

Carmen Micoli

DATI ANAGRAFICI E PERSONALI

Nata a Udine il 20.03.1965
Cittadinanza: italiana
Stato civile: coniugata
CF: MCLCMN65C6oL483U
Cellulare: 347 0325509
e-mail personale: micoli.carmen@gmail.com

RECAPITO

Università degli Studi di Trieste
Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche (DEAMS)
“Bruno de Finetti”
Telefono ufficio: 040.5587054
e-mail: carmen.micoli@deams.units.it

FORMAZIONE

- Diploma di perito aziendale e corrispondente in lingue estere, conseguito nella sessione estiva 1984, presso l'Istituto Tecnico Commerciale “A. Zanon” di Udine, con votazione finale di 60/60.
- Laurea quadriennale in Economia e Commercio, conseguita il 14 luglio 1988, presso la Facoltà di Economia e Commercio dell'Università degli Studi di Trieste, con votazione finale di 110/110 e Lode.

Titolo della tesi in Marketing: “Dal Management by objectives al Marketing by objectives – Teoria e prassi” - Relatore: Prof. Claudio Sambri.

- Partecipazione al “Corso in didattica per giovani docenti”, organizzato dall'Accademia Italiana di Economia Aziendale, nell'estate del 1993.
- Vincitrice presso l'Università degli Studi di Trieste del concorso libero per titoli ed esami a posti di ricercatore per il raggruppamento disciplinare Economia Aziendale, nel sotto-raggruppamento di Tecnica Industriale, conclusosi in data 15 luglio 1994, viene nominata ricercatore universitario per il raggruppamento disciplinare Po2 – Economia aziendale, presso la Facoltà di Economia, con decorrenza 16 dicembre 1994.
- Confermata in ruolo quale Ricercatore Universitario nella Facoltà di Economia, per il settore scientifico-disciplinare Po2B – Economia e gestione delle imprese, in data 16 dicembre 1997.

STATO DI SERVIZIO

Settore Scientifico Disciplinare: SECS-P/o8 Economia e Gestione delle Imprese

Attività Didattiche Universitarie

Attività corrente:

- Docente di *Economia e Gestione delle Imprese Commerciali* (o85EC) nel Corso di Laurea Triennale di Economia e Gestione Aziendale, presso il DEAMS dell'Università degli Studi di Trieste.
- Docente di *Economia e Gestione delle Imprese Profit e Non Profit* (269SF) nel Corso di Laurea Magistrale di Servizio Sociale, Politiche Sociali, Programmazione e Gestione dei Servizi, presso il DiSU dell'Università degli Studi di Trieste.

Attività precedente:

Dall'a.a. 1988-89, partecipazione alle commissioni d'esame, inizialmente in qualità di cultore e quindi, dal 1994, in veste di ricercatore, della materia *Tecnica delle Ricerche di Mercato* (in seguito *Marketing*), presso il Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale (in seguito DEAMS) dell'Università degli Studi di Trieste.

Professore a contratto, a.a. 1988-89, 1989-90, 1990-91 e 1991-92, nell'ambito dell'insegnamento di *Contabilità dei gruppi di imprese* presso la Scuola diretta a fini speciali in Amministrazione e Controllo Aziendale (sede in Gorizia), dell'Università degli Studi di Trieste.

Professore a contratto, a.a. 1989-90, 1990-91 e dal 1996-97 al 2000-2001 nell'ambito dell'insegnamento di *Marketing Turistico* presso la Scuola diretta a fini speciali per Operatori Economici dei Servizi Turistici (sede in Gorizia) dell'Università degli Studi di Trieste.

Professore a contratto, a.a. 1992-93, responsabile dell'insegnamento di *Economia delle Imprese Turistiche* presso la Scuola diretta a fini speciali per Operatori Economici dei Servizi Turistici (sede in Gorizia) dell'Università degli Studi di Trieste.

Esercitatore, dall'a.a. 1994-95, del corso di *Marketing*, presso la Facoltà di Economia e presso il Diploma per Operatori Economici dei Servizi Turistici (sede in Gorizia) dell'Università degli Studi di Trieste.

In seguito alla trasformazione delle Scuole dirette a fini speciali in Diplomi e quindi corsi di Laurea, docente di *Marketing del Turismo* (EC120) presso il corso di Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici (sede in Gorizia) dell'Università degli Studi di Trieste, fino all'a.a. 2009-10.

Docente di *Marketing Territoriale* (EC195) presso il corso di Laurea in Economia del Turismo e dell'Ambiente (sede in Gorizia) dell'Università degli Studi di Trieste, fino al 2008-09.

Docente di *Marketing e Comunicazione Territoriale* (EC351) presso il corso di Laurea in Comunicazione Aziendale e Gestione delle Risorse Umane, con sede in Gorizia, dell'Università degli Studi di Trieste, fino al 2009-10.

Docente di Economia e Gestione delle Imprese Commerciali (085EC) nel Corso di Laurea di Economia e Gestione Aziendale, presso il DEAMS dell'Università degli Studi di Trieste a partire dall'a.a. 2010-11.

Docente di *Economia e Gestione delle Imprese* (503SP) nel Corso di Laurea di Scienze Internazionali e Diplomatiche presso il DiSPeS dell'Università degli Studi di Trieste (sede Gorizia) negli a.a. 2012-13, 2013-14, 2014-15, 2015-16.

Docente di *Marketing Avanzato* (061SF) nel Corso di Laurea di Scienze della Comunicazione Pubblica, di Impresa e Pubblicità, presso il DiSU dell'Università degli Studi di Trieste negli a.a. 2014-15 e 2015-16.

Docente di *Economia e Gestione delle Imprese* (258SF) nel Corso di Laurea di Servizio Sociale, Politiche Sociali, Programmazione e Gestione dei Servizi, presso il DiSU dell'Università degli Studi di Trieste nell'a.a. 2014-15.

Docente di *Economia e Gestione delle Imprese Profit e non Profit* (269SF) nel Corso di Laurea di Servizio Sociale, Politiche Sociali, Programmazione e Gestione dei Servizi, presso il DiSU dell'Università degli Studi di Trieste negli a.a. 2015-16 e 2019-20.

Docente di *Marketing* (109SP) nel Corso di Laurea di Scienze del Governo e Politiche Pubbliche, presso il DiSPeS dell'Università degli Studi di Trieste nell'a.a. 2015-16.

Responsabile per il corso di Marketing del Turismo nel Corso di Laurea di Economia e Gestione dei Servizi Turistici Teledidattico dell'Università Telematica Internazionale Uninettuno (ex Consorzio Nettuno) dal 2001-02 al 2008-09.

Collaborazioni con Enti di Formazione

Corso "Imprenditori di turismo enogastronomico", presso l'ENAIP FVG, sede di Trieste (2001).

Corso specialistico su come "Elaborare Strategie di Marketing per la Ristorazione", in collaborazione con la sede IAL FVG di Udine (2005).

Corso "Tecnico superiore per l'organizzazione e il marketing del turismo integrato", presso la sede IAL FVG di Monfalcone (2006).

Corso "Tecnico superiore per la ristorazione e la valorizzazione di prodotti territoriali e produzioni tipiche", presso la sede IAL FVG di Trieste (2007).

Corso di “Strategie, strumenti e tecniche del marketing territoriale” presso il Master di Logistics Promoter dell’Università degli Studi di Trieste (2008).

Corso su “Formazione imprenditoriale – Sportello Donna” su incarico dell’Azienda Speciale Ricerca & Formazione della Camera di Commercio di Udine (2009).

Progetto di formazione “Gestire progetti di sviluppo locale e internazionale”, presso il ForSer di Pasion di Prato (Ud) (2009).

“Colombia Tour - Corso di formazione per Tecnico superiore dell’organizzazione delle strutture ricettive e del marketing del turismo integrato”, in collaborazione con la sede IAL FVG di Trieste (2010).

Corso di “Strategie di Marketing Internazionale”, presso la Camera di Commercio di Udine (2010).

Corso “L’elaborazione dei piani di marketing coerentemente con le problematiche commerciali da affrontare, collaborando attivamente alla definizione delle strategie e delle politiche di vendita”, presso la sede IAL FVG di Udine (2010).

Corso di “Marketing” presso Progetto FIXO, Università degli Studi di Trieste, sede di Gorizia (2011).

Partecipazione a progetti di ricerca

Partecipazione a numerosi progetti di ricerca, coordinati dal Prof. Claudio Sembri, concernenti: “Le piccole e medie imprese e le strutture di supporto al commercio internazionale”, “L’evoluzione dello scenario competitivo nel quadro delle strategie di marketing – Approccio teorico e riscontri empirici”, “Mercato globale – Strategie d’impresa e potenzialità offerte da particolari realtà quali BIC, Off-shore, Tecnocity e Parco Scientifico”, “Le componenti informative nelle relazioni verticali di marketing”.

Coordinatrice di ricerca sul Mercato congressuale a Trieste.

Partecipazione al gruppo di lavoro su “Informazione, varietà e mercato”, coordinato dal Prof. Luca Pellegrini.

Membro dell’AIDEA Giovani – Accademia Italiana di Economia Aziendale.

Membro dell’AISM – Associazione Italiana per gli Studi di Marketing.

Partecipazione ad organi collegiali e di gestione universitaria

Nei vari anni accademici è stata rappresentante dei ricercatori in Giunta di Dipartimento e in Consiglio di Facoltà.

Ha fatto parte della Commissione piani di studio e della Commissione riordino per le lauree del nuovo ordinamento della Facoltà di Economia.

Ha fatto parte di Commissioni per le Valutazioni Comparative a posti in ruolo di ricercatore (Udine, per due volte).

E' stata relatrice e correlatrice di numerose Tesi di Diploma e di Laurea sia Triennale che Specialistica.

E' stata responsabile per molti anni degli scambi Erasmus con le sedi di Sheffield (UK), Würzburg (Germania), Parigi 104 e Parigi 105 (Francia), Alicante (Spagna), Lisbona (Portogallo), Maribor (Slovenia).

E' stata responsabile per i portatori di handicap della sede di Gorizia.

Interessi di ricerca

Nell'ambito dell'attività di ricerca si è occupata di:

ricerche di carattere comportamentale estese al marketing turistico e territoriale, con utilizzo di dati censuari e di dati raccolti sul campo;

studi inerenti le scelte di localizzazione delle imprese commerciali, la domanda e l'offerta di servizi commerciali e le problematiche attinenti il posizionamento multilivello;

ricerca di elementi sul ruolo e l'importanza delle leve operative di marketing nell'ambito del retailing mix basato su indagini storiche e interviste in profondità;

ricerca di modelli gestionali di marketing da implementare in alcune aree nel campo dei servizi quali lo spettacolo, la cultura, la ristorazione e lo sport;

raffronto tra le logiche di implementazione strategica nel campo delle imprese for profit e quelle del Terzo Settore;

Le linee più recenti di ricerca riguardano:

tematiche relative ai rapporti industria/distribuzione, con specifico riferimento alla diffusione delle logiche push e pull a livello delle imprese di distribuzione;

le problematiche attinenti in fund raising e il suo ruolo ai fini del sostegno allo sviluppo e alla sopravvivenza degli Enti del Terzo Settore;

punti di forza e di debolezza del dettaglio tradizionale in un sistema distributivo continuativamente caratterizzato da nuove minacce ed opportunità.

Principali pubblicazioni

Micoli C. (1993) “Verso una delimitazione concettuale del marketing globale: alcuni spunti di riflessione”, Quaderni del Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale, n.ro 2, Trieste,

Micoli C. (1994) “Ruolo dell’informazione nei processi di internazionalizzazione”, in L’evoluzione degli studi sulla distribuzione commerciale e sui rapporti industria-distribuzione, Atti del Seminario di Studi in onore del Prof- Ottavio Rondini, Trieste

Micoli C. (1997) “Internazionalizzazione: quale onere per l’Impresa?”, Quaderni del Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale, Trieste

de Luca P., **Micoli C.**, Pegan, G. (2001), Problematiche commerciali dell'impresa artigiana di produzione. Un’indagine sulla realtà del Friuli-Venezia Giulia, ed. FrancoAngeli, Milano.

Micoli C. (2001) “Promuovere Trieste. Marketing per nicchie di mercato”, in Atti del Convegno Turismo a Trieste: Marketing, strategie, promozione e sviluppo, Trieste

Micoli C. (2004) “Il ruolo della comunicazione ai fini dello sviluppo del territorio”, in Atti del Convegno Tecnologia e Comunicazione – La parola tra prodotto e valore, San Vito al Tagliamento (PN)

Vianelli D., Pegan G., **Micoli C.**, (2014), “Dal Country of Origin al Country of brand: quali sfide per le imprese del made in Italy?”, in Atti del XI convegno annuale SIMktg: “Food Marketing: mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca”, Società Italiana di Marketing, 18-19 settembre, Modena

de Luca P., Pegan G., **Micoli C.**, (2014), “Innovazione, internazionalizzazione e performance: quali relazioni? Alcuni casi del caffè made in Italy”, Atti del XI convegno annuale SIMktg: “Food Marketing: mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca”, Società Italiana di Marketing, 18-19 settembre, Modena