

MARIA ROSARIA NAPOLITANO

DATI PERSONALI

Nato a Napoli il 08/2/1964
Residente in Via G. Bausan 16 Napoli 80121
Tel.: 339 2507646
E-mail: mariarosaria.napolitano@uniparthenope.it

ATTUALMENTE

Professore di I fascia nel settore scientifico disciplinare (SSD) ECON-07/A – Economia e Gestione delle Imprese – presso Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi (DISAQ) dell'Università Parthenope di Napoli dal 28.12.2018

Co-fondatore e Responsabile Scientifico Leaving Footprints Srl, spin-off Università dell'Università di Napoli Parthenope e dell'Università del Sannio, specializzata nella consulenza strategica e di marketing dal 28.11.2017

Membro del Consiglio direttivo della Società Italiana di Management (SIMA) dal 9 luglio 2022

Membro del Collegio dei Docenti del Dottorato in "Imprenditorialità e Innovazione", Università Parthenope di Napoli dal 2020

Membro del Consiglio direttivo del Tennis Club Napoli dal 2023

POSIZIONI PRECEDENTI

Coordinatore GEV (Gruppo di Esperti della Valutazione) dell'Area scientifica 13b per lo svolgimento delle attività di valutazione nell'ambito dell'esercizio VQR 2015-2019: nomina dell'Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR) (delibera 197 del Consiglio Direttivo dell'8.10.2020)

Delegata per la Comunicazione dell'Università Parthenope, (D.R. n. 823 del 28 ottobre 2019) dal 2019 al 2022) e membro del Comitato Promotore del Centenario (1920-2020) dell'Università Parthenope, (D.R. n. 544 del 15 luglio 2019)

Membro designato dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca della Commissione Nazionale per il conferimento dell'Abilitazione Scientifica Nazionale alle funzioni di professore universitario di prima e seconda fascia nel SSD SECS P08 "Economia e Gestione delle Imprese", ottobre 2016 – ottobre 2018

Professore di I fascia nel SSD SECS P08 – Economia e Gestione delle Imprese – presso il Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) dell'Università degli Studi del Sannio dal 1° febbraio 2005 al dal 28.12.2018

Membro del Collegio dei Docenti del Dottorato in "Imprenditorialità e Innovazione", Università della Campania "Luigi Vanvitelli" (2016 – 2019); membro del Dottorato in "Management", Università Federico II di Napoli (2013-2019); coordinatore del Dottorato in Management and Local Development, I ciclo, Università degli Studi del Sannio, (2012 – 2016); componente del Dottorato in "Analisi dei sistemi economici e sociali: impresa, istituzioni e territorio", Dipartimento di Analisi dei Sistemi Economici e Sociali (DASES), Università del Sannio, (2001-2012)

Presidente del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali, Università degli Studi del Sannio, 7 giugno 2010 - 30 ottobre 2013

Presidente del Corso di Laurea in Economia e Commercio, Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali, Università degli Studi del Sannio, 31 gennaio 2008 al 6 giugno 2010

Consigliere di Amministrazione di Città della Scienza S.c.p.a da gennaio a dicembre 2007

Professore Associato per il SSD SECS P08, Università del Sannio, 1 marzo 2001 - 31 gennaio 2005

Ricercatore per il SSD SECS P08, Università del Sannio, dal 27 dicembre 1995 al 28 febbraio 2001

Professore a contratto presso l'Università di Salerno, sede gemmata di Benevento, a.a. 1992-1993, 1993-1994, 1994-1995

Ricercatore presso STOA, Istituto di Studi per la Direzione e la Gestione di impresa, gennaio 1991 - dicembre 1994

INCARICHI DI DOCENZA UNIVERSITARIA

Titolare del corso di *Marketing dei Servizi* presso l'Università di Napoli Parthenope dall' a.a. 2020-2021

Titolare del corso di *Management Internazionale* presso l'Università di Napoli Parthenope dall'a.a. 2022-2023

Titolare del corso di *Simulazione di Piani Strategici e Management delle Organizzazioni Culturali e Turistiche* presso l'Università di Napoli Parthenope per l'a.a. 2021-2022

Titolare del corso di *Customer Relationship Management e Management delle Organizzazioni Culturali e* presso l'Università di Napoli Parthenope dall'a.a. 2019-2020

Titolare dei corsi di *Marketing e Corporate Strategy* presso l'Università degli Studi del Sannio dall'a.a. 2009-2010 all'a.a. 2019-2020

Svolge in supplenza il corso di *Marketing dei Beni Culturali* presso l'Università Suor Orsola Benincasa dall'a.a. 2011-2012

E' stata titolare dei corsi di *Marketing Strategico e Strategie d'Impresa* presso l'Università degli Studi del Sannio dall'a.a. 2005-2006 all'a.a.2008-2009

Ha svolto in supplenza il corso di *Analisi di Settore* presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II negli a.a. 2005-2006, 2006-2007

Ha svolto il corso di *Didattica delle Strategie d'Impresa* presso l'Università degli Studi di Napoli Parthenope dall'a.a. 2002-2003 all'a.a. 2008-2009

E' stata titolare dei corsi di *Marketing e Strategie d'Impresa* presso l'Università del Sannio dall'a.a. 2001-2002 all'a.a.2004-2005

Ha svolto in supplenza il corso di *Tecnica delle Ricerche di Mercato e della Distribuzione Generale* presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II dall'a.a. 2002-2003 all'a.a. 2004-2005

Ha svolto in affidamento gli insegnamenti di *Marketing e Strategie d'Impresa* presso l'Università degli Studi del Sannio dall'a.a. 1995-1996 all'a.a. 2001-2002

E' stato Professore a contratto per l'insegnamento di *Marketing* presso l'Università degli Studi di Salerno, sede gemmata di Benevento, dall'a.a. 1992-1993 all'a.a. 1994-1995

FORMAZIONE UNIVERSITARIA E PRINCIPALI CORSI DI PERFEZIONAMENTO

Winter School in "Narratives in Organizational Research", ASSIOA (Associazione Italiana Organizzazione Aziendale), Università Sapienza di Roma, 16-20 gennaio 2017

Summer School in "Social Network Analysis" (SNA), Sviluppo Reti di Eccellenza Università, Centri di Ricerca, Imprese, Progetto REPOS "Reti, politiche pubbliche e sviluppo", Anacapri 5-8 settembre 2012

Summer School in "Disegni e Metodi della Ricerca", SDIPA – Scuola di Direzione per le Imprese e Pubblica Amministrazione - Università della Calabria, 16-20 luglio 2011

Summer School della Società Italiana di Statistica (SIS) in "Metodi statistici per i sondaggi di opinione e le ricerche di mercato", Università del Sannio di Benevento, 9-10 Novembre 2004

Scuola Estiva A.I.D.E.A. "Le metodologie di ricerca in Economia Aziendale", Castion, Verona, agosto - settembre 1993

Workshop sulle metodologie didattiche attive "Il Role Playing", Formez, Napoli, dicembre 1991

Programma Internazionale I.T.P. – International Teachers Programme –, I.A.E. Graduate School of Management, Aix en Provence, Francia, giugno - agosto 1990

Workshop sul Metodo di Scrittura dei Casi Aziendali, Formez, Napoli, aprile 1990

Corso Superiore di Formazione Professionale per la Gestione dell'Economia e dell'Impresa: ISTAO – Istituto Adriano Olivetti, Ancona, novembre 1988 - giugno 1989

Laurea in Economia e Commercio, 110 e lode (con menzione), Università degli Studi di Napoli, dicembre 1987

COLLABORAZIONI SCIENTIFICHE ED ESPERIENZE INTERNAZIONALI

1. COLLABORAZIONI CON UNIVERSITA' E ISTITUTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

Membro del Comitato Scientifico del Festival del Management, aa. 2022, 2023, 2024

Coordinatore del gruppo di lavoro AIDEA per l'elaborazione del documento "L'Accademico nelle discipline economico-aziendali: ruolo, criticità, sfide, proposte e valutazione della carriera", aprile-ottobre 2023

Coordinatore del gruppo di lavoro SIMA per l'elaborazione del documento "Il mestiere del docente", gennaio-ottobre 2023

Membro del Comitato Scientifico del *doctoral programme* dell'European University Network on Entrepreneurship (ESU) dal 2009 al 2019

Membro del Collegio dei Docenti del Dottorato in "Imprenditorialità e Innovazione", Università Parthenope e Università della Campania "Luigi Vanvitelli", dall'a.a. 2016-2017

Componente del Gruppo di Studio e di Attenzione AIDEA: "Tendenze evolutive del management nel settore immobiliare: continuità e cambiamento" dal 2011

Membro del Collegio dei Docenti del Dottorato in "Management", Università Federico II di Napoli dall'a.a. 2013-2014 all'aa. 2019-2020

Membro del Comitato Scientifico del Premio Marketing per l'Università della Società Italiana di Marketing dal 2012

Coordinatore didattico e organizzativo del programma Erasmus Mundus nel settore dell'E-Tourism, Università degli Studi del Sannio nel triennio 2011-2014

Consigliere del Centro per lo Sviluppo Imprenditoriale delle Aree Interne della Campania (CE.S.I.A.I.C.) da gennaio 2004 a dicembre 2007

Componente del Comitato Tecnico Scientifico dell'ISVE (Istituto di Studi per lo Sviluppo Economico), nell'ambito del Progetto SPRINTER nel biennio 2003-2004

Componente del Comitato Tecnico Scientifico del consorzio Promos Ricerche nel biennio 2001-2002

2. ESPERIENZE DI VISITING PRESSO UNIVERSITA' INTERNAZIONALI

International Business Study Group, Sprott School of Business della Carleton University (Ottawa, Canada), settembre – ottobre 2013

IBMEC Business School di Rio de Janeiro, marzo 2010

University of Athens, Department of Philosophy and History of Science, aprile 2009

Tribhuvan University di Katmandu (Nepal), ottobre 2005

Entrepreneurship Division of the Academy of Management, Boston University, giugno – agosto 1997

International Management Division della Manchester Business School, maggio – giugno 1991

PROGETTI DI RICERCA FINANZIATI IN CAMPO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

1. PROGETTI FINANZIATI ATTRAVERSO BANDI COMPETITIVI

Responsabile scientifico del PRIN 2022 (Progetto di ricerca di Rilevante Interesse Nazionale) "Is old really gold? International consumers' perceptions and attitudes towards Italian cultural heritage and long-lasting brands" finanziato Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e dall'Unione Europea e sviluppato con l'Università Internazionale di Roma.

Componente dell'unità di ricerca dell'Università del Sannio coinvolta nel progetto interuniversitario triennale "METRICS - Metodologie e Tecnologie per la gestione e Riqualificazione dei Centri Storici e degli edifici di pregio" finanziato dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e dal Ministero per la Coesione Territoriale con il PON Ricerca e Competitività 2007- 2013 e sviluppato con l'Università Federico II di Napoli e la S.T.R.E.S.S. Scarl, dal 2014.

Responsabile del 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-IRISS), 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.

Responsabile Scientifico dell'unità di ricerca dell'Università del Sannio 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-IRISS), 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 2011.

Responsabile Scientifico del progetto di ricerca: "La rivitalizzazione dei centri storici urbani: un modello di customer satisfaction", bando pubblicato sul B.U.R.C. n 1 del 02.01.2006, in attuazione del programma di interventi in materia di ricerca scientifica in Campania, previsto dalla legge regionale 28/03/2002 n. 5 e riferito al triennio 2005/2007, dal 2009 al 2010.

Project Manager del progetto "Entrepreneurial Development as a vehicle to promote European Higher Education" (ENDEAVOUR), finanziato dall'Unione Europea nell'ambito del programma Erasmus Mundus (contratto n. 2006-2859/001 MunMunb41, sottoscritto in data 13.12.2006 con la Commissione Europea). Partner del progetto: Università del Sannio (coordinatore), University of Marmara (Turchia), Petrozavodsk University (Russia), Indian Institute of Management (India), University of Congreso (Argentina), Lobachevski State University (Russia), University of Fatece (Brasile), Kunming University of Sciences and Technology (Cina), University of Tsinghua (Cina), University of Tartu (Estonia), Università di Siviglia (Spagna), Dauphine University (Francia), University of Athens (Grecia), Helsinki School of Economics (Finlandia), University of Bedfordshire (New England), II° Università di Napoli, Università Carlo Cattaneo, Università di Salerno. Nell'ambito del progetto si segnala l'organizzazione di numerosi seminari di studio e ricerca e di alcuni Workshop Internazionali presso le Università partner, dal 2007 al 2010.

Responsabile Scientifico dell'Unità di ricerca dell'Università del Sannio del Firb (2007-2008) "Studio e sviluppo di tecniche e metodologie intelligenti per la realizzazione di una piattaforma logistica avanzata atta al controllo, alla manutenzione e alla distribuzione delle merci" con l'Università Parthenope di Napoli (Decreto n. 1279 ottobre 2007), dal 2007 al 2010.

Componente del gruppo del Programma di Ricerca scientifica di Rilevante Interesse Nazionale (Prin 2006-2007) sui "Modelli di business nei mercati per le idee: analisi della domanda e offerta di tecnologie", finanziato dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, coordinato dall'Università Bocconi, con l'Università di Bologna, l'Università di Catania, l'Università della Calabria, dal 2007 al 2009.

Responsabile Scientifico delle attività di ricerca e di formazione su “Il Town Center Management e la rivitalizzazione dei centri storici”, progetto internazionale finanziato dalla Regione Campania nell’ambito del programma “Equal”: “Capacity building e riqualificazione nei settori industriali/commerciali” (CaBRiC) Il progetto è stato coordinato dal Dipartimento di Analisi dei Sistemi Economici e Sociali (DASES) dell’Università del Sannio, Provincia di Benevento, Unione Industriali di Benevento, CCIAA di Benevento, Soluzioni – Cooperativa di servizi alle imprese, Ce.S.Co.T. di Confesercenti Benevento, dal 2007 al 2009.

Collaborazione scientifica al progetto internazionale “Move” (new CurriculuM for internatiOnal transfer of technologies for enterpreneurial deVELOpment) finanziato dalla UE nell’ambito del programma Asia-Link. Il progetto è stato coordinato dall’Università del Sannio in partnership con la Luton University (Gran Bretagna), l’Indian Insitutute of Management di Bangalore (India) e la Tribhuvan University di Katmandu (Nepal), dal 2004.

Componente del gruppo del Programma di ricerca scientifica di Rilevante Interesse Nazionale (Prin 2004) sui “Metodi statistico finanziari per la valutazione e le decisioni nelle aziende sanitarie”, finanziato dal Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca e sviluppato con l’Università di Milano Bicocca, l’Università di Napoli Federico II e l’Università di Firenze, (2004-2005).

Componente dell’unità di ricerca su “La gestione delle relazioni tra imprese come fattore di sviluppo e di successo per le imprese ad elevata intensità relazionale”, coordinata dall’Università Federico II di Napoli, nell’ambito del Programma di ricerca scientifica di Rilevante Interesse Nazionale (Prin 1999) “Gemmazione e sviluppo delle piccole e medie imprese nei sistemi reticolari d’impresa”, (1999-2001).

Componente dell’unità di ricerca dell’Università del Sannio su “Sviluppo Locale e Marketing Territoriale”, afferente alla quota dello stanziamento di bilancio (ex Murst 60%), 1999.

Componente dell’unità di ricerca CNR su “Il Marketing del Territorio”, coordinata dal Dipartimento di Economia Aziendale dell’Università degli Studi di Napoli Federico II, 1999.

Coordinatore per l’Università del Sannio del progetto “Diffusione e divulgazione dell’innovazione scientifica e tecnologica nell’area beneventana” (Dinnos), finanziato dal Murst (Decreto Ministeriale del 24 novembre 1997, n. 1042), nell’ambito del programma di intervento dei Parchi Scientifici e Tecnologici (PST) nel Mezzogiorno, dal 1996 al 1999.

Componente dell’unità di ricerca su “L’evoluzione degli studi di Strategia d’Impresa in una prospettiva internazionale” (ex Murst 40%), coordinata dall’Università del Sannio con le Università Bocconi, Federico II di Napoli e Salerno, (1996-1997).

2. PROGETTI FINALIZZATI ALLO SVILUPPO COMPETITIVO

Responsabile del progetto di rilancio del territorio dell’area nolana in supporto l’Agenzia Locale di Sviluppo dei Comuni dell’Area Nolana S.c.p.a (master plan), (2016-2017).

Responsabile Scientifico dell’unità di ricerca del Dipartimento di Studi dei Sistemi Economici, Giuridici e Sociali dell’Università del Sannio coinvolta nel progetto “Reti d’impresa” finanziato dalla CCIAA di Benevento, dal 2014.

Responsabile Scientifico dell’unità di ricerca dell’Università del Sannio, “Crescere a Mezzogiorno. Un’analisi delle competitività e delle prospettive strategiche delle medie imprese manifatturiere dell’Italia meridionale”, finanziata dall’ARFEM, (2013-2015).

Responsabile Scientifico del progetto di ricerca “Multi.Banca – Nuove strategie e strumenti per lo sviluppo di servizi innovativi per la Multicanalità attraverso il canale web per la Banca”, commissionata da Banca del Lavoro e del Piccolo Risparmio (BLPR) di Benevento al Dipartimento SEGIS (Dipartimento di Studi dei Sistemi Economici, Giuridici e Sociali) dell’Università del Sannio, (2012-2013).

Responsabile Scientifico del progetto di ricerca “New Media e Social Network per la Promozione del Turismo in Campania” promosso dall’Assessorato Turistico Regionale (prot. 0624782 del’11/08/2011) e commissionato al SEGIS dell’Università del Sannio, (2011-2012).

Coordinatore del progetto "Energie Alternative e Risparmio Energetico nella Provincia di Benevento. Comportamenti di consumo, Conoscenza e Attitudini", nell'ambito dell'Accordo di Programma per lo Sviluppo di un Polo di Eccellenza delle Energie Alternative in Provincia di Benevento, (2010-2011).

Coordinatore del gruppo di ricerca per la Progettazione e Implementazione della "Cittadella delle Arti e dei Mestieri" commissionato dall'Assessorato al Turismo del Comune di Benevento, (2010-2011).

Coordinatore delle attività di ricerca del Dipartimento DASES dell'Università del Sannio, per la "Progettazione e Implementazione dell'Osservatorio del Turismo della Regione Campania" in ATI con Mercury, Doha e Città della Scienza. Responsabile scientifico delle attività di monitoraggio del grado di competitività dell'industria turistica, della rilevazione, misurazione e valutazione della tourist satisfaction e dell'analisi dell'impatto economico del turismo, (2007-2010).

Componente del gruppo di ricerca nell'ambito del progetto "TA CAMP – Ricerca, formazione, assistenza e promozione aziendale per il rafforzamento della filiera produttiva Tessile-Abbigliamento in Campania", approvato dal Ministero dell'Università e della Ricerca (MIUR) con D.D. n. 2302 del 31/10/07, (2007-2008).

Componente del gruppo di lavoro per la "Progettazione e implementazione della Cittadella delle Arti e dei Mestieri" commissionato dall'Assessorato al Turismo del Comune di Benevento all'Università di Napoli (Federico II) e all'Università del Sannio, (2009 –2010).

Componente del gruppo di Ricerca – Intervento: "Il governo della competitività urbana: fattori, indicatori, benchmarking", promossa dall' AISLO (Associazione Italiana di Studi sullo Sviluppo Locale) a livello nazionale in collaborazione con le più prestigiose Università italiane e numerose Province e Comuni Italiani, (2007-2008).

Componente del gruppo di ricerca per l'identificazione degli "Indirizzi Strategici per il Marketing" promosso dalla Soprintendenza Archeologica di Pompei e commissionato al PE.ME.IS (Dipartimento di Studi Persona Mercato Istituzioni) dell'Università del Sannio, (2007-2008).

Componente del gruppo di studio per la definizione di un "Programma di riqualificazione urbanistica, edilizia e ambientale del Centro Storico da destinare a Borgo della Creatività" commissionata dal Comune di Ceppaloni all'Università del Sannio e responsabile degli aspetti economico-manageriali, (2007-2008).

Componente del gruppo di progetto "RIDITT- Rete Italiana per la diffusione dell'innovazione e il trasferimento tecnologico alle imprese", commissionato dal Ministero delle Attività Produttive al Dipartimento DASES, (2006-2007).

Responsabile Scientifico della ricerca "L'Economia del Software e le Tecnologie dell'Informazione in Campania. Un confronto internazionale per lo sviluppo locale" commissionata dalla CCIAA di Benevento al Dipartimento DASES in coordinamento con il Centro di eccellenza RCOST dell'Università del Sannio (2003 –2004).

Coordinatore del progetto "Analisi del potenziale dei Centri di Competenza in Edilizia in Campania" per conto di AFM/ Miur ed Edilform, in collaborazione con il Centro di Eccellenza per la ricerca sul software (RCOST) e il Centro di Competenza sulle Tecnologie dell' Informazione e della Comunicazione, (2002-2003).

Responsabile Scientifico della ricerca "L'analisi dei consumi nella provincia di Benevento e identificazione delle aree di attrazione commerciale" commissionata dalla CCIAA di Benevento al Dipartimento DASES dell'Università del Sannio (2002 –2003).

Componente del gruppo di ricerca del Dipartimento DASES per la progettazione di interventi di Marketing Territoriale per le aree interessate dai Prusst "Latium Vetus", "Castelli Romani-Monti Prenestini" e "Fata Viam Invenient" (annualità 2001-2002) e le aree di Civitavecchia e Fiumicino (annualità 2002-2003) e per la redazione del Piano di Marketing Territoriale per la Provincia di Roma, in collaborazione con il Dipartimento CEIS della Facoltà di Economia dell'Università di Roma Tor Vergata, (2001-2003).

Componente del gruppo di ricerca del Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università degli Studi di Napoli Federico II sul "Sistema delle Telecomunicazioni in Campania: prospettive e strategie di sviluppo", commissionata dal Banco di Napoli (2000).

Responsabile Scientifico della ricerca su “L’analisi dei consumi” affidata dal Comune di Benevento alla Facoltà di Economia di Benevento e svolta in collaborazione con il Cescom dell’Università Bocconi (1997 –1998).

3. COORDINAMENTO DI CONVEGNI, EVENTI E PROGETTI DI FORMAZIONE UNIVERSITARI ED EXTRA-UNIVERSITARI

Membro del Comitato Scientifico del Festival del Management organizzato dalla Società Italiana Management (SIMA), Università Bocconi, 2022-2023

Chair Roundtable Legacy Builders: Senior Leadership in Nurturing Family Business Continuity, Workshop Navigating the continuum in Family Business: Preserving and Enhancing Corporate Heritage and Legacy for Long-Term Success, University of Catania, February 1-2, 2024

Organizzatore della track “Public value: models, experiences, challenges and opportunities in PA and spin-offs”, Convegno AIDEA: “L’Aziendalismo crea valore. Il ruolo dell’Accademia nelle sfide della società, dell’economia e delle istituzioni, Università di Salerno, 5-6 ottobre 2023

Membro del Comitato Scientifico del Festival del Management organizzato dalla Società Italiana Management (SIMA), Università Bocconi, Milano 3 e 4 febbraio 2023

Coordinamento Seminario “Corporate Heritage Management. Creare valore per il mercato attraverso l’heritage”, Festival del Management, Università Bocconi, Milano 4 febbraio 2023

Membro del Comitato Scientifico, Convegno Sinergie-Sima: “Boosting knowledge & trust for a sustainable business”, Università Bocconi, Milano June 30th and July 1st 2022

Membro del Comitato Scientifico del Convegno “Business History as Business. Exploring Heritage, History, and Money”, LIUC – Università Cattaneo, Castellanza, 31st May, 2022

Membro del Comitato Scientifico della Fourth Digital Transformation Conference: “Phygital-Transformation Constituents, Challenges and Prospects”, LUMSA University, Rome, 10-11th February 2022

Membro del Comitato Scientifico del Convegno Sinergie Sima 2021, “Everaging intersections in Management Theory and Practice”, University of Palermo, Italy 10-11 June 2021

Membro del Comitato Scientifico del “Rapporto sul Turismo Italiano”, Consiglio Nazionale della Ricerca e Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo dal 2019-2020

Membro del Comitato Scientifico del Convegno Sinergie-SIMA 2020, “Grand Challenges: Companies and Universities working for a better society”, Chair della sessione Responsible Consumption and Citizenship, 7-8 Settembre 2020, Università di Pisa

Membro del Comitato Scientifico della 2nd Conference on “Management and Marketing in the Digital Age: Digital Transformation in Italian SMEs”, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 7 Febbraio 2020

Session Chair, “Sostenibilità tra risorse e performance”, Convegno Annuale Sinergie-SIMA, “Management and Sustainability: Creating shared value in the digital era”, Università Sapienza di Roma, 20-21 June 2019 e membro del Comitato Scientifico Organizzatore del Convegno.

Coordinatore della Conferenza Internazionale “ESU Conference on Entrepreneurship 2019”, organizzata dall’Università degli Studi del Sannio in partnership con l’Università degli Studi di Napoli Parthenope e l’Università degli Studi della Campania Vanvitelli, Napoli, Settembre 2019.

Membro del Comitato Scientifico Organizzatore della Scuola di Metodologia della Ricerca: Progettare la Ricerca, Università di Napoli Parthenope, 28-30 Maggio 2018.

Membro del Comitato Scientifico del XXXVIII Convegno Nazionale Aidea “Tendenze Nuove negli Studi Economico-Aziendali. L’evoluzione dei rapporti Azienda-Società” Roma 14-15 Settembre 2017, Referente scientifico della Sessione “Le sfide del Marketing nel XXI Secolo”, Chair della Sessione “Marketing e Societing”

Promotore del ciclo di business testimonies "Strategy @ Work" presso il Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) dell'Università degli Studi del Sannio, dall'a.a. 2014-2015

Promotore e Organizzatore del Convegno Internazionale di Studi "Firm Longevity and Business History. Business Museum and Territorial Roots", Università degli Studi del Sannio, Benevento 2-3 dicembre 2013

Promotore e Organizzatore dell'European Summer School in "Leadership and Management in Sustainable Tourism", Università Suor Orsola Benincasa, Napoli 8-12 luglio 2013

Promotore e Coordinatore del IX° Convegno Annuale della Società Italiana Marketing "Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin", Università degli Studi del Sannio, Benevento 20 e 21 settembre 2011

Responsabile scientifico del Convegno "Giovani e lavoro nella società post-crisi", Assessorato alla Formazione e Università, Università degli Studi del Sannio il 2 Marzo 2011

Responsabile scientifico e operativo del progetto di formazione on the job su "Imprenditorialità e start-up", commissionato dall'Assessorato alla Formazione del Comune di Benevento, 2011.

Responsabile scientifico del corso di Alta Formazione in "Management Internazionale e CRM" finanziato dalla regione Campania nell'ambito del "Catalogo Interregionale ALTA FORMAZIONE P.O. FSE 2007/2013" e ammesso a finanziamento con Decreto Dirigenziale n. 165 del 18 giugno 2009 e con Decreto Dirigenziale n. 178 del 24 giugno 2009, realizzato nel biennio 2010-2011.

Promotore e Responsabile organizzativo della Conferenza Annuale dell'"European Summer University on Entrepreneurship Education and Research" (ESU), Università degli Studi del Sannio, 8-12 settembre 2009.

Promotore e Organizzatore del Convegno di chiusura del progetto di ricerca "Entrepreneurial Development as a vehicle to promote European Higher Education" (Endeavour), Facoltà di Ingegneria, Università degli Studi Federico II, Napoli, 26 Novembre 2009.

Coordinatore del Comitato Scientifico Italiano dell'European Summer University on Entrepreneurship Education and Research (ESU) 2009.

Responsabile della gestione dei Corsi Speciali Abilitanti per l'insegnamento nella classe A017, Università degli Studi del Sannio, (2008/2009).

Componente del Comitato Organizzatore del Convegno di Azienda Pubblica: "Governare e programmare: l'azienda pubblica tra innovazione e sviluppo al servizio del cittadino e del Paese", Università di Salerno, 5-6 Giugno 2008.

Responsabile del Corso Speciale per il conseguimento dell'Abilitazione all'Insegnamento, (decreto ministeriale 18 novembre 2005, n. 85) per la classe di abilitazione A017 attivato presso l'Università del Sannio (D.R. n.19 del 16.1.07) nel 2007.

Componente del Comitato Organizzatore del Convegno di studi: "L'impresa familiare nel Mezzogiorno continentale tra passato e presente", Università degli Studi del Sannio, 30 novembre - 1 dicembre 2007.

Promotore e Organizzatore del Convegno "Le nuove frontiere del Marketing delle Imprese e dei Territori", Università degli Studi del Sannio, 20 gennaio 2004.

Presidente del Corso IFTS "Web Marketing", Università degli Studi del Sannio, aa. 2001-2002.

Coordinatore del Master "Gestore Qualità", Università degli Studi del Sannio, aa. 2000-2001.

PRINCIPALI INCARICHI RICOPERTI IN ATENEO E IN COLLABORAZIONE CON ALTRE ISTITUZIONI

Delegato per la Comunicazione dell'Università Parthenope, (D.R. n. 823 del 28.10.2019) (2019-2022)

Membro del Comitato Promotore del Centenario (1920-2020) dell'Università Parthenope, (D.R. n. 544 del 15/12/2019)

Membro del Consiglio Scientifico del progetto “Reti Politiche Pubbliche e Sviluppo” nell’ambito delle Reti di Eccellenza tra Università – Centri di Ricerca – Imprese (D.R. 2 dicembre 2011), dal 2011

Consigliere di Amministrazione dell’Università del Sannio (D.R. n.1173 del 3.11.2010), (2010-2013)

2010-2013 – Componente del Comitato di redazione per il progetto “Move your Voice” Università del Sannio (D.R. n. 823 del 29 giugno 2010), (2010-2013)

Delegato per il Marketing e la Comunicazione dell’Università degli Studi del Sannio (D.R. n.1387 del 2 novembre 2009), (2009-2013)

Componente del Collegio dei Docenti del Dottorato in “Analisi dei sistemi economici e sociali: impresa, istituzioni e territorio”, (2001-2012)

Responsabile dell’indagine su “Student Satisfaction e Immagine dell’Università del Sannio” e componente del gruppo di lavoro per l’elaborazione del Bilancio Sociale dell’Università del Sannio, aa. 2011-2012

Responsabile del gruppo di lavoro per la certificazione di qualità del Corso di Laurea in Economia Aziendale presso l’Università del Sannio, aa. 2010-2011 e 2011-2012

Membro del Comitato Tecnico Scientifico del progetto “TechFrame”, Programma di promozione e assistenza tecnica per la nascita di imprese innovative, finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico, (2009-2011)

Membro del Comitato Scientifico del Master in “Valorizzazione dei Beni Confiscati alla Criminalità Organizzata” dell’Università del Sannio, (2007-2010)

Delegato del Rettore dell’Ateneo del Sannio per il Polo – TUR-MED CAMPANIA – Polo formativo regionale IFTS per il turismo integrato e sostenibile, (2007-2009)

Rappresentante nel Collegio di Vigilanza del “Prusst Calidone – Programma di Riqualficazione Urbana e Sviluppo Sostenibile del Territorio”, 2009

Referente del Premio Marketing promosso dalla Società Italiana di Marketing presso le Università, (1999-2009)

Membro del tavolo tecnico del Comune di Benevento per la “progettazione e l’implementazione del Town Center Management”, (2007-2008)

Delegato per il coordinamento delle attività di ricerca del DASES nell’ambito dell’ATI composta da Mercury, Doxa e Città della Scienza per la Progettazione e Implementazione dell’Osservatorio del Turismo della Regione Campania, (2007-2009)

Membro del Comitato Tecnico Scientifico costituito per la redazione del “Piano Strategico della Città di Benevento”, (2006-2008)

Componente della Giunta di Dipartimento DASES dell’Università del Sannio, (2006-2007)

Presidente di Commissione giudicatrice per gli Esami di Stato dei Corsi Speciali Abilitanti per l’insegnamento nella classe A017 - legge 4 giugno 2004, n. 143 (D.R. n.64 del 17.1.08), 2004

Responsabile del Centro Orientamento Studenti (COS) della Facoltà di Economia di Benevento (1999-2002)

MEMBERSHIP E ATTIVITA’ DI REFERAGGIO

Socio dell’European Academy of Management (EURAM), della British Academy of Management (BAM), dell’Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), della Società Italiana di Management (SIMA), della Società Italiana di Marketing (SIM)

Membro dello European University Network on Entrepreneurship (ESU) dal 2008 e rappresentante per l’Italia nella Scientific Committee dal 2008 al 2016

Membro del Comitato Scientifico della rivista “Micro & Macro Marketing”

Membro dello Scientific Advisory Board di "Italian Journal of Marketing" dal 2020; Membro del Comitato Editoriale della rivista "Mercati e Competitività" della SIM - Società Italiana di Marketing dal 2004 al 2020

Membro del Comitato Scientifico della Collana di studi e ricerche Punto org, Napoli, Editoriale Scientifica

Membro del Comitato Scientifico della Rivista "Turistica", Edizioni Mercury srl, Firenze

Componente del Comitato Scientifico della Collana Franco Angeli del Dipartimento di Analisi dei Sistemi Economici e Sociali (DASES), Università del Sannio, da febbraio 2005 al 31 marzo 2011

Componente del Comitato di Redazione degli Annali della Facoltà di Economia di Benevento, da gennaio 1996 a giugno 2002

Referee per le seguenti riviste e collane: Mercati e Competitività; Finanza, Marketing e Produzione; Micro e Macro Marketing, Esperienze di Impresa, Sinergie Italian Journal of Management, Collana Studi di Management e Organizzazione Aziendale", Journal of Management Governance, Place Branding and Public Diplomacy, Business History; Technological Forecasting & Social Change, Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship.

Referee per i seguenti convegni: Aidea, Sinergie, SIM, EAERCD Conference; European University Network on Entrepreneurship (ESU).

PREMI E RICONOSCIMENTI PER L'ATTIVITA' SCIENTIFICA

Vincitore del Best Paper della sezione tematica "Marketing Theory" per l'articolo "Narrating the past. Exploring the antecedents of investments in heritage marketing tools by centenarian Italian companies", (co-aut: Riviezzo A., Mignone G., Lucadamo A.), Convegno Sinergie-Sima, Management of sustainability and well-being for individuals and society, Università di Parma, 13-14 giugno 2024

Vincitore della competizione "Makeitacase" della Sima rivolta agli studenti universitari, aa. 2023-24

Vincitore del Best Paper della sezione tematica "Services Marketing" per l'articolo "A multi-method study to assess the impact of university activities on the community quality of life", (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C., Zamparo G.), Convegno Annuale della Società Italiana Marketing "Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società", Ancona, 14-15 Ottobre 2021

Vincitore del Best Paper della sezione tematica "Tourism, Culture & Arts Marketing" per l'articolo "Modeling the Impact of Country and Destination Image on Tourism Outcomes: Is Stylistic Responding a Threat?" (coaut.: Baumgartner H., De Nisco A., Diamantopoulos A.), XVII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, "Il Marketing per una Società migliore" LIUC - Università Cattaneo di Castellanza, Varese 28 - 30 Ottobre 2020

Vincitore del Best Paper Award per l'articolo "Industrial tourism and corporate museums: an empirical investigation in Italy", (coaut.: Riviezzo A., Mason M. C., Garofano A.), "III International Conference on "Tourism Dynamics and Trends& X Scientific Meeting SISTUR", Società italiana di Scienze del Turismo, Università del Sannio, Benevento, Italy, 14 -16 November 2018

Vincitore del Best Paper Award della sezione tematica "Marketing Theory" per l'articolo "Heritage marketing nelle imprese longeve italiane: una visione processuale", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), XIV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, "Il Marketing di Successo. Imprese, Enti e Persone", Università di Bergamo 26-27 Ottobre 2017

Vincitore del Best Paper Award della sessione tematica "Tourism, Culture and Arts Marketing", per l'articolo "Immagine Paese e Cultural Heritage. Proposta e validazione di una scala di misura formativa della cultural heritage image (CHEI)", (coaut.: Mainolfi G., De Nisco A., Marino V.), XII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, "Il marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana", Università di Torino 22-23 Ottobre 2015

Finalista per il miglior articolo del 2015 della rivista Mercati e Competitività con il paper "Aufmerksamkeit Frau Merkel! Economic animosity, etnocentrismo ed effetto country of origin: uno

studio sulla percezione della Germania in Italia durante la crisi dell'Euro" (coaut: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.)

Vincitore del Best Paper Award per l'articolo "C'era una volta ... Racconti d'impresе storiche della manifattura campana" (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., Marino V.), XXVI Convegno Annuale di Sinergie, "Manifattura: quale futuro?", Università di Cassino e del Lazio Meridionale, 13-14 Novembre 2014

Vincitore del Best Paper Award per l'articolo "Turism Behavior at Time of the Euro Crisis. Effect of Economic Animosity and Nationalism on Destination Image and Receptivity" (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G, Marino V.), 6th Consumer Behavior in Tourism Symposium (CBTS), Università di Bolzano, 4-7 Dicembre 2013

Vincitore del Best Paper Award per l'articolo "Entertainment Orientation of Italian Shopping Centres. Antecedents and Performance" (coaut. De Nisco A.), 12th International Conference on Retailing and Consumer Services Sciences (EIRASS), Orlando (Florida, USA), 21-25 Giugno 2005

PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE DOTATE DI ISBN

1. MONOGRAFIE, LIBRI A CURA E SPECIAL ISSUE

CON AMORE, DA FINDUS (2022), (coaut.: Riviezzo A., Mignone G.), Mondadori, Milano, ISBN: 8891834173

CORPORATE HERITAGE MARKETING: USING THE PAST AS A STRATEGIC ASSET, (2021), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Routledge, Londra, ISBN: 978-03-6776-495-1.

PROCEEDINGS OF THE ESU 2019 CONFERENCE AND DOCTORAL PROGRAMME ON ENTREPRENEURSHIP, (2019) (coeditors: Riviezzo A., Garofano A.), Naples 8-14 September, ISBN 979-12-200-5309-9

STAKEHOLDER ENGAGEMENT E MARKETING: UNA SFIDA DA COGLIERE O GIÀ VINTA? (2019), (coeditor Riviezzo A.), *Micro&Macro Marketing*, 28 (3) ISSN: 1121-4228

HERITAGE MARKETING. COME APRIRE LO SCRIGNO E TROVARE UN TESORO, (2018), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Editoriale Scientifica, Napoli, ISBN: 978-88-9391-248-8

KIMBO. L'EVOLUZIONE DI UN SOGNO TUTTO NAPOLETANO, (2018), (coaut. Marino V.), Cava de' Tirreni, Area Blu Edizioni, ISBN: 978-88-98660-91-9

THE GREAT BEAUTY. THE ROLE OF CULTURAL HERITAGE AND PLACE IDENTITY IN THE INTERNATIONAL MARKETING STRATEGIES OF MADE IN ITALY (2017), (coeditor De Nisco A.), *Place Branding and Public Diplomacy*, Volume 13, Issue 2, May 2017 pp. 99-175, ISSN: 1751-8040

CULTURAL HERITAGE E MADE IN ITALY. CASI ED ESPERIENZE DI MARKETING INTERNAZIONALE (2016), (curatela, con Marino V.), Napoli, Editoriale Scientifica. ISBN: 978-88-6342-856-8

BUSINESS LONGEVITY (2015), (coeditor: Marino V., Ojala J.), *Business History*, Volume 57, n. 7, Routledge, pp. 955-1053. ISSN: 0007-6791

STORIA D'IMPRESA E IMPRESE STORICHE. UNA VISIONE DIACRONICA (2014), (curatela, con Ferrandino V.), Milano, Franco Angeli. ISBN: 978-88-917-1173

I CENTENARI. LONG-LIVED ITALIAN FAMILY FIRMS. A STORYTELLING EXPERIENCE (2014), (coaut. Marino V.), Cava dei Tirreni, Areablu Edizioni. ISBN: 9788898660100

ENTREPRENEURSHIP HIGHER EDUCATION IN EUROPE. STATE OF THE ART AND MARKETING INSIGHTS TO ENHANCE THE ATTRACTION OF FOREIGN STUDENTS (2012), (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), Munich: Grin Publishing. ISBN: 978-3-656-31144-7

ECCellenze DEL MADE IN ITALY. CASI DI MARKETING DI MEDIE IMPRESE ITALIANE (2012), (curatela, con De Nisco A.), Milano, McGraw-Hill. ISBN: 978-88-386-6806-7

ACQUISIZIONI NEI SETTORI AD ALTA INTENSITÀ DI CONOSCENZA. UN'ANALISI INTERPRETATIVA BASATA SU CASI DI SUCCESSO (2011), (coaut.: Riviezzo A., Maggiore G.), Milano, Franco Angeli. ISBN: 978-88-568-4503-7

COMPORAMENTO E SODDISFAZIONE DEL TURISTA. I RISULTATI DI UNA RICERCA IN CAMPANIA (2010), (a cura di), Milano, Franco Angeli. ISBN: 978-88-568-2516-9

MARKETING E GESTIONE STRATEGICA DEI CENTRI URBANI. TEORIA, METODOLOGIA ED ESPERIENZE (2008), (coaut. Riviezzo A.), Milano, Franco Angeli. ISBN: 978-88-464-9828-1

LA GESTIONE DEI PROCESSI DI ACQUISIZIONE E FUSIONE DI IMPRESE (2003), Milano, Franco Angeli. ISBN: 88-464-5195-3

L'ANALISI DEI CONSUMI NEI COMUNI DELLA PROVINCIA DI BENEVENTO E L'INDICAZIONE DELLE AREE DI ATTRAZIONE COMMERCIALE (2003), (curatela, con Paradiso M., Ricci P., Vespasiano F.), Milano, Franco Angeli. ISBN: 9788846448231

ECONOMIA DEL SOFTWARE E TECNOLOGIA DELL'INFORMAZIONE. UN CONFRONTO INTERNAZIONALE PER LO SVILUPPO LOCALE (2003), (curatela, con Bencardino F.), Milano, Franco Angeli 2003. ISBN: 88-464-4631-3

DAL MARKETING TERRITORIALE ALLA GESTIONE COMPETITIVA DEL TERRITORIO (2000), Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane. ISBN: 88-495-0096-3

L'ANALISI DELL'AMBIENTE. PROBLEMI TEORICI E MODELLI EMPIRICI (1996), Padova, Cedam. ISBN: 88-13-20130-3

CRISI, RISTRUTTURAZIONE E RILANCIO D'IMPRESA. IL CASO CIRIO (1992), Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli. ISBN: 88-7104-467-3

2. ARTICOLI SU JOURNAL NAZIONALI E INTERNAZIONALI - (* Journal di classe A identificato da ANVUR per il settore concorsuale 13/B2 - Economia e Gestione delle Imprese)

"University in downtown. Developing a new scale to assess the impact of university activities on the community", (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C., Zamparo G.), The Journal of Technology Transfer*,

"The present (and future) value of the past. Heritage marketing strategies within long-lived firms of Made in Italy" (co-aut.: Riviezzo A., Garofano A.), Special Issue "Business History as business. Exploring heritage, history, and money", *Imprese e Storia*, 47, 2023 pp. 95-109, ISSN: 1590-6264

"Il potere del corporate heritage nel comunicare l'identità organizzativa", 2023, (co-aut: Riviezzo A., Garofano A.), *Sviluppo & Organizzazione*, n. 310, Marzo / Aprile, pp. 36-40, ISSN: 0391-7045

"Uncovering the worth of the past: the relationship between corporate museums' strategic orientation and dual performance", (2022), (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C., Garofano A.), *Management Decision**, Vol. 60, n. 7, pp. 1852-1874, ISSN: 0025-1747, DOI:10.1108/MD-01-2021-0037

"It is worth a visit! Website quality and visitors' intentions in the context of corporate museums: a multimethod approach", (2022), (coaut.: Mason M.C., Riviezzo A., Zamparo G.), *Current Issue in Tourism**, Vol. 25, n. 18, pp. 3027-3041, ISSN: 1368-3500, DOI: 10.1080/13683500.2021.1978947

"Survivors: a tentative mapping of centenarian firms around the world" (2022), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., Mignone G.), *Corporate Governance and Research & Development Studies*, n. 1/2022, pp. 81-99, ISSN: 2704-8462, <https://doi.org/10.3280/cgrds1-2022oa13774>

"Italian corporate museums as industrial tourism destinations: a segmentation study based on strategic orientation", (2021), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., Mason M.C.), *European Journal of Tourist Research*, 29, 2906, ISSN: 1994-7658, DOI: [10.54055/ejtr.v29i.2425](https://doi.org/10.54055/ejtr.v29i.2425)

"Gaining insight into country image: a moderated mediation analysis of the perception of Italy across seven emerging markets", (2020), (coaut.: De Nisco A., Mason M.C., Pauluzzo R.), *European Journal of International Management*, DOI: 10.1504/EJIM.2021.10040619

- "Immagine e immaginario dell'Italia e del Made in Italy in alcuni mercati emergenti" (2020), (coaut.: De Nisco A., D'Avino A.), MICRO & MACRO MARKETING, 29 (2), pp. 327-351, ISSN: 1121-4228
- "L'università come catalizzatore di relazioni per la valorizzazione del capitale territoriale" (2020), IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage Capitale Culturale, Supplementi 11 (2020), pp. 143-156, ISSN 2039-2362
- "Ravvivare la dimensione strategica del marketing attraverso processi di stakeholder engagement" (2020), (coaut. Riviezzo A.), MICRO & MACRO MARKETING, 29 (1), pp. 15-18, ISSN: 1121-4228
- Il Gruppo Tod's tra identità culturale del Bel Paese e successo internazionale" (2020), (coaut.: Resciniti R., Fusco, F.), MICRO & MACRO MARKETING, 29 (1), pp. 193-216, ISSN: 1121-4228
- "Una storia, tanti modi di raccontarla. Una nuova proposta di definizione dell'heritage marketing mix" (2020), (coaut.: Garofano A., Riviezzo A.), IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage, Supplemento 10 (2020), pp. 125-146, ISSN 2039-2362
- "Stakeholder engagement e Marketing: una sfida da cogliere o già vinta?" (2019), (coaut. Riviezzo A.) MICRO & MACRO MARKETING, 28 (3), pp. 401-405, ISSN: 1121-4228
- "Brunello Cucinelli: la creazione di valore condiviso nell'impresa umanistica" (2019), (coaut. Fusco, F.) MICRO & MACRO MARKETING, 28 (2), pp. 335-360, ISSN: 1121-4228
- "European universities seeking entrepreneurial paths: The moderating effect of contextual variables on the entrepreneurial orientation-performance relationship" (2019), (coaut.: Riviezzo A., Santos S. C., Linan F., Fusco F.), TECHNOLOGICAL FORECASTING AND SOCIAL CHANGE*, pp. 232-248, volume 141, April, (<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.10.011>), ISSN: 0040-1625
- "The Role of in Attracting Foreign Investment: Country Characteristics and Country Image" (2018), (coaut.: Papadopoulos N., Ibrahim Y., De Nisco A.), MERCATI E COMPETIVITÀ, n. 2, pp. 85-108, ISSN: 1826-7386
- "Cultural heritage: the missing "link" in the place marketing literature "chain" (2017), (coaut. De Nisco A.), Guest editorial Forward to the Special Issue "The Great Beauty. The Role of Cultural Heritage and Place Identity in the International Marketing Strategies of Made in Italy", PLACE BRANDING AND PUBLIC DIPLOMACY, Volume 13, Issue 2, May, pp. 101-106, ISSN: 1751-8040, doi: 0.1057/s41254-017-0057-7
- "Effect of economic animosity on consumer ethnocentrism and product-country images. A binational study on perception of Germany during the Euro crisis" (2016), (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), EUROPEAN MANAGEMENT JOURNAL*, vol. 34 (1), pp. 59-68. ISSN: 0263-2373; <http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2015.09.003>
- "Il tempo è lo specchio dell'eternità. Strategie e strumenti di heritage marketing nelle imprese longeve italiane" (2016), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage, XIII, pp. 497-523, ISSN: 2039-2362
- "Tourism satisfaction effect on general country image, destination image and post visit intentions" (2015), (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), JOURNAL OF VACATION MARKETING, vol. 21 (4), pp. 305-317. ISSN: 1356-7667; DOI: 10.1177/1356766715577502
- "Moving forward or running to stand still? Exploring the nature and the role of family firms' strategic orientation" (2015), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., Marino V.), JOURNAL OF FAMILY BUSINESS STRATEGY*, Vol. 6, n. 3, pp. 190-205. ISSN: 1877-8585; <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfbs.2015.06.001>
- "C'era una volta.... Racconti d'impresе storiche della manifattura campana" (2015) (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., Marino V.), SINERGIE ITALIAN JOURNAL OF MANAGEMENT, Vol. 33, n. 98, pp. 43-65, pp. 81-103. ISSN: 0393-5108
- "Valore della Cultura e Cultura del Valore. Riflessioni per il futuro del Bel Paese" (2015), IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage, vol. 11, pp. 371-393, ISSN: 2039-2362
- "An Importance-Performance Analysis of Tourism Satisfaction at Destination Level: Evidence from Campania (Italy)" (2015), (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A.), EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, 10, pp. 64-75. ISSN: 1994-7658

- "Aufmerksamkeit Frau Merkel! Economic animosity, etnocentrismo ed effetto country of origin: uno studio sulla percezione della Germania in Italia durante la crisi dell'Euro" (2015) (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), *MERCATI E COMPETITIVITÀ*, n. 2, pp. 87-119. ISSN: 1826-7386
- "In search of an integrated framework of business longevity" (2015), (coaut.: Marino V., Ojala J.), in *BUSINESS HISTORY**, Vol. 57, n. 7, pp. 955-969. ISSN:0007-6791; <http://dx.doi.org/10.1080/00076791.2014.993613>
- "Orientamento imprenditoriale e performance: un'indagine tra le università italiane, (2014) (coaut. Riviezzo A.), *SINERGIE*, n. 93, Gennaio-Aprile, pp. 193-212. ISSN: 0393-5108
- "Turismo internazionale ed effetto *made in*. L'influenza dell'immagine Paese sulla soddisfazione turistica e le intenzioni post-visita" (2012), (coaut.: De Nisco A., Elliot S., Papadopoulos N., Mainolfi G., Marino V.), *MERCATI E COMPETITIVITÀ*, n. 3. ISBN: 1826-7386
- "Assessing the effectiveness of entrepreneurial training programmes: findings from a critical incident analysis" (2012) (coaut.: Riviezzo A., Testa M., Marino V.), *INTERNATIONAL JOURNAL OF OPERATIONS AND QUANTITATIVE MANAGEMENT*, volume 18, n. 4 – September, pp. 229-244. ISSN: 1082-1910
- "L'influenza dello Store Design e Tenent-mix sul Comportamento del Consumatore. Un modello di Psicologia Ambientale" (2011), (coaut. De Nisco A.), *MICRO & MACRO MARKETING*, vol. 2, pp. 323-340. ISBN: 1121-4228
- "Le Strategie di Internazionalizzazione e i Servizi Reali. Indirizzi per la Pianificazione del Service Portfolio" (2011), (coaut. De Nisco A.), *SINERGIE. RAPPORTI DI RICERCA*, n. 32 Giugno, pp. 455-473. ISSN 0393-5108
- "Italian Universities and the Third Mission. A longitudinal analysis of organizational and educational evolution towards the entrepreneurial university" (2010), (coaut. Riviezzo A.), *INDUSTRY & HIGHER EDUCATION*, Vol. 24, n. 3 – June, pp. 227-236. ISSN: 0950-4222
- "Importance-Performance Analysis as a Tool in Evaluating Town Centre Management Effectiveness" (2009), (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), *INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL AND DISTRIBUTION MANAGEMENT**, Vol. 37. n. 9, pp. 748-764. ISSN: 0959-0552, doi: 10.1108/09590550910975808
- "Il Marketing e le prospettive di sviluppo delle imprese termali in Italia" (2009), *TURISTICA*, n. 3, 2009, pp. 35-45. ISSN: 1974-2207 255
- "The Institutional Education and Training for Entrepreneurship Development in the Italian Universities", (2008), (coaut. Riviezzo A.), *INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT*, Vol. 8, n. 6, pp. 665-685. ISSN: 1368-275X
- "The role of stakeholders in town centre management: guidelines for identification and analysis" (2008), (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A.), *JOURNAL OF PLACE MANAGEMENT AND DEVELOPMENT*, Vol. 1, n. 2, pp. 166-176. ISSN: 1753-8335, doi: 10.1108/17538330810889998
- "Concentrazioni geografiche ed economie di clustering nella filiera dell'ICT. Un'analisi dello scenario italiano" (2007), (coaut. Riviezzo A.), *ECONOMIA E POLITICA INDUSTRIALE*, n. 1/2007, pp. 139-156. ISSN: 0391-2078
- "L'intrattenimento nei centri commerciali italiani: implicazioni manageriali e traiettorie di ricerca da un modello di entertainment orientation" (2006), (coaut. De Nisco A.), *FINANZA, MARKETING E PRODUZIONE*, n. 4, pp. 80-105. ISSN: 1593-2230
- "Entertainment Orientation of Italian Shopping Centres: Antecedents and Performance" (2006), (coaut. De Nisco A.), *MANAGING SERVICE QUALITY**, vol.16, n. 2, pp. 145-166. ISSN: 0960-4529, doi: 10.1108/09604520610650628
- "I riflessi dello sviluppo delle ICT sui sistemi economici e territoriali nella Società dell'Informazione" (2006), (coaut. Bencardino F.), *BOLLETTINO DELLA SOCIETÀ GEOGRAFICA ITALIANA*, Serie XII, vol. XI, pp. 35-51. ISSN: 1121-7820
- "Retail, Entertainment e creazione di valore. Un'indagine sui centri commerciali in Italia" (2003), (coaut.: Resciniti R., De Nisco A.), *INDUSTRIA & DISTRIBUZIONE*, n. 4, pp. 51-67. ISSN: 1591-6243
- "La rappresentazione dell'identità di marca attraverso i luoghi di acquisto. La brand experience e i flagship store" (2003), (coaut. De Nisco A.), *INDUSTRIA & DISTRIBUZIONE*, n. 2, pp. 13-30. ISSN: 1591-6243

“Una prospettiva di analisi per il sistema turistico. Il sistema locale di offerta turistica e l’approccio di marketing territoriale per lo sviluppo del turismo a Benevento” (2002), *Annali della Facoltà di Economia di Benevento*, n. 6, pp. 419-442.

“Le principali tendenze evolutive nell’industria dell’ICT” (2000), *RASSEGNA ECONOMICA*, numero monografico dedicato alla ricerca “Il sistema delle telecomunicazioni in Campania: prospettive e strategie di sviluppo”, n. 2, luglio-dicembre, pp. 197-236. ISSN: 0390-010X

“Resource Based View e Successo Competitivo. Il caso Bulgari” (2000), *ECONOMIA & MANAGEMENT*, n. 3, pp. 69-84. ISSN: 1120-5032

“Competizione Territoriale e Vantaggio Competitivo” (1999), *ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO*, n. 3, pp. 779-809. ISSN: 1593-9464

“Verso l’impresa transnazionale: considerazioni sugli studi di alcuni economisti di impresa” (1998), *Annali della Facoltà di Economia di Benevento*, n. 4, pp. 39-59.

“Considerazioni sull’interazione impresa-ambiente: l’evoluzione delle metodologie di ricerca” (1996), *Annali della Facoltà di Economia di Benevento*, n. 3, pp. 71-91.

3. CAPITOLI E CONTRIBUTI IN VOLUME

“Industrial tourism as a new opportunity of cultural tourism development in the post-pandemic era” (2022), (coaut.: Garofano A., Riviezzo A.), Borin E., Cerquietti M., Crispi M., Urbano J. (a cura), *Cultural Leadership in Transition Tourism*, Springer Cham, pp.: 107-122, ISMN: 1431-1941, DOI: 10.1007/978-3-031-14121-8_6

“Il turismo industriale: una grande opportunità per il rilancio turistico e culturale del Bel Paese”, (2021), (coaut.: Garofano A., Mignone G., Riviezzo A.), in: Morvillo A., Becheri E. (a cura di), *Rapporto sul Turismo Italiano – XXIV Edizione 2019-2020*, pp. 257-266, Cnr Edizioni, Roma, ISBN: 978-88-8080-443-7

“Musei d’impresa e strumenti digitali di stakeholder engagement. Un’analisi dello scenario italiano”, (2021), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., Mignone G.), in: Mainolfi G. (a cura di), *Digitaly. Competitività, innovazione e immagine del made in Italy nell’era digitale*, p. 247-273, Egea, MILANO, ISBN: 978-88-238-4687-6

“Along the Pathway of University Missions: A Systematic Literature Review of Performance Indicators”, (2020), (coaut.: Riviezzo A., Fusco F.), in Daniel, A. D., Teixeira, A. A., & Preto, M. T. (editors). *Examining the Role of Entrepreneurial Universities in Regional Development* (pp. 24-50). Hershey, PA: IGI Global. doi: 10.4018/978-1-7998-0174-0

“Tratti distintivi, intensità e antecedenti dell’orientamento al mercato nelle medie imprese manifatturiere del Mezzogiorno nella ricerca 3M” (2020), (coaut.: Riviezzo, A.; Garofano A.), in S. Barile, S. Esposito De Falco, C. Gatti, A. Pastore, E. Massaroni, B. Quattrociochi, F. Ricotta, G. Vagnani, G. Sancetta, “Contributi in onore di Gaetano Maria Golinelli”, Rogiosi Editore, Napoli, pp. 99-111, ISBN: 978-88-6950-393-1

“Musei d’impresa: luoghi della memoria, dell’identità e dell’innovazione organizzativa” (2020), (coaut.: Riviezzo, A.; Garofano A.), in d’Alessandro L., Collina S., Affinito M. (a cura di), “I beni culturali nell’era digitale: tra tradizione e innovazione”, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli (CZ), pp. 95-109, ISBN: 978-88-498-6478-6

“Ricerca sul campo e lezioni di vita” (2019), in AA.VV., Lucio Sicca. *Maestri e allievi*, Napoli, Editoriale Scientifica, pp. 281-308, ISBN: 978-88-9391-646-2

“L’artigianato da sistema complesso a rete di collaborazione innovativa” (2019), (coaut.: Storlazzi A.), AA.VV., *L’artigianato artistico in Italia. Saperi, pratiche e collaborazione in rete per lo sviluppo del territorio*, pp. 71-83, Milano, Franco Angeli. ISBN 9788891795595

“Le fonti del vantaggio competitivo dell’artigianato artistico campano: co-opetition e reti del valore” (2019), (coaut.: D’Avino A.), AA.VV., *L’artigianato artistico in Italia. Saperi, pratiche e collaborazione in rete per lo sviluppo del territorio*, pp. 93-108, Milano, Franco Angeli. 9788891795595

“Fatti di bellezza. Immagine ed immaginario dell’Italia e del Made in Italy in 7 mercati emergenti” (2019), (coaut.: De Nisco A., D’Avino A., in De Nisco A., Mainolfi G. (a cura di), *Competitività, percezione e tutela del made in Italy*, I Rapporto Centro di Ricerca MadeInt, Torino, Giappichelli, pp. 89-112, ISBN: 9-788892-107540

“From the Entrepreneurial University to the Civic University: What are we talking about?” (2019), (coaut.: Riviezzo A., Fusco F.), In: Caseiro N., Santos D. (Editors). *Smart Specialization Strategies and the Role of Entrepreneurial Universities*. p. 60-80, Hershey: IGI Global, ISBN: 978-15-2256-152-1

“Coniugare l’impresa con l’umanità”: una sfida per il rilancio della formazione manageriale” (2018), in AA.VV., *Le competenze per costruire il futuro*, Comunità Editrice, Roma/Ivrea, ISTAO, pp. 333-343. ISBN: 978-88-32005-04-2

“Assessing the Entrepreneurial Orientation of University Departments. A comparative study between Italy and Spain” (2017), (coaut.: Riviezzo A., Linan F.), in Marta Peris-Ortiz M., Gomez J.A., Merigo J.M., Rueda Armengot C. (Editors), *Entrepreneurial Universities. Exploring the Academic and Innovation Dimensions of Entrepreneurship in Higher Education*. p. 35-46, Cham: Springer International Publishing, ISBN: 978-3-319-47948-4

“Turismo, immagine Paese e Made in Italy: percezioni e segmentazione della domanda in 7 mercati emergenti (2017), (coaut. De Nisco A., D’Avino A.), *XXI Rapporto sul Turismo Italiano*, Milano, Franco Angeli, pp. 377-390, ISBN: 978-88-6950-225-5

“Il ruolo del marketing nelle imprese 3M. I tratti distintivi dell’orientamento al mercato” (2017), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.) in Izzo F. (a cura di), *Il mestiere di crescere. Strategie e performance delle medie imprese industriali nel Mezzogiorno*, Napoli, Editoriale Scientifica, pp. 203-236. ISBN: 978-88-6342-941-1

“Il ruolo del marketing nelle imprese 3M. Intensità e antecedenti dell’orientamento al mercato” (2017), (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), in Izzo F. (a cura di), *Il mestiere di crescere. Strategie e performance delle medie imprese industriali nel Mezzogiorno*, Editoriale Scientifica, Napoli, pp. 237-259. ISBN: 978-88-6342-941-1

“Cultural heritage e posizionamento competitivo del made in Italy nei mercati internazionali” (2016), (coaut. Marino V.) CULTURAL HERITAGE E MADE IN ITALY. CASI ED ESPERIENZE DI MARKETING INTERNAZIONALE (2016), (curatela, con. Marino V.), Napoli, Editoriale Scientifica, pp. 27-56. ISBN: 978-88-6342-856-8

“La Patria della cultura e delle emozioni: un’indagine empirica sull’immagine dell’Italia nei Paesi BRIC” (2016), (coaut.: De Nisco A., D’Avino A.), *XX Rapporto sul Turismo Italiano*, Milano, Franco Angeli, pp. 337-350, ISBN: 978-88-6950-161-6

“URBANscape e Competitività Territoriale. Evidenze empiriche da alcune esperienze nazionali e internazionali” (2015), (coaut.: De Nisco A., Russo L.), in Cafferata R. (a cura di), “Real Estate. Tendenze evolutive del settore”, Bologna, Il Mulino, pp. 255-300, ISBN: 8815258345

“From words to deeds: are Italian universities changing their discursive practices to promote entrepreneurship?” (2015) (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), in: Fayolle A., Kyro P., Linan F. (editors), *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship*, pp. 126-153, Cheltenham: Edgar Elgar Publishing Ltd. ISBN 978-1-78471-357-7

“Orientamento strategico e longevità nelle imprese familiari” (2014), (coaut.: Marino V., Riviezzo A., Garofano A.) in *Storia d’Impresa e Imprese Storiche. Una visione diacronica* (2014), (curatela, con Ferrandino V.), Milano, Franco Angeli, pp. 357-378. ISBN: 978-88-917-1173-1

“Tourism experience, country image and post-visit intentions: a study on international tourists in Italy” (2013), (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), in Bertoli G. e Resciniti R. (edited by), *International Marketing and the Country-of-Origin Effect. The Global Impact of Made in Italy*, UK, Elgar Edwards Publishing, pp. 65-80. ISBN: 978-1-78195-560-4

“Il turista-consumatore: imagine paese, conoscenza e attitudini post-visita verso il made in Italy (2013) (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), (a cura di) Becheri E., Maggiore G., *XIX Rapporto sul Turismo Italiano*, Milano, Franco Angeli, pp. 265-284. ISBN: 978-88-917-1051-2

“Chiamale emozioni. I saperi umanistici per la management education” (2013), in Tavola Rotonda “*Umanesimo del management attraverso gli occhi dell’altro*”, Napoli, Editoriale Scientifica, pp. 63-70. ISBN: 978-88-6342-516-1

“Entrepreneurial Orientation and Market Orientation in SMEs: an explorative study”, (2013) (coaut. : Riviezzo A., Garofano A.), in: Fayolle A., Kyrö P., Mets T., Venesaar U. (editors), *Conceptual Richness and Methodological Diversity in Entrepreneurship Research: Entrepreneurship Research in Europe*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, pp. 197-231. ISBN: 978-1-78254-730-3

“Crescere per acquisizioni e fusioni creando valore” (2013), (coaut. Riviezzo A.), in Sicca L. (a cura di), *Strategie di crescita e comportamento organizzativo*, pp. 313-366, Padova, Cedam. ISBN: 978-88-13-32801-6

“Introduzione. Le medie imprese italiane e il Marketing”, in Napolitano M.R., De Nisco A. (a cura di) (2012), *Casi di Marketing di Medie Imprese Italiane*, Milano, McGraw-Hill, pp. VII- XVI. ISBN: 978-88-386-6806-7

“Il metodo dei casi e lo studio di caso: un binomio virtuoso per il Marketing”, in Napolitano M.R., De Nisco A. (a cura di) (2012), *Casi di Marketing di Medie Imprese Italiane*, Milano, McGraw-Hill, pp. 1-18. ISBN: 978-88-386-6806-7

“La valutazione degli interventi di rivitalizzazione dei centri città in una prospettiva customer-based” (2012), (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A.) in Sansone M. (a cura di), *Place Management. Città territori marketing*, Milano, McGraw-Hill, pp. 102-122. ISBN: 978-88-386-73474

“Attractiveness of European Higher Education in Entrepreneurship: a Strategic Marketing Framework” (2012), (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), in Burger-Helmchen T., editor, *Entrepreneurship. Creativity and Innovative Business Models*, Rijeka: InTech Web Org. ISBN: 978-953-51-0069-0

“La gestione strategica del centro città: una proposta di metodo e un confronto tra esperienze internazionali” (2011), (coaut.: Riviezzo A., Codato G.), in Cafferata R., Mari M., Abatecola G., Formisano V., *Management Immobiliare*, Milano, Franco Angeli, pp. 155-189. ISBN: 978-88-568-4067-4

“L’Università nei processi di sviluppo economico e sociale” (2011), (coaut. Bencardino F.), in Bianchi A. (a cura di), *Le Università del Mezzogiorno nella Storia dell’Italia Unita 1861-2011*, SVIMEZ, Il Mulino, pp. 123-134. ISBN: 978-88-15-23355-4

“L’analisi competitiva: concetti e teorie” (2011), in Sicca L. (a cura di), *Strategie competitive. Concetti e strumenti di analisi*, Padova, Cedam, pp. 119-179. ISBN: 978-88-13-30820-9

“L’analisi competitiva: modelli e strumenti” (2011), (coaut. Garofano A.), in Sicca L. (a cura di), *Strategie competitive. Concetti e strumenti di analisi*, Padova, Cedam, pp.181-244. ISBN: 978-88-13-30820-9

“Il management dei centri urbani e l’uso del territorio nell’ottica della collaborazione tra operatori privati e operatori pubblici”, (2010), (coaut. Riviezzo A.), in: A.A.V.V., *Appunti di Management Immobiliare*, p. 144-165, ROMA: Texmat, ISBN: 88-88748-40-5

“L’Orientamento al mercato delle Destinazioni Turistiche: concetti introduttivi” (2010), in Napolitano M.R. (a cura di), *Comportamento e Soddisfazione del Turista. I Risultati di una Ricerca in Campania*, Milano, Franco Angeli, pp. 15-34. ISBN: 978-88-568-2516-9

“Gli Obiettivi e la Metodologia della Ricerca” (2010), (coaut. De Nisco A.), in Napolitano M.R. (a cura di), *Comportamento e Soddisfazione del Turista. I Risultati di una Ricerca in Campania*, Milano, Franco Angeli, p.p. 103-112. ISBN: 978-88-568-2516-9

“Acquisizioni e fusioni nel settore ICT: evidenze empiriche da una prospettiva di analisi processuale” (2009), (coaut.: Riviezzo A., Maggiore G.), in Capasso A., Meglio O. (a cura di), *Fusioni e acquisizioni. Teorie, metodi, esperienze*, Franco Angeli, Milano, pp. 149 -177. ISBN: 978-88-568-1629-7

“Orientamento al mercato delle medie imprese familiari” (2009), (coaut. De Nisco A.), in De Simone E., Ferrandino V. (a cura di), *L’impresa familiare nel Mezzogiorno continentale tra passato e presente. Un approccio interdisciplinare*, Milano, Franco Angeli, pp. 208-225. ISBN: 978-88-568-1265-7

“Il peso della concentrazione geografica nelle attività della new economy” (2007), (coaut. Riviezzo A.), in Bencardino F. e Prezioso M. (a cura di), *Coesione territoriale e sviluppo sostenibile del territorio europeo: convergenza e competitività*, Milano, Franco Angeli, pp. 204-230. ISBN/ISSN: 9788846491077

“Marketing Turistico e Destination Branding. Lezioni da alcune esperienze internazionali” (2007), (coaut. De Nisco A.), in Bencardino F., Prezioso M. (a cura di) *Geografia del turismo*, Milano, McGraw-Hill, pp. 253-284. ISBN: 9788838663932

“Vantaggio competitivo territoriale e configurazioni distrettuali nel turismo: il ruolo e le potenzialità del cluster” (2004), (coaut. De Nisco A.), in Bencardino F., Marotta G. (a cura di), *Nuovi turismi e politiche di gestione nella destinazione. Situazione e prospettive per le aree rurali della Campania*, Franco Angeli, Milano, pp. 229-267. ISBN: 88-464-5687-4

“I confini dell’impresa e le strategie di acquisizione e fusione” (2003), (coaut. Sicca L.), in Sicca L., *La gestione strategica dell’impresa. Concetti di base e strumenti di analisi competitiva*, Padova, Cedam, pp. 151-164. ISBN: 88-13-24570-X

“Economia del Software e Tecnologie dell’informazione e della comunicazione” (2003), in Bencardino F., Napolitano M.R. (a cura di), *Economia del software e tecnologia dell’informazione. Un confronto internazionale per lo sviluppo locale*, Milano, Franco Angeli, pp. 27-45. ISBN: 88-464-4631-3

“Lo scenario dell’ICT: struttura e dinamiche competitive” (2003), in Bencardino F., Napolitano M.R. (a cura di), *Economia del software e tecnologia dell’informazione. Un confronto internazionale per lo sviluppo locale*, Milano, Franco Angeli, pp.63-91. ISBN: 88-464-4631-3

“Modelli di sviluppo territoriale indotto dall’economia del software e dalle tecnologie dell’informazione e delle comunicazioni” (2003), in Bencardino F., Napolitano M.R. (a cura di), *Economia del software e tecnologia dell’informazione. Un confronto internazionale per lo sviluppo locale*, Milano, Franco Angeli, pp. 95-184. ISBN: 88-464-4631-3

“L’evoluzione del sistema distributivo in Italia” (2003), (coaut. De Nisco A.), in Napolitano M.R., Paradiso M., Ricci P., Vespasiano F. (a cura di), *L’analisi dei consumi della provincia di Benevento e l’indicazione delle aree di attrazione commerciale*, Milano, Franco Angeli, pp. 13-32. ISBN: 88-464-4823-5

“Consistenza e dinamiche della distribuzione al dettaglio nella provincia di Benevento” (2003), (coaut. De Nisco), in Napolitano M.R., Paradiso M., Ricci P., Vespasiano F. (a cura di), *L’analisi dei consumi della provincia di Benevento e l’indicazione delle aree di attrazione commerciale*, Milano, Franco Angeli, pp. 33-54. ISBN: 88-464-4823-5

“Attitudini e comportamenti di acquisto nella provincia di Benevento. I principali risultati della ricerca empirica” (2003), (coaut. De Nisco A.), in Napolitano M.R., Paradiso M., Ricci P., Vespasiano F. (a cura di), *L’analisi dei consumi della provincia di Benevento e l’indicazione delle aree di attrazione commerciale*, Milano, Franco Angeli, pp. 75-94. ISBN: 88-464-4823-5

“Le acquisizioni e fusioni quali attività strategiche” (2001), (coaut. Sicca L.), in Sicca L., *La gestione strategica dell’impresa*, seconda edizione riveduta aggiornata ed ampliata, Padova, Cedam, pp. 571-624. ISBN: 88-13-23563-1

“Le strategie competitive basate sulla segmentazione del mercato” (1998), in Sicca L., *La gestione strategica dell’impresa*, Padova, Cedam, pp. 416-451. ISBN: 88-13-20925-8

“Analisi dell’ambiente generale - Analisi dell’ambiente competitivo - Analisi dei mercati, Segmentazione, scelta del mercato-obiettivo e posizionamento” (1997), in Sicca L., *Lezioni di gestione strategica dell’impresa*, Padova, Cedam, pp. 315-413. ISBN: 88-13-20224-5

“Storie d’impresa e Stakeholder Analysis” (1995), in Mele R., Sicca L. (a cura di), *Gli studi di economia d’impresa in Italia. Contributi a un dibattito in corso*, Padova, Cedam, pp. 215-238. ISBN: 88-13-19373-4

“Imprese e settori negli studi degli aziendalisti italiani, 1950 – 1990” (1995), in Mele R., Sicca L. (a cura di), *Gli studi di economia d’impresa in Italia. Contributi a un dibattito in corso*, Padova, Cedam, già pubblicato in *Annali di Storia dell’Impresa*, n. 9 (1993), Bologna, Il Mulino, pp. 27-68. ISBN: 88-15-04154-0

4. PREFERENZE

“Prefazione”, Garofano A. (2018), *L’anima del vino tra cultura d’impresa e identità territoriale. Il caso La Guardiense*, Napoli, Editoriale Scientifica, pp. 9-11, ISBN: 978-88-9391-351-5

“Prefazione”, Melis G. (2018), *Collaborazione e apprendimento ne processi di co-creazione di valore. Il caso delle destinazioni turistiche*, Napoli, Editoriale Scientifica, pp. 17-20, ISBN: 978-88-9391-265-5

“Un viaggio nell’Immagine Paese” (2017), Prefazione a De Nisco A., *Immagine Paese. Il vantaggio competitivo di essere italiani*, Napoli, Editoriale Scientifica, pp. IX-XVIII. ISBN: 978-88-9391-096-5

5. PROCEEDINGS DI CONVEGNI DOTATI DI ISBN

“Entrepreneurial dynamics and behaviours within creative industries: comparing artistic craftsmanship with hi-tech start-ups”, (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C., Zamparo G.), in: Mocciaro Li Destri A., Ugolini M., Russo A., Sntovito S. (Editors), *Electronic Conference Proceedings of Sinergie-SIMA 2023 Conference “Rediscovering local roots and interactions in management”*, Bari, 29-30 June 2023. ISBN 978-88-94-7136-3-3

“Assessing the impact of stylistic responding in country and destination image research”, (2021), (coaut.: Baumgartner H., De Nisco A., Diamantopoulos A.), in *Proceedings of the 20th International Marketing Trends Conference*, Venice, January 14th-16th 2021. <http://archives.marketing-trends-congress.com/2021/pages/author.html>

“Do what you can, with what you have: entrepreneurial orientation and bricolage within artistic-artisan firms”, (coaut.: Mason M.C., Garofano A., Riviezzo A., Zamparo G.), in *Proceedings Convegno Sinergie – Sima “Leveraging intersections in management theory and practice”*, University of Palermo, 10-11 June 2021, ISBN 97888943937-9-8, DOI 10.7433/SRECP.EA.2021.01

“A multi-method study to assess the impact of university activities on the community quality of life”, (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C, Zamparo G.), *Proceedings XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing “Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società”*, Ancona, 14-15 Ottobre 2021, ISBN 978-88-943918-6-2 (BEST PAPER AWARD)

“Modeling the Impact of Country and Destination Image on Tourism Outcomes: Is Stylistic Responding a Threat?”, (coaut.: Baumgartner H., De Nisco A., Diamantopoulos A.), in *Proceedings XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: “Il Marketing per una società migliore”*, LIUC Università di Castellanza, Varese, 28-30 Ottobre 2020, ISBN 978-88-943918-4-8 (BEST PAPER AWARD)

“Visitors’ Intentions and Corporate Museum Website: a Configurational Approach”, (coaut.: Mason M.C., Riviezzo A., Garofano A., Zamparo G.), *Proceedings XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: “Il Marketing per una società migliore”*, LIUC Università di Castellanza, Varese, 28-30 Ottobre 2020, ISBN 978-88-943918-4-8

“Does the presence of the university affect residents' perceived quality of life? An empirical investigation” (coaut.: Riviezzo A., Ragozini G.), *Proceedings Convegno Sinergie – SIMA, “Grand Challenges: Companies and Universities working for a better society”*, University of Pisa, 7-8 September 2020, ISBN: 1

“A Segmentation Approach to Country Image. A study on Perception of Italy across seven Emerging Markets”, (coaut.: Mason M.C., Ciani S., De Nisco A., Oduro S.), in: Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (Eds.), *“Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda”*, Ischia Naples Italy 4-7 June 2019, ISBN: 978-88-31622-19-6

“Using digital tools to improve visitor experience in corporate museums. An explorative study in Italy”, (coaut.: Garofano A., Mason M.C., Riviezzo A.) in: Gummesson, E., Mele, C., Polese (Eds), *The 10th years Naples Forum on Service. Service Dominant Logic, Network & Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda*, Ischia Naples Italy 4-7 June 2019, ISBN: 978-88-31622-19-6

"Rafforzare la cultura organizzativa attraverso la valorizzazione dell'heritage: un'indagine esplorativa sugli effetti in termini d'imprenditorialità interna", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Proceedings Convegno Annuale Sinergie-SIMA, "Management and sustainability: Creating shared value in the digital era", Università Sapienza di Roma, 20-21 June 2019, ISBN: 97888943937-1-2

"Country image as segmentation tool in the emerging markets: evidence from Italy", (coaut.: De Nisco A., Mason M.C., Viglia G.), Global Marketing Conference, "Bridging Asia and the World: Searching for Academic Excellence and Best Practice in Marketing and Management", Tokyo (Giappone), 26-29 Luglio 2018, (p.767-768), ISSN 1976-8699, DOI:10.15444/GMC2018.06.09.02.

"A stakeholder approach to heritage marketing strategy" (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Global Marketing Conference: "Bridging Asia and the World: Searching for Academic Excellence and Best Practice in Marketing and Management", Tokyo (Giappone), 26-29 Luglio 2018, ISSN 1976-8699

"Orientamento strategico e performance dei musei d'impresa: un'indagine empirica in Italia", (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C., Garofano A., Ciani S.), Proceedings XV Convegno annuale della Società Italiana Marketing: "I percorsi identitari nel marketing", Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Bari, 18-19 Ottobre 2018, ISBN: 978-88-943918-2-4

"Narrare il patrimonio storico e culturale dell'impresa per creare valore. Una proposta di definizione dell'heritage marketing-mix", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), in: Baccarani C., Frey M., Golinelli G.M., Pastore A., Vescovi T. (a cura di), Referred Electronic Conference Proceeding della 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

"Unveiling the heritage side of country images. A comparison between measurement scales adopted in place image literature and lexical content of web communication from leading cultural heritage countries", (coaut.: Mainolfi G., De Nisco A., Marino V.), 43rd Annual Conference of the European International Business Academy (EIBA), Milano, 14-16 dicembre 2017, ISBN: 978-88-6493-042-8

"Heritage marketing nelle imprese longeve italiane: una visione processuale", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Proceedings 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 PAPER AWARD)

"We wear culture, we eat culture". Effetto Paese di origine, cultural heritage image e segmentazione internazionale nei mercati emergenti, (coaut.: De Nisco A., D'Avino A.), Proceedings 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

"Economic Animosity, Nationalism and Country Image: "US vs Others" in Times of Crisis", (coaut.: De Nisco A., Papadopoulos N., Mainolfi G.), in Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E. (editors), 10th Annual Conference of the Euromed Academy of Business: "Global and national business theories and practice: bridging the past with the future", Roma 13-15 September 2017, pp. 2080-2082. ISBN 978-9963-711-56-7

"From industrial heritage to living industry tourism. An explorative study in Italy", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), in: Jiménez Cabellero J.L., González Rodríguez M.R., Simonetti B., Squillante M. (editors), in Proceedings II International Conference on Tourism Dynamics and Trends, Universidad de Sevilla, 26-29 June 2017, pp. 209-230. ISBN: 978-84-946883-2-4

Old soul, young spirit. Assessing entrepreneurial orientation within long-lived firms", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., D'Avino A.), 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

"Italian lovers o Italian skeptics? La country image italiana come variabile di segmentazione nei mercati emergenti", (coaut.: De Nisco A., D'Avino A.), Proceedings del XIII Convegno annuale della Società Italiana Marketing: "Marketing & Retail nei mercati che cambiano", Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Cassino 20-21 Ottobre 2016. ISBN: 978-88-907662-6-8

"Heritage Marketing: una possibilità davvero sfruttata dalle imprese storiche italiane?" (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Proceedings 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

"Market Orientation: how to assess it? An empirical investigation within Italian medium-sized firms", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Proceedings XVth International Marketing Trends Conference 21-23 gennaio 2016, Venezia, 978-2-9532811-2-7

"Immagine Paese e Cultural Heritage. Proposta e validazione di una scala di misura formativa della cultural heritage image (CHEI)", (coaut.: Mainolfi G., De Nisco A., Marino V.), Proceedings XII *Convegno Annuale della Società Italiana Marketing*, "Il marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana" Torino 22-23 ottobre 2015 (BEST PAPER AWARD)

"The role of cultural heritage in country image research. Proposal and testing of a cultural heritage image scale", (coaut.: Mainolfi G., De Nisco A., Marino V.), Proceedings of the 6th EMAC Regional Conference, "Convergence and divergence in the new Europe: marketing challenges and issues", September 16-18 2015, Vienna University of Economics and Business (WU Vienna), Editors: Adamantios Diamantopoulos, Bodo B. Schlegelmilch, Arnold Schuh, Udo Wagner, pp. 1-7. ISBN: 978-3-200-04265-0

"Il tempo è lo specchio dell'eternità. Strategie e strumenti di Heritage marketing nelle imprese longeve", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Proceedings XXVII *Convegno Annuale di Sinergie*, "Heritage, Management e Impresa: quali sinergie?", Termoli, 9-10 luglio 2015; pp. 57-73. ISBN: 97888907394-5-3

"Cultural Heritage e immagine paese: Una content analysis sulla comunicazione istituzionale di dieci nazioni", (coaut.: Mainolfi G., De Nisco A., Grasso L., Marino V.), Proceedings XXVII *Convegno Annuale di Sinergie*, "Heritage, Management e Impresa: quali sinergie?", Termoli, 9-10 luglio 2015, pp. 189-205. ISBN: 97888907394-5-3

"C'era una volta ... Racconti d'impresa storiche della manifattura campana" (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., Marino V.), Proceedings XXVI *Convegno Annuale di Sinergie*, "Manifattura: quale futuro?", Università di Cassino e del Lazio Meridionale, 13-14 novembre 2014, pp. 483-499. ISBN: 978-889-073-9446 (BEST PAPER AWARD)

"Investigating Structural Relationships Between Tourism Experience, Country Image and Post-Visit Intentions Towards National Products. Evidence From International Heritage Tourists in Italy" (coaut. De Nisco A.), Proceedings *International Conference Heritage, Tourism and Hospitality*, (HTHIC), Bogaziçi University Istanbul, Turkey, 6-8 November 2014. ISBN: 978-975-518-372-5

"Made in o Design in Italy? Uno studio sperimentale sui prodotti "ibridi" nel settore fashion" (coaut. De Nisco A.), Proceedings XI *Convegno Annuale della Società Italiana Marketing*, "Food marketing: mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca", Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia 18 e 19 settembre 2014. ISBN 978-88-907662-2-0

"Country of origin effect and the Euro crisis: the influence of economic animosity on consumer ethnocentrism, country image perception and intention to buy foreign products" (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), Proceedings X *Convegno Annuale della Società Italiana Marketing*, Università Bicocca, Milano 3-4 ottobre 2013. ISBN: 978-88-907662-1-3

The influence of consumer ethnocentrism, animosity and product country image perception on attitudes towards foreign products. A study on Italian consumers (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), in: Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (Eds.) (2013), *Service Dominant Logic, Network And Systems Theory And Service Science: Integrating Three Perspectives For A New Service Agenda* (Proceedings of the 2013 Naples Forum on Service, Ischia 18-21 June), Giannini, Napoli. ISBN: 9788874316847

"Accessing external networks: the role of firm's resources and entrepreneurial posture" (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Caetano A. (editor). Proceedings *Entrepreneurship Summer University* at ISCTE-IUL Lisbona, 19-23 Agosto 2013, vol. 1, pp. 651-669, ISBN: 978-989-732-207-5

"Moving forward or running to stand still? The relationship between family firms strategic posture and longevity" (coaut.: Marino V., Riviezzo A., Garofano A.), Proceedings *AIDEA Bicentenary*

Conference: *"The firm's role in the economy: does a growth-oriented business model exist?"*, Lecce, 19-21 Settembre 2013, ISBN: 978-88-6611-294-5

"L'orientamento imprenditoriale dei dipartimenti universitari italiani" (coaut. Riviezzo A.), Conference Proceedings *XXIV Convegno Annuale di Sinergie "Il Territorio come giacimento di vitalità dell'impresa"*, Università del Salento, Lecce 18-19 ottobre 2012, ISBN: 978-88-907394-0-8

"The influence of consumers' ethnocentrism, animosity and country image perception on product receptivity. A cross-national study", (coaut.: De Nisco A., Elliot S., Papadopoulos N., Mainolfi G., Marino V.), Proceedings *IX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, in Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin*", Benevento 20-21 settembre 2012, ISBN: 978-88-907662-0-6

"Il comportamento di acquisto e consumo del vino. Una proposta di segmentazione", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A., De Nisco A.), Proceedings *IX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin*, Benevento 20-21 settembre 2012, ISBN: 978-88-907662-0-6

"Applying Critical Discourse Analysis to Explore the Italian Universities Orientation towards the Entrepreneurial Model" (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Proceedings *VIII "ESU Conference on Entrepreneurship"*, Universidad de Sevilla, Siviglia (Spagna), 12-17 Settembre 2011, ISBN: 978-84-694-7290-3

"The Influence of Tourism Experience on Place-Image Perceptions and Post-Visit Attitudes toward National Products" (coaut. De Nisco A.), Conference Proceedings *"The 2011 Naples Forum on Service"*, Capri 14-17 Giugno 2011, ISBN: 978-88-7431-525-3

"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., Garofano A.), Proceedings *European Summer University (ESU) Conference on "Entrepreneurship"*, Università di Tartu (Estonia), 22-28 Agosto 2010, ISBN: 978-9985-4-0618-2

"Italian Universities and their third mission. A longitudinal analysis of the organization and education renewal towards the 'entrepreneurial university' model", (coaut. Riviezzo A.), Proceedings *"Triple Helix VII - International Conference on University, Industry & Government Linkages"*, Glasgow, Scotland (UK), 17-19 Giugno 2009, ISBN: 978-0-9824934-0-3

"Importance-Performance Analysis in Evaluating Tourist Satisfaction. The case of Campania", (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A.), Conference Proceedings *"The 2009 Naples Forum on Services"*, Capri, 16-19 Giugno 2009, ISBN: 978-88-743-1452-2

"Using Importance-Performance Analysis in Evaluating Town Centre Management Effectiveness" (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), Proceedings *X Conferenza Internazionale Toulon-Verona "Quality in Services"*, Aristotele University, Thessaloniki, 3-4 Settembre 2007, pp. 595-609, ISBN: 978-960-243-642-4

"Urban Revitalization and Town Centre Management: the role of Stakeholders" (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A.), in Andreani J.C., Collese U. (a cura di), Proceedings *VI Congresso Internazionale Marketing Trends*, Parigi 26-27 Gennaio 2007, Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale, Università Ca' Foscari Venezia, pp. 126-143, ISBN: 978-88-902459-1-6

"Entertaining the shopping centre. Management and Research Insights", (coaut.: De Nisco A., Proceedings *V Congresso Internazionale Marketing Trends*, Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale, Università Ca' Foscari Venezia, 20-21 Gennaio 2006, ISBN: 8890245905

RELAZIONI A CONVEGNI E LAVORI NON DOTATI DI ISBN

1. CONTRIBUTI E RELAZIONI A CONVEGNI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

"Exploring the Brand Heritage domain: a systematic literature review", (coaut. Garofano A., Mignone G., Riviezzo A.), *XXI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing "Brands and Purpose in a changing era"*, Università IULM di Milano, 17 e 18 ottobre

"L'innovazione di servizio basata sulla narrazione di storie. Il caso del museo "ilCartastorie", (coaut.

Calvino N., Riviezzo A.), XXI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing "Brands and Purpose in a changing era", Università IULM di Milano, 17 e 18 ottobre

"Corporate Heritage Narratives. What elements do companies communicate?" (coaut. Cannavale C., Sorrentino A., Venturini L.), XXI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing "Brands and Purpose in a changing era", Università IULM di Milano, 17 e 18 ottobre

"Investigating the use of heritage marketing tools among Italian long-lived companies. Does the family matter? (coaut. Riviezzo A., Lucadamo A., MIGNONE G.), Global Family Business Summit "THE PATHWAY TO GOOD - Sustaining Family Business Legacy for Wellbeing", Università di Salerno, 15-17 Maggio 2024

"Narrating the past. Exploring the antecedents of investments in heritage marketing tools by centenarian Italian companies", (co-aut: Riviezzo A., Mignone G., Lucadamo A.), Convegno Sinergie-Sima, Management of sustainability and well-being for individuals and society, Università di Parma, 13-14 giugno 2024

"Conscientious brands weren't born yesterday! The case of Findus and the relationship between brand heritage and brand conscience" (co-aut.: Mignone G., Riviezzo A., Garofano A.), 17th Global Brand Conference Convegno 2024, Conscientious Brands: Making Sustainability and Responsibility Work, 22-24 April 2024, Edinburg, United Kingdom

"Brand heritage: a systematic literature review and future research directions", (co-aut: Garofano A., Riviezzo A., Mignone G.), 17th Global Brand Conference Convegno 2024, Conscientious Brands: Making Sustainability and Responsibility Work, 22-24 April 2024, Edinburg, United Kingdom

"Heritage marketing strategies and tools of Italian long-lived family firms. A longitudinal perspective" (coaut. Riviezzo A., Garofano A., Mignone G.), Convegno "Continuity in Family Business: Preserving Corporate Heritage and Legacy for Long-Term Success", Università di Catania, 1-2 febbraio 2024

"La storia del brand come chiave della sua coscienza. Il caso Findus" (coaut. Riviezzo A., Mignone G.), XX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing "Marketing per il benessere, la salute e la cura", Università degli Studi di Firenze, 20-21 ottobre 2023

"Exploring the corporate heritage domain in management literature. A bibliometric analysis", (co-aut.: Mignone G., Riviezzo A.), Convegno AIDEA: "L'Aziendalismo crea valore. Il ruolo dell'Accademia nelle sfide della società, dell'economia e delle istituzioni, Università di Salerno, 5-6 ottobre 2023

"Assessing the impact of university activities on society: a systematic literature review of metrics and indicators", (co-aut. Riviezzo A., Fusco F.), Convegno AIDEA: "L'Aziendalismo crea valore. Il ruolo dell'Accademia nelle sfide della società, dell'economia e delle istituzioni, Università di Salerno, 5-6 ottobre 2023

"University in downtown. A new scale to assess the impact of university activities on the community", (co-aut: Riviezzo A., Mason M., Zamparo G.), Convegno AIDEA: "L'Aziendalismo crea valore. Il ruolo dell'Accademia nelle sfide della società, dell'economia e delle istituzioni, Università di Salerno, 5-6 ottobre 2023

"Il ruolo delle reti nella promozione turistica regionale", Relazione su invito "Conferenza Campania. Divina", Borsa Mediterranea nel Turismo, Mostra d'Oltremare, Napoli 16 marzo 2023

"University and Society: review and synthesis on the evolutionary pathways of performance measures", (coaut: Floriana Fusco, Angelo Riviezzo), Workshop "La reportistica di sostenibilità nelle Università. Situazione attuale e prospettive future, Pescara, 7 luglio 2023

"Do brand relics really matter?", (coaut.: Pecot F., Garofano A., Riviezzo A.), MSWM, Academy of Marketing Science World Marketing Congress, University of Kent, Canterbury, 11-14 July 2023

"Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Bricolage within creative industries: an empirical investigation of their interplay in affecting firms' performance", (coaut: Angelo Riviezzo, Floriana

Fusco), Euram Conference “Trasforming Business for Good”, Trinity College Dublin, 14- 16 June 2023

“How corporate heritage supports humane entrepreneurial orientation. A multiple case-study analysis of long-lived companies”, (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Conference Sinergie-Sima: “Boosting knowledge & trust for a sustainable business”, Università Bocconi, June 30th and July 1st 2022

“Evaluating management research. Contextualizing IFSAM's position statement”, Relazione su invito: Roundtable Conference Sinergie-Sima: “Boosting knowledge & trust for a sustainable business”, Università Bocconi, June 30th and July 1st 2022

“Leveraging corporate heritage to nurture humane entrepreneurial orientation within long-lived companies”, (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), Conference EURAM: “Leading Digital Transformation”, ZHAW School of Management and Law, Winterthur/Zurich, Switzerland, 15-17 June 2022

“The present (and future) value of past. Heritage marketing strategies within long-lived firms of Made in Italy, Invited speaker Convegno “Business History as Business. Exploring Heritage, History, and Money”, LIUC – Università Cattaneo, Castellanza, 31st May, 2022.

“The impact of corporate museums’ website features on visitors’ intentions”, (2021), (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C., Zamparo G., Napolitano M. R.), Convegno “Competitive Renaissance through Digital Transformation”, (Third Edition), Pavia (IT), 18-19 febbraio 2021

“Corporate museum’s website and visitor’s behavioral intention. Evidence from Italy”, (coaut.: Mason M.C., Riviezzo A.), Convegno “Digital transformation in Italian SMEs”, Università Bicocca, Milano 7 febbraio 2020

“Exploiting corporate heritage to enhance corporate culture and corporate entrepreneurship”, (coaut. Riviezzo A.; Garofano A.), Proceedings XXXIII Rent Conference “Embracing uncertainty: entrepreneurship as a key capability for the 21st century”, Berlino, 27-29 November 2019, XXXIII Rent Conference

“Heritage Marketing: un’opportunità non ancora colta?”, relazione su invito al Convegno Associazione Civita ed Economia della Cultura “Umanesimo Industriale: Creatività, Innovazione e Cultura d’Impresa, 24 giugno 2019, Associazione Civita, Roma

“Ricerche di mercato e valore per il cliente”, relazione su invito Convegno Nazionale “. on Tour, Interpretare i mercati che cambiano: il ruolo delle ricerche di mercato”, Unione Industriali Napoli, 27 Maggio 2019

“Musei d’impresa: luoghi della memoria, dell’identità e dell’innovazione organizzativa”, relazione su invito al Convegno “Suor Orsola ed i beni culturali nell’era digitale”, Università Suor Orsola Benincasa, Napoli 12 Dicembre 2018

“Industrial tourism and corporate museums: an empirical investigation in Italy” (coaut.: Riviezzo A., Mason M.C., Garofano A., Ciani S.), presentato alla 2nd International Scientific Conference Tourman 2018: “In search of excellence in tourism, travel & hospitality management”, Rodi (Grecia), 25-28 Ottobre 2018

“Everything passes, nothing is forgotten. Using corporate heritage to enhance corporate culture and entrepreneurship” (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), XV “ESU Conference and Doctoral Programme on Entrepreneurship”, University of Lodz, Lodz (Polonia), 10-15 Settembre 2018.

“Dalla longevità all’heritage marketing: un percorso di ricerca”, relazione su invito in occasione del conferimento del *calamaio d’argento dell’Università degli Studi Suor Orsola Benincasa* ad Alberto Auricchio, Napoli, 24 maggio 2018

* “Brunello Cucinelli: una storia esemplare di Marketing Etico”, relazione di presentazione di Brunello Cucinelli, in occasione dell’assegnazione del *Premio Marketer of the year 2017* attribuito dalla Società Italiana Marketing, Roma 14 maggio 2018 (<http://www.simktg.it/sp/marketer-of-the-year-2017.3sp>)

**“Cultural heritage: the “missing ring” in the place marketing literature”, relazione su invito al *Consumer Behavior in Tourism Symposium (CBTS)*, “A Decade of Research in Consumer Behavior in Tourism”, Bruneck / Brunico, 13 - 16 Dicembre 2017

"Attracting Foreign Investment: Country Characteristics and the Role of Country Branding" (coaut.: Papadopoulos N., Magdy Y., De Nisco A.), *XXXVIII Convegno Nazionale Aidea "Tendenze Nuove negli Studi Economico-Aziendali. L'evoluzione dei rapporti Azienda-Società"*, Roma 14-15 Settembre 2017

"Entrepreneurial orientation of European university departments. An empirical investigation in Italy, Spain, UK and Portugals, (coaut.: Riviezzo A., Liñán F., Correia Santos S., Fusco F.), *XIV ESU Conference and Doctoral Programme on Entrepreneurship*, Lüneburg, 4-9 Settembre 2017

"From industrial heritage to living industry tourism. An explorative study in Italy", (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), *II International 4 Conference "Tourism Dynamics and Trends"*, Universidad de Sevilla, Siviglia (Spagna), 26-29 Giugno 2017

"Le radici dell'eccellenza imprenditoriale. Identità culturale e creazione di valore economico-sociale" (coaut. Resciniti R.), *Laudatio per il conferimento della Laurea Magistrale honoris causa in Economia e Management a Diego Della Valle*, Università del Sannio, Benevento 26 maggio 2017

"Valore della Cultura e Cultura del Valore. Riflessioni per il futuro del Bel Paese", relazione su invito al *Convegno di studi "La cultura per lo sviluppo economico e sociale"*, Ordine dei Dottori Commercialisti (ODCED) di Napoli, 12 maggio 2017

"Cultural Heritage e Made in Italy. Casi ed esperienze di successo di Marketing Internazionale", relazione su invito al *Workshop "Cultura, creatività e Made in Italy: quali opportunità per le imprese?"*, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, Urbino 21 settembre 2016

"Le dimensioni dello sviluppo territoriale: una proposta di metodo", relazione su invito al *Convegno "Strategie innovative per le imprese: territorializzare e sburocratizzare le politiche di coesione"*, Agenzia di sviluppo dei comuni dell'area nolana, 12 marzo 2016

"Università Imprenditoriale e Innovazione Sociale", relazione su invito al *Convegno di studi: "La regolazione sociale delle economie territoriali: risorse e vincoli nella costruzione di strategie innovative per le PMI"*, Università degli Studi di Napoli Federico II, 12 novembre 2015

"Exploring Management Research on the Biotech Industry: A Citation Network Analysis" (coaut.: Marra M., Riviezzo A., Meoli A.), *Proceedings of the SMS 34th Annual International Conference*, Madrid, Spain, 20-23 September 2014

"Valore della Cultura e Cultura del Valore. Riflessioni da alcune evidenze empiriche", relazione su invito al *Convegno "Pompei tra Archeologia, Religiosità e Turismo. La Pompei del XXI secolo: Identità e futuro"*, Pompei 29 Aprile 2014 Aula Consiliare, Palazzo de Fusco

"Tourism Behavior at Time of the Euro Crisis. Effect of Economic Animosity and Nationalism on Destination Image and Receptivity" (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), *Proceedings of the 6th Consumer Behavior In Tourism Symposium (CBTS)*, University of Bozen, Brunick 4-7 dicembre 2013 (BEST PAPER AWARD)

"Using Importance-Performance Analysis to Identify Determinant Attributes of Entrepreneurial Orientation within the Italian University Departments", (coaut. Riviezzo A.), *XI Triple Helix International Conference "Bringing businesses, universities and governments together to co-innovate and solve economic, social and technological challenges"*, 8-10 Luglio 2013, University of London, Londra

"Assessing the Entrepreneurial Orientation of University Departments and its Impact on Performance" (coaut. Riviezzo A.) *IX "ESU Conference on Entrepreneurship"*, University of Southern Denmark, Kolding (Danimarca), 19-25 Agosto 2012

"Exploring the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Market Orientation in SMEs" (coaut.: Riviezzo A., Garofano A.), *Convegno EURAM*, Rotterdam School of Management Erasmus University, Rotterdam, 6-8 giugno 2012

"Un approccio strategico alla gestione del centro città" (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A., Garofano A.), relazione su invito al *Convegno di studi "Centri Commerciali Naturali in Campania"*, Camera di Commercio, Benevento, 11 Ottobre 2011

"Turismo internazionale ed effetto 'made in'. L'influenza dell'immagine paese sulla soddisfazione turistica e le attitudini post-visita" (coaut.: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V.), *VIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing*, Università Sapienza di Roma, 22 - 23 settembre 2011

"Assessing an Entrepreneurial Development Program using the Critical Incident Technique" (coaut.: Riviezzo A., Testa M., Marino V.), V "IEEE International Conference: SKIMA 2011", Università del Sannio, Benevento, 8-11 Settembre 2011

"Stakeholders Involvement in Urban Revitalization Projects: a two-step approach" (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), relazione su invito al Workshop "Place Management: Cities, Territories, Marketing", Università di Cassino, 24 Novembre 2010

"Shopping in Centro Città. Atmospherics, Stati Emotivi e Output di Consumo" (coaut. De Nisco A.), VII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università di Ancona, 23-24 Settembre 2010

"Comportamenti di Consumo e Soddisfazione dei Turisti in Campania" (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), relazione su invito al Convegno "Prospettive di sviluppo del settore turistico in Campania. Imprese, politiche, istituzioni", Università del Sannio, Benevento, 21 Giugno 2010

"Determinants and Performance of Knowledge-Intensive Acquisitions: Towards a Grounded Based Model of Acquirer's Characteristics" (coaut.: Riviezzo A., Maggiore G.), X EURAM Conference 'Back to the Future', Università Tor Vergata, Roma, 19-22 Maggio 2010

"Atmosfera di vendita e service quality nel centro storico di Benevento. I risultati di un'indagine empirica" (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), relazione su invito al Forum "Strategie per il rilancio urbano: nuove prospettive con i Centri Commerciali Naturali", Camera di Commercio, Benevento, 11 Dicembre 2009

"L'Influenza dello Store Design e del Tenant-Mix sul Comportamento del Consumatore" (coaut. De Nisco A.), VI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università di Firenze, 6-7 Novembre 2009

"The Attractiveness of European Higher Education in Entrepreneurship: a Strategic Marketing Framework" (coaut.: Corti E., Riviezzo A. De Nisco A.), European Summer University on "Entrepreneurship" (ESU), Università del Sannio, Benevento 8-13 Settembre 2009

"European Higher Education in Entrepreneurship: the state of the art", relazione su invito presso Entrepreneurial Center dell'Università di Atene, 29 Aprile 2009

"La Valutazione degli Interventi di Rivitalizzazione dei Centri Urbani: una prospettiva customer-based" (coaut.: Riviezzo A., De Nisco A.), III Workshop Nazionale di Azienda Pubblica "Governare e programmare: l'azienda pubblica tra innovazione e sviluppo al servizio del cittadino e del Paese", Università degli Studi di Salerno, 5-6 Giugno 2008

"Il Marketing e le prospettive di sviluppo delle imprese termali in Italia", relazione su invito all'International Thermal Forum, Fiuggi, 29-31 Maggio 2008

"Stakeholder Choice and Stakes Evaluation in Town Centre Management. Guidelines for the Assessment" (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A.), "First IPM Conference", Institute of Place Marketing, Londra, 20 Febbraio 2008

"Orientamento al mercato delle medie imprese familiari" (coaut.: De Nisco A.), relazione al Convegno di studi: "L'impresa familiare nel Mezzogiorno continentale tra passato e presente", Università del Sannio, Benevento, 30 novembre-1 dicembre 2007

"L'influenza degli Stimoli Ambientali dei Centri Urbani sulla Qualità Percepita e i Comportamenti di Consumo" (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A.), IV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing "Il marketing dei Talenti", Roma, 4-5 ottobre 2007

"Le radici della Competitività. Imprese e Territori nell'Economia della Conoscenza", Prolusione all'Inaugurazione dell'Anno Accademico 2006/2007, Università degli Studi del Sannio, 23 marzo 2007

"TCM e rivitalizzazione dei centri urbani. Una ricerca pilota sul Centro Storico di Benevento", (coaut.: De Nisco A., Riviezzo A.), relazione su invito al Convegno di studi "La Valorizzazione del Commercio nei Centri Urbani Situazione e Prospettive del Centro Storico di Benevento", Camera di Commercio, Benevento, 23 Ottobre 2006

"The Entertainment Orientation of Italian Shopping Centers: Antecedentes and Performance", (coaut. De Nisco A.), European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS), Orlando, 21-24 luglio 2005 (BEST PAPER AWARD)

"Technology Transfert and Entrepreneurial Development", Workshop Internazionale "New Curriculum for International Transfer of Technologies for Entrepreneurial Development", Tribhuvan University di Katmandu (Nepal), 26 -29 ottobre 2005

"Il peso della concentrazione geografica nelle attività della new economy" (coaut. Riviezzo A.), *Convegno Internazionale "European Territorial Cohesion and the Sustainable Development: Convergence and Competitiveness"*, Università del Sannio, Benevento, 6-7 Ottobre 2005

"Multiple Co-Inertia Analysis as a tool for the Patient Satisfaction Evaluation" (coaut.: Amenta P., Riviezzo A.), *Convegno di studi "Valutazione e Customer Satisfaction per la Qualità dei Servizi"*, Università La Sapienza, Facoltà di Scienze Statistiche, Roma 8-9 Settembre 2005

"The Institutional Education and Training for Entrepreneurship Development in the Italian Universities" (coaut. Riviezzo A.), *Convegno Internazionale "The Role of Universities for the Entrepreneurship Development of the Local Territory"*, Università del Sannio, Benevento, 5 Aprile 2005

"Entertainment e sistemi di creazione di valore nei centri commerciali. Un'indagine sul fenomeno in Italia", (coaut.: Resciniti R., De Nisco A.), *Convegno annuale della rivista Industria e Distribuzione "I sistemi a rete nel retailing: modelli di relazione, regole e creazione di valore"*, Istituto G. Tagliacarne Roma, 14-15 novembre 2003

"La rappresentazione dell'identità di marca attraverso gli spazi di vendita", (coaut. De Nisco A.), *III° Congresso Internazionale Italia-Francia "Le tendenze del Marketing in Europa"*, Venezia, 28-29 Novembre 2003

"L'analisi dei consumi nel Comune di Benevento", relazione su invito al *Convegno di studi "Commercio Locale"*, Camera di Commercio, Benevento, 8 febbraio 1999

"Una prospettiva di analisi per il sistema turistico. Il sistema locale di offerta turistica e l'approccio di marketing territoriale per lo sviluppo del turismo a Benevento", *Convegno di studi "Il turismo euro-mediterraneo tra integrazione culturale e sviluppo sostenibile"*, Università di Salerno, Benevento 5-6 dicembre 1997

2. LAVORI IN COLLANE ISTITUZIONALI E ALTRO

* "Valutazione dell'impatto della presenza dell'Università sulla qualità della vita percepita nel centro storico di Napoli", (coaut.: Riviezzo A., D'Avino A., (2018), in Zinno A., Prota A. (a cura di), *Progetto Metrics: Metodologie e tecnologie per la gestione e riqualificazione dei centri storici e degli edifici di pregio* (www.progetto-metrics.it).

"Tecnologia della comunicazione e modelli di sviluppo territoriale: quali prospettive per il mezzogiorno d'Italia?" (2003), (coaut.: Bencardino F., Vespasiano F.), *Paper n. 1. DASES*, Dipartimento di Analisi dei Sistemi Economici e Sociali, Università del Sannio, Benevento.

ULTERIORI INFORMAZIONI:

Abilitazione alla professione di Dottore Commercialista, Università degli Studi di Napoli Federico II, conseguita nell'ottobre 1990

Il sottoscritto attesta sotto la propria responsabilità che le dichiarazioni contenute nel presente Curriculum Vitae sono veritiere, ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 28/12/2000, n. 445 ed è consapevole che le dichiarazioni mendaci sono punite ai sensi del codice penale e delle leggi speciali in materia, secondo quanto previsto dall'art. 76 del D.P.R. 28/12/2000, n. 445.

Si autorizza l'elaborazione e il trattamento dei dati ai sensi del D.L. 196/03.

Napoli, 15 marzo 2023

Maria Rosaria Napolitano