

Curriculum vitae di Pencarelli Tonino

Laureato il 27 gennaio 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.

Nell'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 straniera dell'università di Urbino nell'a.a. 2010-2011

Attualmente insegna nell'Ateneo di Urbino Strategie d'impresa (incarico dal 2003-2004) ed Economia e gestione delle imprese (Scuola di Economia)

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 ad aprile 2018 è stato delegato per l'Ateneo di Urbino a curare stages, rapporti con le imprese e job placement

E' stato membro del collegio dei docenti del dottorato di ricerca in Economia e Management, ove ha svolto attività di docenza e tutorship; attualmente è tutor nel dottorato in Global studies.

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 <<Sinergie>> , <<Journal of Marketing Trends>>, <<Esperienze d'impresa>>.

Membro del comitato scientifico della rivista "Economia Agroalimentare" dal 2011 al 2015

Membro comitato scientifico rivista Prisma, Franco Angeli dal 01-01-2009 a oggi

Membro comitato scientifico Italian Commettee, Journal of Marketing Trends, dal 01-01-2011 a oggi

Membro comitato scientifico collana Gestione d'impresa, Franco Angeli, Milano, dal 01-01-2012 a oggi

Membro comitato scientifico collana Comunicazione d'impresa, Franco Angeli Milano, dal 01-01-2014 a oggi

Membro del comitato scientifico della collana marketing e management del turismo, Aracne editore, Roma, dal 2019

Membro del Comitato editoriale della rivista Mercati & Competitivà. Italian Journal of marketing, Franco Angeli, dal gennaio 2017 ad oggi

Membro del comitato editoriale della rivista The TQM Journal, Emerald, dal maggio 2019 ad oggi

Co-direttore della Rivista Il capitale Culturale. Studies on the value of cultural heritage, <http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/about/editorialTeam>, dal 2015 ad oggi.

Direttore responsabile della rivista Piccola impresa/small Business dal mese di aprile 2018 ad oggi

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.

Dal dicembre 2012 a ottobre 2015, è stato nuovamente membro del CDA dell'Università di Urbino.

Membro osservatorio turistico della regione Marche dal 01-01-2009 al 01-01-2014

Membro dell'osservatorio per la cultura della Regione Marche dal novembre 2017 fino a settembre 2020

Presidente Comitato scientifico ITS turismo Marche dal 01-07-2016 a oggi

Componente del Comitato scientifico progetto "Province del benessere" dal giugno 2016 a oggi

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>>.

Collaborazione con il dipartimento di scienza di base e fondamenti: matematica, informatica, fisica, chimica, epistemologia e storia della scienza dell'Università degli studi di Urbino "Carlo Bo", Urbino, nell'ambito del progetto ENA (Eco-design per la Nautica).

Dal dicembre 2009 è stato 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 Montefeltro Sviluppo.

E' stato Commissario straordinario Ente per il diritto allo studio (ERSU) di Urbino dal 19-10-2015 al maggio 2017.

Dal giugno 2017 a ottobre 2020 è stato vicepresidente Ente Regionale per il diritto allo studio (ERDIS) delle Marche.

Membro del comitato di Presidenza della Società italiana di marketing (SIM) dal 2012 al 2018.

Responsabile per la sezione <<Tourism and culture management>> della Società Italiana di management (SIMA) dal novembre 2018 ad oggi

Componente dell'organismo di Vigilanza di Marche Multi Servizi s.p.a. (secondo mandato, ora con funzioni di Presidente).

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.

E' docente fin dalla prima edizione del 2002 al master MIOS (Management innovativo delle organizzazioni sanitarie) e, a partire dal 2015, ai corsi di alta formazione manageriale per dirigenti sanitari, entrambi organizzati dall'Università di Urbino.

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;

Marketing e management delle destinazioni turistiche

Le strategie d'impresa

Le pubblicazioni scaturite dall'attività di ricerca scientifica sono riportate in allegato e fanno parte integrante del presente cv.

Pubblicazioni scientifiche TONINO PENCARELLI

1. Ali Taha, V., Pencarelli, T., Škerháková, V., Fedorko, R., & Košíková, M. (2021). The Use of Social Media and Its Impact on Shopping Behavior of Slovak and Italian Consumers during COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13(4), 1710.
2. Pencarelli T. (2020), Cultura e turismo: sfide per una nuova dialettica virtuosa nella prospettiva del wellness tourism, in *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, supplemento
3. Pencarelli, T., Gabbianelli, L., & Savelli, E. (2020). The tourist experience in the digital era: The case of Italian millennials. *Sinergie Italian Journal of Management*, 38(3), 165-190.
4. Dini M., Pencarelli T., (2020), *Le destinazioni di benessere per lo sviluppo turistico*, Franco Angeli, Milano
5. Tunisini A., Ferrucci L., Pencarelli T. (2020), *Economia e management delle imprese*, seconda edizione, Hoepli, Milano
6. Savelli E., Bravi L., Murmura F., Francioni B., Pencarelli T., (2020) PDO labels and food preferences: results from a sensory analysis, *British Food journal*, <http://dx.doi.org/10.1108%2FBJFJ-05-2020-0435>
7. Pencarelli T., Cioppi M., Splendiani S., Dini (2020). Web Communication for Tourist Destination. Analysis of Tourism Websites of the 28 Member States of the European Community. In: Pencarelli T. Cioppi M. Splendiani S. Dini M.. (a cura di): Foroudi P. Mauri C. Dennis C. Melewar T, Place Branding. Connecting tourist experiences to places. p. 244-267, London e New York:Routledge Taylor & Francis group, ISBN: 978-1-4724-5592-5
8. TONINO Pencarelli (2019). La rivoluzione digitale nel settore dei viaggi e delle vacanze: verso il turismo 4.0. In: (a cura di): Sergio Barile e Cristina Simone, *Industria 4.0. Tra suggestioni emergenti e soluzioni efficaci*. MANAGEMENT, ORGANIZZAZIONE,TECNOLOGIA, p. 239-275, ROMA:Nuova Cultura, ISBN: 9788833652542, ISSN: 2611-3260, doi: 10.4458/2542
9. Fabio Forlani, Tonino Pencarelli, Using the experiential approach in marketing and management: A systematic literature review, in *Mercati & Competitività. Italian Journal of Marketing*, n.3, Franco Angeli, Milano, doi 10.3280/mc3-2019oa8500
10. Linda Gabbianelli, Tonino Pencarelli (2019). The role of the electronic word-of-mouth in the hotel industry. In: *Exploring the power of the electronic word-of-mouth in the services industry*. p. 217-239, ISBN: 9781522585756
11. Linda Gabbianelli, Tonino Pencarelli (2019). Gli hotel e la gestione del passaparola on line : un'analisi empirica. In: *Management and sustainability: creating shared value in the digital era*. Fondazione CUEIM, Roma
12. Linda Gabbianelli, Tonino Pencarelli (2019). Marketing practices and management consulting firms: an empirical analysis. In: *Proceedings of 22nd Excellence in Services International Conference*. ISBN: 978-88-904327-9-8, Salonicco
13. Conti Emanuela, Massimiliano Vesci, Arja Lemmtyinen, Tonino Pencarelli (2019). Segmenting cultural consumers in the experiential perspective: does it make sense?. In: (a cura di): SIM Conference 2019, *Proceedings SIM Conference 2019*. p. 1-6, SIM Società Italiana Marketing, ISBN: 978-88-943918-3-1, Piacenza, 24-25 Ottobre 2019
14. Tonino Pencarelli, (2019), *Il turismo in Italia: il ruolo delle reti d'impresa per il rilancio del settore*. In *Scritti seri e semiseri in onore di Claudio Bacarani* - ISBN:978-88-921-1865-2 a cura di Bonfanti A., Brunetti F., Cassia F., Castellani P., Cobelli N., Giaretta E., Rossato C., Simeoni F., Testa F, Ugolini, M., Vigolo V.
15. Linda Gabbianelli, Tonino Pencarelli (2018). I fattori di scelta dei servizi professionali: il punto di vista delle imprese e delle società di consulenza. In: *Transformative business strategies and new patterns for value creation*. Fondazione CUEIM, ISBN: 97888943937-2-9, Venezia

16. Conti Emanuela, Tonino Pencarelli, Laura Piersanti (2019). Il brand UNESCO e la sostenibilità nella percezione dei turisti: il caso di Urbino. In: (a cura di): Sinergie-SIMA Annual conference, Proceedings Sinergie-SIMA 2019. p. 1-8, Roma:SIMA Società Italiana di Management, Roma - Università La Sapienza, 20-21 giugno 2019
17. Pencarelli, T., Ali Taha, V., Škerháčková, V., Valentiny, T., Fedorko (2020). Luxury Products and Sustainability Issues from the Perspective of Young Italian Consumers. SUSTAINABILITY, vol. 1, p. 1-25, ISSN: 2071-1050, doi: 10.3390/su12010245
18. Marco Cioppi, Ilaria Curina, Fabio Forlani, Tonino Pencarelli (2019). Online presence, visibility and reputation: a systematic literature review in management studies. JOURNAL OF RESEARCH IN INTERACTIVE MARKETING, ISSN: 2040-7122, doi: 10.1108/JRIM-11-2018-0139
19. Tonino Pencarelli, Linda Gabbianelli, Emanuela Conti (2019). SMEs and intercultural aspects of the customer care in the euro mediterranean area: some empirical evidences. INTERNATIONAL JOURNAL OF EURO-MEDITERRANEAN STUDIES, vol. 12, p. 135-166, ISSN: 1855-3362
20. Mauro Dini, Annalisa Sentuti, Tonino Pencarelli (2019). Socioemotional wealth, passaggio generazionale e sviluppo dell'impresa familiare. Analisi di un caso aziendale. SINERGIE, vol. 37, p. 243-268, ISSN: 0393-5108, doi: 10.7433/s108.2019.13
21. Pencarelli Tonino (2019). The digital revolution in the travel and tourism industry. INFORMATION TECHNOLOGY & TOURISM, p. 1-24, ISSN: 1098-3058, doi: 10.1007/s40558-019-00160-3
22. Tonino Pencarelli, Marco Cioppi, Ilaria Curina, Fabio Forlani (2019). The impact of Web 2.0 on the marketing processes of restaurant businesses. PICCOLA IMPRESA, vol. 1, p. 61-86, ISSN: 0394-7947, doi: 10.14596/pisb.302
23. E. Savelli, L. Bravi, F. Murmura, T. Pencarelli (2019). Understanding the consumption of traditional-local foods through the experience perspective: The case of the truffle.. BRITISH FOOD JOURNAL, vol. 121, p. 1261-1280, ISSN: 0007-070X, doi: 10.1108/BFJ-05-2018-0290
24. Conti E., VESCI, MASSIMILANO, Crudele C., Pencarelli T. (2019). Design-driven innovation, quality, and customer value in manufacturing companies. THE TQM JOURNAL, p. 1-19, ISSN: 1754-2731, doi: 10.1108/TQM-01-2019-0032
25. Gianluca Goffi, Magdalena Cladera, Tonino Pencarelli (2019). Does sustainability matter to package tourists? The case of large-scale coastal tourism. THE INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, vol. 21, p. 1-16, ISSN: 1522-1970, doi: 10.1002/jtr.2281
26. Pencarelli Tonino, Maria Gabriella Cuomo (2019). A systematic literature review on social media metrics, in Mercati & Competitività, Italian Journal of marketing, Franco Angeli
27. Pencarelli, Tonino, & Dini, Mauro (2018). Il ruolo del trade marketing nel rapporto tra agenzie di viaggio e tour operator, Micro Macro Marketing, n.3, Il Mulino
28. Pencarelli Tonino, Borzacchini Carlo, (2018) Collaborare per competere nel turismo: il ruolo del co-marketing per i tour operator, in Sinergie Italian Journal of management, n. 107
29. Pencarelli Tonino Prefazione al volume Destination management e pianificazione turistica territoriale. Casi ed esperienze in Italia 2017 Destination management e pianificazione turistica territoriale. Casi ed esperienze in Italia
30. Cuomo, M., Chierici, R., Foroudi, P., Tortora, D., Pencarelli, T., & Metallo, G. Sensory Brand Experience via Augmented Reality in the Italian fashion retailing system. A preliminary analysis 2017 Proceedings of the 12th Global Brand Conference of the Academy of Marketing
31. Pencarelli, T., & Conti, E. (2017). The value generation process in art restoration companies. *Journal of Marketing Trends (1961-7798)*, 4(2). 1961-7798

32. Tonino Pencarelli; Antonietta Caravelli Web marketing e social media nelle micro imprese artigiane della Basilicata 2017 2421-5724
33. Fulvio Fortezza; Tonino Pencarelli A comprehensive picture of the social media challenge for DMOs 2018 2156-6909
34. Tonino Pencarelli; Marco Cioppi; Ilaria Curina; Fabio Forlani Experience Logic: The New Challenge for Trade Fairs 2018 2366-8814 The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management
35. Pencarelli T., Škerháková V., Ali Taha V., Valentiny T FACTORS DETERMINING ITALIAN ONLINE SHOPPERS' PREFERENCE OF CASH ON DELIVERY: EMPIRICAL ANALYSIS 2018 2081-7452
36. Savelli, E., Bravi, L., Ferrero, G., Gabbianelli, L., Pencarelli, T. Food Attitudes and factors Affecting Food Behaviour of Italian College Students in a Grocery Context Total Quality Management & Business Excellence, 2018 1478-3363
37. Tonino Pencarelli, Viktória Ali Taha, Veronika Škerháková, Tomáš Valentiny Generational differences in CSR perception: focusing on Italian e-commerce market 2018 Management and the world in motion, challenges, opportunities and threats
38. M. Cioppi, I. Curina, T. Pencarelli, E. Savelli Opportunità e limiti nell'utilizzo del sito web in chiave esperienziale nel contesto dei centri commerciali . 2018 Convegno Sinergie-SIMA 2018 "Transformative business strategies and new patterns for value creation".
39. Tonino Pencarelli Prefazione 2018 E - Atmosphere e centri commerciali. Come il sito web influenza la fedeltà dei consumatori al format
40. Tonino Pencarelli Prefazione 2018 IL MARKETING DELLE ESPERIENZE TURISTICHE. UN MODELLO DI ANALISI E GESTIONE PER LE IMPRESE E I SISTEMI D'OFFERTA
41. Tonino Pencarelli, Francesca Maria Cesaroni, Paola Demartini Rinnovo nella continuità / Renewal in continuity 2018 0394-7947
42. Emanuela Conti; Fabio Forlani; Tonino Pencarelli The relationship between tourist's characteristics and tourist's behavior and the perceived experience of visiting an art city: evidence from Italy 2018 Conference Proceedings 2018 SIM CONFERENCE 2018
43. Emanuela Conti; Laura Baratin; Tonino Pencarelli Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale: verso un modello di gestione integrata 2018 Conference Proceedings 2018
44. Pencarelli Tonino Fabio Forlani (a cura di) (2018). The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. Di Pencarelli Tonino. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, Berlino:Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-881
45. Tonino Pencarelli, Marco Cioppi, Ilaria Curina, Fabio Forlani (2018). Experience Logic: The New Challenge for Trade Fairs. In: (a cura di): Tonino Pencarelli Fabio Forlani, The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, vol. VIII, p. 169-185, Milano:Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-8814, doi: 10.1007/978-3-319-77550-0_9
46. Fabio Forlani, Andrea Buratti, Tonino Pencarelli (2018). Experiential Perspective in Management Literature: A Systematic Review. In: (a cura di): Tonino Pencarelli Fabio Forlani, The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, vol. VIII, p. 15-42, Milano:Springer

- International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-8814, doi: 10.1007/978-3-319-77550-0_2
47. Tonino Pencarelli, Fabio Forlani (2018). Introduction to the Experience Logic: Key Concepts and Contents. In: (a cura di): Tonino Pencarelli Fabio Forlani, The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, vol. VIII, p. 1-12, Milano:Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-8814, doi: 10.1007/978-3-319-77550-0_1
 48. Tonino Pencarelli, Fabio Forlani (2018). Marketing in an Experiential Perspective: From “Goods and Service Logic” to “Experience Logic”. In: (a cura di): Tonino Pencarelli Fabio Forlani, The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, vol. VIII, p. 43-67, Milano:Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-8814, doi: 10.1007/978-3-319-77550-0_3
 49. Tonino Pencarelli, Fabio Forlani, Mauro Dini (2018). Marketing of Traditional-Local Products in the Experience Logic Perspective. In: (a cura di): Tonino Pencarelli Fabio Forlani, The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, vol. VIII, p. 205-220, Milano:Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-8814, doi: 10.1007/978-3-319-77550-0_11
 50. Gian Luca Gregori, Tonino Pencarelli, Valerio Temperini, Simone Splendiani, Fabio Forlani (2018). Sustainable Management of Events in an Experiential Perspective. In: (a cura di): Tonino Pencarelli Fabio Forlani, The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, vol. VIII, p. 91-109, Milano:Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-8814, doi: 10.1007/978-3-319-77550-0_5
 51. Fulvio Fortezza, Tonino Pencarelli (2018). How Marketing Works in the Experience Economy: The Case of the Experience Gift Box Providers. In: (a cura di): Tonino Pencarelli Fabio Forlani, The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, vol. VIII, p. 111-123, Milano:Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-8814, doi: 10.1007/978-3-319-77550-0_6
 52. LINDA GABBIANELLI, TONINO PENCARELLI (2018). I servizi di consulenza manageriale: tendenze evolutive della domanda e dell’offerta. In: Paniccia P. Poggesi S. Evoluzioni nei servizi. Modelli ed Esperienze. CEDAM, ISBN: 9788813365479
 53. Fabio Forlani, Tonino Pencarelli (2018). The Tourist Offer of the Destination in an Experience Logic Perspective. In: (a cura di): Tonino Pencarelli Fabio Forlani, The Experience Logic as a New Perspective for Marketing Management. INTERNATIONAL SERIES IN ADVANCED MANAGEMENT STUDIES, vol. VIII, p. 71-89, Milano:Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-77549-4, ISSN: 2366-8814, doi: 10.1007/978-3-319-77550-0_4
 54. Fulvio Fortezza, Tonino Pencarelli (2018). A comprehensive picture of the social media challenge for DMOs. ANATOLIA AN INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH, vol. 0, p. 1-12, ISSN: 2156-6909, doi: 10.1080/13032917.2018.143975
 55. Gianluca Goffi, Lorenzo Masiero, Tonino Pencarelli (2018). Rethinking sustainability in the tour-operating industry: Worldwide survey of current attitudes and behaviors. JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, vol. 183, p. 172-182, ISSN: 0959-6526, doi: .org/10.1016/j.jclepro.2018.02.029
 56. Tonino Pencarelli, Mauro Dini (2017). La competitività delle destinazioni turistiche e l’analisi delle risorse: il caso del GAL Flaminia Cesano. In: (a cura di): EMILIO BECHERI - ROBERTO

- MICERA - ALFONSO MORVILLO, XXI Rapporto sul Turismo Italiano. p. 391-400, Rogiosi Editore, ISBN: 9788869502255
57. PENCARELLI, TONINO, GABBIANELLI, LINDA, CONTI, EMANUELA (2017). Business model e co-creazione del valore: il caso XELEXIA. In: Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società. ISBN: 97888907394-9-1, 15-16 giugno 2017
 58. Pencarelli Tonino (2017). Prefazione al volume Destination management e pianificazione turistica territoriale. Casi ed esperienze in Italia. In: Simone Splendiani. Destination management e pianificazione turistica territoriale. Casi ed esperienze in Italia. p. 9-13, Milano:Franco Angeli, ISBN: 978-88-917-5945-0
 59. Emanuela, Conti, Tonino, Pencarelli, Massimiliano, Vesci (2017). Museum visitors' profiling in the experiential perspective, value co-creation and implications for museums and destinations: an exploratory study from Italy. In: Proceedings of the Heritage, Tourism and Hospitality International Conference HTHIC 2017. p. 4-34, Amsterdam:Heritage, Tourism and Hospitality International Conference, ISBN: 978-951-29-6925-8, Pori (Finlandia), 27-29 Settembre 2017
 60. Maria Gabriella Mele, Alessandro Pagano, Tonino Pencarelli (2017). Partecipazione alle fiere B2B e ruolo dei social media: il caso Biesse. In: Atti del convegno SIM Bergamo 2017 IL Marketing di successo. Imprese, enti e persone. p. 1-7, ISBN: 978-88-907662-9-9
 61. CONTI, EMANUELA, PENCARELLI, TONINO (2016). Il ruolo strategico del design industriale nelle piccole e medie imprese. Il caso IFI S.p.a. In: The strategic role of industrial design in the creative and innovative processes of small and medium-sized enterprises. The case of IFI S.p.a.. ISBN: 978-2-490372-01-0, Torino, 22-23 settembre 2016
 62. Pencarelli Tonino (2017). Il marketing in prospettiva esperienziale: dalla "good logic" alla "experience logic". In: Tonino Pencarelli. (a cura di): Alberto Mattiacci Federica Ceccotti, Non c'è più il marketing di una volta. Scritti in ricordo di Gennaro Cuomo. vol. 1, p. 185-209, PADOVA:CEDAM, ISBN: 88-13-36220-X
 63. Emanuela Conti, Tonino Pencarelli (2017). Cultural Heritage Valorization through Citizen Participation. Evidence from Italy. JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM, vol. 15, p. 71-87, ISSN: 0972-7787
 64. Pencarelli T., Dini M. (2017). Il COMPARTO TERMALE ITALIANO: DOMANDA, SISTEMA DI OFFERTA E STRATEGIE COMPETITIVE. TURISTICA, vol. 1, p. 97-124, ISSN: 1974-2207
 65. Pencarelli Tonino, Cioppi Marco, Ferrero Giancarlo, Curina Ilaria (2017). La comunicazione web dei quartieri fieristici. SINERGIE, vol. 102, p. 205-226, ISSN: 0393-5108
 66. PENCARELLI, TONINO, CONTI, EMANUELA, SPLENDIANI, SIMONE (2017). The experiential offering system of museums: evidence from Italy. JOURNAL OF CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, ISSN: 2044-1266, doi: 10.1108/JCHMSD-02-2017-0009
 67. PENCARELLI, TONINO, CONTI, EMANUELA (2017). The value generation process in art restoration companies. JOURNAL OF MARKETING TRENDS, vol. 4, p. 97-108, ISSN: 1961-7798
 68. Goffi Gianluca, Pencarelli Tonino, Cladera Magdalena (2016). PACKAGE HOLIDAYS AND SUSTAINABILITY: THE TOURISTS' PERSPECTIVE. In: CONFERENCE PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM (ICOT2016)New Challenges and Boundaries inTourism: Policies, Innovations and Strategies. vol. 1, p. 185-199, Atene:InternationalAssociation forTourism Policy, ISBN: 978-618-81503-1-7, Napoli, 29 giugno, 2 luglio 2016
 69. Pencarelli Tonino, Cioppi Marco, Curina Ilaria, Forlani Fabio (2016). La visibilità online nel comparto retail. In: Atti del XIII Convegno Sim 2016 "Marketing & Retail nei mercati che cambiano". p. 1-9, ISBN: 978-88-907662-6-8, Cassino, 20-21 Ottobre 2016

70. Pencarelli Tonino, Fraboni Claudia, Splendiani Simone (2016). Il ruolo della Bandiera Arancione per la valorizzazione dei piccoli comuni dell'entroterra. *IL CAPITALE CULTURALE*, vol. 13, p. 391-420, ISSN:2039-2362, doi: <http://dx.doi.org/10.13138/2039-2362/1361>
71. Pencarelli Tonino, Cercquetti Mara, Splendiani Simone (2016). THE SUSTAINABLE MANAGEMENT OF MUSEUMS: AN ITALIAN PERSPECTIVE. *TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT*, vol. 22, ISSN: 1330-7533, doi: 10.20867/thm.22.1.6
72. Marco Cioppi, Ilaria Curina, Fabio Forlani, Tonino Pencarelli (2016). LA VISIBILITÀ ON-LINE DELLE IMPRESE ALBERGHIERE: UN POSSIBILE MODELLO DI MISURAZIONE. *PICCOLA IMPRESA*, vol. 1, p. 79-99,ISSN: 2421-5724, doi: 10.14596/pisb.233
73. Conti Emanuela, Pencarelli Tonino (2016). Trade Associations as Mediators between Designer Professionals, SMEs, and Regional Development. *INTERNATIONAL JOURNAL OF CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES*, vol. 3, p. 32-45, ISSN: 2309-6640
74. Conti Emanuela, Pencarelli Tonino (2016). Il ruolo della creatività e della cultura nelle strategie competitive sui mercati esteri: il caso Brandina Srl. In: (a cura di): Maria Rosaria Napolitano e Vittoria Marino, *CULTURAL HERITAGE E MADE IN ITALY CASI ED ESPERIENZE DI MARKETING INTERNAZIONALE*. vol. 1, NAPOLI:Editoriale Scientifica srl, ISBN: 978-88-6342-856-8
75. Pencarelli Tonino, Cioppi Marco, Forlani Fabio (2015). L'IMPATTO DEL WEB 2.0 SUL MARKETING DELLE PICCOLE IMPRESE ALBERGHIERE. *PICCOLA IMPRESA*, vol. 2, p. 11-32, ISSN: 0394-7947, doi: 10.14596/pisb.174
76. Pencarelli Tonino, Forlani Fabio, Dini Mauro (2015). Il marketing dei prodotti tipici locali nella prospettiva esperienziale. Il caso del tartufo.. *ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE*, vol. 2, p. 11-31, ISSN: 1126-1668, doi:10.3280/ECAG2015-002002
77. Articolo in rivista Pencarelli Tonino, Fraboni Claudia, Splendiani Simone (2015). Enhancement of the "Blue Flag" Eco-label in Italy: an empirical analysis. *ANATOLIA AN INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH*, vol. settembre, p. 1-10, ISSN: 2156-6909, doi: 10.1080/13032917.2015.1083206
78. Fulvio Fortezza, Tonino Pencarelli (2015). Potentialities of Web 2.0 and new challenges for destinations: insights from Italy. *ANATOLIA AN INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM AND HOSPITALITY*, vol. 26, p. 1-13, ISSN: 1303-2917, doi: 10.1080/13032917.2015.1040813
79. Selena Aureli, Fabio Forlani, Tonino Pencarelli (2015). Network brand management. Issues and opportunities for small-sized hotels. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES*, vol. 17, p. 19-34, ISSN: 1741-6264 11 2015
80. Pencarelli Tonino (2015). Storie di imprese e strategie. In: (a cura di): Masino G., *Dibattito su storie di imprese*. p. 23-35, Bologna:Tao Digital Library, ISBN: 978-88-98626-06-9, doi: 10.6092/unibo/amsacta/4294
81. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani (2015). Riflessioni conclusive, sfide manageriali e percorsi di ricerca per la comunicazione delle destinazioni balneari. In: (a cura di): Tonino Pencarelli, *Comunicare le destinazioni balneari. Il ruolo della bandiera blu in Italia*. p. 203-215, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788891713162
82. Tonino Pencarelli (2015). Comunicazione e branding per la valorizzazione delle destinazioni turistiche balneari,. In: (a cura di): Tonino Pencarelli, *Comunicare le destinazioni balneari. Il ruolo della bandiera blu in Italia*. vol. 1, p. 21-48, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788891713162
83. Tonino Pencarelli (2015). Introduzione. In: (a cura di): Tonino Pencarelli, *Comunicare le destinazioni balneari. Il ruolo della bandiera blu in Italia*.. vol. 1, p. 13-21, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788891713162
84. Tonino Pencarelli, Mauro Dini, Fabio Forlani (2015). MARKETING OF TRADITIONAL-LOCAL PRODUCTS IN THE EXPERIENTIAL PERSPECTIVE: THE CASE OF THE TRUFFLE MARKET . In: (a

- cura di): Demetris Vrontis, Yaakov Weber, Evangelos Tsoukatos, Amedeo Maizza, Contemporary Trends and Perspectives in Wine and Agrifood Management. vol. 1, p. 315-331, Eomed Press, ISBN: 9789963711307, Lecce, 16-17 gennaio 2015
85. Ferrero G., Gabbianelli L., Pencarelli T., Savelli E. (2015). Abitudini e comportamenti d'acquisto alimentari degli studenti universitari: prime evidenze empiriche. In: XII Convegno Annuale SIM - Il marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana. Torino, 22-23 ottobre 2015. p. 1-7, ISBN: 9788890766244
 86. Pencarelli Tonino, Conti Emanuela, Splendiani Simone (2015). The Museum Offering System from the Experiential Perspective: The National Gallery of the Marche Case Study. In: Heritage, Tourism and Hospitality International Conference 2015.. p. 178-191, Amsterdam:CLUE+ Research Institute, Vrije Universiteit Amsterdam, ISBN: 978-90-9029477-3, Amsterdam, 25-27 novembre 2015
 87. Pencarelli Tonino, Fraboni Claudia, Splendiani Simone (2015). Il ruolo della Bandiera Arancione per la valorizzazione dei piccoli comuni dell'entroterra. In: XXVII Convegno annuale di Sinergie Referred Electronic Conference Proceeding Heritage, management e impresa: quali sinergie?. SINERGIE, vol. 1, p. 488-511, VERONA:CUEIM, ISBN: 9788890739453, ISSN: 0393-5108, TERMOLI, Università degli Studi del Molise, 9-10 luglio 2015, doi: 10.7433/SRECP.2015.30 489
 88. Tonino Pencarelli, Agostini Alessandra (2015). NUOVI STRUMENTI PER COMPETERE NEL MERCATO GLOBALE DEL TURISMO: LE RETI D'IMPRESA. In: 4° Workshop I processi innovativi nelle piccole imprese.Re-positioning of SME's in the global value system. p. 1-22, Urbino:Dipartimento economia, società e politica, ISBN: 978-88-941227-0-1, Urbino, 24-25 settembre 2015
 89. Tonino Pencarelli, Emanuela Conti (2015). Il restauro di opere d'arte in Italia e il processo di creazione del valore. Evidenze empiriche dalla provincia di Pesaro e Urbino (Italia).. In: International Marketing Trends Conference. vol. 1, p. 1-23, ISBN: 9782953281125, Parigi, 22-25 gennaio 2015
 90. Tonino Pencarelli (a cura di) (2015). Comunicare le destinazioni balneari. Il ruolo della bandiera blu in Italia. vol. 1, p. 1-228, MILANO:Edizioni Franco Angeli, ISBN: 9788891713162
 91. Articolo in rivista Pencarelli Tonino, Simone Splendiani, Mauro Dini (2014). Sustainability-Oriented Yachting Enterprises: Theoretical Considerations and Empirical Evidence from the Marche Region (Italy). OXFORD JOURNAL, vol. 1, p. 13-27, ISSN: 1551-4498
 92. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Mauro Dini (2014). Eco-design e sostenibilità nella nautica da diporto: il caso della Regione Marche. SINERGIE, vol. 94, p. 97-114, ISSN: 0393-5108, doi: 10.7433/s94.2014.06
 93. Tonino Pencarelli, Giulia Festa (2014). La sigaretta elettronica in Italia: da Oceano blu a Oceano nero? il caso Smokie's. PICCOLA IMPRESA, vol. 2, p. 101-116, ISSN: 0394-7947, doi: 10.14596/pisb.161
 94. M. Cioppi, F. Musso, T. Pencarelli, E. Savelli (2014). Economic Crisis and SMEs' behavior: an Analysis on the Furniture Sector in Italy. INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC BEHAVIOR, vol. 4, p. 115-126, ISSN: 2069-5756
 95. 26 2014 Prefazione/Postfazione
 96. Giancarlo Ferrero, Tonino Pencarelli (2014). Prefazione a "La valorizzazione del Patrimonio culturale diffuso". In: Emanuela Conti. La valorizzazione del patrimonio culturale diffuso. Trento:Tangram Edizioni Scientifiche, ISBN: 9788864581262
 97. Tonino Pencarelli, Selena Aureli, Forlani Fabio (2014). Brand Manangement in the hotel industry: from company to network brand.Opportunities and limits of networking for small sized hotels. In: Society for global business & economics development. 13th International

- Conference of the Society for global business & economics development. p. 1305-1316, ANCONA:Università Politecnica delle Marche, ISBN: 9788890779572, Ancona, 16-18 luglio 2014
98. Pencarelli Tonino, Gabbianelli Linda (2014). INTERCULTURAL ASPECT OF CUSTOMER MANAGEMENT. In: (a cura di): Jaques Martin, 17th Toulon-Verona Conference "Excellence in Services". p. 1-18, Liverpool:John More University , ISBN: 9788890432743, Liverpool John Moore University , Thursday 28 – Friday 29 August 2014
 99. Tonino Pencarelli, Annalisa Tunisini, Luca Ferrucci (2014). Economia e management delle imprese. Strategie e strumenti per la competitività e la gestione aziendale. vol. 1, p. 1-557, MILANO:Editore Ulrico Hoepli, ISBN: 9788820363086
 100. 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, vol. 14, p. 97-102, ISSN: 1582-2559
 101. Tonino Pencarelli, Mara Cerquetti, Simone Splendiani (2013). La gestione sostenibile dei musei: profili concettuali ed evidenze empiriche dalla regione Marche. ECONOMIA DEI SERVIZI, vol. 1, p. 3-28, ISSN: 1970-4860
 102. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Mauro Dini (2013). Marketing e strategie competitive in un settore turbolento: il caso Eden Viaggi . MERCATI E COMPETITIVITÀ, vol. 3, p. 107-126, ISSN: 1826-7386
 103. Tonino Pencarelli, Andrea Buratti (2013). L'implementazione dei servizi in iGuzzini illuminazioni. SINERGIE, vol. 92, p. 159-189, ISSN: 0393-5108, doi: 10.7433/s92,2013.09
 104. T. Pencarelli, B. Francioni, L. Gabbianelli (2013). Factors driving consumer attitude and purchase intention towards hunting firearms in Italy. INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC BEHAVIOR, vol. 3, p. 85-102, ISSN: 2285-0430
 105. 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, vol. volume 5, ISSN: 1756-669X
 106. TONINO PENCARELLI, MIRELLA MIGLIACCIO, SIMONE SPLENDIANI AND FRANCESCA RIVETTI (2013). CREATIVITY AND INNOVATION IN TOURISM: THE ROLE OF EVENTS. In: (a cura di): Metin Kozak, Luisa Andreu, Juergen Gnoth, Sonja Sibila Lebe and Alan Fyall, Tourism Marketing: On Both Sides of the Counter. p. 241-261, Newcastle:Cambridge Scholar Publishing , ISBN: 9781443842594
 107. Pencarelli Tonino (2013). Processi di service management. In: (a cura di): Baglieri D. Dagnino GB Faraci R., Management dell'impresa. p. 321-354, TORINO:ISED I
 108. 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. (a cura di): Mariangela Franch, Umberto Martini, Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni. vol. 1, p. 219-240, Bologna: Società Editrice Il Mulino, ISBN: 9788815247582
 109. 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. (a cura di): Mariangela Franch, Umberto Martini, Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni. vol. 1, p. 367-399, Bologna: Società Editrice Il Mulino, ISBN: 9788815247582

110. Tonino Pencarelli (2013). Crisi d'impresa come squilibrio della formula strategica aziendale: una prospettiva sistemico vitale. In: (a cura di): Tonino Pencarelli, Le crisi d'impresa. Diagnosi, previsione e procedure di risanamento. vol. 1, p. 7-84, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788820420444
111. G. Ferrero, Tonino Pencarelli (2013). Prefazione. In: Elisabetta Savelli. Entertainment e centri commerciali: nuove opportunità di differenziazione experience-based p. 9-12, MILANO:FRANCO ANGELI EDITORE, ISBN: 9788820456870
112. 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: X Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing. Smart life. Dall'innovazione tecnologica al mercato. p. 1-15, ISBN: 9788890766213, Milano, 3-4 ottobre 2013
113. Tonino Pencarelli, Fulvio Fortezza (2013). Logiche di valorizzazione 2.0 dei luoghi e delle destinazioni turistiche: il caso Turismo Emilia Romagna . In: SIMmarketing. Smart life dall'innovazione tecnologica al mercato. p. 1-18, PRINGO, ISBN: 9788890766213, Milano Bicocca, 3-4 ottobre 2013
114. 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: AIDEA. The firms role in the economy. Does a growth oriented business model exists? . p. 1-27, Bari:Cacucci Editore , ISBN: 9788866112945, Lecce , 19-21 settembre 2013
115. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani, Mauro Dini (2013). Sustainability Oriented Yachting Enterprises: Theoretical Considerations and Empirical Evidence from Marche Region. In: (a cura di): Gupta Atul, 2013 Cambridge Business & Economics Conference . ISBN: 9780974211428, Cambridge UK, 2-3 luglio 2013
116. Tonino Pencarelli (a cura di) (2013). Le crisi d'impresa. Diagnosi, previsione e procedure di risanamento. Di -. vol. 1, p. 4-182, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788820420444
117. Pencarelli Tonino, Dini Mauro, Pacini Carla (2013). Attività di Ricognizione Gal Flaminia Cesano. vol. 1, p. 1-157
118. Tonino Pencarelli (2012). Il Destination branding nel governo strategico delle destinazioni turistiche. In: Marcello Sansone. Place management:città, territori marketing. vol. 1, p. 130-170, MILANO:Mc Graw Hill, ISBN: 9788838673474
119. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani (2012). Commercio e turismo: opportunità e sfide per le Marche. In: (a cura di): Gian Luca Gregori, Tonino Pencarelli, Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche. p. 321-343, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788820401863
120. Tonino Pencarelli, Fabio Valerio Bartolazzi (2012). Centri commerciali naturali e town centre management: opportunità e sfide per il commercio nei centri urbani. In: (a cura di): Gian Luca Gregori, Tonino Pencarelli,Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche. vol. 1, p. 246-286, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788820401863
121. 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. vol. vol. 2 , p. 851-874, NAPOLI:Enzo Albano Editore, ISBN: 9788889677889, Napoli, 13-14 Settembre
122. 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: (a cura di): Viviana Calzati, Paola de Salvo, CITTASLOW: il

- valore della lentezza per il turismo del futuro. vol. 1, p. 1-40, Verona:Sinergie journal/cueim, ISBN: 9788890739415, Perugia/Orvieto, 13-14 giugno 2012
123. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani (2012). Imprese turistiche e sostenibilità: evidenze empiriche dalla provincia di Pesaro e Urbino. In: AISRE Associazione Italiana di Scienze Regionali. (a cura di): AISRE Associazione Italiana di Scienze Regionali, Istituzioni, Reti Territoriali e Sistema Paese: la governance delle relazioni locali – nazionali. Roma, 13-15 settembre 2012
 124. 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. p. 5-412, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788820401863
 125. Tonino Pencarelli, Simone Splendiani (2011). Le reti museali come sistemi capaci di generare valore: verso un approccio manageriale e di marketing. IL CAPITALE CULTURALE, vol. 2, p. 227-252, ISSN: 2039-2362
 126. Tonino Pencarelli, Elisa Nobili (2011). La condizione dei lavoratori dipendenti nella provincia di Pesaro e Urbino. ESPERIENZE D'IMPRESA, p. 79-102, ISSN: 1971-5293
 127. TONINO PENCARELLI (2011). Il turismo nell'economia terziarizzata. MICROIMPRESA, vol. 26, p. 90-140, ISSN: 1590-0797
 128. Pencarelli Tonino, Bartolazzi Fabio Valerio (2011). Esperienze italiane di centri commerciali naturali: sfide strategiche e manageriali per la riqualificazione urbana (Italian experiences of "Natural Shopping Centers": strategic and managerial challenges for urban regeneration). MERCATI E COMPETITIVITÀ, vol. 4, p. 23-44, ISSN: 1826-7386, doi: 10.3280/MC2011-004004
 129. 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 60 2011
 130. Fulvio Fortezza, Tonino Pencarelli (2011). Experience marketing: specific features and trends. The Wish Days case study. JOURNAL OF MARKETING TRENDS, vol. 6 may, p. 57-69, ISSN: 1961-7798
 131. Emanuela Conti, Tonino Pencarelli (2011). La valutazione della performance strategica di una piccola impresa: il caso bartolucci francesco s.r.l.. PICCOLA IMPRESA, vol. 3 , p. 139-159, ISSN: 0394-7947
 132. 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. p. 223-228, PISA:PACINI EDITORE SPA, ISBN: 9788863153583
 133. 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. p. 367-404, BOLOGNA:Il Mulino, ISBN: 9788815234063
 134. T. PENCARELLI (2011). Il branding territoriale e dei beni culturali. In: Economia, cultura e territorio. vol. 1, p. 27-43, MACERATA:Edizioni Università Macerata, Fermo, 7 dicembre 2010 65 2011
 135. 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. vol. 1, p. 62-72, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788856840339, Ancona, 4 febbraio 2011
 136. 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. Urbino, 16-17 settembre 2011, ISBN: 9788885363564
137. 67 2011 Contributo in Atti di convegno
 138. 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. Perugia, 13-14 ottobre 2011
 139. Tonino Pencarelli, Marco Cioppi, Simone Splendiani (2011). Web Communication nel Turismo: analisi dei portali turistici delle Regioni italiane. In: -. Corporate Governance and Strategic Communication. Milano, IULM, 10-11 novembre 2011, p. 1-29
 140. PENCARELLI T, 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, vol. VOL. 10, N.1, p. 75-81, ISSN: 1543-1614
 141. 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, vol. 1, p. 13-42, ISSN: 0394-7947
 142. PENCARELLI T, SPLENDIANI S (2010). Il governo sostenibile delle Destinazioni Turistiche. In: PENCARELLI T.. MARKETING E MANAGEMENT DEL TURISMO. TRIESTE:Edizioni Goliardiche
 143. PENCARELLI T, 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. vol. 2, p. 323-334, BOLOGNA:Il Mulino, ISBN: 978-88-15-13927-6
 144. PENCARELLI T, SPLENDIANI S (2010). Il Destination Brand e le politiche di Destination Branding. In: PENCARELLI T.. MARKETING E MANAGEMENT DEL TURISMO. TRIESTE:Edizioni Goliardiche
 145. PENCARELLI T, SPLENDIANI S (2010). Il governo delle destinazioni turistiche in una prospettiva di sostenibilità. Profili concettuali ed evidenze empiriche. In: 9th International Conference Marketing Trends. VENEZIA, 21-23 GENNAIO
 146. T. PENCARELLI, SPLENDIANI S (2010). Marketing museum networks: theoretical considerations and empirical evidence. In: -. INTERNATIONAL CONFERENCE QUALITY AND SERVICES SCIENCES. COIMBRA, 2-4 SETTEMBRE 2010
 147. PENCARELLI T, FORTEZZA F (2010). Il marketing delle esperienze fra specificità e tendenze evolutive. Il caso Wish Days. In: PROCEEDINGS 9TH INTERNATIONAL CONGRESS MARKETING TRENDS, 2010,. VENEZIA
 148. T. PENCARELLI (2010). MARKETING E MANAGEMENT DEL TURISMO. vol. 1, TRIESTE:GOLIARDICHE, ISBN: 9788878730878
 149. T. PENCARELLI, M. CIOPPI (2009). La comunicazione di marketing nelle piccole imprese: alcune evidenze empiriche. PICCOLA IMPRESA, vol. 1, p. 71-98, ISSN: 0394-7947
 150. T. Pencarelli, E. Savelli, S. Splendiani (2009). Strategic Awareness and Growth Strategies in Small Enterprises. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & ECONOMICS, vol. 8, p. 81-98, ISSN: 1543-1614
 151. PENCARELLI T, 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, vol. 2

152. PENCARELLI T (2009). La performance strategica. In: DI BERNARDO B., GANDOLFI V., TUNISINI A.. Manuale di economia e gestione delle imprese. vol. 1
153. 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. vol. 1, p. 64-81, MILANO:Franco Angeli, ISBN: 978-88-568-1278-7
154. 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. p. 9-18, MILANO:Franco Angeli, ISBN: 978-88-568-0439-3
155. 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. p. 271-285, Goodfellow Publishers
156. PENCARELLI T. (2009). Il finanziamento dello sviluppo . In: DI BERNARDO B.; GANDOLFI V.; TUNISINI A.. Manuale di economia e gestione delle imprese. vol. 1, p. 228-246, TORINO:Hoeppli
157. PENCARELLI T, SPLENDIANI S (2009). Il ruolo del brand nel rapporto dialettico tra destinazione e prodotti turistici. In: Pencarelli T., Gregori G.L.. Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche. Una prospettiva manageriale. vol. 1, p. 82-107, MILANO:FrancoAngeli, ISBN: 978-88-568-1278-7
158. 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. vol. 1, p. 15-42, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788856812787
159. PENCARELLI T, SPLENDIANI S (2009). Risorse immateriali nel turismo: il ruolo del Destination Brand. In: CONVEGNO AIDEA. ANCONA, 24,25 SETTEMBRE
160. 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.
161. 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. ISBN: 9782953281125, Parigi,, 15-17 gennaio, 2009
162. 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.
163. PENCARELLI T (a cura di) (2009). Marketing e management dei servizi,. Di GRONROOS C.. vol. 1, MILANO:ISED
164. PENCARELLI T. (a cura di) (2009). COMUNICAZIONE E BRANDING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. Di -. vol. 1, p. 1-331, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788856812787
165. PENCARELLI T, SPLENDIANI S. (2008). Il governo delle destinazioni e dei prodotti turistici: analisi di alcune esperienze. MERCATI E COMPETITIVITÀ, vol. 2, p. 91-121, ISSN: 1826-7386
166. PENCARELLI T, S. NICOLAI (2008). Le politiche di marketing delle imprese balneari nella provincia di Pesaro-Urbino. LE PAGINE DI RISPOSTE TURISMO, vol. 1
167. 97 2008 Articolo in rivista
168. PENCARELLI T, SILVI F (2008). Ruolo delle fiere nelle politiche di marketing del comparto della nautica da diporto. ESPERIENZE D'IMPRESA, vol. 1, ISSN: 1971-5293

169. 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. p. 124-163, Milano:Franco Angeli, ISBN: 9788846492692
170. T. Pencarelli, E. Savelli, S. Splendiani (2008). Strategic Awareness and Growth Strategies in Small Sized Enterprises (SEs). In: 8th Global Conference on Business & Economics. ISBN: 9780974211459, Firenze (Italia), 18-19 ottobre 2008
171. 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. p. 1-25, ISBN: 9788890245923, Venezia, 17-19 Gennaio 2008
172. PENCARELLI T, SAVELLI E, SPLENDIANI S (2008). Strategic awareness and growth strategies in small sized enterprises (Ses). In: 8th Global Conference on Business & Economics,. Firenze, 18-19 ottobre 2008, ISBN: 978-0-9742114-5-9
173. PENCARELLI T, BETTI D, FORLANI F, OMOBONO S (2008). CREATION AND MANAGEMENT OF THE ADRIATIC BRAND: A COMMON OPPORTUNITY?. vol. 70, p. 247-262
174. 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, vol. 2, p. 1-17, ISSN: 0394-7947
175. 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. vol. 1, p. 315-351, TORINO:Giappichelli, ISBN: 9788834-875773
176. 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. vol. 1, p. 30-83, TORINO:Giappichelli, ISBN: 9788834-875773
177. PENCARELLI T (a cura di) (2007). Turismo nautico e porti turistici. Quali prospettive?. Di BETTI DANIELA, FABIO FORLANI, FULVIO FORTEZZA, TONINO PENCARELLI. vol. 1, ISBN: 978-88-392-0790-6
178. 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. vol. 1, p. 616-640, MILANO:Franco Angeli, ISBN: 88-464-7997-1
179. 108 2006 Contributo in Atti di convegno
180. 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. p. 1-30, ISBN: 9782953281125, Venezia, 20-21 Gennaio 2006
181. PENCARELLI T., CIOPPI M. (2006). I processi di vendita ed il marketing delle PMI. In: III Convegno annuale della Società Italiana Marketing. (a cura di): Società Italiana Marketing, Il marketing delle medie imprese leader di mercato. Parma, 24-25 Novembre
182. 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. Venezia, 20-21 gennaio 2006, vol. 1, p. 1-30, ISBN: 88-902459-0-5-978

183. 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.. p. 1-104
184. PENCARELLI T, BETTI DANIELA, FORLANI FABIO (2005). L'attività di ricerca di informazioni per la scelta del prodotto turistico, Sinergie,. SINERGIE, ISSN: 0393-5108
185. PENCARELLI T, RIZZO M (2005). Il mercato turistico tedesco: sfide ed opportunità per le imprese turistiche marchigiane. PRISMA, vol. 30

186. PENCARELLI T (2005). La valorizzazione dei prodotti tipici nell'economia delle esperienze. ESPERIENZE D'IMPRESA, ISSN: 1971-5293
187. PENCARELLI T, GENTILI G (2005). Finanza e innovazione nelle politiche regionali: esperienze e proposte,. ESPERIENZE D'IMPRESA, ISSN:1971-5293

188. 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. PARIGI, 21-22 GENNAIO 2005
189. PENCARELLI T, FORLANI F (2004). “I Sistemi Turistici Locali nella Provincia di Pesaro e Urbino: luci ed ombre. PRISMA, vol. 29
190. Pencarelli Tonino (2004). STUDIO/RICERCA DI FORME DI FINANZIAMENTO INNOVATIVE A SUPPORTO DELLO SVILUPPO DI ATTIVITA' DI RICERCA E DI TRASFERIMENTO TECNOLOGICO. In: Rapporto ricerca su Forme di finanziamento innovative a supporto dello sviluppo di attività di ricerca e di trasferimento tecnologico. Progetto Azione Implementing background for Innovation Technology del programma regionale di Azioni Innovative "Innovazione tecnologica e società dell'informazione per lo sviluppo dei distretti industriali della regione Marche".. p. 1-172
191. PENCARELLI T (2003). Comunicazione pubblica e ruolo degli uffici per le relazioni con il pubblico (U.R.P.). PRISMA, vol. 25, p. 47-64
192. PENCARELLI T (2003). I rapporti interaziendali nelle reti turistiche: collaborazione e conflitto. ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO, vol. 2, ISSN: 1593-9464
193. 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;. UDINE:Edizioni Goliardiche
194. PENCARELLI T. (2003). LETTURE DI ECONOMIA E MANAGEMENT DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE. vol. 1, p. 1-375, TRIESTE:Edizioni Goliardiche, ISBN: 9788888171500
195. PENCARELLI T, FORLANI FABIO (2002). Il marketing dei distretti turistici-sistemi vitali nell'economia delle esperienze. SINERGIE, vol. 58, p. 231-277, ISSN: 0393-5108
196. 124 2002 Contributo in volume (Capitolo o Saggio)
197. 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. TORINO:Giappichelli
198. PENCARELLI T (2001). L'analisi delle performance economiche e finanziarie delle agenzie di viaggio e turismo nelle Marche, PRISMA, vol. 19-20
199. PENCARELLI T (2001). Internet e commercio elettronico nell'industria turistica marchigiana. vol. 63
200. PENCARELLI T (2000). LA DIFFUSIONE DI INTERNET E DEL COMMERCIO ELETTRONICO NELL'INDUSTRIA TURISTICA NELL'ESPERIENZA DELLE IMPRESE ALBERGHIERE MARCHIGIANE. INDUSTRIA & DISTRIBUZIONE, p. 20, ISSN: 1591-6243128 2000

201. PENCARELLI T (2000). Le politiche di marketing dell'organizzazione turistica regionale nell'esperienza marchigiana. *ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO*, vol. 2, ISSN: 1593-9464/129 2000
202. PENCARELLI T (2000). Rossi Dimension: un caso di crescita per linee esterne. *SVILUPPO & ORGANIZZAZIONE*, ISSN: 0391-7045/130 2000
203. PENCARELLI T (2000). APPUNTI PER UN NUOVO MODELLO DI GOVERNO DEI DISTRETTI TURISTICI. *PRISMA*, p. 20
204. PENCARELLI T. (2000). *MARKETING E PERFORMANCE NELL'INDUSTRIA TURISTICA*. vol. 1, p. 304, ROMA:Il Calamaio
205. PENCARELLI T (1999). Politiche di marketing turistico. Il caso delle Marche. *ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO*, vol. 3, ISSN: 1593-9464
206. PENCARELLI T, CIVITARESE C (1999). Marketing tradizionale e relazionale nell'industria turistica. Verso un approccio integrato. *ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO*, vol. 1, ISSN: 1593-9464
207. PENCARELLI T (1998). La contabilizzazione ed il bilancio delle società di leasing",. In: CARRETTA A., DE LAURENTIS G.. *Manuale del leasing*. MILANO:EGEA
208. PENCARELLI T (1997). Confrontarsi per migliorare: la nuova sfida per le imprese locali. *PRISMA*, vol. 4/5
209. 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.
210. PENCARELLI T (1996). Strategie di networking nei percorsi esportativi di piccole e medie imprese distrettuali. *ESPERIENZE D'IMPRESA*, vol. 2, ISSN: 1971-5293
211. 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*.
212. PENCARELLI T (1995). I circuiti finanziari locali nel finanziamento delle imprese distrettuali" (con G.Metallo). *SINERGIE*, vol. 36-37, ISSN: 0393-5108
213. PENCARELLI T (1995). La valutazione economica degli accordi di cooperazione tra imprese. *SINERGIE*, vol. 38, ISSN: 0393-5108
214. PENCARELLI T, DINI L (1995). *Teoria della struttura finanziaria e piccola impresa"* (. *PICCOLA IMPRESA*, vol. 3, ISSN: 0394-7947
215. 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*.
216. PENCARELLI T. (1995). *Piccola impresa, alleanze strategiche ed integrazione europea*. vol. 1, p. 374, GENOVA:ASPI/INS-EDIT
217. PENCARELLI T. (1995). *I CIRCUITI FINANZIARI TRA LOCALISMI E GLOBALIZZAZIONE*. vol. 1, p. 206, MILANO:GIUFFRE', ISBN: 9788814054198
218. PENCARELLI T (1994). *Aspetti dell'imprenditorialità delle imprese minori*. In: AA.VV.. *I processi innovativi nelle piccole imprese*. TRIESTE:LINT
219. PENCARELLI T (1993). Leveraged buy-out e processi di successione nelle aziende familiari. *ECONOMIA & MANAGEMENT*, vol. 5, ISSN: 1120-5032
220. 147 1993 Articolo in rivista
221. PENCARELLI T (1993). L'analisi di bilancio delle aziende di factoring",. *SINERGIE*, vol. 30, ISSN: 0393-5108
222. PENCARELLI T (1992). *Riflessioni sulle possibili linee di sviluppo delle piccole imprese negli anni '90*. *SINERGIE*, vol. 27, ISSN: 0393-5108

223. 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. vol. 1, TRIESTE:LINT
224. PENCARELLI T (1991). L'interpretabilità dei bilanci alla luce della IV direttiva CEE. IL RISPARMIO, vol. 5, ISSN: 0035-5615
225. 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. MILANO:Giuffrè
226. PENCARELLI T (1990). Il controllo finanziario dell'investimento in crediti commerciali. IL RISPARMIO, vol. 3, ISSN: 0035-5615
227. Tonino Pencarelli (1990). Aspetti della gestione dei crediti commerciali. p. 5-284, Ancona:Clua, Edizioni, ISBN: 9788885902312
228. PENCARELLI T (1989). Credito mercantile e factoring. Nuovi approcci per la determinazione della convenienza economica dell'operazione di factoring. IL RISPARMIO, vol. 6, ISSN: 0035-561
229. PENCARELLI T (1988). I 'tipi' dell'offerta di consulenza aziendale. ILGIORNALE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI, vol. 11, ISSN: 1722-294X
230. PENCARELLI T (1988). Prospettive della consulenza aziendale alle piccole imprese. Note a margine di un convegno. PICCOLA IMPRESA, vol. 3, ISSN: 0394-7947
231. PENCARELLI T (1987). Considerazioni su alcuni fattori di specificità della piccola impresa. STUDI URBINATI DI SCIENZE GIURIDICHE, POLITICHE ED ECONOMICHE, vol. b4, ISSN: 1125-2073
232. PENCARELLI T (1986). I servizi reali alle imprese artigiane. vol. 1
233. PENCARELLI T (1986). Fabbisogno finanziario delle imprese artigiane e relative modalità di copertura nella Regione Marche e nel Comune di Fano. vol. 1
234. PENCARELLI T (1984). Considerazioni sulla localizzazione delle piccole imprese. RIVISTA DEI DOTTORI COMMERCIALISTI, vol. 6, ISSN: 0485-2281
235. PENCARELLI T (1984). Il cash management ed i suoi limiti nel contesto italiano. IL RISPARMIO, ISSN: 0035-5615

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, febbraio 2021