



*Italian scholars in tourism
research: progresses, challenges
and collaborations”*

Research group on Tourism, Urbino
“Carlo Bo” University



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



Urbino University Tourism
Research

Urbino University: tourism research group



Tonino Pencarelli
Full Professor
University of Urbino



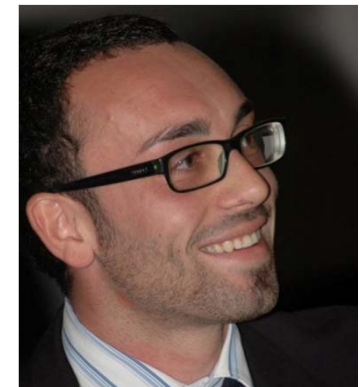
Marco Cioppi
Assistant Professor
University of Urbino



Fabio Forlani
Adjunct Professor
University of Urbino



Simone Splendiani
Assistant Professor
University of Perugia



Mauro Dini
PhD Student
University of Urbino



Tourism Management

- Tourism communication and destination branding
- Web marketing, web 2.0 tourism and social media marketing in the tourism destinations,
- Tourism and experience economy,
- Tourism and typical local products in the experience economy
- Nautical tourism and tourism resorts
- Marketing seaside entrepreneurs



Sustainable Tourism

Sustainable tourism:

- Sustainable tourism challenges for destinations;
- The role of environment certifications: the blue flags in Italy,
- The sustainable behavior of accommodations firms;
- The sustainable behavior of museum of the Marche region

Destination Management

- Tourism destination as a tourism district
- Tourism destination in a viable system perspective
- The concept of the destination in the domestic and international literature;
- Destination marketing in some regional areas: the case of Pesaro e Urbino and Macerata..

References

1. Tonino Pencarelli, Mara Cerquetti, Simone Splendiani (2013). La gestione sostenibile dei musei: profili concettuali ed evidenze empiriche dalla regione Marche. *ECONOMIA DEISERVIZI* (ISSN: 1970-4860), 3-28 26 1;
2. Tonino Pencarelli, Fulvio Fortezza (2013). Logiche di valorizzazione 2.0 dei luoghi edelle 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. 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- 102 614;
6. 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,
7. TONINO PENCARELLI, MIRELLA MIGLIACCIO, SIMONE SPLENDIANI AND FRANCESCA RIVETTI (2013). CREATIVITY AND INNOVATION IN TOURISM: THE ROLE OF EVENTS. *Tourism Marketing: On Both Sides of the Counter*. Cambridge Scholar Publishing , Newcastle: 241- 261, 21
8. 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/Orvieto,
9. 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, 41 1,
10. 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,

References/2

1. 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: Proceedings of the 1st Enlightening Tourism Conference 2012, Enzo Albano Editore, Napoli: 851- 874, vol. 2 , 13-14 Settembre, Napoli,
2. Tonino Pencarelli, Marco Cioppi, Simone Splendiani (2011). Web Communication nelTurismo: analisi dei portali turistici delle Regioni italiane. In: Corporate Governance and Strategic Communication. 1- 29, 10-11 novembre 2011, Milano, IULM,
3. 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,
4. 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 26 2;
5. 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,
6. 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, 38
7. 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),
8. 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,
9. 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,
10. 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,

References/3

1. Tonino Pencarelli (2011). Il turismo nell'economia terziarizzata. MICROIMPRESA (ISSN: 1590-0797), 90- 140 26;
2. PENCARELLI T; F. FORLANI (2004). "I Sistemi Turistici Locali nella Provincia di Pesaro e Urbino: luci ed ombre". PRISMA (ISSN:null), 29;
3. 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,
4. PENCARELLI T; S. SPLENDIANI (2009). Risorse immateriali nel turismo: il ruolo del Destination Brand. In: CONVEGNO AIDEA. 24,25 SETTEMBRE, ANCONA,
5. 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
6. 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:
7. PENCARELLI T; S. SPLENDIANI (2010). Il governo "sostenibile" delle Destinazioni Turistiche. In: PENCARELLI T.. MARKETING E MANAGEMENT DEL TURISMO. EDIZIONI GOLIARDICHE, TRIESTE:
8. 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,
9. 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,,
10. 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, Urbino University Tourism

References/4

1. 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 governance. Giappichelli, TORINO: 315- 351,
2. PENCARELLI T.; FORLANI FABIO (2002). Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell'economia delle esperienze. SINERGIE (ISSN:0393-5108), 231- 277 58;
3. T. PENCARELLI (2010). MARKETING E MANAGEMENT DEL TURISMO. Goliardiche, TRIESTE: Vol. 1,
4. 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,
5. 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;
6. 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;
7. 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; 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,
8. 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
9. PENCARELLI T. (2000). APPUNTI PER UN NUOVO MODELLO DI GOVERNO DEI DISTRETTI TURISTICI. PRISMA (ISSN:null), 20- 20
10. 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.

References/5

1. PENCARELLI T. (a cura di) (2009). COMUNICAZIONE E BRANDING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE di Franco Angeli, MILANO: 1- 331
2. PENCARELLI T. (2001). Internet e commercio elettronico nell'industria turistica marchigiana. 63, working paper Quaderni di Economia, Matematica e Statistica, 2001.
3. PENCARELLI T. (a cura di) (2007). Turismo nautico e porti turistici. Quali prospettive? di BETTI DANIELA; FABIO FORLANI; FULVIO FORTEZZA; TONINO PENCARELLI, Quattroventi, URBINO
4. 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,
5. PENCARELLI T. (2003). LETTURE DI ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE. EDIZIONI GOLIARDICHE, TRIESTE: p. 1- 375, Vol. 1,
6. PENCARELLI T. (2000). MARKETING E PERFORMANCE NELL'INDUSTRIA TURISTICA. IL CALAMAIO, ROMA: p. 304- 304, Vol. 1,
7. PENCARELLI T; FORLANI F. (2003). "Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell' economia delle esperienze" (versione ampliata). In: PENCARELLI T. A CURA DI. "Letture di economia e management delle organizzazioni turistiche". Edizioni Goliardiche, UDINE:
8. PENCARELLI T. (2003). I rapporti interaziendali nelle reti turistiche: collaborazione e conflitto. ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO (ISSN:1593-9464), 2;
9. PENCARELLI T.; BETTI DANIELA; FORLANI FABIO (2005). L'attività di ricerca di informazioni per la scelta del prodotto turistico, Sinergie,. SINERGIE (ISSN:0393-5108),
10. PENCARELLI T.; RIZZO M (2005). Il mercato turistico tedesco: sfide ed opportunità per le imprese turistiche marchigiane. PRISMA (ISSN:null), 30;

References/6

1. PENCARELLI T. (2005). La valorizzazione dei prodotti tipici nell'economia delle esperienze. ESPERIENZE D'IMPRESA (ISSN:1971-5293),
2. PENCARELLI T; FORLANI F. (2004). "I Sistemi Turistici Locali nella Provincia di Pesaro e Urbino: luci ed ombre". PRISMA (ISSN:null), 29;
3. 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;
4. PENCARELLI T. (1999). Politiche di marketing turistico. Il caso delle Marche. ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO (ISSN:1593-9464), 3;
5. PENCARELLI T. (2000). Le politiche di marketing dell'organizzazione turistica regionale nell'esperienza marchigiana. ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO (ISSN:1593-9464), 2;
6. 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;
7. 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,
8. 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,
9. 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.
10. Cioppi M., Forlani F, Pencarelli T., 2013, Web 2.0 e turismo, verso un nuovo paradigma di marketing o semplice revisione dei canali e delle tecniche di comunicazione?, Sistor, Rimini, 29-30 novembre



Tanks for your attention!

tonino.pencarelli@uniurb.it