

Francesco Crisci, *Ph.D.*

CV Accademico - Gennaio 2021

1. Profilo sintetico	2
.....	
2. Sintesi del curriculum accademico	2
.....	
3. Distinzioni/Finanziamenti	3
.....	
4. Professional Affiliations/Academic Services	4
.....	
5. Attività didattica	4
.....	
(a) <i>Impegni didattici ufficiali (Università di Udine)</i>	4
(b) <i>Altri interventi</i>	5
(c) <i>Altri corsi (prima del 2011)</i>	5
.....	
6. Attività scientifica	6
.....	
7. Partecipazione Conferenze/Convegni	8
.....	
8. Programma di ricerca	11
.....	
9. Pubblicazioni	14
.....	
(a) <i>"Book/Book Chapter"</i>	14
(b) <i>"Journal Article"/"Manoscritti in preparazione"</i>	15
(c) <i>"Refereed Proceedings"</i>	16
(d) <i>"Research Report"</i>	19

1. Profilo sintetico

Francesco Crisci (Università di Udine: Laurea in Economia Aziendale, 2002 [*MA in Business and Economics*]; Dottorato di ricerca in Scienze Aziendali [*Ph.D. in "Management & Organization Studies"*, 2007]): Ricercatore e docente di Economia e Gestione delle Imprese (Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche-DIES) all'Università degli Studi di Udine. Nel 2005-2006, sono stato *research fellow* presso il CRG-PREG dell'Ecole Polytechnique di Parigi (attualmente, *École Polytechnique-Université Paris-Saclay*).

Informazioni personali/ Contatti istituzionali

ufficio: Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche (DIES), Università degli Studi di Udine, via Tomadini 30/A - 33100 Udine
recapiti telefonici: 0432.24.9333 (T), 339.7561331 (M), serendippo (skype nickname)
email: francesco.crisci@uniud.it
website: criticalmanagement.uniud.it,
https://www.researchgate.net/profile/Francesco_Crisci
language skills Italian (mother tongue), English, French

Research interests

La mia principale area di interesse scientifico riguarda le organizzazioni definibili **"knowledge intensive"** con particolare riferimento: al management delle organizzazioni artistico-culturali (nel caso di *visual e performing arts*); al ruolo della cultura, del design e della creatività nella competitività delle imprese e dei contesti territoriali (ad es.: nel c.d. "Made in Italy"); le dinamiche organizzative e gestionali dei laboratori di ricerca e delle organizzazioni *"science-based"* nella prospettiva della "Science and Technology Studies-STS" (ad esempio, nel settore delle *"life science"* e della biotecnologia). Nello specifico, i miei temi di ricerca attengono allo studio: dei processi produttivi e di *product design*; dei processi di innovazione e di cambiamento organizzativo; dei processi strategici e di *decision making/sensemaking*; del comportamento del consumatore nella prospettiva della *Consumer Culture Theory (CCT)*; delle implicazioni organizzative e strategiche della prospettiva *knowledge-based*.

Nelle mie ricerche adotto prevalentemente **metodi di indagine di stampo interpretativista** per le scienze sociali attraverso un approccio interdisciplinare tra scienze economiche (studi di organizzazione e management), sociologia, psicologia sociale e antropologia (approccio simbolico-culturale, etnometodologia, actor-network theory, prospettiva narrativa, semiotica interpretativa, studi del linguaggio).

2. Sintesi del curriculum accademico

dal 2009: **ricercatore di Economia e Gestione delle Imprese** (SECS-P/08), DIES, Università di Udine (**Assistant Professor of Management, Tenured**).

- dal 2019: all'interno del Consiglio di Corso di Studi di Economia e Commercio (DIES), delega ai progetti ERASMUS, studenti LT ("undergraduate").

2008: Assegnista di Ricerca/Post-doc position, Dipartimento di Scienze Economiche, Università di Udine.

2007: **Dottorato di Ricerca in Scienze Aziendali**, Università di Udine. Titolo della tesi di dottorato: “Il festival di Avignone: «*Un rêve que nous faisons tous*». Il racconto di un viaggio nella fabbrica della conoscenza artistica”.

2005-2006: Visiting Scholar, *Centre de Recherche en Gestion-Pôle de Recherche en Economie et Gestion* (CRG-PREG), École Polytechnique-Université Paris-Saclay (Paris, France); contatto: prof. Pierre-Jean Benghozi.

2003: Assegnista di ricerca, Dipartimento di Scienze Economiche, Università di Udine.

2002: Scuola di Metodologia della Didattica AIDEA, in collaborazione con Scuola Universitaria di Management d'Impresa (SUMI) e Consorzio Formazione Universitaria in Economia Aziendale (CUEA), Pinerolo.

3. Distinzioni/Finanziamenti

2014-2015, con L. Mizzau (Università di Modena e Reggio Emilia), Accordo di ricerca con **l'Associazione Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia**

2011, con A. Moretti e D. Collodi, Attività di accompagnamento e di coordinamento nell'organizzazione degli **“Stati Generali della Cultura”**, in collaborazione con la Direzione Cultura della Regione FVG

2009-2010, con A. Moretti e D. Collodi, Finanziamento Direzione Cultura della Regione Friuli Venezia Giulia. Progetto di ricerca: **“Osservatorio dello Spettacolo e della Cultura del Friuli Venezia Giulia”**.

2009-2011, con A. Moretti e D. Collodi, Finanziamento della Fondazione Aquileia. Progetto di ricerca: **Management Plan, Aquileia World Heritage Site (Italy)**.

2008, Assegno di ricerca, Facoltà di Economia, Università di Udine (in collaborazione con la Direzione Cultura della Regione Friuli Venezia Giulia). Progetto di ricerca: *“L'evoluzione del settore dello spettacolo dal vivo in Friuli Venezia Giulia: organizzazione, strategie, consumi culturali e gestione delle risorse”*.

2005-2006, *Research Fellow*, CRG-PREG (*Centre de Recherche en Gestion-Pôle de Recherche en Economie et Gestion*), École Polytechnique-Université Paris-Saclay, Paris, France

2004-2006, Borsa di dottorato triennale, Facoltà di Economia, Università di Udine.

2003, Assegno di ricerca, Facoltà di Economia, Università di Udine. Progetto di ricerca: *“L'impatto economico dell'Università di Udine sul territorio del Friuli Venezia Giulia”*.

2002, Borsa di Studio dell'Assessorato alla Cultura della Provincia di Gorizia. Progetto di ricerca: *“L'evoluzione dei modelli di gestione e dei sistemi di controllo nei Musei Provinciali di Gorizia”*.

4. Professional Affiliations/Academic Services

- EURAM, European Academy of Management
- EGOS, European Group of Organization Studies
- STS Italia, Società Italiana di Studi su Scienze e Tecnologia
- SIMktg, Società Italiana di Marketing
- SIMA, Società Italiana di Management
- AIDEA Accademia Italiana di Economia Aziendale

“Ad hoc” reviewer: EGOS Conference; EURAM Conference; Conferenza “Sinergie-Italia Journal of Management”; Studi Organizzativi; Mercati e Competitività

Other recent “academic services”:

- Member of the staff of “Local Organizing Committee”, XXVIII “Sinergie-Annual Conference” sul tema “Management in a Digital World: Decision, Production, Communication”, Udine, 9-10 giugno 2016
- external member/collaboration (“graduate students”), PhD in “Business Studies” (2012, 2013) and PhD in “Managerial & Actuarial Sciences-MAS” (2014, 2015), DIES
- dal 2007: oltre 200 tesi di laurea realizzate (CLT e CLM, “undergraduate and postgraduate” students) (<https://servizi.amm.uniud.it/CercaTesi/>)

5. Attività didattica

(a) Impegni didattici ufficiali (Università di Udine)

Corso di **“Economia e Gestione delle Imprese” (EGI)**, C.d.L. triennale in Economia Aziendale/Economia e Commercio, Università di Udine (Classe A-L), Polo Didattico Economico-Giuridico, sede di Udine: Autunno 2020 (su MS Teams), Autunno 2019, Autunno 2018, Autunno 2017, Autunno 2016, Autunno 2015, Autunno 2014 (9 CFU)

Corso di **“Management delle Organizzazioni Culturali” (MOC)**, Corso di Laurea Magistrale Interateneo in Archeologia e Culture dell’Antichità (curriculum Archeologico), Università di Udine e Università di Trieste (6 CFU)

Corso di **“Economia (e Management) per i Beni Culturali”** - Primavera 2020 (su MS Teams), Primavera 2019, Primavera 2018, Primavera 2017, Scuola Interateneo di Specializzazione in Beni Archeologici-SISBA (Università di Trieste, Università di Udine, Università Ca' Foscari di Venezia) (5 CFU).

Corso **“How Matter Matters”: La storia degli Oggetti (Digitali) negli Studi di Management e di Marketing**, Percorsi Alternanza Formazione-Lavoro (2019)/**Percorsi per le Competenze Trasversali e l’Orientamento-PCTO** (2020): Estate 2019; Estate 2020 (online) (12+18 ore), progetto in collaborazione con l’Ufficio Orientamento UniUD.

Corso di **“Economia e Gestione delle Imprese” (EGI)**, C.d.L. triennale in Economia Aziendale, Università di Udine, sede di Pordenone: Autunno 2009 (10 CFU); Autunno 2010 (9 crediti); Autunno 2011; Autunno 2012; Autunno 2013

Corso di **“Economia e Gestione delle Imprese Turistiche”** (EGIT, 6 crediti), C.d.L. in Scienze e Tecniche del Turismo Culturale, Università di Udine, Facoltà di Lettere e Filosofia - Primavera 2012; Autunno 2010; Autunno 2009; Primavera 2009; Autunno 2008

(b) Altri interventi

Lezione **“Sulle professioni culturali”**, a.a. 2020-2021, intervento-lezione all'interno del Corso di “Economia e Gestione dello Spettacolo”, C.d.L. Triennale Interateneo DAMS-Discipline dell'Audiovisivo, dei media e dello Spettacolo (docente: Rubina Romanello) (DIUM, Università di Udine e Università di Trieste), **Autunno 2020** (lezione 17/12/2020).

Lezione **“Materiality, Possession, and Sharing: Consumption in a Digital World”**, a.a. 2017-2018, Modulo “Industry 4.0 e Collaborative Economy: Challenges and Chances for Enterprises and Workers”, **Scuola Superiore dell'Università di Udine**

Lezioni su **“Marketing Theory & Digital Worlds”: possesso e lavoro immateriale del consumatore”**, Corso di “Marketing” (Docente: Raffaella Tabacco) C.d.L. in Economia Aziendale, Università di Udine, (sede di Pordenone) – **Primavera 2016**

Lezione/Intervento su **“Working Consumers e Teoria di Marketing”**, all'interno del Corso di “Marketing” (docente: Raffaella Tabacco), C.d.L. Triennale in Economia Aziendale, Università di Udine (Sede di Pordenone) (**Primavera 2014**).

- Seminario di **“Consumer Culture Theory (CCT): evoluzione di un programma di ricerca”**, Ciclo di seminari di “Marketing”, **PhD in “Business Studies”**, Università di Udine (Primavera 2013; Autunno 2012; Autunno 2011);
- Seminario **“Critical Management Studies”**, con Fabrizio Panozzo (Ca' Foscari University of Venice), **PhD in “Managerial & Actuarial Sciences-MAS”** (2014; 2015).

Lezione/Intervento su **“Rete e conoscenza: una introduzione all'economia della conoscenza (a partire dal “caso-design)”**, all'interno del corso di Strategia d'Impresa (docente: Cristiana Compagno), CdL Magistrale in Economia Aziendale, Università di Udine, Facoltà di Economia – Primavera 2012 (Lezione del 19/04/2012)

Lezione su **“L'arte del dubbio – La prova orale dei fenomeni organizzativi” (Note della lezione)**, all'interno del Corso di Organizzazione delle PMI (docente: Massimo Baù), C.d.L. in Economia Aziendale, Università di Udine, Facoltà di Economia (sede di Pordenone) – Primavera 2012 (Lezione del 28/03/2012).

(c) Altri corsi (prima del 2011)

Corso di **“Marketing Bancario”** (28 ore), Master per Operatore Bancario, Università di Udine, Facoltà di Economia - **Autunno 2010; Autunno 2007, 2008 e 2009**.

Corso di **“Economia e Gestione delle Imprese-Business Plan” (EGI-BP, 16 ore)**, Corso quinquennale per restauratori di beni librari, documentari e opere d'arte su carta, Scuola regionale di conservazione e restauro dei beni culturali di Villa Manin, Passariano di Codroipo (Primavera 2011).

Corso di **“Marketing 1”** (5 crediti), C.d.L. in Banca e Finanza, Università di Udine, Facoltà di Economia - Primavera 2006, 2007, 2008

“Narrazione & Management”, modulo didattico di Comportamento Organizzativo (con Daniel Pittino), C.d.L. Specialistica in Economia Aziendale, Facoltà di Economia, Università di Udine

Corso di **“Gestione, Organizzazione e Marketing delle aziende di spettacolo e degli eventi”**, (54 ore), Master in Programmazione, Economia e Gestione degli Eventi e delle Organizzazioni Artistiche (PEGES), Università di Udine (2006)

Corso di **“Business Planning per le organizzazioni culturali”** (12+12 ore, con Daniel Pittino), Master Gestione degli Eventi - Comunicazione e Organizzazione (GECO), Università di Udine (2005)

Corso di **“Strategia e Marketing dei Prodotti Culturali”** (collaborazione didattica/tutorship - in collaborazione con Andrea Moretti), C.d.L. in Economia e Gestione dei Beni e delle Attività Culturali (Egart), Facoltà di Lettere e Filosofia/Facoltà di Economia, Università Ca' Foscari di Venezia (2002, 2003, 2004, 2006)

6. Attività scientifica

Parte dei progetti sono riconducibili ad attività di ricerca istituzionale basata su convenzioni e accordi ufficiali di collaborazione connessi con l'ottenimento di finanziamenti (**cf. Sezione 3: Distinzioni/Finanziamenti**).

2020, Dicembre: Componente Tavolo di Lavoro regionale **“Creative Industries-La definizione delle strategie per il 2021-2027”**, gruppo di lavoro Università di Udine, Smart Specialization Strategy FVG, Agenzia Lavoro & Sviluppo Impresa FVG, Regione FVG.

dal 2019: Progetto di ricerca: **“Active Ageing and ‘virtual assistants’ in the incoming, IoT domestic system”**, Multidisciplinary Group on “Active Ageing”, Università di Udine. In collaborazione con Federico Costantini (DISG), Pier Luca Montessoro (DPIA) e Leopoldina Fortunati (DIMIF)

dal 2019: Membro dell'**Italian Distributed Ledger Technology Working Group** (also CINI working group on Blockchain), all'interno del programma di ricerca su: “Ontology and Practice for Developing Technological Things: Insights from the Field of Judiciary, Computer Crime and Digital Forensics”

dal 2018-in progress: **Progetto PRINCESS** - “Privacy and Human Rights in Cloud Forensics: Exploring the Potentials of Blockchain Technologies for the Management of Digital Evidence”, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Giuridiche e il Dipartimento Politecnico di Ingegneria e Architettura (Università di Udine): progetto in progress, sviluppato a partire da una proposta di PRIN (Bando 2017, in graduatoria ma non finanziato), in collaborazione con il CNR, Università di Bologna e Università di Milano.

- 2017-2018: partner scientifico progetto Università Ca' Foscari di Venezia, **“La Ricerca a Sostegno della Trasformazione Aziendale. Innovatori in Azienda - Creative Industries. Teatro, Ricerca, Innovazione. La Scena Digitale”**. *“Fondo Sociale Europeo-FESR POR 2014-2020”*, Obiettivo *“Investimenti a favore della crescita e dell’occupazione”*, Regione Veneto, Area Capitale Umano e Cultura-Formazione, Lavoro, Istruzione e Università, Cultura, Sport, Pari opportunità (rappresentante per l’Università di Udine)
- 2014-in progress: Gruppo di lavoro EURAM (2015, 2016, 2017, 2018, 2019), Standing Track 01_03 **“Institutional Change, Power, Resistance and Critical Management”**, SIG 01: Business for Society (B4S)
- 2014-2015: Progetto di ricerca su **“Analisi dell’evoluzione istituzionale e degli interventi di policy per la sostenibilità dell’industria audiovisiva del Friuli Venezia Giulia”**, in collaborazione con l’Associazione Fondo per l’Audiovisivo del FVG
- 2013-2015: Partecipante al **PRIN**, Programma di ricerca nazionale su **“Ricerca scientifica e competitività. Varietà delle forme di impresa, sistemi di supporto e dimensioni di performance”**. Responsabile Scientifico e Coordinatrice: Francesca Visintin, Università di Udine (Area 13)
- 2013-2015: Programma di Cooperazione Trans-frontaliera Italia-Slovenia 2007-2013, Progetto **“Pratiche di conservazione del patrimonio architettonico - PRATI-CONS”**. Lead partner: Dipartimento di Storia e Tutela dei Beni Culturali, Università di Udine
- 2014: Laboratorio/Intervento su **“Destination Branding: un approccio etico alle pratiche di marketing”**, “Fu-Turismo - Laboratorio sul turismo, destinazione Gemona”, Laboratorio Internazionale della Comunicazione, “progettoItalia 2014”, 8 Agosto, Gemona del Friuli.
- 2013-2105: Gruppo di Studio e di Attenzione **GSA-AIDEA** (Accademia Italiana di Economia Aziendale) su **Management, arti e culture**, coordinatori Luca Zan (Università di Bologna) e Luigi Maria Sicca (Università Federico II di Napoli) (progetto biennale)
- 2011-2012: Direzione Cultura della Regione Friuli Venezia Giulia, intervento di **“Analisi delle giornate di incontro dedicate agli Stati Generali della Cultura in FVG”**
- 2011: Intervento su **“Organizzazioni culturali: sostenibilità gestionale e sviluppo di reti”**. Incontri su “Cultura Management e Territorio-Arts & Economics”, in collaborazione con Istituto Regionale Studi Europei e Centro Iniziative Culturali Pordenone (**Invited speaker**).
- 2011: Laboratorio/Lezione su **“Cultural Festival Consumers? Siamo diventati tutti consumatori di festival culturali?”**, in occasione del XXV International Workshop “Curiosi del territorio 2011/Stage internazionale per operatori turistico culturali”, Pordenone 4-25 settembre, Istituto Regionale di Studi Europei del FVG e “pordenonelegge.it” (**Invited speaker**)
- 2010-2012: partecipante al **PRIN**, progetto di ricerca nazionale su “Innovation and globalization: success strategies of Italian firms in emergent markets - An inter-industry comparison”. Responsabile Scientifico e Coordinatore: Andrea Moretti, Università di Udine (Area 13)

- 2010-2011: Gruppo di Studio e di Attenzione **GSA-AIDEA** (Accademia Italiana di Economia Aziendale) su **“Politiche e management del Patrimonio Culturale nelle diverse prospettive del valore. Strumenti e metodi di misurazione e valutazione”**, progetto di ricerca biennale di carattere nazionale.
- 2008-2011: Direzione Cultura-Regione Friuli Venezia Giulia e in collaborazione con il progetto nazionale **ORMA** (Osservatorio delle risorse e dei mercati dell’arte), **“Osservatorio della Cultura e dello Spettacolo del Friuli Venezia Giulia”**
- 2009-2011: Fondazione Aquileia, **“Management Plan di Aquileia WHS”**.
- 2009-2012: ricerca-azione in collaborazione con il Centro Servizi e Spettacoli-Teatro stabile di innovazione del Friuli Venezia Giulia. Titolo dell’intervento: **“Teatro Contatto’ and online community of consumption. Brand Meaning and interpretative cooperation in aesthetic experiences”**
- 2007-2010/2013-2014: indagine etnografica del Festival “vicino/lontano” e del “fenomeno letterario” di Tiziano Terzani. Titolo del progetto: **“Through the Looking-Glass, and What a Brand Community Found There: Articulating the Meanings of Tiziano Terzani’s Culture of Consumption”**
- 2006: Città di Udine, Dipartimento Politiche Sociali, Educative e Culturali, realizzazione del Management plan/Business plan per l’ipotesi di costituzione della **“Fondazione Udine Musei: trasformazione istituzionale e processi di change management dei Musei della Città di Udine”**
- 2005-2006: partecipante **PRIN**, progetto di ricerca nazionale su **“Innovation and Knowledge Management: an inter-sector comparison”**, componente dell’unità di ricerca locale, Università di Udine
- 2004: partecipante **PRIN**, progetto di ricerca nazionale su **“Decision support systems for integrated river basin planning: state of the art and open issues”** (con Antonio Massarutto e Daniel Pittino, Università di Udine: progetto, parzialmente finanziamento dal MIUR, fondativo del filone di studi denominato **“Emergency Management”**)
- Maggio-Luglio, 2005; Luglio, 2006-2007-2008: (fase interpretativa in corso: 2010-2014) indagine etnografica del **“Festival d’Avignon”**, Avignon (France); visiting fellow del centro di ricerca della **“Maison Jean Vilar”**, Avignon

7. Partecipazione Conferenze/Convegni

2020:

- Castellanza (VA), October: XVII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIMktg) - “Il Marketing per una società migliore”, Università LIUC (**online conference**).
- Pisa, September: XXXII Sinergie-SIMA (Italian Management Association) Annual Conference, “Grand Challenges: companies and universities working for a better

society”, University of Pisa/Sant’Anna School of Advanced Studies (**online conference**).

2019:

Piacenza (VA), October: XVI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIMktg) - “Le sfide della multicanalità”, Università di Piacenza
Venezia, 23-26 June: 15th International Conference on Arts and Cultural Management- AIMAC 2019, Ca’ Foscari University of Venice
Roma, 20-21 June: XXXI Sinergie-SIMA (Italian Management Association) Annual Conference, “Management and sustainability: Creating shared value in the digital era”, Sapienza University of Rome.

2018:

Bari, 18-19 Ottobre: XV Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIMktg) - “I Percorsi identitari nel Marketing”, Università di Bari “Aldo Moro”
Venezia, 19 Giugno: Convegno “Teatro, Ricerca, Innovazione. La scena digitale”. Università Ca’ Foscari, progetto “**La Ricerca a Sostegno della Trasformazione Aziendale. Innovatori in Azienda - Creative Industries. Teatro, Ricerca, Innovazione. La Scena Digitale**”, “Fondo Sociale Europeo-FESR POR 2014-2020”.
Venezia, 14-15 Giugno: XXX Sinergie-SIMA Annual Conference, “*Transformative business strategies and new patterns for value creation*”, Ca’ Foscari University, Department of Management
Udine, 6 Marzo: Giornata di Studi - *Lingua e linguaggi, oggi. Testi, messaggi e ricezione*, Dipartimento di Studi Umanistici e del Patrimonio Culturale, Università di Udine, **invited speaker**: «La dimensione testuale nello studio del management: la “Critical Management Education”»

2017:

Bergamo, 26-27 Ottobre: XIV Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIMktg) - “Il marketing di successo. Imprese, enti e persone”, Università di Bergamo
Glasgow, 21-24 June: EURAM 2017, “Making Knowledge Work”, University of Strathclyde-Business School
Napoli, 15-16 Giugno: Sinergie-SIMA Annual Conference, “Value Co-Creation: Management Challenges for Business and Society”, Università Federico II di Napoli

2016:

Brunico, 14-17 Dicembre: Consumer Behavior in Tourism Symposium (CBTS 2016), and Consumer Psychology of Tourism, Hospitality, and Leisure Research Symposium (CPTHL 2016), Competence Centre in Tourism Management and Tourism Economics (TOMTE), Free University of Bozen/Bolzano.
Cassino, 20-21 Ottobre: XIII Convegno annuale Società Italiana di Marketing (SIMktg) - Marketing e Retail nei mercati che cambiano, Università di Cassino e del Lazio Meridionale
Lille, 6-8 July: Consumer Culture Theory Conference-CCTC, “Vive La Révolution”, Université de Lille and SKEMA Business School
Udine, 9-10 Giugno: XXVIII Sinergie Annual Conference, “Management in a Digital World: Decisions, Production, Communication”, Università di Udine

Paris, 1-4 June: EURAM 2016, "Manageable Cooperation", UPEC-Université Paris-Est Créteil Val de Marne

2015:

Verona, 9 dicembre: "Quale futuro per le imprese europee nella quarta rivoluzione industriale", MFE-GFE, Movimento Federalista Europeo, Università di Verona (invited speaker)

Torino, 22-23 ottobre: XII Convegno annuale Società Italiana di Marketing (SIMktg) - "Il Marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana", Università di Torino

Lecce, 23-26 settembre: ArtLab15 - Territori, cultura, innovazione, in collaborazione con Fondazione Fitzcarraldo

Termoli, 9-10 luglio: XXVII Convegno Sinergie, "Heritage, management e impresa: quali sinergie?", Università del Molise

2014:

Lecce, 24-27 settembre: ArtLab14 - Territori, cultura, innovazione, seminario/incontro "I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement", in collaborazione con Fondazione Fitzcarraldo.

Modena, 18-19 settembre: XI Convegno della Società Italiana di Marketing (SIMktg) - Food marketing. Mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marketing, Università di Modena e Reggio Emilia

Milano, 12-14 giugno: 5° Convegno di STS Italia (Società Italiana di Studi sulla Scienza e la Tecnologia), A Matter of Design. Making Society through Science and Technology, Politecnico di Milano

Udine, 27-28 marzo: WOA 2014 (Workshop Studiosi di Organizzazione Aziendale) - Organising for growth: theories and practices, Università di Udine.

2013:

Venezia, 21-23 novembre: CultVenezia - Salone Europeo della Cultura, in collaborazione con ExpoVenice e "veneziepost".

Lecce, 24-28 settembre: ArtLab13 - Territori, cultura, innovazione, seminario/incontro "Nuove competenze e fabbisogni formativi per il management di imprese culturali e industrie creative", in collaborazione con Fondazione Fitzcarraldo.

Lecce, 19-21 settembre: Convegno del Bicentenario Accademia Italiana di Economia Aziendale - AIDEA (revisore per la sessione "Processi di marketing e processi di mercato"; partecipante alla sessione "Patrimonio culturale e creazione di valore").

Milano, 3-4 ottobre: X Convegno della Società Italiana di Marketing (SIMktg) - Smart life. Dall'innovazione tecnologica al mercato, Università Bicocca.

2012:

Venezia, 23-25 novembre: Salone Europeo della Cultura, in collaborazione con NordestEuropa.it

Lecce, 22-29 settembre: ArtLab2012 - Dialoghi intorno al management culturale, in collaborazione con Fondazione Fitzcarraldo

8. Programma di ricerca

I progetti di ricerca attualmente in corso sono riconducibili a **tre macro-filoni di indagine**:

- (A) “Social Research Methods” & “Knowledge-Based view of the Firm”;
- (B) “Institutions & Networks, Innovation/“Narrating the Organization”;
- (C) “Marketing Research and Consumer Behaviour”.

Temi di ricerca (nella prospettiva dei **“Critical Management Studies-CMS”**):

1. studio dei processi produttivi, di *product design* e ai processi di innovazione in una logica di cambiamento organizzativo e istituzionale;
2. analisi dei processi di *sensemaking* collegati alle implicazioni organizzative e strategiche della prospettiva *knowledge-based*;
3. superamento del rapporto tra *agency* e *structure* nelle scienze sociali e all’emergere di istituzioni e mercati come “costruzioni collettive”;
4. ruolo “trasformativo” delle pratiche di management (con particolare riferimento alle pratiche di marketing e dei processi di consumo) come fenomeni storicamente e socialmente situati, vale a dire “tecnologie” culturalmente sensibili all’interpretazione e alla traduzione che ne viene fatta dagli attori in gioco, contribuendo in questo modo a dare forma al contesto socio-culturale in cui tali pratiche sono organicamente inserite.

Contesti empirici (organizzazioni **“knowledge intensive”**):

- i) management delle organizzazioni artistico-culturali (nel caso delle *visual* e *performing arts*), le problematiche dei modelli di gestione delle istituzioni pubbliche per la produzione culturale, il rapporto tra istituzioni culturali e pubblici nella prospettiva della “Consumer Culture Theory-CCT”);
- ii) sviluppo dei contesti territoriali, il ruolo del design e dei processi creativi nell’emergere dei modelli imprenditoriali e nello sviluppo dei processi di istituzionalizzazione (con il concetto di “design” inteso come “rappresentazione di un progetto culturale” in una prospettiva di cambiamento organizzativo e di innovazione istituzionale);
- iii) dinamiche organizzative e gestionali di laboratori di ricerca e organizzazioni *science-based* (con riferimento al settore delle “life sciences” e alle biotecnologie), introducendo le prospettive dei “Science and Technology Studies-STS”, della “Social Construction of Technology-SCOT” e della sociologia economica e dei mercati.

Filone A): “Social Research Methods” & “Knowledge-Based view of the Firm”

Le ricerche che conduco sono di stampo “interpretativista” e legate da un filo conduttore tra Critical Management Studies/Critical Marketing e Neo-Institutional Theory/“Practice Theories”. In queste cornici teoriche prende forma il collegamento con particolari contesti empirici, le diverse metodologie utilizzate e le scelte di metodo. Da un lato, utilizzo case study, conoscenza narrativa e “historical institutionalism”, “Grounded Theory” e etnometodologia, prospettive socio-culturali e “conoscenza situata” dagli studi sul linguaggio e di semiotica (ad es., le “new media literacy”). Dall’altro, queste metodologie trovano riscontro nell’ambito di specifiche tradizioni di ricerca con cui mi confronto, declinate negli studi di management e organizzazione, nelle ricerche di marketing e sui processi di consumo: Science and Technology Studies (STS), Social Construction of Technology (SCOT: Pinch, Bijker), sociologia economica (MacKenzie, Fligstein), Actor-

Network Theory (ANT: Latour, Law, Callon), il legame tra “theories of practice” (Gherardi, Schatzki, Shove, Nicolini) e “assemblage theory” (DeLanda).

Filone B): Institutions & Network, Knowledge generation/Representation, Social Change and Innovation/“Narrating the Organization”

Linee di ricerca:

- (a) dimensioni istituzionali nei processi di entrepreneurial innovation (prospettiva di “historical institutionalism”)
- (b) Institutional Innovation & Science and Technology Studies (STS)
- (c) Processi innovativi in una prospettiva di Critical Management Studies (Social Movements/Governmentality & Power *à la* Foucault/Materiality and Institutions)

Attività di ricerca:

- (i) evoluzione del concetto di “cultural entrepreneurship” (*à la* DiMaggio)
- (ii) innovazione imprenditoriale, institutional entrepreneurship e forme organizzative nuove nella storia delle life science e delle biotecnologie (1968-1981), nella nascita del libro moderno e della figura di Aldo Manuzio nel Rinascimento (1490-1515), nell’emergere del movimento dei *digital maker*, nell’introduzione delle “smart cars” nell’infrastruttura della mobilità moderna)
- (iii) “Situated-sociocultural approach to language, literacy and technology” per indagare processi di entrepreneurial knowing/learning (il caso-Arduino) e gli artefatti digitali in termini di “cultural analytics” (new media literacy/New Literacy Studies)
- (iv) processi di “manutenzione istituzionale” innescati dal ruolo delle “professioni” e degli “esperti” come attori del cambiamento (i “lavoratori intermittenti dello spettacolo” in Francia; il “caso-Basaglia”; l’evoluzione della Critical Management Education nelle business schools)
- (v) “Ontology and practice for developing technological things”, a partire dal caso della Digital Forensics e del concetto di “prova digitale” come artefatto (ad es., blockchain, IoT, Automated and Autonomous Vehicles-AAV, sistemi di machine learning). Progetto in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Giuridiche e il Dipartimento Politecnico di Ingegneria e Architettura.

- (1) «Institutional dynamics, participatory culture, and digital artifacts: “Arduino” and emerging forms of “unconventional entrepreneurial learning”»
- (2) «New Organizational Forms and Institutional Entrepreneurship: The “Amphibious Scientist” Phenomenon and the Creation of Biotechnology Firms (1968-1981)» (work in progress)
- (3) «Medical Research Data Governance in the UE. Lessons Learned from the Case of UnityFVG» (with Federico Costantini and Giada Soncini)
- (4) «An Institutional History of Madness: Franco Basaglia and the Case for a Radical Revolution»
- (5) «“The Red Riding Quartet” and “GB84”: Micro and Macro Forms of Resistance (Insubordination and Insurrection)»
- (6) «Some Elements of Institutional Work: A Cultural History of Gothic Architecture»/
«Spatial Perspective and Markets Dynamics: The “Cathedrals of Culture” Project and the “Soul of Buildings”»
- (7) «Critical Management Education, “The Role fo the Reader” and “New Media Literacy”: Teaching Management Studies as a Social Practice»

Progetto «Renaissance and the Contexts of Innovation: Power, Cultural Entrepreneurship, and Institutional Change»:

- (8) «"Mad Blood Stirring" (the "Crudel Zobia Grassa") in 1511: Institutional Change/Collective Action, Social Dis/Ordering, and Vendetta in the Most Damaging Popular Revolt in Renaissance Italy»
- (9) «Popular Culture, Dissidence, and Institutional Control: "Power, Action and Belief", in the Story of a Miller (1583-1599)»
- (10) «The Originality of Machiavelli": An Institutional Entrepreneurship Perspective of Power and Dominance»
- (11) «Baldasar Castiglione and "The Book of Courtier" (1513-1524/1528): Institutional Maintenance and Cultural Entrepreneurship»

Filone C): Marketing research/Critical Marketing Studies/Market Change and Transformative Consumer Research

Linee di ricerca:

- (a) Institutional dynamics in markets/Critical Marketing Studies
- (b) Consumer Culture and Materiality (Actor-Network Theory, Theories of Practice, Assemblage Theory)
- (c) processi di cambiamento istituzionale e forme di institutional work nelle organizzazioni culturali
- (d) processi di market creation/market change ("historical institutionalism")
- (e) Consumer Culture, Artefatti Culturali e Digital Humanities

Attività di ricerca:

- (i) Practice theories, materialità degli oggetti e institutional work nei processi di market creation/market change (classificazioni e standard come lavoro istituzionale nella nascita del libro moderno nel Rinascimento)
- (ii) introduzione di "ontologie orientate all'oggetto-OOO" ("realismo speculativo") per indagare nostalgia, autenticità, collecting, tempo e spazio nelle pratiche di consumo (concetti di "consuming history", "symmetrical archaeology", "sociology of texts", "digital artifacts & cultural analytics")
- (iii) evoluzione degli studi di destination management/marketing in termini di practice-based approach e di dimensione spaziale delle dinamiche istituzionali dei mercati
- (iv) "Governmentality" (*à la* Foucault), "professioni come agenti del cambiamento" e "manutenzione istituzionale" (i "lavoratori intermittenti dello spettacolo" in Francia; evoluzione organizzativa e istituzionale di un sito UNESCO dal 1700 a oggi; materialità e istituzioni nel caso del Museo Egizio di Torino; il concetto di "teatro popolare" al Festival di Avignone)
- (v) Organizzazioni culturali (ad es., biblioteche, musei ed archivi, storia del Festival di Avignone) come cultural memory institutions; concetti di "cultural analytics" e di "interobjectivity" per indagare gli artefatti culturali in un contesto di Digital Humanities

- (1) «An "Archaeology of Matter" in Consumer Behavior: "Consuming History", and "How Objects Become Things"»
- (2) «Institutional Work and "Social Archaeology": Materiality and Institutional Dynamics in Markets»
- (3) «TimeSpace of Human Activity and Consumer Behavior: "The Innocence of Objects", Memory and Nostalgia»

- (4) «Collecting Books, “translation”, and “TimeSpace” in Human Activity: Consumer Behaviour in the History of Libraries»
- (5) «“Festina Lente” as a motto, and “a dolphin twisted round an anchor” as a symbol: Brand meaning and the printing revolution (1494-1515)»
- (6) «A “Historical Experiment” of Collective Action in a Cultural Labor Market: Linking Governmentality and Institutional Maintenance»
- (7) «On the Methods of Historical Institutionalism: “Précarité”, Collective Action, and the Cultural Labor Market in France»
- (8) «Institutional Change, “Symmetrical Archaeology” and Cultural Entrepreneurship: The Role of Things in Transforming “The Egyptian Museum of Turin”».
- (9) «“Critical Zones” (and Climate Change): Marketing of “Hyperobjects” and “Speculative Realism” in Consumer Research»

Monografia:

- (10) «Un tempo per il lavoro. Come gli “intermittenti dello spettacolo” in Francia stavano per cambiare il mercato del lavoro», monografia scientifica in preparazione, Editoriale Scientifica, Collana PuntoOrg, Napoli.

9. Pubblicazioni

(a) “Book/Book Chapter”

- [15] Crisci F, Gon M., Cicero L. (2017), «Managing a World Heritage Site in Italy as Janus Bifrons: a "decentralized centralization" between "efficacy and efficiency"», in Elisa Innerhofer, Harald Pechlaner, and Elena Borin (eds.), *Entrepreneurship in Culture and Creative Industries. Perspectives from Companies and Regions*, Springer, Berlin, DOI: 10.1007/978-3-319-65506-2_17 [ISBN: 978-3-319-65505-5 (hardcover); 978-3-319-65506-2 (eBook)]
- [14] Crisci F, Mazzurana P.A.M. (2016), «“Reassembling the social” in entrepreneurial innovation and academic entrepreneurship studies: the “amphibious scientist” phenomenon», in Visintin F, Pittino D. (eds.), *Fast growing new firms in a slow growth economy: Institutional conditions for innovation*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham (UK), chapter 8, [ISBN: 978-1-78536-710-6; eISBN: 978-1-78536-711-3], DOI: 10.4337/9781785367113.00015
- [13] Crisci F, Collodi D., Moretti A. (2014), “Tradurre in pratica una riforma del finanziamento regionale alla cultura: accountability, processi di cambiamento istituzionale e politica culturale”, in *Management, arti e culture - Resoconto del I anno del GSA/AIDEA*, Editoriale Scientifica, Collana puntOrg, pp. 37-49 [ISBN: 978-88-6342-675-5].
- [12] Crisci F. (2014), “Il nostalgico passato del Festival di Avignone: il pubblico ‘in azione’ tra teatro popolare e politica culturale”, in De Biase F. (a cura di), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, Collana “Pubblico, professioni e luoghi della cultura”, Franco Angeli, Milano, Cap. 22, pp. 375-418 [ISBN: 978-88-9170-863-2].
- [11] Crisci F. (2013), “Destinazioni, identità e comunità: una prospettiva interpretativa di natura economico-manageriale”, in Marangon F, Troiano S. (a cura di), *Sviluppo economico locale e turismo sostenibile in Friuli Venezia Giulia*, cap. 2, pp. 25-61, Forum Editore, Udine [ISBN: 978-88-8420-665-7]

- [10] Collodi D., Crisci M., Moretti A. (2009), “Il consumo di esperienze artistiche nella produzione culturale”, in Rispoli M., Brunetti G. (a cura di), *Economia e management delle aziende di produzione culturale*, Il Mulino, Bologna [ISBN: 978-88-15-13456-1].
- [9] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2009), “Le dimensioni esperienziali e cognitive degli eventi culturali”, in Paiola M., Grandinetti R. (a cura di), *Città in Festival. Nuove esperienze di marketing territoriale*, Franco Angeli, Milano [ISBN: 978-88-568-1370-8]
- [8] Crisci F. (2009), “Strumenti finanziari per la gestione, lo sviluppo e la patrimonializzazione di imprese e progetti culturali: esigenze, ipotesi di interventi e di modalità di valutazione”, in *ArtLab 08 - Dialoghi intorno al management culturale*, 3^a Edizione, Fitzcarraldo, Torino.
- [7] Crisci F. (2007), *Il Festival di Avignone: «Un rêve que nous faisons tous!». Racconto di un viaggio nella fabbrica della conoscenza artistica*, Ph.D. Thesis in Organization & Management, University of Udine [The Festival d’Avignon: «Un rêve que nous faisons tous!». A story of a journey in a factory of artistic knowledge].
- [6] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2004), “Contesti territoriali e reti tra organizzazioni museali: cooperazione e processi di valorizzazione”, in Grandinetti R., Moretti A., *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico-culturali. La creazione del valore tra conoscenza globali e locali*, cap. 4, Franco Angeli, Milano [ISBN: 88-464-6160-6].
- [5] Crisci F., Moretti A. (2004), “Internazionalizzazione e teatro di innovazione: il caso ‘Progetto Adriatico’”, in Grandinetti R., Moretti A., *Evoluzione manageriale delle organizzazioni artistico-culturali. La creazione del valore tra conoscenza globali e locali*, cap. 7, Franco Angeli, Milano [ISBN: 88-464-6160-6].
- [4] Crisci F. (2004), “Appendice 3. La definizione dei ruoli organizzativi nelle compagnie teatrali: il caso CSS Udine”, in Solima L., *L’impresa culturale. Processi e strumenti di gestione*, Carocci, Roma [ISBN: 9788843030293].
- [3] Moretti A., Crisci F. (2004), “L’evoluzione dei servizi culturali locali. Il caso del Teatro Nuovo Giovanni da Udine”, in Massarutto A. (a cura di), *Servizi pubblici locali nel Nord Est*, Udine, Forum [ISBN: 88-8420-221-3].
- [2] Moretti A., Crisci F. (2003), “La devoluzione nelle politiche culturali italiane. Alcuni elementi di analisi per gli operatori dell’industria museale e delle performing arts”, in Grandinetti R., Massarutto A. (a cura di), *Servizi pubblici e politiche territoriali*, Franco Angeli, Milano [ISBN: 9788846444172].
- [1] Crisci F., Moretti A. (2001), “Il caso del Teatro Nuovo Giovanni da Udine” in Moretti A. (a cura di) *Strategia e marketing delle organizzazioni culturali*, Franco Angeli, Milano.

Manoscritti in preparazione

- Crisci F. (2017), *Un tempo per il lavoro. Come gli “intermittenti dello spettacolo” in Francia stavano per cambiare il mercato del lavoro*, Editoriale Scientifica, Collana PuntOrg, Napoli

(b) “Journal Article”/“Manoscritti in preparazione”

- [4] Crisci F. (2018), «“From Objects to Things” in the World of Aldus Manutius (1494-1515): Renaissance Publishing, and Institutional Dynamics in Markets», in press, *Mercati & Competitività-The Journal of the Italian Marketing Association*

- [3] Crisci F. (2016), “Lavoro istituzionale e trasformazione della gestione di un sito Unesco: il patrimonio culturale tra processi di pianificazione e di cambiamento organizzativo”, in *Sinergie-Italian Journal of Management*, vol. 34, n. 99, 191-220 (ISSN 0393-5108; DOI 10.7433/s99.2016.11).
- [2] Crisci F. (2010), “Dalla parte di Jean Vilar: il Festival di Avignone e il mito fondativo del «teatro popolare»”, in *Tafer Journal*, n° 27, September (on-line journal with Scientific Committee) [ISSN 1974-563X].
- [1] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2007), “Sacralizzare il profano. Pubblicità e comunicazione nelle organizzazioni artistico culturali”, in *Contatti-Rivista di relazioni pubbliche e comunicazione*, vol. 2, special issue: “Pubblici intrecci attese” [ISSN 1826-6002].

(c) “Refereed Proceedings”

- [41] Crisci F. (2020b), «Critical Management Education, “The Role of the Reader” and “New Media Literacy”: Teaching Management Studies as a Social Practice», *Convegno Annuale Sinergie-SIMA, “Grand Challenges: Companies and Universities Working for a Better Society”*, University of Pisa/Sant’Anna School of Advanced Studies, Pisa, Giugno [DOI: 10.7433/SRECP.FP.2020.01]
- [40] Crisci F. (2020a), «Memory and Institutional Dynamics in Markets: “The Phantasmal of Memories” in W.G. Sebald’s Narrative» *Proceedings XVII Annual Conference, Italian Marketing Association, Castellanza, Ottobre* [ISBN 978-88-943918-4-8]
- [39] Crisci F. (2019b), «Fakes and Forgeries in Consumer Research: "Coping with the Past" between Material Culture, Digital Artefacts, and "Cultural Analytics"», *Proceedings XVI Annual Conference, Italian Marketing Association, Piacenza, 24-25 Ottobre* [ISBN 978-88-943918-3-1]
- [38] Crisci F. (2019a), «“Infrastructures in Practice”, Market Dynamics, and Historical Railways Tourism: The Appleton's Guide to the United States and Canada, 1879», *Proceedings XVI Annual Conference, Italian Marketing Association, Piacenza, 24-25 Ottobre* [ISBN 978-88-943918-3-1]
- [37] Crisci F. (2018c), «The ‘Vertigo of Lists’ in Market Dynamics: Materiality, Visual Texts, and Classification in the Early Modern Book World”», *Proceedings XV Annual Conference, Italian Marketing Association, Bari, 18-19 Ottobre* [ISBN: 978-88-943918-2-4]
- [36] Crisci F. (2018b), “Nostalgia, Remembrance of Things Past, and Timespace in Consumer Behavior: The Museum of Innocence & The Innocence of Objects”, *Proceedings XV Annual Conference, Italian Marketing Association, Bari, 18-19 Ottobre* [ISBN: 978-88-943918-2-4]
- [35] Crisci F. (2017b), «Market system dynamics, “sociology of texts”, and materiality of the book: Venice and the Renaissance printing industry», *XIV Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, “Il marketing di successo. Imprese, enti e persone”*, Bergamo, 26-27 ottobre [ISBN: 978-88-907662-9-9]
- [34] Crisci F. (2017a), “The World of Aldus Manutius (1494-1515), a Renaissance Publishing Venture: Materiality, Cultural Entrepreneurship, and Institutional Dynamics in Markets”, *Convegno Annuale Sinergie-SIMA, “Value co-creation: management challenges for business and society”*, Università di Napoli Federico II, Napoli, 15-16 giugno [ISBN: 978-88-907394-9-1]

- [33] Crisci F. (2016), «Boundary Objects, “Translation” and Institutional Work: “Consuming History” and “A History of the World in 100 Objects”», XIII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, "Marketing & retail nei mercati che cambiano", Cassino, 20-21 ottobre [ISBN 978-88-907662-6-8]
- [32] Cicero L., Chiarvesio M., Crisci F. (2016b), “Aiming at family target: A museum challenge”, Consumer Behavior in Tourism Symposium (CBTS 2016), and Consumer Psychology of Tourism, Hospitality, and Leisure Research Symposium (CPTHL 2016), Competence Centre in Tourism Management and Tourism Economics (TOMTE), Free University of Bozen/Bolzano, Brunico, 14-17 Dicembre.
- [31] Cicero L., Chiarvesio M., Crisci F. (2016a), “Marketing to families in the museum context”, XIII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, "Marketing & retail nei mercati che cambiano", Cassino, 20-21 ottobre [ISBN 978-88-907662-6-8]
- [30] Crisci F. (2016), “Arduino e processi di market creation: Working Consumers, ‘traslazione’ e Institutional Work”, XXVIII Convegno Annuale di Sinergie - “Management in a Digital World. Decisions, Production, Communication”, Università di Udine, Udine, 9-10 giugno [ISBN 97888907394-7-7; DOI 10.7433/SRECPEA.2016.08]
- [29] Crisci F. (2015), “Arduino e il movimento dei makers: *extended self* e *working consumers* tra *software culture* e *digital labor*”, XII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, “Il Marketing al servizio delle città: Beni culturali e rivitalizzazione urbana”, Dipartimento di Management, Università di Torino, 22-23 ottobre [ISBN: 978-88-907662-4-4].
- [28] Crisci F. (2015), “Lavoro istituzionale e trasformazione della gestione di un sito Unesco: il patrimonio culturale tra processi di pianificazione e di cambiamento organizzativo”, XXVII Convegno Annuale di Sinergie - “Heritage, management e impresa: quali sinergie?”, pp. 267-288, Università del Molise, Termoli, 9-10 luglio [ISBN: 978-88-907394-5-3; DOI 10.7433/SRECP.2015.17]
- [27] Crisci F. (2014), “Reassembling the social: movimenti sociali e working consumers tra narrazione, identità e azione collettiva”, XI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, “Food marketing: mercati, filiera, sostenibilità e strategie di marca”, sezione “Consumer Behaviour”, Università di Modena e Reggio Emilia, 18-19 settembre [ISBN: 978-88-907662-2-0].
- [26] Collodi D., Crisci F. (2014), “L’utopia della ‘Gorizia, Nizza austriaca’: processi di brand meaning di una destinazione turistica”, XI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, “Food marketing: mercati, filiera, sostenibilità e strategie di marca”, sezione “Tourism, Culture & Arts Marketing”, Università di Modena e Reggio Emilia, 18-19 settembre [ISBN: 978-88-907662-2-0].
- [25] Mazzurana P.A.M., Crisci F., Pittino D. (2011), “The institutionalization of a new organizational field as an institutional entrepreneurship project: the genesis of a technological district”, accepted paper, 2011 EGOS Colloquium - “Reassembling Organizations”, Gothenburg, July.
- [24] Crisci F., Collodi D., Moretti A. (2011), «“Teatro Contatto” e processi di brand meaning: come le pratiche sociali di una brand community creano valore», accettato al X Congresso Internazionale Italia-Francia: ‘Marketing Trends’, Paris, January [ISBN: 978-2-9532811-2-5].
- [23] Mazzurana P.A.M., Pittino D., Crisci F. (2010), “The genesis of a new Bio-technological district in an Institutional Entrepreneurship perspective”, XI Workshop dei Docenti e Ricercatori di Organizzazione Aziendale (WOA), “Incertezza, Creatività e

Razionalità Organizzative”, Facoltà di Economia/Alma Graduate School, Università di Bologna.

- [22] Bonel E., Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2010), “Le strutture costitutive e l’evoluzione delle relazioni nella brand community dei lettori di Tiziano Terzani”, paper accettato al VII Convegno della Società Italiana di Marketing (SIM), Ancona, 23-24 settembre (una versione differente dell’articolo è stato accettato sotto forma di abstract al IX Congresso Internazionale Italia-Francia: ‘Marketing Trends’ [ISBN: 978-2-9532811-1-8]).
- [21] Bonel E., Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2009), “Through the Looking-Glass, and What a Brand Community Found There: Articulating the Meanings of Tiziano Terzani’s Culture of Consumption”, extended abstract accepted, 10th International Conference on Arts & Cultural Management (AIMAC), SMU-Meadows School of the Arts/Cox School of Business, Dallas, Texas, USA, 28 June-1 July.
- [20] Bonel E., Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2009), “Culture Brand Community: The Case of Tiziano Terzani’s Culture of Consumption”, *The Consumption of Culture. The Culture of Consumption*, International Center for Art Economics (ICARE) & Venice - Fondazione di Venezia.
- [19] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2009), “Le esperienze di consumo alla prova dell’autenticità, tra fictional e teatrale”, VIII Congresso Internazionale Italia-Francia: ‘Marketing Trends’, Paris, January 16-17 [ISBN: 978-2-9532811-0-2].
- [18] Bonel E., Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2008), “The Mirrors of Consumer Identity: Articulating the Meanings of «Terzani International Literary Prize’s» Culture of Consumption (Italy)”, 3rd Workshop on Managing Cultural Organizations, European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM), Bologna, September, 11-12.
- [17] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2008), “Le dimensioni esperienziali e cognitive degli eventi”, convegno Città in festival. Nuove esperienze di marketing territoriale, organized by Cultural Association “vicino/lontano”, supported by University of Padua-Department of Economics and University of Udine-Departments of Economics Udine, March 14.
- [16] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2008), “Il consumer behavior dei prodotti artistico-culturali: analisi dell’esperienza d’ascolto di musica classica”, VII Congresso Internazionale Italia-Francia: ‘Marketing Trends’, Venezia, January 17-19 [ISBN: 88-902459-2-1/ 978-88-902459-2-3].
- [15] Crisci F. (2007), “Studi di management e passeggiate nei boschi narrativi: hic sunt leones”, Doctoral Session-19° Convegno Annuale Sinergie “L’impresa e la conoscenza”, Università di Torino-Facoltà di Economia, November 22-23.
- [14] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2007), “Du côté de chez Vilar. Le Théâtre populaire au Festival d’Avignon: une stratégie pour l’intégration de la filière du spectacle vivant”, 9th AIMAC, Valencia, Spain, July 8-11.
- [13] Crisci F. (2007), “Studi di management e passeggiate nei boschi narrativi: hic sunt leones”, Seminari di ricerca, Università di Udine, Dipartimento di Scienze Economiche, Gennaio-Aprile [see also “poster” presented to AIMAC Conference, Valencia, 2007 and “poster” presented to “Sinergie Conference”, Torino, 2007].
- [12] Crisci F., Moretti A. (2007), “La poetica di un festival, dalla parte del pubblico. ‘Paso Doble’ al Festival di Avignone”, VI Congresso Internazionale Italia-Francia: ‘Marketing Trends’, Paris, January 26-27 [ISBN: 88-902459-1-3 / 978-88-902459-1-6]

- [11] Crisci F. (2007a), “L’affaire degli ‘intermittenti’ al Festival di Avignone 2003: una crisi organizzativa in un’economia del lavoro (suo malgrado) troppo moderna”, abstract accettato all’VIII Workshop Docenti e Ricercatori di Organizzazione Aziendale, Reggio Emilia, 8-9 febbraio.
- [10] Bortoluzzi G., Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2006), “Il comportamento del consumatore teatrale: indagine sul pubblico del ‘Progetto Jan Fabre 05’”, paper presentato al V Congresso Internazionale Italia-Francia. Le tendenze del marketing, Venezia, 20-21 gennaio [ISBN: 88-902459-0-5/978-88-902459-0-9].
- [9] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2005), “Consumer Behaviour nei prodotti artistici: prospettive di ricerca”, paper presentato al IV Congresso Internazionale Italia-Francia. Le tendenze del marketing, Parigi, 21-22 gennaio [ISBN: 88-902459-1-3 / 978-88-902459-1-6].
- [8] Crisci F., Pittino D. (2005), “L’analisi di un disastro annunciato in una prospettiva organizzativa: alcune riflessioni sul ‘caso Vajont’”, poster session al VI Workshop dei Docenti e Ricercatori di Organizzazione Aziendale, “Organizzare a Misura d’Uomo”, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 3-4 febbraio.
- [7] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2004), “Per una progettazione delle reti museali: una mappa di modelli”, Convegno Nazionale Reti Museali e Territorio. Strumenti efficaci e strategie per il consolidamento delle relazioni, Sistema Museale Carnia Musei, Tolmezzo (Udine), 29-30 ottobre.
- [6] Bonel E., Collodi D., Crisci F. (2004), “Product creation and product management policies in cultural organizations: the ‘Scrovegni Chapel’ case”, paper presentato al 2nd Workshop on Managing Cultural Organizations, European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM), Bologna, December 13-14.
- [5] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2003), “Knowledge management di un network museale. I Musei della/nella Provincia di Gorizia”, paper presentato al 26° Convegno AIDEA – Knowledge Management e Successo Aziendale, Università degli Studi di Udine, 14-15 novembre [ISBN: 88-7857-000-1].
- [4] Crisci F. (2003), “Management Control of Museums. The Case of ‘Musei Provinciali di Gorizia’”, paper presentato alla 7th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC), Università Bocconi, Milano, 29 June–2 July.
- [3] Crisci F., Moretti A. (2002), “The Constellation of Value in Theatre’s Production: The case of Centro Servizi e Spettacoli (Udine)”, paper presentato al Twelfth International Conference on Cultural Economics (ACEI), Rotterdam/Boymans Museum, June 13-15.
- [2] Crisci F. (2002), “Organizzare la produzione teatrale. Il Centro Servizi e Spettacoli” paper presentato al III Workshop dei docenti e ricercatori di Organizzazione Aziendale, Università degli Studi di Genova, 7-8 febbraio.
- [1] Moretti A., Crisci F. (2001), “Trasformazione istituzionale e governance nelle organizzazioni teatrali” paper presentato al Convegno Internazionale Aziende Non Profit: il governo dello sviluppo e il finanziamento dell’innovazione, Trento, 8-9 giugno.

(d) “Research Report”

- [10] Crisci F. (2017), “Evoluzione istituzionale e interventi di policy per la sostenibilità dell’industria audiovisiva del Friuli Venezia Giulia”, Rapporto di ricerca per il Fondo Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia

- [9] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2011), “Per una governance funzionale della cultura in FVG”, in collaborazione con la Direzione Cultura Regione FVG.
- [8] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2008), “L’Osservatorio della Cultura e dello Spettacolo del Friuli Venezia Giulia: progettazione ed evoluzione strategico-operativa”, Direzione Cultura Regione FVG.
- [7] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2007), “Borgo Castello a Gorizia: progetto di valorizzazione turistico-culturale. Studio di prefattibilità”, Rapporto di ricerca, Comune di Gorizia.
- [6] Crisci F., Moretti A. (2006), “Progetto di cambiamento organizzativo e istituzionale dei Musei Civici di Udine. Studio di fattibilità strategico-operativa (Contratto di servizio, Statuto, Business plan)”, Documenti di lavoro, DSE-Università di Udine e Dipartimento Politiche Sociali, Educative e Culturali del Comune di Udine (unpublished).
- [5] Bortoluzzi G., Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2005), “Indagine sul pubblico del ‘Progetto Jan Fabre ‘05’”, Research report - CSS Teatro stabile di innovazione del FVG.
- [4] Crisci F. (unpublished), “L’impatto economico dell’Università di Udine sul territorio del Friuli”, Research report, DSE-Università di Udine.
- [3] Moretti A., Crisci F., Cagnina M.R. (2003), “I Castelli Patriarcali tra il Friuli e la Slovenia. Relazione Tecnico Economica di Valutazione dell’Intervento”, Provincia di Udine – Consorzio per la Salvaguardia dei Castelli Storici del Friuli Venezia Giulia – Università di Udine.
- [2] Collodi D., Crisci F. (2003), Analisi della gestione dei musei della Provincia di Gorizia, Research report, Provincia di Gorizia-DSE, agosto (unpublished).
- [1] Crisci F. (2002), L’evoluzione dei modelli di gestione e dei sistemi di controllo nei Musei Provinciali di Gorizia, Research report, Convenzione tra Università di Udine e Provincia di Gorizia.



Udine, Gennaio 2021

(Francesco Crisci)