

Francesco Crisci, *Ph.D.*

CV - March 2023

1. Short Bio	2
.....	
<i>Personal informations/Contacts</i>	<i>2</i>
<i>Research interests</i>	<i>2</i>
2. Professional Appointments	2
.....	
3. Honours/Grants	3
.....	
4. Professional Affiliations/Academic Services	4
.....	
5. Teaching experience	5
.....	
<i>(a) Courses Taught (currently teaching)</i>	<i>5</i>
<i>(b) Other Classes/Workshops</i>	<i>5</i>
<i>(c) Past courses (before 2011)</i>	<i>6</i>
6. Research experience	7
.....	
7. Academic Conference/Invited Talks	10
.....	
8. Research Program/Contribution Statement	13
.....	
<i>(a) Work in progress</i>	<i>13</i>
<i>(b) Marketing Research and Consumer Behavior</i>	<i>13</i>
<i>(c) "Institutions, Networks & Innovation"</i>	<i>14</i>
<i>(d) Renaissance and the Contexts of Innovation</i>	<i>15</i>
9. Publications	15
.....	
<i>(a) "Books/Book Chapters"</i>	<i>15</i>
<i>(b) Journal Articles</i>	<i>16</i>
<i>(c) Refereed Proceedings</i>	<i>17</i>
<i>(d) Research/Technical Reports</i>	<i>21</i>

1. Short Bio

Francesco Crisci (University of Udine: **B.A.**, 2002 and **Ph.D.**, 2007) joined Department of Economics and Statistics (DIES, University of Udine) as **Assistant professor of Management** in November 2009. In the past, Francesco has been a lecturer in Tourism Management at DIUM-Department of Humanities and Cultural Heritage (University of Udine). Currently teaching: “Business Administration-Management Theories” at DIES; and “Managing Cultural Heritage” (“Post-Graduate School in Archaeological Heritage”; Master’s Level in “Archaeology and Cultures of Antiquity”) at DIUM-Department of Humanities and Cultural Heritage. During 2005-2006/2007-2009, Francesco was **research fellow** at the CRG-PREG, Ecole Polytechnique, in Paris.

Personal informations/Contacts

Office: Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche (DIES-Department of Economics and Statistics), University of Udine, via Tomadini 30/A - 33100 Udine

Contact information: +39 0432.24.9333 (I), +39 339.7561331 (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

- Critical Management Studies/Critical Marketing (Consumer Culture Theory/ Transformative Consumer Research) and Market System Dynamics perspectives;
- Neo-Institutional Theory/Institutional Work perspectives and Practice-based approaches in Management and Organization Studies;
- Social Research Methods/Interpretive research traditions:
 - Science and Technology Studies (STS; Social Construction of Technology (SCOT: e.g. Pinch, Hughes, Bijker); Actor-Network Theory (ANT: e.g. Latour, Law, Callon); “theories of practice” (e.g. Gherardi, Schatzki, Shove, Nicolini); economic/sociology of markets (e.g. Callon, MacKenzie, Fligstein); Assemblage Theory & Object-Oriented-Ontology-OOO (e.g. DeLanda, Harman, Bryant, Meillassoux, Morton)
 - “qualitative” research methods: historical institutionalism; grounded theory and ethnomethodology; organizational symbolism/socio-cultural perspectives and situated cognition; narrative knowing/semiotic perspective and socio-linguistics;

2. Professional Appointments

2009-Present: **ricercatore di Economia e Gestione delle Imprese** (SECS-P/08), Department of Economics and Statistics-DIES, University of Udine (**Assistant Professor of Management, Tenured**).

2008: Research Grant/Post-doc position, Department of Economics and Statistics-DIES, University of Udine.

2007: **Ph.D. in Business Administration and Management**, Department of Economics and Statistics-DIES, University of Udine: “Il festival di Avignone: «*Un rêve que nous faisons tous*». Il racconto di un viaggio nella fabbrica della conoscenza artistica”.

2005-2006/2007-2009: Visiting Scholar/*Research Fellow*, *Centre de Recherche en Gestion-Pôle de Recherche en Economie et Gestion* (CRG-PREG), École Polytechnique-Université Paris-Saclay (Paris, France); contact: prof. Pierre-Jean Benghozi.

2003: Research Grant, Department of Economics and Statistics, University of Udine.

2002: Summer School in Didactics-Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), Scuola Universitaria di Management d'Impresa (SUMI) and Consorzio Formazione Universitaria in Economia Aziendale (CUEA), Pinerolo (Italy).

3. Honours/Grants

2021, **Best Selected Paper**, SIM Conference (*Italian Marketing Association*), «“Festina Lente” as a motto, and a “Dolphin Twisted around an Ancor” as a Symbol: Brand Meaning, Materiality of Book, and the Printing Revolution” (1494-1515)»

2016, **Best Selected Paper**, Sinergie Conference (*Sinergie-Italian Journal of Management*), «Lavoro istituzionale e trasformazione della gestione di un sito Unesco: il patrimonio culturale tra processi di pianificazione e di cambiamento organizzativo».

2022-2023, **Project “Uni4Justice”**, funded by **“PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020”** - CUP J19J21026980006, Principal Investigator: Alma Mater Studiorum-University of Bologna. Responsible of a local research unit: “Technology, Organizations and Justice” (Department of Economics and Statistics-DIES, University of Udine).

2022-2023, **“TRUTHSTER Project”**, TruBlo Consortium, EU-Funded project of the NGI (Next Generation Internet) initiative. This project has received funding from the **European Union’s Horizon 2020** research and innovation programme under the grant agreement No. 957228: <https://www.trublo.eu/truthster/>. Principal Investigator: prof. Federico Costantini, Department of Law, University of Udine.

2021-2024, **“Caratterizzare una filiera locale da carne antibiotic-free, tracciata mediante applicazione della tecnologia blockchain”**, funded by “Programma Sviluppo Rurale 2014-2022” - CUP D33G20002130009, Regione Friuli Venezia Giulia, misura 16.7.1 “Strategie di cooperazione per lo sviluppo territoriale” (Regional Authority). Principal investigator: prof. Edi Piasentier, Department of Agricultural, Food, Environmental and Animal Sciences, University of Udine.

2014-2015, with L. Mizzau (Università di Modena e Reggio Emilia), Research Grant, **Associazione Fondo per l’Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia** (Regional Authority).

2011, with A. Moretti e D. Collodi, “Attività di accompagnamento e di coordinamento nell’organizzazione degli **Stati Generali della Cultura**” (this project has received funding from Direzione Cultura Regione FVG: Regional Authority)

2009-2010, with A. Moretti and D. Collodi, Research Grant, Direzione Cultura della Regione Friuli Venezia Giulia (Regional Authority). Progetto di ricerca: **“Osservatorio dello Spettacolo e della Cultura del Friuli Venezia Giulia”**.

2009-2011, with A. Moretti and D. Collodi, Research project: **Management Plan, Aquileia World Heritage Site (Italy)**, this project has received funding from the “Fondazione Aquileia” (Regional Authority).

2008, Recipient of a Research Grant, School of Economics, University of Udine (co-funded by Direzione Cultura, Regione Friuli Venezia Giulia). Research Project: *“L’evoluzione del settore dello spettacolo dal vivo in Friuli Venezia Giulia: organizzazione, strategie, consumi culturali e gestione delle risorse”*, [“The evolution of performing art in Friuli Venezia Giulia Region: Organizations, Strategies and Cultural Consumption”].

2007-2009, *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, **PhD Fellowship (three years)**, School of Economics, University of Udine.

2003, Recipient of a Research Grant, School of Economics, University of Udine. Research project: *“L’impatto economico dell’Università di Udine sul territorio del Friuli Venezia Giulia”*.

2002, Recipient of a Junior Research Grant, Assessorato alla Cultura della Provincia di Gorizia. Research project: *“L’evoluzione dei modelli di gestione e dei sistemi di controllo nei Musei Provinciali di Gorizia”* / [“The evolution of organization forms and accounting systems in the 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; Organization Studies; Journal of Management Studies

Other recent “Academic Services”:

- from 2023-Present: delegato permanente DIES-Consiglio del Sistema Bibliotecario di Ateneo (Library System of the University of Udine)
- 2018-2021: delegato mobilità ERASMUS, Corso di Studio LT in Economia e Commercio, DIES
- “Co-organizer/Local Organizing Committee”, XXVIII Sinergie-Annual Conference, “Management in a Digital World: Decision, Production, Communication”, Udine, June, 2016
- Teaching as external member/collaboration, PhD program in “Business Studies” (2012, 2013) and PhD program in “Managerial & Actuarial Sciences-MAS” (2014, 2015), DIES
 - “Marketing Research”
 - “Consumer Culture Theory”
- from 2007: over 250 dissertations, undergraduate and postgraduate students (<https://servizi.amm.uniud.it/CercaTesi/>)

5. Teaching experience

(a) Courses Taught (currently teaching)

Corso di **“Economia e Gestione delle Imprese (EGI) [Business Administration-Management Theories]”** (undergraduate course), C.d.L. triennale in Economia Aziendale/Economia e Commercio, Università di Udine (Classe A-L), Polo Didattico Economico-Giuridico, sede di Udine: **Autumn 2014-Present** (Autumn 2020 su MS Teams/online) **(9 CFU)**

Corso di **“Management delle Organizzazioni Culturali (MOC) [Managing Cultural Heritage]”**, (postgraduate course/second cycle degree program), Corso di Laurea Magistrale Interateneo in Archeologia e Culture dell'Antichità (curriculum Archeologico), Università di Udine e Università di Trieste: Autumn 2022; Autumn 2021; Autumn 2020 (su MS Teams/online) **(6 CFU)**

Corso di **“Economia (e Management) per i Beni Culturali [Managing Cultural Heritage]”** (postgraduate/PhD level program) - Spring 2023, Spring 2017-Present (Spring 2021 su MS Teams/online; Spring 2020 su MS Teams/online), Post-Graduate School in Archaeological Heritage-SISBA (Università di Trieste, Università di Udine, Università Ca' Foscari di Venezia) **(5 CFU)**.

Interdisciplinary Course, **“Introduction to Digital Forensics/Digital Forensics & Science and Technology Studies”**, Department of Law, University of Udine: Spring 2023 **(3 CFU)**.

(b) Other Classes/Workshops

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**: Summer 2019; Summer 2020 (online) (12+18 ore); Summer 2021 (online), 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

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) Past courses (before 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. Research experience

- 2022-2023:
(co-investigator) **Progetto UNI 4 JUSTICE - PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020:** “Uni4Justice Project: Universitas per la Giustizia. A Program for the quality of the judicial system and for the efficiency of fair trial”, monitored by the Ministry of Justice, promoted by Agenzia per la Coesione Territoriale, as part of the PON Governance and Institutional Capacity 2014-2020 and implemented in synergy with the interventions envisaged by the National Recovery and Resilience Plan-Italy (PNRR) in support of judiciary reform - Research Team UniUD (DISG-Department of Law)
- 2022-in progress:
(co-investigator) **PSR (Piano Sviluppo Rurale) 2014-2020-Friuli Venezia Giulia:** progetto “Filiere della carne di Pezzata Rossa del FVG (**CarnePRI**)” - Progetto per la tracciabilità di una filiera locale da carne *antibiotic-free* con tecnologia blockchain. Principal Investigator: prof. Edi Piasentier (DI4A-Department of Agricultural, Food, Environmental and Animal Sciences”)
- 2022-2023
(co-investigator) **TRUTHSTER (Start-up Project), HORIZON Project/European Consortium TruBLO:** the project aims at integrating an easy-to-use mobile application for certifying video interviews with a blockchain platform, thus generating proof of validity of media contents based on an innovative synergy between human trust (embodied by the interviewer) and trust- less systems (Alastria). TRUTHSTER will add to media creators an option to verify interviews, using a simple workflow combined with blockchain storage for proof of validity.
- 2021, 2022 **FestINNO - Festival of Innovation**, with Maria Rosita Cagnina (University of Udine), member of the **Conference Programme Committee**; Scientific Responsible: prof. Mitja Ruzzier, Head of the Entrepreneurship Department at University of Primorska, Faculty of Management. “Annual regional cross-border event for presenting, connecting and creating wider business activities, connecting the academic sphere, the economy, the public and entrepreneurship support policy makers”. Funded by **NUVOLAK2 project**, co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF), through the Interreg Italia-Slovenia 2014-2020 programme.
- from 2022: **The Italian Society of Management (SIMA)-Thematic groups:**
- Innovation and technology management
- Tourism and culture management
- 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 & SviluppoImpresa FVG, Regione FVG.

- 2022-in progress: Research project (Strategic Plan, University of Udine): **“Governance and digital PA”**, Interdisciplinary project (DIES-Department of Economics and Statistics; DISG-Department of Law; DMIF-Department of Mathematics, Computer Science and Physics). Research theme: «“Linking Accounting, Organizations and Institutions: “Making Things Public”, Digital Architectures, and Reforms in the Italian Public Sector”».
- from 2019: Member of the **Italian Distributed Ledger Technology Working Group** (also CINI working group on Blockchain), research program: “Ontology and Practice for Developing Technological Things: Insights from the Field of Judiciary, Computer Crime and Digital Forensics”
- from 2018-in progress: **Progetto PRINCESS** - “Privacy and Human Rights in Cloud Forensics: Exploring the Potentials of Blockchain Technologies for the Management of Digital Evidence”, DISG-Department of Law and DPIA-Polytechnic Department of Engineering and Architecture (University of Udine): a work in progress, based on a proposed **PRIN project/not funded (Bando 2017)**, with CNR, Alma Mater-University of Bologna and University of Milan.
- 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: EURAM Research Group (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: Progetto **“Pratiche di conservazione del patrimonio architettonico - PRATI-CONS”**, Interreg Italia-Slovenia 2007-2013 programme, Lead partner: DIUM-Department of Humanities and Cultural Heritage, University of 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 (**Invited speaker**).

- 2013-2105:
(co-investigator) 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:
(co-investigator) Direzione Cultura della Regione Friuli Venezia Giulia, intervento di **“Analisi delle giornate di incontro dedicate agli Stati Generali della Cultura in FVG”** (with prof. Andrea Moretti)
- 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:
(co-investigator) 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:
(co-investigator) 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”** (**National**)
- 2009-2011:
(co-investigator) Fondazione Aquileia, **“Management Plan Aquileia WHS”** (other members of the research groups: A. Moretti, M.R. Cagnina).
- 2009-2012:
(principal investigator) 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:
(co-investigator) 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, (fase interpretativa in corso: 2010-2014) indagine etnografica del 2005; Luglio, **“Festival d’Avignon”**, Avignon (France); visiting fellow del centro di 2006-2007-2008: ricerca della **“Maison Jean Vilar”**, Avignon

7. Academic Conference/Invited Talks

2022

- Milan, June 30th-July 1st: XXXIV Sinergie-SIMA (Italian Management Association) Annual Conference, “Boosting Knowledge & Trust for a Sustainable Business”, Bocconi University
- Salerno, October: XIX Annual Conference Italian Marketing Association (SIMktg), “Next Generation Marketing. People, Planet, Place: Cooperation, & Shared Value for a New Era of Critical Marketing”, Università di Salerno

2021

- Amsterdam, July: 37th EGOS Colloquium, “Organizing for an Inclusive Society: Meanings, Motivations, and Mechanisms”, Vrije Universiteit (VU) (**online conference**)
- Palermo, June: XXXIII Sinergie-SIMA (Italian Management Association) Annual Conference, “Leveraging intersections in management theory and practice”, University of Palermo (**online conference**)
- Montréal, June: EURAM 2021, “Reshaping capitalism for sustainable world”, Université du Québec, Canada (**online conference**).
- Ancona, October: XVIII Annual Conference Italian Marketing Association (SIMktg) “Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società”, Università Politecnica delle Marche, Ancona

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**).

Hamburg, July: “Virtual” 36th EGOS Colloquium, “Organizing for a Sustainable Future: Responsibility, Renewal & Resistance”, University of Hamburg (Germany), (**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. Research Program/Contribution Statement

(a) Work in progress

- «“How Matter Matters”: “Translations”, Boundary Objects, and Digital Innovation in the Public Reforms», with Rubina Romanello (**submitted, SIMA Conference 2023**, Thematic group - Innovation and technology management)
- «“The Making of News”: “Translation” of Blockchain Technology, Trusted Information Standards and Market Infrastructures», with Federico Costantini (**accepted abstract, special issue “Marketing for Start-Up”, Micro&Macro Marketing**).
- «“Festina Lente” as a motto, and a “dolphin twisted around an anchor” as a symbol: Brand meaning, materiality of book and the printing revolution (1494-1515)» (**draft available, for JCR**)
- «Archive and Market Dynamics: (History of) Library, (Digital) Humanities, and “Cultural Memory Institutions”», (**early draft available, manuscript in preparation for JCR o JM**)
- «Institutional dynamics, participatory culture, and digital artifacts: “Arduino” and emerging forms of “unconventional entrepreneurial learning”», (**draft available, for JMS**)
- «From “Community as Concrete Utopia” to “Harmonic Innovation”: A Historical Approach to Entrepreneurial Innovation» (**working title, manuscript in preparation, for ASQ**)/«How History Matters to Institutional Change and Temporality (“Time of Work”): Making Management and Organization Theory Work», **draft available**)

Book: «Un tempo per il lavoro. Come gli “intermittenti dello spettacolo” in Francia stavano per cambiare il mercato del lavoro», **manuscript in preparation**, Editoriale Scientifica, Collana PuntoOrg, Napoli.

(b) Marketing Research and Consumer Behavior

Research streams:

- (1) Institutional dynamics in markets/Critical Marketing Studies
- (2) Consumer Culture and Materiality (Actor-Network Theory, Theories of Practice, Assemblage Theory), Culture Artifacts and Digital Humanities (archaeology of matter/media archaeology)
- (3) How institutions shape norms, values, and practices (forms of institutional works/institutional logics in the markets of culture organizations and knowledge intensive organizations); market creation/market change (“historical institutionalism”); markets infrastructures and “infrastructuring markets”

Research activities:

- (i) Practice theories, “sociomateriality”, institutional work and market creation/market change (classifications and standard, boundary objects and market dynamics in the Renaissance printing; materiality/sociology of book “as a work, text, and object”)
- (ii) Object-Oriented-Ontology-OOO” (“speculative realism”) and Market System Dynamics to study memory, nostalgia, trust, authenticity, collecting, Space/Time and “consumptions as practice” (notions of “consuming history”, “symmetrical archaeology”, “sociology of texts”, “digital artifacts & cultural analytics”)

- (iii) “Governmentality” (*à la* Foucault), “cultural and artistic professions as institutional agents”, “maintaining and disrupting institutions” (the “intermittents du spectacle” in French labor market; new organization forms and WHS UNESCO, from 1700 to present; materiality and organizational change in the Museo Egizio of Turin; the concept of “théâtre populaire de Jean Vilar” and the history of “Festival d’Avignon”)
- (iv) Cultural organizations (i.e., libraries, museums, archives) as cultural memory institutions (“memory practices”); concepts of “cultural analytics” and “interobjectivity” to study cultural artifacts in the perspective of “Digital Humanities”.

(c) “Institutions, Networks & Innovation

Research streams:

- (1) Institutional entrepreneurship and entrepreneurial innovation (“historical institutionalism” perspective)
- (2) Institutional Innovation/Cultural Entrepreneurship & Science and Technology Studies (STS)/Actor-Network Theory (ANT)
- (3) Social Innovation in a Critical Management perspective (Social Movements/Collective action; Governmentality & Power *à la* Foucault/Materiality and Institutions)

Research activities:

- (i) the evolution of the notions of “cultural entrepreneurship” (*à la* DiMaggio), “entrepreneurial innovation” and “institutional entrepreneurship”: in the history of “life science and biotechnology” (1968-1981); in the “early modern book world” (Renaissance) and in the printing revolution by Aldus Manutius (1490-1515); in the movement of *digital maker* (“Arduino” as digital artifact, entrepreneurial project and social platform of creativity in the DIY as digital/social movement);
- (ii) “contextualizing entrepreneurial innovation” and “unconventional” models of “entrepreneurial learning” (“Arduino” as participatory culture; the “utopian community” by Olivetti);
- (iii) a “situated-sociocultural approach to language, literacy and technology” to study entrepreneurial knowing/learning (“Arduino”, DIY and “digital makers”) and digital artifacts in a “cultural analytics” perspective (new media literacy/New Literacy Studies)
- (iv) maintaining/disrupting as forms of institutional work and the role of “professions” and “expert knowledge/situated cognition” in “contested markets” (the “intermittents de la culture” in the French labor market; “Franco Basaglia” and the revolution in mental health care; the evolution of “business school” and the Critical Management Education perspective as “activism”; “digital forensics” and the Italian reforms of judiciary)
- (v) “Ontology and practice for developing technological things”: Digital Forensics and the concept of “digital evidence as technological artifact”; “convergence of blockchain, AI e IoT technologies”; Automated and Autonomous Vehicles-AAV, smart city/smart mobility and “sociomateriality” (“boundary objects” and “centers of coordination”); GDPR, data governance and “memory practices” in the Sciences/“in the research labs” (“technological dense environments”); “technology, work and organization” and the processes of organizational change and institutional learning in the Italian administration of the justice (the “translation-into-practice” of the Italian reforms of judiciary: an ANT perspective).

(d) Renaissance and the Contexts of Innovation

Research project: Power, Cultural Entrepreneurship, and Institutional Change:

- (i) «"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»
- (ii) «Popular Culture, Dissidence, and Institutional Control: "Power, Action and Belief", in the Story of a Miller (1583-1599)
- (iii) «The Originality of Machiavelli": An Institutional Entrepreneurship Perspective of Power and Dominance»
- (iv) «Baldasar Castiglione and "The Book of Courtier" (1513-1524/1528): Institutional Maintenance and Cultural Entrepreneurship»

9. Publications

(a) "Books/Book Chapters"

- [16] Crisci F. (2021), «Lavoro femminile, innovazione imprenditoriale e "confini morali"», in *Donne protagoniste del loro tempo. Sioire Rine: una imprenditrice all'avanguardia (1949-1969)*, Catalogo mostra, Corvino Edizioni, pp. 136-155 [ISBN: 978-88-6955-081-2]
- [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.

(b) Journal Articles

- [7] Costantini F., Crisci F., Romanello R., Dozzi M., Del Vecchio A., Ristori A. (2023). «“The making of law”: technological and organizational changes in courthouses in the contexts of Uni4Justice», *JUSLETTER IT* [DOI: 10.38023/d1b18d9e-134c-43e1-8ca6-b0a7cd2a49de].
- [6] Costantini F., Crisci F., Venier S., Bistarelli S., Mercanti I. (2023). «Tackling disinformation in the EU: the case of “Truthster”». *JUSLETTER IT* [DOI: 10.38023/8448c917-3f3e-4ee2-a5dc-465b5695147c].

- [5] Costantini F., Crisci F., Soncini G. (2021), “Mediacal Research Data Governance in the EU. Lessons Learned from the case of UnityFVG”. *JUSLETTER IT*, vol. 25, 319-328 [DOI: 10.38023/dea26655-c3e2-4a53-a8cb-d2b50a97726e].
- [4] Crisci F. (2018), «“From Objects to Things” in the World of Aldus Manutius (1494-1515): Renaissance Publishing, and Institutional Dynamics in Markets». *Mercati & Competitività-The Journal of the Italian Marketing Association*, vol. 1, pp. 131-152, [DOI: 10.3280/MC2018-001008; ISSN: 1826-7386; eISSN: 1972-4861].
- [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

- [46] Crisci F. (2022), «Archive and Market Dynamics: (History of) Library, (Digital) Humanities, and “Cultural Memory Institutions”», *Proceedings XIX Annual Conference, “Next Generation Marketing. People, Planet, Place: Cooperation, & Shared Value for a New Era of Critical Marketing”*, Italian Marketing Association, Università di Salerno, Italy, Ottobre [ISBN 978-88-943918-8-6]
- [45] Cagnina M.R., Crisci F. (2022), «From “Community as Concrete Utopia” to “Harmonic Innovation”: A Historical Approach to Entrepreneurial Innovation», *Convegno Annuale Sinergie-SIMA, “Boosting knowledge & trust for a sustainable business”*, Università Bocconi, 30 Giugno-1° Luglio, pp. 453-458 [ISBN: 97888947136-0-2; DOI: 10.7433/SRECP.EA.2022.01]
- [44] Crisci F. (2021b), «On the Method of Historical Institutionalism: “Time of Work”, Collective Action, and Cultural Labor Market (in France)», *Convegno Annuale Sinergie-SIMA, “Leveraging intersections in management theory and practice”*, University of Palermo, Palermo, June, pp. 399-404 [ISBN: 97888943937-9-8; DOI: 10.7433/SRECP.EA.2021.01]
- [43] Crisci F. (2021a), «“Festina Lente” as a motto and “a dolphin twisted around an anchor” as a symbol: Brand meaning, materiality of book and the printing revolution”, *Proceedings XVIII Annual Conference, “Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società”*, Italian Marketing Association, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Ottobre [ISBN 978-88-943918-6-2]
- [42] Cagnina M.R., Crisci F. (2021), «“Start-up Marketing, ecosistemi innovativi e “marketing infrastructure”: una prospettiva practice-based», *Proceedings XVIII Annual Conference, “Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società”*, Italian Marketing Association, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Ottobre [ISBN 978-88-943918-6-2]

- [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 Biotechnological 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

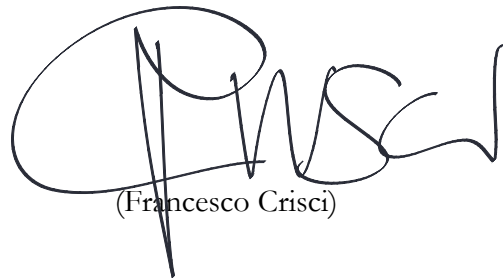
- Docenti e Ricercatori di Organizzazione Aziendale, “Organizzare a Misura d’Uomo”, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 3-4 febbraio.
- [7] Collodi D., Crisci F., Moretti A. (2004), “Per una progettazione delle reti museali: una mappa di modelli”, Convegno Nazionale Reti Museali e Territorio. 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/Technical Reports

- [11] NGI-TruBlo Distributed Trust (Grant Agreement No.: 957228; Call: H2020-ICT-2018-2020), TRUTHSTER Project:
- Team Report 1.1 - Full Research and Innovation Project Proposal (August 2022)
 - Team Report 1.2 - Project Solution Design and Business Applicability (October 2022)
 - Team Report 1.3 - Technical Report (January 2023)
 - White Paper - Project Pitch (April 2023)
- [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, March 2023



(Francesco Crisci)

I authorize the processing of my personal data in accordance with Article 13 of Legislative Decree No. 196 of June 30, 2003 – “Code regarding the protection of personal data” and Article 13 of the GDPR 679/16 – “European Regulation on the protection of personal data”