

CURRICULUM ACCADEMICO GINEVRA TESTA

Dettagli di contatto:

Nome: Testa Ginevra

POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

- Dal 01/03/2024 al 28/02/2025, Assegnista di ricerca presso l'Università degli studi di Genova, settore scientifico disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle imprese presso CIELI (Centro Italiano di Eccellenza sulla Logistica, i Trasporti e le Infrastrutture).
- Dal 2020 al 2023, Ph.D. Candidate presso l'Università degli Studi di Genova (CIELI, Centro Italiano di Eccellenza sulla Logistica, i Trasporti e le Infrastrutture) nell'ambito del percorso in Scienze e Tecnologie del Mare, Curriculum Logistica e Trasporti, ciclo XXXVI. Dottorato di ricerca della durata di 3 anni con data di inizio decorrenza il 01/11/2020. Discussione della tesi di dottorato dal titolo "*Social media communication during health crises: an insight from the cruise industry*" avvenuta il 18 Aprile 2024 con votazione Ottimo.
- Dal 2023 ad oggi, Contratto di diritto privato per lo svolgimento di attività di supporto alla didattica per l'insegnamento ufficiale di "*Economia e gestione delle imprese*" presso la scuola di Scienze Sociali – Dipartimento di Economia (DIEC), nell'ambito del Corso di Laurea Triennale, per l'anno accademico 2023-2024. Contratto n° 3541 con decorrenza dal 25/07/2023.
- Dal 2023 ad oggi, Incarico di collaborazione nell'ambito del Progetto di Tutorato Didattico (A_ECO_01) per l'insegnamento ufficiale di "*Economia Aziendale*", nell'ambito del Corso di Laurea Triennale, per l'anno accademico 2023-2024. Contratto n° 4637 con accettazione dell'incarico a partire dal 12/09/2023.

PERCORSO FORMATIVO E SCIENTIFICO

- Dal 15/04/2024 al 15/05/2024, Partecipazione ad un secondo Periodo di Visiting presso Università Bocconi – Milano nell'ambito del Dottorato in "*Business Administration and Management*". Durante tale periodo, verrà seguito il corso di "*Large Language Models in Marketing Research*", tenuto dal Prof. Zhu.
- Nel mese di Febbraio e Marzo 2024, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, "*Inside the Academic Editorial Process – How to improve your skills to perform a "Perfect" Paper Review*", fornita da SIMA (Società Italiana di Management) e SIM (Società Italiana di Marketing).

- Dal 07/09/2023 al 12/10/2023, Partecipazione ad un Periodo di Visiting presso Università Bocconi – Milano nell’ambito del Dottorato in “*Business Administration and Management*”. Durante tale periodo, è stato seguito il corso di “*Consumer Behavior IP*”, tenuto dal Prof. Uri Barnea (corso n° 40402).
- Da Febbraio ad Aprile 2023, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, “*Digital Academy: Elementi base di informatica e Introduzione a Python*” (Python), fornita da SIMA (Società Italiana di Management) e SIM (Società Italiana di Marketing). Gli elementi trattati in questo corso sono stati gli elementi di base dell’informatica, le basi di Python, la sintassi, le strutture dati, le funzioni, le classi, Jupyter Notebook, l’analisi dei dati, Pandas, la visualizzazione dei dati ed esercizi di modellazione statistica.
- Nel mese di Luglio 2022, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, “*Analisi multivariata per la ricerca sociale*” (R software), fornita da UniCal Università della Calabria, Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche. Gli elementi trattati in questo corso sono stati l’analisi univariata e bivariata, l’introduzione ai test inferenziali, l’analisi fattoriale esplorativa e l’analisi delle componenti principali, l’analisi dei cluster, l’analisi delle classi latenti e applicazioni pratiche con SPSS e Latent Gold.
- Nel mese di Luglio 2021, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, “*Text Mining*” (KNIME software), fornita da UniCal Università della Calabria, Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche. Gli elementi trattati in questo corso sono stati l’introduzione al text mining, l’elaborazione del linguaggio naturale, l’uso dei dizionari, il clustering del testo e l’estrazione degli argomenti oltre ad esercitazioni con Knime ed R software.
- Nel mese di Febbraio 2021, Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, “*Progettare la ricerca. Progettare efficacemente la ricerca per ottimizzare i risultati finali*”, fornita da SIMA (Società Italiana di Management) e SIM (Società Italiana di Marketing). Gli elementi trattati in questo percorso formativo hanno riguardato la comprensione dei passaggi logici per condurre una ricerca scientifica, la scelta dell’approccio teorico ed empirico più corretto, la comprensione dei meccanismi alla base della logica deduttiva ed induttiva, il posizionamento di un articolo, la comprensione delle lacune nella letteratura e la strutturazione di una revisione sistematica della letteratura.
- In data 21/10/2020, Conseguimento Laurea Magistrale in Management (Classe LM-77 – Classe delle lauree magistrali in Scienze Economiche-Aziendali) presso l’Università degli Studi di Genova, con votazione di 110/110 e lode. Tesi di laurea in *Management Strategico e Corporate Governance* dal titolo “*Il brand positioning e le sue implicazioni sulle performance competitive*”.
- In data 12/10/2018, Conseguimento Laurea Triennale in Economia Aziendale (Classe L-18 – Classe delle lauree in Scienze dell’Economia e della Gestione Aziendale) presso l’Università degli Studi di Genova, con votazione di 110/110 e lode. Tesi di laurea in *Economia e Gestione delle Imprese* dal titolo “*L’utilizzo dei Big Data nel settore turistico*”.

PERCORSO PROFESSIONALE

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

ATTIVITA DI RICERCA

Il tema di ricerca esplorato durante il dottorato di ricerca si è concentrato sul tema della comunicazione di crisi, evidenziando il suo ruolo cruciale all'interno del più ampio processo di gestione delle crisi. La tesi di dottorato si è concentrata sulla comunicazione di crisi veicolata mediante i social media, considerando il crescente utilizzo di tali canali di comunicazione online. La comunicazione di crisi via social media è stata approfondita mediante la conduzione di una revisione sistematica della letteratura, ponendo attenzione soprattutto sull'attuale crisi sanitaria da Covid-19 e le sue diverse implicazioni per il settore del turismo e dell'ospitalità. Settore da sempre soggetto a crisi di varia natura. In particolare, la ricerca ha focalizzato l'attenzione sull'industria crocieristica che, per le sue caratteristiche intrinseche, è stata particolarmente colpita dalla recente pandemia di Covid-19. L'indagine empirica ha seguito due prospettive, quella aziendale e quella dei consumatori. La prospettiva aziendale è stata analizzata mediante una content analysis, tesa ad esplorare le principali strategie comunicative adottate su Twitter, ora X, mentre la prospettiva dei consumatori è stata analizzata osservando i commenti rilasciati su Twitter mediante una sentiment analysis e il rilevamento delle emozioni. Tale analisi ha consentito di comprendere il grado di apprezzamento del pubblico rispetto alle strategie aziendali adottate sul social media selezionato.

Oltre al tema della comunicazione di crisi, le attività di ricerca hanno incluso anche il tema della digitalizzazione, in particolare, soffermando l'attenzione sul ruolo della digitalizzazione rispetto all'adozione strategica e ai nuovi meccanismi di creazione di valore, evidenziando potenziali fattori abilitanti e fattori ostacolanti. L'attenzione al tema della digitalizzazione è stata riposta anche

osservando i cambiamenti strategici richiesti alle piccole medie imprese al fine di beneficiare di importanti opportunità di business e conservare la propria competitività anche nel contesto altamente competitivo odierno. Le opportunità e le sfide a livello strategico sono state esplorate anche con riferimento al metaverso e alle tante tecnologie in gioco.

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

- Dal 2022 ad oggi, Partecipazione attiva al Gruppo Tematico “*Strategic Communication*” SIMA (Società Italiana di Management), teso allo sviluppo della Special Issue per la rivista Sinergie dal titolo “*The Strategic Role of Communication in Management*”.
- Dal 2022 al 2023, Partecipazione attiva al Laboratorio di Ricerca congiunto UniWeLab, laboratorio di ricerca promosso da Webuild e l’Università degli studi di Genova, dal titolo “*Digitalizzazione delle infrastrutture*”, teso alla ricerca scientifica sui temi della mobilità digitale e sostenibile.
- Nel mese di Luglio 2022, Partecipazione attiva alla “*Digital Week*”, presso l’Università Côte d’Azur, nell’ambito del progetto MOVIDIS+.

AFFILIAZIONE AD ACCADEMIE AVENTI PRESTIGIO NEL SETTORE

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

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

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

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

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

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

PARTECIPAZIONE IN CONFERENZE CON UN RUOLO ATTIVO

- In data 15-16 Aprile 2024, Partecipazione alla Conferenza “European Multinationals” online organizzata dall’Università ESSCA di Lione. In sede della conferenza è stato presentato un paper dal titolo “*New challenges for multinational enterprises (MNE) to compete in digital, hostile and uncertainty environments: the role of strategic ambidexterity*”.

- In data 7 Marzo 2024, Partecipazione al Festival del Management presso l'Università Bocconi, Milano.
- In data 20-21 Ottobre 2023, Partecipazione alla Conferenza XX SIM, *“Marketing per il benessere, la salute e la cura”*, presso l'Università degli studi di Firenze. In sede della conferenza è stato presentato uno short paper dal titolo *“From Tweets to Investments: How do DTSSs signal to investors through social media? Evidence from healthcare AI startups”*, coautorato da me e da Prof.ssa Nicoletta Buratti, Prof.ssa Giorgia Profumo, Ph.D. Francesco Vitellaro.
- In data 29-30 Giugno 2023, Partecipazione alla Conferenza Sinergie-SIMA, *“Rediscovering Local Roots and Interactions in Management”*, presso l'Università LUM e l'Università degli Studi di Aldo Moro, Bari. In sede della conferenza, ho presentato un extended abstract dal titolo *“Metaverse, business models and value creation mechanisms: A systematic literature review”*, coautorato da me e da Prof.ssa Giorgia Profumo.
- In data 14-16 Giugno 2023, Partecipazione alla Conferenza EURAM 2023, *“Transforming Business for Good”*, presso Trinity Business School, Dublino. In sede di conferenza è stato presentato il full paper intitolato *“Sustainability and Corporate Social Responsibility Communication in the Football Industry: Evidence from Juventus Football Club”*, coautorato da me e da Prof.ssa Giorgia Profumo, Dott. Rongtitya Rith e il Prof. Riccardo Spinelli. Durante la conferenza ho assunto il ruolo di Chair per la Sessione *“ST03_07 Growth Strategies & Internationalization for SMEs - Growth Strategies & Internationalization for SMEs: key factors”* e di Discussant nella sessione *“ST03_07 Growth Strategies & Internationalization for SMEs - Growth Strategies & Internationalization for SMEs; internal and external antecedents”*.
- In data 21-23 Settembre 2022, Partecipazione alla Conferenza EuroMed 2022, *“The 15th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference, Sustainable Business Concepts and Practices”*, presso l'Università di Palermo. In sede della conferenza, ho presentato il full paper intitolato *“Communication during the Covid-19 pandemic: a systematic literature review in the tourism and hospitality sector”*, coautorato da me e da Prof.ssa Giorgia Profumo.
- In data 30 Giugno - 1 Luglio 2022, Partecipazione alla Conferenza Sinergie-SIMA 2022, *“Boosting Knowledge & Trust for a Sustainable Business”*, presso Università Bocconi Milano. In sede della conferenza, ho presentato un extended abstract dal titolo *“Communication strategies in the tourism and hospitality sector during the Covid-19 pandemic: A systematic literature review”*, coautorato da me e da Prof.ssa Giorgia Profumo.

COLLABORAZIONI A RIVISTE SCIENTIFICHE

Collaborazione in qualità di Reviewer – Revisore Scientifico per le riviste:

- Revisore per la conferenza SIMA 2024 “*Management of sustainability and well-being for individuals and society*” per la Track 10 “Strategic Communication” per “Long Paper” e “Short Paper”.
- Revisore per la rivista “*Internet Research*” (3 ABS Journal);
- Revisore per la rivista “*Sinergie Italian Journal of Management*”, special issues Strategic Communication;
- Revisore per la conferenza EURAM 2024, Track “ST03_07 - Growth Strategies & Internationalization for SMEs”.
- Revisore per la rivista “*Social Indicators Research*” (Scopus Database);
- Revisore per la rivista “*International Journal of Fashion Design, Technology and Education*” (Scopus Database).

ATTIVITA DIDATTICA

- In data 10 Maggio 2024, Lezione all’interno del corso “E-Business” della Laurea Triennale di Economia Aziendale dal titolo “Google Analytics”. Invito fornito dal Prof. Riccardo Spinelli.
- In data 9 Maggio 2024, Lezione all’interno del corso “Marketing Management and Digital” della Laurea Magistrale in Management dal titolo “Google Analytics”. Invito fornito dalla Prof.ssa Giorgia Profumo.
- In data 17 Aprile 2024, Invited Speech nell’evento “Io Riparto AI – Le città” in particolare per partecipare al dibattito intorno a “*Smart City: un booster di innovazione per le imprese*”. Invito fornito dal Research Fellow Filippo Marchesani.
- In data 13 Marzo 2024, Lezione di alta formazione all’interno del corso Research Toolbox, all’interno del dottorato Security, Risk and Vulnerability dal titolo “*Bibliometric and Visualization Tools*”.
- In data 11 Marzo 2024, Invited Lecture per una lezione all’interno del Corso “International Business” sul tema “*Successfully Managing Foreign Direct Investments*”, presso l’Università ESSCA School of Management, Lione (Francia) dal Prof. Stefano Valdemarin.
- In data 27 Febbraio 2024, Invited Lecturer per una lezione all’interno del Corso “*Marketing Mix Modelling (MMM)*” del Master International Operational Marketing sul tema “*Metaverse and Fashion Industry*”, presso Université Paris Nanterre (Francia) dal Professore Kamel Ben Youssef.
- In data 26 Febbraio 2024, Invited Speech per un evento organizzato dal Comune di Sanremo “*Il mare tra sostenibilità ed opportunità*” con il Comune di Sanremo, la Capitaneria di Porto ed i Consoli del Mare.
- Dal 2022 al 2023, Incarico di collaborazione nell’ambito del Progetto di Tutorato Didattico (A_ECO_01) per l’insegnamento ufficiale di “*Economia Aziendale*”, nell’ambito del Corso di Laurea Triennale, per l’anno accademico 2022-2023. Contratto n° 2252 con accettazione dell’incarico a partire dal 25/05/2022.

- In data 13 Gennaio 2022, Svolgimento di una lezione dal titolo “*Impatto del covid-19 nel settore crocieristico: implicazioni e prospettive*” all’interno degli incontri “*Onda su Onda: Un mare di conoscenza*”, Università della Terza Età (UNI.T.E.).
- Dal 2020 al 2022, Incarico di Tutor nel progetto MOVIDS Erasmus +, “*Developing International Experience for Students through Virtual Mobility*”. Il progetto MOVIDS Erasmus + offre un programma di studio virtuale che consente agli studenti di diversi Paesi di trascorrere un semestre all'estero in modo virtuale. Il progetto ha coinvolto studenti di diverse Università tra cui: UCA, Università di Torino, Universidad de Sevilla, Universidad Complutense de Madrid, Fachhochschule des Mittelstands (FHM) e l’Università degli studi di Genova.

PUBBLICAZIONI

- 1) 2024 | Tesi di dottorato
Tesi di dottorato dal titolo “*Social media communication during health crises: an insight from the cruise industry*”.
- 2) 2024 | Articolo
Profumo, G., Rith, R., Spinelli, R., & Testa, G. (2024). Corporate Social Responsibility Communication in the Football Industry: Evidence from Juventus Football Club. *Corporate Governance and Research & Development Studies*, 1-2024, 73-99. ISSN 2704-8462-ISSNe 2723-9098. <https://doi.org/10.3280/cgrds1-2024oa16878>
(<https://journals.francoangeli.it/index.php/cgrds/article/view/16878>).
- 3) 2024 | Articolo
Profumo, G., Testa, G., Viassone, M., & Ben Youssef, K. (2024). Metaverse and the Fashion Industry: A Systematic literature review. *Journal of Global Fashion Marketing*, 15(1), 131-154. <https://doi.org/10.1080/20932685.2023.2270587>
- 4) 2023 | Atto di Convegno
Buratti, N., Profumo, G., Testa, G., & Vitellaro, F. (2023). From tweets to investments: how do DTSS signal to investors through social media? Evidence from healthcare AI startups. *Proceedings of XX[^] SIM Società Italiana Marketing Conference, Marketing per il benessere, la salute e la cura, Firenze*. ISBN: 978-88-947829-0-5.
- 5) 2023 | Capitolo di Libro
Ciacci, A., & Testa, G. (2023). Strategie e meccanismi di creazione di valore nel paradigma dell'Industria 4.0. In L. Penco & G. Profumo (Eds.), *Strategie e Governo dell'Impresa, Scritti in onore di Pietro Genco* (pp. 387-398). Giappichelli Editore. ISBN: 9791221151558.
- 6) 2022 | Atto di Convegno
Testa, G., & Profumo, G. (2022a). Communication during the Covid-19 pandemic: a systematic literature review in the tourism and hospitality sector. In D. Votris, Y. Weber, & E.

Tsoukatos (Eds.), *15th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, Conference Readings Book Proceedings* (pp. 854-866). EuroMed Press. ISBN: 978-9963-711-96-3.

7) 2022 | Atto di convegno

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

PUBBLICAZIONI DIVULGATIVE

8) 2023 | Risorsa Online

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