

CURRICULUM ACCADEMICO GINEVRA TESTA

Dettagli di contatto:

Nome: Testa Ginevra

E-mail: ginevra.testa@edu.unige.it

ginevratesta@icloud.com

POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

- Dal 16/09/2024 ad oggi, Affidamento incarico individuale per l'insegnamento di "*Economia e Gestione delle Imprese Turistiche L-11*" (codice 65440) per l'anno accademico 2024/2025 presso l'Università degli studi di Genova, Dipartimento di lingue e culture moderne (DLCM) per il corso di studio in Lingue e Culture Moderne (LCM), 2° semestre. Contratto stipulato per 9 CFU ed un totale di 54 ore di lezione.
- Dal 16/09/2024 ad oggi, Contratto di diritto privato per lo svolgimento di attività di supporto alla didattica per l'insegnamento ufficiale di "*Sustainability Marketing*" presso l'Università degli studi di Genova, Scuola di Scienze Sociali – Dipartimento di Economia (DIEC), nell'ambito del Corso di Laurea in Management for Energy and Environmental Transition, per l'anno accademico 2024-2025. Contratto stipulato per 6 ore di attività di supporto alla didattica, 1° semestre.
- Dal 10/09/24 ad oggi, Incarico di attività didattica integrativa per l'anno accademico 2024/2025 per l'insegnamento ufficiale di "*Economia e gestione delle imprese marittimo e portuale*" presso l'Università degli studi di Genova, Scuola di Scienze Sociali – Dipartimento di Economia (DIEC). Attività didattica integrativa inerente al "*Trasporto passeggeri: profili strutturali e implicazioni in termini di management e marketing*" Corso di laurea magistrale in Economia e Management Marittimo e Portuale (EMMP), ECON/07 (SECS/P-08), per un totale di 6 ore, 1° semestre.
- Dal 01/09/24 ad oggi, Collaborazione nelle attività del Channel & Retail Lab della SDA Bocconi School of Management. Laboratorio di ricerca che si occupa di analizzare e studiare le dinamiche dei canali distributivi del settore retail con particolare attenzione alle strategie per incentivare la fidelizzazione del cliente.
- Dal 09/05/2024 ad oggi, Cultore della materia presso l'Università degli studi di Genova – Dipartimento di Economia (DIEC) per *Business Plan for Energy and Environmental Transition, Economia e Gestione delle Imprese e di Economia e Gestione delle Imprese Marittime e Portuali*.
- Dal 01/03/2024 al 28/02/2025, Assegnista di ricerca presso l'Università degli studi di Genova, settore scientifico disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle imprese presso CIELI (Centro Italiano di Eccellenza sulla Logistica, i Trasporti e le Infrastrutture) per la durata di un anno dal titolo "*L'impatto della digitalizzazione sulla resilienza delle supply chain*".
- In data 18/04/2024, Conseguimento del titolo di Dottore di Ricerca dopo la dissertazione della tesi di dottorato dal titolo "*Social media communication during health crises: an insight from the cruise industry*", avvenuta con esito positivo.

POSIZIONE ACCADEMICA PRECEDENTE

- Dal 11/09/2023 al 15/09/2024, Contratto di diritto privato per lo svolgimento di attività di supporto alla didattica per l'insegnamento ufficiale di *"Economia e gestione delle imprese"*, Università degli studi di Genova, Scuola di Scienze Sociali – Dipartimento di Economia (DIEC), nell'ambito del Corso di Laurea Triennale, per l'anno accademico 2023-2024. Contratto n° 3541 con decorrenza dal 11/09/2023.
- Dal 12/09/2023 al 05/09/24, Incarico di collaborazione nell'ambito del Progetto di Tutorato Didattico (A_ECO_01) per l'insegnamento ufficiale di *"Economia Aziendale"*, nell'ambito del Corso di Laurea Triennale, per l'anno accademico 2023-2024. Contratto n° 4637 con accettazione dell'incarico a partire dal 12/09/2023.

PERCORSO FORMATIVO E SCIENTIFICO

- In data 19/10/24, Partecipazione al seminario tenuto dal Prof. Botti Simona e Prof. Verlegh Peter presso l'Università IULM, organizzato dalla SIM Junior Faculty, dal titolo *"Workshop on Experimental Design"*.
- In data 08/05/24 e 10/05/24, Partecipazione a seminari tenuti dal Prof. Charles Hofacker (Florida State University) presso l'Università degli studi di Genova (DIEC) dal titolo *"Introduction to Bayesian Reasoning"*, *"The Linear Model from a Bayesian Point of View"*, *"Aspect of Bayesian Workflow"* e *"Practical Bayesian Computation"*.
- Dal 15/04/2024 al 15/05/2024, Partecipazione ad un secondo Periodo di Visiting presso Università Bocconi – Milano nell'ambito del Dottorato in *"Business Administration and Management"*. Durante tale periodo, è stato seguito il corso di *"Large Language Models in Marketing Research"*, tenuto dal Prof. Zhu.
- Nel mese di Febbraio e Marzo 2024, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, *"Inside the Academic Editorial Process – How to improve your skills to perform a "Perfect" Paper Review"*, fornita da SIMA (Società Italiana di Management) e SIM (Società Italiana di Marketing).
- Dal 07/09/2023 al 12/10/2023, Partecipazione ad un Periodo di Visiting presso Università Bocconi – Milano nell'ambito del Dottorato in *"Business Administration and Management"*. Durante tale periodo, è stato seguito il corso di *"Consumer Behavior II"*, tenuto dal Prof. Uri Barnea (corso n° 40402).
- Da Febbraio ad Aprile 2023, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, *"Digital Academy: Elementi base di informativa e Introduzione a Python"* (Python), fornita da SIMA (Società Italiana di Management) e SIM (Società Italiana di Marketing). Gli elementi trattati in questo corso sono stati gli elementi di base dell'informatica, le basi di

Python, la sintassi, le strutture dati, le funzioni, le classi, Jupyter Notebook, l'analisi dei dati, Pandas, la visualizzazione dei dati ed esercizi di modellazione statistica.

- Nel mese di Luglio 2022, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, “*Analisi multivariata per la ricerca sociale*” (R software), fornita da UniCal Università della Calabria, Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche. Gli elementi trattati in questo corso sono stati l'analisi univariata e bivariata, l'introduzione ai test inferenziali, l'analisi fattoriale esplorativa e l'analisi delle componenti principali, l'analisi dei cluster, l'analisi delle classi latenti e applicazioni pratiche con SPSS e Latent Gold.
- Nel mese di Giugno 2022, Aggiornamento competenze linguistiche con il conseguimento del Business English Certificate Vantage B2 – Cambridge Assessment English (Milano).
- Nel mese di Luglio 2021, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, “*Text Mining*” (KNIME software), fornita da UniCal Università della Calabria, Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche. Gli elementi trattati in questo corso sono stati l'introduzione al text mining, l'elaborazione del linguaggio naturale, l'uso dei dizionari, il clustering del testo e l'estrazione degli argomenti oltre ad esercitazioni con KNIME e il software R.
- Nel mese di Febbraio 2021, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, “*Progettare la ricerca. Progettare efficacemente la ricerca per ottimizzare i risultati finali*”, fornita da SIMA (Società Italiana di Management) e SIM (Società Italiana di Marketing). Gli elementi trattati in questo percorso formativo hanno riguardato la comprensione dei passaggi logici per condurre una ricerca scientifica, la scelta dell'approccio teorico ed empirico più corretto, la comprensione dei meccanismi alla base della logica deduttiva ed induttiva, il posizionamento di un articolo, la comprensione delle lacune nella letteratura e la strutturazione di una revisione sistematica della letteratura.
- Dal 01/11/2020 al 01/11/2023, Ph.D. Candidate presso l'Università degli Studi di Genova (CIELI, Centro Italiano di Eccellenza sulla Logistica, i Trasporti e le Infrastrutture) nell'ambito del percorso in Scienze e Tecnologie del Mare, Curriculum Logistica e Trasporti, ciclo XXXVI.
- In data 21/10/2020, Conseguimento Laurea Magistrale in Management (Classe LM-77 – Classe delle lauree magistrali in Scienze Economiche-Aziendali) presso l'Università degli Studi di Genova, con votazione di 110/110 e lode. Tesi di laurea in *Management Strategico e Corporate Governance* dal titolo “*Il brand positioning e le sue implicazioni sulle performance competitive*”.
- In data 12/10/2018, Conseguimento Laurea Triennale in Economia Aziendale (Classe L-18 – Classe delle lauree in Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale) presso l'Università degli Studi di Genova, con votazione di 110/110 e lode. Tesi di laurea in *Economia e Gestione delle Imprese* dal titolo “*L'utilizzo dei Big Data nel settore turistico*”.

PERCORSO PROFESSIONALE

- Da Maggio 2021 a Dicembre 2021, Svolgimento Progetto Formativo e di Orientamento – Tirocinio Curriculare presso l’azienda Michelin Italiana S.p.A. nella posizione *Marketing B2C*. Le principali attività svolte durante il periodo di tirocinio in azienda sono state relative alla creazione di contenuti comunicazionali, mediante l’applicazione Salesforce Marketing Cloud, in base alla segmentazione dei consumatori e l’identificazione delle opportunità di business non ancora pienamente sfruttate al fine di identificare nuove strategie di marketing.
- Da Gennaio 2021 ad Aprile 2021, Svolgimento di attività lavorativa presso l’azienda CremaFit nella posizione *Marketing Manager*. Le attività svolte hanno previsto lo sviluppo di campagne pubblicitarie Facebook Ads, considerando i diversi pubblici di riferimento e ottimizzando i risultati per i motori di ricerca (SEO). Analisi delle performance dei canali di comunicazione valutando diversi KPI e metriche come il costo per click.
- Dal 2019 al 2020, Svolgimento di attività lavorativa presso l’azienda 4Incentive S.r.l., posizione Trade Data Management. Le attività svolte hanno previsto la creazione e la gestione di campagne promozionali per diverse aziende come ABB S.p.A., Noberasco S.p.A. e altre.
- Dal 2018 al 2020, Partecipazione al Progetto Mentoring con l’Università degli studi di Genova e il Gruppo Cauvin S.p.A. Tale progetto ha consentito di scoprire da vicino il mondo delle aziende, attraverso l’osservazione sul campo delle molteplici funzioni e attività aziendali.

ATTIVITA DI RICERCA

Durante il dottorato, le attività di ricerca si sono concentrate sul tema della comunicazione di crisi, evidenziandone il ruolo cruciale all’interno del più ampio processo di gestione delle crisi e l’attualità della tematica a seguito dei diversi cambiamenti ed interruzioni avvenute nel panorama competitivo. Mi sono concentrata sulle strategie di comunicazione di crisi veicolate sui social media, strumenti di comunicazione sempre più diffusi e utilizzati, sia dal punto di vista dell’organizzazione che del pubblico dei consumatori. Successivamente ho trattato altri temi di ricerca quali le strategie e gli impatti sui modelli di business rispetto al nuovo paradigma tecnologico, includendo anche i recenti fenomeni del metaverso e dei virtual influencers. Sono molto interessata a indagare le nuove sfide tecnologiche e manageriali che le aziende dovranno imparare ad affrontare nell’attuale panorama competitivo, fortemente dinamico, volatile e concorrenziale, anche in termini di crescente responsabilizzazione dei consumatori dal punto di vista ambientale e sociale.

Per quanto riguarda le metodologie utilizzate, nei miei studi ho condotto analisi dei contenuti con il software NVivo 14 attraverso l’auto-coding e la codifica manuale, analisi del sentiment con il software KNIME e la rilevazione delle emozioni con il software R, utilizzando diversi dizionari come ad esempio il dizionario NRC o VADER. Inoltre, ho condotto anche analisi bibliometriche con i software Biblioshiny e VOSviewer per combinare l’analisi delle performance e l’analisi della mappatura scientifica.

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA, ANCHE PROMOSSI DA ACCADEMIE AVENTI PRESTIGIO NEL SETTORE

- Dal 2024 ad oggi, Partecipazione nelle attività di ricerca condotte nell'ambito del Channel and Retail Lab - SDA Bocconi, School of Management (Milano).
- Dal 2024 ad oggi, Partecipazione nelle attività di ricerca condotte nell'ambito del progetto "Premio Stefano Pace" indetto dalla Junior Faculty Climber Community, SIM Società Italiana Marketing.
- Dal 2022 ad oggi, Partecipazione attiva al Gruppo Tematico "Strategic Communication" SIMA (Società Italiana di Management), teso allo sviluppo della Special Issue per la rivista Sinergie dal titolo "The Strategic Role of Communication in Management".
- Dal 2022 al 2023, Partecipazione attiva al Laboratorio di Ricerca congiunto UniWeLab, laboratorio di ricerca promosso da Webuild e l'Università degli studi di Genova, dal titolo "Digitalizzazione delle infrastrutture", teso alla ricerca scientifica sui temi della mobilità digitale e sostenibile.
- Nel mese di Luglio 2022, Partecipazione attiva alla "Digital Week", presso l'Università Côte d'Azur, nell'ambito del progetto MOVIDIS+.

AFFILIAZIONE AD ACCADEMIE AVENTI PRESTIGIO NEL SETTORE

Dal 2024 ad oggi, Membro del Junior Faculty Climber Community SIM, partecipando alle attività e agli eventi in presenza previsti dalla comunità.

Dal 2023 ad oggi, Membro Junior SIMA Nex Generation, partecipando alle attività e ai progetti proposti.

Dal 2022 ad oggi, Membro Junior Accademico della associazione scientifica BAM (British Academy of Management).

Dal 2022 ad oggi, Membro dell'ADI (Associazione Dottorandi e Dottori di Ricerca in Italia).

Dal 2020 al oggi, Membro Junior Accademico nelle seguenti associazioni scientifiche:

- SIMA (Società Italiana di Management);
- SIM (Società Italiana di Marketing);
- AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale);
- EURAM (European Academy of Management).

PARTECIPAZIONE IN CONFERENZE CON UN RUOLO ATTIVO

- In data 17-19 Ottobre 2024, Partecipazione alla Conferenza SIM 2024 "Brands and Purpose in a changing era" presso l'Università IULM Milano. In sede della conferenza ho presentato due paper "Virtual Influencers' Leadership: A Catalyst for Emotional Brand Attachment and Fashion Brand Credibility", coautorato da me, Prof. Francesca Serravalle, Prof. Giorgia

Profumo e Prof. Milena Viassone nella track “*Digital Marketing*” e un secondo paper “*How Does an Autonomous Vehicle Crash Shape Corporate Crisis Communication and Public Reactions?*”, coautorato dal Research Fellow Andrea Ciacci, Prof. Enrico Ivaldi, Prof. Lara Penco ed io nella track “*Marketing Communication & Branding*”.

- In data 12-13 Settembre 2024, Partecipazione alla Conferenza EuroMed 2024 “*The 17th Annual Euromed Academy of Business (EMAB), Global Business Transformation in a Turbulent Era*” presso l’Università di Pisa. In sede della conferenza ho presentato il paper dal titolo “*Evaluating Digital Sustainability in Europe: Economic, Social, and Environmental Dimensions*”, coautorato da me e dal Research Fellow Andrea Ciacci, Prof. Enrico Ivaldi e Prof.ssa Lara Penco. Inoltre, ho assunto il ruolo di Chiar per la Track “*The Power of Human Resources in Business and Society*”.
- In data 26-28 Giugno 2024, Partecipazione alla Conferenza EURAM 2024 “*Fostering Innovation to Address Grand Challenges*” a Bath, UK. In sede della conferenza ho presentato due paper. Un paper dal titolo “*Unicorn AI Startups Communication to Investors: Evidence from X*”, coautorato da me e Research Fellow Francesco Vitellaro, Prof. Nicoletta Buratti e Prof. Giorgia Profumo, in the Track “*Business Model*”. Un secondo paper dal titolo “*The Digital Transformation Process of SMEs: Evidence from the Italian Sportswear Sector*”, coautorato da me e dal Research Fellow Andrea Ciacci, nella track “*Growth strategies: the role of resources, competencies and capabilities*”. Inoltre, ho assunto il ruolo di Chair per la Track “*What is the role of culture and the external environment in shaping the SMEs’ strategies?*”.
- In data 13-14 Giugno 2024, Partecipazione alla Conferenza Sinergie-SIMA 2024, “*Management of sustainability and well-being for individuals and society*”, presso l’Università di Parma. In sede della conferenza, ho presentato due short paper dal titolo “*The digital transformation process of SMEs to compete in the current business environment*”, coautorato da me, dal Research Fellow Andrea Ciacci e dalla Prof.ssa Lara Penco, nella track “*Small & Family Business*”, e “*Cruise ship size and public perception: An explorative study on X*”, coautorato da me e dalla Prof.ssa Giorgia Profumo, nella track “*Tourism & Coulture Management*”.
- In data 15-16 Aprile 2024, Partecipazione alla Conferenza “*European Multinationals*” online organizzata dall’Università ESSCA di Lione. In sede della conferenza ho presentato un paper dal titolo “*New challenges for multinational enterprises (MNE) to compete in digital, hostile and uncertainty environments: the role of strategic ambidexterity*”.
- In data 7 Marzo 2024, Partecipazione al Festival del Management presso l’Università Bocconi, Milano.
- In data 20-21 Ottobre 2023, Partecipazione alla Conferenza XX SIM, “*Marketing per il benessere, la salute e la cura*”, presso l’Università degli studi di Firenze. In sede della conferenza è stato presentato uno short paper dal titolo “*From Tweets to Investments: How do DTSS signal to investors through social media? Evidence from healthcare AI startups*”,

coautorato da me e da Prof.ssa Nicoletta Buratti, Prof.ssa Giorgia Profumo, Research Fellow Francesco Vitellaro.

- In data 29-30 Giugno 2023, Partecipazione alla Conferenza Sinergie-SIMA, “*Rediscovering Local Roots and Interactions in Management*”, presso l’Università LUM e l’Università degli Studi di Aldo Moro, Bari. In sede della conferenza, ho presentato un extended abstract dal titolo “*Metaverse, business models and value creation mechanisms: A systematic literature review*”, coautorato da me e da Prof.ssa Giorgia Profumo.
- In data 14-16 Giugno 2023, Partecipazione alla Conferenza EURAM 2023, “*Transforming Business for Good*”, presso Trinity Business School, Dublino. In sede di conferenza è stato presentato il full paper intitolato “*Sustainability and Corporate Social Responsibility Communication in the Football Industry: Evidence from Juventus Football Club*”, coautorato da me e da Prof.ssa Giorgia Profumo, Dott. Rongtitya Rith e il Prof. Riccardo Spinelli. Durante la conferenza ho assunto il ruolo di Chair per la Sessione “ST03_07 Growth Strategies & Internationalization for SMEs - *Growth Strategies & Internationalization for SMEs: key factors*” e di Discussant nella sessione “ST03_07 Growth Strategies & Internationalization for SMEs - *Growth Strategies & Internationalization for SMEs; internal and external antecedents*”.
- In data 21-23 Settembre 2022, Partecipazione alla Conferenza EuroMed 2022, “*The 15th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference, Sustainable Business Concepts and Practices*”, presso l’Università di Palermo. In sede della conferenza, ho presentato il full paper intitolato “*Communication during the Covid-19 pandemic: a systematic literature review in the tourism and hospitality sector*”, coautorato da me e da Prof.ssa Giorgia Profumo.
- In data 30 Giugno - 1 Luglio 2022, Partecipazione alla Conferenza Sinergie-SIMA 2022, “*Boosting Knowledge & Trust for a Sustainable Business*”, presso Università Bocconi Milano. In sede della conferenza, ho presentato un extended abstract dal titolo “*Communication strategies in the tourism and hospitality sector during the Covid-19 pandemic: A systematic literature review*”, coautorato da me e da Prof.ssa Giorgia Profumo.

COLLABORAZIONI A RIVISTE SCIENTIFICHE

Collaborazione in qualità di Reviewer – Revisore Scientifico per:

- Conferenza Sinergie SIMA 2024 “*Management of sustainability and well-being for individuals and society*” per la Track 10 “Strategic Communication”;
- Conferenza EURAM 2024, Track “ST03_07 - Growth Strategies & Internationalization for SMEs”;
- Conferenza EURAM 2023, Track “ST03_07 - Growth Strategies & Internationalization for SMEs”;
- Rivista “*Internet Research*” (3 ABS Journal);
- Rivista “*Sinergie Italian Journal of Management*”, special issues Strategic Communication;
- Rivista “*Social Indicators Research*” (Scopus Database);

- Rivista “*International Journal of Fashion Design, Technology and Education*” (Scopus Database);
- Rivista “*Economia & Management/Economics & Management*”;
- Rivista “*Heliyon*” (Scopus Database);
- Rivista “*Micro Macro Marketing*” (Scopus Database).

ATTIVITÀ ORGANIZZATIVE

Partecipazione in attività organizzative per i seguenti eventi/conferenze a livello internazionale:

- Organizzatore Locale per Sinergie-SIMA 2025 Management Conference “*Tertiarization & Sustainability- New Challenges for management in the digital Era*”, 12-13 Giugno 2025 Università degli studi di Genova.
- Organizzatore Locale per la Conferenza FINT 2025 “*First International Network on Trust, 13th Trust within and between organizations*” che si terrà il 18-21 Giugno 2025 in collaborazione con FINT e l’Università degli studi di Genova, Dipartimento di Economia (DIEC). Svolgimento di attività relative alla creazione della Call for Paper (CFP), delle pagine del sito dedicate alla comunicazione dell’evento e delle newsletters.

ATTIVITÀ DIDATTICA

- In data 10 Maggio 2024, Lezione all’interno del corso “E-Business” della Laurea Triennale di Economia Aziendale dal titolo “*Digital marketing decisions making through Google Analytics and Google Ads*”. Invito fornito dal Prof. Riccardo Spinelli.
- In data 9 Maggio 2024, Lezione all’interno del corso “Marketing Management and Digital” della Laurea Magistrale in Management dal titolo “*Google Analytics*”. Invito fornito dalla Prof.ssa Giorgia Profumo.
- In data 2 Maggio 2024, presentazione dei risultati ottenuti da elaborazioni e analisi svolte sugli iscritti al Corso di Studio di Management, presentate durante il CCS Università degli Studi di Genova (DIEC).
- In data 17 Aprile 2024, Invited Speech nell’evento “Io Riparto AI – Le città” in particolare per partecipare al dibattito intorno a “*Smart City: un booster di innovazione per le imprese*”. Invito fornito dal Research Fellow Filippo Marchesani.
- In data 13 Marzo 2024, Lezione di alta formazione all’interno del corso Research Toolbox, all’interno del dottorato Security, Risk and Vulnerability dal titolo “*Bibliometric and Visualization Tools*”.
- In data 11 Marzo 2024, Invited Lecture per una lezione all’interno del Corso “International Business” sul tema “*Successfully Managing Foreign Direct Investments*”, presso l’Università ESSCA School of Management, Lione (Francia) dal Prof. Stefano Valdemarin.

- In data 27 Febbraio 2024, Invited Lecturer per una lezione all'interno del Corso “*Marketing Mix Modelling (MMM)*” del Master International Operational Marketing sul tema “*Metaverse and Fashion Industry*”, presso Université Paris Nanterre (Francia) dal Prof. Kamel Ben Youssef.
- In data 26 Febbraio 2024, Invited Speech per un evento organizzato dal Comune di Sanremo “*Il mare tra sostenibilità ed opportunità*” con il Comune di Sanremo, la Capitaneria di Porto ed i Consoli del Mare.
- Dal 2022 al 2023, Incarico di collaborazione nell'ambito del Progetto di Tutorato Didattico (A_ECO_01) per l'insegnamento ufficiale di “*Economia Aziendale*”, nell'ambito del Corso di Laurea Triennale, per l'anno accademico 2022-2023. Contratto n° 2252 con accettazione dell'incarico a partire dal 25/05/2022.
- In data 13 Gennaio 2022, Svolgimento di una lezione dal titolo “*Impatto del covid-19 nel settore crocieristico: implicazioni e prospettive*” all'interno degli incontri “*Onda su Onda: Un mare di conoscenza*”, Università della Terza Età (UNI.T.E.).
- Dal 2020 al 2022, Incarico di Tutor nel progetto MOVIDS Erasmus +, “*Developing International Experience for Students through Virtual Mobility*”. Il progetto MOVIDIS Erasmus + offre un programma di studio virtuale che consente agli studenti di diversi Paesi di trascorrere un semestre all'estero in modo virtuale. Il progetto ha coinvolto studenti di diverse Università tra cui: UCA, Università di Torino, Universidad de Sevilla, Universidad Complutense de Madrid, Fachhochschule des Mittelstands (FHM) e l'Università degli studi di Genova.

RICONOSCIMENTI

Riconoscimenti ricevuti:

- Nomina tra i 10 finalisti del “*Outstand Young Scholar Review Awards*”, Sinergie SIMA 2024.

PUBBLICAZIONI

- 1) 2024| Atto di convegno
Testa, G., Serravalle, F., Profumo, G., & Viassone, M. (2024). Virtual Influencers' Leadership: A Catalyst for Emotional Brand Attachment and Fashion Brand Credibility. *Proceedings of SIM Società Italiana Marketing Conference, Milano*. Contributo incluso negli atti di convegno. Atto di convegno non ancora disponibile online.
- 2) 2024| Atto di convegno
Testa, G., & Profumo, G. (2024). Cruise ship size and public perception: An explorative study on X. *Electronic Conference Proceedings of Sinergie - Sima Management Conference Parma*. Contributo incluso negli atti di convegno. Atto di convegno non ancora disponibile online.
- 3) 2024| Capitolo di libro

- Acconciamesa, E., Busacca, B., Branca, G., Castaldo, S., Ciacci, A., Mantovani, A., Penco, L., & Testa, G. (2024). Concluding Considerations and Managerial Implications. In S. Castaldo (Eds), *Customer loyalty. Theory, Measurement, and Management*. Egea Publisher. ISBN 979-12-806-2355-3.
- 4) 2024| Capitolo di libro
Penco, L., & Testa, G. (2024). Research on measuring loyalty. In S. Castaldo (Eds), *Customer loyalty. Theory, Measurement, and Management*. Egea Publisher. ISBN 979-12-806-2355-3
- 5) 2024| Capitolo di libro
Acconciamesa, E., Busacca, B., Branca, G., Castaldo, S., Ciacci, A., Mantovani, A., Penco, L., & Testa, G. (2024). Considerazioni conclusive e implicazioni manageriali. In S. Castaldo (Eds), *La fedeltà del cliente. Teoria, misurazione e gestione* (pp. 161-170). Egea Editore. ISBN 978-88-238-4780-4
- 6) 2024| Capitolo di libro
Penco, L., & Testa, G. (2024). La ricerca sulla misurazione della loyalty. In S. Castaldo (Eds), *La fedeltà del cliente. Teoria, misurazione e gestione* (pp. 111-159). Egea Editore. ISBN 978-88-238-4780-4
- 7) 2024| Articolo
Testa, G. (2024). Crisis communication and social media: a bibliometric analysis to discover trends and ways forward. *Economia & Management*. Articolo accettato dalla rivista.
- 8) 2024| Articolo
Ciacci A., Testa G., & Penco L. (2024). The evolution of digital transformation in SMEs: evidence from an Italian case study. *Piccola Impresa Small Business*. Articolo accettato, sarà pubblicato nel fascicolo n.3/2024.
- 9) 2024 | Articolo
Testa, G., Giraldi, L., & Splendiani, S. (2024). The role of strategic communication in facing paracrisis: a multiple case approach in the lab-grown meat industry. *Sinergie Italian Journal of Management*, 42 (3), 107-130. ISSN print 0393-5108 ISSN online 2785-549X. DOI 10.7433/s125.2024.06
- 10) 2024| Articolo
Ciacci, A., Ivaldi, E., Penco, L., & Testa, G. (2024). Measuring digital sustainability paying attention to the economic, social, and environmental dimensions: a European perspective. *Social Indicators Research. Social Indicators Research*. <https://doi.org/10.1007/s11205-024-03459-9>
- 11) 2024 | Atto di convegno
Testa, G., Ciacci, A., Ivaldi, E., & Penco, L. (2024). Evaluating digital sustainability in Europe: economic, social and environmental dimensions. In D. Votris, Y. Weber, & E.

Tsoukatos (Eds.), *17th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, Conference Readings Book Proceedings* (pp. 881-893). EuroMed Press. ISBN: 978-9925-628-01-8.

12) 2024 | Articolo

Olivieri, M. & Testa, G. (2024). Social media platforms use in startups' international marketing strategies: a multiple case study. *International Marketing Review*, 41(5), 1074-1101. DOI: 10.1108/IMR-09-2023-0222

13) 2024 | Atto di convegno

Vitellaro, F., Testa, G., Buratti, N., & Profumo, G. (2024). Unicorn AI Startups Communication to Investors: Evidence from X. *EURAM Conference Proceeding*. ISBN 978-2-9602195-6-2.

14) 2024 | Tesi di dottorato

Testa, G. (2024). Social media communication during health crises: an insight from the cruise industry. https://dx.doi.org/10.15167/testa-ginevra_phd2024-04-18

15) 2024 | Articolo

Profumo, G., Rith, R., Spinelli, R., & Testa, G. (2024). Corporate Social Responsibility Communication in the Football Industry: Evidence from Juventus Football Club. *Corporate Governance and Research & Development Studies*, 1-2024, 73-99. ISSN 2704-8462-ISSNe 2723-9098. <https://doi.org/10.3280/cgrds1-2024oa16878> (<https://journals.francoangeli.it/index.php/cgrds/article/view/16878>).

16) 2024 | Articolo

Profumo, G., Testa, G., Viassone, M., & Ben Youssef, K. (2024). Metaverse and the Fashion Industry: A Systematic literature review. *Journal of Global Fashion Marketing*, 15(1), 131-154. <https://doi.org/10.1080/20932685.2023.2270587>

17) 2023 | Atto di Convegno

Buratti, N., Profumo, G., Testa, G., & Vitellaro, F. (2023). From tweets to investments: how do DTSS signal to investors through social media? Evidence from healthcare AI startups. *Proceedings of XX[^] SIM Società Italiana Marketing Conference, Marketing per il benessere, la salute e la cura, Firenze*. ISBN: 978-88-947829-0-5.

18) 2023 | Capitolo di Libro

Ciacci, A., & Testa, G. (2023). Strategie e meccanismi di creazione di valore nel paradigma dell'Industria 4.0. In L. Penco & G. Profumo (Eds.), *Strategie e Governo dell'Impresa, Scritti in onore di Pietro Genco* (pp. 387-398). Giappichelli Editore. ISBN: 9791221151558.

19) 2022 | Atto di Convegno

Testa, G., & Profumo, G. (2022a). Communication during the Covid-19 pandemic: a systematic literature review in the tourism and hospitality sector. In D. Votris, Y. Weber, & E. Tsoukatos (Eds.), *15th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, Conference Readings Book Proceedings* (pp. 854-866). EuroMed Press. ISBN: 978-9963-711-96-3.

20) 2022 | Atto di convegno

Testa, G., & Profumo, G. (2022b). Communication strategies in the tourism and hospitality sector during the Covid-19 pandemic: A systematic literature review. In S. Castaldo, M. Ugolini, & G. Verona (Eds.), *Electronic Conference Proceedings of Sinergie - Sima Management Conference Boosting knowledge & trust for a sustainable business, Milano, June 30th and July 1st, 2022, University of Bocconi – Milano* (pp. 47-55). Fondazione Cueim. ISBN: 97888947136-0-2.

PUBBLICAZIONI DIVULGATIVE

21) 2024| Visual Reading

Ciacci, A., Ivaldi, E., Penco, L., & Testa, G. (2024). Sostenibilità Digitale in Europa. *Economia & Management*, 2. DOI: 10.1485/1120-5032-202402ITA-8

22) 2024| Risorsa Online

Testa G. (2024, 8 Luglio). L’impatto della pandemia sulla comunicazione di crisi. NextGen Management – *Economia & Management Plus*. <https://emplus.egeaonline.it/it/466/nextgen-management/1566/l-impatto-della-pandemia-sulla-comunicazione>

23) 2023 | Risorsa Online

Profumo, G., & Testa, G. (2023, 8 Giugno). Metaverso: quale impatto sul business model delle imprese?. *Mark Up Management Notes*. <https://www.mark-up.it/metaverso-quale-impatto-sul-business-model-delle-imprese/>