



Summer School sul tema: **'STRATEGIE DI MARKETING NELLE AREE NATURALI PROTETTE'**
IV edizione - Management e promozione della destinazione turistica

DOCENTI

11-15 giugno 2018 – Lorica di San Giovanni in Fiore

DOCENTE		
Carlo Maria Gallucci Calabrese	<p>Prorettore dell'Università Ramon Llull (URL) di Barcellona, parlerà del piano di marketing strategico e operativo, nonché dell'analisi del portafoglio delle attività e della customer loyalty.</p> <p>Dopo la laurea in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Messina, il Master in Business Administration (MBA) presso l'ESADE-URL, di Barcellona, e il dottorato di ricerca in Ciencias Económicas y Empresariales presso l'Università Pontificia Comillas, di Madrid, ha conseguito prima una specializzazione in Management presso l'Università della California (UCLA), di Los Angeles, quindi una in Marketing Strategico all'Università di Harvard, di Boston. Tra Europa ed USA ha insegnato in ben 27 università; da molti anni è anche Professore Ordinario di Marketing presso l'ESADE Business School, considerata come una delle migliori scuole di Management del mondo, con studenti, professori e personale amministrativo e dei servizi provenienti da oltre 100 paesi.</p> <p>È membro del comitato editoriale e scientifico di riviste specializzate internazionali come l'International Quarterly</p>	<p>Vice-rector of the Ramon Llull University (URL) of Barcelona, will talk about the strategic and operational marketing plan, as well as the portfolio analysis and customer loyalty.</p> <p>After graduating in Business and Economics at the University of Messina, the Master in Business Administration (MBA) at the ESADE-URL, Barcelona, and the Ph.D. in Economics and Management at the Pontifical University Comillas, of Madrid, first obtained a specialization in Management at the University of California (UCLA), in Los Angeles, then in Strategic Marketing at the University of Harvard, Boston. Between Europe and the USA he taught at least 27 universities; since many years he is also Full Professor of Marketing at ESADE Business School, considered as one of the best management schools in the world, with students, professors and administrative staff and services from over 100 countries.</p> <p>He is a member of the editorial and scientific committee of international specialized magazines such as the International Quarterly Journal of Marketing, Micro & Macro Marketing or</p>

	<p>Journal of Marketing, Micro & Macro Marketing o Symphonya-Emerging Issues in Management, oltre che essere un prolifico conferenziere con al suo attivo più di 100 conferenze tenute in diversi paesi, più di 30 relazioni in congressi internazionali e oltre 20 progetti di ricerca svolti tra Europa ed America.</p> <p>Ha scritto vari libri e articoli, e ha ricevuto diversi premi e distinzioni. Tra essi, il titolo di "Ufficiale al merito della Stella d'Italia", concesso dal presidente della Repubblica Italiana, e il Dottorato Honoris Causa dell'Università Cattolica di Córdoba, in Argentina.</p> <p>È Accademico Numerario della Reale Accademia Europea dei Dottori (RAED), che tra i suoi membri vanta vari premi Nobel.</p>	<p>Symphonya-Emerging Issues in Management, as well as a prolific lecturer with more than 100 conferences held in different countries, more than 30 communications in international congresses and over 20 research projects carried out between Europe and America.</p> <p>He has written several books and articles, and has received several awards and distinctions. Among them, the title of "Ufficiale al merito della Stella d'Italia", granted by the President of the Italian Republic, and the Doctorate Honoris Causa of the Catholic University of Córdoba, in Argentina.</p> <p>He is an Academician of the Royal European Academy of Doctors (RAED), which among its members boasts several Nobel Prizes.</p>
<p>Filippo Lenzerini</p> <p>Punto 3 srl</p> <p>Social enterprise in Biosphere Reserve MABUNESCO</p>	<p>Socio fondatore e amministratore di Punto 3 s.r.l. (www.punto3.info) , società di Ferrara che dal 2013 si occupa di progetti per lo sviluppo sostenibile supportando Enti Pubblici ed imprese, è esperto di MaB UNESCO, marketing territoriale e strategie di sviluppo economico sostenibile per Aree Protette e territori ad alta valenza ambientale e culturale. È coordinatore dell'ufficio MaB della RB di Tepilora, Rio Posada e Montalbo (Sardegna) e di quella dell'Appennino Tosco Emiliano. Per entrambe ha curato, in qualità di responsabile del gruppo di lavoro, la stesura del dossier di candidatura in entrambi i casi ottenendo il riconoscimento al primo tentativo.</p> <p>Attualmente sta assistendo curando le candidature a MaB UNESCO del Gargano (Puglia) e del Monte Grappa (Veneto).</p> <p>Recentemente si è occupato della strategia di branding delle Riserve di Biosfera del Delta del Po, dell'Appennino Tosco Emiliano e delle Alpi Ledrensi e Judicaria. Ha ideato e cura l'attuazione della strategia di comunicazione e sensibilizzazione della Riserva di Biosfera Delta del Po e sta sviluppando quella delle Alpi Ledrensi e Judicaria per cui sta anche seguendo la stesura del Piano di gestione della Riserva di Biosfera attraverso metodologie di coinvolgimento e partecipazione degli stakeholders.</p>	<p>Founding member and administrator of Punto 3 s.r.l. (www.punto3.info), a Ferrara-based company that since 2013 has been working on projects for sustainable development supporting public bodies and businesses, he is an expert on MaB UNESCO, territorial marketing and strategies for sustainable economic development for Protected Areas and territories with a high environmental and cultural value. He is coordinator of the MaB office of the RB of Tepilora, Rio Posada and Montalbo (Sardinia) and of that of the Tuscan-Emilian Apennines. For both of them, he was in charge of the working group and was responsible for the preparation of the application dossier in both cases, obtaining recognition at the first attempt. He is currently attending the candidatures for MaB UNESCO of Gargano (Puglia) and Monte Grappa (Veneto).</p> <p>Recently he has been involved in the branding strategy of the Biosphere Reserves of the Po Delta, the Tuscan-Emilian Apennines and the Ledrensi and Judicaria Alps. It has devised and manages the implementation of the communication and awareness strategy of the Po Delta Biosphere Reserve and is developing that of the Ledrensi and Judicial Alps, for which it is also following the drafting of the Biosphere Reserve Management Plan through methods of involvement and</p>

	<p>È molto attivo anche nell'ambito della rete internazionale MaB UNESCO: è stato tra gli organizzatori del "MaB Youth World Forum" tenutosi a settembre nel Delta del Po; nel luglio 2017 ha organizzato in Sardegna una Summer School UNESCO sui temi della ruralità e del turismo sostenibile e nel Luglio 2018 sarà tra gli organizzatori di una analoga Summer School in Grecia.;</p> <p>Negli ultimi due anni è stato tra gli organizzatori di due workshop internazionali sul ruolo sociale delle imprese e sul branding nelle RB; ha preso parte nel 2017 al Congresso del network EUROMAB (in Francia) e nel 2016 al Congresso Mondiale delle RB (Perù); dal 2017 è inoltre membro del gruppo di lavoro internazionale "Social Enterprises in Biosphere Reserve".</p> <p>Nel 2015 ha curato il Piano strategico turismo e marketing territoriale della città di Feltre correlandolo al riconoscimento UNESCO delle Dolomiti. Nel 2014 è stato responsabile del progetto di marketing "Dolomiti di Zoldo UNESCO" finalizzato a promuovere un turismo sostenibile e coerente ai valori UNESCO delle aree dolomitiche della Val di Zoldo.</p>	<p>participation of stakeholders.</p> <p>It is also very active within the international MaB UNESCO network: it was among the organizers of the "MaB Youth World Forum" held in September in the Po Delta; in July 2017 it organized a UNESCO Summer School in Sardinia on the themes of rurality and sustainable tourism and in July 2018 it will be among the organizers of a similar Summer School in Greece.;</p> <p>In the last two years he has been among the organizers of two international workshops on the social role of enterprises and on branding in RB; he took part in 2017 in the Congress of the EUROMAB network (in France) and in 2016 in the World Congress of RB (Peru); from 2017 he is also a member of the international working group "Social Enterprises in Biosphere Reserve".</p> <p>In 2015 he edited the strategic plan tourism and territorial marketing of the city of Feltre correlating it to the UNESCO recognition of the Dolomites. In 2014 he was responsible for the marketing project "Dolomites of Zoldo UNESCO" aimed at promoting sustainable tourism consistent with the UNESCO values of the Dolomite areas of the Val di Zoldo.</p>
<p>Karel Ooms</p> <p>Consultant at STRATEGIES4 TOURISM & Tourism professor at VIVES and THOMAS MORE Universities, Belgium</p>	<p>Essendo un Master in diritto (diritto internazionale), Karel OOMS ha fatto la sua intera carriera professionale nel settore del turismo. Ha lavorato per oltre 30 anni per l'Ufficio del Turismo Belgio / Fiandre, sia nella sede centrale di Bruxelles che per tre incarichi all'estero. Karel ha vissuto e lavorato per 7 anni nei Paesi Bassi, 1 anno a Pechino, in Cina e 1 anno a Londra, nel Regno Unito. Dal 2011 è tornato in Belgio "a tempo pieno", tenendo lezioni e ricercando in 2 università di scienze applicate (VIVES a Brugge e THOMAS MORE a Mechelen) nel programma di gestione del turismo.</p> <p>Consulta anche in Belgio e all'estero all'interno della sua società di consulenza STRATEGIES4TOURISM / STRATEGIES4MEETINGS. È stato relatore, docente, consulente e formatore in Europa e in Africa.</p>	<p>Being a Master in Law (International Law) , Karel OOMS made his entire professional career in Tourism. He worked for more than 30 years for the Belgium/Flanders Tourist Office , both in the headquarters in Brussels as well as doing 3 assignments abroad. Karel lived and worked for 7 years in the Netherlands , 1 year in Beijing , China and 1 year in London, UK.</p> <p>Since 2011 he is back in Belgium "on a fulltime basis" , lecturing and researching in 2 Universities of Applied Sciences (VIVES in Brugge and THOMAS MORE in Mechelen) in the Tourism Management Program.</p> <p>He also consults in Belgium and abroad within his own consultancy company STRATEGIES4TOURISM / STRATEGIES4MEETINGS. He has been a presenter, lecturer, consultant and trainer in Europe and in Africa.</p>

<p>Teodoro Luque Martinez</p> <p>Coordinador del Campus de Excelencia Internacional CEI BioTic Granada</p>	<p>Teodoro Luque-Martínez (PhD Economics and Business Administration, Università di Siviglia) è professore presso l'Università di Granada (Spagna). È stato direttore del progetto del BioTic Campus of International Excellence presso l'Università di Granada (2009-2016). Ha ricoperto varie posizioni tra cui direttore del dipartimento, coordinatore di master e programmi di dottorato. È stato vicerettore dell'Università di Granada per la pianificazione strategica e le relazioni d'affari (2004-2008) e direttore del piano strategico di Granada (2002-2003). Ha pubblicato diversi libri e più di 50 articoli su riviste come Revista Española de Documentación Científica, Scientometrics, Journal of Marketing per l'istruzione superiore, Cities, EURE, Revisione dell'informazione online, Industria e istruzione superiore, Information & Management e altri. Ha diretto progetti di ricerca con aziende e pubblica amministrazione e ha insegnato master e dottorati in più di 20 università. È stato direttore e coautore degli studi di follow-up di laureati / laureati dell'Università di Granada e del loro inserimento lavorativo (dal 2003 al 2012), inoltre è stato direttore e coautore dello studio sull'impatto economico e della strategia. Piano di de Università di Granada. La sua ricerca si concentra sulla ricerca di marketing, sul marketing cittadino, sull'immagine e sulla reputazione, sul marketing in aree naturali protette, sul marketing nell'immagine e sulla reputazione dell'istruzione superiore.</p>	<p>Teodoro Luque-Martínez (PhD Economics and Business Administration, University of Seville) is Professor at the University of Granada (Spain). He was the Project Director of the BioTic Campus of International Excellence at the University of Granada (2009-2016). He has held various positions including director of department, coordinator of master and doctoral programs. He was Vice-Chancellor of Granada University for strategic planning and business relationship (2004-08) and Director of Granada Strategic Plan (2002-03). He has published several books and more than 50 articles in journals as Revista Española de Documentación Científica, Scientometrics, Journal of Marketing for Higher Education, Cities, EURE, Online Information Review, Industry and Higher Education, Information & Management, and others. He has directed research projects with businesses and public administration and has taught master and doctoral studies in more than 20 universities. He was the director and co-author of Follow-up Studies of Graduates/postgraduates of University of Granada and their Labor Insertion (from 2003 to 2012), also he was de director and co-author of the Economic Impact Study, and the Strategy Plan of de University of Granada. His research focuses on marketing research, city marketing, image and reputation, marketing in protected natural areas, marketing in Higher Education image and reputation.</p>
<p>Emanuele Adamo</p> <p>EAE Business School, Madrid</p>	<p>Giuseppe Emanuele Adamo è professore di marketing presso la EAE Business School in Spagna, Madrid Campus e Fellow di HEA (Higher Education Academy), Regno Unito. In precedenza, ha lavorato come direttore accademico delle lauree in Event Management (PG) e Event Marketing and Management (UG) presso la University of Bedfordshire Business School e Fashion Marketing (UG) presso l'Università di Northampton, Regno Unito. Ha ottenuto un dottorato di ricerca in Business Administration e un Master in Metodi Quantitativi presso</p>	<p>Giuseppe Emanuele Adamo is Professor of Marketing at EAE business School, Madrid, Spain and Fellow of HEA (Higher Education Academy), United Kingdom. Previously, he served as academic director of the degrees in Event Management (PG) and Event Marketing and Management (UG) at University of Bedfordshire Business School and Fashion Marketing (UG) at University of Northampton, United Kingdom. He got a Ph.D. in Business Administration (major in marketing) and an M.Sc in Quantitative Methods from Carlos</p>

	<p>l'Università Carlos III di Madrid. La sua attività di ricerca si concentra sulla comunità dei consumatori, sulla creatività e sulla gestione delle destinazioni. I suoi lavori sono stati presentati in conferenze peer-reviewed come EMAC, ICORIA e AMA e pubblicati da ATLAS e LSA. Dal lato professionale ha lavorato come key account manager per Kellogg's Inc. (Milano) e Manpower Spa (Roma). Attualmente è partner del Marketin Group, il gruppo di ricerca internazionale sul marketing e la competitività aziendale.</p>	<p>III University (Spain) and BA in Social Science from Unical (Italy). His research activity focuses on consumer community, creativity and destination management. His works have been presented in peer-reviewed conferences such as EMAC, ICORIA and AMA and published by ATLAS and LSA. From the professional side he worked as key account manager for Kellogg's Inc. (Milano) and Manpower Spa (Roma). Currently he is partner of the Marketin Group, the International Research Group on Marketing and Company Competitiveness.</p>
--	---	--