

MARIO D'ARCO

CURRICULUM VITAE

PROFILO

Settore scientifico di ricerca
SECS-P/08 – Economia e gestione
delle imprese.

Indirizzo

Via T. B. Lombardi
129, 84083 – Castel San
Giorgio (SA), Italia

Cellulare

+39 334 1430781

E-mail

mdarco@unisannio.it

METODOLOGIA

Analisi statistica monovariata; Analisi
statistica bivariata e multivariata;
Modelli di equazione strutturale
(SEM); Esperimenti; Content analysis;
Narrative Interview; Analisi
semiotica; Etnografia & Netnografia

COMPETENZE INFORMATICHE

Utilizzo professionale dei seguenti
software: Microsoff Office; Adobe
Illustrator; IBM SPSS Statistics; IBM
SPSS AMOS; JMP® Software from
SAS; InfraNodus Lab.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

22-26 Luglio 2019, Volterra SIAF

CORSO DI INTRODUZIONE AI METODI DI RICERCA
Organizzato dalla SIMA Società Italiana di Management e dalla SIM
Società Italiana di Marketing

25 Giugno 2019

PHD IN MANAGEMENT & INFORMATION TECHNOLOGY, CURRICULUM IN
MARKETING & COMMUNICATION
XXXI Ciclo, Università degli Studi di Salerno, Fisciano, Italia

12-14 Maggio 2019, Luiss University, Roma, Italia

DOCTORAL & RESEARCH COLLOQUIUM SIM Società Italiana Marketing

3-7 Settembre 2018, Borgo Tortorella, Salerno, Italia

QUINDICESIMA SCUOLA ESTIVA SUL METODO E LA RICERCA SOCIALE
Scuola organizzata dall'Associazione Paideia. Modulo: Metodi formali
e risorse della Rete: big data, robotica educativa e simulazioni
con Netlogo (40 Ore)

1 Febbraio 2018

CORSO DI LINGUA INGLESE DI LIVELLO C1 ADVANCED 100 Ore
Università degli Studi di Salerno, Centro linguistico di Ateneo

Dicembre 2010

SPECIALIZZAZIONE POST LAUREA IN COPYWRITING (1500 Ore)
Corso organizzato da BAS (Brand Academy Studios), Roma

Ottobre 2009

LAUREA MAGISTRALE IN DISCIPLINE SEMIOTICHE
Alma Mater Studiorum, Bologna, conseguita con votazione: 109/110

Settembre 2006

LAUREA TRIENNALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
Università degli Studi di Salerno, conseguita con votazione 108/110

Luglio 2002

DIPLOMA DI LICEO SCIENTIFICO
Liceo Scientifico B. Rescigno, Roccapiemonte, Salerno, Italia

ATTIVITÀ ACCADEMICA

Dal 30 Dicembre 2021 - Attuale

RICERCATORE RTDA PRESSO IL DIPARTIMENTO DI DIRITTO, ECONOMIA, MANAGEMENT E METODI QUANTITATIVI (DEMM) DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL SANNIO

Attività di ricerca scientifica e supporto alla didattica nel settore disciplinare SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese.

Dal 16 Dicembre 2020

ASSEGNISTA DI RICERCA PRESSO IL DIPARTIMENTO DI SCIENZE AZIENDALI - MANAGEMENT & INNOVATIONS SYSTEMS (DISAMIS) DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO, ITALIA

Progetto "Indagini ed analisi dei comportamenti di consumo sostenibile nell'era Post-COVID 19"

Responsabile del Progetto: Prof.ssa Vittoria Marino

5 Novembre 2018 - 5 Settembre 2019

BORSISTA DI RICERCA PRESSO UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL SANNIO, BENEVENTO, ITALIA

Progetto "Le politiche per la competitività dei sistemi produttivi campani: mappatura delle Reti ed analisi degli Strumenti al fine di rafforzare l'azione amministrativa"

Titolo della borsa di ricerca: "Smart Technologies e Reti di PMI. Competitività e innovazione nei casi di successo locali e internazionali"

Responsabile del Progetto: Prof. Riccardo Resciniti

Marzo - Aprile 2018

BORSISTA DI RICERCA PRESSO UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO, FISCIANO, ITALIA

Progetto: "Tecnologie e Processi nell'industria 4.0" Profilo 2: Esperto in "Grafica digitale"

Responsabile del Progetto: Prof. Massimo De Falco

Dal 2019 ad oggi

CULTORE DELLA MATERIA PER GLI INSEGNAMENTI DI:

1. Management Internazionale ed E-Business (9 CFU) nell'ambito del CdL in Economia e Management Internazionale, Università degli Studi Internazionali di Roma (UNINT)
2. Luxury Goods Management (9 CFU) nell'ambito del CdL in Economia e Management Internazionale, Università degli Studi Internazionali di Roma (UNINT)

Dal 2015 ad oggi

CULTORE DELLA MATERIA PER GLI INSEGNAMENTI DI:

3. Marketing (10 CFU) nell'ambito del CdL in Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Salerno
4. Marketing Internazionale (12 CFU) nell'ambito del CdL in Consulenza e Management Aziendale, Università degli Studi di Salerno

ATTIVITÀ DIDATTICA

Anno Accademico 2022-2023

Titolare del corso di "MANAGEMENT DELLA SOSTENIBILITÀ" (6 CFU, 48 ore), attivo presso il Corso di Economia Bancaria e Finanziaria, Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli studi del Sannio.

Anno Accademico 2021-2022

48 ore di didattica integrativa a favore del corso di "MANAGEMENT DELLE IMPRESE DI SERVIZI", titolare Prof.ssa Vittoria Marino, Università degli studi del Sannio.

Anno Accademico 2020-2021

TUTOR UFFICIALE DELLA TRENTATREESIMA EDIZIONE DEL PREMIO MARKETING SIM PER L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO – Il caso Unionplast.

Anno Accademico 2019-2020

TUTOR ACCADEMICO E ATTIVITÀ INTEGRATIVA DELLA DIDATTICA (HELP TECHING 40 ORE) per l'insegnamenti di Marketing.

Anno Accademico 2019-2020

TUTOR UFFICIALE DELLA TRENTADUESIMA EDIZIONE DEL PREMIO MARKETING SIM PER L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO – Il caso Pastificio Di Martino e Antonio Amato.

Anno Accademico 2018-2019

TUTOR UFFICIALE DELLA TRENTUNESIMA EDIZIONE DEL PREMIO MARKETING SIM PER L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO – Il caso Frecciarossa.

Anno Accademico 2017-2018

TUTOR UFFICIALE DELLA TRENTESIMA EDIZIONE DEL PREMIO MARKETING SIM PER L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO – Il caso National Geographic.

Anno Accademico 2016-2017

TUTOR ACCADEMICO E ATTIVITÀ INTEGRATIVA DELLA DIDATTICA (HELP TEACHING 27 ORE) per gli insegnamenti:

1. Fondamenti di Marketing 10 CFU (Matricole dispari) per un totale di 13 ore, Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS), Università degli Studi di Salerno, Corso di Laurea in Economia & Management. Docente referente Prof.ssa Vittoria Marino
2. Fondamenti di Marketing 10 CFU (Matricole pari) per un totale di 14 ore, Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS), Università degli Studi di Salerno, Corso di Laurea in Economia & Management. Docente referente Prof. Francesco Polese

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA

Progetto F.A.R.B. (Finanziamento Alla Ricerca di Base) periodo 15 Febbraio 2021 - 15 Febbraio 2024

IL MONDO DOPO IL COVID-19: UNA ESPLORAZIONE DELLE DETERMINANTI DEL COMPORTAMENTO DI CONSUMO SOSTENIBILE
Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof.ssa Carmen Gallucci (Coordinatore Progetto)

Progetto F.A.R.B. (Finanziamento Alla Ricerca di Base) periodo 11 Marzo 2019 - 10 Marzo 2022

DALL'E-COMMERCE AL CONVERSATIONAL COMMERCE. MULTICANALITÀ ED ENGAGEMENT PLATFORM PER IL MIGLIORAMENTO DEL CONSUMER PERCEIVED VALUE NEL RETAIL 4.0
Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof.ssa Vittoria Marino (Coordinatore Progetto)

Progetto F.A.R.B. (Finanziamento Alla Ricerca di Base) periodo 11 Marzo 2019 - 10 Marzo 2022

L'ECONOMIA DELLA BELLEZZA PER LA COMPETITIVITÀ DEL MADE IN ITALY
Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof. Marco Pellicano (Coordinatore Progetto)

Progetto F.A.R.B. (Finanziamento Alla Ricerca di Base) periodo 20 Novembre 2017 - 20 Novembre 2020

THE ROLE OF RESOURCE INTEGRATION IN THE CONTEXT OF FESTIVALS. TOWARD AN INTEGRATED FRAMEWORK OF FESTIVALScape AND VALUE CO-CREATION
Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof. Orlando Troisi (Coordinatore Progetto)

Progetto F.A.R.B. (Finanziamento Alla Ricerca di Base) periodo 20 Novembre 2017 - 20 Novembre 2020

COINVOLGERE I CLIENTI ATTRAVERSO I SOCIAL: LE NUOVE FRONTIERE DEL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof.ssa Vittoria Marino (Coordinatore Progetto)

PARTECIPAZIONE A CONVEGNI E WORKSHOP

XIX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing

Location: Università degli studi di Salerno

Lavori presentati:

1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. Companies stand with Ukraine. An investigation on the mode of representation and perceived authenticity of corporate activism.

Periodo: 20-21 Ottobre 2021

Organizzatori e Sponsor: Società Italiana Marketing

XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing

Location: Facoltà di Economia "G. Fuà" – Università Politecnica delle Marche, Ancona

Lavori presentati:

2. D'Arco, M., Branca, G., Lo Presti, L., Maggiore, G., Marino, V., & Resciniti, R. Head or heart? A comparative study of the factors influencing sustainable consumption intention in two generational cohorts.
3. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. Generation Z and sustainable tourism: exploring the influence of proenvironmental tourism UGC engagement

Periodo: 14-15 Ottobre 2021

Organizzatori e Sponsor: Società Italiana Marketing

Research and Innovation Forum 2021 "Managing Continuity, Innovation, and Change in the Post-Covid World: Technology, politics and society"

Location: In modalità virtuale

Lavori presentati:

1. Smaldone, F, D'Arco, M., Marino, V., & Pellicano, M., Virulence of two infectious diseases: Inequality and Covid-19
2. Smaldone, F, D'Arco, M., Marino, V., & Pellicano, M., Brave consumers for a new digital world: Exploring the impact of Covid-19 on online purchase intentions
3. Smaldone, F, D'Arco, M., Marino, V., & Pellicano, M., Let thy food be thy medicine: Exploring the impact of Covid-19 pandemic on the online food delivery industry

Periodo: 7-9 Aprile 2021

XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing

Location: In modalità virtuale

Lavori presentati:

1. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. Determinants of sustainable consumption behavior in the post-COVID-19 era: Insights from the Italian context
2. Smaldone, F., D'Arco, M., & Marino, V. Quality is not an accident: Profiling patients' perceptions in outpatient settings via comparative twitter analysis

Periodo: 28-30 Ottobre 2020

Organizzatori e Sponsor: Società Italiana Marketing

Workshop & Special Issue: Covid-19 and Marketing Research in Italy

Location: Workshop virtuale

Lavoro presentato: D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. Assessing the effect of "proximity to event" as a determinant of sustainable consumption behavior in the post-COVID-19 era: preliminary results

Periodo: 16 ottobre 2020

Organizzatori e Sponsor: Società Italiana Marketing

Workshop Dinamiche imprenditoriali, manageriali e sociali dopo il Covid-19

Location: Workshop virtuale

Lavoro presentato: D'Arco M., & Marino. V. Sustainability in the post-COVID-19 era. Reflections on research opportunities

Periodo: 15 Luglio 2020

Organizzatori e Sponsor: UNISA SIMAS; ASVSA - Associazione per la ricerca sui Sistemi Vitali

2nd Conference Management and Marketing in the Digital Age: Digital Transformation in Italian SMEs

Location: Università Cattolica del Sacro Cuore sede di Milano

Lavoro presentato: D'Arco, M., Branca, G., Resciniti, R., & Marino, V. How does Industry 4.0 transform manufacturing activities, workers performance and supply chain? Evidence from Italian steel industry

Periodo: 07 Febbraio 2020

SIM Conference 2019 Marketing 4.0: le sfide della multicanalità

Location: Università Cattolica del Sacro Cuore sede di Piacenza

Lavori presentati:

1. D'Arco, M., Mastropietro, G., & Aufiero, V. Internazionalizzazione e multicanalità nelle reti di impresa: il caso "Tradizione Italiana"
2. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. Native ads effectiveness throughout the customer journey: An explorative research

Periodo: 24-25 Ottobre 2019

Organizzatori e Sponsor: Società Italiana Marketing

IV International Conference on Tourism Dynamics and Trends (ICTDT2019)

Location: Unitelma Sapienza, Roma

Lavoro presentato: D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. Exploring travellers' customer journey: The relevance of Zero Moment of Truth

Periodo: 22-24 Ottobre 2019

VI International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2019)

Location: Barcellona, Spagna

Lavoro presentato: D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. How to (Not) Survive a Social Media Firestorm: The Dolce & Gabbana's Ad Debacle in China

Periodo: 12-14 Giugno 2019

SIM Conference 2018 I percorsi identitari del marketing

Location: Università degli studi di Bari Aldo Moro

Lavoro presentato: Marino, V., Resciniti, R., & D'Arco, M. "Is Marketing bad word? Insights from social media users' perceptions."

Periodo: 18-19 Ottobre 2018

Global Entrepreneurship Conference. Social Innovation and Humane Entrepreneurship: From Policy to action.

Location: Università di Salerno – Ravello, Costiera Amalfitana (SA)

Lavoro presentato: Marino, V., D'Arco, M., & Maione, G. "Concrete Actions in Humane Entrepreneurship: The Case of Patagonia Inc"

Periodo: 4-5 Ottobre 2018

Session Chair (nella sessione II Online Context and Digital Transformation) e Discussant alla V International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2018)

Location: Barcellona, Spagna

Lavoro presentato: D'Arco, M., & Marino, V. "Managing Online Anti-branding Consumer Behaviours: A Multiple Case Study Analysis in the Italian Landscape"

Periodo: 11-13 Luglio 2018

PUBBLICAZIONE IN RIVISTE SCIENTIFICHE

1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Exploring the pro-environmental behavioral intention of Generation Z in the tourism context: the role of injunctive social norms and personal norms. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2171049>

2. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. (2022). Impact of Covid-19 on consumers' pro-environmental behaviour intentions. Does proximity to an event matter?. *Micro & Macro Marketing*, 2/2022, 167-192. <https://doi.org/10.1431/103772>
3. D'Arco, M., & Marino, V. (2022). Environmental citizenship behavior and sustainability apps: an empirical investigation. *Transforming Government: People, Process and Policy*, Vol. 16 No. 2, pp. 185-202. <https://doi.org/10.1108/TG-07-2021-0118>
4. D'Arco, M., Lo Presti, L., Marino, V., & Maggiore, G. (2020). Is sustainable tourism a goal that came true? The Italian experience of the Cilento and Vallo di Diano National Park. *Land Use Policy*, 101, 105198. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.105198>
5. Marino, V., Resciniti, R., & D'Arco, M. (2020). It's all about marketing! Exploring the social perception in the Italian context. *Italian Journal of Marketing*, 7-23. <https://doi.org/10.1007/s43039-020-00004-7>
6. D'Arco, M., Lo Presti, L., Marino, V., & Resciniti, R. (2019). Embracing AI and Big Data in customer journey mapping: from literature review to a theoretical framework. *Innovative Marketing*, 15(4), 102-115. [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(4\).2019.09](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(4).2019.09)
7. Della Piana, B., Vecchi, A., Marino, V., & D'Arco, M. (2019) How do Family Firms Grow? The Strategic Goals of Innovation and Internationalization. *International Journal of Business and Management*, 14(2), 1-18. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n2p1>
8. Pellicano, M., Marino, V., Montera, R., D'Arco, M., & Amoroso, R. (2018). Building Tourism Destination Brand From The Relational View Perspective: The Italian Project "Rete Destinazione Sud". *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 8(1), 1-25. ISSN 2174-548X
9. Troisi, O., D'Arco, M., Loia, F., & Maione, G. (2018). Big data management: The case of Mulino Bianco's engagement platform for value co-creation. *International Journal of Engineering Business Management*, 10, 1-8. <https://doi.org/10.1177/1847979018767776>

PUBBLICAZIONE SU LIBRI E ATTI DI CONVEGNO

1. Hysa, X., D'Arco, M. and Kostaqi, J. (2023). Misuse of Personal Data: Exploring the Privacy Paradox in the Age of Big Data Analytics. In Visvizi, A., Troisi, O. and Grimaldi, M. (Eds.) *Big Data and Decision-Making: Applications and Uses in the Public and Private Sector (Emerald Studies in Politics and Technology)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 43-57. <https://doi.org/10.1108/978-1-80382-551-920231004>
2. Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2022). The "Authenticity" in the Consumer Response to Brand Activism. *Proceedings of the 21st International Marketing Trends Conference. 20-22 January 2022, LUMSA University, Rome. ISBN 978-2-490372-14-0*
3. Mario, D. A., Branca, G., Presti, L. L., Giada, M., Giulio, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2021). Head or heart? A comparative study of the factors influencing sustainable consumption intention in two generational cohorts. In *Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società* (pp. 1- 20). ISBN978- 88- 943918- 6- 2
4. Mario, D. A., Marino, V., & Resciniti, R. (2021). Generation Z and sustainable tourism: exploring the influence of proenvironmental tourism UGC engagement. In *Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società- Convegno S IM- Ancona 14- 15 ottobre 2021* (pp. 1- 5). ISBN978- 88- 943918- 6- 2
5. Smaldone F., D'Arco M., Marino V. (2021) Fight Against Corona: Exploring Consumer-Brand Relationship via Twitter Textual Analysis. In: Martínez-López F.J., López López D. (eds) *Advances in Digital Marketing and eCommerce. DMEC 2021. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-76520-0_11

6. Smaldone F., D'Arco M., Marino V. (2021) I Am Free to Be in a Grocery Store: Profiling Consumers' Spending During Covid-19 Pandemic via Big Data Market Basket Analysis. In: Martínez-López F.J., Gázquez-Abad J.C. (eds) *Advances in National Brand and Private Label Marketing*. NB-PL 2021. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-76935-2_7
7. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2020). Exploring travellers' customer journey: The relevance of Zero Moment of Truth. In: Di Trapani G., Lo Presti L., Maggiore G., Sarnacchiaro P. (eds.) *New frontiers in the tourism and hospitality industry: digital, social and economic transformations*. Book Proceedings of the 2019 4th International Conference on Tourism Dynamics and Trends (ICTDT2019). Pearson S.p.a, Milano, Italy, ISBN 9788891914545, pp. 64-72.
8. D'Arco, M., Mastropietro, G., & Aufiero, V. (2019). Internazionalizzazione e multicanalità nelle reti di impresa: il caso "Tradizione Italiana". In *Atti di Convegno XVI SIM Conference Marketing 4.0: le sfide della multicanalità*. ISBN: 978-88-943918-3-1
9. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2019). Native ads effectiveness throughout the customer journey: An explorative research. In *Atti di Convegno XVI SIM Conference Marketing 4.0: le sfide della multicanalità*. ISBN: 978-88-943918-3-1
10. D'Arco, M., Marino, V., Resciniti, R. (2019). How to (Not) Survive a Social Media Firestorm: The Dolce & Gabbana's Ad Debacle in China. In: Martínez-López, F., Gázquez-Abad, J., Roggeveen, A. (eds) *Advances in National Brand and Private Label Marketing*. NB&PL 2019. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-18911-2_23
11. Marino, V., Resciniti, R., & D'Arco, M. (2018). Is Marketing a bad word? Insights from social media perceptions. In *Atti di Convegno XV SIM Conference I percorsi identitari del Marketing*. ISBN: 978-88-943918-2-4
12. Marino, V., D'Arco, M., & Maione, G. (2018). Concrete Actions in Human Entrepreneurship: The Case of Patagonia Inc. In *Atti di convegno della conferenza "Social Innovation and Humane Entrepreneurship: From Policy to Action"*. ISBN-13: 978-1-7324980-1-3
13. Pellicano, M., Marino, V., Capolupo, N., & D'Arco M. (2018). Developing sustainable smart territories by adopting a relational logic view. In *Atti di convegno della conferenza "Social Innovation and Humane Entrepreneurship: From Policy to Action"*. ISBN-13: 978-1-7324980-1-3
14. Marino, V., & D'Arco, M. (2018). Travel Consumer Journey in the Digital Era: The Role of Engagement Foci. In Vrontis, D., Weber, Y., & Tsoukatos, E. (Ed.), *Research Advancements in National and Global Business Theory and Practice* (pp. 910-922). Euromed Press. ISBN: 978-9963-711-67-3
15. D'Arco M., & Marino V. (2018) Managing Online Anti-branding Consumer Behaviours: A Multiple Case Study Analysis in the Italian Landscape. In: Martínez-López, F., Gázquez-Abad, J., Chernev, A. (eds) *Advances in National Brand and Private Label Marketing*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92084-9_10
16. Della Piana, B., Vecchi, A., Marino, V., & D'Arco, M. (2017). "Can you tell me about the future?" A narrative of the goal-setting process in family business. In *International Conference on Advances in Business, Management and Law (ICABML)*, 1(1), 184-200. DOI: <https://doi.org/10.30585/icabml-cp.v1i1.20>

PREMI E RICONOSCIMENTI

1. Premio Stefano Pace 2021 - miglior articolo scientifico sul marketing scritto da giovani ricercatori, XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing
2. Best selected paper nella SESSIONE 6 – "Tourism culture & Arts Marketing" del XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (2021).

3. Best selected paper nella SESSIONE 9 – “Service Marketing” del XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (2020).
4. Best Paper Award alla V Edizione della International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing, Barcellona, Spain, 11 luglio-13 luglio 2018.

ATTIVITÀ DI PEER REVIEWER SVOLTE

Anno	Journal	Totale
2022	Micro & Macro Marketing	1
2021	International Journal of Consumer Studies	1
2021	Italian Journal of Marketing	1
2021	International Journal of Engineering Business Management	1
2021	Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology	1
2021	Current Journal of Applied Science and Technology	1
2021	Journal of Brand Management	2
2021	Asian Journal of Probability and Statistics	1
2021	Asian Journal of Economics, Business and Accounting	1
2020	Psychology & Marketing	1
2020	Journal of Brand Management	2

CARICHE RICOPERTE

Dal 2023 a oggi

Referente di sede Società Italiana di Management (SIMA) presso l'Università degli studi del Sannio, Benevento

Dal 2022 a oggi

membro del “Program Committee” della Digital Marketing & eCommerce Conference, Barcellona

ESPERIENZE PROFESSIONALI

Data: Settembre 2013 - Settembre 2015

Lavoro o posizioni ricoperti: Direttore creativo

Principali attività e responsabilità: Progettazione di sistemi per la comunicazione visiva e web (advertising, brand identity e graphic design, web design, graffiti e quadri, marketing strategico)

Nome e indirizzo del datore di lavoro: Armadillo, via Piave 49, Castel San Giorgio (SA)

Tipo di attività o settore: Creative studio/Advertising

Data: Ottobre 2011 - Settembre 2013

Lavoro o posizioni ricoperti: Responsabile marketing e comunicazione

Principali attività e responsabilità: Sviluppo piattaforme web, plot strategici, pianificazione e gestione campagne Advertising

Nome e indirizzo del datore di lavoro: SFAFAG S.r.l., via G. Guerrasio 52, Castel San Giorgio (SA)

Tipo di attività o settore: Internet

Data: Giugno 2010 - Gennaio 2011

Lavoro o posizioni ricoperti: Junior Copywriter

Principali attività e responsabilità: Redazione testi pubblicitari, naming, campagne pubblicitarie integrate

Nome e indirizzo del datore di lavoro: Flumen Network, via Flaminia Vecchia 491, Roma

Tipo di attività o settore: Advertising

Data: Marzo 2010 - Aprile 2010

Lavoro o posizioni ricoperti: Junior Copywriter

Principali attività e responsabilità: Redazione testi pubblicitari, naming, campagne pubblicitarie integrate

Nome e indirizzo del datore di lavoro: Brand Portal, via G. Bovio 6, Milano

Tipo di attività o settore: Advertising

Ultima data di aggiornamento 8 feb., 2022