

Curriculum vitae di Antonella Garofano

POSIZIONE ATTUALE
POSIZIONE PRECEDENTE
ATTIVITÀ DIDATTICA

- Professore Associato dal 27/12/2021 nel settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese, presso il Dipartimento di Economia dell’Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”.

- Ricercatore a tempo determinato di tipologia B dal 27/12/2018 nel settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 – Economia e Gestione delle Imprese, presso il Dipartimento di Economia dell’Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”.

Nell’anno accademico 2024/2025 ha tenuto i seguenti corsi:

- **“Digital Marketing (6 CFU) (primo semestre)**, Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Strategie per l’innovazione sostenibile” (primo semestre)**, Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Marketing” (8 CFU) (primo semestre)**, Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Analisi strategiche” (8 CFU) (secondo semestre)**, Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”.

Nell’anno accademico 2023/2024 ha tenuto i seguenti corsi:

- **“Digital Marketing (6 CFU) (primo semestre)**, Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Analisi Strategiche” (8 CFU) (secondo semestre)**, Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Sviluppo e valutazione di Nuovo prodotto” (8 CFU) (secondo semestre)**, Corso di Laurea in Design per la Moda, Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”

Nell’anno accademico 2022/2023 (primo semestre) ha tenuto i seguenti corsi:

- **“Marketing” (8 CFU)**, Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”

- **“Valutazione economica di prodotto” (8 CFU)**, Corso di Laurea in Design e Comunicazione, Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Narrative approach and storytelling”**, 6 ore di attività seminariali nell’ambito del corso di Metodologie Qualitative del Dottorato in Imprenditorialità e Innovazione, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania

Nell’**anno accademico 2021/2022 (primo semestre)** ha tenuto i seguenti corsi:

- **“Marketing” (8 CFU)**, Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Marketing strategico e modelli di business” (10 CFU)**, Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Narrative approach and storytelling”**, 6 ore di attività seminariali nell’ambito del corso di Metodologie Qualitative del Dottorato in Imprenditorialità e Innovazione, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania

Nell’anno accademico 2020/2021 ha tenuto i seguenti corsi:

- **“Marketing” (8 CFU)**, Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Marketing digitale” (6 CFU)**, Corso di Laurea in Scienze del Turismo, Dipartimento di Scienze Politiche “Jean Monnet” (corso mutuato dal Dipartimento di Economia), Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Marketing strategico e modelli di business” (10 CFU)**, Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Introduzione allo Storytelling” (1 CFU)**, Seminario integrativo per gli studenti del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Narrative approach and storytelling”**, 6 ore di attività seminariali nell’ambito del corso di Metodologie Qualitative del Dottorato in Imprenditorialità e Innovazione, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania

Nell’anno accademico 2019/2020 ha tenuto i seguenti corsi:

- **“Marketing” (8 CFU)**, Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Marketing strategico e modelli di business” (10 CFU)**, Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Introduzione allo Storytelling” (1 CFU)**, Seminario integrativo per gli studenti del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Strategie e strumenti di marketing per le imprese vitivinicole” (1 CFU)**, Seminario integrativo per gli studenti del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- **“Narrative approach and storytelling”**, 8 ore di attività seminariali nell’ambito del corso di Metodologie Qualitative del Dottorato in Imprenditorialità e Innovazione, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania.

Nell’anno accademico 2018/2019 ha tenuto i seguenti corsi:

- **“Marketing territoriale” (8 CFU)**, Corso di Laurea in Economia Aziendale e Corso di Laurea in Economia e Commercio, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”

**PRECEDENTI
INCARICHI DI
DOCENZA
UNIVERSITARIA**

- **“Introduzione allo Storytelling” (1 CFU)**, Seminario integrativo destinato agli studenti del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Dipartimento di Economia, Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”
- Docente a contratto di **“Business Planning”** (6 CFU) presso il Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) – Area Didattica di Scienze Economiche e Aziendali dell’Università degli Studi del Sannio, per l’A.A. **2017/2018**.
- Docente a contratto di **“Marketing per i Beni Culturali”** (3 CFU) presso la Facoltà di Lettere – Corso di Laurea in Scienze dei Beni Culturali: Turismo, Arte, Archeologia dell’Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, per l’A.A. **2017/2018**.
- Docente a contratto di **“Marketing Turistico”** (9 CFU), Corso di Laurea in Economia dei Servizi del Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) dell’Università degli Studi del Sannio, per gli A.A. **2015/2016, 2016/2017**.
- Docente a contratto di **“Economia e Gestione delle Imprese”** (3 CFU), Corso di Laurea in Scienze Economiche e delle Organizzazioni Aziendali dell’Università degli Studi Internazionali di Roma, per l’A.A. **2016/2017**.
- Teaching Staff Mobility nell’ambito del programma Erasmus+ presso la Universidad de Sevilla (Spagna), con attività di ricerca e seminari, Giugno 2017.
- Docente a contratto di **“Marketing per i Beni Culturali”** (3 CFU) per l’A.A. **2016/2017**, Corso di Laurea in Scienze dei Beni Culturali: Turismo, Arte, Archeologia dell’Università degli Studi Suor Orsola Benincasa
- Docente a contratto di **“Marketing per i Beni Culturali”** (2 CFU), Corso di Laurea in Progettazione e Gestione del Turismo Culturale dell’Università Suor Orsola Benincasa per gli A.A. **2013/2014, 2014/2015, 2015/2016**.
- Docente del modulo Marketing management dell’impresa sociale (1 CFU) nell’ambito del Master di II Livello “Manager delle Imprese Agro-Sociali e delle Reti Territoriali (MIART) A.A. 2014/2015” presso il Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) dell’Università degli Studi del Sannio, Maggio 2015.
- Cultore della materia per gli insegnamenti di Marketing, Corporate Strategy, Strategia presso l’attuale Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) dell’Università degli Studi del Sannio, dall’A.A. 2009/2010 all’A.A. 2017/2018.
- Membro del Collegio del **Dottorato di interesse nazionale in Design per il Made in Italy: Identità, Innovazione e Sostenibilità**, dall’a.a. 2023/2024 (ciclo XXXIX)
- Membro del Collegio dei docenti del **Dottorato di ricerca interateneo in “Imprenditorialità e Innovazione”** dell’Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli” e dell’Università Parthenope di Napoli, dall’a.a. 2023/2024 (ciclo XXXIX)
- Componente del Gruppo di Assicurazione della Qualità per i corsi di laurea in Economia Aziendale, Economia e Commercio, Economia e Management, Economia, Finanza e Mercati, dal 2020
- Componente della Commissione Erasmus del Dipartimento di Economia, dal 2019

**INCARICHI DI
ATENEO**

**RESPONSABILITÀ
PROGETTI DI
RICERCA
SCIENTIFICA
FINANZIATI**

Dal 1° settembre 2020 al 31/12/2021 è stata Responsabile scientifico del progetto di ricerca **OPENCORE – “Opening the doors of long-lived firms. Strategies and tools for the enhancement of corporate heritage and the promotion of living industry tourism”**, ammesso a finanziamento nell’ambito del Programma V:ALERE 2020: Progetti di ricerca applicata e a carattere industriale per RTD di tipo A e B. (Importo finanziato: euro 15.000)

ATTRaverso BANDI COMPETITIVI

Il progetto si basa sulla collaborazione tra ricercatori nel campo del Marketing (SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese) e del Design (ICAR/17 Disegno e ICAR/13 Disegno Industriale) per la realizzazione e la sperimentazione di artefatti comunicativi a supporto delle strategie di narrazione delle imprese storiche e lo sviluppo del turismo industriale, con particolare riferimento alle aree interne del Mezzogiorno.

PRECEDENTI INCARICHI E PARTECIPAZIONE AD ATTIVITÀ DI RICERCA

- Borsista di ricerca nell’ambito del progetto “Musei d’impresa in Italia: orientamento strategico e performance”, correlato al settore scientifico disciplinare SECS-P/08 “Economia e Gestione delle Imprese”, **dal 16 maggio 2018 al 16 novembre 2018**.
- Assegnista di ricerca nell’ambito del Progetto “La longevità delle imprese nei settori tradizionali: fattori strategici e performance” presso il Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) dell’Università degli Studi del Sannio, **dal 27 novembre 2015 al 30 novembre 2017 (rinnovato il 30/11/2016)**.
- Assegnista di ricerca nell’ambito del Progetto Integrato di Filiera biennale “VITIS – Vitivinicoltura Integrata per il Territorio e l’Innovazione del Sannio”, tema della ricerca: “Analisi di mercato e strategie di targeting per un vino spumante di qualità prodotto con uve Falanghina e Aglianico coltivate nel Sannio”, **dal 22 maggio 2014 al 22 maggio 2015**.
- Componente del gruppo di ricerca dell’Università del Sannio coinvolto nel progetto interuniversitario “RICART – Rete Innovativa di Collaborazione dell’Artigianato Artistico in Campania” finanziato dalla Regione Campania con il POR FESR 2007-2013 e sviluppato con l’Università degli Studi di Salerno, Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo (CNR-IRIIS), Università degli Studi di Napoli L’Orientale, Università degli Studi di Napoli Parthenope, Università degli Studi di Napoli Suor Orsola Benincasa, Seconda Università degli Studi di Napoli, CUEIM Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale, Protom Group, Ares 2.0 e Prisma Consulting, **dal 2015 al 2017**.
- Componente del gruppo di ricerca dell’Università del Sannio coinvolto nel Progetto interuniversitario “REPOS - Reti, Politiche Pubbliche e Sviluppo” finanziato dalla Regione Campania con il POR FSE 2007-2013 e sviluppato con Università degli Studi di Salerno (capofila), Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo (CNR-IRIIS), Università degli Studi di Napoli L’Orientale, Università degli Studi di Napoli Parthenope, Università degli Studi di Napoli Suor Orsola Benincasa, Seconda Università degli Studi di Napoli, Università di Ljubljana (Slovenia), CUEIM Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale, Prisma Consulting S.r.l, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari, Meridie SPA, IMAST SCARL, dal **01/11/2011 al 31/12/2014**.
- Componente del gruppo di ricerca impegnato nel progetto annuale “Orientamento al mercato e orientamento imprenditoriale delle medie imprese italiane: tratti distintivi ed effetti sulla competitività” finanziato dalla Regione Campania ai sensi della L.R. n. 5 del 28/03/2002, **anno 2014**.
- Assegnista di ricerca nell’ambito del Progetto “Techframe - Interventi di assistenza tecnica per l’avvio di imprese operanti in compatti di attività ad elevato impatto tecnologico”, Dipartimento di Analisi dei Sistemi Economici e Sociali, Università degli Studi del Sannio, **da dicembre 2009 a febbraio 2011**. Titolo della ricerca: “Metodologie di Analisi della Fattibilità di Mercato e della Fattibilità Economica e Finanziaria di Idee di Business miranti alla Realizzazione di Prodotti e Servizi ad Alta Intensità di Conoscenza”.
- Borsista di ricerca nell’ambito del progetto di ricerca “La Rivitalizzazione dei centri storici urbani: un modello di customer satisfaction”, Dipartimento di

Analisi dei Sistemi Economici e Sociali, Università degli Studi del Sannio, **da aprile 2009 a settembre 2009**.

- Componente del gruppo di ricerca dell'Università degli Studi del Sannio coinvolto nel Progetto nazionale “Sviluppo e competitività delle medie imprese industriali italiane” promosso dalla Società Italiana di Marketing con la partecipazione, tra le altre, della Sapienza Università di Roma e della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, **dal 31/01/2007 al 31/12/2009**.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE TITOLI DI STUDIO

- Dottorato di Ricerca interdisciplinare in “Analisi dei sistemi economici e sociali: impresa, istituzioni, territorio” – Percorso Economico-Aziendale (XXVI ciclo), conseguito presso l’Università degli Studi del Sannio in data 17/12/2014, con la votazione di Ottimo.
- Laurea Magistrale in Economia e Management conseguita presso l’Università degli Studi del Sannio in data 22/01/2007, con la votazione di 110/110 con Lode.
- Laurea Triennale in Economia e Commercio conseguita presso l’Università degli Studi del Sannio in data 22/11/2004, con la votazione di 110/110 con Lode.

PRINCIPALI PARTECIPAZIONI A CORSI DI PERFEZIONAMENTO

- Corso di Docimologia e Qualità della didattica, Università della Campania “L. Vanvitelli” (14 ore di formazione online), febbraio-marzo 2021.
- Winter School 2017 dell’Associazione Italiana di Organizzazione Aziendale (ASSIOA) *Narratives in Organizational Research*, frequentata presso la Facoltà di Economia dell’Università Sapienza, Roma, dal 16/01 al 20/01/2017.
- *Eden Doctoral Seminar on Entrepreneurship*, frequentato presso la Hanken School of Economics, Helsinki (Finlandia), dal 05/05 al 08/05/2014.
- Programma internazionale di dottorato *European Summer University – PhD Programme*, frequentato presso lo Sten K. Johnson Centre for Entrepreneurship, Lund University (Svezia), dal 18/08 al 23/08/2014.
- *Eden Doctoral Seminar on Qualitative Business Research*, frequentato presso lo European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM), Bruxelles (Belgio), dal 06/05 al 09/05 2013.
- Programma internazionale di alta formazione *The Global Village for Future Leaders of Business and Industry* frequentato presso lo Iacocca Institute della Lehigh University, Bethlehem, Pennsylvania (USA), dal 21/06 al 15/08/2007.
- Master post-lauream in “Finanza Avanzata: metodi quantitativi e applicazioni informatiche per la finanza e la gestione del rischio”, frequentato presso l’IPE di Napoli da gennaio a luglio 2008.

PRINCIPALI ESPERIENZE DI TUTORSHIP

- Tutor metodologico per il Master in Marketing+, Digital, Retail & Sales, IPE Business School, Napoli, novembre 2018.
- Tutor incaricato dalla Società Italiana Marketing per il Premio Marketing SIM presso l’Università degli Studi del Sannio, dal 2010 al 2016.
- Junior Coach nell’ambito del Programma Internazionale di Dottorato “ESU Doctoral Programme” promosso dallo European University Network on Entrepreneurship presso la Solent University di Southampton (Inghilterra), dal 16 al 22 agosto 2015.
- Assistenza e supporto organizzativo ai dottorandi stranieri iscritti al programma di Dottorato in “Management e Local Development” nell’ambito del programma Erasmus Mundus presso l’Università degli Studi del Sannio, dal 2012 al 2016.

**AFFILIAZIONI E
ATTIVITÀ DI
REFERAGGIO**

- Socio Junior (dal 2009 al 2017) e Socio Ordinario (dal 2018 ad oggi) della Società Italiana Marketing (SIMktg).
- Socio della Società Italiana di Management (SIMA) dal 2015.
- Ad-hoc Referee per le riviste scientifiche: Micro&Macro Marketing; Il Capitale Culturale; Corporate Governance and Research & Development Studies; Journal of Small Business Management; International Journal of Entrepreneurship and Small Business; International Journal of Wine Business Research.
- Attività di referaggio per la ESU Conference on Entrepreneurship, organizzata annualmente dallo *European University Network on Entrepreneurship*.
- Componente del Comitato organizzatore della Conferenza Internazionale “ESU Conference on Entrepreneurship 2019”, organizzata dall’Università degli Studi della Campania ‘L. Vanvitelli’ in partnership con l’Università degli Studi del Sannio e l’Università degli Studi di Napoli Parthenope, nel Settembre 2019.
- Componente del Comitato Organizzatore del Convegno Internazionale “Firm Longevity and Business History. Business Museums and Territorial Roots” presso l’Università degli Studi del Sannio, nel Dicembre 2013.

**ORGANIZZAZIONE
CONVEGNI**

**PRINCIPALI LAVORI
PRESENTATI A
CONVEGNI
NAZIONALI E
INTERNAZIONALI**

- “Conveying brand heritage through relics within corporate museums: an experimental investigation of consumer perceptions” (coaut. Pecot F., Riviezzo A., Napolitano M.R.), 18th Global Brand Conference, Cátolica Porto Business School, Porto, Portugal, 5-7 May 2025.
- “It’s not Just about Drinking! Exploring Behavioral Intentions in a Wine Festival Setting” (coaut. Rivetti F., Riviezzo A.), Academy of Marketing Science World Marketing Congress 2024, Bel Ombre, Mauritius, 25-29 June 2024.
- “Entrepreneurial orientation and entrepreneurial bricolage within creative industries: an empirical investigation of their interplay in affecting firms’ performance (coaut. Mason M., Riviezzo A., Zamparo G., Napolitano M.R.), European Academy of Management – EURAM Conference 2023, “Transforming business for good”, Trinity Business School Dublin, Ireland, 14-16 June 2023.
- “Storytelling and experiencescape in living industry tourism: An explorative study within long-lived firms” (coaut. Izzo F., Masiello B., Bonetti E.), International Marketing Trends Conference 2022, Università Lumsa, Roma, 20-22 gennaio 2022.
- “Musei d’impresa e factory tour come strumenti di brand experience. Il caso Amaro Lucano” (coaut. Izzo F., Bonetti E., Masiello B.), Sinergie-SIMA Management Conference 2021, “Leveraging intersections in management theory and practice”, Università di Palermo (online), 10-11 giugno 2021.
- “Do what you can, with what you have: Entrepreneurial orientation and bricolage within artistic-artisan firms” (coaut. Mason M.C., Riviezzo A., Zamparo G., Napolitano M.R.), Sinergie-SIMA Management Conference 2021, “Leveraging intersections in management theory and practice”, Università di Palermo (online), 10-11 giugno 2021.
- “Destination branding through storytelling: the role of entrepreneurs in the development of industrial tourism” (coaut. Izzo F., Bonetti E., Masiello B.), Tourman Conference 2021, 4th International Scientific Conference “Restarting tourism, travel and hospitality: The day after”, International Hellenic University (online), 21st-23rd May 2021.
- “Telling food and wine stories: storytelling strategies from marketing and linguistic perspectives” (coaut. D’Avanzo Stefania), Convegno *Specialized*

Discourses across Disciplinary Perspectives: Human Development and Wellbeing,
Dipartimento di Scienze Politiche, Università degli Studi di Napoli Federico
II (online), 14 dicembre 2020.

- “Book influencer: dalla passione per i libri ad una nuova professione in ambito culturale. Evidenze da un caso esplorativo” (coaut. Izzo F., Masiello B., Bonetti E.), XVII Convegno SIM “Il marketing per una società migliore”, LIUC, Università Cattaneo di Castellanza (online) 29-30 ottobre 2020. ISBN 978-88-943918-4-8.

- “Sustainable and Inclusive Marketing in the Toys Industry. The PlanToys Case” (coaut. Masiello B., Izzo F., Bonetti E., Kikrailas N.), XVII Convegno SIM “Il marketing per una società migliore”, LIUC, Università Cattaneo di Castellanza (online) 29-30 ottobre 2020. ISBN 978-88-943918-4-8.
- “Visitors’ Intentions and Corporate Museum Website: a Configurational Approach”, (coaut. Mason M.C., Riviezzo A., Zamparo G., Napolitano M.R.), XVII Convegno SIM “Il marketing per una società migliore”, LIUC, Università Cattaneo di Castellanza (online) 29-30 ottobre 2020. ISBN 978-88-943918-4-8.
- “Comunicare il vino narrando una storia. L’heritage marketing nelle imprese vitivinicole italiane”, Convegno “Cibo e vino. Rappresentazioni, identità culturali e co-creazione di sviluppo sostenibile”, Università degli Studi di Macerata, 21-22 novembre 2019.
- “Rafforzare la cultura organizzativa attraverso la valorizzazione dell’heritage: un’indagine esplorativa sugli effetti in termini d’imprenditorialità interna” (coaut. Riviezzo A., Napolitano M.R.), Convegno Sinergie-SIMA 2019 “Management and Sustainability. Creating shared value in the digital era”, Sapienza Università di Roma, 20-21 Giugno 2019, ISBN 97888943937-1-2.
- “Industrial tourism and corporate museums: an investigation in Italy” (coaut. Riviezzo A., Napolitano M.R., Mason M.C., Ciani S.), Tourman Conference 2018 “In search of excellence in tourism, travel & hospitality”, Rhodes, Greece, 25-28 October 2018, ISBN 978-960-287-159-1.
- “Orientamento strategico e performance dei musei d’impresa: un’indagine empirica in Italia” (coaut. Riviezzo A., Napolitano M.R., Mason M.C., Ciani S.), XV Convegno annuale della Società Italiana Marketing “I percorsi identitari nel marketing”, Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”, 18-19 Ottobre 2018.
- “A stakeholder approach to heritage marketing strategy” (coaut. Riviezzo A., Napolitano M.R.), Global Marketing Conference 2018, Tokyo, Japan, 26-29 July 2018. <https://doi.org/10.15444/GMC2018.11.05.01>
- “Narrare il patrimonio storico e culturale dell’impresa per creare valore. Una proposta di definizione dell’heritage marketing-mix” (coaut. Riviezzo A., Napolitano M.R.), Sinergie-SIMA 2018 Conference “Strategie in trasformazione e nuovi modelli per la creazione di valore”, Università Ca’ Foscari, Venezia, 14-15 giugno 2018, ISBN 978-88-943937-2-9.
- “Heritage marketing nelle imprese longeve italiane: una visione processuale” (coaut.: Riviezzo A., Napolitano M.R.), XIV Convegno annuale della Società Italiana Marketing “Il Marketing di successo. Imprese, enti e persone”, Università degli Studi di Bergamo, Bergamo, 26-27 Ottobre 2017, ISBN 978-88-907662-9-9 (Best thematic paper award).
- “Assessing entrepreneurship within long-lived firms by analyzing their discursive practices” (coaut.: Riviezzo A., Napolitano M.R.), XIV ESU Conference and Doctoral Programme on Entrepreneurship, Leuphana University, Lüneburg (Germania), 4-9 Settembre 2017.
- “Old soul, young spirit. Assessing entrepreneurial orientation within long-lived firms” (coaut.: Riviezzo A., D’Avino A., Napolitano M.R.), 15th International Entrepreneurship Forum (IEF) Conference “The Globalisation and Internationalisation of SMEs and New Ventures”, Venezia, 14-16 Dicembre 2016.
- “Heritage Marketing: una possibilità davvero sfruttata dalle imprese storiche italiane?” (coaut.: Riviezzo A., Napolitano M.R.), XIII Convegno annuale della Società Italiana Marketing: “Marketing & Retail nei mercati che cambiano”, Università di Cassino e del Lazio Meridionale, Cassino, 20-21 Ottobre 2016, ISBN: 978-88-907662-6-8.

- “Strategic orientation and international performance of small- and medium-sized enterprises: a systematic literature review”, Esu Conference on Entrepreneurship, Solent University, Southampton, 16-22 Agosto 2015.
- “Affermare la tipicità e la riconoscibilità di un vino: il ruolo del terroir nelle percezioni dei produttori” (coaut.: Riviezzo A.), XVIII Convegno annuale AIDEA Giovani: “Food & Heritage: sostenibilità economico-aziendale e valorizzazione del territorio”, Università degli Studi di Torino e Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, Pollenzo, 23-24 Luglio 2015.
- “Il tempo è lo specchio dell’eternità’. Strategie e strumenti di heritage marketing nelle imprese longeve italiane” (coaut.: Riviezzo A., Napolitano M.R.), XXVII Convegno annuale di Sinergie: “Heritage, management e impresa”, Università degli Studi del Molise, Termoli, 9-10 Luglio 2015.
- “Looking for the survivors: a tentative reconnaissance of long-lived firms around the world” (coaut.: Riviezzo A., Napolitano M.R.), 15th EURAM Annual Conference: “Uncertainty is a great opportunity”, Kozminski University Varsavia (Polonia), 17-20 Giugno 2015.
- “What actually means terroir? An investigation among wine producers in Italy and France” (coaut.: Riviezzo A., Granata J., Kakavand S.), Specialized Conference of the EuroMed Academy of Business “Contemporary Trends and Perspectives in Wine and Agrifood Management”, Università del Salento, Lecce, 16-17 Gennaio 2015.
- “C’era una volta...”. Racconti d’imprese storiche della manifattura campana” (coaut.: Riviezzo A., Marino V., Napolitano M.R.), XXVI Convegno annuale di Sinergie: “Manifattura: quale futuro?”, Università di Cassino e del Lazio Meridionale, Cassino, 13-14 Novembre 2014 (Best paper award).
- “Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and International Performance: the Role of Domestic Environment” (coaut.: Riviezzo A.), XI “ESU Conference on Entrepreneurship”, Lund University, Lund (Svezia), 18-23 Agosto 2014.
- “Terroir and wine differentiation. A cross-case analysis on French and Italian wine producers’ perceptions” (coaut.: Riviezzo A., Granata J., Kakavand S.), VIII “International Conference of the Academy of Wine Business Research”, Geisenheim University, Geisenheim (Germania), 27-30 Giugno 2014.
- “Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and International Performance: Assessing the Moderating Role of Domestic Environment” (coaut.: Riviezzo A., Balboni B.), ICSB 2014 World Conference on Entrepreneurship: “Entrepreneurship and Sustainability”, Dublino (Irlanda), 11-14 Giugno 2014.
- “Radici di successo senza tempo. Orientamento strategico delle imprese familiari longeve” (coaut.: Napolitano M.R., Marino V., Riviezzo A.), Convegno Internazionale “Firm Longevity and Business History. Business Museums and Territorial Roots”, Università degli Studi del Sannio, Benevento, 2-3 Dicembre 2013.
- “Assessing SMEs international performance: the role of different strategic orientations, entrepreneur’s characteristics and environmental conditions” (coaut.: Riviezzo A.), XXVII RENT Conference “Entrepreneurship, Institutions and Competitiveness”, ISM University of Management and Economics, Vilnius (Lituania), 20-22 Novembre 2013.
- “Moving forward or running to stand still? The relationship between family firms’ strategic posture and longevity” (coaut.: Napolitano M.R., Marino V., Riviezzo A.), AIDEA Bicentenary Conference: “The firm’s role in the economy: does a growth-oriented business model exist?”, Lecce, 19-21 Settembre 2013.

- “Accessing external networks: the role of firm’s resources and entrepreneurial posture” (coaut.: Riviezzo A., Napolitano M.R.), X “ESU Conference on Entrepreneurship”, Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Lisbona (Portogallo), 19-23 Agosto 2013.
- “Toasting to the 150th anniversary of Italy’s unification: the role of collaborative relationships and storytelling in launching a new sparkling wine” (coaut.: Riviezzo A.), VII “International Conference of the Academy of Wine Business Research”, Brock University, St. Catharines, Ontario (Canada), 12-15 Giugno 2013.
- “Il comportamento di acquisto e consumo del vino: una proposta di segmentazione” (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A., Napolitano M.R.), IX Convegno annuale della Società Italiana Marketing: ‘Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin’, Università del Sannio, Benevento, 20-21 Settembre 2012.
- “Exploring the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Market Orientation in SMEs” (coaut.: Riviezzo A., Napolitano M.R.), XII EURAM Annual Conference: “Social innovation for competitiveness, organisational performance and human excellence”, Erasmus University, Rotterdam (Olanda), 6-8 Giugno 2012.
- “Un approccio strategico alla gestione del centro città” (coaut.: Napolitano M.R., Riviezzo A., De Nisco A.) Workshop “Centri Commerciali Naturali in Campania”, Camera di Commercio, Benevento, 11 Ottobre 2011.
- “Applying Critical Discourse Analysis to Explore the Italian Universities Orientation towards the Entrepreneurial Model” (coaut.: Napolitano M.R., Riviezzo A.), VIII ESU Conference on Entrepreneurship, Universidad de Sevilla, Siviglia (Spagna), 12-17 Settembre 2011.
- “Understanding Wine Purchase and Consumption Behavior: a Market Segmentation Proposal” (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), VI “International Conference of the Academy of Wine Business Research”, Bordeaux Management School, Bordeaux (Francia), 9-11 Giugno 2011.
- “The Moderating Effect of Entrepreneurial Orientation on the Relationship between Market Orientation and Performance. An Exploratory Investigation on Italian Medium-Size Firms” (coaut.: Riviezzo A. Napolitano M.R.), VII “ESU Conference on Entrepreneurship”, University of Tartu, Tartu (Estonia), 22-28 Agosto 2010.
- “Entrepreneurial orientation and firm competitiveness: a literature review for further investigations in the case of medium-size firms” (coaut. G. Guerriera), European Summer University on Entrepreneurship, Università degli Studi del Sannio di Benevento, 8-13 settembre 2009.

RICONOSCIMENTI E PREMI

- Best Paper Award per la ricerca “Industrial tourism and corporate museums: an empirical investigation in Italy” (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C., Napolitano M.R.), presentata alla III International Conference on Tourism Dynamics and Trends joint with X Sistur Scientific Meeting, Università degli Studi del Sannio, Benevento, 14-15-16 Novembre 2018.
- Best Paper Award – Sezione Marketing Theory per la ricerca “Heritage marketing nelle imprese longeve italiane: una visione processuale” (coaut.: Riviezzo A., Napolitano M.R.), presentata al XIV Convegno annuale della Società Italiana Marketing: “Il Marketing di successo. Imprese, enti e persone”, Università degli Studi di Bergamo, Bergamo, 26-27 Ottobre 2017.
- Best Paper Award per la ricerca “‘C’era una volta...’. Racconti d’imprese storiche della manifattura campana” (coaut.: Riviezzo A., Marino V., Napolitano M.R.), presentata al XXVI Convegno annuale di Sinergie:

**PRINCIPALI
PUBBLICAZIONI
SCIENTIFICHE
DOTATE DI
ISBN/ISSN**

- MASIELLO B., GAROFANO A., IZZO F., BONETTI E. (2024), “Inclusive marketing and disability: value creation strategies for organisations and society in the toy industry”. JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT, 40(9-10), 851-876 (Fascia A Anvur).
- CELESTINO S., GAROFANO A., MASIELLO B., IZZO F., BONETTI E. (2024), “Disability and marketing: a bibliometric analysis and systematic literature review”, ITALIAN JOURNAL OF MARKETING, (3), 311-337.
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R., “The present (and future) value of the past. Heritage marketing strategies within long-lived firms of Made in Italy”, IMPRESE E STORIA, 47/2023, pp. 95-109.
- GAROFANO A. (2023), “Heritage marketing: il caso Felce Azzurra Paglieri”. In: IZZO F., VENEZIANO R., CARLOMAGNO M., SCENARI DELLA COSMETICA. STRATEGIE DESIGN-ORIENTED E MODELLI COMPETITIVI, pp. 142-151, ListLab, ISBN 9788832080346.
- GAROFANO A., MASIELLO B., IZZO F., BONETTI E. (2023), “Tell me the good of your territory: exploring corporate heritage enhancement and storytelling as elements of destination marketing”. In *Proceedings XX SIM Conference “Marketing per il benessere, la salute e la cura”*, Firenze, 20-21 ottobre 2023.
- RIVIEZZO A., NAPOLITANO M.R., GAROFANO A. (2023), “Il potere del corporate heritage nel comunicare l’identità organizzativa”, SVILUPPO & ORGANIZZAZIONE, n. 310, pp. 36-40.
- GAROFANO A. (2022), “Exploring the collective dimension of agricultural entrepreneurship: the case of a wine cooperative in Italy”, INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS, Vol. 45, N. 2, pp. 193-209.
- MASIELLO B., GAROFANO A., IZZO F., BONETTI E. (2022) “La sostenibilità come chiave del brand positioning nel settore dei giocattoli. Il caso PlanToys”, MANAGEMENT & MARKETING CASES, Società Italiana di Management e Società Italiana di Marketing, Ed. Pearson, ISBN 9788891931153. <https://dx.doi.org/10.17464/9788891931153>
- MASIELLO B., GAROFANO A., IZZO F., BONETTI E. (2022), “Marketing inclusivo, disabilità e creazione di valore”, Proceedings IX Convegno della Società Italiana di Marketing, “Next generation marketing”, Salerno, 20-21 ottobre, ISBN 978-88-943918-8-6
- RIVIEZZO A., MASON M.C., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R. (2022), “Uncovering the worth of the past: the relationship between corporate museums’ strategic orientation and dual performance”, MANAGEMENT DECISION, doi: 10.1108/MD-01-2021-0037 (Fascia A Anvur)
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., MIGNONE G., NAPOLITANO M.R. (2022), “Survivors: a tentative mapping of centenarian firms around the world”, CORPORATE GOVERNANCE AND RESEARCH & DEVELOPMENT STUDIES, pp. 81-99, <https://dx.doi.org/10.3280/cgrds1-2022oa13774>
- D’AVANZO S., GAROFANO A. (2021), “Telling food and wine stories: storytelling strategies from linguistic and marketing perspectives”. In: PENNAROLA C., POLESE V., ZOLLO S.A., SPECIALIZED DISCOURSES OF WELL-BEING AND HUMAN DEVELOPMENT. CROSS-DISCIPLINARY PERSPECTIVES, Paris: L’Harmattan.
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., MASON M.C., NAPOLITANO M.R. (2021). “Italian corporate museums as industrial tourism destinations: A

segmentation study based on strategic orientation". EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, 29, 2906, ISSN 1994 – 7658; ISSN (online) 1314 – 0817.

- RIVIEZZO, A., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R. (2021). Corporate Heritage Marketing. Using the past as a strategic asset. Milton Park, Abingdon, Oxon; New York, NY: Routledge ISBN 978-0-367-76495-1 (hbk); 978-0-367-76499-9 (pbk); 978-1-003-16725-9 (ebk).
- NAPOLITANO M.R., RIVIEZZO A., GAROFANO A., MIGNONE G. (2021). "Musei d'impresa e strumenti digitali di stakeholder engagement. Un'analisi dello scenario italiano". In: Mainolfi G. (a cura di) DIGITALY.

Competitività, innovazione e imagine del made in Italy nell'era digitale - II Rapporto del Centro di Ricerca sul Made in Italy dell'Università degli Studi Internazionali di Roma, pp. 247-273. Milano: EGEA. ISBN 978-88-238-4687-6 (versione cartacea); 978-88-238-8109-9 (versione e-book).

- GAROFANO A., MIGNONE G., RIVIEZZO A., NAPOLITANO M.R. (2021). "Il Turismo industriale: una grande opportunità per il rilancio turistico e culturale del Bel Paese". In: MORVILLO A., BECHERI E. (a cura di). Rapporto sul Turismo Italiano – XXIV Edizione 2019-2020, pp. 257-266. Roma: Cnr Edizioni. ISBN 978-88-8080-442-0 (versione digitale); 978-88-8080-443-7 (versione cartacea).
- GAROFANO A., RIVIEZZO A., NAPOLITANO M.R. (2020). "Una storia, tanti modi di raccontarla. Una nuova proposta di definizione dell'heritage marketing mix/ One story, so many ways to narrate it. A new proposal for the definition of the heritage marketing mix", IL CAPITALE CULTURALE/Studies on the value of cultural heritage. Suppl. 10, pp. 125-146, ISSN 2039-2362 (online); ISBN 978-88-6056-669-0.
- NAPOLITANO M.R., RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2020). "Musei d'impresa: luoghi della memoria, dell'identità e dell'innovazione organizzativa". In: D'ALESSANDRO L., COLLINA S., AFFINITO M. I beni culturali nell'era digitale: tra tradizione e innovazione, pp. 95-109. Soveria Mannelli (Catanzaro): Rubbettino Editore. ISBN 978-88-498-6478-6.
- NAPOLITANO M.R., RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2020). "Tratti distintivi, intensità e antecedenti dell'orientamento al mercato nelle medie imprese manifatturiere del Mezzogiorno nella ricerca 3M". In: S. BARILE, S. ESPOSITO DE FALCO, C. GATTI, A. PASTORE, E. MASSARONI, B. QUATTROCIOCCHI, F. RICOTTA, G. VAGNANI, G. SANCETTA (a cura di) Contributi in onore di Gaetano Maria Golinelli, pp. 99-111. Napoli: Rogosi Editore. ISBN 978-88-6950-393-1.
- GAROFANO A. (2019). "Il Caso Pastificio Di Martino e Antonio Amato. Individuare nuovi approcci al cliente attraverso il food retail", Società Italiana Marketing, <http://www.premiomarketing.com/sp/il-caso-2020>, ISBN 978-88-943918-1-7.
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R. (2019). "Exploiting corporate heritage to enhance corporate culture and corporate entrepreneurship", In: Proceedings of Rent Conference XXXIII "Embracing uncertainty: entrepreneurship as a key capability for the 21st century", Berlin, 27-29 november 2019, ISSN 2219 – 5572.
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R. (2019). Proceedings of the ESU 2019 Conference and Doctoral Programme on Entrepreneurship (editors), Naples 8-14 September, ISBN 979-12-200-5309-9.
- GAROFANO A., (2018). L'anima del vino tra cultura d'impresa e identità territoriale. Il caso La Guardiense. Napoli: Editoriale Scientifica. ISBN: 978-88-9391-351-5
- NAPOLITANO M.R., RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2018). Heritage

Marketing. Come aprire lo scrigno e trovare un Tesoro, Napoli: Editoriale Scientifica. ISBN: 978-88-9391-248-8

- RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2018). “Accessing external networks: the role of firm's resources and entrepreneurial orientation. INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS, pp. 1-19. ISSN: 1476-1297.
- RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2017). Linking SMEs' strategic orientation and international performance: insights from an empirical investigation in Italy. In: SANTOS S.C., CAETANO A., MITCHELL C., LANDSTROM H., FAYOLLE A. (Editors). *The Emergence of Entrepreneurial Behaviour. Intention, Education and Orientation*, pp. 223-259, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Inc., ISBN: 978-1-78643-442-5
- GAROFANO A., RIVIEZZO A., NAPOLITANO M.R. (2017). From industrial heritage to living industry tourism. An explorative study in Italy. In: Jiménez Cabellero J.L, González Rodríguez M.R., Simonetti B., Squillante M. (editors). *Proceedings book II International Conference on Tourism Dynamics and Trends*, Universidad de Sevilla, 26-29 June 2017. p. 210-230, ISBN: 978-84-946883-2-4
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., GRANATA J., KAKAVAND S. (2017). Using terroir to exploit local identity and cultural heritage in marketing strategies: An exploratory study among Italian and French wine producers. *PLACE BRANDING AND PUBLIC DIPLOMACY*, vol. 13, p. 136-149, ISSN: 1751-8040
- NAPOLITANO M.R., GAROFANO A., RIVIEZZO A. (2017). Il ruolo del marketing nelle imprese 3M. I tratti distintivi dell'orientamento al mercato. In: IZZO F. (a cura di). *Il mestiere di crescere. Strategie e performance delle medie imprese industriali nel Mezzogiorno*. p. 203-236, NAPOLI: Editoriale Scientifica, ISBN: 978-88-6342-923-7
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R. (2017). Il ruolo del marketing nelle imprese 3M. Intensità e antecedenti dell'orientamento al mercato. In: IZZO F. (a cura di). *Il mestiere di crescere. Strategie e performance delle medie imprese industriali nel Mezzogiorno*. p. 237-260, NAPOLI: Editoriale Scientifica, ISBN: 978-88-6342-923-7
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., D'AVINO A., NAPOLITANO M.R. (2017). Old soul, young spirit. Assessing entrepreneurial orientation within long-lived firms. In: Conference Proceedings 15th International Entrepreneurship Forum (IEF) Conference: “The Globalisation and Internationalisation of SMEs and New Ventures”, Venezia, 14-16 Dicembre 2016, Vol. 2: Research and Reflective Papers, p. 374-383. ISSN 2222 - 7318
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R. (2016). “Il tempo è lo specchio dell'eternità”. Strategie e strumenti di heritage marketing nelle imprese longeve italiane. *IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage*, XIII, pp. 497-523, ISSN: 2039-2362
- GAROFANO A., RIVIEZZO A. (2016). Il terroir come leva per valorizzare l'identità culturale locale. Un'indagine tra i produttori vitivinicoli del Sannio. In.: NAPOLITANO MR, MARINO V (a cura di). *Cultural Heritage e Made in Italy. Casi ed esperienze di marketing internazionale*, NAPOLI: Editoriale Scientifica, pp. 251-274, ISBN: 978-88-6342-856-8
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R. (2016). Market orientation: how to assess it? An empirical investigation within Italian medium-sized firms. In: Conference Proceedings “15th International Marketing Trends Conference”, Venezia, 21-23 Gennaio, ISBN: 978-2-9532811-2-7
- RIVIEZZO A., SKIPPARI M., GAROFANO A. (2015). Who wants to live forever: exploring 30 years of research on business longevity. *BUSINESS*

HISTORY, Vol. 57, n. 7, pp. 970-987, ISSN: 0007-6791 (fascia A ANVUR)

- RIVIEZZO A., GAROFANO A., NAPOLITANO M.R., MARINO V. (2015). "Moving forward or running to stand still? Exploring the nature and the role of family firms' strategic orientation". JOURNAL OF FAMILY BUSINESS STRATEGY, Vol. 6, n. 3, pp. 190-205, ISSN: 1877-8585 (fascia A ANVUR)
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., MARINO V., NAPOLITANO M.R. (2015). "C'era una volta...". Racconti d'imprese storiche della manifattura campana. SINERGIE ITALIAN JOURNAL OF MANAGEMENT, Vol. 33, n. 98, pp. 81-103, ISSN: 0393-5108
- RIVIEZZO A., NAPOLITANO M.R., GAROFANO A. (2015). From words to deeds: are Italian universities changing their discursive practices to promote entrepreneurship? In: FAYOLLE A., KYRO P., LIÑÁN F. (Editors). Developing, shaping and growing entrepreneurship, p. 126-153, CHELTENHAM: Edgar Elgar Publishing, ISBN 978-1-78471-357-7.
- NAPOLITANO M.R., MARINO V., RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2014). Orientamento strategico e longevità nelle imprese familiari. In: FERRANDINO V., NAPOLITANO MR (a cura di). Storia d'impresa e imprese storiche. Una visione diacronica, pp. 357-378, MILANO: FrancoAngeli, ISBN 978-88-917-1173-1.
- RIVIEZZO A., GAROFANO A., GRANATA J., KAKAVAND S. (2014). Terroir and wine differentiation. A cross-case analysis on French and Italian wine producers' perceptions. In: Proceedings of the Academy of Wine Business Research 8th International Conference, June 28th – 30th, Geisenheim, Germany. ISBN: 978-3-00-047628-0
- RIVIEZZO A., DE NISCO A., GAROFANO A (2014). Understanding Wine Purchase and Consumption Behavior: A Market Segmentation Proposal. INTERNATIONAL JOURNAL OF SALES AND MARKETING MANAGEMENT, vol. 3, n. 1, p. 11-24, ISSN: 2319-4898.
- GAROFANO A., RIVIEZZO A. (2013). A Shared History for a Shared Project: Using Storytelling and Collaborative Relationships to Launch a New Product. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND GENERAL MANAGEMENT, vol. 2, n. 5, p. 57-64, ISSN: 2319-2267.
- RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2013). Assessing SMEs international performance: the role of different strategic orientations, entrepreneur's characteristics and environmental conditions. In: Conference Proceedings "RENT XXVII - RESEARCH IN ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS". Vilnius, 20-22 Novembre 2013, ISSN: 2219-5572.
- NAPOLITANO M.R., MARINO V., RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2013). Moving forward or running to stand still? The relationship between family firms' strategic posture and longevity. In: Proceedings della AIDEA Bicentenary Conference: "The firm's role in the economy: does a growth-oriented business model exist?". Lecce, 19-21 Settembre 2013, Accademia Italiana di Economia Aziendale, BARI: Cacucci Editore, ISBN: 978-88-6611-294-5
- RIVIEZZO A., NAPOLITANO M.R., GAROFANO A. (2013). Entrepreneurial Orientation and Market Orientation in SMEs: an explorative study. In: FAYOLLE A., KYRÖ P., METS T., VENESAAR U. (Editors). Conceptual Richness and Methodological Diversity in Entrepreneurship Research. p. 197-231, CHELTENHAM: Edgar Elgar Publishing, ISBN: 978-1-78254-730-3
- GAROFANO A. (2012), "Rapporti con la distribuzione e strategia multibrand. Il caso Mataluni" (coaut. De Nisco A.); "Franchising e comunicazione integrata di marketing. Il caso Carpisa" (coaut. De Nisco A.);

“Product placement ed event marketing per lo sviluppo dell’identità di marca (coaut. Fortuna D.); “Community market e coopetition. Il caso Microgame-People’s Poker” (coaut. De Nisco A.) in Napolitano M.R., De Nisco A. (a cura di), Eccellenze del made in Italy. Casi di marketing di medie imprese italiane, McGraw-Hill, ISBN: 978-88-568-4503-7.

- RIVIEZZO A., DE NISCO A., NAPOLITANO M.R., GAROFANO A. (2012). Il comportamento di acquisto e consumo del vino: una proposta di segmentazione. In: Proceedings del IX Convegno annuale della Società Italiana Marketing: “Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin”. Benevento, 20-12 settembre 2012, ISBN: 978-88-907662-0-6
- NAPOLITANO M.R., GAROFANO A. (2011), “L’analisi competitiva: modelli e strumenti”, in Sicca L. (a cura di) Strategie competitive. Concetti e strumenti di analisi, Cedam, pp. 181-244, ISBN: 978-88-13-30820-9.
- RIVIEZZO A., GAROFANO A. (2011), “Rifocalizzazione strategica e processi acquisitivi: il caso Visiant”, in Riviezzo A., Napolitano M.R., Maggiore G., Acquisizioni ad alta intensità di conoscenza. Un’analisi interpretativa basata su casi di successo nel settore IT, Franco Angeli, ISBN: 978-88-568-4503-7.
- RIVIEZZO A., NAPOLITANO M.R., GAROFANO A. (2011). Applying Critical Discourse Analysis to Explore the Italian Universities Orientation towards the Entrepreneurial Model. In: Conference proceedings “8th ESU Conference on Entrepreneurship”. Siviglia, 12-17 Settembre, ISBN: 978-84-694-7290-3
- RIVIEZZO A., NAPOLITANO M.R., GAROFANO A. (2010). The Moderating Effect of Entrepreneurial Orientation on the Relationship between Market Orientation and Performance. An Exploratory Investigation on Italian Medium-Size Firms. In: Conference proceedings “7th ESU Conference on Entrepreneurship”. Tartu (Estonia), 22-28 Agosto, ISBN: 978-9985-4-0618-2
- GAROFANO A. (2008), “Il caso di Reading: il monitoraggio del piano strategico”, in Napolitano M.R., Riviezzo A., Marketing e gestione strategica dei centri urbani. Teoria, metodologia ed esperienze, Franco Angeli, pp. 254-266, ISBN: 978-88-464-9828-1.

ALTRI PUBBLICAZIONI

- “Imparato. Amore per i tessuti dal 1920, storia di una famiglia e di un’avventura imprenditoriale” (2022), Monografie d’impresa Leaving Footprints, AreaBlu Edizioni.
- “Attrattività territoriale e scelte di localizzazione” (2018) (coaut. Bonetti E.), in: Economia a Caserta. Performance delle imprese industriali e attrattività del territorio, Rapporto curato dal Dipartimento di Economia dell’Università degli Studi della Campania “L. Vanvitelli”, pp. 63-92.