

CHIARA ORSINGHER - CURRICULUM VITAE

Generalità

Nome: Chiara Orsingher
Indirizzo della sede di lavoro: Dipartimento di Scienze Aziendali, Via Capo di Lucca 34, 40126 Bologna
E-mail: chiara.orsingher@unibo.it

Posizione Accademica

Qualifica Professore Ordinario
Tipo di impegno Tempo Pieno
Settore Concorsuale 13/B2 - Economia e Gestione delle Imprese
Settore Scientifico Disciplinare SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese
Sede universitaria Università degli Studi di Bologna
Dipartimento Dipartimento di Scienze Aziendali
Anzianità nel ruolo 01/03/2001

Formazione

2012 Hamburg University of Technology (TUHH), Amburgo, Germania
Corso: Seminario di (Smart)PLS Path Modeling November 7-10
Istruttori: Proff. J. Henseler, C. M. Ringle, and M. Sarstedt.

1997 Ph.D. in Management, Institut d'Administration des Entreprises, Université d'Aix-Marseille, Francia.
Tesi di Ph.D.: Étude de la mesure et de l'impact de la connaissance du script de service sur les coûts de changement du client.
Supervisore : Prof. Pierre Eiglier.

1993 D.E.A. (Diplome d'Etudes Approfondi) in Management, Institut d'Administration des Entreprises, Université Aix-Marseille, Francia.

1990 Laurea in Economia e Commercio, Università di Bologna.

Requisiti ASN

2019 Abilitazione da Professore Ordinario – MIUR dal 11/09/2019 al 11/09/2028
2014 Abilitazione da Professore Ordinario – MIUR dal 23/12/2013 al 23/12/2019

Attività di ricerca

Organizzazione, direzione e coordinamento di centri e/o gruppi di ricerca nazionali:

- 2019-2020 Coordinatore - Bando di Internazionalizzazione della Fondazione Carisbo
Tema: La gestione efficace del disservizio al cliente: analisi e linee guida per il personale di contatto (importo finanziato € 4.000).
- 2014-2016 Tutor – Assegno di ricerca, finanziamento del Dipartimento di Scienze Aziendali, Università di Bologna
Tema: Managing Customer Complaints in the Services Industry (importo finanziato € 45.000).
- 2014 Coordinatore e co-fondatore - Dipartimento di Scienze Aziendali, Università di Bologna e LIFE Agenzia di Comunicazione, Bologna
Progetto: Creazione di TOOLS – strumenti per ripensare il futuro - Gruppo di ricerca di academics e practitioner per svolgere ricerca su temi di comune interesse.
- 2003-2005 Coordinatore - Progetto Competitivo Nazionale Interlink, finanziamento MIUR.
Tema: Stato dell'arte e prospettive del sistema di accreditamento in Europa (importo finanziato € 67.500).
- 2000 Coordinatore - Progetto Giovani Ricercatori, finanziamento MURST -
Tema: La creazione del valore da parte del cliente nelle imprese di servizi.

Partecipazione a centri e/o gruppi di ricerca nazionali:

- 1997-1999 Partecipante - Progetto ex 60%
Tema: La relazione con il cliente nel marketing dei servizi (coordinatore: Prof. Gian Luca Marzocchi).
- 1997-1999 Partecipante - Progetto cofinanziato ex 40%
Tema: Analisi dell'evoluzione qualitativa e quantitativa della domanda e dell'offerta dei prodotti dell'ospitalità in Italia. La dimensione locale e globale del confronto (coordinatore nazionale: Prof. Maurizio Rispoli; coordinatore locale: Prof. Alberto Marcati).

Partecipazione a studi e ricerche scientifiche affidate da qualificate istituzioni pubbliche o private:

- 2016-2017 Partecipante - Ricerca per l'Alma Mater Studiorum Università di Bologna AD 2021. Ricerca per e in collaborazione con l'Università di Bologna.
Tema: Identità e reputazione.
- 2012 Partecipante – Ricerca per il Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo. Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Tema: Acquistare Italia. La competitività dell'Italia come destinazione turistica secondo i buyer internazionali.

- 2003 Coordinatrice - Convenzione di Ricerca della Facoltà di Economia, Sede di Rimini con il Comune e la C.C.I. A. di Rimini
Tema: Comprendere il turismo nel Comune di Rimini.
- 1999-2000 Coordinatrice - Progetto di miglioramento della qualità del servizio delle segreterie universitarie, Direzione Amministrativa dell'Università di Bologna.
- 1998-2001 Coordinatrice - Ricerca per il Centro Studi Strategici del Ministero della Difesa sulla misurazione della soddisfazione dei soldati di leva nei confronti dei corsi Euroformazione Difesa.

Organizzazione di conferenze scientifiche internazionali:

- 2000-oggi Membro del comitato organizzativo della conferenza internazionale La Londe International Conference in Services <https://iae-aix.univ-amu.fr/en/londe-conference-2020>

Partecipazione a comitati editoriali di riviste:

- 2015 - Journal of Service Research:
2012- Journal of Business Research:
2013 - Journal of Service Management
2013 - Italian Journal of Marketing (prima del 2019 Mercati e Competitività)
2010 - Recherche et Applications en Marketing

Revisore *ad hoc* per riviste scientifiche

Psychology & Marketing
Service Industry Journal
European Journal of Marketing
2013 AMA Summer Marketing Educators' Conference

Revisore *ad hoc* per proposte di volumi internazionali

- 2018 World Scientific Publishing

Attività di referaggio ad hoc per valutazione di progetti di ricerca

- 2020 Valutazione di un progetto di ricerca su incarico della Israel Science Foundation
- 2017 Valutazione di un progetto di ricerca su incarico del Doctoral Fellowship Programme of the Austrian Academy of Sciences.
- 2012 Valutazione di un progetto di ricerca su incarico della Divisione Ricerche della SDA Bocconi

Partecipazione a comitati di assegnazione di premi scientifici

- 2016 Membro del SERVSIG Emerging Scholar Award Committee

Conseguimento di premi e riconoscimenti nazionali:

- 2019 Best selected paper della sezione “Services Marketing” , Conferenza della Società Italiana Marketing

Conseguimento di premi e riconoscimenti internazionali:

- 2020 Journal of Service Research, 2019 Best Paper Award.
- 2019 Journal of Service Management, 2018 Highly Commended Paper Award.
- 2017 Journal of Business Research, Outstanding Contribution in Reviewing.
- 2015 Journal of Service Research, Finalista del 2014 Best Paper Award.
- 2007 Conferenza Quality in Services, QUIS 10, Best Paper Award e invito alla pubblicazione su rivista.
- 2002 Conferenza Quality in Services, QUIS 8, Highly Commended Paper Award e invito alla pubblicazione su rivista.

Grants

- 2020 Vincitrice del bando mobilità in uscita per Docenti, Università di Bologna.
- 2018 Vincitrice del bando mobilità in uscita per Docenti, Università di Bologna.
- 1995 Borsa di studio (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion CEFAG) della (Fondation Nationale Enseignement en Gestion (FNEGE)).
- 1993 Borsa per contributo Ph.D. all'estero , Università di Bologna.

1992 Borsa per contributo Ph.D. all'estero , Università di Bologna

Inviti

2019 Invited Speaker, Culverhouse College of Business, University of Alabama, U.S.A.

2018 Visiting Scholar, Macquarie University, Sydney Australia, (Luglio).

2017 Invited Speaker, Referral Marketing Forum, Aklamio GmbH, Londra (29 Aprile).

Partecipazione in qualità di relatore a congressi e convegni di interesse nazionale:

2020 Gelbrich, K., Hagel, J. & **Orsingher, C.** Can Empathic Technology Improve Consumer Life? An Analysis of Digital Assistants in Technology-Mediated Services, XVI SIM Conference, Varese 29 -30 Ottobre 2020, ISBN 978-88-943918-4-8.

2019 Van Vaerenbergh, Y., Varga, D., De Keyser, A. and **Orsingher, C.** The Service Recovery Journey: Conceptualization, Integration, and Directions for Future Research, XV SIM Conference Bari, 18-19 Ottobre 2019, ISBN 978-88-943918-2-4.

2017 Gelbrich, K., Hagel, J. & **Orsingher, C.** Digital helpers as marketers: How anthropomorphized digital entities support customers. pp.1-6. In Il Marketing di Successo Imprese, Enti e Persone XIV Convegno annuale SIM Bergamo, 26-27 ottobre 2017 - ISBN:978-88-907662-9-9.

2016 **Orsingher, C.** & Wirtz, J. The Bright and The Dark Side of Referral Reward Programs, Marketing & Retail nei mercati che cambiano, XIII Convegno annuale SIM, "Marketing & Retail nei Mercati che Cambiano" Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, 20 - 21 Ottobre, ISBN 978-88-907662-6-8.

2016 Visentin, M. & **Orsingher, C.** A Field Study in Bookshops: How The Strong Power of Weak Anchors Affects Consumer Behavior, Marketing & Retail nei mercati che cambiano, XIII Convegno annuale SIM , Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, 20 - 21 Ottobre, ISBN 978-88-907662-6-8.

2015 **Orsingher, C.**, Zammit, A., & Polyakova A. The effects of bloggers' self-disclosure and information quality on consumer trust and purchase intentions. Il marketing al servizio delle città, Beni culturali e rivitalizzazione urbana, XII Convegno Annuale Società Italiana Marketing, Torino 22-23 Ottobre, ISBN 978-88-907662-4-4.

2015 Valentini, S., **Orsingher, C.**, & Polyakova, A. Getting Emotional Twice: An Analysis of Patterns of Emotional States After Failure and Recovery. Il marketing al servizio delle città, Beni culturali e rivitalizzazione urbana, XII Convegno Annuale Società Italiana Marketing, Torino 22-23 Ottobre, ISBN 978-88-907662-4-4.

- 2013 Visentin, M. e **Orsingher C.** Siamo polli da libreria? Gli effetti degli “strilli da copertina” sulla scelta di un libro, in Atti del X Convegno Annuale SIM, Smart life: Dall’innovazione tecnologica al mercato, 3-4 ottobre 2013, Milano, pp. 1-10, ISBN 978-88-907662-1-3.
- 2007 DeAngelis, M., Valentini, S. & **Orsingher, C.** An empirical review of satisfaction with complaint handling, IV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, 5-6 Ottobre 2007, Roma.
- 2005 Montaguti & **Orsingher C.** Siamo tutti soddisfatti? Customer satisfaction ed eterogeneità delle preferenze: il contributo dei modelli mistura, 2° Convegno della Società Italiana di Marketing, Dicembre 2 –3, Trieste.

Partecipazione in qualità di relatore a congressi e convegni di interesse internazionale:

Partecipazione in qualità di relatore su invito

- 2021 *Invited speaker* al research symposium dell’ Academy of Management meetings dal titolo, “Empathy in Management: Insights from Research and Practice for the Post-Pandemic Age” August 2021 (virtual-event). (*invitata dal Prof. Jagdip Singh il 04/01/2021*).
- 2018 *Keynote speaker* al 7th Let’s Talk About Services Workshop, Ghent, Dicembre 5-7.
- 2018 Invitata in qualità di *track co-chair* alla 2nd *Customer Management Leadership Group Academic-Practitioner workshop* on design and decision making for customer experience, University of Manchester Business School, June 17-19.
- 2017 Invitata in qualità di *Thought Leader in Service Research* alla *Thought Leadership Conference*, University of Queensland, Brisbane, Australia, Novembre 2-6.
- 2016 Invitata in qualità di *Important contributor to the field of service research* al 2nd International Network of Service Research, Karlstad, Svezia, Aprile 28-29.
- 2014 Invitata in qualità di *Important contributor to the field of service research* e Track leader del 1st International Network of Service Research, Karlstad, Svezia, Settembre 24-26.

Partecipazione in qualità di relatore

- 2018 Valentini, S., **Orsingher, C.** & Polyakova, A. Customers’ Emotions in Service Failure and Recovery: A Meta-Analysis, 47th EMAC Annual Conference- Glasgow, May 29- June 1, 2018, ISBN: 978-1-5272-1911-3.
- 2018 **Orsingher, C.** & Zammit, A. The effects of social influencers’ self-disclosure and information quality on consumer trust and purchase intentions, 47th EMAC Annual Conference- Glasgow, May 29- June 1, 2018, ISBN: 978-1-5272-1911-3.
- 2017 Gelbrich, K.; Hagel, J. & **Orsingher, C.** How Anthropomorphized Digital Helpers Increase Customer Outcomes in Smart Service Usage, 26th Annual Frontiers in Services Conference, New York City, United States, June 22-26.
- 2017 **Orsingher, C.**, Valentini, S. & Polyakova, A. Customers’ Emotions in Service Failure and Recovery: a Meta-Analysis ", in NA - Advances in Consumer Research Volume 45, eds.

Ayelet Gneezy, Vidas Griskevicius, and Patti Williams, Duluth, MN : Association for Consumer Research, Pages: 791-792.

- 2016 **Orsingher, C.** & Wirtz, J. The Opposing Forces of Metaperception and Reward Attractiveness on Referral Likelihood, *Frontiers in Service Conference*, Bergen, Norway, 24-26 Giugno.
- 2016 Visentin, M. & **Orsingher, C.** The Strong Power of Weak Anchors. 45th EMAC Conference Proceedings – Marketing in the age of data , Norwegian Business School, May 24-27, 2016, Oslo, ISBN 978-82-8247-284-5.
- 2014 Visentin, M. & **Orsingher, C.** The Effect of blurbs on Consumers’ Response. 43th EMAC Conference Proceedings – Paradigm Shifts & Interactions, Universidad de Valencia, June 3-6, 2014, Valencia, ISBN 978-84-370-9453-3.
- 2013 **Orsingher C.**, Wirtz, J. & Cho H. Online and Offline Referral Reward Programs, EMAC 42nd Annual Conference Proceedings, Istanbul, 2013, pp. 1-6, atti di: 42nd EMAC Annual Conference: Lost in Translation, Istanbul, 4-7 Giugno, ISBN 978-9944-380-10-2.
- 2013 Valentini, S., & **Orsingher, C.** Redoubling emotions: An analysis of customers’ emotional patterns following service failure and recovery, EMAC 42nd Annual Conference Proceedings, Istanbul, 2013, pp. 415 – 416, atti di: 42nd EMAC Annual Conference: Lost in Translation, Istanbul, 4-7 Giugno, ISBN 978-9944-380-10-2.
- 2012 **Orsingher, C.**, Wirtz, J., Chew, P., & Tambyah, S. K.. Metaperception and the Effectiveness of Referral Reward Programs, Proceedings of the American Marketing Association SERVSIG International Service Research Conference, in *Innovative Service Perspectives*, J. Mickelsson & A. Helkkula eds., Hanken School of Economics, Helsinki, 7-9 Giugno, ISBN 978-952 232 170-1.
- 2011 Valentini S., **Orsingher C.**, De Angelis M. A meta-analytic assessment of the effects of perceived justice and emotional response in service recovery situations, Proceedings of the 40th EMAC Conference Ljubljana, Slovenia, p. 1-6, ISBN: 978-961-240-211-2.
- 2010 Pizzi G., **Orsingher, C.**, Marzocchi G. L., & Zammit, A. (2010), The temporal pattern of customer satisfaction: a construal-level approach, *Frontiers in Service Conference*, Karlstad, Sweden, 10-13 Giugno.
- 2010 **Orsingher, C.**, Marzocchi, G.L., Valentini, S. Customer (Goal) Satisfaction: A Means-Ends Chain Approach, *Frontiers in Service Conference*, Karlstad, Sweden, 10-13 Giugno.
- 2010 Pizzi G., **Orsingher, C.**, Marzocchi G. L., & Zammit, A. Why does the way you evaluate a service depends on when you evaluate it, in: 39th EMAC Conference: The Six Senses – The Essentials of Marketing Editors: Suzanne C. Beckmann, Torsten Ringberg, Thomas Ritter, Copenhagen Business School Denmark, 1-4 Giugno, ISBN: 9788792569011.
- 2009 Pizzi, G., Marzocchi, G.L., **Orsingher, C.** & Zammit A. The Temporal Pattern of Customer Satisfaction: A Construal-Level Approach, in: J.P. Helfer & J.L. Nicolas (eds.), *Marketing & the Core Disciplines: Rediscovering References?*, in: 38th EMAC Conference, May 26-29, Audencia Nantes School of Management, Nantes, France, ISBN: 9789044123876.

- 2008 Pizzi, G., Forti, E. Pareschi, L. & **Orsingher, C.** Antecedents and Consequences of Service Recovery Process in Experimental Studies: a Meta-Analysis EMAC Conference Proceedings, s.l, s.n, 2008, pp. 25 – 34, Brighton, 27-30 Maggio, ISBN: 978-952 232 170-1.
- 2007 Valentini, S., De Angelis, M., & **Orsingher, C.** (2007). Generalization about satisfaction with complaint handling in services, EMAC Conference Proceedings, 22-25 Maggio, Reykjavik, ISBN: 997-99483-5-3.
- 2007 **Orsingher, C.**, Valentini, S., & De Angelis, M. (2007). A meta-analysis of satisfaction with complaint handling in services, Proceedings of QUIS 10, Quality in Services, 14-16 Giugno, Orlando, Florida, ISBN: 9780615144139.
- 2006 Changeur, S. & **Orsingher C.** Le capital-marque ou valeur ajoutée de la marque à un produit/service, Marketing Trends, 5Th International Congress, Gennaio 20-21, Venezia.
- 2004 **Orsingher C.**, Marzocchi G.L. & Valentini, S. Parcours hiérarchiques de satisfaction des consommateurs de services", Proceedings of the XX Congrès de l'Association Française Marketing., Saint Malo, Francia.
- 2003 Dano, F., Llosa, S. & **Orsingher C.** Evaluer un service: les mots pour le dire", Proceedings of XIX Congrès de l'Association Française Marketing, Tunisi.
- 2002 **Orsingher C.** & Marzocchi G.L. A study on the hierarchical representation of satisfactory experiences in consumer memory", in: Tax S, Stuart FI, Brown SW, Edvardsson B., Johnston R. and Scheuing E. (eds.) QUIS 8, Quality in Service: Crossing Boundaries. University of Victoria, Giugno 11-14, Canada, ISBN: 1550582526.
- 2002 Marcati, A., D. Iacobucci & **Orsingher C.** Complexity in external information search strategies: information categories and mental models in consumer buying behavior, 2002 INFORMS Marketing Science Conference. INFORMS Marketing Science, Alberta, Canada.
- 2001 **Orsingher C.** Pourquoi je joue? Une étude de la représentation hiérarchique des motivations à l'égard des jeux de loterie et de PMU", Proceedings of the XVII Congrès de l'Association Française Marketing, Deauville, Francia.
- 2000 **Orsingher C.** Customer satisfaction in extended service experiences: exploring the role of customer participation and the evolution of expectations". In: QUIS 7 Service Quality in the New Economy: Interdisciplinary and International Dimensions. Karlstadt Svezia, June 13-16, ISBN: 0-9652482-2-4.
- 1998 **Orsingher C.** Script cognitif et marketing des services: étude de l'impact de la connaissance du script sur les coûts de changement du client", Proceedings of the XIV Congrès de l'Association Française Marketing, Bordeaux, Francia.
- 1998 **Orsingher C.** & Llosa, S. Small histories of memorable satisfaction in services Proceedings of the 3rd International Research Seminar in Service Management, La Londe les Maures, Francia.

- 1998 **Orsingher C.** The influence of consumer script knowledge on perceived switching costs: an application in the retail setting, AMA Frontiers in Services Conference, Vanderbilt University, Nashville, TE, USA.
- 1995 **Orsingher C.** & Chandon J.L. La perception du climat de service par les employés et les clients: une tentative de validation interculturelle, le cas de l'Italie, Proceedings of 6ème Congrès de l'Association Gestion Ressources Humaines (AGRH), 23-24 Novembre, Poitiers, Francia.
- 1994 Llosa S., Chandon J.L. & **Orsingher C.** SERVQUAL. Presentation, criticism and study of scale dimensionality, 3rd International Research Seminar in Service Management, La Londeles-Maures, 24-27 Maggio 479-506.

Produzione scientifica: Riviste

1. Valentini, S., Orsingher, C., & Polyakova, A. (2020). Customers' emotions in service failure and recovery: a meta-analysis. *Marketing Letters*, 31, 199–216, *ISSN: 0923-0645*.
2. Gelbrich, K., Hagel, J., & Orsingher, C. (2020). Emotional support from a digital assistant in technology-mediated services: Effects on customer satisfaction and behavioral persistence. *International Journal of Research in Marketing*, *Disponibile online 28 June 2020*, *ISSN:0167-8116*, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.06.004>
3. Robinson S.G., Orsingher C., Alkire L., De Keyser A, Giebelhausen M., Papamichail N.K., Shams P., & Sobhy M. (2020), Frontline encounters of the AI kind: An evolved service encounter framework , *Journal of Business Research*, *Journal of Business Research*, 116, 366-376, *ISSN: 0148-2963*.
4. Wirtz, J., Orsingher, C., & Cho Hichang (2019). Engaging Customers Through Online and Offline Referral Reward Programs, *European Journal of Marketing*, 53, 9, 1962-1987, *ISSN:0309-0566*.
5. Van Vaerenbergh, Y., Varga, D., De Keyser, A. and Orsingher, C. (2019). The Service Recovery Journey: Conceptualization, Integration, and Directions for Future Research, *Journal of Service Research*, 22, (2), 103-119, *ISSN: 1094-6705*. ** lead article **
6. Bolton, R.N., McColl-Kennedy, J.R., Cheung, L., Gallan, A., Orsingher, C., Witell, L. and Zaki, M. (2018), Customer experience challenges: Bringing together digital, physical and social realms, *Journal of Service Management*, Vol 29 No. 5, . *ISSN: 1757-5818*.
7. Orsingher, C., & Wirtz, J. (2018). Psychological Drivers of Referral Reward Program Effectiveness. *Journal of Services Marketing*, 32(3), 256-268, *ISSN:0887-6045*.
8. McColl-Kennedy, J., Danaher, T., Gallan, A., Orsingher, C., Lervik-Olsen, L. & Verma, R. (2017). How Do You Feel Today? Managing Patient Emotions during Health Care Experiences to Enhance Well-being. *Journal of Business Research*, 79 (October), 247-259, *ISSN:0148-2963*.

9. Van Vaerenbergh, Y., & Orsingher, C. (2016). Service Recovery: An Integrative Framework and Research Agenda. *The Academy of Management Perspectives*, 30(3), 328-346, *ISSN:1558-9080*.
10. Orsingher, C., Hogueve, J., & Ordanini, A. (2016). Building on the past: advancing theory in services through meta-analysis. *Journal of Service Management*, 27(1), 37-42, *ISSN:1757-5818*.
11. Aksoy, L., Hogueve, J., Lariviere, B., Ordanini, A., & Orsingher, C. (2015). Relative measures in service research. *Journal of Services Marketing*, 29, (6/7), *ISSN:0887-6045*.
12. Pizzi, G., Marzocchi, G. L., Orsingher, C., & Zammit A. (2015). The Temporal Construal of Customer Satisfaction" *Journal of Service Research*, (18), 4, pp. 484-497, *ISSN: 1094-6705*.
13. Van Vaerenbergh, Y., Orsingher, C., Vermeir, I., & Larivière, B. (2014). A meta-analysis of relationships linking service failure attributions to customer outcomes. *Journal of Service Research*, 17(4), pp. 381-398, *ISSN: 1094-6705*.
14. Wirtz, J., Orsingher, C., Chew, P., & Tambyah, S. K. (2013). The role of metaperception on the effectiveness of referral reward programs. *Journal of Service Research*, 16(1), pp. 82-98, *ISSN: 1094-6705*.
15. Orsingher, C., Marzocchi, G. L. & Valentini, S. (2011). Customer (Goal) Satisfaction: A Means-Ends Chain Approach, *Psychology and Marketing*, 28(7), pp. 784-766, *ISSN: 0742-6046*.
16. Orsingher, C., Valentini, S. e De Angelis, M. (2010). A Meta-Analysis of Satisfaction with Complaint Handling in Services *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(2), pp.169-186, *ISSN: 0092-0703*.
17. Montaguti, E. & Orsingher, C. (2006). Customer Satisfaction ed Eterogeneità delle Preferenze: Il Contributo dei Modelli Mistura, *Mercati e Competitività*, (4), pp. 137-154, *ISSN: 1826-7386*.
18. Orsingher, C. (2006), *Le Script de Service : Fondements du Concept et Applications en Marketing des Services*, *Recherche et Applications en Marketing*, 21(3), pp. 115-128, *ISSN: 0767-3701*.
19. Orsingher, C., Eiglier, P. & Llosa, S. (2006). Un'Analisi delle Esperienze di Servizio Soddisfacenti Attraverso la Critical Incident Technique, *Mercati e Competitività*, 2, pp. 61-82, *ISSN: 1826-7386*.
20. Dano, F., Llosa, S. & Orsingher, C.(2006). Words, Words, Mere Words? An Analysis of Service Customers' Perception of Evaluative Concepts, *Quality Management Journal*, Vol. 13, Issue 2, pp. 46-53, *ISSN: 1068-6967*.
21. Orsingher, C., & Marzocchi G.L. (2003). Hierarchical Representation of Satisfactory Consumer Service Experience", *International Journal of Service Industries Management*,14(2), pp. 200-216, *ISSN: 0956-4233*.

22. Orsingher, C. (2003). La Soddisfazione del Cliente nei Servizi ad Elevata Partecipazione, *Micro-Macro Marketing*, 1(1), pp. 3-20, *ISSN: 1121-4228*.
23. Orsingher, C. (2002). Le Nuove Forme di Offerta Turistica, *Sistema Economico*, 1-2, pp. 5-18, *ISBN: 88-87047-19-7*.
24. Llosa, S., Chandon, J.L. & Orsingher, C. (1988). An Empirical Study of Servqual's Dimensionality, *The Service Industry Journal*, 18 (2), pp. 16-44, *ISSN: 0264-2069*.
25. Orsingher, C. (1996). Strumenti di Misurazione della Customer Satisfaction e della Qualità nei Servizi: Una Rilettura Critica, *Sinergie*, 40, pp. 209 -225, *ISSN: 0393-5108*.

Produzione scientifica: Monografia

1. Orsingher, C. (1999). Il servizio dalla parte del cliente. Un approccio cognitivo all'esperienza di consumo. p. 19-202, ROMA:Carocci Editore, ISBN: 88-430-1488-9.

Produzione scientifica: Capitoli di libro

1. Barbini, F.M. & **Orsingher C.** (2004) La costituzione del gruppo Coin. In: Imprese in cambiamento, B. Maggi and G. Masino (eds.), Bononia University Press, Bologna, *ISBN: 88-7395-039-6*.
2. Lago, U., Maresi, A., Marzocchi, G.L., Montaguti, E. & **Orsingher C.** (2003) Orientamento al mercato e sviluppo: alcuni elementi nuovi. In: L'impresa tra vent'anni: stakeholders, strategie e risorse per la creazione del valore, Cristina Boari, ed. Roma: Carocci Editore, pp.115-149, *ISBN: 9788843028320*.
3. **Orsingher C.** (2001) Un'industria turistica capace di innovare: il caso di Rimini. In: Maurizio Rispoli, *Prodotti turistici evoluti. Casi ed esperienze in Italia*. Torino. Giappichelli Editore, pp. 269-300, *ISBN: 88-348-1234-4*

Produzione scientifica: Curatele

1. **Orsingher, C.** (2016). Synthesizing research in marketing through meta-analysis, *Mercati & Competitività*, 2, 7-10, *doi.10.3280/MC2016-002001*
2. Goudarzi, K., Llosa, S., & **Orsingher, C.** (2015). Guest Editors - Crossing boundaries in service research: The La Londe Service Conference. *Journal of Service Management*, 26(5), <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2015-0154>
3. Goudarzi, K., Llosa, S., & **Orsingher, C.** (2010). Guest Editors - The La Londe Conference 2010. *Journal of Service Management*, 22(5), <https://doi.org/10.1108/josm.2011.08522eaa.001>
4. Llosa S., Goudarzi K., Orsingher C. (2009) Guest Editors. Editorial, *Journal of Service Management* vol 20, issue 3, <https://doi.org/10.1108/josm.2009.08520caa.001>
5. Llosa S., **Orsingher C.** (2007) Guest Editors - Interdisciplinary insights on service activities. *International Journal of Service Industry Management* Vol 18 n° 5, 449, <https://doi.org/10.1108/ijsim.2007.08518eaa.001>

4. **Orsingher, C.** (Editor) *Assessing Quality in European Higher Education Institutions: Dissemination, Methods and Procedures*, Physica-Verlag, Springer Verlag, Berlin, *ISBN 978-3-7908-1688-4*.

Altre Pubblicazioni

1. **Orsingher C.,** Marzocchi G.L. & Valentini, S. (2012) *Linking Service Attributes to Customer End-Goals to Increase Customer Satisfaction*, in Keller Center Research Report, Marzo. Articolo su invito e disponibile al sito:
<https://www.baylor.edu/business/kellercenter/doc.php/194344.pdf>

Attività Istituzionali

Attività Istituzionali per l'Università di Bologna

- 2020 Componente della Commissione Giudicatrice della procedura di valutazione per il reclutamento di un ricercatore a tempo determinato per il Settore Concorsuale 13/B2 - per il Settore scientifico disciplinare SECS- P/08 -, Dipartimento di Scienze Aziendali, Università di Bologna.
- 2018-2020 Presidente della Commissione attribuzione Contratti di Insegnamento, Dipartimento di Scienze Aziendali, Università di Bologna.
- 2017-2020 Coordinatore del Dottorato in Management, Dipartimento di Scienze Aziendali Università di Bologna.
- 2017-2020 Membro della Commissione Didattica, Dipartimento di Scienze Aziendali Università di Bologna.
- 2014-2016 Responsabile Scambi Erasmus delle Sedi di Copenhagen e Istanbul.
- 2009-2012 Vicedirettore del Dipartimento di Scienze Aziendali, Università di Bologna.
- 2009-2012 Membro della Giunta del Dipartimento di Scienze Aziendali, Università di Bologna.
- 2008-2009 Delegato del Preside di Facoltà all'internazionalizzazione della Facoltà di Economia, Università di Bologna.
- 2008-2010 Membro della commissione per il test di accesso alla laurea magistrale in direzione aziendale, Università di Bologna.
- 2006-2016 Membro della commissione attribuzione borse di studio per tesi all'estero, Università di Bologna.
- 2002-2003 Vice-Presidente del Corso di Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici, Università di Bologna, Facoltà di Rimini.

Attività di orientamento per l'Università di Bologna

- 2017-oggi Tutor Scientifico per i tirocini del corso di Laurea in Management e Marketing.
- 2020 Almaorienta, online. Corso di Laurea in Management e Marketing. Info-point per i giovani interessati. 14-15 maggio.
- 2019 Almaorienta, presentazioni dei 3 corsi di laurea triennali del Dipartimento di Scienze Aziendali, 26-27 febbraio.
- 2019 Membro commissione TOLC. 9 settembre.
- 2016 Almaorienta, Corso di Laurea in Management e Marketing. Info-point per i giovani interessati. 1-2 marzo.
- 2014 Almaorienta, Corso di Laurea in Management e Marketing. Info-point per i giovani interessati. 4-5 marzo.
- 2013 Almaorienta, Corso di Laurea in Management e Marketing. Info-point per i giovani interessati. 10-11 aprile.

Attività Istituzionali per altre Istituzioni accademiche e scientifiche

- 2015-2018 Membro del Consiglio di Presidenza della Società Italiana Marketing.
- 2017 Co-Organizzatrice (insieme a M. De Angelis, S. Valentini e G. Rubera) della Terza Edizione del SIM Doctoral & Research Colloquium. Società Italiana Marketing, Bologna, Italia, dal 28-05-2017 al 30-05-2017.
- 2016 Co-Organizzatrice (insieme a M. De Angelis, S. Valentini e G. Rubera) della Seconda Edizione del SIM Doctoral & Research Colloquium. Società Italiana Marketing, Pisa, Italia. dal 05-06-2016 al 07-06-2016.
- 2015 Co-Organizzatrice (insieme a M. De Angelis, S. Valentini e G. Rubera) della Prima Edizione del SIM Doctoral & Research Colloquium. Società Italiana Marketing, Urbino, Italia, dal 08-06-2015 al 09-06-2015.
- 2014-2017 Membro della Commissione giudicatrice dei titoli per la conferma in ruolo dei Ricercatori Universitari, SSD SECS/P08, MIUR, prot. N. 16067 del 12 giugno 2014.
- 2012-2015 Presidente del Comitato Internazionalizzazione, Società Italiana Marketing.
- 2010-2014 Membro del Consiglio di Presidenza della Association Française Marketing
- 2012 Membro dell'Albo dei Revisori – GEV 13 per la Valutazione di progetti per conto del M.I.U.R. e per la valutazione dei prodotti della ricerca (VQR 2004-2010) per conto dell'ANVUR.
- 2016 Membro dell'Albo dei Revisori - GEV 13 per la Valutazione di progetti per conto del M.I.U.R. e per la valutazione dei prodotti della ricerca (VQR 2011-2014) per conto dell'ANVUR.

2015 Membro del registro REPRIZE per conto del M.I.U.R.

Attività didattica

Incarichi di insegnamento in Corsi di Laurea che coprono l'obbligo di didattica frontale dall'A.A. 2001-02, corrispondente all'ingresso in ruolo come Professore Associato

- Dal A.A. 2015-16
- oggi
Corso di Comunicazione d'impresa (Modulo 1, Titolare)
Laurea Triennale in Management e Marketing (30 ore, 4 CFU, SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Italiano
- Dal A.A. 2004-05
- oggi
Corso di Services Marketing (Modulo 2 del corso di General Management and the Arts, Titolare)
Laurea Magistrale in Innovation and Organization of Culture and the Arts (30 ore, 6 CFU, SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Inglese
- Dal A.A. 2019-20 a oggi
Corso di Marketing dei Servizi (Modulo 2 del corso di Marketing di Prodotto e di Servizi)
Laurea Magistrale in Direzione Aziendale (30 ore, 6 CFU, SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Italiano
- Dal A.A. 2018-19 a oggi
Corso di Consumer Behavior (Modulo 1, Titolare)
Laurea Triennale in Business and Economics (30 ore, 4,5 CFU, SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Inglese
- Dal A.A. 2004-05 al 2014-15
Corso di Comunicazione d'impresa, Pubblicità e Promozione (Titolare)
Laurea Triennale in Economia e Marketing (60 ore, 10 CFU, SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Italiano
- Dal A.A. 2014-15 al 2018-19
Corso di Gestione dei servizi nell'industria manifatturiera (Insegnamento, Titolare)
Laurea Magistrale in Direzione Aziendale (30 ore, 4 CFU, SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Italiano
- Dal A.A. 2004-05 al 2013-14
Corso di Strategia e Marketing dei Servizi (Insegnamento, Titolare)
Laurea Magistrale in Direzione Aziendale (30 ore, 4 CFU, SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Italiano
- A.A. 2003-04
Corso di Marketing, (Insegnamento sdoppiato a matricole e dispari, Titolare)
Laurea a Ciclo Unico in Gestione di Servizi Turistici, Facoltà di Economia, Sede di Rimini, (120 ore SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Italiano
- A.A. 2002-03
Corso di Economia e Gestione delle Imprese, (Insegnamento, Titolare)
Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici, Facoltà di Economia, Sede di Rimini. (60 ore, SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Italiano

A.A. *Corso di Marketing*, (Insegnamento, Titolare)
2001-02 Laurea a Ciclo Unico in Gestione di Servizi Turistici, Facoltà di Economia, Sede di Rimini,
(60 ore SSD SECS-P/08, SC 13/B2)
Lingua: Italiano

Incarichi di insegnamento nell'ambito del Dottorato di Ricerca del Dipartimento di Scienze Aziendali

A.A. Meta-Analysis
2020-21 Seminario all'interno dell'insegnamento di Research Methods, svolto in lingua inglese
(3ore)
Ph.D in Management.

Dal A.A. La Customer Satisfaction e I processi motivazionali
2003-04 a Responsabile dell'insegnamento di Consumer Behavior (fino al 2017)
oggi Seminari all'interno dell'insegnamento di Consumer Behavior, svolto in lingua inglese (6
ore)
Ph.D in Management.

Dal A.A. La Customer Satisfaction
2003-04 al Seminario all'interno dell'insegnamento di Marketing, svolto in lingua inglese (3 ore)
2007-08 Ph.D in Management.

Dal A.A. Metodi di Ricerca Qualitativa
2001-02 al Co-titolare dell'insegnamento, svolto in lingua italiana (12 ore)
2006-07 Ph.D in Management.

Incarichi di insegnamento in Master Universitari presso Bologna Business School

2020 Advertising and Communication del Master in Marketing Management (20 ore).
2019-20 Marketing dei servizi (8 ore)
Master in Wealth Management.

Incarichi di insegnamento in Programmi Executive presso Bologna Business School

Dal A.A. Service Management (4 ore)
2010 - 2020 Executive MBA.

2018-2020 Service Management (8 ore)
Executive Master in Supply Chain and Operations.

2020 Marketing dei Beni Industriali & Service Management (21 ore)
Corporate EMBA Marchesini.

Dal A.A. Service Management (4 ore)
2013 -2020 MBA Part-time Serale.

2019 Direzione del corso Laboratorio per la qualità notarile.

2019 e 2020 Corso One Customer Experience (15 ore)
Corporate EMBA Ferrari.

2018	Service Management (4 ore) Corporate Master in Innovation Management.
2016	La dimensione organizzativa della Customer Satisfaction (4 ore) Executive Education per BPER.
2016-2017	Customer Management & Customer Experience (12 ore) Hera Elective Program.
2008- 15	Service Management , Il marketing dei servizi: Modelli e strumenti, gli strumenti per il customer relationship management, Gli strumenti per il CRM (8 ore per ogni tema) Laboratorio della Qualità Notarile.
2015	Customer Experience (4 ore) Programma in Marketing and Sales excellence.
2014-2015	Analisi del Mercato e del cliente e Customer Experience (8 ore) Executive Master in Sales & Marketing.
2014	Customer Satisfaction and Business Performance (4 ore) MBA Finance and Banking.
2014	Customer Experience Management (8 ore) BBS Alumni Initiative.
2012-2013	La qualità nei servizi (8 ore) Programma il management delle associazioni di categoria del terziario.
2012	Service Management Executive programm Change Agents per Unicredit.
2009 e 2011	Marketing of Banking Services (8 ore) Unicredit MBA.
2010	Marketing Management (4 ore) International MBA.
2009	Atelier Service Management Executive MBA Profingest.
2007 e 2008	Basic Management MBA Profingest XXI Edizione.
2002	Direzione e docenza al corso serale Fiere Eventi e Dintorni Profingest.
2002-2007	Marketing dei Servizi Master in Comunicazione Marketing Publitalia '80.

Altri incarichi di insegnamento

2017	Costruire relazioni e stili di dialogo efficaci nell'erogazione dei servizi (4 ore) U.O. Sviluppo Organizzativo, Area Persone e Organizzazione, Scuola Superiore Sant'Anna.
2015	Consumer Analysis (8 ore)

- Master in Marketing Management, Università degli Studi di Parma, Dipartimento Di Economia.
- 2014 Consumer Analysis (8 ore)
Master in Agribusiness & Food Management, Università degli Studi di Parma
Dipartimento Di Economia.
- A.A. Marketing dei Servizi
2003-04 Master in Strategia e Pianificazione delle Organizzazioni e degli Eventi Sportivi
organizzato in collaborazione con l'Università di San Marino e con Almaweb (ora BBS).
- A.A. Docente di Marketing e membro del Comitato Tecnico Scientifico del Master in
2002-03 Information Technology e comunicazione d'impresa svoltosi a Rimini in collaborazione
con Assoform Rimini.
- 2003 Corso di formazione agli Uffici Relazioni con il Pubblico dell'Università di Bologna

Attività didattica integrativa:

Attività di tutorato di Tesi di Laurea e Tesi di Laurea Magistrali

- Dal A.A. Numero di tesi di laurea magistrali supervisionate: 100
2002-03 a
oggi (dato fornito da CeSIA-Assistenza Didattica il 05/01/2021)
- Dal A.A. Regolare attività di tutoraggio agli studenti delle lauree triennali per i quali non è previsto
2002-03 a un relatore formale nella relazione finale
oggi

Partecipazione a Comitati di tesi di Dottorato di Ricerca

- 2019-oggi Supervisor di Yupal Shukla, candidato al Ph.D. in Management, Dipartimento di Scienze Aziendali.
- 2018- oggi: Membro del comitato di tesi di dottorato di Dorottya Varga, KU Leuven, Belgio.
- 2014 Membro del comitato di tesi di dottorato di Lina Petraitye candidata al Ph.D.in Management, Dipartimento di Scienze Aziendali.
- 2010 Membro del comitato di tesi di dottorato di Gabriele Pizzi candidata al Ph.D. in Management, Dipartimento di Scienze Aziendali.

Partecipazione a Giurie di Tesi di Dottorato di Ricerca

- 2020 Membro della giuria di tesi di Iris Siret-Gold, IAE Lyon School of Management, Université Jean Moulin, Francia.
- 2020 Membro della giuria di tesi di Zonaib Tahir, Université Jean Moulin, Lyon 3, Francia.
- 2017 Membro della giuria di tesi di Elodie Mallor, IAE Aix-en-Provence, Aix-Marseille University, Francia.

- 2016 Membro della giuria di tesi di Marta Pizzetti, Università della Svizzera Italiana, Lugano.
- 2015 Membro della giuria di tesi di Maria Cristina Cito, Ph.D. in Management, Dipartimento di Scienze Aziendali.
- 2014 Membro della giuria di tesi di Alexandra Polyakova, Università Bocconi, Milano.
- 2012 Membro della giuria di tesi di Yves Van Vaerenbergh, University of Ghent, Belgio.
- 2005 Membro della giuria di tesi di Marco Visentin, Ph.D. in Management, Dipartimento di Scienze Aziendali.