italy (27-29 August 2009).

## E) ATTIVITÀ INTERNAZIONALI E DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

- Nel 2024 - **Componente del Comitato Scientifico** dell'International Conference on Management, Tourism, and Technologies (ICMTT, 2024).
- Nel 2023 - **Promotore di un accordo Erasmus+** (programma di teaching mobility) tra l'Università degli Studi di Verona e la TalTech University con sede a Tallinn, Estonia.
- Nel 2023 - **Componente del Comitato Scientifico** dell'International Conference on Marketing and Technologies (ICMarketTeck, 2023).
- Nel 2022 - **Vincitore del finanziamento** relativo al programma di internazionalizzazione di Ateneo, **Bando Visiting Categoria B** (esiti della seduta del Senato Accademico del 29.11.2022). Incoming Visiting Professor: Volker G. Kuppelwieser (NEOMA Business School, Francia).
- Dal 15.08.2022 – **Componente dell'Expert Advisory Group**, progetto finanziato HALOS, PI: Prof. Bamini Gopinath, Macquarie University, Sydney, Australia.
- Nel 2022 - **Componente del Comitato Scientifico** dell'International Conference on Marketing and Technologies (ICMarketTeck, 2022).
- Dal 2021 - **Coordinatore di Sede Erasmus+** della Technological University Dublin, Kevin Street, Dublin 2, D08 X622, Ireland.

### Attività di didattica internazionale

- **Anno Accademico 2022-2023**  
Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).  
Dipartimento di Management, via Cantarane n. 24 – 37129 Verona (VR).  
Incarico di docenza nell'ambito della **Summer School "Doing Business in Italy"** – edizione 2023 (didattica impartita: 6 ore). Insegnamento impartito in lingua inglese.
- **Da agosto 2022 a dicembre 2022. Attività didattica all'estero** rivolta a studenti universitari statunitensi iscritti all'University Studies Abroad Consortium | University of Nevada, Reno / MS 0323 | 1664 North Virginia St. | Reno, NV 89557-0323. Titolo dell'insegnamento: "Operations Management" (didattica impartita: 38 ore). Insegnamento impartito in lingua inglese.
- **Dal 05.09.2022 al 19.09.2022. Visiting Professor presso la Cologne International Business School (CBS)** Hardefuststr. 1 - 50677 Köln (Germania). Didattica impartita in lingua inglese presso gli insegnamenti a carico dei Docenti, per un totale di 20 ore, come da tabella seguente:

| Docente referente      | Titolo dell'insegnamento   | Livello           |
|------------------------|----------------------------|-------------------|
| Prof. Oliver Fuchus    | Strategic Management       | Bachelor's degree |
| Prof. Oliver Fuchus    | Introduction to Consulting | Bachelor's degree |
| Prof. Oliver Fuchus    | Consulting Techniques      | Master's degree   |
| Prof. Malgorzata Zmuda | Consulting Techniques 1    | Bachelor's degree |
| Prof. Malgorzata Zmuda | Consulting Techniques 2    | Bachelor's degree |
| Prof. Malgorzata Zmuda | Master Thesis Tutorial 1   | Master's degree   |
| Prof. Malgorzata Zmuda | Master Thesis Tutorial 2   | Master's degree   |

- **Da gennaio a maggio 2022. Attività didattica all'estero** rivolta a studenti universitari statunitensi iscritti all'University Studies Abroad Consortium | University of Nevada, Reno / MS 0323 | 1664 North Virginia St. | Reno, NV 89557-0323. Titolo dell'insegnamento: "International Trade" (didattica impartita: 38 ore in lingua inglese).
- **Da gennaio a maggio 2020. Attività didattica all'estero** rivolta a studenti universitari statunitensi iscritti all'University Studies Abroad Consortium | University of Nevada, Reno / MS 0323 | 1664 North Virginia St. | Reno, NV 89557-0323. Course title: "Global Strategic Management" (didattica impartita: 38 ore in lingua inglese).

## F) ATTIVITÀ PROGETTUALI E DI ORIENTAMENTO DIPARTIMENTALI

**F.1) Anno Accademico 2022/2023.** Attività di docenza dal titolo "Digital marketing e marketing non convenzionale" in data 21/04/2023 nell'ambito del corso di orientamento DM752/21 "Come funzionano le aziende?" rivolto agli studenti e alle studentesse delle scuole secondarie superiori di secondo grado di Verona e Vicenza e relative province.

**F.2) Anno Accademico 2022/2023.** Attività di tutoraggio per il corso di orientamento DM752/21 "Come funzionano le aziende?".

**F.3) Anno Accademico 2023/2024.** Attività di orientamento rivolto alle scuole medie superiori dal titolo "Pillole di management. Esploriamo insieme il mondo delle imprese", organizzato dal Dipartimento di Management nell'ambito del progetto di Ateneo dal titolo "SCOPERTA: sviluppo delle competenze per la transizione e l'autovalutazione" del PNRR ai sensi del DM 934/2022. Incarichi di orientamento affidati:

**10/01/2024 - orario 11.10-14.00**

Lezione dal titolo: *Il marketing digitale*

Istituto Marie Curie di Bussolengo (VR)

Numero di partecipanti: 49 studenti

**12/01/2024 - orario 9.00-11.30**

Lezione dal titolo: *La multicanalità nel marketing e nelle vendite. Nuove opportunità (anche) internazionali per le imprese*

Scuola: ITE Piovene di Vicenza

Numero di partecipanti: 47 studenti

**17/01/2024 - orario 8.00-9.45**

Lezione dal titolo: *Il marketing digitale*

Scuola Marco Polo di Verona

Numero di partecipanti: 60 studenti

**05/02/2024 - orario 9.00-11.30**

Lezione dal titolo: *Il marketing digitale*

**F.4) Dall'Anno Accademico 2022/2023 a oggi. Co-referente del progetto "Vivi 3 Giorni da Manager",** Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona, in collaborazione con le associazioni FederManager e Manager Italia. Obiettivo del progetto è dare la possibilità a giovani talenti, studenti e/o laureandi, opportunamente selezionati, di apprendere specifiche competenze manageriali tramite tre giornate lavorative al fianco di un manager. Si tratta di un'esperienza sul campo che consente ai partecipanti selezionati di vedere da vicino il mondo del lavoro, il ruolo ricoperto dal manager e, così, apprendere competenze utili per indirizzare il proprio futuro professionale (attività formative volte ad acquisire ulteriori abilità relazionali utili per l'inserimento nel mondo del lavoro - art. 10, co. 1 lett. f, D.M. 509/99; art. 10, co. 5 lett. d, D.M. 270/04). Il progetto ha coinvolto a oggi 36 manager, 20 imprese e 37 studenti dei CdiL Magistrale afferenti al Dipartimento di Management, dell'Università degli Studi di Verona.

**F.5) Il giorno 05.05.2023.** Erogazione di **attività formativa** inerente il **Laboratorio sulle Metodologie di Ricerca Aziendale**, con coordinatrice la Prof.ssa Cristina Florio (Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona), con un **seminario dal titolo "Modelli per lo studio dei fattori di accettazione delle tecnologie innovative"**.

## **G) CONSEGUIMENTO DI PREMI E RICONOSCIMENTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI**

**G.1)** Conseguimento del premio **"Outstanding Paper Award"** per il contributo: Cobelli N., Blasioli E., Kuppelwieser V.G., Ugolini M.M. (2024), "Innovation adoption and research methods: The risk of opportunistic uses in healthcare management studies", *Conference Proceedings*, Research & Innovation Forum: The Twin Transition: Leveraging Breakthrough Technologies & Sustainability for Innovation, Quality Education & Policy Making, Ravello (SA) – Italy, 10-12 April (casa editrice: SPRINGER, in corso di stampa).

**G.2)** Conseguimento del riconoscimento di **"Outstanding Reviewer 2023"** in occasione del Sinergie-SIMA Management Conference 2023 (Università LUM Giuseppe Degennaro e Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Bari, 29-30 giugno 2023).

**G.3)** Conseguimento del riconoscimento di **"Outstanding Reviewer 2023"** da parte di Emerald Publishing.

**G.4)** Conseguimento del riconoscimento in qualità di **"Outstanding Reviewer"** da parte del Comitato Scientifico di 18th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge (ACIEK) Conference (Madrid, 21-23 giugno 2023).

**G.5)** Conseguimento del riconoscimento di **"Outstanding Paper-Emerald Literati Awards 2020"** per il contributo: Russo I., Confente I., Gligor D.M., Cobelli N. (2019), A roadmap for applying qualitative comparative analysis in supply chain research: The reverse supply chain case, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 49, n. 1, pp. 99-120, ISSN: 0960-0035 (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 2\*).

**G.6)** Conseguimento del riconoscimento di **"Selected paper"** per il contributo: Cobelli N., "Patients' perceptions and attitudes towards a medicine review service", *Proceedings*, XII International QMOD and Toulon-Verona Conference on Quality and Service Sciences, The University of Verona, Verona, Italy, 27-29 August 2009, ISBN: 9788890432705.

## H) ATTIVITÀ DIDATTICA

### H.1) ATTRIBUZIONE DI INCARICHI NELL'AMBITO DI DOTTORATI DI RICERCA

- Marzo 2024: **incarico di insegnamento** congiunto con il Prof. Fabio Cassia tenuto in lingua inglese nel Dottorato di Ricerca Interateneo in Accounting & Management ciclo XXXVIII (Università degli Studi di Verona e Università degli Studi di Udine). Titolo del seminario: "A personal research journey in B2B marketing: Challenges and reflections on model, methods, and data analysis" (nr. 3 seminari per un totale di 10 ore di lezione).
- Luglio 2023: **incarico di insegnamento in lingua inglese** per nr. 2 seminari agli studenti del Dottorato di Ricerca in Management (Università degli Studi di Napoli Federico II). Titolo del seminario: "Choices of adoption/non-adoption of ICT tools in the healthcare sector" (numero complessivo di ore dei seminari tenute: 8).
- Marzo 2023: **incarico di insegnamento** congiunto con il Prof. Fabio Cassia tenuto in lingua inglese nel Dottorato di Ricerca Interateneo in Accounting & Management ciclo XXXVII (Università degli Studi di Verona e Università degli Studi di Udine). Titolo del seminario: "A personal research journey in B2B marketing: Challenges and reflections on model, methods, and data analysis" (nr. 3 seminari per un totale di 10 ore di lezione).
- Maggio 2022: **Valutatore di Giudizio Analitico su Tesi di Dottorato di Ricerca** – Dottorato di Ricerca in Management ciclo XXXIV (Università degli Studi di Napoli Federico II). Dottorando candidato: Kunle Francis Oguntegbe.

### H.2) FORMALE ATTRIBUZIONE DI INCARICHI DI INSEGNAMENTO – UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI VERONA (in ordine cronologico)

#### Anno Accademico 2023-2024

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica del seguente Corso di Laurea:

- "Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale" (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Marketing Digitale e Interattivo per i Beni e i Servizi (9 CFU).

#### Anno Accademico 2023-2024

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR) – HUB di Vicenza.

Attività didattica del seguente Corso di Laurea:

- "Economia e Innovazione Aziendale" (Corso di Laurea Triennale). Insegnamento: Sales Management (6 CFU).

#### Anno Accademico 2022-2023

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica del seguente Corso di Laurea:

- “Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale” (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Marketing Digitale e Interattivo per i Beni e i Servizi [*cognomi A-L*] (9 CFU di cui 8 a carico di Nicola Cobelli).

### **Anno Accademico 2022-2023**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR) – HUB di Vicenza.

Attività didattica del seguente Corso di Laurea:

- “Economia e Innovazione Aziendale” (Corso di Laurea Triennale). Insegnamento: Sales Management (6 CFU di cui 5 a carico di Nicola Cobelli).

### **Anno Accademico 2022-2023**

Luiss Business School, Via Nomentana, 216 - 00162 Roma (RM).

Attività extra-istituzionale di didattica in presenza nell'ambito dell'Executive Master Sales & Account Management dal titolo “Sales Management & Customer Engagement” (didattica impartita: 35 ore).

### **Anno Accademico 2022-2023**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Dipartimento di Management, via Cantarane n. 24 – 37129 Verona (VR).

Incarico di docenza nell'ambito della Summer School “Doing Business in Italy” – edizione 2023 (didattica impartita: 6 ore). Insegnamento impartito in lingue inglese.

### **Anno Accademico 2021-2022**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica del seguente Corso di Laurea:

- “Data Science” (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Digital Marketing and Market Research (6 CFU di cui 3 a carico di Nicola Cobelli). Insegnamento impartito in lingue inglese.

### **Anno Accademico 2021-2022**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR) – HUB di Vicenza.

Attività didattica del seguente Corso di Laurea:

- “Management e Strategia d'Impresa” (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Management Strategico dei Servizi (9 CFU di cui 3 a carico di Nicola Cobelli).

### **Anno Accademico 2021-2022**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica del seguente Corso di Laurea:

- “Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale” (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Marketing Digitale e Interattivo per i Beni e i Servizi [*cognomi A-L*] (9 CFU).

### **Anno Accademico 2021-2022**

Luiss Business School, Via Nomentana, 216 - 00162 Roma (RM).

Attività extra-istituzionale di didattica in presenza nell'ambito dell'Executive in Digital Marketing dal titolo “Integrated Marketing Communication” (didattica impartita: 7 ore).

### **Anno Accademico 2021-2022**

Luiss Business School, Via Nomentana, 216 - 00162 Roma (RM).

Attività extra-istituzionale di didattica in presenza nell'ambito dell'Executive in Digital Marketing dal titolo “Digital Marketing Basics” (didattica impartita: 4 ore).

### **Anno Accademico 2021-2022**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica nell'ambito del Corso di Perfezionamento "Smart Management in Sport" dal titolo "Brand experience management: Corporate branding e personal branding nello sport" - "Marketing, digital communication e brand experience nello sport" (didattica impartita: 4 ore).

### **Anno Accademico 2020-2021**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto del Corso di Laurea Magistrale: "Management e Strategia d'Impresa". Insegnamento: Management strategico dei servizi (3 CFU).

### **Anno Accademico 2019-2020**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR)

Attività didattica in qualità di Ricercatore di tipo A (RTD-A) del Corso di Laurea Magistrale: "Viticoltura, enologia e mercati vitivinicoli" (Corso di Laurea Magistrale inter-Ateneo LM-69, che vede come capofila l'Università di Udine e coinvolge le Università di Verona, Udine sede di Conegliano, Padova, Bolzano, Torino). Insegnamento: Wine Marketing and Communication – modulo "Advanced Tools for Marketing and Communication" (5 CFU) – insegnamento in lingua inglese. Il corso è destinato agli studenti del Corso di Laurea "Enologia Viticoltura e Mercati Vitivinicoli" e agli studenti del Master of Science Vinifera (<https://www.vinifera-euromaster.eu/>), al quale partecipano studenti internazionali.

### **Anno Accademico 2018-2019**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto del Corso di Laurea Magistrale: "Viticoltura, enologia e mercati vitivinicoli" (Corso di Laurea Magistrale inter-Ateneo LM-69, che vede come capofila l'Università di Udine e coinvolge le Università di Verona, Udine sede di Conegliano, Padova, Bolzano, Torino). Insegnamento: Wine Marketing and Communication – modulo "Advanced Tools for Marketing and Communication" (5 CFU) – insegnamento in lingua inglese. Il corso è destinato agli studenti del Corso di Laurea "Enologia Viticoltura e Mercati Vitivinicoli" e agli studenti del Master of Science Vinifera (<https://www.vinifera-euromaster.eu/>), al quale partecipano studenti internazionali. Per tale ragione il corso è interamente tenuto in lingua inglese.

### **Anno Accademico 2017-2018**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto del Corso di Laurea Magistrale: "Viticoltura, enologia e mercati vitivinicoli" (Corso di Laurea Magistrale inter-Ateneo LM-69, che vede come capofila l'Università di Udine e coinvolge le Università di Verona, Udine sede di Conegliano, Padova, Bolzano, Torino). Insegnamento: Wine Marketing and Communication – modulo "Advanced Tools for Marketing and Communication" (5 CFU) – insegnamento in lingua inglese. Il corso è destinato agli studenti del Corso di Laurea "Enologia Viticoltura e Mercati Vitivinicoli" e agli studenti del Master of Science Vinifera (<https://www.vinifera-euromaster.eu/>), al quale partecipano studenti internazionali.

### **Anno Accademico 2016-2017**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto dei Corsi di Laurea Magistrale:

- "Viticoltura, enologia e mercati vitivinicoli" (Corso di Laurea Magistrale inter-Ateneo LM-69, che vede come capofila l'Università di Udine e coinvolge le Università di Verona, Udine sede di Conegliano, Padova, Bolzano, Torino). Insegnamento: Wine Marketing and Communication – modulo "Advanced Tools for Marketing and Communication" (5 CFU) – insegnamento in lingua inglese. Il corso è destinato agli studenti del Corso di Laurea "Enologia Viticoltura e Mercati Vitivinicoli" LM-69 e agli studenti del Master of Science Vinifera (<https://www.vinifera-euromaster.eu/>), al quale partecipano studenti internazionali.

- “Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale” (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Marketing Avanzato per i Beni e i Servizi (6 CFU).

#### **Anno Accademico 2015-2016**

Università degli Studi di Verona, via dell’Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto del Corso di Laurea Magistrale: “Viticoltura, enologia e mercati vitivinicoli” (Corso di Laurea Magistrale inter-Ateneo LM-69, che vede come capofila l’Università di Udine e coinvolge le Università di Verona, Udine sede di Conegliano, Padova, Bolzano, Torino). Insegnamento: Wine Marketing and Communication – modulo “Advanced Tools for Marketing and Communication” (5 CFU) – insegnamento in lingua inglese. Il corso è destinato agli studenti del Corso di Laurea “Enologia Viticoltura e Mercati Vitivinicoli” LM-69 e agli studenti del Master of Science Vinifera (<https://www.vinifera-euromaster.eu/>), al quale partecipano studenti internazionali.

#### **Anno Accademico 2014-2015**

Università degli Studi di Verona, via dell’Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto del seguente Corso di Laurea:

- “Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale” (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Marketing Avanzato per i Beni e i Servizi (6 CFU).

#### **Anno Accademico 2013-2014**

Università degli Studi di Verona, via dell’Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto del seguente Corso di Laurea:

- “Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale” (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Marketing Avanzato per i Beni e i Servizi (6 CFU).

#### **Anno Accademico 2012-2013**

Università degli Studi di Verona, via dell’Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto dei seguenti Corsi di Laurea:

- “Lingue e Culture per il Turismo e il Commercio Internazionale” (Corso di Laurea triennale). Insegnamento: Fondamenti di Management (9 CFU).
- “Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale” (Corso di Laurea Magistrale) Insegnamento: Marketing Avanzato per i Beni e i Servizi (9 CFU).

#### **Anno Accademico 2011-2012**

Università degli Studi di Verona, via dell’Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto del seguente Corso di Laurea:

- “Lingue e Culture per il Turismo e il Commercio Internazionale” (Corso di Laurea triennale). Insegnamento: Fondamenti di Management (9 CFU).
- “Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale” (Corso di Laurea Magistrale). Insegnamento: Marketing Avanzato per i Beni e i Servizi (9 CFU).

#### **Anno Accademico 2010-2011**

Università degli Studi di Verona, via dell’Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR)

Attività didattica in qualità di Professore a Contratto dei seguenti Corsi di Laurea:

- “Lingue e Culture per il Turismo e il Commercio Internazionale” (Corso di Laurea triennale). Insegnamenti: Fondamenti di Management (3 CFU) e Marketing Internazionale (3 CFU).

#### **Anno Accademico 2006-2007**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR)

Attività didattica nel Master Universitario di I livello in Mediazione Linguistica per la Qualità dei Servizi al Pubblico.

#### **Anno Accademico 2005-2006**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR)

Attività didattica nei Master Universitari di I livello in Lingue per il Commercio Internazionale e Promozione del Turismo Culturale. dal 28-02-2005 al 28-02-2006

### **H.3) ALTRA ATTIVITÀ DIDATTICA (in ordine cronologico)**

#### **Anno Accademico 2023-2024**

Luiss Business School, Via Nomentana, 216 - 00162 Roma (RM).

Attività extra-istituzionale di didattica in presenza nell'ambito dell'Executive Master Sales & Account Management dal titolo "Sales Management & Customer Engagement" (didattica impartita: 35 ore).

#### **Anno Accademico 2021-2022**

Luiss Business School, Via Nomentana, 216 - 00162 Roma (RM).

Attività extra-istituzionale di didattica in presenza nell'ambito dell'Executive in Digital Marketing dal titolo "Integrated Marketing Communication" (didattica impartita: 7 ore).

#### **Anno Accademico 2021-2022**

Luiss Business School, Via Nomentana, 216 - 00162 Roma (RM).

Attività extra-istituzionale di didattica in presenza nell'ambito dell'Executive in Digital Marketing dal titolo "Digital Marketing Basics" (didattica impartita: 4 ore).

#### **Anno Accademico 2021-2022**

Università degli Studi di Verona, via dell'Artigliere n. 8 - 37129 Verona (VR).

Attività didattica nell'ambito del Corso di Perfezionamento "Smart Management in Sport" dal titolo "Brand experience management: Corporate branding e personal branding nello sport" - "Marketing, digital communication e brand experience nello sport" (didattica impartita: 4 ore).

#### **Dal 09.05.2020 a oggi**

Incarichi di attività didattica riferita al progetto Tecnico Superiore Logistica e Trasporti 4.0 (LAST Logistica, sedi di Vicenza e Padova).

### **I) AFFILIAZIONE A SOCIETÀ SCIENTIFICHE DI RICONOSCIUTO PRESTIGIO NEL SETTORE**

- Socio ordinario della **Società Italiana di Management (SIMA)**. Partecipante ai seguenti Gruppi Tematici: Supply Chain Management, Logistics & Operations; Retailing & Service Management; Intelligenza Artificiale nel Management).
- Socio ordinario ricercatore dell'**Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA)**.
- Socio ordinario della **Società Italiana di Marketing (SIM)**.
- Socio ordinario della **British Academy of Management (BAM)**.

## **L) RISULTATI OTTENUTI NEL TRASFERIMENTO TECNOLOGICO IN TERMINI DI PARTECIPAZIONE ALLA CREAZIONE E SVILUPPO DI NUOVE IMPRESE**

I risultati ottenuti nel trasferimento tecnologico in termini di partecipazione alla creazione di nuove imprese sono riferibili al contributo scientifico volto alla creazione della start-up innovativa VertigApp srl (P. IVA 04953580265) nello svolgimento delle seguenti attività (dal 01.05.2018 al 31.12.2022):

- redazione del Business Plan;
- redazione del Piano Marketing;
- individuazione e sviluppo delle Strategie di Lancio del Prodotto su piattaforme digitali;
- realizzazione di uno Studio per la Segmentazione e identificazione dei Target.

## **M) COMPETENZE LINGUISTICHE**

**INGLESE – C2 AVANZATO** (Certificato TOEFL ottenuto il 12.12.2007 con voto 104/120)

**SPAGNOLO AVANZATO – C2 AVANZATO**

## **N) COMPETENZE INFORMATICHE**

Conoscenza e utilizzo avanzato dei software:

- LaTeX
- SPSS
- R
- Lisrel
- Leximancer
- fsQCA

## **O) SPECIFICHE ESPERIENZE PROFESSIONALI CARATTERIZZATE DA ATTIVITÀ DI RICERCA ATTINENTI AL SETTORE CONCURSALE 13/B2 - – Economia e Gestione delle Imprese.**

**Dal 01.01.2007 al 31.12.2009**

Dottorato di Ricerca (PhD) in Economia e Direzione Aziendale presso la Scuola di Dottorato in Economia dell'Università degli Studi di Verona (ciclo XXII). Titolo conseguito il 03.05.2010.

**Dal 22.03.2007 al 24.03.2007**

Partecipazione a corso di PUBLIC SPEAKING. Sinergie-CUEIM Comunicazione.

**Dal 01.01.2010 a oggi**

Attività di Tutor di circa 200 Elaborati Finali triennali e di circa 150 Tesi Magistrali.

**Dal 01.10.2019 a 30.09.2020**

Componente della Commissione Internazionalizzazione del Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona.

**Dal 2018 a oggi**

Attestato di partecipazione e superamento: "Insights Discovery Accreditation", Copenhagen (DK).

**Dal 15.04.2019 al 18.04.2019**

Partecipazione a SPRING SCHOOL 2019 in BUSINESS, MANAGEMENT & ORGANIZATION RESEARCH - Configurational Analyses, Comparative Approaches and Natural Experiments. Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management - Torino, Italia.

**Dal 07.06.2019 al 07.06.2019**

Partecipazione al FIRST WORKSHOP ON QUALITATIVE COMPARATIVE ANALYSIS. Università degli Studi di Verona, Dipartimento di Management, Verona, Italia.

**Dal 23.07.2019 al 26.07.2019**

Partecipazione a SUMMER SCHOOL 2019 di Metodologia per la Ricerca Sociale "Analisi multivariata per la ricerca sociale". Università della Calabria, Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche, Rende (CS), Italia.

**Dal 02.09.2019 al 06.09.2019**

Partecipazione a SUMMER SCHOOL di Metodologia per la Ricerca Sociale 2019 "Modelli di equazioni strutturali". Università della Calabria, Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche, Rende (CS), Italia.

**Dal 01.02.2012 al 31.01.2014**

Attività di Tutor accademico presso il Corso di Perfezionamento in Middle Manager Commerciale: guidare i collaboratori all'interno dell'azienda e nella struttura di vendita (A.A. 2012-2013). Dipartimento di riferimento: Economia Aziendale - Università degli Studi di Verona; Macro-Area: Scienze Giuridiche ed Economiche; Area disciplinare: Economica.

## **P) PRECEDENTI ESPERIENZE PROFESSIONALI**

Dal 15.01.2019 al 30.09.2020 - Ricercatore a Tempo Determinato di tipo A (RTD-A) presso il Dipartimento di Management, Università degli Studi di Verona.

Dal 02.01.2018 al 14.01.2019 - National Trainer dell'impresa Udicare srl, multinazionale della holding Demant con sede in Copenhagen (Danimarca), operante nel settore elettromedicale retail.

Dal 01.11.2014 al 01.01.2018 - Direttore Regionale dell'impresa Udicare srl, multinazionale della holding Demant con sede in Copenhagen (Danimarca), operante nel settore elettromedicale retail.

Dal 01.07.2011 al 01.11.2014 - Direttore Generale dell'impresa Auris Italia scarl, operante nel settore elettromedicale retail.

## Q) TERZA MISSIONE E PUBLIC ENGAGEMENT

### Q.1) Terza Missione

- Dal 15.05.2023 al 14.05.2025 - Responsabile Scientifico di un Contratto di Formazione e Aggiornamento Professionale (formazione commissionata) sottoscritto tra il Dipartimento di Management e Midi Equipment S.p.A. Le attività di formazione sono rivolte alla forza vendita dell'impresa committente e consistono in: spiegazione e implementazione di un processo di vendita; profilazione della forza vendita a fini lavorativi; motivazione della forza vendita; gestione delle obiezioni; valutazione dell'attività dei venditori; gestione di casi difficili; creazione di un meccanismo virtuoso di passaparola; tecniche per la formazione continua della forza vendita Italia. Si allega lettera di manifestazione di apprezzamento redatta in data 16.06.2023 da parte dell'impresa committente.  
Nel complesso, le attività sono state finanziate dal soggetto privato Midi Equipment S.p.A. per un valore di € 15.000, oltre a IVA di legge.
- Dal 21.02.2022 al 20.10.2022 - Responsabile scientifico (Principal Investigator) di un contratto di consulenza tecnico-scientifica (ricerca commissionata) sottoscritto tra il Dipartimento di Management e SMART Medcal srl, il cui oggetto è consistito in due principali attività di ricerca: a) Attività di ricerca volta a studiare il mercato e le propensioni all'uso di nuove tecnologie digitali nel settore healthcare, in relazioni business-to-business. Gli aspetti di propensione all'uso e percezione del prodotto sono stati indagati secondo metodologie scientificamente validate di ricerca di mercato. I soggetti coinvolti sono stati alcuni professionisti sanitari, e precisamente i medici otorinolaringoiatri che operano in libera professione (iscritti all'Associazione Italiana Medici Otorinolaringoiatri Liberi Professionisti e partecipanti al XX Congresso Nazionale AIOLP, Bari, 20 settembre-1 ottobre 2022) e che trarrebbero vantaggio dall'adozione di tecnologie innovative di proprietà di SMART Medical srl per il trattamento di soggetti affetti da disturbi dell'equilibrio. b) Attività di ricerca volta a identificare le implicazioni manageriali della ricerca di mercato per fornire input utili alle scelte aziendali, in particolare in area marketing. Nel complesso, le attività sono state finanziate dal soggetto privato SMART Medical srl per un valore di € 20.000, oltre a IVA di legge.
- Da febbraio 2019 al 30.09.2020 - Responsabile Scientifico di 3 contratti di consulenza tecnico-scientifica, sottoscritti tra il Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Verona e Udicare srl (società controllata della holding multinazionale Demant), il cui oggetto è consistito in attività di studio e ricerca volti alla creazione di processi aziendali, sistemi incentivanti delle performance e stesura di un Protocollo di Vendita. Nel complesso, le attività sono state finanziate dal soggetto privato Udicare srl per un valore di € 93.400, oltre a IVA di legge. Nello svolgimento della suddetta attività ci si è confrontati con Casa Madre, in Danimarca, e l'intero team manageriale italiano, nonché con la Direzione Generale italiana, la funzione HR nazionale, la funzione Marketing e Comunicazione nazionale, la funzione IT nazionale, la funzione Sales nazionale e internazionale, la funzione Training

and Development internazionale. Nicola Cobelli ha partecipato e organizzato numerosi meeting in Europa, Stati Uniti e Canada per raccogliere le “migliori pratiche” da importare nella sussidiaria italiana.

## Q.2) Public Engagement

- Da gennaio 2023 a oggi – Formale attività di Public Engagement a titolo gratuito rivolta agli associati di Auser Università Cultura e Viaggi, associazione del III settore che si adopera per la realizzazione dell’invecchiamento attivo. I principi ispiratori sono la solidarietà, l’equità, il rispetto e la valorizzazione delle differenze, la tutela dei diritti e del bene comune. Opera sul territorio attraverso Circoli APS (Associazione di Promozione Sociale) per promuovere iniziative ricreative, turistiche e culturali e Circoli ODV (Organizzazioni di Volontariato) per offrire servizi alla persona e in particolare a chi si trova in maggiore difficoltà.

Date e titoli degli interventi:

21.02.2024 *I social media come canale di distribuzione e promozione* (totale ore: 3).

29.01.2024 *Il consumatore di oggi tra negozi fisici e virtuali* (totale ore: 3).

17.01.2024 *Il consumatore di oggi tra negozi fisici e virtuali* (totale ore: 3).

08.02.2023 *Il marketing non convenzionale per ingannare il consumatore* (totale ore: 3).

13.02.2023 *Il ruolo primario assunto dal mercato nella società contemporanea* (totale ore: 3).

23.02.2023 *Il ruolo primario assunto dal mercato nella società contemporanea* (totale ore: 3).

09.01.2023 *Il marketing non convenzionale per ingannare il consumatore* (totale ore: 3).

- Il 10.03.2023 – Relatore nel workshop organizzato con ConfCooperative Verona dal titolo: *Digital Marketing e Terzo Settore: opportunità e benefici* (totale ore: 2).

## ELENCO DEI CONTRIBUTI SCIENTIFICI PUBBLICATI (per categoria e in ordine cronologico)

### Articoli in Rivista Scientifica

- Cobelli N., Cassia F., Zardini A., Kuppelwieser G.V. (2024), “Pharmacies providing health services: Attitudes toward eHealth in Italy”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 47 (DOI: 10.1016/j.jretconser.2023.103568) (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Marketing; AJG 2021: 2\*).
- Cobelli N., Blasi S. (2024), “Combining topic modeling and bibliometric analysis to understand the evolution of technological innovation adoption in the healthcare industry”, *European Journal of Innovation Management*, vol. 27, n. 9, pp. 127-149 (DOI: 10.1108/EJIM-06-2023-0497) (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business, Management and Accounting - Management of Technology and Innovation; AJG 2021: 1\*).
- Cobelli N., Cassia F., Donvito R. (2023), “Pharmacists’ attitudes and intention to adopt telemedicine: Integrating the market-orientation paradigm and the UTAUT”, *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 196 (DOI: 10.1016/j.techfore.2023.122871) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Management and Technology Innovation; AJG 2021: 3\*).
- Cobelli N., Blasioli E. (2023), “To be or not to be digital? A bibliometric analysis of adoption of eHealth services”, *The TQM Journal*, vol. 35, n. 9, pp. 299-331 (DOI: 10.1108/TQM-02-2023-0065) (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 1\*).
- Cobelli N., Bullini Orlandi L., Burro R. (2022), “People-related TQM practices: the role of metaperceptions”, *The TQM Journal*, vol. 3, n. 7, pp. 165-178 (DOI: 10.1108/TQM-01-2022-0018) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 1\*).
- Cobelli, N., Cassia, F., Burro, R. (2021), “Factors affecting the choices of adoption/non-adoption of future technologies during coronavirus pandemic”, *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 169, 120814, (DOI: 10.1016/j.techfore.2021.120814) (Articolo in Rivista Scientifica -fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Management and Technology Innovation; AJG 2021: 3\*).
- Cobelli, N., Chiarini A., Giaretta E. (2021), “Enabling factors for adopting sustainable, organic wine production”, *The TQM Journal*, (DOI: 10.1108/TQM-11-2020-0275), (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 1\*).
- Cobelli N., Chiarini A. (2020), “Improving customer satisfaction and loyalty through mHealth service digitalization: New challenges for Italian pharmacists”, *The TQM Journal*, vol. 32, n. 6, pp. 1541-1560 (DOI: 10.1108/TQM-10-2019-0252) (Articolo in Rivista Scientifica - fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 1\*).
- Chiarini, A., Castellani, P., Rossato, C., Cobelli, N. (2020), “Quality management internal auditing in small and medium-sized companies: An exploratory study on factors for significantly improving quality performance”, *Total Quality Management & Business Excellence*, vol. 32, n. 15-16, pp. 1829-1849. (DOI: 10.1080/14783363.2020.1776101) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and Management and Accounting; AJG 2021: 2\*).

- Russo I., Confente I., Gligor D.M., Cobelli N. (2019), “A roadmap for applying qualitative comparative analysis in supply chain research: The reverse supply chain case”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 49, n. 1, pp. 99-120, ISSN: 0960-0035 (DOI: 10.1108/IJPDLM-02-2018-0056) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; AJG 2021: 2\*).
- Cobelli N., Bonfanti A., Cubico S., Favretto G. (2019), “Quality and perceived value in career guidance e- services”, *International Journal of Quality and Service Sciences*, vol. 11, n. 1, pp. 53-68, ISSN: 1756-669X (DOI: 10.1108/IJQSS-12-2017-0114) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2 - SJR Q1 Business and International Management; H Index 17; AJG 2021: 1\*).
- Cassia F., Ugolini M.M., Cobelli N., Gill L., Cameron I.D. (2018), “Industry-based issues in the provision of hearing aids in Italy”, *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, vol. 14, n. 3, pp. 377-388, ISSN: 17460573 (DOI: 10.1504/WREMSD.2018.091695) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2 - SJR Q1 Business and International Management; H Index 11; AJG 2021: 1\*).
- Cassia F., Cobelli N., Ugolini M.M. (2017), “The effects of goods-related and service-related B2B brand images on customer loyalty”, *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 32, n. 5, pp. 722- 732, ISSN: 0885-8624 (DOI: 10.1108/JBIM-05-2016-0095) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; H Index 52; AJG 2021: 2\*).
- Cassia F., Ugolini M.M., Cobelli N., Gill L. (2015), “Service-based vs. goods-based positioning of the product concept: Effects on customer perceived value”, *The TQM Journal*, vol. 27, n. 2, 2015, pp. 247-255, ISSN: 17542731 (DOI: 10.1108/TQM-01-2015-0005) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q2 Business and International Management; H Index 52; AJG 2021: 1\*).
- Cobelli N., Gill L., Cassia F., Ugolini M.M. (2014), “Factors that influence intent to adopt a hearing aid”, *Health and Social Care in the Community*, vol. 22, n. 6, pp. 612-622, ISSN: 09660410 (DOI: 10.1111/hsc.12127) (Articolo in Rivista Scientifica - Impact Factor: 2.047; ISI Journal Citation Reports Ranking: 6/42; H index 53; SJR Q1 Health Policy e Q1 Social Sciences, AJG 2021: 1\*).
- Russo I., Confente I., Gligor D.M., Cobelli N. (2017), “The combined effect of product returns experience and switching costs on B2B customer re-purchase intent”, *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 32, n. 5, 2017, pp. 664-676, ISSN 0885-8624 (DOI: 10.1108/JBIM-06-2016-0129) (Articolo in Rivista Scientifica – fascia A ASN 13/B2; SJR Q1 Business and International Management; H Index 52; AJG 2021: 2\*).
- Russo I., Confente I., Cobelli N. (2014), “Customer perceived value in business-to-business marketing: Is it still enough?”, *Proceedings, 7th EuroMed Annual Conference: The future of entrepreneurship*, Kristiansand, Norway, 18-19 September, pp. 1347-1357, ISBN: 9789963711277.
- Cobelli N. (2009), “Partire dal paziente per favorire la crescita del settore audioprotesico”, *L'Audioprotesista*, vol. 18, pp. 33-42, ISSN: 23848464 (rivista tecnico-scientifica).
- Cobelli N. (2008), “Riflessioni per uno studio sistematico del settore audioprotesico”, *L'Audioprotesista*, vol. 16, September 2008, pp. 27-34, ISSN: 23848464 (rivista tecnico-scientifica).
- Gill L., Helkkula A., White L., Cobelli N. (2010), “How do customers and pharmacists experience generic substitution?”, *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, vol. 4, n. 4, pp. 375-395, ISSN: 1750-6123 (DOI: 10.1108/17506121011095218) (Articolo in Rivista Scientifica – SJR Q3 Marketing; H Index 14).
- White L., Klinner K., Cobelli N. (2011) “Improving the uptake of the Australian Home Medicines Review (AHMR) through patient segmentation”, *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, vol. 5, n. 3, pp. 194-204, ISSN: 1750-6123 (DOI: 10.1108/1750612111172202) (Articolo in Rivista Scientifica – SJR Q3 Marketing; H Index 14).
- Cobelli N. (2009), “La varietà degli approcci allo studio del comportamento del consumatore: il caso Home Medicine Review”, *Sinergie Italian Journal of Management*, pp. 79-94, ISSN: 0393-5108 (Total

H Index on Google Scholar: 25).

## Monografie

- 1) Cobelli N., Blasioli E., *M&A Management & Healthcare Industry: Can Healthcare Devices Become Commodities?*, NOMOS, Baden-Baden, Baden-Baden, ISBN: 978-3-7560-1273-2 (Print), ISBN: 978-3-7489-4024-1 (ePDF).
- Cobelli N. (2020), *Innovation in Community-Based Private Practices Through eHealth*. International Series in Advanced Management Studies. Switzerland, Springer, 2020, ISBN: 978-3-030-48177-3.
- Cobelli N. (2012), *Uno studio sul comportamento del consumatore ipoacusico*, Torino, Giappichelli, ISBN: 8834828488.

## Capitoli di libro in lingua inglese

- Ugolini M.M., Cassia F., Cobelli N. (2021), “Public engagement, children, and the pleasure of knowledge: The experience of Kidsuniversity Verona, Italy”, in Papadimitriou and Bobc M. (Eds) (2021), *Re-envisioning Higher Education’ Public Engagement*, pp. 205-227, ISBN: 978-3-030-55715-7, e-book ISBN: 978-3-030-55716-4.
- Cobelli N., Confente I., Russo I., “Entrepreneurial initiatives, organizational performance and value co-creation: Evidence from a B2B context”, in Kaufmann H., Shams R.S.M. (Eds.) (2015), *Entrepreneurial challenges in the 21st century: Creating stakeholder value co-creation*, Palgrave, Cleveland, pp. 155-177, ISBN 9781137479761.

## Capitoli di libro in lingua italiana

- Cobelli N., “Il valore nelle operazioni di acquisizione e fusione d’impresa”, in AA.VV. (2019), *Scritti seri e semiseri: in onore di Claudio Baccarani*, Torino, Giappichelli, pp. 129-134, ISBN: 978-88-921-1865-2.
- Cobelli N., “Economia e impresa”, in Ambrosetti U., Di Berardino F., Del Bo L. (Ed.) (2018), *Audiologia Protesica*, Torino, Minerva, pp. 863-881, ISBN: 978-8877119537.
- Cobelli N., “Elementi di economia d’impresa”, in Ambrosetti U. (Ed.) (2014), *Audiologia Protesica*, Torino, Minerva, pp. 863-881, ISBN: 139788877118035.
- Cobelli N., “Settori, livelli di mercato e stadi della macro-filiera”, “Architettura del brand rispetto alla gamma di prodotti”, “Mercati di sbocco e protezione del brand”, “Alle origini delle scelte di brand naming (ragioni e idee)”, “Requisiti di successo del brand name”, “Strumenti di comunicazione e promozione”, in Ugolini M.M. (Ed.) (2011), *Branding Verona: Un viaggio tra protagonisti e strumenti delle politiche di marca delle imprese veronesi*, Cierre, Verona, ISBN 9788895351551.
- Cobelli N., “Inquadramento preliminare: le attività nautiche e i servizi connessi in Italia” e “Approfondimento qualitativo: le esperienze dei porti turistici di Salò e Peschiera del Garda”, in Ugolini M.M. (Ed.) (2008), *Studio sull’impatto turistico derivante dalla riqualificazione della Marina di Bardolino*, Sinergie Management Research, Cueim Comunicazione, Verona, ISBN: 9788890739422.
- Baccarani C., Brunetti F., Cobelli N., Rossato C., Simeoni F., Ugolini M.M., Vigolo V., “Verona Sistema Turistico Locale? Un itinerario nel turismo del capoluogo scaligero tra realtà consolidate e potenzialità inesprese”, in S. Sciarelli (Ed.) (2007), *Il management dei sistemi turistici locali*, Torino, Giappichelli, pp. 411-435, ISBN: 9788834875773.

## Atti di Convegno

- Cobelli N., Blasioli E., Kuppelwieser V.G., Ugolini M.M. (2024), "Innovation adoption and research methods: The risk of opportunistic uses in healthcare management studies", *Conference Proceedings*, Research & Innovation Forum: The Twin Transition: Leveraging Breakthrough Technologies & Sustainability for Innovation, Quality Education & Policy Making, Ravello (SA) – Italy, 10-12 April (casa editrice: SPRINGER, in corso di stampa). Contributo vincitore del premio: Outstanding Paper Award.
- Cobelli N., Confente I., Zardini A. (2023), "Innovative eHealth technologies: A study on factors determining their adoption", *Conference Proceedings*, XX SIM Annual Conference: Marketing per il benessere, la salute e la cura, Firenze, Italy, 20-21 October, ISBN: 978-88-947829-0-5.
- Cobelli N. (2023), "Artificial intelligence and medical devices distributions in the business-to-business market", *Proceedings*, Sinergie-SIMA Annual Conference: Boosting knowledge & trust for a sustainable business, Bari, Italy, 29-30 June, ISBN: 978-88-94-7136-3-3.
- Chiarini A., Cobelli N. (2023), "Performing audits in a service company implementing Lean and ISO 9001 principles: A case study from Italy", *Conference Proceedings*, 26th Excellence in Services International Conference, The University of West Scotland, Paisley Campus, UK, 31 August – 1 September, ISBN: 9791221039054.
- Cobelli N., Chiarini A. (2022), "Innovation and ICT adoption models in the health care industry", *Proceedings*, 15th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Sustainable Business Concepts and Practices, Università degli Studi di Palermo, 21-23 September, pp. 927-931. ISSN: 2547-8516 ISBN: 978-9963-711-96-3.
- Cobelli N. (2022), "Reasons for adoption/non-adoption of telemedicine information and communication technologies: The options for balance disorders remote management", *Proceedings*, XX AIOLP: Dalle linee guida alla pratica clinica preparando il futuro con la telemedicina, Bari, Italia, 28 September- 1 October, p. 33.
- Chiarini A., Cobelli N., Brunetti F. (2022), "Smart technologies and environmental management: Exploratory research from Italy", *Proceedings*, 25th Excellence in Services International Conference (Silver Jubilee), The University of Uppsala, Gotland Campus, Visby, Sweden 25-26 August 2022, ISBN: 9791221015904.
- Chiarini A., Cobelli N. (2022), "The transition towards Industry 5.0 in the manufacturing sector: Seeking a new model", *Proceedings*, Sinergie-SIMA Conference: Boosting Knowledge & Trust for A Sustainable Business, Bocconi University, Milan, 30 June - 1 July, pp. 391-396, ISBN 97888947136-0-2.
- Cobelli N., Ungaro V., Guglielmetti Mugion R. (2022), "Exploring the motivation of healthcare professionals to adopt new information and communication technologies in a digital transformation perspective", *Proceedings*, 12th ServSig Conference: Reconnect, Rejuvenate, Reshape, University of Strathclyde, Glasgow, Scotland, United Kingdom, 16-18 June 2022.
- Cobelli N. (2021), "The engineering approach and B2C market penetration in the audiological industry", XIX AIOLP, Riva del Garda (TN), Italy, 26-29 September.
- Cassia F., Magno F., Cobelli N., Ugolini M.M., (2019), "The impacts of export capabilities on cross-border e-commerce performance: An analysis using PLS-SEM", *Proceedings*, 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy INEKA Conference (formerly GIKA): Knowledge, Business, and Innovation. Economies and Sustainability of Future Growth, The University of Verona, 11-13 June, pp. 1-21, ISBN 978-84-09-11060-5.
- Cobelli N., Wilkinson G., Cassia F., Ugolini M.M. (2019), "Wine consumers' attitude towards online

wine purchasing: A comparison between South Africa and Italy”, *Proceedings: Perfect drink, perfect place: enjoying the magic of wine and the delights of wine places*, Desenzano D.G. (BS), Italy, 19-20 January.

- Cobelli N., Du X. (2019), “Sustainable wine purchasing behavior in China: Applying and extending the Theory of Planned Behavior”, *Proceedings*, Sinergie-SIMA Conference - Management and Sustainability: Creating shared value in the digital era, Sapienza University of Rome, Italy, 20-21 June, pp. 1-5, ISBN: 97888943937-12, DOI: 10.7433/SRECP.EA.2019.25.
- Cobelli N., Bonfanti A., Cubico S., Favretto G. (2017), “The impact of e-service quality and information quality on perceived value in career guidance e-services for students”, *Proceedings*, 20th Excellence in Services International Conference, The University of Verona, Italy, 6-7 September 2017, pp. 197-202, ISBN: 9788890432774.
- Cassia F., Ugolini M.M., Cobelli N., Gill L. (2015), “Does a service-based positioning of the offering enhance customer perceived value?”, *Proceedings*, Naples Forum on Service: Service logic, network & systems theory and service science. Integrating three perspectives for a new service agenda, Napoli, Italy, 9-12 June 2015, pp. 1-11, ISBN: 9791220004862.
- Ugolini M.M., Cobelli N., Cassia F., Gill L., Cameron I.D. (2015), “Service issues in the Italian hearing aid industry”, *Proceedings*, 8th EuroMed Annual Conference: Innovation, Entrepreneurship and sustainable value chain in a dynamic environment, Verona, Italy, 16-18 September, pp. 2300-2307, ISBN: 9789963711376.
- Cassia F., Ugolini M.M., Cobelli N., Gill L. (2014), “Service-based vs. goods-based positioning of the offering: Effects on customer perceived value”, *Proceedings*, 17th Toulon-Verona Conference Excellence in Services International Conference, Liverpool, United Kingdom, 28-29 August, pp. 51-60, ISBN: 9788890432743.
- Russo I., Confente I., Cobelli N. (2014), “Searching for value drivers in the business-to-business marketing: the perception of healthcare professionals”, *Proceedings*, 43rd EMAC Annual Conference: Paradigm shifts & Interactions, Valencia, Spain, 3-6 June, pp. 104.114, ISBN: 9788437094533.
- Cassia F., Cobelli N., Gill L. (2011), “Generic medicines non-adoption: investigating the perceptions and attitudes of customers and the role of health professionals’ service network”, *Proceedings*, XIV Toulon-Verona Conference - Excellence in Services International Conference, Alicante, Spain, 1-3 September, pp. 269-280, ISBN: 9788890432712.
- Cobelli N., Simeoni F., Ugolini M.M., Vigolo V. (2010), “The economic impact of nautical tourism: An Italian experience on Lake Garda”, *Proceedings*, 13th Toulon-Verona International Conference - Excellence in Services International Conference, Coimbra, Portugal, 2-4 September, pp. 313-328, ISBN: 9789729344046.
- Cobelli N. (2009), “Patients’ perceptions and attitudes towards a medicine review service”, *Proceedings*, XII International QMOD and Toulon-Verona Conference on Quality and Service Sciences, Verona, Italy, 27-29 August, ISBN: 9788890432705 (contribution counted among the Selected Papers of the conference).
- Gill L., Helkkula A., White L., Cobelli N. (2009), “Using narrative to explore consumer and pharmacist experience of generic medicines”, *Proceedings*, ANZMAC - Australian & New Zealand Marketing Academy Annual Conference, Melbourne, Australia, 30 November-2 December 2009, ISBN: 9781863081580.
- Cobelli N., Simeoni F. (2008), “Information quality and data collection methodologies in tourism management”, *Proceedings*, 11th Toulon-Verona Conference - Quality in Services International Conference, Firenze, Italy, 4-5 September, pp. 469-479, ISBN: 9788884538550.

## Altre pubblicazioni

- Cobelli N. (con Simeoni F., Ugolini M.M., Vigolo V.). “Progetto Carta del Turista. Un modello integrato per la qualità del turismo nel Veronese - Prima rilevazione, agosto 2006”, Department of Business Administration, The University of Verona – Province of Verona, November 2006 (research report).
- Cobelli N. (con Simeoni F., Ugolini M.M., Vigolo V.). “Progetto Carta del Turista. Un modello integrato per la qualità del turismo nel Veronese - Seconda rilevazione, novembre 2006”, Department of Business Administration, The University of Verona - Province of Verona, December 2006 (research report).

*01 ottobre 2024*

Nicola Cobelli

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali presenti nel Curriculum Vitae ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 “Codice in materia di protezione dei dati personali” e del GDPR (Regolamento UE 2016/679).

Nicola Cobelli