

Patrizia de Luca

PhD, Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese
Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche (DEAMS)
Università degli Studi di Trieste
Via Valerio 4/1, 34127 Trieste

Contatti:

- Tel: +39 040 5587056
- Cell: +39 3395934995
- email: patrizia.deluca@deams.units.it

Orcid: 0000-0001-6418-2534

CURRICULUM VITAE**SINTESI**

Laureata in Economia e Commercio all'Università degli Studi di Trieste nel 1983, con il massimo dei voti e la lode, ha frequentato il Dottorato di ricerca in Economia Aziendale presso l'Università Ca' Foscari di Venezia e conseguito il titolo nel 1988.

All'Università degli Studi di Trieste, dopo un periodo di ricerca e di docenza a contratto, nel 1990 è stata nominata ricercatore universitario (confermato nel 1993) per le discipline aziendali.

Nel 2002 è diventata Professore Associato (confermato dal 2005) e dal 02/03/2020 è **Professore Ordinario** per il settore concorsuale 13/B2-Economia e gestione delle imprese, Settore scientifico-disciplinare **SECS-P/08-Economia e gestione delle imprese**, presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche.

Dopo aver tenuto diversi **insegnamenti** nell'ambito dell'Economia e gestione delle imprese - tra cui Economia e gestione delle imprese commerciali, E-business e Metodologia di ricerche per il management - è attualmente titolare degli insegnamenti di **Marketing** (60 ore), nel corso di laurea triennale in Economia e gestione aziendale, e di **Ricerche di marketing** (60 ore), nel corso di laurea magistrale in Strategia e Consulenza Aziendale.

I suoi **interessi scientifici**, nell'ambito dell'economia e gestione delle imprese, sono focalizzati principalmente sul marketing, con particolare riferimento ai filoni di studio connessi ai nuovi trend (sustainable marketing, digital marketing, experiential marketing) e ai canali di marketing, a livello nazionale e internazionale.

In **Ateneo** è attualmente **Delegata del Rettore** per "Comunicazione e brand strategy".

1. PERCORSO FORMATIVO

1983:

- Laurea in Economia e Commercio, Università degli Studi di Trieste (1983), con una tesi dal titolo "Sull'applicabilità dell'analisi fattoriale alle ricerche di mercato" (Voto: 110 / 110 e lode).

1988:

- Dottorato di ricerca in Economia aziendale, Università Ca' Foscari di Venezia (1988), con una tesi dal titolo "Le dimensioni del valore nei modelli di finanza aziendale".
- Corso in Didattica per Giovani Docenti, Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA)-San Miniato (PI) (6-15/09/1988).

2. CARRIERA ACCADEMICA

1987 – 1989: Professore a contratto per l'insegnamento di "Economia e finanza aziendale ed elementi di economia generale" (programma "Applicazioni e casi di economia e finanza aziendale"), Università degli Studi di Trieste (1987/88, presso la Scuola diretta a fini speciali in Amministrazione e controllo aziendale, Sede di Gorizia: artt. 4 DPR 10.3.82 n.162 U.P. e 25 del DPR 11.7.80 n. 382; 1988/89 e 1989/90, presso la Facoltà di Economia dell'Università di Trieste: artt. 25 penultimo comma e 27 DPR 11.7.80 n. 382).

1989: Cultore della materia e partecipazione alle Commissioni di esame di Tecnica industriale e di Tecnica delle ricerche di mercato, Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Economia (1989).

1990 – 2002: Ricercatore Universitario (gruppo di discipline n. 21) dal 21.11.1990 Confermato dal 13.12.1993, con afferenza al Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale, Università degli Studi di Trieste (dal 1990 al 2002).

Dal 2002: Professore associato per il settore scientifico-disciplinare SECS P/08 Economia e gestione delle imprese (Area 13 Scienze economiche e statistiche), presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trieste (nominata con D.R. n. 1447 del 30.09.2002, a decorrere dal 1.10.2002 e confermato con D.R. n. 1972 del 14.11.2006, a decorrere dal 01.10.2005).

Dal 2020: Professore ordinario per il settore concorsuale 13/B2-Economia e gestione delle imprese, Settore scientifico-disciplinare SECS-P/08-Economia e gestione delle imprese, presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche dell'Università degli Studi di Trieste (presa di servizio in data 02/03/2020).

3. ATTIVITÀ DIDATTICA

L'attività didattica è stata svolta su **diversi livelli di formazione** (Laurea Triennale, Laurea Magistrale e Post-Laurea), con continuità nel tempo.

Attualmente Patrizia de Luca completa le 120 ore di didattica nei seguenti corsi:

- **Marketing (60 ore)**, nei corsi di **laurea triennale** in Economia e gestione aziendale e in Economia internazionale e mercati finanziari;
- **Ricerche di marketing (60 ore)**, nel corso di **laurea magistrale** in Strategia e Consulenza Aziendale.

L'attività didattica, a seguito della **valutazione da parte degli studenti** sulla soddisfazione complessiva, rilevata con gli strumenti predisposti dall'Università degli Studi di Trieste (<https://valmon.disia.unifi.it/sisvaldidat/units/>), ha dato negli anni esiti molto positivi.

Per quanto riguarda la continuità nel tempo, a livello di **Laurea Triennale (dal 1995/96 ad oggi)** è o è stata svolta la seguente attività didattica:

- **Marketing (60 ore)**, nel corso di laurea **triennale** in Economia e gestione aziendale dell'Università degli Studi di Trieste (dal 2002-03) e in Economia internazionale e mercati finanziari (dal 2017-18).
- **Economia e gestione delle imprese commerciali** (30 ore), presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trieste (per supplenza, con Delibera del Consiglio di Facoltà, maggio 1995, nel periodo 1995/96 - 2001/02 e successivamente come titolare dal 2002/03 al 2009/10).
- **E-business** (30 ore), presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trieste (dal 2004/05 al 2009/10).
- **Marketing** - Attività di docente esaminatore, per il Corso di laurea in Economia e Amministrazione delle imprese (**teledidattico**), per il Polo tecnologico del Consorzio Nettuno, ai corsi di Marketing e di Economia e tecnica della pubblicità (Polo Tecnologico-Didattico di Trieste) presso l'Università degli Studi di Trieste (dal 2002/03 al 2011/12).
- **Marketing** - Attività di docenza (10 ore), presso l'**Università di San Marino**, nell'ambito del Corso di laurea in Economia e Amministrazione delle imprese (teledidattico) dell'Università di Trieste, sulla base dell'accordo integrativo alla convenzione tra Università di Trieste e Università di San Marino del 15 ottobre 1998 (dal 2002/03 al 2010/11).
- **Marketing Internazionale** (1 modulo - 30 ore), affidamento per supplenza, presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Trieste (Delibera del Consiglio di Facoltà 13 giugno 2000) (a.a. 2000/01).

A livello di **Laurea Magistrale (dal 2005/06 ad oggi)** è stata svolta la seguente attività didattica:

- **Ricerche di marketing** (60 ore), nel corso di laurea magistrale in Strategia e Consulenza Aziendale dell'Università degli Studi di Trieste (dal 2016).
- **Metodologie di ricerca per il management** (60 ore), nel Corso di laurea magistrale in Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Trieste (dal 2010 al 2016).
- **Marketing** (18 ore), affidamento per supplenza, presso la Scuola Superiore di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori dell'Università degli Studi di Trieste (dal 2005/06 al 2009/10).

Per la citata attività didattica Patrizia de Luca ha partecipato, in qualità di Presidente, alle **commissioni istituite per gli esami di profitto** dei relativi insegnamenti. Ha inoltre partecipato alle commissioni per gli esami di profitto di insegnamenti dello stesso settore scientifico disciplinare.

Patrizia de Luca ha svolto attività di relatrice di un numero molto elevato di **tesi** di laurea triennale e magistrale e ha partecipato con regolarità alle commissioni istituite per gli **esami di laurea triennale e magistrale**, e ha supervisionato alcuni progetti post-laurea nell'ambito del Master Interuniversitario Coffee Economics and Science Ernesto Illy.

A livello di **PhD e Post-Laurea (dal 2005 ad oggi)** è stata svolta inoltre la seguente attività:

- Partecipazione alla **Commissione di valutazione**, in modalità telematica, per l'esame finale del Corso di Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale e Management, nominata del Direttore del Dipartimento di Economia e Management dell'**Università di Pisa** (provvedimento n. 266 del 06 dicembre 2021)
- Partecipazione alla **Commissione di valutazione** per l'esame finale del Corso di Dottorato di Ricerca in Economia e Management – Curricolo Management (Ciclo/i XXXI), presso l'**Università degli Studi di Padova** (Decreto Rettoriale del 13/12/2018 Prot. N. 504929).

- Partecipazione al **Collegio dei docenti** del PhD in Managerial and Actuarial Science (MAS), accreditato dal Ministero, del Dipartimento di Economia e Statistica (DIES) dell'**Università di Udine** e del Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche (DEAMS) dell'**Università degli Studi di Trieste** (2013-2017).
- Partecipazione al **Collegio dei Docenti** del Dottorato di Ricerca in "Scienze, tecnologia ed economia dell'Industria del Caffè", dell'Università degli Studi di Trieste (2005-2010).
- Coordinamento didattico del Corso di Studi per i **PAS e TFA** di classe A017 (Discipline Economico- Aziendali) dell'Università degli Studi di Trieste (A.A. 2014-15).
- Marketing – **Attività di docenza** (14 ore) nel Corso di Studi per i **PAS e TFA** di classe A017 (Discipline Economico- Aziendali) dell'Università degli Studi di Trieste (A.A. 2014-15).
- Marketing – **Attività di docenza** (10 ore), presso il **Master di I e II livello** su "Scienze, tecnologia ed economia dell'Industria del Caffè - Coffee Economics and Science Ernesto Illy", in lingua inglese, dell'**Università degli Studi di Trieste** e dell'**Università degli Studi di Udine** (edizioni 2011, 2012 e 2013).

Patrizia de Luca è o è stata inoltre impegnata nel **coordinamento** delle seguenti altre attività in ambito didattico:

- **Exchange Coordinator** del DEAMS per lo scambio **Erasmus** con l'**UPNA - Universidad Pública del Navarra (Pamplona, Spagna) (fino al 2021)**.
- **Exchange Coordinator** del DEAMS per lo scambio **Erasmus** con l'**ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa (Portogallo) (fino al 2021)**
- **Laboratorio DEAMS – CONFETRA FVG 2018-19** su “Commercio internazionale e supply chain: figure professionali attuali e future per il mercato del lavoro”, rivolto agli studenti del Corso di Laurea in Economia e gestione aziendale dell'Università degli Studi di Trieste.
- **Laboratorio DEAMS – CONFINDUSTRIA V.G. 2018-19** su “Imprese e territorio”, rivolto agli studenti del Corso di Laurea in Economia e gestione aziendale dell'Università degli Studi di Trieste.

Ha svolto inoltre **attività di docenza** nelle seguenti iniziative dell'Università di Trieste:

- **Moduli formativi estivi** dell'Università degli Studi di Trieste: 2015, 2016, 2017, 2019.
- Corso di Studi per i **PAS e TFA** di classe A017 (Discipline Economico- Aziendali) dell'Università degli Studi di Trieste (A.A. 2014-15).

4. ATTIVITÀ DI RICERCA

Nell'ambito del Settore scientifico-disciplinare Economia e Gestione delle Imprese (13/B2-SECS P/08) Patrizia de Luca ha svolto in via continuativa, dall'anno accademico 1990 a oggi, attività di ricerca scientifica prima nel Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale e successivamente nel Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali Matematiche e Statistiche (DEAMS) dell'Università degli Studi di Trieste.

È risultata sempre **attiva**, secondo i parametri utilizzati a tale scopo dall'Università di Trieste.

Gli **interessi scientifici** sono focalizzati prevalentemente sul marketing, con particolare riferimento ai filoni di studio connessi al comportamento dei consumatori, ai nuovi trend e all'innovazione nel marketing - sustainable marketing, digital marketing, experiential marketing - e nei canali di distribuzione a livello nazionale e internazionale.

In questo ambito ha sviluppato una **rete di collegamenti nazionali e internazionali**, che hanno

condotto a pubblicazioni di articoli e volumi su diversi temi, anche con applicazioni a specifici settori e mercati esteri.

- ✓ Nel **dottorato di ricerca in Circular Economy** dell'Università degli Studi di Trieste, è responsabile scientifica per il progetto PON/06 (N. 2014-2020-MUR DM n. 1061 del 10.08.2021), dal titolo "Il valore della sostenibilità per gli stakeholder. Ripensare al ruolo della comunicazione integrate nella valorizzazione delle scelte sostenibili aziendali", concordato con il supervisore aziendale (Dott. David Brussa, Illycaffè). È inoltre co-supervisor per la tesi di dottorato nell'ambito dello stesso progetto.
- ✓ È stata responsabile di un **assegno di ricerca** di 12 mesi, finanziato da Confcooperative Trieste (approvato nel Consiglio del DEAMS del 05/04/2019 – data inizio 05/11/2019) - area scientifica 13/B2 e settore SECS-P/08 - dal titolo "Analisi dei percorsi di sviluppo strategico del sistema cooperativo nell'ambito del Porto di Trieste in una prospettiva blue thinking" – rinnovato per altri 6 mesi (06/11/2020 – 05/05/2021)
- ✓ Ha avviato, insieme al prof. José Antonio Ontalba Ruipérez, dell'Universitat Politècnica de València, un **accordo di collaborazione** fra il DEAMS (Università di Trieste) e Trademetrics (Universitat Politècnica de Valencia) (accordo approvato nel Consiglio del DEAMS del 12/09/2017 e formalizzato il 9/11/2017), anche per la successiva realizzazione di un gruppo di ricerca internazionale (in fase di definizione). In questo ambito, la ricerca congiunta ha condotto a diversi contributi (presentazioni a convegni e pubblicazioni) sul tema del digital marketing, applicato all'analisi del comportamento di ricerca e acquisto online da parte dell'utente finale, tra cui un articolo con il supporto del National Project eMarketwine (CSO2016.78775-R) of the Spanish Ministry of Economy (de Luca P., Pegan G., Gonzalo-Penela C., 2019) – Periodo 2017-2020.
- ✓ Partecipa e ha partecipato a **progetti di ricerca finanziati, a livello nazionale e internazionale**:
 - Progetto **PRIN 2022**: "Communicating companies' supply chain sustainability practices in a digital Environment"(Coordinatore nazionale: Prof. Simone Guercini, Università di Firenze; Coordinatore locale: Prof.ssa Donata Vianelli).
 - Progetto **BEAT** "Blue Enhancement Action for technology transfer" (Programma UE Interreg V Italia-Croazia 2014-2020; Leadpartner: Unionamere Veneto; Responsabile per DEAMS-UniTS: Prof. Guido Bortoluzzi; durata 18 mesi: gennaio 2018-giugno 2019).
 - Progetto **PACINNO** "Platform for trans-Academic Cooperation in Innovation" (Platform for trans-Academic Cooperation in Innovation - IPA Adriatic, 2013-16) (Leadpartner: Università di Trieste; Coordinatore: Prof. Andrea Tracogna).
 - Progetto **PRIN 2009** "Internazionalizzazione e ruolo della distribuzione nelle strategie di marca: i prodotti Made in Italy ad alto valore simbolico nel mercato americano" (Progetto nazionale: "Strategie di marca e decisioni distributive nei processi di internazionalizzazione: i prodotti italiani ad alto valore simbolico in differenti contesti socio-culturali"; Coordinatore nazionale: Prof. Gaetano Aiello, Università di Firenze; Coordinatore locale: Prof.ssa Donata Vianelli).
 - Progetto **PRIN 2007** "La distribuzione e la vendita dei prodotti italiani nel mercato cinese: vantaggi competitivi e modelli di business" (Progetto nazionale: "Modelli di business e strategie di mercato per l'ingresso nel mercato della Cina da parte delle imprese italiane"; Coordinatore nazionale: Prof. Tiziano Vescovi; Coordinatore locale: Prof.ssa Donata Vianelli).

È stata responsabile o ha partecipato come membro a diversi **progetti in Dipartimento**:

- Membro Progetto FRA 2016 su "Cambiamento climatico, innovazione d'impresa e

comportamento dei consumatori nei mercati agro-alimentari" (Responsabile Prof. Gianluigi Gallenti), 2016-18.

- Responsabile del progetto di ricerca DEAMS "Ricerche di Marketing Innovation", 2016-20.
 - Membro del progetto FRA 2014 su "Percorsi innovativi di creazione e appropriazione del valore attraverso l'identità territoriale nella supply chain internazionale delle PMI" (Responsabile: Prof.ssa Giovanna Pegan), 2014-16.
 - Responsabile del progetto FRA 2012 "Innovazione, performance e internazionalizzazione dell'impresa. Quali sinergie nell'attuale contesto competitivo e di mercato?", 2012-14.
 - Membro del Progetto di ricerca su "Processi di internazionalizzazione delle PMI nel Friuli-Venezia Giulia: un'analisi empirica dei modelli organizzativi e delle strategie gestionali" (Università di Trieste, Ricerca Scientifica Prot. 19990017388 dd. 03/06/1999), 1999.
 - Membro del progetto di ricerca su "Marketing e comportamento del consumatore: analisi empiriche e implicazioni operative" (Murst 40%) - Titolo del progetto dell'unità operativa di Trieste: "Comportamento del consumatore ed evoluzione della distribuzione commerciale" (Coordinatore nazionale: Prof. Roberto Sbrana; Responsabile locale: Prof. Vladimir Nanut), 1996/1999.
 - Membro del progetto di ricerca "La nuova economia dei servizi" (Murst 40%) (Responsabile nazionale: Prof. Enzo Rullani; Responsabile locale: Prof. Vladimir Nanut), 1992/1994.
 - Membro del progetto di ricerca C.N.R. "Servizi e strutture per l'internazionalizzazione delle imprese" (Prog. 4) Trading Companies (Sottoprogetto 4.1) - Titolo del progetto dell'unità operativa di Trieste: "I rapporti con i mercati dell'Europa Orientale" (Coordinatore nazionale: Prof. G. Lorenzoni; Responsabile locale: Prof. Vladimir Nanut), 1990/1993.
 - Membro del progetto di ricerca "Strutture e performances all'export delle piccole imprese" (Murst 40%) Titolo del progetto dell'unità operativa di Trieste: "Performances all'export delle imprese del settore legno-mobilia-arredamento" (Coordinatore nazionale: Prof. Riccardo Varaldo; Responsabile locale: Prof. Vladimir Nanut), 1989/1993.
- ✓ Ha collaborato a diversi **progetti di ricerca inter-universitari** o presso altre organizzazioni:
- Responsabile dell'unità locale del Progetto DIVINO - Modulo "Soluzioni innovative per la comunicazione della distintività del vino italiano sul mercato consumer internazionale - DIVINO" (con Donata Vianelli), CUEIM-Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale (Attività unità locale su "Definizione dei parametri di business e di sostenibilità economica"), 2011/2012.
 - Membro del Progetto di ricerca su "Aspetti metodologici ed esperienze di marketing e management interculturale (Coordinatore nazionale: Prof. Simone Guercini) 2007/2008
 - Membro del gruppo di ricerca su "Sviluppo e competitività delle medie imprese industriali italiane" (Coordinatori nazionali: Proff. Varaldo R., Dalli D., Resciniti R., Tunisini A.), 2007/2008.

5. PUBBLICAZIONI

L'attività di ricerca svolta ha condotto nel tempo a numerose pubblicazioni, a livello nazionale e internazionale. Ha inoltre contribuito con diversi lavori alle edizioni dell'Università di Trieste (open access).

1. **de Luca P.**, Valentinuz G. (2024). Social sustainability for health and well-being in port areas. A general framework proposal with a social value approach. *Corporate Social Responsibility*

and *Environmental Management*, 31: pp. 6234–6245.

2. **de Luca P.**, Bellotto M. (2024). High-Luxury Coffee Brands: A Comparative Analysis of Digital Communication on Luxury and Sustainability Dimensions, in Ozuem W., Ranfagni S., Michelle Willis M. (eds.), *Digital Transformation for Fashion and Luxury Brands Theory and Practice*, Palgrave Macmillan, pp. 383-405.
3. Pegan G., Del Missier F., **de Luca P.** (2023). Antecedents of green purchase choices: Towards a value-oriented model, *Journal of Cleaner Production*, 399, pp. 1-13.
4. **de Luca P.**, Bellotto M. (2023). Vino e sostenibilità. Una ricerca sulla confusione dei consumatori di vino biologico, in Mainolfi G. (a cura di), *GreenIT. Economia circolare, consumo sostenibile e valore del made in Italy. III Rapporto del Centro di Ricerca sul Made in Italy dell'Università degli Studi Internazionali di Roma*, Giappichelli, Torino. pp. 145-172.
5. **de Luca P.**, Torbianelli V., Vianelli D. (2023), scritti in onore GENCO
6. Qualizza G., **de Luca P.** (2022). Small Retailers in Small Towns: An Explorative Study on Shopping Behaviour for Improving Social Sustainability in an Urban Centre. In Luceri B. and Martinelli E. (eds), *Managing Sustainability. Perspectives from Retailing and Services*. SIMA – Springer, pp. 111-130.
1. Pegan G., Schoier G., **de Luca P.** (2022). The Importance of Consumer Perception of Corporate Social Responsibility to Meet the Need for Sustainable Consumption: Challenges in the Sportswear Sector. In *Research Anthology on Developing Socially Responsible Businesses*, IGI Global, DOI: 10.4018/978-1-6684-5590-6.ch089.
2. Crechici S., **de Luca P.**, Vianelli D. (2022). Modiano: crescere nei mercati internazionali valorizzando nel tempo le competenze distintive. In Alon I., Jaffe E., Luceri B., Prange C., Vianelli D. *Marketing Internazionale*, Giappichelli, Torino. ISBN 978-88-921-4068-4.
3. Campisi B., **de Luca P.**, Filek J., Gallenti G., Wojnarowska M. (2022). The role of universities in development of the Circular Economy. In Wojnarowska M., Cwiklicki M., Ingraio C. (eds.). *Sustainable products in the Circular Economy*, Routledge, pp., ISBN 9781032017013.
4. **de Luca P.**, Jahangiri Y.M. (2021). Il marketing di nicchia. Una ricerca sul consumo di alimenti a fini medici speciali. *Micro & Macro Marketing*, 3, pp. 569-592, doi: 10.1431/101834.
5. Bevilacqua P., Campisi B., **de Luca P.**, Gallenti G. & Garofolo I. (2021). Fostering Sustainability @UniTS. *Journal of Sustainability Perspectives*, 1, <https://doi.org/10.14710/jsp.2021.12015>.
6. Carzedda M., Gallenti G., Troiano S., Cosmina M., Marangon F., **de Luca P.**, Pegan G., & Nassivera F. (2021). Consumer Preferences for Origin and Organic Attributes of Extra Virgin Olive Oil: A Choice Experiment in the Italian Market. *Foods*, 10, 1-17. WOS: 000653883200001; Scopus: 2-s2.0-85105846211.
7. Vianelli D., **de Luca P.**, Pegan G. (2020). La gestione della complessità nelle strategie omnicanale dell'impresa internazionale. In AA.VV., *Contributi in onore di Gaetano Maria Golinelli*. Rogiosi Editore. Napoli. ISBN 978-88-6950-393-1.
8. Pegan G., Vianelli D., **de Luca P.** (2020). *International Marketing Strategy: The Country of Origin Effect on Decision-Making in Practice*. Basel (Switzerland): Springer. ISBN 978-3-030-33587-8.
9. Pegan G., Schoier G., **de Luca P.** (2020). The Importance of Consumer Perception of Corporate Social Responsibility to Meet the Need for Sustainable Consumption: Challenges in the Sportswear Sector. In C. Silvestri, M. Piccarozzi, & B. Aquilani (Eds.), *Customer Satisfaction and Sustainability Initiatives in the Fourth Industrial Revolution* (pp. 212-235). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-7998-1419-1.ch011
10. **de Luca P.**, Pegan G. (2020). Mindfulness for Sustainable Consumption. First Findings from a Qualitative Research on Religious Beliefs Oriented Consumers. Abstract in *The 20th Management International Conference-MIC 2020*. University of Primorska Press, Koper (Slovenia). ISSN 2712-3766.

11. Pegan G., Del Missier F., **de Luca P.**, Mandolese F. (2020). Impegno religioso e acquisti di prodotti verdi: primi risultati di una ricerca quantitativa. Proceedings XVII[^] SIM Conference. Castellanza, 29-30 ottobre 2020. ISBN 978-88-943918-4-8.
12. **de Luca P.**, Pegan G., Vianelli D. (2020). Customer Experience in the Coffee World: Qualitative Research on the US Market. In F. Musso, & E. Druica (Eds.), *Handbook of Research on Retailing Techniques for Optimal Consumer Engagement and Experiences* (pp. 257-283). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-7998-1412-2.ch012
13. **de Luca P.** (2019). *Il comportamento d'acquisto tra canali online e offline. Percorsi di ricerca ed evidenze empiriche sul mercato italiano dei prodotti senza glutine*. Roma: ARACNE Editrice. ISBN 978-88-255-2388-1.
14. **de Luca P.**, Ampò A., Orciuolo P., Venier F. (2019). "Who is shaping search engine results in the wine industry? A cross-country analysis", Abstract in *The Management International Conference-MIC 2019 Managing Geostrategic Issue*. ISSN 1854-4312.
15. **de Luca P.**, Pegan G., Gonzalo-Penela C. (2019). Insights from a Google Keywords Analysis about Italian Wine in the US Market. *Micro&Macro Marketing*, N. 1, pp. 95-118. ISSN1121-4228.
16. Vianelli D., **de Luca P.**, Kajca R. (2018). Internationalization of the Albanian Economy through Foreign Investments: The Italian Case. In Marinov M.A. (Ed.), *Internationalization in Central and Eastern Europe*. (pp. 105-130). Abingdon (England): Routledge. ISBN 13: 978-1-315-19135-5 (ebk).
17. **de Luca P.**, Piccolo G., Intini A., Venier F. (2018). L'esperienza dei moduli formativi in materia economico-aziendale all'Università di Trieste nel triennio 2015-2017. *Quaderni CIRD*, N. 17, 126-136. ISSN: 2039-8646.
18. Pegan G., **de Luca P.**, Vianelli D. (2018), Impegno religioso e consumo verde: quali relazioni? Atti XV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Bari, 18-19 ottobre 2018. ISBN: 978-88-943918-2-4.
19. **de Luca P.**, Schoier G., Vessio A. (2017). Cause-Related Marketing and Trust: Empirical Evidence on Pinkwashing. *Mercati e Competitività*, vol. 2/2017, pp. 51-73. ISSN 1826-7386, ISSN 1972-4861. DOI: 10.3280/MC2017-002004.
20. Schoier G., **de Luca P.** (2017). Cause-Related Marketing: A Qualitative and Quantitative Analysis on Pinkwashing. In: Palumbo F., Montanari A., Vichi M. (eds) *Data Science. Studies in Classification, Data Analysis, and Knowledge Organization*. Springer, pp. 321-332. ISBN 978-3-319-55722-9; eISBN 978-3-319-55723-6; DOI https://doi.org/10.1007/978-3-319-55723-6_25. (SCOPUS Publication)
21. Aramendia-Muneta E., **de Luca P.** (2017). A critical view of Cause-Related Marketing Communication: The Effect of Pinkwashing on Consumer Behavior. In Flavian-Blanco C. et al. (2017). 22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications. Challenges of Marketing Communications in a Globalized World, pp. 262-265. University of Zaragoza, Faculty of Economics and Business Zaragoza (Spain), 2017 ISBN: 978-84-946082-09.
22. Gonzalo-Penela C., **de Luca P.**, Pegan G. (2017). Insights from Google search user-generated data: a study on European Wine in the US Market. Atti XIV Convegno Annuale Società Italiana Marketing, pp. 1-6. ISBN 978-88-907662-9-9.
23. Faganel A., Costantini M., **de Luca P.** (2017). Key factors of successful CRM introduction in the gaming industry. In Association of Economists and Managers of the Balkans (Belgrade, Serbia) et al. (2017), *Economics & Management: Globalization Challenges*. Conference proceedings, EMAN, Belgrade (Serbia), pp. 622-628. ISBN: 978-86-80194-06-6.
24. **de Luca P.**, Pegan G. (2016). Business innovation and internationalisation: focus on the Italian coffee industry. *Mercati e Competitività*, vol. 2/2016, pp. 63-81, ISSN: 1826-7386, doi: 10.3280/MC2016-002005

25. Proietti L., **de Luca P.**, Nosi C. (2016). Indicatori di business e sostenibilità economica del concept store. Rapporti di Ricerca "Progetto Divino. Soluzioni distributive innovative per la comunicazione della distintività del vino italiano sul mercato consumer internazionale". *Sinergie*, N.39. ISSN 0393-5108. DOI 10.7433.01/RR39.2016.
26. **de Luca P.**, Pegan G. (2016). Business innovation and Internationalisation: Focus on the Italian Coffee Industry. *Mercati e Competitività*, 2, pp. 63-81. DOI: 10.3280/MC2016-002005; ISSN: 1826-7386.
27. **de Luca P.**, Gallenti G., Bertoni M., Citarella G. (2016). L'ambito economico. Il PAS A017-Discipline economico-aziendali e il PAS A019-Discipline giuridiche ed economiche. *Quaderni CIRI*, Vol. 12, pp. 99-113. ISSN: 2039-8646. DOI: 10.13137/2039-8646/13280.
28. **de Luca P.**, Pegan G., Troiano S., Gallenti G., Marangon F., Cosmina M. (2016). Brand e Country of Origin: una ricerca sulle preferenze del consumatore di olio extra-vergine d'oliva. Atti del XIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Cassino, 20-21 ottobre, pp.1-6. ISBN: 9788890766268.
29. **de Luca P.**, Schoier G., Vessio A. (2015). Cause Related Marketing, pinkwashing e confusione del consumatore: prime evidenze empiriche. Atti XII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Torino, 22-23 ottobre 2015, pp. 1-6. ISBN: 978-88-907662-4-4.
30. **de Luca P.** (a cura di) (2015). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.
31. **de Luca P.** (2015). Introduzione. In: P. de Luca (a cura di). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT, pp. 7-11. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.
32. **de Luca P.** (2015). Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione: il quadro teorico di riferimento. In: P. de Luca (a cura di). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT, pp. 13-32. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.
33. **de Luca P.** e Pegan G. (2015). Relazioni tra innovazione di business e internazionalizzazione: prime evidenze empiriche nel settore italiano del caffè. In: P. de Luca (a cura di). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT, pp. 33-53. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.
34. Venier F., **de Luca P.**, Bortoluzzi G., Balboni B. (2015). Le dimensioni dell'innovazione in un cluster del vino italiano. In: P. de Luca (a cura di). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT, pp. 54-70. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.
35. **de Luca P.**, Gallenti G., Penco P. (2015). Nuovi clienti in nuovi mercati: il vino italiano in India. In: P. de Luca (a cura di). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT, pp. 71-96. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.
36. Pegan G., **de Luca P.**, Dal Pont M. (2015). Innovazione di business e adattamento al mercato: il caso Luxottica in Asia. In: de Luca P. (a cura di). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT, pp. 106-123. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.
37. Pegan G., **de Luca P.** (2015). Business innovation e internazionalizzazione. I risultati di uno studio qualitativo in un comparto di eccellenza del made in Italy". In: P. de Luca (a cura di). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT, pp. 124-149. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.
38. **de Luca P.**, Pegan G., Fazio M. (2015). Innovazioni di canale nell'arredamento made in Italy. In: P. de Luca (a cura di). *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*. Trieste: EUT, pp. 150-171. ISBN 978-88-8303-664-4, eISBN 978-88-8303-665-1.

39. Bortoluzzi G., **de Luca P.**, Venier F., Balboni B. (2015). Innovation Scope and the Performance of the Firm. Empirical Evidence from an Italian Wine Cluster. In B. Christiansen (ed.). *Handbook of Research on Global Business Opportunities*. Hershey, PA USA: IGI GLOBAL. DOI: 10.4018/978-1-4666-6551-4, ISBN13: 9781466665514. (SCOPUS Publication)
40. Pegan G., **de Luca P.** (2015). Innovation and Internationalisation: Evidences from the Italian furniture industry. *International Journal of Management Cases*, vol. 17(4), pp. 188-207. ISSN 1741-6264.
41. Pegan G., Vianelli D., **de Luca P.**, (2014). Competere e creare valore nei mercati maturi: alcune evidenze empiriche del made in Italy negli Stati Uniti. *Economia e Società regionale*, XXXII (2): pp. 1-13. ISSN 1827-2479, ISSN 2038-6745.
42. **de Luca P.**, Pegan G., Micoli C. (2014). Innovazione, internazionalizzazione e performance: quali relazioni? Alcuni casi del caffè made in Italy. Atti XI convegno annuale Società Italiana Marketing, Modena, 18-19 settembre 2014, p. 1-6. ISBN: 978-88-907662-2-0.
43. Pegan G., **de Luca P.** (2014). Innovation, Internationalisation, and Business Performance: Case Studies from the Italian Furniture Industry. Proceedings of the 13th International Conference of the Society for Global Business & Economic Development. Managing the "Intangibles": Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context. Università Politecnica delle Marche - Ancona - Italy. 16-18/07/2014. SGBED, Society for Global Business & Economic Development. pp.1029-1040. ISBN: 9788890779572.
44. **de Luca P.**, Pegan G. (2014). The Coffee Shop and Customer Experience: A Study of the U.S. Market. In: Musso F. and Druica E. (eds). *Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development*. Hershey, PA USA: IGI GLOBAL. DOI: 10.4018/978-1-4666-6074-8, ISBN13: 9781466660748. (SCOPUS Publication)
45. **de Luca P.**, Pegan G. (2013). La percezione dei prodotti agro-alimentari made in Italy nel mercato USA: primi risultati di una ricerca netnografica. In: G. Aiello (a cura di). *Davanti agli occhi del cliente. Branding e retailing del Made in Italy nel mondo*. Roma: ARACNE Editrice. pp. 215-234. ISBN: 9788854868090.
46. Pegan G., Vianelli D., **de Luca P.** (2013). Il ruolo della distribuzione nella valorizzazione dei marchi made in Italy ad alto valore simbolico in USA: casi, esperienze e criticità. In: G. Aiello (a cura di). *Davanti agli occhi del cliente. Branding e retailing del Made in Italy nel mondo*. Roma: ARACNE Editrice. pp.174-197. ISBN: 9788854868090.
47. **de Luca P.**, Pegan G. (2013). I coffee shop italiani nel quadro competitivo internazionale: una ricerca qualitativa sul mercato USA. Atti del X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Milano 2-3 Ottobre 2013: pp. 1-11. ISBN 9788890766213.
48. **de Luca P.**, Vianelli D., Marzano F.C. (2013). Entry Strategies and Distribution Channels of Italian SMEs in the Chinese Market. In: Christiansen B., Turkina E., Williams N. (eds). *Cultural and Technological Influences on Global Business*. Hershey, PA USA: IGI GLOBAL, ISBN 978-1-4666-3966-9; DOI: 10.4018/978-1-4666-3966-9.ch027. (SCOPUS Publication)
49. Pegan G., **de Luca P.** (2012). Can implicit and explicit attitudes predict green product choice under time pressure? An experimental research. *Journal of Management and World Business Research*, Vol. 9 (1), pp. 21-36. ISSN 1449-3179.
50. Pegan G., **de Luca P.** (2012). Can implicit and explicit attitudes predict green product choice under time pressure? An experimental research. In: Ogunmokun G., Gabbay R., Rose J. (eds). Conference Proceedings, 5th Biennial Conference of the Academy of World Business, Marketing, and Management Development. vol. 5, N°1, 2012, pp. 131-147, Perth, Western Australia 6842: edited by Ogunmokun G., Gabbay R., Rose J. ISBN: 9780975227244, Budapest (Hungary), 16-19 July 2012.
51. Vianelli D., **de Luca P.**, Pegan G. (2012). *Modalità d'entrata e scelte distributive del Made in Italy in Cina*. Milano: Franco Angeli, ISBN: 9788856849776.

52. Vianelli D., **de Luca P.**, Bortoluzzi G. (2013). Distribution channel governance and value of 'Made in Italy' products in the Chinese market. In: Giuseppe Bertoli, Riccardo Resciniti (a cura di). *International Marketing and the Country of Origin Effect. The Global Impact of 'Made in Italy'*. p. 133-153, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, ISBN: 9781781955604. (SCOPUS Publication)
53. **de Luca P.**, Pegan G. (2012). La percezione del Made in Italy sui mercati internazionali: primi risultati di una ricerca "etnografica" sulle comunità online di consumatori di caffè., Atti del IX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Benevento, 20-21 settembre 2012, pp. 1-14. ISBN: 9788890766206.
54. **de Luca P.**, Marzano F.C. (2012). *L'effetto country of origin sull'intenzione di acquisto del consumatore: un'analisi metodologica*. Working paper series - Dipartimento di Scienze economiche, aziendali, matematiche e statistiche "Bruno de Finetti", N.1, Trieste: EUT. pp. 1-26. Trieste. ISBN: 9788883033742.
55. Vianelli D., **de Luca P.** (2011). Scelte di marketing delle imprese italiane in Cina. La distribuzione. In: Vescovi T. (a cura di). *Libellule sul Drago: modelli di business e strategie di marketing per le imprese italiane in Cina*. p. 89-114, Padova: CEDAM, ISBN: 9788813317478.
56. **de Luca P.**, Pegan G. (2011). Prodotti verdi: uno studio sperimentale sugli atteggiamenti e sulle scelte del consumatore. *Micro&Macro Marketing*, vol. 2/2011, p. 301-322, ISSN: 1121-4228.
57. **de Luca P.**, Vianelli D. (2011). L'internazionalizzazione delle imprese italiane nel mercato cinese: fattori propulsivi e difficoltà percepite. In: Andreani J.C., Collesei U. (eds). *Proceedings of 10th International Conference Marketing Trends*. Paris (France), 20-22 January 2011, p. 1- 25, Paris-Venice: Marketing Trends Association, ISBN: 9782953281125.
58. **de Luca P.**, Vianelli D., Marzano F.C. (2011). L'internazionalizzazione delle imprese italiane nel mercato cinese: fattori propulsivi e difficoltà percepite. *Micro&Macro Marketing*, vol. 3/2011, p. 463-484, ISSN: 1121-4228.
59. **de Luca P.** (2010). Comportamento di consumo interculturale e ricerche di marketing. In: Guercini S. (a cura di). *Marketing e management interculturale*. p. 49-72, Bologna: Il Mulino, ISBN: 9788815138675.
60. **de Luca P.**, Mason M., Nassivera F. (2009). Packaging e comunicazione: una ricerca empirica nelle zone vinicole del Friuli Venezia Giulia. *Mercati e Competitività*, vol. 4, p. 95-121, ISSN: 1826-7386, doi: 10.3280/MC2009-004006.
61. **de Luca P.** (2009). Atmosfera del punto di vendita ed esperienza di shopping nel commercio al dettaglio. In: Sciarelli S. e Vona R. *Management della distribuzione commerciale. Elementi di economia e gestione delle imprese commerciali*. p. 279-300, Milano: McGraw-Hill, ISBN: 9788838666292.
62. **de Luca P.** (2009). Strategie di nicchia e rapporti con il mercato: Modiano. In: Varaldo R., Dallì D., Resciniti R., Tunisini A. (a cura di). *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale*. p. 464-479, Milano: Franco Angeli, ISBN: 9788856807646.
63. **de Luca P.**, Aramendia Muneta E. (2009). Analysis of Consumer Confusion in the Mobile Phone Market. Exploratory Research in Italy and Spain. In: Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei (eds). *Proceedings of 8th International Conference Marketing Trends*, 2009. p. 1-23, Paris-Venice: Marketing Trends Association, ISBN: 9788856807646, Parigi (Francia), January 15-17, 2009.
64. **de Luca P.**, Mason M., Nassivera F. (2008). Packaging e comunicazione: una ricerca empirica nel settore vinicolo in Friuli Venezia Giulia. Atti del V Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, 3-4 ottobre 2008. p. 1-18.
65. Gallizia T., Danielis R., **de Luca P.** (2007). La programmazione commerciale nel Friuli Venezia Giulia: due modelli a confronto. *Congiuntura*, vol. 1, p. 49-63, ISSN: 1827-0727.

66. **de Luca P.** (2007). Analisi del packaging nella prospettiva del processo di comunicazione Una ricerca applicata ad uno specifico ambito settoriale. In: Andreani J.C. e Collesei U. (eds). Atti del VI Congresso Internazionale sulle Tendenze del Marketing. Paris (Francia), 26 - 27 gennaio 2007, p. 1-18, Paris–Venice: Marketing Trends Association, ISBN: 9782953281125.
67. **de Luca P.** (2006). Il consumo critico: una ricerca esplorativa sulla dimensione sociale del comportamento del consumatore. In: Collesei U., Andreani J.C. (eds). Proceedings of 5th International Conference Marketing Trends. Venice, 20-21 gennaio 2006, p. 1-20, Paris-Venice: Marketing Trends Association, ISBN: 9782953281125.
68. Tracogna A., **de Luca P.** (2005). Il mercato del caffè in Italia: sistema di offerta e canali di vendita. In: De Toni F. e Tracogna A. (a cura di). *L'industria del caffè. Analisi di settore, casi di eccellenza e sistemi territoriali. Il caso Trieste*. p. 145-175, Milano: Il Sole 24 Ore, ISBN: 9788883636615.
69. Vianelli D., **de Luca P.**, Kajca R. (2005). Development of Marketing in Albania. In: Marinov M. (Ed.), *Marketing in the Emerging Markets of Central and Eastern Europe: The Balkans*. p. 15-33, New York: Palgrave Macmillan Ltd, ISBN: 1403947503.
70. **de Luca P.**, Vianelli D. (2004). Coinvolgimento del consumatore e valutazione dell'atmosfera del punto vendita. *Micro & Macro Marketing*, vol. 3, p. 581-594, ISSN: 1121-4228.
71. **de Luca P.**, Vianelli D. (2003). Il Franchising estero in Italia: una ricerca esplorativa sulle principali scelte strategiche, organizzative e gestionali. *Industria & Distribuzione*, Vol. 4, P. 19-30, ISSN: 1591-6243.
72. **de Luca P.**, Vianelli D. (2003). L'influenza delle variabili culturali sullo sviluppo del franchising internazionale: il caso italiano. *Sinergie*, Vol. 60, P. 145-161, ISSN: 0393-5108.
73. **de Luca P.**, Majocchi A., Pavione E. (2003). Franchising in Italy: Trends and Development. In: Alon I. e Welsh D.H.B. (Eds). *International Franchising in Industrialized Markets. Western and Northern Europe*. pp. 299-330, Chicago, Illinois: Cch.
74. **de Luca P.**, Vianelli D. (2003). Coinvolgimento del consumatore e valutazione dell'atmosfera del punto vendita. In: Andreani J.C., Collesei U. (eds). Proceedings of 2nd International Conference Marketing Trends. Venezia, 28-29 novembre 2003, p. 1-16, Paris - Venice: Marketing Trends Association, ISBN: 9782953281125.
75. **de Luca P.**, Vianelli D. (2003). Il Franchising estero in Italia: una ricerca esplorativa sulle principali scelte strategiche, organizzative e gestionali. In: AA.VV. Atti del Convegno "I sistemi a rete nel retailing: modelli di relazione, regole e creazione di valore". Roma, 21-22 Novembre 2003, p. 1-15, Roma: Apogeeonline.
76. Vianelli D., **de Luca P.**, Kajca R. (2002). Internationalization of the Albanian Economy through Foreign Investments: The Italian Case. In: Marinov M.A. *Internationalization in Central and Eastern Europe*. p. 105-130, Aldershot: Ashgate, ISBN: 9780754618577.
77. **de Luca P.**, Vianelli D., Kajca R. (2002). The Distribution System in Albania. In: Wirtschaftsuniversitat Wien. Proceedings of the 10th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central & Eastern Europe. p. 217-231, Wien (Austria), December 5-7 2002.
78. **de Luca P.**, Vianelli D. (2001). *Il marketing nel punto vendita. Strumenti di gestione della densità e dell'affollamento*. Milano: Franco Angeli, ISBN: 9788846426376.
79. **de Luca P.**, Micoli C., Pegan G. (2001). *Problematiche commerciali dell'impresa artigiana di produzione. Un'indagine sulla realtà del Friuli-Venezia Giulia*. Milano: Franco Angeli, ISBN: 8846435125.
80. **de Luca P.** (2000). Gli effetti dell'atmosfera del punto vendita sul comportamento d'acquisto del consumatore: verifica empirica di un modello di psicologia ambientale. *Industria & Distribuzione*, vol. 2, p. 11-22, ISSN: 1591-6243.

81. **de Luca P.**, Vianelli D. (1999). The application of an environmental psychology model for the analysis of cross-cultural differences in in-store buying behavior: review and propositions. In: Tedeschi M. (a cura di). *Consumer Behavior and Decision Making*. p. 235-257, Modena: Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia.
82. Vianelli D., **de Luca P.**, Kajca R. (1999). Italian Companies in Albania: An Exploratory Research. In: Proceedings of the 7th Annual Conference on Marketing Strategies for Central & Eastern Europe. p. 426-447, Wien (Austria), December 1 - 3 1999.
83. Marcati A., **de Luca P.**, Galli G. (1998). Ruolo e strategie degli intermediari commerciali nei processi di internazionalizzazione delle imprese. *Sinergie*, vol. 47, p. 133-175, ISSN: 0393- 5108.
84. **de Luca P.** (1998). Il progetto E.C.R.: un caso di innovazione nei rapporti Industria/Distribuzione. In: Delugan A.; Nanut V.; Petroni G. (a cura di). *Innovazione, territorio ed impresa. 15 casi di innovazioni significative*. p. 63-72, Trieste: Area Science Park.
85. **de Luca P.** (1994). L'offerta delle imprese di intermediazione commerciale con l'estero. In: Autori Vari. Atti del Seminario di Studi in onore del Prof. Ottavio Rondini - L'evoluzione degli studi sulla distribuzione commerciale e sui rapporti industria-distribuzione. p. 109-120, Trieste: Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale, Trieste, 1 Dicembre 1994.
86. **de Luca P.** (1994). Il Marketing nelle piccole e medie imprese. In: Autori Vari. Atti del Convegno su Management delle piccole-medie imprese (malih i srednjih poduzeca). Vol. 12, p. 79-86, Rijeka: Ekonomski Fakultet Rijeka, Rijeka (Croatia), 1994.
87. **de Luca P.** (1992). *Il ruolo dei consorzi all'esportazione nel processo di internazionalizzazione delle imprese di minori dimensioni*. Trieste: Trieste Consult.

6. PARTECIPAZIONE A CONVEGNI DI CARATTERE SCIENTIFICO IN ITALIA O ALL'ESTERO

1. Bellotto M., de Luca P., Consumers' knowledge sharing about sustainable coffee. A netnographic research on an online coffee community of practice SIM Conference 2024, Milano.
2. Pegan G., Ranfagni S., Marzi G., de Luca P., Young Consumer Intention to use ethical apps in consumption choices: an extension of the UTAUT2 model, SIM Conference 2023, Firenze, 20-21 ottobre 2023.
3. Leone N., Bellotto M., Pattuglia S., de Luca P., Marketing opportunities in the metaverse. A narrative literature review in an interdisciplinary perspective and some exploratory cases. SIM Conference 2023, Firenze, 20-21 ottobre 2023.
4. Modugno G., de Luca P., Management by listening: interactive control systems through internal communication in a public setting, MIC 2023, Trieste, 7-9 giugno 2023.
5. Bellotto M., de Luca P., Consumer Confusion on Sustainable Wine Purchase Decisions. First Findings of a Research on Italian Consumers, MIC 2022, MIC 2022: Re-Inventing or Re-Vitalising. Challenges for Post-Pandemic Era, Lubiana, 9-11 giugno 2022.
6. Qualizza G., de Luca P., Innovation in the service supply chain: Qualitative research in a port context, International Marketing Trends Conference IMTC, Venice January 14th-16th 2021.
7. de Luca P., Pegan G. Mindfulness for Sustainable Consumption. First Findings from a Qualitative Research on Religious Beliefs Oriented Consumers. The 20th Management International Conference-MIC 2020. Online Conference, 12-13 November 2020.
8. Pegan G., Del Missier F., de Luca P., Mandolese F. Impegno religioso e acquisti di prodotti verdi: primi risultati di una ricerca quantitativa. XVII^a SIM Conference. Castellanza, 29-30 ottobre 2020.
9. de Luca P., Ampò A., Orciuolo P., Venier F., "Who is shaping search engine results in the

- wine industry? A cross-country analysis", Management International Conference, MIC 2019 "Managing Geostrategic Issues", Opatija, Croatia, 29 May – 1 June 2019.
10. Pegan G., de Luca P., Vianelli D., "Impegno religioso e consumo verde: quali relazioni?", XV Convegno annuale della Società Italiana Marketing, Bari, 18-19 ottobre 2018.
 11. Gonzalo-Penela C., de Luca P., Pegan G., "Insights from Google search user-generated data: a study on European Wine in the US Market", XIV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Bergamo, 26-27 ottobre 2017.
 12. Gonzalo-Penela C., de Luca P., Pegan G., "Consumer online search and keywords analysis. What can Google tell us about Old World wine in the US market?" 26th Annual CIMAR Conference, "Local-Global Connections in International Marketing", Consortium for International Marketing Research, Florence (Italy), June 20-23 2017.
 13. Faganel A., Costantini M., de Luca P. "Key factors of successful CRM introduction in the gaming industry". International Conference on Economics and Management, Ljubljana (Slovenia) March 30 2017.
 14. Aramendia-Muneta M.E., de Luca P. "A Critical View of Cause-Related Marketing Communication: the Effect of Pinkwashing on Consumer Behaviour", 22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications, Zaragoza, Spain, May 4-5, 2017.
 15. de Luca P., Pegan G., Troiano S., Gallenti G., Marangon F., Cosmina M., "Brand e Country of Origin: una ricerca sulle preferenze del consumatore di olio extra-vergine d'oliva", XIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Cassino, 20-21 ottobre 2016.
 16. de Luca P., Schoier G., Vessio A., "Cause Related Marketing, pinkwashing e confusione del consumatore: prime evidenze empiriche", XII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Torino, 22-23 ottobre 2015.
 17. Schoier G., de Luca P., "Cause Related Marketing: a qualitative and quantitative Analysis on Pinkwashing", Conference of the International Federation of Classification Societies, IFCS Conference, Bologna, April 2015.
 18. de Luca P., Pegan G., Micoli C., "Innovazione, internazionalizzazione e performance: quali relazioni? Alcuni casi del caffè made in Italy", XI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Modena, 18-19 settembre 2014.
 19. Pegan G., de Luca P., "Innovation, Internationalisation, and Business Performance: Case Studies from the Italian Furniture Industry", 13th International Conference of the Society for Global Business & Economic Development (SGBED), Managing the "Intangibles": Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context. Università Politecnica delle Marche – Ancona (Italy), 16-18/07/2014.
 20. de Luca P., Pegan G., "I coffee shop italiani nel quadro competitivo internazionale: una ricerca qualitativa sul mercato USA", X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Milano 2-3 ottobre 2013.
 21. Pegan G., de Luca P., "Can implicit and explicit attitudes predict green product choice under time pressure? An experimental research", 5th Biennial Conference of the Academy of World Business, Marketing, and Management Development, Budapest (Hungary), 16-19 July 2012.
 22. de Luca P., Pegan G., "La percezione del Made in Italy sui mercati internazionali: primi risultati di una ricerca netnografica sulle comunità online di consumatori di caffè", IX Convegno della Società Italiana Marketing, Benevento, 20-21 settembre 2012.
 23. de Luca P., Vianelli D., "L'internazionalizzazione delle imprese italiane nel mercato cinese: fattori propulsivi e difficoltà percepite", 10th International Conference Marketing Trends. Paris (France), January 20-22, 2011.
 24. Vianelli D., de Luca P., Bortoluzzi G., "La governance del canale distributivo nella valorizzazione dei prodotti Made in Italy in Cina", VIII Convegno Annuale della Società

Italiana Marketing, Roma, 22 e 23 settembre 2011.

25. Vianelli D., de Luca P., "The relationship with foreign distributors: the experience of the Italian SME's in the Chinese market", Conference of the Academy of International Business SE Usa, Rollins College, Orlando, Florida. October 28-31 2011.
26. Vianelli D., de Luca P., "La selezione del partner nei mercati esteri: l'esperienza delle aziende italiane nel mercato cinese", VII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing "Marketing & Sales oltre la crisi", Ancona, 23 e 24 settembre 2010.
27. de Luca P., Aramendia Muneta E., "Analysis of Consumer Confusion in the Mobile Phone Market. Exploratory Research in Italy and Spain", 8th International Conference Marketing Trends, Paris (France), January 15-17, 2009.
28. de Luca P., Mason M., Nassivera F., "Packaging e comunicazione: una ricerca empirica nel settore vinicolo in Friuli Venezia Giulia", V Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Milano, 3-4 ottobre 2008.
29. de Luca P., "Analisi del packaging nella prospettiva del processo di comunicazione Una ricerca applicata ad uno specifico ambito settoriale", 6th International Conference Marketing Trends, Paris (France), 26 - 27 gennaio 2007.
30. de Luca P., Penco P., "The Role of Packaging in Marketing Communication: an Explorative Study of the Italian Wine Business". 3rd International Wine Business & Marketing Conference - Montpellier: AWBR (Academy of Wine Business Research), Montpellier (Francia), 6-8 Luglio 2006.
31. de Luca P., "Il consumo critico: una ricerca esplorativa sulla dimensione sociale del comportamento del consumatore", 5th International Conference Marketing Trends, Venezia, 20-21 gennaio 2006
32. de Luca P., "Funzione di comunicazione del packaging: casistiche", in Il Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Trieste, 2-3 dicembre 2005.
33. de Luca P., Vianelli D., "Coinvolgimento del consumatore e valutazione dell'atmosfera del punto vendita", 2nd International Conference Marketing Trends, Venezia, 28-29 novembre 2003.
34. de Luca P., Vianelli D., "Il Franchising estero in Italia: una ricerca esplorativa sulle principali scelte strategiche, organizzative e gestionali", Convegno "I sistemi a rete nel retailing: modelli di relazione, regole e creazione di valore", Roma, 21-22 novembre 2003.
35. de Luca P., Vianelli D., Kajca R., "The Distribution System in Albania", 10th Annual Conference on Marketing and Business Strategies for Central & Eastern Europe", Wien (Austria), 5-7 dicembre 2002.
36. Vianelli D., De Luca P., Kajca R., "Italian Companies in Albania: An Exploratory Research", 7th Annual Conference on Marketing Strategies for Central & Eastern Europe, Wien (Austria), December 1 - 3 1999.
37. de Luca e P. Vianelli D., "The application of an environmental psychology model for the analysis of cross cultural differences in in-store buying behavior: review and propositions", Convegno "Consumer Behavior and Decision Making", Modena June 24-25 1998.

PARTECIPAZIONE A CONFERENZE E WORKSHOP SU INVITO

1. de Luca P. (Discussant), Il ruolo delle community online nella definizione della propensione all'acquisto dei prodotti made in Italy: verso il country brand engagement. Centro di Ricerca MadeInt dell'Università degli Studi Internazionali di Roma, 9 dicembre 2021, Roma (in streaming).

2. Bevilacqua P., Campisi B., de Luca P., Gallenti G., Garofolo I. Fostering Sustainability @Units, The 6th International (Virtual) Workshop on UI GreenMetric World University Rankings (IWGM 2020), 13-15 October 2020 - Invited Speakers.
3. de Luca P., Pegan G., Vianelli D., "La distribuzione del made in Italy in Cina: opportunità e fattori critici di successo", Convegno su La crescita delle PMI nei mercati emergenti: una sfida aperta, Università degli Studi di Udine, Udine 7 giugno 2013.
4. Vianelli D., de Luca P., Pegan G., "Scelte d'entrata e distribuzione dei prodotti italiani in Cina", Convegno finale PRIN 2007 "Il Mercante e il Dragone": Strategie di Marketing per le Imprese Italiane in Cina, Venezia, 9 settembre 2011.
5. Vianelli D., de Luca P., "Entry modes and distribution strategies for Italian products in the Chinese market: competitive advantages and business models", 8th International Conference in "Human Resources & Entrepreneurship, Zhejiang University, Hangzhou, China June 24, 2010.
6. de Luca P., "Il Marketing nelle piccole e medie imprese", Convegno su Management delle piccole- medie imprese – Management malih i srednjih poduzeca, Rijeka (Croatia), 1993.
7. de Luca P., "Il settore del mobile nel Friuli-Venezia Giulia: la gestione del rapporto fra imprese esportatrici e intermediari commerciali", Workshop su Strutture, strategie e performances all'export delle PMI, Trieste, 21 febbraio 1991.

7. PREMI E RICONOSCIMENTI

Patrizia de Luca ha conseguito i seguenti **premi**:

- **2023: best selected paper per la sezione "Sustainable Marketing", SIM Conference 2023**, Pegan, Ranfagni, Marzi, de Luca, "Young consumer intention to use mobile ethical applications in consumption choices: an extension of the UTAUT2 model", con partecipazione alla selezione del best paper della
- **2020: Miglior articolo pubblicato su Micro&Macro Marketing nel 2019** per l'articolo presentato da de Luca P., Pegan G., Gonzalo-Penela C. dal titolo Insights from a Google Keywords Analysis about Italian Wine in US Market.
- **2017: Best Working Paper Award 2017 – 2nd Best Working Paper** at the 22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications (Zaragoza, Spain, May 4-5, 2017), for the paper "A Critical View of Cause-Related Marketing Communication: the Effect of Pinkwashing on Consumer Behaviour", by Maria Elena Aramendia-Muneta and Patrizia de Luca (selected by the editors of the Journal of Advertising, the Service Industries Journal and the Journal of Marketing Communications).
- **2009: Marketing Trends Award 2009** (8th International Conference Marketing Trends, Paris, January 15-17 2009).
- **2008: Premio Miglior Referee 2007** di "Mercati e Competitività" (Rivista della Società Italiana Marketing).

È attualmente affiliata alle seguenti **accademie**:

- AIDEA – Accademia Italiana di Economia Aziendale, dal 2016
- SIMA – Società Italiana di Management, dal 2013
- SIMktg – Società Italiana di Marketing, dal 2004 (anche referente di sede)

8. APPARTENENZA A COMITATI SCIENTIFICI, EDITORIALI E A SISTEMI DI VALUTAZIONE/REFERAGGIO

Patrizia de Luca fa o ha fatto parte dei seguenti **comitati scientifici od editoriali**:

- Italian Journal of Marketing (Springer)
 - o Dal 2021/11: Editorial Board
 - o Dal 2019 al 2021/10: Assistant Editor
- QuaderniCIRD. Rivista del Centro Interdipartimentale per la Ricerca Didattica dell'Università di Trieste / Journal of the Interdepartmental Center for Educational Research of the University of Trieste, Membro del Comitato Scientifico (dal 2018).
- Mercati e Competitività (The Journal of the Italian Marketing Association), Editorial Review Board Coordinator (dal 2016) e membro dell'Editorial Board (dal 2010) – diventata nel 2019 Italian Journal of Marketing.
- Industria & Distribuzione (2000-2003)
- Partecipazione all'Editorial Advisory Board del volume "Cultural and Technological Influences on Global Business", IGI Global, US, 2013 (nel 2011)
- Partecipazione al comitato editoriale di J.J. Lambin, "Marketing-driven management. Marketing strategico e operativo" (Sesta edizione), McGraw Hill, Milano, 2012 (nel 2011).
- Partecipazione al comitato editoriale di J.J. Lambin, "Marketing-driven management. Marketing strategico e operativo" (Quinta edizione), McGraw Hill, Milano, 2008 (nel 2007).

Inoltre svolge o ha svolto attività di **referaggio** per altre riviste e pubblicazioni nazionali e internazionali: Economic Research-Ekonomska Istraživanja, European Journal of Marketing, Finanza Marketing Produzione, Journal of Global Fashion Marketing, Journal of Business Research, Management Decision, Micro & Macro Marketing, Sinergie, Sustainability, Thunderbird International Business Review, "Handbook of research on Retailer-Consumer Relationship Development", a cura di Musso F. e Druica E. (2014), IGI Global, Hershey PA, Technological, Managerial and Organizational Core Competencies: Dynamic Innovation and Sustainable Advantage", IGI Global, USA, 2011 (nel 2010).

Ha partecipato alla **valutazione dei progetti** presentati nell'ambito di Programmi MIUR:

- Programma di mobilità MIUR-DAAD (Joint Mobility Program MIUR-DAAD) 2017

È membro (referente per il DEAMS) del Comitato Direttivo del Centro Interdipartimentale per la Ricerca Didattica – CIRD di UniTS

È inoltre membro del Comitato Scientifico di QuaderniCIRD. Rivista del Centro Interdipartimentale per la Ricerca Didattica dell'Università di Trieste/Journal of the Interdepartmental Center for Educational Research of the University of Trieste.

E' stata membro (referente per il DEAMS) del Comitato Direttivo del Centro Interdipartimentale per la Scienza e la Tecnologia applicate ai beni culturali – SCICC di UniTS (fino al 2020)

9. TERZA MISSIONE

L'attività di terza missione viene svolta nell'ambito delle seguenti linee di intervento: attività di trasferimento tecnologico/consulenza/progetti c/terzi; attività di divulgazione della conoscenza; attività di orientamento; attività formativa esterna.

Attività di trasferimento tecnologico/consulenza/progetti c/terzi:

Attualmente Patrizia de Luca è impegnata nello sviluppo delle **relazioni tra DEAMS e aziende del territorio**:

- È stata nominata responsabile scientifico del protocollo di intesa tra DEAMS e Confcooperative Trieste e del relativo assegno di ricerca annuale (estremi del bando: DR 377 del 28 giugno 2019 - Albo 770 del 28/06/2019), rinnovato per un ulteriore semestre.
- È stata nominata responsabile scientifico per le attività previste nel protocollo d'intesa tra DEAMS e CONFETRA Friuli Venezia Giulia (Confederazione Generale Italiana dei Trasporti e della Logistica), di durata triennale (scadenza al 31-12-2021), su progetti di didattica, ricerca e trasferimento tecnologico (prot. 1307 del 20/11/2018).
- È stata nominata responsabile scientifico per le attività previste nell'accordo di collaborazione tra DEAMS e Confcommercio di Trieste (ratifica decreto in Consiglio di Dipartimento del 12/07/2018).
- Partecipa al Tavolo Caffè nell'ambito del progetto RIE3 del Cluster Agroalimentare FVG (dal 2017).

Partecipa e ha partecipato, come responsabile o membro, ai seguenti **progetti in c/terzi**:

- Responsabile del progetto su "Stima dell'impatto economico e occupazionale della SIOT sul territorio del Friuli Venezia Giulia" (DEAMS – Progetto di ricerca conto terzi; Committente: MIB Trieste School of Management), 2019
- Responsabile del progetto in tema di "Sviluppo azioni a contrasto del disturbo da gioco d'azzardo" (DEAMS – Progetto di ricerca conto terzi; Committente: Azienda per l'Assistenza Sanitaria n. 2 'Bassa Friulana-Isontina' Regione Friuli Venezia Giulia) dal titolo "Progetto di ricerca sugli esercizi commerciali despecializzati, con attività principale diversa dalla commercializzazione dei prodotti/servizi di gioco pubblico, finalizzato ad approfondire la percezione degli effetti della normativa regionale in tema di prevenzione, trattamento e contrasto della dipendenza da gioco d'azzardo da parte degli operatori delle province di Gorizia e Trieste", 2019.
- Responsabile (con Bruno De Rosa) del progetto "Collaborazione e assistenza nell'attività di determinazione del valore patrimoniale dell'applicazione informatica per la gestione del sistema di vendita integrato tradizionale e telemarketing di un cliente di Terziaria" (DEAMS – Progetto di ricerca "conto terzi" – Committente: Terziaria Trieste), 2014.
- Membro del Progetto di ricerca "Analisi della domanda nel settore UAV (Unmanned Air Vehicles): approfondimento sulle applicazioni civili a livello nazionale e internazionale" (Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale dell'Università degli Studi di Trieste - Progetto di ricerca "conto terzi" - Committente: Selex-Galileo / Gruppo Finmeccanica), 2008.
- Membro del progetto di ricerca su "L'analisi del comportamento del consumatore nel mercato crocieristico europeo: un confronto tra Italia, Francia, Spagna e Germania" (Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale - Ricerca "conto terzi" – Responsabile: Prof. Donata Vianelli; Committente: Costa Crociere / Carnival Group), 2006/2007.
- Membro del progetto di ricerca su "L'analisi del comportamento del consumatore nel mercato crocieristico italiano" (Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale - Ricerca "conto terzi" - Responsabile: Prof. Donata Vianelli; Committente: Costa Crociere / Carnival Group), 2005/2006.
- Membro del progetto di ricerca su "Problematiche commerciali delle imprese artigiane del comparto di produzione del Friuli-Venezia Giulia" (Convenzione del 04.10.2000 tra ESA - Ente Regionale per lo Sviluppo dell'Artigianato del Friuli -Venezia Giulia e Università di Trieste - Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale), 2000.

Attività di divulgazione della conoscenza

Patrizia de Luca ha contribuito alla divulgazione della conoscenza attraverso organizzazione e/o partecipazione a seminari, workshop e convegni presso enti e istituzioni regionali, nazionali ed estere, pubblicazioni di carattere divulgativo.

Nell'ambito dell'**organizzazione e/o partecipazione** a seminari, workshop e convegni presso enti e istituzioni regionali, nazionali ed estere, si ricordano, fra le altre, le seguenti attività:

- Coordinatrice del Gruppo Tematico Marketing in SIMA – Società Italiana di Marketing (dal 2024/10).
- Componente del Gruppo Tematico SIMA Retailing & Service Management Componente del Gruppo Tematico della Società Italiana Management (SIMA) Retailing & Service Management (dal 2021)
- Coordinatrice del Laboratorio DEAMS-Confetra F.V.G. (2018-19; 2019-20)
- Coordinatrice del Laboratorio DEAMS-Confindustria V.G. (2018-19; 2019-20; 2020-21)
- Seminario dal titolo “Pillole di Comunicazione. Spunti di riflessione sulle relazioni interpersonali nel contesto sanitario” (Patrizia de Luca e Giovanna Pegan), presso l'ASUIT (Azienda Sanitaria Universitaria Integrata di Trieste), Trieste, 2 ottobre 2018
- Collaborazione con AEIT (Associazione Italiana di Elettrotecnica, Automazione, Informatica e Telecomunicazioni) – Sezione del Friuli Venezia Giulia, nell'ambito del Concorso “Presenta il tuo argomento” (dal 2012 al 2018).
- Docenza nell'ambito del Progetto regionale “Comunicazione efficace nel mondo scolastico e professionale”, organizzato da AEIT Friuli Venezia Giulia per le scuole della Regione FVG (2018).
- Organizzazione e docenza nell'ambito del Progetto regionale di Orientamento su ‘Imparare a comunicare in modo efficace: come valorizzare il proprio lavoro nel mondo scolastico e professionale’ (Catalogo regionale dell'offerta orientativa 2016 – codice prototipo OR1645532011, in http://www.regione.fvg.it/rafvfg/export/sites/default/RAFVG/istruzione-ricerca/regione-per-orientatori/FOGLIA7/allegati/Catalogo_Orientamento_FSE_2016aggiornato.pdf).
- Moduli formativi estivi (Coordinamento e didattica-5 ore), “Economia e gestione d'impresa: dal modello di business al mercato target”, Trieste 28/08-01/09 2017, Progetto congiunto Università di Trieste – Ufficio Scolastico Regionale del Friuli Venezia Giulia.
- Moduli formativi estivi (Coordinamento e didattica-9 ore), “Economia e gestione aziendale: imparare da una case history”, Trieste 5-9 settembre 2016, Progetto congiunto Università di Trieste – Ufficio Scolastico Regionale del Friuli Venezia Giulia.
- Moduli formativi estivi (Coordinamento e didattica-9 ore), “Economia e gestione aziendale: un caso di problem solving”, Trieste 7-11 settembre 2015, Progetto congiunto Università di Trieste – Ufficio Scolastico Regionale del Friuli Venezia Giulia.

Nell'ambito delle **pubblicazioni e di altri interventi di carattere divulgativo** si ricordano:

- Realizzazione nel 2017-18, per conto di AEIT (Associazione Italiana di Elettrotecnica, Elettrotecnica, Automazione, Informatica e Telecomunicazioni, Milano), di una presentazione a mezzo slide e di un documento di sintesi, a supporto dei docenti e a documentazione degli studenti del “Corso sulla Comunicazione Efficace”, previsto dal Progetto Speciale Regione FVG “Presenta il Tuo Argomento 2.0 anno 2017-2018”.
- de Luca P., “Caffè made in Italy: la miscela giusta”, in “Spaghetti Marketing” (Progetto editoriale online della Società Italiana di Marketing), n. 6/2014, in <http://www.simktg.it/MTF/Content/generica/NUMERO6-ValueCo-Creation.pdf>

- Nanut V., de Luca P. (a cura di). Il cross border shopping al confine italo-sloveno. p. 19-37, Trieste: MIB School of Management, 2004.
- de Luca P., Vianelli D. (2003). Il Franchising estero in Italia: una ricerca esplorativa sulle principali scelte strategiche, organizzative e gestionali. In: AA.VV. Atti del Convegno "I sistemi a rete nel retailing: modelli di relazione, regole e creazione di valore". Roma, 21-22 Novembre 2003, p. 1-15, Roma: Apogeeonline.
- "L'esperienza del largo consumo" - Intervista a Patrizia de Luca, docente di Economia e Gestione delle imprese commerciali presso l'Università di Trieste, in La Rivendita (BE-MA editrice – Milano), 29/2002.

Attività di orientamento:

Come delegata all'orientamento del Dipartimento (dal 2010 al 2013) e come membro della Commissione Marketing (dal 2003 al 2007), Patrizia de Luca ha **organizzato e partecipato** a presentazioni per gli studenti di molte scuole superiori della Regione Friuli Venezia Giulia, di alcune scuole superiori del Veneto e per gli studenti Croati in visita all'Ateneo di Trieste.

Attività formativa diversa:

È stata svolta attività formativa, di tipo occasionale, presso diversi istituti/enti, nell'ambito di diverse iniziative, tra cui le seguenti:

- dal 1991 MIB School of Management (Trieste), Attività di docenza e ricerca su temi di Marketing e Retailing (in anni recenti focalizzata soprattutto nell'ambito del programma Wine Business Management);
- 2012 University of Primorska, Faculty of Management Koper (Slovenia): Summer School 2012 (4 ore) sul tema "Experiential Marketing in Art" (4 ore);
- 2009 University of Primorska, Faculty of Management Koper (Slovenia): Summer School 2009 (4 ore) sul tema "Consumer Attitudes";
- 2008-2010 PIN S.c.a r.l. (Prato) - Docenza nell'ambito del Modulo Marketing- Management Corso di Alta Formazione "CEDIC Cultura, Economia e Diritto nei Processi di Internazionalizzazione verso la CINA", sul tema "Comportamento di consumo e ricerca di marketing interculturale" (4 ore) (edizioni 2008, 2009, 2010).

ALTRE ATTIVITÀ

Patrizia de Luca svolge o ha svolto altre attività istituzionali:

- Università degli Studi di Trieste:
 - o Delegata del Rettore per "Comunicazione e brand strategy" (dal 1 febbraio 2020)
 - o Coordinatrice del Gruppo di Lavoro sui siti web di ateneo e del Gruppo di Lavoro sulla comunicazione internazionale (da febbraio 2020)
 - o Componente del Collegio di Disciplina per il triennio 2018-2021 Seconda Sezione, Professori di Seconda fascia (20 dicembre 2018 – 31 gennaio 2020)
- Dipartimento di Scienze Economiche Aziendali Matematiche e Statistiche:
 - o Direttore Vicario per il triennio 2012/13 - 2014/15
 - o Delegata alla Didattica dal 2012 al 2019

- Membro della Giunta di Dipartimento (2016-2020)

Ha partecipato a diverse **Commissioni giudicatrici**, tra cui le seguenti:

- Procedura di selezione pubblica per la copertura di n. 1 posto di ricercatore a tempo determinato in tenure track, ai sensi dell'art. 24 della legge 240/2010 per il settore concorsuale 13/b2 settore scientifico disciplinare secs-p/08, presso il dipartimento di economia e diritto indetta con d.r. n. 141/2024 del 11/03/2024 il cui avviso è stato pubblicato sulla g.u. n. 22 del 15/03/2024.
- Pubblica selezione per l'assunzione di un ricercatore a tempo determinato, ai sensi dell'art. 24, comma 3, lettera b), legge 30 dicembre 2010, n. 240 settore concorsuale 13/b2, settore scientifico-disciplinare secs-p/08, presso il Dipartimento di Scienze economiche, aziendali, matematiche e statistiche dell'Università degli Studi di Trieste, bandita con d.r. rep. 982 del 09/11/2022 - g.u. iv ss del 6 dicembre 2022 n. 96.
- Concorso pubblico, per titoli ed esami, per l'assunzione di n. 1 unità di personale a tempo indeterminato di categoria D, posizione economica D1, full-time, dell'area tecnica, tecnico-scientifica ed elaborazione dati, profilo web designer presso l'Università degli Studi di Trieste (Decreto Direttore Generale Prot. 21554 dell'11/2/2021) – procedura in corso
- Procedura valutativa per la copertura di n. 1 posto di professore di seconda fascia mediante chiamata ai sensi dell'art. 24, comma 6, della Legge 240/2010, Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie d'Impresa, Università degli Studi di Milano Bicocca, Settore concorsuale 13/B2 – Economia e Gestione delle Imprese, Settore scientifico-disciplinare: SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese, Macrosettore: 13/B – Economia Aziendale (D.R. Protocollo 0013318/21, del 03/02/2021).
- Mobilità compartimentale (ex art. 57 del CCNL del comparto Università quadriennio giuridico 2006/2009) e intercompartimentale (ex art. 30 del D.Lgs 165/2001), n. 1 posto di categoria D, full-time, profilo di addetto stampa presso l'Università degli Studi di Trieste. (Avviso prot. n. 135308/2020 del 15/12/2020).
- Procedura pubblica di selezione per il reclutamento di un Ricercatore a tempo determinato, per il Settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese", profilo: Settore Scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università degli Studi di Parma (D.R. rep DRD n. 1578/2020 PROT. 0228412 del 12/11/2020).
- Selezione pubblica mediante valutazione comparativa per il reclutamento di un ricercatore a tempo determinato ai sensi art. 24, comma 3, lettera a) l. 240/10 per il settore concorsuale 13/B2 economia e gestione delle imprese presso il dipartimento di scienze economiche e statistiche dell'Università degli Studi di Udine (D.R. n. 636 del 27/08/2020).
- Pubblica selezione per il conferimento di un assegno di ricerca per il settore scientifico disciplinare SECS P/08-Economia e gestione delle imprese, presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche dell'Università degli Studi di Trieste (D.R. n. 377 dd. 26 giugno 2019).
- Pubblica selezione per il conferimento di un assegno di ricerca per il settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche dell'Università degli Studi di Trieste (D.R. n. 323/2018 dd. 17 maggio 2018).
- Pubblica selezione per l'assunzione di un ricercatore a tempo determinato ai sensi dell'art. 24, comma 3, lett. B), l.n. 240/2010 – D.M. 18 febbraio 2016, n. 78, per il settore concorsuale 13/B2 Economia e gestione delle imprese, settore scientifico disciplinare SECS-P/08 – Economia e gestione delle imprese, presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche dell'Università degli Studi di Trieste (D.R. n. 469 dd. 25 luglio 2016).
- Pubblica selezione per l'assunzione di un ricercatore a tempo determinato per il settore

concorsuale 13/B2–Economia e gestione delle imprese, settore scientifico disciplinare SECS-P/08–Economia e gestione delle imprese, presso il Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche dell'Università degli Studi di Trieste (D.R. n. 1055 dd. 8 febbraio 2014).

- Conferma in ruolo di Professore Associato per il settore scientifico disciplinare SECS-P/08 (ai sensi dell'art. 78 del R.D. 31.8.1933, n. 1592 e della Legge 3.7.1998, n. 210), nominato dal Ministero dell'Università e della Ricerca (prot. n. 5139, del 21 dicembre 2009).
- Procedura di valutazione comparativa a posti di Ricercatore per il settore scientifico-disciplinare SECS P08, presso la Facoltà di Economia dell'Università di Bologna (D.R. n. 245 del 14 febbraio 2008).
- Conferma in ruolo di Professore Associato per il settore scientifico disciplinare SECS-P/08 (ai sensi dell'art. 78 del R.D. 31.8.1933, n. 1592 e della Legge 3.7.1998, n. 210), nominato dal Ministero dell'Università e della Ricerca (prot. n. 4647, del 31 dicembre 2008).
- Valutazione comparativa per il reclutamento di un ricercatore universitario settore scientifico disciplinare P02B (Economia e gestione delle imprese) Posto B presso la Facoltà di Economia dell'Università Ca' Foscari di Venezia (D.R. n. 1162 del 30 ottobre 2001).
- Procedura di valutazione comparativa per la copertura di 1 posto di ricercatore universitario di ruolo per il settore scientifico disciplinare P02B Economia e gestione delle imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Udine (D.R. n. 853 del 31 luglio 2000).

Ha partecipato a **Commissioni per l'Esame di Stato di abilitazione professionale**:

- Presidente della Commissione degli Esami di Stato per l'abilitazione all'esercizio della professione di Ragioniere e perito commerciale (Prima e Seconda Sessione 2007).
- Membro della Commissione degli Esami di Stato per l'abilitazione all'esercizio della professione di Dottore commercialista (Prima e Seconda Sessione 2011).

Autorizzo il trattamento dei dati personali contenuti nel mio curriculum vitae in base all'art. 13 del D. Lgs. 196/2003 e all'art. 13 GDPR 679/2016.

Trieste, 10 dicembre 2024

Patrizia de Luca