

Vania Vigolo

QUALIFICA ACCADEMICA

Qualifica	Professore Associato (dal 15/03/2019)
Settore Scientifico Disciplinare	SECS-P/08 <i>Economia e gestione delle imprese</i>
Sede universitaria	Università degli Studi di Verona
Dipartimento di afferenza	Dipartimento di Economia Aziendale

PERCORSO ACCADEMICO E FORMAZIONE

- Abilitazione al ruolo di professore di prima fascia per il settore concorsuale 13/B2 dal 10/11/2020.
- Abilitazione al ruolo di professore di seconda fascia per il settore concorsuale 13/B2 dal 04/04/2017.
- Conferma nel ruolo di Ricercatore di Economia e gestione delle imprese (SECS-P/08) dal 01/04/2011.
- Ricercatore di Economia e gestione delle imprese (SECS-P/08), dal 01/04/2008.
- Dottore di Ricerca in “Marketing per le strategie d’impresa” (XX ciclo nazionale, 2004-2008), Università degli Studi di Bergamo.

ATTIVITÀ DI RICERCA

L’attività di ricerca si articola in quattro principali aree:

- 1) Tourism and hospitality marketing and management
- 2) Services marketing and management (in particolare nel contesto dei servizi pubblici)
- 3) Brand management
- 4) Sustainable production and consumption

Progetti di ricerca finanziati (selezione)

- Responsabile scientifico del progetto “Piano strategico della DMO Lago di Garda”, finanziato dalla Camera di Commercio di Verona e commissionato al Dipartimento di Economia Aziendale, Università di Verona (2019).
- Partecipazione al gruppo di ricerca Joint projects 2017 (Università di Verona) per il progetto “Misurare l’impatto degli eventi culturali: Tocati festival internazionale dei giochi in strada”. Responsabile scientifico Prof. Fabio Cassia.
- Responsabile scientifico del progetto dal titolo “Comunicazione integrata nelle water utilities”, finanziato da Acque Veronesi in convenzione al Dipartimento di Economia Aziendale, Università di Verona (2017).
- Responsabile scientifico del progetto “Qualità dei servizi e willingness to pay: un’indagine sui cittadini”, finanziato da Acque Veronesi in convenzione con il Dipartimento di Economia Aziendale, Università di Verona (2016-17).
- Partecipazione al gruppo di ricerca multidisciplinare e interateneo per il progetto finanziato sulla base di un bando competitivo FSE 2016-Regione Veneto dal titolo: “Sviluppo e potenzialità d’impiego di metodologie di efficientamento di reti idriche e acquedotti e gestione economica, strategie e modelli di business nel settore idrico italiano con riferimento ai rapporti tra ESCo e utilities”. Responsabile scientifico Prof. Federico Testa.
- Partecipazione all’unità di ricerca locale del progetto PRIN 2004 dal titolo “Il management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la creazione, lo sviluppo e la governance”. Coordinatore nazionale Prof. Sergio Sciarelli, Responsabile locale Prof. Claudio Baccarani. (2004-2006).

Premi e riconoscimenti per l’attività scientifica

- Top downloaded paper 2018-2019, rilasciato dalla rivista International Journal of Tourism Research (Wiley) per l’articolo Confente I., Vigolo V. (2018). Online travel behaviour across cohorts: The impact of social influences and attitude on hotel booking intention. *International Journal of Tourism Research*, 20(5), pp. 660-670.

- Emerald Awards for Excellence 2019-Highly Commended Award per l'articolo Cassia F., Vigolo V., Ugolini M., Baratta R. (2018). Exploring city image: residents' versus tourists' perceptions. *The TQM Journal*, 30(5), pp. 476-489.
- Emerald Awards for Excellence 2018-Highly Commended Award per l'articolo Bonfanti A., Vigolo V., Douglas J., Baccarani C. (2017). Servicescape navigation: a customer typology based on the wayfinding ability of Italian hospital visitors. *The TQM Journal*, 29(4), pp. 546-563.
- Emerald Literati Network Awards for Excellence-Outstanding Paper 2015 of The TQM Journal per l'articolo Ugolini M., Cassia F., Vigolo V. (2014). Services branding: is it a matter of gender? *The TQM Journal*, 26(1), pp. 75-87.

Partecipazione a comitati editoriali e attività di reviewer

- Membro dell'Editorial Board di *SN Business & Economics* (Springer) (da marzo 2020).
- Membro dell'Editorial Review Board della rivista *The TQM Journal* (Emerald) (da gennaio 2019).
- Membro dell'Editorial Review Board della rivista *Journal of Consumer Marketing* (Emerald) (da ottobre 2018).
- Membro dell'Editorial Board di *Economia Pubblica* (Franco Angeli) (da maggio 2019).
- Membro del comitato editoriale di *Sinergie Italian Journal of Management* (dal n. 66/2005).
- Membro del Comitato Scientifico per il convegno internazionale ENTER organizzato dall'*International Federation for Information Technology and Travel and Tourism* (dal 2016).
- Reviewer e ad hoc reviewer per diverse riviste internazionali (Publons profile: <https://publons.com/a/1179058/>), tra cui:

<i>Current Issues in Tourism</i> (Taylor & Francis)	<i>Journal of Cleaner Production</i> (Elsevier)
<i>European Journal of Marketing</i> (Emerald)	<i>Journal of Consumer Marketing</i> (Emerald)
<i>Journal of Environmental Management</i> (Elsevier)	<i>The TQM Journal</i> (Emerald)
<i>Journal of Product and Brand Management</i> (Emerald)	<i>Tourism Management Perspectives</i> (Elsevier)
<i>International Journal of Hospitality Management</i> (Elsevier)	<i>Utilities Policy</i> (Elsevier)
- Reviewer per i seguenti convegni internazionali:
 - The International Forum on Knowledge Asset Dynamics (IFKAD) (2015-2016; 2020).
 - The 8th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (2015).
 - The International Federation for Information Technology and Travel & Tourism's ENTER Conference (dal 2015).

Visiting researcher

- Visiting researcher presso il Department of Business Management, University of Stellenbosch, Sud Africa, nell'ambito del progetto di internazionalizzazione di Ateneo Giuseppe Giusto Scaligero (2009).
- Visiting researcher presso il Department of Business Management, University of Stellenbosch, Sud Africa, per un progetto di ricerca dal titolo "South African consumers' perceptions of Italian brands" (2007).

Membership a società scientifiche

- Membro della Società Italiana di Marketing (SIM)
- Membro della Società Italiana di Management (SIMA)
- Membro dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA).
- Membro dell'International Federation for Information Technologies and Travel & Tourism (IFITT)
- Membro dell'Academy of Marketing Science (AMS)

ATTIVITÀ DIDATTICA E DI SUPPORTO ALLA DIDATTICA

Insegnamenti e docenza (ultimi due anni accademici)

Nel 2021-22 e nel 2022-23 è titolare dei seguenti insegnamenti presso l'Università di Verona:

- “Principi di marketing internazionale A-L” (9CFU), Corso di Laurea in Lingue e culture per il turismo e il commercio internazionale.
- “Marketing e comunicazione digitale per l’offerta turistica” (9 CFU), Corso di Laurea Magistrale in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale.
- “Marketing territoriale” (coordinatore, 2CFU), Corso di Laurea Magistrale in Marketing e comunicazione d’impresa.

Partecipazione a comitati scientifici e didattici in corsi post lauream

- Direttore del Corso di Perfezionamento “Smart Management in Sport”, Università di Verona (a.a. 2021-22 e 2022-23)
- Coordinatore scientifico e didattico del Corso di Perfezionamento “Smart Energy Management. Gestire i processi di efficienza energetica in azienda”, Università di Verona (a.a. 2014-15).
- Membro del Comitato Scientifico del Corso di Perfezionamento “Middle manager commerciale. Guidare i collaboratori all’interno dell’azienda e nella struttura di vendita”, Università di Verona (2012-13 e 2013-14).
- Membro del Comitato Scientifico del Corso di perfezionamento in “Sales Management. Guidare i collaboratori nella rete di vendita e in azienda”, Università di Verona (a.a. 2011-12).
- Membro del Collegio Docenti del Master in “Front office nei servizi: competenze linguistiche e relazionali”, Università di Verona (a.a. 2008-2009).

ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

In Ateneo:

- Membro del Consiglio Direttivo del Centro Linguistico di Ateneo come rappresentante per il Dipartimento di Economia Aziendale dal 2017, carica rinnovata per il triennio 2018-2021 (da dicembre 2020 diventa rappresentante della Scuola di Economia e Management).
- Membro del Consiglio Direttivo del Centro Linguistico di Ateneo come rappresentante per la macro-area economico-giuridica nell’a.a 2014-2015.

Presso il Dipartimento di Economia Aziendale:

- Componente del Team di Assicurazione Qualità della ricerca dipartimentale (2018-2020).
- Membro della Commissione per la suddivisione del Fondo Unico per la Ricerca, Dipartimento di Economia Aziendale, a.a. 2013-2014 e 2014-2015.
- Membro del Collegio docenti del Dottorato in Economia e Direzione Aziendale, confluito nel 2010 nella Scuola di Dottorato di Economia (sede Università di Verona), dall’a.a. 2008-2009 all’a.a. 2012-2013.

Presso il Dipartimento di Lingue e Letterature Straniere:

- Referente per l’Assicurazione della Qualità del Corso di laurea magistrale in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale (da ottobre 2022).
- Presidente della Commissione AQ Laurea magistrale in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale (LM38)

TERZA MISSIONE

Ha svolto diverse attività nell’ambito della terza missione, tra cui:

- Partecipazione a Kidsuniversity Verona 2017 e 2019
- Partecipazione a Veneto Night, la Notte dei Ricercatori del Veneto (2017).

PUBBLICAZIONI

Monografie:

- Vigolo V. (2017), *Older Tourist Behavior and Marketing Tools*, Cham, Springer.
- Vigolo V. (2011), *Mercati emergenti per i prodotti italiani: prospettive dal Sud Africa*, Milano, Giuffrè.
- Simeoni F., Vigolo V. (2006), *Modelli per la valutazione della convenienza degli investimenti industriali*, Milano, Giuffrè.

Articoli su riviste scientifiche internazionali

- Vigolo, V., Bonfanti, A., & Rivera-Hernaez, O. (2021). Disentangling customer delight: a needs-based analysis of senior tourists in hotels. *Anatolia*, 32(4), 565-578.
- Bonfanti, A., Vigolo, V., & Yfantidou, G. (2021). The impact of the Covid-19 pandemic on customer experience design: The hotel managers' perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102871.
- Vigolo, V., Bonfanti, A., Sallaku, R., Douglas, J. (2020). The effect of signage and emotions on satisfaction with the servicescape: An empirical investigation in a healthcare service setting. *Psychology & Marketing*, 37(3), 408-417.
- Vigolo, V., Bonfanti, A., & Brunetti, F. (2019). The Effect of Performance Quality and Customer Education on Attitudinal Loyalty: A Cross-Country Study of Opera Festival Attendees. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*
- Vigolo, V., Sallaku, R., & Testa, F. (2018). Drivers and barriers to clean cooking: a systematic literature review from a consumer behavior perspective. *Sustainability*, 10(11), 4322.
- Cassia, F., Vigolo, V., Ugolini, M. M., & Baratta, R. (2018). Exploring city image: residents' versus tourists' perceptions. *The TQM Journal*, 30(5), 476-489.
- Confente, I., & Vigolo, V. (2018). Online travel behaviour across cohorts: The impact of social influences and attitude on hotel booking intention. *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 660-670.
- Guerrini, A., Vigolo, V., Romano, G., & Testa, F. (2018). Levers supporting tariff growth for water services: evidence from a contingent valuation analysis. *Journal of environmental management*, 207, 23-31.
- Bonfanti, A., Vigolo, V., Douglas, J. A., & Baccarani, C. (2017). Servicescape Navigation: A Customer Typology based on the Wayfinding Ability of Italian Hospital Visitors. *The TQM Journal*, 29(4), 546-563.
- Vigolo V., Ugolini M. (2016). Does this fit my style? The role of self-congruity in young women's repurchase intention for intimate apparel. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20(4), 417-434.
- Vigolo, V., Bonfanti, A., Magliocca, P., & Kirakosyan, K. (2016). Corporate culture and firm performance: a service-oriented perspective. *International Journal of Managerial and Financial Accounting*, 8(2), 109-123.
- Vigolo, V. (2015). Investigating the attractiveness of an emerging long-haul destination: Implications for loyalty. *International Journal of Tourism Research*, 17(6), 564-576.
- Ugolini, M. M., Cassia, F., & Vigolo, V. (2014). Services branding: is it a matter of gender?. *The TQM Journal*, 26(1), 75-87.
- Vigolo, V., & Cassia, F. (2014). SMEs' switching behavior in the natural gas market. *TQM Journal*, 26(3), 300-307.

Articoli su riviste nazionali

- Negri F., Vigolo V., Bonfanti A. (2016), "Managing responses to online reviews: an opportunity for value co-creation?", *Mercati e Competitività*, vol. 1, pp. 104-121.
- Testa F., Vigolo V. (2015), "Sustainability through energy efficiency: An Italian perspective", *Sinergie Italian Journal of Management*, vol. 33, n. 96, pp. 93-111.
- Testa F., Vigolo V. (2015), "Barriere allo sviluppo dell'efficienza energetica. Una nuova lettura dell'energy efficiency gap e alcune proposte manageriali e di policy", *Management delle utilities e delle infrastrutture*, n. 4, pp. 12-20.
- Testa F., Vigolo V. (2014), "Sostenibilità tecnico-ingegneristica ed economico-sociale: la nuova sfida per il sistema energetico italiano", *Management delle utilities e delle infrastrutture*, n. 3, pp. 12-18.

- Testa F., Vigolo V. (2014), “Sostenibilità tecnico-ingegneristica ed economico-sociale: la nuova sfida per il sistema energetico italiano”, *Management delle utilities e delle infrastrutture*, n. 3, pp. 12-18.
- Vigolo V., Ugolini M. (2009), “Managing relationships with potential employees: an empirical approach to employer brand”, *Sinergie*, n. 16 (a cura di Stampacchia P., Mele C.), pp. 87-108.
- Vigolo V. (2009), “Nation branding tra prodotti e turismo”, *Sinergie*, giugno, pp. 189-208.
- Chiodi E., Vigolo V. (2008), “Profili applicativi delle valutazioni di convenienza economica: il caso del biogas per la produzione di energia”, *Sinergie*, n. 77, pp. 121-140.

Capitoli di libro

- Confente, I., Vigolo, V., & Brunetti, F. (2020). The role of WOM in affecting the intention to purchase online: A comparison among traditional vs. Electronic WOM in the tourism industry. In *Exploring the Power of Electronic Word-of-Mouth in the Services Industry* (317-333). IGI Global.
- Bonfanti, A., Canestrino, R., Castellani, P., & Vigolo, V. (2020). The in-store shopping experience: a systematic literature review. *Handbook of Research on Retailing Techniques for Optimal Consumer Engagement and Experiences* (110-141).
- Vigolo V. (2018), “Box di approfondimento - Un segmento emergente: il turista senior“, in Kotler P., Bowen J.R., Makens J.C., Baloglu S. (edizione italiana a cura di Mauri A.), *Marketing del Turismo*, Pearson, pp. 162-163.
- Vigolo V., Bonfanti A. (2016), “Exploring the importance of basic hotel attributes: a focus on senior wellness tourists”, *Proceedings of the Academy of Marketing Science® World Marketing Congress Rediscovering the Essentiality of Marketing*, 14-18 July 2015 Springer, pp. 969-981.
- Bonfanti A., Vigolo V., Negri F. (2016), “Hotel responses to guests’ online reviews: an exploratory study on communication styles”, in *Information and Communication Technologies in Tourism 2016*, Cham, Springer, pp. 397-409.
- Negri F., Vigolo V. (2015), “Hotel attributes and visual image: a comparison between website and user-generated photos”, in *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Cham, Springer, pp. 621-633.
- Vigolo V., Confente I. (2013), “Older tourists: an exploratory study on online behaviour”, in Xiang Z. and Tussyadiah I. (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, Cham, Springer, pp. 439-452.
- Vigolo V. (2012), “Approfondimento: il servizio portuale ideale”, in Ugolini M. (a cura di) *L’impatto economico del turismo nautico: il caso marina di Bardolino (VR)*, CUEIM Comunicazione srl, pp. 69-70.
- Vigolo V. (2012), “Il fenomeno del turismo nautico a Bardolino”, in Ugolini M. (a cura di), *L’impatto economico del turismo nautico: il caso marina di Bardolino (VR)*, CUEIM Comunicazione srl, pp. 29-33.
- Vigolo V. (2012), “L’impatto economico diretto del turismo nautico attuale”, in Ugolini M., *L’impatto economico del turismo nautico: il caso marina di Bardolino (VR)*, CUEIM Comunicazione srl, pp. 35-38.
- Ugolini M., Vigolo V. (2012), “Prima conclusione: impatto economico-turistico del progetto Marina di Bardolino”, in Ugolini M., *L’impatto economico del turismo nautico: il caso marina di Bardolino (VR)*, CUEIM Comunicazione srl, pp. 49-58.
- Ugolini M., Vigolo V. (2011), “Aspetti di metodo dell’indagine sui consumatori”, in Ugolini M., *Branding Verona. Un viaggio tra protagonisti e strumenti delle politiche di marca delle imprese veronesi*, Verona, Camera di Commercio di Verona, pp. 87-88.
- Vigolo V. (2011), “Cosa pensano i consumatori: i risultati dell’indagine”, in *Branding Verona. Un viaggio tra i protagonisti delle politiche di marca delle imprese veronesi*, Ugolini M., Verona, Camera di Commercio di Verona, pp. 97-119.
- Ugolini M., Vigolo V., Cobelli N. (2011), “Una visione d’insieme. Analogie e differenze tra le imprese studiate”, in Ugolini M., *Branding Verona. Un viaggio tra protagonisti e strumenti delle politiche di marca delle imprese veronesi*, Verona, Camera di Commercio di Verona, pp. 31-84.
- Bellagamba A., Brunetti F., Pencarelli T., Vigolo V. (2007), “La letteratura italiana ed internazionale sul Destination management”, in Sciarelli S., *Il Management dei sistemi turistici locali*, Torino, Giappichelli, pp. 31-83.
- Baccarani C., Brunetti F., Cobelli N., Rossato C., Simeoni F., Ugolini M., Vigolo V. (2007), “Verona Sistema Turistico Locale? Un itinerario nel turismo del capoluogo scaligero tra realtà consolidate e potenzialità inesprese”, in Sciarelli S., *Il management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la creazione, lo sviluppo e la governance*, Torino, Giappichelli, pp. 411-435.

- Testa F., Vigolo V. (2005), "Alcune riflessioni in tema di modelli di crescita delle public utilities locali", in Miglietta A. (a cura di), *Il ruolo delle fondazioni bancarie per le multiutilities locali: prospettive per la competitività del sistema paese Italia*, Milano, Giuffrè.

Atti di convegno con ISBN:

- Magno F., Cassia F., Bonfanti A., Vigolo V. (2018), "The effects of altruistic and egoistic motivations on online reviews writing frequency", Proceedings of the 21st Excellence in Services International Conference (EISIC 2018), Le Cnam, Paris, 30-31 August 2018, pp. 447-455. ISBN: 9788890432781.
- Vigolo V., Simeoni F., Cassia C., Ugolini M. (2017), "Older tourists' travel motivations and overall satisfaction at the destination: the case of Sirmione", Proceedings of the 20th Excellence in Services International Conference, University of Verona, 7-8 September 2017, pp. 817-824. ISBN: 9788890432774.
- Sallaku R., Vigolo V., Testa F. (2017), "Social media communication in water utilities", Proceedings of the 20th Excellence in Services International Conference (EISIC 2017), University of Verona, 7-8 September 2017, pp. 719-730. ISBN: 9788890432774.
- Baratta R., Cassia F., Vigolo V., Ugolini M. (2017), "City Image. Comparing residents' and tourists' perceived image of Verona", Proceedings of the 20th Excellence in Services International Conference, University of Verona, 7-8 September 2017, pp. 47-62. ISBN: 9788890432774.
- Negri F., Vigolo V. (2016), "An exploratory analysis on firms' satisfaction about social media performance", Refereed Electronic Conference Proceedings, XXVIII Sinergie Annual Conference "Management in a Digital World. Decisions, Production, Communication", Udine 9-10 June 2016, pp. 433-443. ISBN: 9788890739460.
- Vigolo V., Brunetti F., Bonfanti A. (2016), "Customer Education Programs: An Investigation in Italian Opera Theatres and Foundations", Proceedings of the 19th International Conference "Excellence in Services", University of Huelva, Huelva (Spain), 5-6 September 2016, pp. 485-502. ISBN: 9788890432767.
- Brunetti F., Bonfanti A., Vigolo V. (2016), "Empowering customer education: a research agenda for marketing studies", Proceedings of the 9th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference "Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems", University of Warsaw (Poland), September 14-16 2016, pp. 393-405. ISBN: 978-9963-711-43-7.
- Vigolo V., Testa F. (2015), "Barriers to energy efficiency for Italian SMEs: the suppliers' perspective", Proceedings of the 8th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business *Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Value Chain in a Dynamic Environment*, Verona, 16-18 September 2015, pp. 1864-1876. ISBN: 978-9963-711-37-6.
- Vigolo V., Cassia F. (2015), "Brand reputation and service quality in the Italian energy market: a business-to-business perspective", Proceedings of the 18th Toulon-Verona Conference Excellence in Services, Palermo, 31 August-1 September 2015, pp. 553-559. ISBN: 9788890432750.
- Vigolo V., Negri F. (2015), "Cultural heritage and co-creation in the Web 2.0. An exploratory study on TripAdvisor photos", Atti del XXVII Convegno annuale di Sinergie Italian Journal of Management *Heritage, management e impresa: quali sinergie?*, Termoli, 9-10 luglio 2015, pp. 91-103. ISBN: 97888907394-5-3.
- Bonfanti A., Magliocca P., Vigolo V. (2015), "Developing Service Orientation Culture in Luxury Hotels", Proceedings of 10th International Forum on Knowledge Asset Dynamics (IFKAD 2015) *Culture, Innovation and Entrepreneurship: connecting the knowledge dots*, Bari (Italy), 10-12 June 2015, pp. 403-413. ISBN: 9788896687079.
- Vigolo V., Simeoni F. (2014), "Motor caravan tourism in an ageing society: A supply-side perspective", Proceedings of the International Conference "Tourism & Ageing", Lisbon, Portugal, 26-29 November, 2014, pp. 1-15. ISBN: 9789897324536.
- Vigolo V., Bonfanti A. (2014), "Satisfying and delighting senior guests at hotels", Proceedings of the International Conference "Tourism & Ageing", Lisbon, Portugal, 26-29 November, 2014, pp. 1-15. ISBN: 9789897324536.
- Vigolo V., Cassia F. (2013), "Loyalty and switching behavior among corporate energy customers: A study in the Italian context", Proceedings of the "16th Toulon-Verona Conference Excellence in Services", University of Ljubljana, 29-30 August 2013, pp. 718-725. ISBN: 9788890432736.
- Cotticelli P., Trovato A., Vigolo V. (2012), "Brand name and brand image between linguistics and marketing", in Proceedings of "Names in the Economy III", Amsterdam, 11-13 June 2009, pp. 13-31. ISBN: 9789070389000.

- Ugolini M., Cassia F., Vigolo V. (2012), “Services branding: is it a matter of gender?”, Proceedings of the 15th Toulon-Verona Conference “Excellence in Services”, Rishon Lezion - Israel , 3-4 September 2012, pp. 1-14. ISBN: 9788890432729.
- Vigolo V. (2011), “Quality and destination image: differences between visitors and non-visitors. An Italian perspective on South Africa”, Proceedings of the “14th Toulon-Verona Conference Excellence in Services”, Alicante (Spain), 1st-3rd September 2011, pp. 1219-1230. ISBN: 9788890432712.
- Cobelli N., Simeoni F., Ugolini M., Vigolo V. (2010), “The economic impact of nautical tourism: an Italian Experience on Lake Garda”, Proceedings of the “13th Toulon-Verona Conference Organizational Excellence in Services”, University of Coimbra, Portugal, 2-4 September 2010, pp. 1-16. ISBN: 9789729344046.
- Testa F., Ugolini M., Vigolo V. (2009), “Analyzing tourists’ expected quality factors within a destination: a survey conducted in the Province of Verona, Proceedings of the “International Conference on Quality and Service Sciences ICQSS”, Verona, 27-29 August 2009, pp. 1-14. ISBN: 9788890432705.
- Testa F., Vigolo V. (2008), “Corporate dimension and quality performance: an empirical analysis from the gas distribution sector in Italy”, Proceedings of the “11th Toulon-Verona Conference Quality in Services. Higher Education; Health Care; Local Government; Tourism; Banking”, Firenze, 4-5 September 2008, Firenze University Press, pp. 264-274. ISBN: 9788884538550.
- Vigolo V. (2007), “La dimensione esperienziale nel retail: potenzialità e difficoltà applicative degli stimoli sensoriali”, Proceedings of the International Conference “Marketing Trends”, Paris, 26-27 January 2007, pp. 1-25. ISBN: 9788890245916.
- Vigolo V. (2006), “An approach to quality improvement in social services”, Proceedings of the “Toulon-Verona Conference Excellence in Services”, Paisley, Scotland, UK, 7-8 September 2006, pp. 662-675. ISBN: 1903978335.

Autorizzo il trattamento dei dati personali, ivi compresi quelli sensibili, ai sensi e per gli effetti della legge 196/2003.

Verona, 10/11/2022

Vania Vigolo