

Curriculum vitae di Pencarelli Tonino

Nato a Senigallia(AN) il 1/6/1957.

Residente a Urbino(PS), via Santi, n. 9.

Laureato nel 1982 in Economia e Commercio con voti 110/110 e lode presso l'Università di Urbino, sede di Ancona.

Ricercatore presso l'Università di Urbino da luglio 1984 a ottobre 1999.

Nel gennaio 1999 è stato decretato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica vincitore di concorso di professore universitario di ruolo di II fascia nella disciplina Economia e gestione delle imprese. Ha preso servizio come professore associato di Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo dal 1/11/1999.

Nel ottobre 2001 è stato decretato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica vincitore di concorso di professore universitario di ruolo di I fascia nella disciplina Economia e gestione delle imprese.

Ha preso servizio come professore straordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo dal 1/11/2001.

Dal 1/11/2005, in seguito a conferma in ruolo, è professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo.

Ha frequentato la "Scuola Estiva" dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale, Pescia, dal 27/8/1984 al 8/9/1984.

Ha frequentato il "Corso in didattica" dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale, Urbino, 11-19 settembre 1985.

Docente e collaboratore alla Cattedra di Tecnica Industriale e Commerciale presso la Facoltà di Economia e Commercio dell'Università degli studi di Urbino (sede di Ancona) negli anni accademici 1982/83 e 1983/84.

Docente di Finanza Aziendale presso la Facoltà di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo dall'anno accademico (a.a.) 1984/1985 all'a.a. 1998/1999.

Nell'anno accademico 1994/95 è stato Professore supplente di Tecnica degli scambi e dei cambi con l'estero presso la Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Salerno.

Professore di Economia e Gestione delle Imprese di Servizi presso la Facoltà di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo dal 1995 al 2009.

Professore supplente di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche presso la Facoltà di Lingue (DU in Esperto linguistico d'impresa) dell'Università di Urbino Carlo Bo dall'a.a. 1999/2000 fino all'a.a. 2005-2006.

Professore supplente di Economia aziendale presso la facoltà di Lingue e letterature straniere nell'a.a. 2001-2002 e 2002-2003

Professore supplente di Finanza aziendale internazionale presso la Facoltà di Economia nell'a.a. 2001-2002 e 2002-2003

Professore supplente di Economia e gestione delle imprese commerciali nell'a.a. 2009-2010

Professore supplente di Economia e management delle imprese e dei sistemi turistici territoriali dal 2003 al 2011

Professore supplente di Comunicazione interculturale d'impresa presso la facoltà di Lingua e letteratura straniere dell'università di Urbino nell'a.a. 2010-2011

Attualmente (a.a.2013/ 2014) insegna nell'Ateneo di Urbino Strategie d'impresa (incarico dal 2003-2004) ed Economia e gestione delle imprese (Facoltà di Economia) , e Comunicazione internazionale d'impresa, presso la Scuola di Lingue e letteratura straniere

Nel 2012 è stato Presidente della giunta del corso di laurea triennale di Economia aziendale

Dall'a.a. 1995/96 fino al 2010 è stato coordinatore della commissione "stages" della Facoltà di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo. L'incarico è svolto anche nell'anno accademico 2013-2014

Dall'a.a. 1996/97 all'a.a. 2000-2001 è stato membro del comitato di gestione del progetto "Campus" per il DU di marketing e comunicazione d'azienda;

Dall'a.a. 1999-2000 è stato coordinatore del Diploma (ora corso di laurea) di Marketing e Comunicazione d'azienda e del relativo progetto Campus (dal 2001 Progetto CampusOne) della Facoltà di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo.

Dal gennaio 2000 fino a gennaio 2009 è stato direttore del Centro Studi Impresa e Territorio/Internazionalizzazione e Tecnologia (Ce.s.i.t.) della Facoltà di Economia dell'Università di Urbino Carlo Bo.

Dall'agosto 2001 all'ottobre 2004 è stato coordinatore del progetto CampusOne per l'Ateneo di Urbino Carlo Bo.

Dal gennaio 2002 è delegato per l'Ateneo di Urbino a curare stages, rapporti con le imprese e job placement

E' membro del collegio dei docenti del dottorato di ricerca in Economia e Management, ove svolge attività di tutorship;

Dal maggio 2009 a dicembre 2010 è stato Direttore del Dipartimento di studi aziendali e giuridici della facoltà di Economia nell'Università degli studi di Urbino Carlo Bo, dipartimento ora confluito nel Dipartimento di economia, società e politica (DESP).

E' membro del comitato di redazione delle Riviste <<Piccola Impresa/Small Business>> , <<Sinergie>> , <<Prisma>> , <<Journal of Marketing Trends>>, <<Esperienze d'impresa>>.

Membro del comitato scientifico della rivista "Economia Agroalimentare" dal 2011

E' stato membro del Consiglio di Amministrazione dell'Università di Urbino per il quadriennio 1992/1996 in rappresentanza dei ricercatori e nel periodo dall'aprile 2004 fino a maggio 2009 è

stato membro del Consiglio di Amministrazione dell'Università di Urbino "Carlo Bo" in rappresentanza dei professori ordinari.

Anche attualmente, dal dicembre 2012, è membro del CDA dell'Università di Urbino.

Ha svolto attività di consulenza a piccole e medie imprese in tema di gestione strategica ed analisi finanziaria.

Nel periodo 1994/95 (5 mesi) ha partecipato ad un programma di ricerca promosso dalla Comunità Europea dal titolo *Human Capital and Mobility* svolgendo attività di studio in tema di "Accordi di cooperazione per l'innovazione tecnologica in Europa: alcuni casi studio" presso il centro di ricerche e studi economici "Bureau d'Economie Théorique et Appliquée (B.E.T.A.)" dell'Università "L. Pasteur" di Strasburgo.

Nel 1996 ha partecipato alla ricerca "DevelopNet Marche" in collaborazione con Confindustria Marche in tema di sviluppo delle piccole e medie imprese.

Nel 1997 ha partecipato al progetto "*Adapt DevelopNet Marche SME's Development Networking*" per conto di Confindustria Marche ove si è svolta attività di formazione in affiancamento a piccoli imprenditori e quadri d'aziende minori marchigiane, attività svolta all'interno dell'impresa allo scopo di redigere un business plan per guidare la crescita.

Nel 1998 ha partecipato al progetto "*Adapt Service Net*" per conto di Confindustria Marche svolgendo attività di formazione in affiancamento a piccoli imprenditori e quadri d'aziende minori marchigiane, attività svolta all'interno dell'impresa allo scopo di favorire l'orientamento strategico degli organi di governo.

Nel 1998 ha partecipato al progetto di ricerca finanziato dal C.N.R. e coordinato dalla Prof.ssa Caterina Ricciuti sul seguente tema: "I network produttivi dispersi: il caso delle Marche".

Nel periodo 1999-2000 ha coordinato e curato la ricerca "Studio sulle performance economiche e finanziarie del settore radiotelevisivo marchigiano" svolta dal Centro Studi Impresa e Territorio (Ce.s.i.t.) della Facoltà d'Economia dell'Università di Urbino per conto del Comitato Radiotelevisivo della Regione Marche (CO.RE.RAT).

Responsabile e coordinatore scientifico dell'unità di Urbino referente del progetto ricerca interesse nazionale (PRIN) 2004, coordinato dal prof. Sciarelli, dal titolo <<Sistemi turistici locali e reti di attori:strategie, politiche e strumenti per lo sviluppo e la "governance">>. L'unità di Urbino ha realizzato uno studio dal titolo <<Il management dei sistemi turistici locali. I casi della provincia di Pesaro e Macerata>>.

Responsabile e coordinatore scientifico del Progetto di ricerca CIPE 17/2003 dal titolo "Le innovazioni da introdurre nelle piccole e medie imprese di servizi e del settore nautico per lo sviluppo turistico del territorio"

Responsabile e coordinatore del progetto Padma Lab Panadriatic Destination Management Learning Laboratories per l'Università degli studi di Urbino Carlo BO 2006-2008

Responsabile nel 2008 del progetto di ricerca commissionato dalla Camera di Commercio di Pesaro e Urbino denominato ISIDE, acronimo di <<Imprese, strategie e innovazione per un distretto di eccellenza>>.

Coordinatore, con G. Ferrero, del progetto di ricerca per conto della Provincia di Pesaro e Urbino su La nautica da diporto: reti produttive, risorse umane e sfide strategiche. Il comparto di Pesaro e Urbino, 2009

Responsabile della ricerca commissionata nel 2010 dalla Camera di Commercio di Pesaro e Urbino su <<INDAGINE CONGIUNTURALE SULLA CRISI ECONOMICA NELLA PROVINCIA DI PESARO E URBINO>>

Dal dicembre 2009 è membro del Consiglio di Amministrazione dell'Ente regionale per il diritto allo studio (ERSU) di Urbino in rappresentanza dell'Università di Urbino

E' stato membro dell'Osservatorio turistico della Regione Marche nella precedente legislatura ed è stato confermato nel luglio 2012

Dal marzo 2010 al dicembre 2012 è stato membro del Comitato esecutivo del Sistema turistico locale della Provincia di Pesaro e Urbino

Nel 2012 è stato membro del consiglio di amministrazione in rappresentanza dell'Università di Urbino del GAL Montefelro Sviluppo

E' stato docente in alcuni corsi di formazione della SDA dell'Università "L. Bocconi" di Milano e dell'Università "Luiss" di Roma e tuttora insegna in diverse scuole di formazione ed in master post universitari su tematiche inerenti alla finanza aziendale, il marketing internazionale, la gestione delle piccole e medie imprese, il marketing dei servizi e del turismo e le strategie aziendali.

Nel 2006 ha partecipato come docente di marketing e management del turismo al progetto dell'Unione Europea Tempus MEDA CD-JEP-31155-2003 "Master Professional Gestion du Patrimoine Culturel e Naturel" coordinato dall'Università Rovira i Virgili di Tarragona e realizzato presso l'Università A.Essadi di Tetuan, Marocco.

Membro del Comitato Direttivo della Scuola d'Imprenditorialità e della Dirigenza (SID) realizzata in collaborazione tra Facoltà di Economia e Confartigianato Pesaro e Urbino dal 2008

E' stato key note speaker presso l'università di York (UK) nell'ambito della conferenza "Tourism Futures Conference 2010 – Marketing the New Cultural City", svoltasi a York, il 17/11/2010

Best referee award 2012 per la Rivista Sinergie

Key note speaker presso Free University of Bozen-Bolzano, (South Tyrol, Italy) nella conferenza <<Consumer Behavior in Tourism Symposium in December 4th - 7th, 2013 (Bruneck-Brunico campus.)>>.

Nel campo della ricerca si occupa e di vari filoni di studio, fra i quali:

- L'economia e la gestione delle piccole imprese;
- La finanza aziendale;
- Il marketing internazionale e dei servizi;
- L'economia e la gestione delle imprese di servizi e delle imprese turistiche;
- Le strategie d'impresa

Le pubblicazioni scaturite dall'attività di ricerca scientifica sono qui di seguito riportate (estratte da UGOV).

1. Tonino Pencarelli, Mara Cerquetti, Simone Splendiani (2013). La gestione sostenibile dei musei: profili concettuali ed evidenze empiriche dalla regione Marche. *ECONOMIA DEI SERVIZI* (ISSN:1970-4860), 3- 28 26 1;
2. Tonino Pencarelli, Fulvio Fortezza (2013). Logiche di valorizzazione 2.0 dei luoghi e delle destinazioni turistiche: il caso Turismo Emilia Romagna . In: *Smart life*

- dall'innovazione tecnologica al mercato. PRINGO, 1- 18, 3-4 ottobre 2013, Milano Bicocca,
3. Tonino Pencarelli, Mariangela Franch, Paola De Salvo, Viviana Calzati, Simone Splendiani (2013). La valorizzazione del territorio in ottica esperienziale attraverso i percorsi del tipico: riflessioni teoriche ed evidenze empiriche in Italia . In: The firms role in the economy. Does a growth oriented business model exists? . Cacucci editore , Bari: 1- 27, 19-21 settembre 2013, Lecce ,
 4. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Mauro Dini (2013). Marketing e strategie competitive in un settore turbolento: il caso Eden Viaggi . MERCATI E COMPETITIVITÀ (ISSN:1826-7386), 107- 126 20 3;
 5. Tonino Pencarelli, Andrea Buratti (2013). L'implementazione dei servizi in iGuzzini illuminazioni. SINERGIE (ISSN:0393-5108), 159- 189 31 92;
 6. M. Cioppi, F. Musso, T. Pencarelli, E. Savelli (2013). Crisi economica e comportamenti delle PMI. Un'indagine nel settore consumer della provincia di Pesaro-Urbino. In: Smart life. Dall'innovazione tecnologica al mercato. 1- 15, 3-4 ottobre 2013, Milano,
 7. Gian Luca GREGORI, Tonino PENCARELLI, Simone SPLENDIANI, Valerio TEMPERINI (2013). Sustainable Tourism and Value Creation for the Territory: Towards a Holistic Model of Event Impact Measurement. CALITATEA-ACCES LA SUCCES (ISSN:1582-2559), 97- 102 6 14;
 8. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Mauro Dini (2013). Sustainability Oriented Yachting Enterprises: Theoretical Considerations and Empirical Evidence from Marche Region. In: 2013 Cambridge Business & Economics Conference . 2-3 luglio 2013, Cambridge UK,
 9. T. Pencarelli, B. Francioni, L. Gabbianelli (2013). Factors driving consumer attitude and purchase intention towards hunting firearms in Italy. INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC BEHAVIOR (ISSN:2285-0430), 85- 102 18 3;
 10. Tonino Pencarelli (2013). Crisi d'impresa come squilibrio della formula strategica aziendale: una prospettiva sistemico vitale. Le crisi d'impresa. Diagnosi, previsione e procedure di risanamento. FRANCO ANGELI, Milano: 7- 84, 78 1,
 11. Tonino Pencarelli (a cura di) (2013). Le crisi d'impresa. Diagnosi, previsione e procedure di risanamento di FRANCO ANGELI, Milano: 4- 182, 1,
 12. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Daniela Cini (2013). Quality and Value in University Services: the Experience of the Placement Service at the University of Urbino "Carlo Bo". INTERNATIONAL JOURNAL OF QUALITY AND SERVICE SCIENCES (ISSN:1756-669X), volume 5;
 13. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Mara Cerquetti, Mauro Dini (2013). Il ruolo delle imprese ricettive nei processi di sviluppo sostenibile dei territori a vocazione turistica: evidenze empiriche dalla regione Marche. In: Mariangela Franch, Umberto Martini. Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni, Società editrice il Mulino, Bologna: 367- 399
 14. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Claudia Fraboni (2012). Il ruolo delle certificazioni ambientali nelle politiche di comunicazione delle destinazioni turistiche. Luci ed ombre sulle bandiere blu nelle Marche. In: CITTASLOW: il valore della lentezza per il turismo del futuro. Sinergie journal/cueim, Verona: 1- 40, 1, 13-14 giugno 2012, Perugia/Orvietonazioni.

15. Gian Luca Gregori, Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Valerio Temperini (2013). Turismo sostenibile e creazione di valore per il territorio: verso un modello olistico di misurazione dell'impatto degli eventi. In: Mariangela Franch, Umberto Martini. Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni. Società editrice il Mulino, Bologna: 219- 240
16. G. Ferrero, T. Pencarelli, M. Cioppi, F. Fortezza, E. Savelli (2006). Strumenti per la definizione ed implementazione delle variabili strategiche nell'area Marketing delle PMI. Rapporto conclusivo di illustrazione dei risultati dell'indagine.. 1- 104,
17. Tonino Pencarelli (2012). Il Destination branding nel governo strategico delle destinazioni turistiche. In: Marcello Sansone. Place management:città, territori marketing. Mc Graw Hill, Milano: 130- 170
18. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani (2012). Imprese turistiche e sostenibilità: evidenze empiriche dalla provincia di Pesaro e Urbino. In: Istituzioni, Reti Territoriali e Sistema Paese: la governance delle relazioni locali – nazionali. 13-15 settembre 2012, Roma,
19. Tonino Pencarelli, Marco Cioppi, Simone Splendiani (2012). Web Communication of Tourist Destinations. Analysis of tourist websites of the 27 Member States of the European Community. In: Alfonso Morvillo (a cura di). Proceedings of the 1st Enlightening Tourism Conference 2012. Enzo Albano Editore, Napoli: 851- 874, 24 vol. 2
20. Tonino Pencarelli, Marco Cioppi, Simone Splendiani (2011). Web Communication nel Turismo: analisi dei portali turistici delle Regioni italiane. In: Corporate Governance and Strategic Communication. 1- 29, 10-11 novembre 2011, Milano, IULM,
21. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani (2012). Commercio e turismo: opportunità e sfide per le Marche. Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche. Franco Angeli, Milano: 321- 343
22. Tonino Pencarelli, Fabio Valerio Bartolazzi (2012). Centri commerciali naturali e town centre management: opportunità e sfide per il commercio nei centri urbani. Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche. FRANCO ANGELI, Milano: 246- 286
23. Gian Luca Gregori, Tonino Pencarelli (a cura di) (2012). Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche di Gian Luca Gregori, Tonino Pencarelli, Franco Angeli, Milano: 5- 412,
24. Tonino Pencarelli, Elisa Nobili (2011). La condizione dei lavoratori dipendenti nella provincia di Pesaro e Urbino. ESPERIENZE D'IMPRESA (ISSN:1971-5293), 79- 102 24
25. Fulvio Fortezza, Tonino Pencarelli (2011). Experience marketing: specific features and trends. The Wish Days case study. JOURNAL OF MARKETING TRENDS (ISSN:1961-7798), 57- 69 13 6 may;
26. Emanuela Conti , Tonino Pencarelli (2011). La valutazione della performance strategica di una piccola impresa: il caso bartolucci francesco s.r.l.. PICCOLA IMPRESA (ISSN:03947947), 139- 159 ;
27. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani (2011). Le reti museali come sistemi capaci di generare valore: verso un approccio manageriale e di marketing. IL CAPITALE CULTURALE (ISSN:2039-2362), 227- 252;
28. Tonino Pencarelli (2011). Il ruolo dei porti turistici per lo sviluppo del turismo. In: Gabriella Garzella, Roberto Giulianelli, Ida Simonella, Olimpia Vaccari. I porti della penisola italiana. Due mari a confronto tra storia e sviluppo futuro. Pacini Editore spa, Pisa: 223228,
29. Tonino Pencarelli, Mirella Migliaccio, Francesca Rivetti, Simone Splendiani (2011). Creatività e innovazione nel turismo. Il ruolo degli eventi.. In: Luciano Pilotti. Creatività, innovazione e territorio. Ecosistemi del valore per la competizione globale. Il Mulino, Bologna: 367- 404

30. Gian Luca Gregori, Tonino Pencarelli, Cristina Bolzicco, Simone Splendiani (2011). Aspetti evolutivi dei Sistemi Turistici Locali nella Regione Marche: tra speranze ed illusioni. SINERGIE (ISSN:0393-5108),
31. Tonino Pencarelli (2011). Il turismo come fattore di crescita regionale: quali sfide di destination management?. In: Le Marche oltre la crisi. Quale possibile percorso di sviluppo. Un approccio integrato per il futuro. Franco Angeli, Milano: 62- 72, 1, 4 febbraio 2011, Ancona,
32. T. Pencarelli, M. Cioppi (2008). La comunicazione di marketing nelle piccole e medie imprese: alcune evidenze empiriche. In: Atti del VII Congresso Internazionale Marketing Trends. 1- 25, 17-19 Gennaio 2008, Venezia,
33. Simone Splendiani, Tonino Pencarelli, Mauro Dini (2011). Tourism Enterprises and Sustainable Tourism:empirical evidence from the Province of Pesaro Urbino. In: 14th Toulon-Verona/ICQSS Conference "Excellence in services". 1-2-3 settembre 2011, Alicante,
34. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Elisa Nobili (2011). Il comportamento strategico delle piccole imprese in tempo di crisi: evidenze empiriche dalla Provincia di Pesaro-Urbino. In: I processi innovativi nelle piccole imprese. Le sfide oltre la crisi. 16-17 settembre 2011, Urbino,
35. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani (2011). Imprese turistiche e sostenibilità: evidenze empiriche dalla Provincia di Pesaro Urbino. In: Aziende di servizi e servizi per le aziende. La ricerca di un percorso sostenibile per superare la crisi. 13-14 ottobre 2011, Perugia,
36. Tonino Pencarelli (2011). Il turismo nell'economia terzariata. MICROIMPRESA (ISSN: 1590-0797), 90- 140 26;
37. Tonino Pencarelli (1990). Aspetti della gestione dei crediti commerciali. Clua, Edizioni, Ancona: p. 5- 284,
38. T. PENCARELLI (2011). Il branding territoriale e dei beni culturali. In: Economia, cultura e territorio. Edizioni Università Macerata, MACERATA: 27- 43, 1, 7 dicembre 2010, Fermo,
39. T. PENCARELLI; FORTEZZA F (2010). Il marketing delle esperienze fra specificità e tendenze evolutive. Il caso Wish Days. In: PROCEEDINGS 9TH INTERNATIONAL CONGRESS "MARKETING TRENDS". VENEZIA,
40. PENCARELLI T; F. FORLANI (2004). "I Sistemi Turistici Locali nella Provincia di Pesaro e Urbino: luci ed ombre". PRISMA (ISSN:null), 29;
41. PENCARELLI T; S. SPLENDIANI (2010). Il governo delle destinazioni turistiche in una prospettiva di sostenibilità. Profili concettuali ed evidenze empiriche. In: 9th International Conference Marketing Trends. 21-23 GENNAIO, VENEZIA,
42. PENCARELLI T; S. SPLENDIANI (2009). Risorse immateriali nel turismo: il ruolo del Destination Brand. In: CONVEGNO AIDEA. 24,25 SETTEMBRE, ANCONA,
43. T. Pencarelli, E. Savelli, S. Splendiani (2008). Strategic Awareness and Growth Strategies in Small Sized Enterprises (SEs). 18-19 ottobre 2008, Firenze (Italia),
44. PENCARELLI T; SPLENDIANI S. (2009). The Role of Brands in Dialectical Relationships Between Destination and Tourist Products. In: A.FYALL; M.KOZAC; L.ANDREU; J.GNOTH; S.SIBILA LEBE (A CURA DI) Marketing Innovations for Sustainable Destinations. Goodfellow Publishers, 271- 285, 15
45. PENCARELLI T; S. SPLENDIANI (2010). Il Destination Brand e le politiche di Destination Branding. In: PENCARELLI T.A CURA DI. MARKETING E MANAGEMENT DEL TURISMO. EDIZIONI GOLIARDICHE, TRIESTE:
46. PENCARELLI T; S. SPLENDIANI (2010). Il governo "sostenibile" delle Destinazioni Turistiche. In: PENCARELLI T.. MARKETING E MANAGEMENT DEL TURISMO. EDIZIONI GOLIARDICHE, TRIESTE:

47. T. Pencarelli, E. Savelli, S. Splendiani (2010). Il ruolo della consapevolezza strategica nei processi di crescita delle PMI. Riflessioni teoriche ed evidenze empiriche. PICCOLA IMPRESA (ISSN:0394-7947), 13- 42 30 1;
48. T. Pencarelli, E. Savelli, S. Splendiani (2009). Strategic Awareness and Growth Strategies in Small Enterprises. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS and ECONOMICS (ISSN: 1543-1614), 81- 98 18 8;
49. PENCARELLI T.; FORLANI F (2006). Il marketing dei prodotti tipici nella prospettiva dell' economia delle esperienze. In: in Collese Umberto, Andreani Jean-Claude (a cura di), "Atti del V Congresso Internazionale Marketing Trends, Venezia, Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale, Università Ca' Foscari Venezia. 1- 30, 20-21 Gennaio 2006, Venezia,
50. PENCARELLI T; BETTI D; CIOPPI M.; FORLANI F (2009). Destination branding. Il caso del brand Adriatico. In: the proceedings of 8 th International Conference Marketing Trends, 2009, Paris-Venice. 15-17 gennaio, 2009, Parigi,,
51. PENCARELLI T.; CIOPPI M. (2006). I processi di vendita ed il marketing delle PMI. In: Il marketing delle medie imprese leader di mercato. 24-25 Novembre, Parma,
52. PENCARELLI T.; FERRERO G (2009). Criticità e sfide strategiche del comparto nautico nella Provincia di Pesaro e Urbino. In: FORTEZZA FULVIO. LA NAUTICA DA DIPORTO: RETI PRODUTTIVE, RISORSE UMANE E SFIDE STRATEGICHE. IL COMPARTO NELLA PROVINCIA DI PESARO E URBINO. Franco Angeli, MILANO: 9- 18
53. PENCARELLI T.; SPLENDIANI S (2009). Il ruolo del brand nel rapporto dialettico tra destinazione e prodotti turistici. In: Pencarelli T., Gragori G.L.. Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche. Una prospettiva manageriale. Franco Angeli, MILANO: 82107,
54. PENCARELLI T.; CERQUETTI M; FORLANI F; MONTELLA M (2007). I sistemi turistici locali nelle province di Pesaro e Urbino e Macerata. In: SCIARELLI S.. Il management dei sistemi turistici locali. Strategie e strumenti per la governace. Giappichelli, TORINO: 315- 351,
55. PENCARELLI T. (2009). Il finanziamento dello sviluppo. In: DI BERNARDO B.; GANDOLFI V.; TUNISINI A.. Manuale di economia e gestione delle imprese. HOEPLI, Torino: 228- 246
56. PENCARELLI T.; FORLANI FABIO (2002). Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell'economia delle esperienze. SINERGIE (ISSN:0393-5108), 231- 277 58;
57. T. PENCARELLI (2010). MARKETING E MANAGEMENT DEL TURISMO. Goliardiche, TRIESTE: Vol. 1,
58. T. PENCARELLI; SPLENDIANI S (2010). Marketing museum networks: theoretical considerations and empirical evidence. In: INTERNATIONAL CONFERENCE QUALITY AND SERVICES SCIENCES. 2-4 SETTEMBRE 2010, COIMBRA,
59. T. PENCARELLI; SIMONE SPLENDIANI (2010). RISORSE IMMATERIALI NEL TURISMO. IL RUOLO DEL DESTINATION BRAND. In: LUCIANO MARCHI; STEFANO MARASCA A CURA DI. LE RISORSE IMMATERIALI NELL'ECONOMIA DELLE AZIENDE. IL MULINO, BOLOGNA: 323334, 2,
60. T. PENCARELLI; SIMONE SPLENDIANI; ELISA NOBILI (2010). Small Businesses Strategies in Times of Crisis: Empirical Evidence from the Province of Pesaro-Urbino. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & ECONOMICS (ISSN:1543-1614), 75- 81 VOL. 10, N.1;
61. T. PENCARELLI; PRETE D (2009). Brand Puglia: la percezione da parte dei turisti e degli intermediari commerciali. Le politiche promozionali regionali di sostegno. LE PAGINE DI RISPOSTE TURISMO (ISSN:null), 2;
62. T. PENCARELLI; S. NICOLAI (2008). Le politiche di marketing delle imprese balneari nella provincia di Pesaro-Urbino. LE PAGINE DI RISPOSTE TURISMO (ISSN:null), 1;

63. PENCARELLI T. (1987). Considerazioni su alcuni fattori di specificità della piccola impresa. STUDI URBINATI DI SCIENZE GIURIDICHE, POLITICHE ED ECONOMICHE (ISSN:11252073), b4;
64. PENCARELLI T. (1988). Prospettive della consulenza aziendale alle piccole imprese. Note a margine di un convegno. PICCOLA IMPRESA (ISSN:0394-7947), 3;
65. PENCARELLI T. (1984). Considerazioni sulla localizzazione delle piccole imprese. RIVISTA DEI DOTTORI COMMERCIALISTI (ISSN:0485-2281), 6;
66. PENCARELLI T. (1984). Il cash management ed i suoi limiti nel contesto italiano. IL RISPARMIO (ISSN:0035-5615),
67. PENCARELLI T. (1988). I 'tipi' dell'offerta di consulenza aziendale. IL GIORNALE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI (ISSN:1722-294X), 11;
68. PENCARELLI T. (1990). Il controllo finanziario dell'investimento in crediti commerciali". IL RISPARMIO (ISSN:0035-5615), 3;
69. PENCARELLI T. (1996). Strategie di networking nei percorsi esportativi di piccole e medie imprese distrettuali. ESPERIENZE D'IMPRESA (ISSN:1971-5293), 2;
70. PENCARELLI T. (1997). Confrontarsi per migliorare: la nuova sfida per le imprese locali. PRISMA (ISSN:null), 4/5;
71. PENCARELLI T.; CIVITARESE C (1999). Marketing tradizionale e relazionale nell'industria turistica. Verso un approccio integrato. ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO (ISSN: 1593-9464), 1;
72. PENCARELLI T. (1999). Politiche di marketing turistico. Il caso delle Marche. ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO (ISSN:1593-9464), 3;
73. PENCARELLI T. (2000). Le politiche di marketing dell'organizzazione turistica regionale nell'esperienza marchigiana. ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO (ISSN:1593-9464), 2;
74. PENCARELLI T. (2000). Rossi Dimension: un caso di crescita per linee esterne. SVILUPPO & ORGANIZZAZIONE (ISSN:0391-7045),
75. PENCARELLI T. (2001). L'analisi delle performance economiche e finanziarie delle agenzie di viaggio e turismo nelle Marche. PRISMA (ISSN:null), 19-20;
76. PENCARELLI T. (1991). L'interpretabilità dei bilanci alla luce della IV direttiva CEE. IL RISPARMIO (ISSN:0035-5615), 5;
77. PENCARELLI T. (1989). Credito mercantile e factoring. Nuovi approcci per la determinazione della convenienza economica dell'operazione di factoring. IL RISPARMIO (ISSN:0035-5615), 6;
78. T. PENCARELLI; M. CIOPPI (2009). La comunicazione di marketing nelle piccole imprese: alcune evidenze empiriche. PICCOLA IMPRESA (ISSN:0394-7947), 71- 98 28 1;
79. PENCARELLI T; SPLENDIANI S. (2008). Il governo delle destinazioni e dei prodotti turistici: analisi di alcune esperienze. MERCATI E COMPETITIVITÀ (ISSN:1826-7386), 91121 31 2;
80. PENCARELLI T. (2009). La performance strategica. In: DI BERNARDO B.; GANDOLFI V.; TUNISINI A.. Manuale di economia e gestione delle imprese. HOEPLI, TORINO: 1,
81. PENCARELLI T.; FORLANI F; BETTI D (2009). La marca turistica e territoriale. In: PENCARELLI T.; GREGORI G.. Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche. Una prospettiva manageriale. Franco Angeli, MILANO: 64- 81, 1,
82. PENCARELLI T. (2009). COMUNICAZIONE E BRANDING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. Una prospettiva manageriale. In: PENCARELLI T. GREGORI G.. Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche. Una prospettiva manageriale. Franco Angeli, MILANO: 15- 42, 28 1,

83. PENCARELLI T. (1992). Profili dell'imprenditorialità nella piccola impresa: imprenditori singoli e gruppi imprenditoriali. In: FERRERO G.. Struttura, strategia e processi innovativi nelle piccole imprese. LINT, TRIESTE: 1,
84. PENCARELLI T.; CINI D; SPLENDIANI S (2009). Quality and Value in University Services: the Experience of the Placement Service at the University of Urbino "Carlo Bo". In: 12th International QMOD and Toulon-Verona Conference on Quality and Service Sciences (ICQSS), Verona, 27-29 Agosto 2009. 27-29 agosto 2009, Verona,
85. PENCARELLI T. (1997). The Relationship between Tourism Distribution and Production in Italy and the Role of Public Tourist Organisation. In: 37th European Congress Regional Science Association, Roma, 26-29 agosto, 1997.
86. PENCARELLI T.; SPLENDIANI S (2009). The Role of Brands in Dialectical Relationships Between Destination and Tourist Products. In: 3th Advances in Tourism Marketing Conference, Bournemouth (UK), 6-9 Settembre 2009.
87. PENCARELLI T. (a cura di) (2009). Marketing e management dei servizi, di GRONROOS C., isedi, MILANO: 1,
88. PENCARELLI T. (a cura di) (2009). COMUNICAZIONE E BRANDING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE di Franco Angeli, MILANO: 1- 331
89. PENCARELLI T. (1986). I servizi reali alle imprese artigiane. 1
90. PENCARELLI T. (1986). Fabbisogno finanziario delle imprese artigiane e relative modalità di copertura nella Regione Marche e nel Comune di Fano. 1
91. PENCARELLI T. (2001). Internet e commercio elettronico nell'industria turistica marchigiana. 63, working paper Quaderni di Economia, Matematica e Statistica, 2001.
92. PENCARELLI T. (a cura di) (2007). Turismo nautico e porti turistici. Quali prospettive? di BETTI DANIELA; FABIO FORLANI; FULVIO FORTEZZA; TONINO PENCARELLI, quattroventi, URBINO
93. PENCARELLI T; FORLANI F. (2005). "MARKETING E MANAGEMENT DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. L'ESPERIENZA DI ALCUNI S.T.L. ITALIANI". In: ATTI DEL QUARTO CONGRESSO INTERNAZIONALE SULLE TENDENZE DEL MARKETING. 21-22 GENNAIO 2005, PARIGI,
94. PENCARELLI T. (2003). LETTURE DI ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE. EDIZIONI GOLIARDICHE, TRIESTE: p. 1- 375, Vol. 1,
95. PENCARELLI T. (1995). Piccola impresa, alleanze strategiche ed integrazione europea. ASPI/INS-EDIT, GENOVA: p. 374- 374, Vol. 1,
96. PENCARELLI T. (2000). MARKETING E PERFORMANCE NELL'INDUSTRIA TURISTICA. IL CALAMAI, ROMA: p. 304- 304, Vol. 1,
97. PENCARELLI T. (1995). I CIRCUITI FINANZIARI TRA LOCALISMI E GLOBALIZZAZIONE. GIUFFRÈ, MILANO: p. 206- 206, Vol. 1,
98. PENCARELLI T; FORLANI F. (2003). "Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell' economia delle esperienze" (versione ampliata). In: PENCARELLI T. A CURA DI. "Lecture di economia e management delle organizzazioni turistiche". Edizioni Goliardiche, UDINE:
99. PENCARELLI T. (1995). Il bilancio degli intermediari finanziari non bancari alla luce dell' adeguamento alla normativa CEE. In: CARRETTA A.. Gli intermediari finanziari non bancari. Egea, MILANO:
100. PENCARELLI T.; CIOPPI M (2008). I processi di vendita e il marketing nelle PMI. In: TUNISINI A.. Teorie e applicazioni di business marketing: comprendere i processi di mercato e modellare l'azione di management. Franco Angeli, MILANO: 124- 163, 40
101. PENCARELLI T. (1994). Aspetti dell'imprenditorialità delle imprese minori. In: AA.VV.. I processi innovativi nelle piccole imprese. LINT, TRIESTE:

102. PENCARELLI T. (1998). La contabilizzazione ed il bilancio delle società di leasing",. In: CARRETTA A.; DE LAURENTIS G.. Manuale del leasing, egea, MILANO:
103. PENCARELLI T. (1991). Le decisioni finanziarie sul credito commerciale" in C.Bisoni, B. Rossignoli (a cura di),. In: BISONI C.; ROSSIGNOLI B.. Letture di finanza aziendale. Giuffrè, MILANO:
104. PENCARELLI T. (2002). Family Firms and Buy out, in. In: SCHILLACI C.E.; FARACI R.. The Owership and governance of firms in transition: the Italian experience. GIAPPICHELLI, TORINO:
105. PENCARELLI T. (2006). Le finalità nel processo di formazione delle strategie delle imprese minori,. In: AA.VV.. Scritti in onore di I. Marchini, F. Angeli, Milano 2005. franco angeli, MILANO: 616- 640, 1,
106. PENCARELLI T.; BELLAGAMBA A; BRUNETTI F; VIGOLO V (2007). La letteratura italiana e internazionale sul Destination Management. In: SCIARELLI S.. Il management dei sistemi turistici locali. Strategie e strumenti per la governance. Giappichelli, TORINO: 30- 83, 1,
107. PENCARELLI T. (1996). Strategie relazionali di piccole imprese distrettuali",. In: AA.VV.. Validità del capitale di rischio e fattori di sviluppo delle piccole e medie aziende. Clueb, BOLOGNA:
108. PENCARELLI T. (1995). I circuiti finanziari locali nel finanziamento delle imprese distrettuali" (con G.Metallo). SINERGIE (ISSN:0393-5108), 36-37;
109. PENCARELLI T. (1993). L'analisi di bilancio delle aziende di factoring",. SINERGIE (ISSN: 0393-5108), 30;
110. PENCARELLI T. (1995). La valutazione economica degli accordi di cooperazione tra imprese. SINERGIE (ISSN:0393-5108), 38;
111. PENCARELLI T. (1993). Leveraged buy-out e processi di successione nelle aziende familiari. ECONOMIA & MANAGEMENT (ISSN:1120-5032), 5;
112. PENCARELLI T.; DINI L (1995). Teoria della struttura finanziaria e piccola impresa" PICCOLA IMPRESA (ISSN:0394-7947), 3;
113. PENCARELLI T.; SILVI F (2008). Ruolo delle fiere nelle politiche di marketing del comparto della nautica da diporto. ESPERIENZE D'IMPRESA (ISSN:1971-5293), 1;
114. PENCARELLI T.; GENTILI G (2005). Finanza e innovazione nelle politiche regionali: esperienze e proposte,. ESPERIENZE D'IMPRESA (ISSN:1971-5293),
115. PENCARELLI T. (1992). Riflessioni sulle possibili linee di sviluppo delle piccole imprese negli anni '90. SINERGIE (ISSN:0393-5108), 27;
116. PENCARELLI T. (2000). LA DIFFUSIONE DI INTERNET E DEL COMMERCIO ELETTRONICO NELL'INDUSTRIA TURISTICA NELL'ESPERIENZA DELLE IMPRESE ALBERGHIERE MARCHIGIANE. INDUSTRIA & DISTRIBUZIONE (ISSN:1591-6243), 20- 20
117. PENCARELLI T. (2000). APPUNTI PER UN NUOVO MODELLO DI GOVERNO DEI DISTRETTI TURISTICI. PRISMA (ISSN:null), 20- 20
118. PENCARELLI T. (2003). I rapporti interaziendali nelle reti turistiche: collaborazione e conflitto. ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO (ISSN:1593-9464), 2;
119. PENCARELLI T.; BETTI DANIELA; FORLANI FABIO (2005). L'attività di ricerca di informazioni per la scelta del prodotto turistico, Sinergie,. SINERGIE (ISSN:0393-5108),
120. PENCARELLI T.; RIZZO M (2005). Il mercato turistico tedesco: sfide ed opportunità per le imprese turistiche marchigiane. PRISMA (ISSN:null), 30;
121. PENCARELLI T. (2005). La valorizzazione dei prodotti tipici nell'economia delle esperienze. ESPERIENZE D'IMPRESA (ISSN:1971-5293),

122. PENCARELLI T.; D'ANGELO P (2007). A strategy of external growth (franchising) of a small web-based sports business in the U.S.A.. PICCOLA IMPRESA (ISSN:0394-7947), 117 2;
123. PENCARELLI T. (2003). Comunicazione pubblica e ruolo degli uffici per le relazioni con il pubblico (U.R.P.). PRISMA (ISSN:null), 47- 64 25;
124. PENCARELLI T; FORLANI F. (2004). “I Sistemi Turistici Locali nella Provincia di Pesaro e Urbino: luci ed ombre”. PRISMA (ISSN:null), 29;
125. PENCARELLI T.; BETTI D.; FORLANI F; OMOBONO S (2008). CREATION AND MANAGEMENT OF THE “ADRIATIC” BRAND: A COMMON OPPORTUNITY?. 247- 262, 70, Agronomski glasnik, Vol.70 No.3 Listopad 2008., 2008.

Tutto quanto dichiarato nel presente *Curriculum* corrisponde a verità ai sensi degli art. 2 e 4 della legge 15/1968 e degli artt. 1 e 2 del D.P.R. 403/1998. Il presente cv può essere usato esclusivamente per le finalità istituzionali del richiedente.

Tonino Pencarelli

Urbino, gennaio 2014