

# Mario D'Arco

## Curriculum Scientifico-Professionale

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9564-6960>

| Settore scientifico<br>disciplinare                                                                                                                                                                                                 | Indirizzo                                                                                                                                                                                | Contatti                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ECON-07/A Economia e gestione<br>delle imprese (già SECS-P/08<br>Economia e gestione delle imprese)                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                   |
| Metodologie                                                                                                                                                                                                                         | Competenze informatiche                                                                                                                                                                  | Lingue                                                                                                                            |
| Analisi statistica monovariata; Analisi<br>statistica bivariata e multivariata;<br>Modelli di equazione strutturale (SEM);<br>Esperimenti; Content analysis;<br>Narrative Interview; Analisi semiotica;<br>Etnografia & Netnografia | Utilizzo professionale dei seguenti<br>software: Microsoff Office; Adobe<br>Illustrator; IBM SPSS Statistics; IBM<br>SPSS AMOS; JMP® Software from SAS;<br>JASP; Jamovi; InfraNodus Lab. | Corso di lingua inglese di livello<br>C1 Advanced 100 Ore.<br>Università degli Studi di Salerno,<br>Centro linguistico di Ateneo. |

## Titoli

1. Abilitazione scientifica nazionale, II Fascia. Classe di concorso 13/B2 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (ora gruppo scientifico disciplinare 13/ECON-07 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE). Validità: 20/11/2023 al 20/11/2035.
2. Dottorato di ricerca in Management & Information Technology, curriculum in Marketing & Communication XXXI Ciclo, Università degli Studi di Salerno. Data: 25 Giugno 2019.
3. Specializzazione post-laurea in Copywriting (1500 Ore). Corso organizzato da BAS (Brand Accademy Studios), Roma. Data: Dicembre 2010.
4. Laurea Specialistica in Discipline Semiotiche (Classe: teoria della comunicazione 101/S). Alma Mater Studiorum Università degli Studi di Bologna.
5. Laurea triennale in Scienze della Comunicazione. Università degli Studi di Salerno.
6. Diploma di maturità scientifica. Liceo Scientifico B. Rescigno, Roccapiemonte (SA)

## Attività accademica

| Periodo                                     | Ruolo ricoperto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dal 28 dicembre 2025 a oggi                 | Ricercatore a RTDb presso il Dipartimento Di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) Dell'Università Degli Studi Del Sannio.<br>Attività di ricerca scientifica e didattica nel settore disciplinare ECON-07/A Economia e gestione delle imprese.                                                                                                                                                                                                                          |
| Dal 16 Gennaio 2025<br>Al 25 Novembre 2025  | Assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) dell'Università degli Studi del Sannio.<br>Titolo del progetto: "Benessere sociale e popolazione studentesca: attitudini e percezioni per la valutazione dei percorsi di inclusività e socializzazione nei contesti economico-sociali".<br>Responsabile scientifico: Prof. Riccardo Resciniti.                                                                                     |
| Dal 30 Dicembre 2021<br>al 29 Dicembre 2024 | Ricercatore RTDa presso il Dipartimento Di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) Dell'Università Degli Studi Del Sannio.<br>Attività di ricerca scientifica e didattica nel settore disciplinare ECON-07/A Economia e gestione delle imprese.<br>Titolo del progetto: "Customer engagement e sostenibilità. L'utilizzo delle tecnologie digitali immersive e neuro-comportamentali nell'industria del packaging".<br>Responsabile scientifico: Prof.ssa Vittoria Marino. |
| Dal 16 Dicembre 2020<br>al 15 dicembre 2021 | Assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze Aziendali-Management & Innovations Systems (DISA-MIS) dell'Università degli Studi di Salerno.<br>Titolo del progetto: "Indagini ed analisi dei comportamenti di consumo sostenibile nell'era Post-COVID 19".<br>Responsabile scientifico: Prof.ssa Vittoria Marino                                                                                                                                                                    |
| Dal 5 Novembre 2018<br>al 5 Settembre 2019  | Borsista di ricerca presso l'Università degli Studi del Sannio.<br>Titolo del progetto: "Le politiche per la competitività dei sistemi produttivi Campani: mappatura delle Reti ed analisi degli Strumenti al fine di rafforzare l'azione amministrativa".<br>Titolo della borsa di ricerca: "Smart Technologies e Reti di PMI. Competitività e innovazione nei casi di successo locali e internazionali"<br>Responsabile scientifico: Prof. Riccardo Resciniti.                              |
| Da Marzo 2018<br>ad Aprile 2018             | Borsista di ricerca presso l'Università degli Studi di Salerno.<br>Titolo progetto: "Tecnologie e Processi nell'industria 4.0" Profilo 2: Esperto in "Grafica digitale".<br>Responsabile scientifico: Prof. Massimo De Falco.                                                                                                                                                                                                                                                                 |

## Attività didattica

| Periodo                                                      | Attività                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Anno accademico 2025/2026                                    | Incarico per lo svolgimento dell'attività didattica relativa all'insegnamento di "Comunicazione digitale" (ore n. 63 - n. 9 CFU), attivato nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management (Classe LM-77), Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio.                                                        |
| Anno accademico 2025/2026                                    | Incarico per lo svolgimento dell'attività didattica relativa all'insegnamento di "Management della sostenibilità" (ore n. 42 - n. 6 CFU), attivato nell'ambito del Corso di Laurea triennale in Scienze dell'Amministrazione Digitale (Classe L-16), Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio.                                  |
| Anno accademico 2024/2025                                    | Incarico per lo svolgimento dell'attività didattica relativa all'insegnamento di "Comunicazione digitale" (ore n. 63 - n. 9 CFU), attivato nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management (Classe LM-77), Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio.                                                        |
| Anno accademico 2024/2025                                    | Incarico per lo svolgimento dell'attività didattica relativa all'insegnamento di "Management della sostenibilità" (ore n. 42 - n. 6 CFU), attivato nell'ambito del Corso di Laurea triennale in Scienze dell'Amministrazione Digitale (Classe L-16), Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio.                                  |
| Giugno – Luglio 2024                                         | Dieci ore di docenza al corso di perfezionamento [IFTS 2023] TECNICO SUPERIORE IN FOOD E WINE MARKETING: COMUNICAZIONE, DIGITALIZZAZIONE E TURISMO ESPERIENZIALE.<br>Modulo: Metaverso e intelligenza artificiale nelle strategie di creazione e valorizzazione di un prodotto turistico enogastronomico esperienziale.<br>Sede: FO.SVI.TER. S.R.L. (C.DA PIANO CAPPELLE, 129 - 82100 Benevento BN). |
| Anno Accademico 2023/2024                                    | Titolare dell'insegnamento di "Digital Communication" (6 CFU, 42 ore), presso il Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli studi del Sannio.                                                                                                                                                 |
| Dall'Anno Accademico 2022/2023 all'Anno Accademico 2023/2024 | Titolare dell'insegnamento di "Management della Sostenibilità" (6 CFU, 48 ore), presso il Corso di studi in Economia Bancaria e Finanziaria, Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli studi del Sannio.                                                                                                                                          |
| Anno Accademico 2021/2023                                    | 48 ore di didattica integrativa a favore del corso di "Management delle Imprese di Servizi", titolare Prof.ssa Vittoria Marino, Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), 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 alla didattica (HELP TECHING 40 ORE) per l'insegnamento di Marketing presso il Dipartimento di Scienze Aziendali -                                                                                                                                                                                                                                           |

|                           |                                                                                                                                                                |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                           | Management & Innovation Systems (DISA-MIS), Università degli Studi di Salerno.                                                                                 |
| 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.                      |

## Cariche ricoperte

| Periodo                                                      | Carica                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Per il triennio accademico 2025/2028                         | Delegato per le attività di tirocinio e placement.                                                                                                                                                   |
| Anno accademico 2023/2024                                    | Membro del Comitato per la ricerca del Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio, Benevento.                                     |
| Dall'anno accademico 2021/2022 ad ora                        | Referente di sede Società Italiana di Management (SIMA) presso l'Università degli studi del Sannio, Benevento.                                                                                       |
| Dall'anno accademico 2021/2022 all'anno accademico 2023/2024 | Membro del Gruppo di gestione AQ (Assicurazione Qualità) del Corso di Studi in Economica Bancaria e Finanziaria, DEMM Università degli Studi del Sannio, Benevento.                                  |
| Dall'anno accademico 2021/2022 all'anno accademico 2023/2024 | Membro della Commissione Orientamento, Tirocini, Stage, e Job Placement del Corso di Studi in Economica Bancaria e Finanziaria, DEMM Università degli Studi del Sannio, Benevento.                   |
| Dall'anno accademico 2021/2022 all'anno accademico 2023/2024 | Membro della Commissione per la Comunicazione Istituzionale del Corso di Studi in Economica Bancaria e Finanziaria, DEMM Università degli Studi del Sannio, Benevento.                               |
| Dal 2022 al 2024                                             | Membro del "Program Committee" della Digital Marketing & eCommerce Conference, Barcellona.                                                                                                           |
| 11-13 Luglio 2018                                            | Session Chair (nella sessione II Online Context and Digital Transformation) alla V International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2018), Barcellona, Spagna. |

## Partecipazione a progetti di ricerca

| Periodo                                | Titolo progetto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dal 20 Maggio 2025<br>a oggi           | Co-founder & partner di Bridgex s.r.l. società benefit. Bridgex è uno spinoff dell'Università degli Studi del Sannio che si occupa di ricerca applicata, consulenza, formazione, progettazione con un approccio orientato alla creazione di valore condiviso. Sito web: <a href="http://www.bridgexbenefit.com">www.bridgexbenefit.com</a> |
| Febbraio 2024 –<br>31 Maggio 2025      | Progetto “InfrasTruttura per il monitoRaggio Urbano e per la geStione dinamica della flotta a supporto dell’implementazione della TARIP - TRUST” commissionato al Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi quantitativi (DEMM) dell’Università degli Studi del Sannio da Officine Sostenibili Società Benefit S.r.l.         |
| 15 Febbraio 2021 –<br>15 Febbraio 2024 | Progetto F.A.R.B. “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).                                                  |
| 11 Marzo 2019 –<br>10 Marzo 2022       | Progetto F.A.R.B. “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).        |
| 11 Marzo 2019 –<br>10 Marzo 2022       | Progetto F.A.R.B. “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).                                                                                            |
| 20 Novembre 2017 –<br>20 Novembre 2020 | Progetto F.A.R.B. “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).                          |
| 20 Novembre 2017 –<br>20 Novembre 2020 | Progetto F.A.R.B. (Finanziamento Alla Ricerca di Base) “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 conferenze e workshop

| Periodo              | Titolo conferenza/workshop                                                                                                                                            | Titolo del lavoro                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10-12 Settembre 2025 | SIM Conference 2025. The Marketing-Innovation Nexus. Past Insights for Future Challenge                                                                               | ✓ <b>Bocchini, M.</b> & D'Arco M., "Fear that protects: Integrating eco-emotions into protection motivation theory".                                                                                                                                                                                                              |
| 26-27 Giugno 2025    | 1 <sup>st</sup> International Conference in Computer Sciences & Management "Touchpoints, where Digital and Business become Human!", POLIS University, Tirana, Albania | ✓ Maione, G., D'Arco, M., Troisi, O. & <b>Cristofaro, C.</b> "Influencer marketing and human capital: The strategic role of employees in the food industry".                                                                                                                                                                      |
| 29 Maggio 2025       | Obiettivo trasparenza: l'influencer marketing tra regolamentazione e sensibilizzazione, Università degli Studi Internazionali di Roma – UNINT                         | ✓ D'Arco, M., <b>Branca, G.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "L'attivismo degli influencer è autentico? Un'analisi della risposta degli utenti sui social media".<br>✓ <b>D'Arco, M.</b> , Lo Presti, L. & Marino, V. "Influencer marketing e identità familiare: Una nuova frontiera per le family firms".                       |
| 9-10 Aprile 2025     | ICPBM 2025 - 6th International Colloquium on Place Brand Management, Middlesex University, London                                                                     | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Mauri, C. "The Role of Universities in Place Branding for Small Cities: Insights from Students' Attachment to the Territory".                                                                                                                                                                  |
| 17-19 Ottobre 2024   | XXI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università IULM, Milano.                                                                                       | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Avallone, F. & Marino V. "Tackling activism backlash: the influence of brand heroes in addressing cognitive dissonance".<br>✓ <b>Branca, G.</b> , D'Arco, M. & Marino, V. "Enhancing prosocial behavior through influencer marketing. The role of partnership congruity and consumers' prosocial identity". |
| 15 -17 Maggio 2024   | 2024 SPGC Global Family Business SUMMIT, Step Project Global Consortium For Family Enterprising, Vietri Sul Mare (SA).                                                | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Lo Presti, L. & Marino, V. "Harnessing family identity: the strategic role of influencer marketing in family businesses".                                                                                                                                                                                   |
| 20-21 Ottobre 2023   | XX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: Marketing per il benessere, la salute e la cura, Università di Firenze.                                         | ✓ <b>Branca, G.</b> , D'Arco, M., Marino, V. & Resciniti, R. "Flatmates: la prima agenzia italiana di influencer marketing fondata e gestita da content creator".<br>✓ Branca, G., <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "Virtual Reality in Healthcare: An in-depth                                                     |

|                    |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    |                                                                                                                                                                  | examination of applications, challenges, and future research pathways".                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 29-30 Giugno 2023  | Sinergie-SIMA 2023 Conference: Rediscovering local roots and interactions in management, Bari, Italia.                                                           | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "To stay or not to stay in eco-friendly hotels: A norms perspective".                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 26-27 Giugno 2023  | Research on National Brand & Private Label Marketing, Barcellona, Spagna.                                                                                        | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "Does retailer activism increase consumers' perception of private label brand equity?".                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 3-5 Maggio 2023    | 16th Global Brand Conference 2023, Università degli studi di                                                                                                     | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "Re-imaging brand packaging diffusion and adoption in the metaverse".                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 20-21 Ottobre 2022 | XIX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università degli studi di Salerno                                                                         | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "Companies stand with Ukraine. An investigation on the mode of representation and perceived authenticity of corporate activism".                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 14-15 Ottobre 2021 | XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Facoltà di Economia "G. Fuà" – Università Politecnica delle Marche, Ancona                              | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , 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".<br>✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "Generation Z and sustainable tourism: exploring the influence of pro-environmental tourism UGC engagement".                                                                                                              |
| 7-9 Aprile 2021    | Research and Innovation Forum 2021 "Managing Continuity, Innovation, and Change in the Post-Covid World: Technology, politics and society", in modalità virtuale | ✓ <b>Smaldone, F.</b> , D'Arco, M., Marino, V. & Pellicano, M. "Virulence of two infectious diseases: Inequality and Covid-19".<br>✓ <b>Smaldone, F.</b> , <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Pellicano, M. "Brave consumers for a new digital world: Exploring the impact of Covid-19 on online purchase intentions".<br>✓ <b>Smaldone, F.</b> , 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". |
| 28-30 Ottobre 2020 | XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, in modalità virtuale                                                                                     | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Branca, G., Marino, V. & Resciniti, R. "Determinants of                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                    |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    |                                                                                                                                                                       | sustainable consumption behavior in the post-COVID-19 era: Insights from the Italian context".                                                                                                                                                                                             |
|                    |                                                                                                                                                                       | ✓ <b>Smaldone, F.</b> , D'Arco, M. & Marino, V. "Quality is not an accident: Profiling patients' perceptions in outpatient settings via comparative twitter analysis".                                                                                                                     |
| 16 Ottobre 2020    | Workshop & Special Issue: Covid-19 and Marketing Research in Italy, SIM, in modalità virtuale.                                                                        | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , 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".                                                                            |
| 15 Luglio 2020     | Workshop Dinamiche imprenditoriali, manageriali e sociali dopo il Covid-19, UNISA SIMAS; ASVSA - Associazione per la ricerca sui Sistemi Vitali, in modalità virtuale | ✓ <b>D'Arco M.</b> & Marino. V. "Sustainability in the post-COVID-19 era. Reflections on research opportunities".                                                                                                                                                                          |
| 24-25 Ottobre 2019 | XVI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Marketing 4.0: le sfide della multicanalità, Università Cattolica del Sacro Cuore sede di Piacenza             | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Mastropietro, G. & Aufiero, V. "Internazionalizzazione e multicanalità nelle reti di impresa: il caso Tradizione Italiana".<br>✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "Native ads effectiveness throughout the customer journey: An explorative research". |
| 22-24 Ottobre 2019 | IV International Conference on Tourism Dynamics and Trends (ICTDT2019), Unitelma Sapienza, Roma                                                                       | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "Exploring travellers' customer journey: The relevance of Zero Moment of Truth".                                                                                                                                                          |
| 12-14 Giugno 2019  | VI International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2019), Barcellona, Spagna                                                   | ✓ <b>D'Arco, M.</b> , Marino, V. & Resciniti, R. "How to (Not) Survive a Social Media Firestorm: The Dolce & Gabbana's Ad Debacle in China".                                                                                                                                               |
| 18-19 Ottobre 2018 | XV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, I percorsi identitari del marketing, Università degli studi di Bari Aldo Moro                                   | ✓ Marino, V., Resciniti, R. & <b>D'Arco, M.</b> "Is Marketing a bad word? Insights from social media users' perceptions".                                                                                                                                                                  |
| 11-13 Luglio 2018  | V International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2018), Barcellona, Spagna                                                    | ✓ <b>D'Arco, M.</b> & Marino, V. "Managing Online Anti-branding Consumer Behaviours: A Multiple Case Study Analysis in the Italian Landscape".                                                                                                                                             |

In **grassetto**: il relatore al convegno.



## Pubblicazioni in riviste scientifiche

1. Maione, G., D'Arco, M., Troisi, O., Hysa, X. (2025). From the kitchen to the feed: how internal and external influencers shape consumer behavior in restaurant marketing. *British Food Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2025-0500> [lista Anvur (classe A)].
2. Branca, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2025). Beyond Sustainability Narratives: Exploring Generation Z's Shopping Motivations in Vintage Fashion. *Journal of Consumer Behavior*, 1-22. <https://doi.org/10.1002/cb.70050> [lista AIDEA (Q2)].
3. D'Arco, M., & Marino, V. (2025). From shelves to screens: redefining packaging strategies in the metaverse. *European Journal of Innovation Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2024-0985> [lista Anvur (classe A)].
4. Avallone, F., Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., Resciniti, R. (2025). Activism across borders: strategic brand approaches for multinational enterprises in Europe. *Sinergie. Italian Journal of Management*, 43(2), 121-150. <https://doi.org/10.7433/s127.2025.06> [lista AIDEA (Q1)].
5. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. (2025). Influencer Activism: Insights for effective partnership with brands and organizations. *Psychology & Marketing*, 42(3), 741-766. <https://doi.org/10.1002/mar.22149> [lista Anvur (Classe A)].
6. Mainolfi, G., D'Arco, M., Romoli, A. (2024). Telling heritage to see the future. A content analysis on the institutional websites of long-running Italian agrifood brands. *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, 30, 481-509. <https://doi.org/10.13138/2039-2362/3510> [lista AIDEA (Q2)].
7. D'Arco, M., Cammarota, A., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). How do consumers respond to brand activism campaigns? Exploring the relationship between authenticity, brand value congruence, brand identification, and political ideology. *Journal of Global Marketing*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/08911762.2024.2368467> [lista AIDEA (Q1)].
8. Branca, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). Flatmates: The first Italian influencer marketing agency founded and managed by content creators. *Micro & Macro Marketing*, 1-18. <https://doi.org/10.1431/113946> [lista AIDEA (Q1)].
9. Mainolfi, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). «If I Care, I Buy». Exploring an Integrated Model of Environmental Concern, Attitudes, Anticipated Guilt and Purchase Intention in Sustainable Vegan Fashion. *Micro & Macro Marketing*, 1-30. <https://doi.org/10.1431/113947> [lista AIDEA (Q1)].
10. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). Stop business with Russia! Exploring the representation and perceived authenticity of corporate activism in response to Russia-Ukraine war. *Italian Journal of Marketing*, 1-22. <https://dx.doi.org/10.1007/s43039-023-00085-0> [lista AIDEA (Q1)].

11. Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). BRAND ACTIVISM: A Literature Review and Future Research Agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 47(5), 1669-1691. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12967> [lista AIDEA (Q1)].
12. Branca, G., D'Arco, M., & Resciniti, R. (2023). Pre-owned suits me! Exploring generation Z's purchase behaviour towards Second-Hand Fashion. *Micro & Macro Marketing*, 32(1), 95-120. <https://doi.org/10.1431/106872> [lista AIDEA (Q1)].
13. 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> (Classe A Anvur)
14. 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> [lista AIDEA (Q1)].
15. D'Arco, M., & Marino, V. (2022). Environmental citizenship behavior and sustainability apps: an empirical investigation. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 16(2), 185-202. <https://doi.org/10.1108/TG-07-2021-0118> [lista AIDEA (Q1)].
16. D'Arco, M., Lo Presti, L., Marino, V., & Maggiore, G. (2021). 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> (Classe A Anvur)
17. 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> [lista AIDEA (Q1)].
18. 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) [lista AIDEA (Q2)].
19. 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> [lista AIDEA (Q1)].

## Articoli scientifici in via di pubblicazione

1. Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (data). The brand activism path: From light to heavy commitment. *Journal of Business Research*.

## Capitoli di libri

1. Mainolfi, G., D'Arco, M., & Romoli, A. (2025). "Custodire il passato, creare il futuro". Analisi dell'eredità di marca degli alberghi di lusso italiani attraverso la text network analysis. In Mainolfi, G. Viaggio in Italia. Bellezza, creatività e competitività del turismo e della cultura made in Italy nell'era della ripresa. IV Rapporto del Centro di Ricerca sul Made in Italy dell'Università degli Studi Internazionali di Roma (pp. 113-132). Codice ISBN 9791221109252.
2. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Does Retailer Activism Increase Consumers' Perception of Private Label Brand Equity?. In Gázquez-Abad, J. C., Martínez-López, F. J., Gielens, K. (Eds.) Advances in National Brand and Private Label Marketing. NB&PL 2023. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-32894-7\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-031-32894-7_3)
3. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Capitolo quinto. L'impatto del Covid-19 sull'orientamento dei consumatori verso comportamenti a favore della transizione ecologica. In GreenIT. Economia circolare, consumo sostenibile e valore del made in Italy. ISBN 9791221179293
4. 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>
5. Smaldone, F., D'Arco, M., Marino, V., Pellicano, M. (2021). Brave Consumers for a New Digital World: Exploring online shopping motives during covid-19. In Visvizi, A., Troisi, O., Saeedi, K. (Eds.) Research and Innovation Forum 2021. RIIFORUM 2021. Springer Proceedings in Complexity. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3\\_39](https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3_39)
6. Smaldone, F., D'Arco, M., Marino, V., Pellicano, M. (2021). Let thy food be thy medicine: Exploring the impact of covid-19 pandemic on the online food delivery industry. In Visvizi, A., Troisi, O., Saeedi, K. (Eds.) Research and Innovation Forum 2021. RIIFORUM 2021. Springer Proceedings in Complexity. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3\\_35](https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3_35)
7. Smaldone, F., D'Arco, M., Marino, V., Pellicano, M. (2021). Virulence of two infectious diseases: Inequality and covid-19. In Visvizi, A., Troisi, O., Saeedi, K. (Eds.) Research and Innovation Forum 2021. RIIFORUM 2021. Springer Proceedings in Complexity. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3\\_46](https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3_46)
8. 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](https://doi.org/10.1007/978-3-030-76520-0_11)

9. 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](https://doi.org/10.1007/978-3-030-76935-2_7)
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. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-18911-2\\_23](https://doi.org/10.1007/978-3-030-18911-2_23)
11. D'Arco M., & Marino V. (2018) Managing online anti-branding consumer behaviours: A multiple case study analysis in the Italian landscape. 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](https://doi.org/10.1007/978-3-319-92084-9_10)

## **Pubblicazioni in atti di convegno**

1. Bozzi, A., D'Arco, M., & Marino, V. (2025). Guilt, goals, and green choices: Understanding sustainable fashion app usage through goal-framing theory (pp. 411-425). *Sinergie-SIMA Management Conference Proceedings. Tertiarization & sustainability new challenges for management in the digital era 12-13 June 2025 University of Genova – Italy*. ISBN 978-88-94-7136-4-0
2. Avallone, F., Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., Resciniti, R. (2024). International brand activism: a strategic approach for multinational enterprises to address grand challenges. *Sinergie-SIMA Management Conference Proceedings. Management of sustainability and well-being for individuals and society*. ISBN 978-88-947136-2-6
3. Branca, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Virtual Reality in Healthcare: An in-depth examination of applications, challenges, and future research pathways. In *Marketing per il benessere, la salute, la cura - Convegno SIM – Firenze 20-21 Ottobre 2023* (pp. 1-18). ISBN 978-88-947829-0-5
4. Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Boycotting the activist brand: Unveiling the power of consumer-brand disalignment and political consumerism. In *XL Convegno Nazionale AIDEA 2023 “L'aziendalismo crea valore! Il ruolo dell'Accademia nelle sfide della società, dell'economia e delle istituzioni”*. ISBN 978-88-947839-2-6
5. 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

6. D'Arco, M., Branca, G., Lo Presti, L., Maggiore, G., 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 - Convegno SIM - Ancona 14 - 15 ottobre 2021* (pp. 1- 20). ISBN978- 88-943918- 6- 2
7. D'Arco, M., 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 SIM - Ancona 14- 15 ottobre 2021* (pp. 1- 5). ISBN978- 88- 943918- 6- 2
8. 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.
9. 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
10. 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
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. 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. <https://doi.org/10.30585/icabml-cp.v1i1.20>

## Premi e riconoscimenti

1. Best Selected paper nella SESSIONE “Technology and Innovation Marketing” del XXII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università di Napoli Parthenope, Napoli 10-12 Settembre 2025.
2. Best Paper Award, 1<sup>st</sup> International Conference in Computer Sciences & Management, Touchpoints, where Digital and Business become Human! 26-27 June 2025, Tirana, Albania.
3. Top cited article Wiley (2025), l’articolo intitolato “BRAND ACTIVISM: A Literature Review and Future Research Agenda” è stato premiato da Wiley come il più citato nel periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre 2023.
4. Best Selected paper nella SESSIONE “Marketing Communication & Branding” del XXI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, IULM, Milano 17-19 Ottobre 2024.
5. Best Selected Papers alla Conferenza Sinergie Sima “Management of sustainability and well-being for individuals” and society, Parma 13-14 Giugno 2024.
6. Emerald Literati Awards 2023 - Outstanding paper. Articolo premiato: “Environmental citizenship behavior and sustainability apps: An empirical investigation” pubblicato sulla rivista Transforming Government: People, Process and Policy.
7. Premio Stefano Pace 2021 - miglior articolo scientifico sul marketing scritto da giovani ricercatori, XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing
8. Best selected paper nella SESSIONE 6 - “Tourism culture & Arts Marketing” del XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (2021).
9. Best selected paper nella SESSIONE 9 - “Service Marketing” del XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (2020).
10. Best Paper Award alla V Edizione della International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing, Barcellona, Spagna, 11 luglio-13 luglio 2018.

Il sottoscritto consapevole che in caso di dichiarazione mendace sarà punito ai sensi del Codice Penale secondo quanto prescritto dall'art. 76 del D.P.R. 445/2000 e che, inoltre, qualora dal controllo effettuato emerga la non veridicità del contenuto di taluna delle dichiarazioni rese, decadrà dai benefici conseguenti al provvedimento eventualmente emanato sulla base della dichiarazione non veritiera (art. 75 D.P.R. 445/2000). Dichiara di essere informato, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 18 del D.L. 196/2003, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

Ultima modifica: 06/12/2025

Firma \_\_\_\_\_