

CURRICULUM VITAE

MARCO GALVAGNO

DATI PERSONALI E DI CONTATTO

Luogo e Data di nascita: Catania, 20 novembre, 1971

Nazionalità: Italiana

Stato civile: Celibe

Indirizzo di lavoro:

Dipartimento di Economia e Impresa,
Palazzo delle Scienze
Corso Italia, 55 – 95129 Catania
Terzo piano, stanza 9

Tel. +39.095.75.37.644

Email: mgalvagno@unict.it

PEC: marcogalvagno@pec.it

Pagina web istituzionale: <http://www.dei.unict.it/docenti/marco.galvagno>

Sito web: <http://www.marcogalvagno.it>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=SlbTl08AAAAJ&hl=en>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6545-3287>

Publons: <https://publons.com/author/1181633/marco-galvagno>

POSIZIONE LAVORATIVA

Dal 2014 – Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08) – Dipartimento di Economia e Impresa, Università degli Studi di Catania.

POSIZIONI PRECEDENTI

2004-2014 – Ricercatore Confermato di Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08) – Dipartimento di Economia e Impresa, Università degli Studi di Catania.

2005-2014 – Professore Aggregato di Marketing – Università degli Studi di Catania.

2002-2004 – Titolare di Assegno di Ricerca – Università degli Studi di Catania.

1999-2004 – Cultore della materia per gli insegnamenti di Marketing, Economia e Gestione delle Imprese, Tecnica Industriale e Commerciale, Economia e Gestione delle Imprese Commerciali, Economia e Gestione delle Imprese di Servizi.

ALTRE POSIZIONI

2010 – *Visiting Research Fellow* presso la Grenoble École de Management, (F).

2000-2001 – *Visiting Scholar* presso Dipartimento di Management della Mays Business School della Texas A&M University (USA).

INCARICHI ACCADEMICI

2018 – Delegato all’orientamento del Direttore di Dipartimento di Economia e Impresa, dell’Università degli Studi di Catania.

2017 – Referente scientifico per il marketing dei servizi e delle attività di orientamento e creazione di impresa del COF - Centro Orientamento e Formazione dell'Università degli Studi di Catania.

2016 – Componente eletto della Commissione Paritetica del Dipartimento di Economia e Impresa, dell'Università degli Studi di Catania.

2016 – Presidente effettivo della Commissione giudicatrice per gli esami di abilitazione all'esercizio della professione di Dottore Commercialista ed Esperto Contabile.

2014 – Responsabile attività didattiche del Contamination Lab dell'Università degli Studi di Catania.

2014 – Componente della Commissione Brevetti dell'Università degli Studi di Catania.

2014 – Componente del Collegio docenti del Dottorato di Ricerca in Economics, Management and Statistics dell'Università degli Studi di Messina.

2012-2014 – Componente eletto delle Giunta del Dipartimento di Economia e Impresa dell'Università degli Studi di Catania.

2008-2014 – Componente del comitato amministrativo della Cassa di Mutuo Soccorso dei dipendenti dell'Università di Catania.

2010-2013 – Componente del Collegio docenti del Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale dell'Università degli Studi di Catania.

2011-2013 – Componente del Comitato di gestione dei Master di primo livello in Marketing Management, Management Sportivo e Business Administration dell'Università degli Studi di Catania.

2008 – Componente della commissione giudicatrice della valutazione comparativa pubblica per un posto di ricercatore universitario di ruolo per il settore SECS-P/08 presso L'Università di Lecce.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

2002 – Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Catania.

1997 – Laurea in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Catania.

1995 – Diploma in European Business presso la Leicester University, Northampton Campus (UK).

1989 – Maturità Scientifica presso il Liceo Scientifico “G. Galilei” di Catania.

ALTRÉ ESPERIENZE FORMATIVE

2014 – Winter School in Modelli di Equazioni Strutturali (corso avanzato) - Università della Calabria

2009 – Summer School in Modelli di Equazioni Strutturali - Università della Calabria

2009 – Summer School in *Event History & Survival Analysis* - Università di Bologna, Bertinoro

2007 – Summer School in Analisi multivariata per la ricerca sociale - Università della Calabria

2000 – *Seminar on Corporate Learning* – ESADE, Università di Barcellona (Spagna), nell'ambito dell'EUDOKMA - The European Doctoral School in Knowledge Management.

2000 – *Seminar on Rhetoric of Science* – ESADE, Università di Barcellona (Spagna), nell'ambito dell'EUDOKMA - The European Doctoral School in Knowledge Management.

2000 – *Doctoral Consortium* in occasione del “LX Annual Meeting of the Academy of Management”, Toronto (Canada)

PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

2019 – Galvagno Marco e Sonia C. Giaccone “Mapping creative tourism research: reviewing the field and outlining future directions”. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, doi: 1096348019862030 (5YIF: 4,117 - 1YIF: 2,849)

2019 – Pisano Vincenzo e Galvagno Marco, “Developing the genealogy of family business internationalization literature: Review and research agenda”. In *The Academy of Management Proceedings*, Online ISSN: 2151-6561.

2019 – Giaccone C. Sonia e Galvagno Marco, “Reputazione e brand come “risorse chiave” per le strategie di diversificazione delle imprese familiari” in Faraci R., Pisano V. (a cura di) *Le strategie di diversificazione nelle imprese familiari*, Torino: G. Giappichelli, pp. 183-200.

2018 – Giaccone C. Sonia e Galvagno Marco, “Events and territorial attractiveness: the ‘Etna Comics’ experience” in Racca M.G., Culasso F., Cantino V. (a cura di) *Smart Tourism*, Milano: McGraw-Hill education, pp. 327-341. ISBN: 9788838695025

2017 – Galvagno Marco, “Bibliometric literature review: An opportunity for marketing scholars”. *Mercati & Competitività*, n. 4, pp. 7-15. ISSN: 112-4228, doi: 10.3280/MC2017-004001.

2017 – Giaccone C. Sonia, Galvagno Marco e Di Mauro Elisa, “Competere attraverso il turismo creativo: un’analisi delle preferenze verso la Sicilia”. *Sinergie*, 103 (May-Aug), pp. 299 - 318. ISSN: 0393-5108, doi: 10.7433/s103.2017.15

2017 – Galvagno Marco e Giaccone C. Sonia, *Il Turismo Creativo. Fondamenti teorici ed esperienze di valorizzazione del territorio*, Torino: G. Giappichelli, pp. 1-170.

2017 – Galvagno Marco e Pisano Vincenzo, “Gli antecedenti della fiducia interpersonale nelle relazioni tra cliente e farmacista” in *Micro & Macro Marketing*, Vol. 22, n. 2, pp. 229-246.

2016 – Lambin J. Jaques, “Market-driven management. Marketing strategico e operativo”. 7a edizione (a cura di Galvagno Marco e Tesser Emanuela), Milano: The McGraw-Hill Companies.

2015 – Galvagno Marco e Giaccone C. Sonia, “Second-hand shopping. Analisi delle motivazioni d’acquisto e implicazioni per la distribuzione”, in *Mercati & Competitività*, n. 1, pp.123-147.

2014 – Galvagno Marco e Dalli Daniele, “The Theory of Value Co-creation: A Systematic Literature Review” in *Managing Service Quality*, Vol. 24, n. 6, pp. 643-683.

2014 – Caridà Angela, Galvagno Marco e Colurcio Maria, “Service Innovation Research: Looking for Definition and Boundaries” in *Proceedings of the 24th Annual ResEr Conference*, September 11-13, 2014 Helsinki, Finland.

2013 – Galvagno Marco, Garraffo Francesco, De Joannon Antonietta e Martina Monachella, “L’influenza dell’età e della dimensione sul grado di internazionalizzazione: una verifica empirica sulle piccole e medie imprese alimentari italiane”, *Finanza, Marketing e Produzione*, XXXI, 4, pp. 41-58.

2013 – Dalli Daniele e Galvagno Marco, “Co-Creation Theory: The Emergence Of A Field?”, in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (a cura di), *Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda*. NAPOLI: Giannini Editore.

2013 – Galvagno Marco e Dalli Daniele, “The Rise and Development of Co-Creation Theory: The Role of Influential Publications”, in Karaosmanoğlu E.; Elmadağ Baş A.B. (a cura di), *Lost in Translation. Marketing in an interconnected world*, vol. 42.

2013 – Distefano Alessandra, Pisano Vincenzo, Marco Galvagno, “The effect of negative corporate social responsibility on consumers’ attitude toward waste treatment facilities”, in *Atti del X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: “Smart Life. Dall’Innovazione Tecnologica al Mercato”*, vol. X.

2013 – Distefano Alessandra, Galvagno Marco, Garraffo Francesco, Antonietta De Joannon, “The role of brand quality in the elicitation of emotional aspects in young consumer-global brand relationships”, in *Atti del X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: “Smart Life. Dall’Innovazione Tecnologica al Mercato”*, vol. X.

2012 – Galvagno Marco e Pisano Vincenzo, “Le caratteristiche dell’impresa biotech dotata di capacità dinamica” in Buttà C. (a cura di), *Capacità Dinamica e Imprese Biotech. Strategie e Assetti Competitivi*, Torino: G. Giappichelli, pp. 39-73.

2012 – D’Allura M. Giorgia, Galvagno Marco e Arabella Mocciaro Li Destri, “Regional Innovation Systems: A Literature Review”, *Business Systems Review*, vol. 1, pp. 139-156.

2012 – Di Guardo M. Chiara, Galvagno Marco e Francesca Cabiddu, “Analysing the Intellectual Structure of E-Service Research”, *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, Vol. 4, iss. 2 pp. 19-36.

2012 – Lambin J. Jaques, “Market-driven management. Marketing strategico e operativo”. 6a edizione (a cura di Galvagno Marco e Tesser Emanuela), Milano: The McGraw-Hill Companies.

2012 – Galvagno Marco “Il caso BMW Italia: la comunicazione mobile a supporto del lancio della X1”, in Lambin J.J., Galvagno M., Tesser E. (a cura di), *Market-driven management. Marketing strategico e operativo 6a ed.* Milano: The McGraw-Hill Companies, pp. 556-557.

2012 – Galvagno Marco “Il caso Geox. L’innovazione in punta di piedi”, in Lambin J.J., Galvagno M., Tesser E. (a cura di), *Market-driven management. Marketing strategico e operativo 6a ed.* Milano: The McGraw-Hill Companies, pp. 546-548.

2012 – Galvagno Marco “Il caso Ikea: il sistema informativo di marketing”, in Lambin J.J., Galvagno M., Tesser E. (a cura di), *Market-driven management. Marketing strategico e operativo 6a ed.* Milano: The McGraw-Hill Companies, pp. 527-530.

2011 – Galvagno Marco, “The intellectual structure of the anticonsumption and consumer resistance field: An author co-citation analysis”, *European Journal of Marketing*, Vol. 45, n. 11/12, pp. 1688-1701.

2011 – Galvagno Marco, “Anti-consumption research. Analisi bibliometrica della letteratura internazionale”, *Mercati & Competitività*, n. 2, pp. 55-75.

2011 – Galvagno Marco, “L’attaccamento ai luoghi commerciali”, *The Proceedings of X International Marketing Trends Conference, Paris-Venice*: Marketing Trends Association, vol. 10.

2010 – Di Guardo M. Chiara e Galvagno Marco, “Information Systems and Service Research: a co-citation analysis”, in AA.VV. (a cura di) *Management of the Interconnected World*, Springer, pp. 437-444.

2010 – Galvagno Marco e Garraffo Francesco, “The promise of coopetition as a stream of research in strategic management”, in Dagnino G.B., S. Castaldo, F. Le Roy, S. Yami (a cura di), *Coopetition. Winning Strategies for the 21st Century*, Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing, pp. 40-57.

2010 – Galvagno Marco, “The Intellectual Structure of the Anticonsumption and Consumer Resistance field: An Author Co-citation Analysis”. ICAR/NACRE *Proceedings. Anti-consumption and Consumer Resistance: Concepts, concerns, conflicts, and convergence*. Euromed Management, Marsiglia 25-25 giugno.

2009 – Galvagno Marco e Romano Marco, “Lo sviluppo della grande distribuzione nella prospettiva della Multiple Point Competition” in *Annali della Facoltà di Economia dell’Università di Catania*, vol. 55, p. 93-125.

2009 – Di Guardo M. Chiara e Galvagno Marco, “Information Systems and Service Research: a cocitation analysis”, *Proceedings of the 6th Conference of the Italian Chapter of AIS*, London: Springer, pp. 1-8.

2007 – Galvagno Marco, “Le prospettive teoriche nell’analisi delle relazioni di fedeltà dei clienti”, in Faraci R., Galvagno M., Giaccone S.C. (a cura di), *La fedeltà nelle relazioni tra impresa e mercato. Fondamenti concettuali ed implicazioni manageriali*, Torino: G. Giappichelli, pp. 41-82.

2007 – Romano Marco e Galvagno Marco, “La struttura della distribuzione moderna nella provincia di Catania”, in Cirelli C. (a cura di), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Bologna: Patron Editore, pp. 257-283.

2007 – Giaccone C. Sonia e Galvagno Marco, “La fedeltà nel software e servizi informatici: alcune evidenze empiriche” in Faraci R., Galvagno M., Giaccone S.C. (a cura di) *La fedeltà nelle relazioni tra impresa e mercato. Fondamenti concettuali ed implicazioni manageriali*, Torino: G. Giappichelli, pp. 293-316.

2007 – Faraci Rosario, Galvagno Marco e Sonia C. Giaccone (a cura di), *La fedeltà nelle relazioni tra impresa e mercato. Fondamenti concettuali ed implicazioni manageriali*, Torino: G. Giappichelli

2006 – Galvagno Marco e Faraci Rosario, “Il fabbisogno di ICT delle PMI siciliane”, *Sinergie, Nuove tecnologie e modelli di e-business per le Piccole e Medie Imprese nel campo dell’ICT Vol. 1*, Rapporto di ricerca, n.22.

2005 – Di Guardo M. Chiara e Galvagno Marco, “On the relationship between knowledge, networks, and local context”, in Capasso A., G.B. Dagnino, A. Lanza (a cura di), *Strategic Capabilities and Knowledge Transfer Within and Between Organizations*, Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing, pp. 176-195.

2004 – Galvagno Marco e Faraci Rosario, “La coesistenza fra tecnologie: definizione ed elementi costitutivi”, *Sinergie*, n.65, pp. 207-225.

2002 – Cannella A. Albert e Galvagno Marco, “Governance and control for firms in transition”, in Schillaci C.E. e R. Faraci (a cura di), *The Ownership and Governance of Firms in Transition: the Italian Experience*, Torino: G. Giappichelli, pp. 23-46

2002 – Galvagno Marco, “La convergenza tecnologica nel settore dell’Information & Communication Technology”, Tesi di Dottorato – XIII Ciclo.

PARTECIPAZIONE COME RELATORE A CONVEGNI SCIENTIFICI IN ITALIA O ALL'ESTERO

2019 – LXXIX Annual Conference dell'Academy of Management (AOM), Boston, 9-13 agosto. Relazione “Developing the genealogy of family business internationalization literature: Review and research agenda” (con V. Pisano).

2017 – First International Conference Smart Tourism, Torino 23-24 novembre. Relazione “Events and territorial tourism attractiveness: the ‘Etna Comics’ experience” (con S.C. Giaccone) – (<http://www.smartourism-unito.it/preliminary-program/>).

2013 – XLII Annual Conference dell'European Academy of Management (EMAC), “Lost in translation”, Istanbul, 4-7 giugno. Relazione “The rise and development of co-creation theory: the role of influential publications” (con D. Dalli) – (http://www.emac-online.org/userfiles/file/Emac_2013_Proceedings.pdf).

2013 – III Naples Forum on Service, Ischia, 18-21 giugno. Relazione “Co-creation theory: the emergence of a field?” (con D. Dalli) – (<http://www.naplesforumonservice.it/>).

2013 – Summer Conference dell'American Marketing Association (AMA), “Enhancing Knowledge Development in Marketing”, Boston, 9-11 agosto. Relazione “The literature on co-creation. Bibliometric analysis and review” (con D. Dalli) – (<http://toc.proceedings.com/10412webtoc.pdf>).

2013 – X Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), “Smart Life - Dall'innovazione tecnologica al mercato”, Milano, 3-4 ottobre. Relazioni “The role of brand quality in the elicitation of emotional aspects in young consumer-global brand relationships” (con A. Distefano, F. Garraffo e A. De Joanon) e “The effect of negative corporate social responsibility on consumers' attitude toward waste treatment facilities” (con V. Pisano e A. Distefano) – (<http://www.simktg.it/sp/convegno-2013-smart-life.3sp>).

2012 – IX Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), “Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin”, Benevento, 20-21 settembre. Relazione “L'influenza dell'età e della dimensione sul grado di internazionalizzazione: una verifica empirica sulle piccole e medie imprese alimentari italiane” (con F. Garraffo, A. De Joanon e M. Monachella) – (<http://www.simktg.it/sp/convegno-2012.3sp>).

2011 – X International Marketing Trends Conference, Parigi, 20-22 gennaio. Relazione “L'attaccamento ai luoghi commerciali” – (<http://archives.marketing-trends-congress.com/2011/index.htm>).

2011 – VIII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), “La mobilità nel rispetto dell'ambiente” Roma, 22-23 settembre. Relazione “Il legame affettivo con il punto vendita. Può l'affetto del cliente influenzare l'atteggiamento nei confronti delle Private Label?” (con D. Barbagallo) – (<http://www.simktg.it/sp/convegno-2011.3sp>).

2010 – XXXVIII Annual Conference dell'Academy of International Business – AIB (UK & Ireland Chapter) “International Business: New challenges, new forms, new practices”, Dublino 14-16 aprile. Relazione “Main Trends in the Study of Regional Innovation Systems: An Author Co citation Analysis” (con G.M. D'Allura e A. Mocciano Li Destri) – (<https://www.aib-uki.org/uploads/1/1/9/5/119537104/2011-aibuki-edinburgh-confprogramme.pdf>).

2010 – ICAR/NACRE Symposium “Anti-consumption and Consumer Resistance: Concepts, concerns, conflicts, and convergence”. Marsiglia 25-26 giugno. Relazione “The Intellectual Structure of the Anticonsumption and Consumer Resistance field: An Author Co-citation Analysis”.

2010 – LXX Annual Conference dell’Academy of Management (AOM), Montreal 6-10 agosto. Relazione “Main Trends in the Study of Regional Innovation Systems: An Author Co-citation Analysis” (con G.M. D’Allura e A. Mocciano Li Destri) (https://pd.aom.org/2010/pdf/AOM_2010_Annual_Meeting_Program.pdf).

2010 – VII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), “Marketing & sales oltre la crisi. Assetti organizzativi e opzioni strategiche per riconquistare il mercato”, Ancona 23-24 settembre. Relazione “L’attaccamento ai luoghi commerciali. Una ricerca esplorativa” – (<http://www.simktg.it/sp/convegno-2010.3sp>).

2010 – XXX Annual International Conference della Strategic Management Society (SMS), “Strategic Management at the Crossroads”, Roma, 13-15 ottobre. Relazioni: “Dropping the Anchor in Regional Innovation and Development: Co-Citation Analysis and Conceptual Extension” (con R. Faraci e F. Garraffo) e “The Proliferation of Coopetition: An Event History Analysis of Antecedents at Firm-, Inter-firm-, and Industry-Level” (con F. Garraffo) - (<https://rome.strategicmanagement.net>).

2009 – VI Annual Conference of the Italian Chapter of Association for Information Systems (AIS), Costa Smeralda, 2-3 ottobre. Relazione “Information Systems and Service Research: a cocitation analysis” (con M.C. Di Guardo) – (<http://www.itaais.org/itaais2009/>).

2009 – VI Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), “Fashion Marketing”, Firenze, 6-7 novembre. Relazione “Anticonsumption research. Analisi bibliometrica della letteratura internazionale” (<http://www.simktg.it/sp/convegno-2009.3sp>).

2008 – III Workshop dell’European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) “Coopetition Strategy. Stretching the boundaries of ‘coopetition’”, Madrid, 7-8 febbraio. Relazione “Coopetition capabilities in action: the cases of Wintel and Mactel” (con G.B. Dagnino e M.C. Di Guardo) – (http://www.eiasm.org/frontoffice/event_announcement.asp?event_id=530).

2007 – VII Annual Conference of the European Academy of Management (EURAM), “Current Management Thinking: Drawing from Social Sciences and Humanities to Address Contemporary Challenges”, Parigi 16-19 maggio. Relazione “The promise of coopetition as a stream of research in strategic management” (con F. Garraffo) (http://euramonline.org/images/euram/Flyers/2007_Flyer_Pars.pdf).

2006 – II Workshop dell’European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) “Coopetition Strategy”, Milano, 14-15 settembre. Coordinatore di sessione e relazione “The Dynamic Capabilities View of Coopetition: The Case of Intel, Apple and Microsoft” (con M.C. Di Guardo) – (http://www.eiasm.org/frontoffice/event_announcement.asp?event_id=433).

2006 – III Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), “Il marketing delle medie imprese leader di mercato”, Parma, 24-25 novembre. Relazione “Lo sviluppo della Grande Distribuzione nella prospettiva della Multiple-Point Competition” (con M. Romano) (<http://www.simktg.it/MTF//Content/convegno/SIMdepIIICONVEGNO.pdf>).

2004 – I Workshop dell’European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) “Coopetition strategy towards a new kind of interfirm dynamics”, Catania, 16-17 settembre. Discussant – (http://www.eiasm.org/frontoffice/event_announcement.asp?event_id=336).

2003 – III Annual Conference dell’European Academy of Management (EURAM), “Managing through Variety: The European Style?”, Milano, 3-5 aprile. Relazione “Knowledge, networks, and local context” (con M.C. Di Guardo)

(http://euramonline.org/images/euram/Flyers/2003_Flyer_Milan.pdf).

2001 – Founding Conference dell’European Academy of Management (EURAM) “European Management Research: Trends and Challenges”, Barcellona, 19-21 aprile. Relazione “Entrepreneurship & Innovation: a critical issue for the european management research” (con C. Butta, C.E. Schillaci, R. Faraci *et al.*) - (<http://euramonline.org/conference/past-conferences.html>).

PREMI E BORSE DI STUDIO

2019 – *Best Paper Award* al 79° Annual Meeting dell’Academy of Management.

2014 – Miglior docente accademico della II edizione del Master Universitario in Marketing Management dell’Università degli Studi di Catania.

2000 – Vincitore della borsa di studio dell’EUDOKMA - The European Doctoral School in Knowledge Management presso L’ESADE Business School di Barcellona (Spagna).

1998 – Vincitore della borsa di studio triennale per il Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale (XIII ciclo), Università degli Studi di Catania.

1994 – Borsa di studio ERASMUS delal durata di 12 mesi presso la Leicester University – Campus di Northampton (UK).

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA INTERNAZIONALI E NAZIONALI

2009-2012 – Componente dell’unità locale di Catania nell’ambito del progetto di ricerca dell’Unione Europea - VII Programma Quadro – Tema: *Socioeconomic Sciences and Humanities* dal titolo: “FRIDA (*Fostering Regional Innovation and Development through Anchors and Networks*). Responsabile Scientifico Prof. G.B. Dagnino (durata 27 mesi).

2008-2010 – Componente dell’unità locale di Catania nell’ambito del progetto di ricerca di interesse nazionale PRIN (2007) dal titolo: “Il ruolo delle capacità dinamiche in ambienti in continua evoluzione e il loro influsso sulle strategie innovative e sui processi organizzativi”. Responsabile Scientifico e Coordinatore Nazionale Prof. C. Buttà (durata 24 mesi).

2002-2003 – Componente dell’unità locale di Catania nell’ambito del progetto di ricerca di interesse nazionale PRIN (2001) dal titolo: “Il sistema delle risorse immateriali d’impresa: cultura d’impresa, sistema informativo e patrimonio di marca”. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà, Coordinatore Nazionale Prof. S.M. Brondoni (durata: 24 mesi).

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA IN AMBITO UNIVERSITARIO

2017 – Progetto di ricerca di Dipartimento dal titolo: “La valorizzazione dei patrimoni locali attraverso la creatività e il turismo”- Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. Anna Mignosa (durata 12 mesi).

2014 – FIR. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Cambiamenti istituzionali, relazioni competitive e sistemi di controllo manageriali. Il caso del sistema sanitario siciliano” - Università degli Studi di Catania. Responsabile scientifico Prof. G.B. Dagnino (durata 24 mesi).

2013 – Progetto di Ricerca del Dipartimento di Economia e Impresa dal titolo: “Il ruolo dello *store attachment* nella relazione tra cliente e punto vendita” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Marco Galvagno (durata 12 mesi).

2012 – PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Il legame affettivo con il punto vendita. Può l’affetto del cliente influenzare l’atteggiamento nei confronti delle Marche Commerciali?” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Marco Galvagno (durata 12 mesi).

2008 – PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Standard tecnologici e competizione inter-intrasettoriale. Un’analisi spazio-temporale” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 12 mesi).

2007 – PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Standard tecnologici: dinamiche competitive a confronto” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 12 mesi).

2006 – PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Innovazione tecnologica e dinamiche competitive” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 24 mesi).

2006 – Componente del progetto di ricerca: “Il commercio al dettaglio in Sicilia”, Dipartimento Impresa, Culture e Società, Università di Catania-Carrefour Italia. Responsabile Scientifico Prof.ssa C.E. Schillaci.

2006 – Componente del progetto di ricerca: “Osservatorio Competitività e Sviluppo Imprenditoriale” (OCSI), Consorzio Mediterraneo Universitario per lo Spin Off nelle Alte Tecnologie (MedSpin) dell’Università di Catania, in collaborazione con Confindustria e Banca d’Italia, sedi di Catania. Responsabile Scientifico Prof.ssa C.E. Schillaci (durata 24 mesi).

2004 – Componente del progetto di ricerca: “SpinLab - Laboratorio per lo spin-off accademico nelle tecnologie avanzate, Consorzio Mediterraneo Universitario per lo Spin Off nelle Alte Tecnologie (MedSpin), Università degli Studi di Catania, Sviluppo Italia Sicilia, (Min. Att. Prod. Bando 2.5.2001). Responsabile Scientifico Prof.ssa C.E. Schillaci (durata 24 mesi).

2004 – PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Corporate governance delle imprese familiari e pubbliche in transizione” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. R. Faraci (durata 24 mesi).

2004 – Componente del progetto di ricerca: Sud.it – Nuove Tecnologie e Modelli di E-business per le PMI nel campo dell’ICT del CUEIM e del Dipartimento di Scienze della Gestione d’Impresa dell’Università degli Studi di Roma “La Sapienza”. Responsabile Scientifico Prof. G.M. Golinelli.

2004 – Componente del progetto di ricerca: “Analisi dei fabbisogni di professionalità connessi alle specificità locali nella Provincia di Catania”, Dipartimento Impresa, Culture e Società, in collaborazione con la Provincia Regionale di Catania. Responsabile Scientifico Prof.ssa C.E. Schillaci.

2001 – PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Caratteristiche strutturali e dinamica competitiva fra le imprese nei settori *high-tech*” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 24 mesi).

PARTECIPAZIONE AD ALTRI PROGETTI DI RICERCA

2006 – Direttore responsabile del progetto di ricerca “Turismo rurale” n. 1999 IT.16.1.PO.011 3.02/7.2.4/696, misura 3.02 di Unioncamere Sicilia.

1999 – Ricercatore nell’ambito del Progetto “Innovazione e Qualità. Innovazione tecnologica e nuove opportunità di business” del Parco Scientifico e Tecnologico della Sicilia. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 36 mesi).

ATTIVITÀ DIDATTICA IN CORSI DI LAUREA DI PRIMO E SECONDO LIVELLO

2018-2019 - 2017-2018 - 2016-2017 - 2015-2016

Marketing (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

Digital Marketing & Service Design (9 CFU), Laurea magistrale in Direzione Aziendale

2014-2015

Marketing (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2013-2014

Imprenditorialità, Nuove Imprese e Business Plan (9 CFU), Laurea specialistica in Direzione Aziendale

Marketing (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2012-2013 - 2011-2012

Marketing (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2010-2011

Logistica e Distribuzione Commerciale (6 CFU), Laurea magistrale in Direzione Aziendale

2009-2010

Marketing (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2008-2009 - 2007-2008 -

Marketing (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

Marketing (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale (sede di Modica)

2006-2007

Marketing (6 CFU), Laurea in Economia Aziendale

Marketing (6 CFU), Laurea in Economia Aziendale (sede di Modica)

2005-2006

Marketing (6 CFU), Laurea in Economia Aziendale

Tecnica Industriale e Commerciale (6 CFU), Laurea in Economia Aziendale (sede di Modica)

Modelli Organizzativi per le Imprese Turistiche (3 CFU), Laurea specialistica in Management Turistico

2004-2005 - 2003-2004

Tecnica Industriale e Commerciale (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2003-2004 - 2002-2003

Tecnica Industriale e Commerciale (9 CFU) Laurea Economia Aziendale (a contratto)

ATTIVITÀ DIDATTICA IN MASTER E CORSI DI SPECIALIZZAZIONE

2013-2014

Marketing (3 CFU), Master di primo livello in Business Administration per le PMI

Marketing (6 CFU), Master di primo livello in Marketing Management

Marketing, Master di primo livello in Management Sportivo

Mappe Mentali e Social Network nell'apprendimento dell'Economia e Gestione delle Imprese - PAS, classe A017, Università degli Studi di Catania

2012-2013

Marketing (6 CFU), Master di primo livello in Marketing Management

Marketing e Comunicazione, Master di primo livello in Management Sportivo

2008-2009

Marketing (3 CFU), Master di primo livello in Customer Care e Tutela dei Consumatori

Cultura d'Impresa, Master in “Progettazione di sistemi elettronici integrati su substrati polimerici”, Scuola Superiore di Catania, Università degli Studi di Catania.

2006-2007

Marketing, SISSIS, Corso di Abilitazione all’Insegnamento per la Scuola Secondaria di 1° e 2° grado – Università degli Studi di Catania.

Operation Management, Master di Secondo Livello in Logistica Integrata ed Intermodalità, Scuola Superiore di Catania, Università degli Studi di Catania.

Marketing dei Servizi, Master in Marketing Management dell’Università Cattolica di Milano.

2004-2005

Management, Corso di Specializzazione per Esperto di Internazionalizzazione di Impresa dell’ICE e dell’Università degli Studi di Catania.

Marketing, Master in “Job Creator” dell’Università degli Studi di Catania (2004).

Management, Master di secondo livello in E-business dell’Università degli Studi di Catania.

Management, Master di secondo livello in Management Turistico dell’Università degli Studi di Catania.

ATTIVITÀ DIDATTICA IN CORSI DI DOTTORATO DI RICERCA

2013-2014 – *Research Methods*, Dottorato in Economics and Management, Università di Catania.

2010-2011 – “*PhD Instruction Manual*”, Dottorato in Economics and Management, Università di Catania .

2004-2005 – *Firm Strategy & Research Strategy*, Dottorato in Economia Aziendale, Università di Catania.

2003-2004 – *Firm Strategy & Research Strategy*, Dottorato in Economia Aziendale, Università di Catania.

ALTRÉ ATTIVITÀ DIDATTICHE E SEMINARIALI

2018 – Docenza nell’ambito del Progetto Tecnologie Chimiche Abilitanti per la salute e l’Ambiente sul tema “Concretizzare un’idea imprenditoriale: Business Planning, analisi di mercato e marketing; elaborazione pratica di un business plan”, presso il CNR, sede di Catania.

2016 – Docenza nell’ambito del Corso sul Business Planning e Knowledge Management. Progetto Start Impresa, gennaio.

2014 – “Collaborative Consumption and Sharing Economy”, *Corso di “Marketing e Strategia di Impresa”* presso il Dipartimento di Scienze Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali dell’Università di Catanzaro, 16 aprile.

2014 – “Business Model”, *Start-Up Academy*, Università degli Studi di Catania.

2014 – “Positioning & Intimization”, LiquidamenteLab 2.0, Catania, a cura di Lorenzo Guarnera, 23 gennaio.

2013 – “Marketing Turistico: esperienze e strumenti”, *Corso di Geografia del Turismo* presso il Dipartimento di Scienze della Formazione dell’Università degli Studi di Catania, 23 maggio.

2013 – “Tecniche di apprendimento e gestione del tempo”, nell’ambito dei *Seminari Professionalizzanti del Corso di Laurea in Economia Aziendale*, Dipartimento di Economia e Impresa dell’Università degli Studi di Catania, 29 novembre

2012 – “Media Digital R-Evolution. Il Presente è Mobile? Comunicare nell’era dell’iperconnessione”, *Creativity in Liquid Advertising*, NAAP Academy, Catania, 28 settembre.

2012 – “StartUp Marketing – Instruction Manual”, *Startup Weekend Catania*, 26 maggio.

2012 – “Il consumatore creativo e il marketing collaborativo”, *OpenBeasyness. Strategie di successo nell'era della condivisione: idee, etica e social network*, Catania, 12 maggio.

2011 – “Marketing 2.0: fondamenti concettuali e implicazioni per le imprese”, *Web Marketing per le strategie aziendali in Sicilia*, Club Dirigenti di Marketing e Confindustria Sicilia, Catania, 8 novembre.

ATTIVITÀ EDITORIALE E DI VALUTAZIONE

Assistant Editor e membro del Comitato Editoriale di Mercati e Competitività – Rivista della Società Italiana di Marketing

Membro del Comitato Editoriale *International Journal of Markets and Business Systems*

Reviewer (regular or/and ad hoc) for:

European Journal of Marketing
Psychology and Marketing
Journal of Business Venturing
Industrial & Corporate Change
Industrial Marketing Management
Regional Studies
International Journal of Hospitality Management
Baltic Journal of Management
Managing Service Quarterly
Scientometrics

International Journal of E-Services and Mobile Applications
International Journal of Technology Marketing
Journal of Customer Behaviour
Journal of Management and Governance
Sinergie – Italian Journal of Management
Mercati & Competitività
Finanza, Marketing e Produzione
Micro & Macro Marketing

Revisore per la valutazione dei programmi e prodotti di ricerca ministeriale.

Revisore ANVUR per VQR 2011-2014.

Iscritto all’Albo Esperti della Valutazione ANVUR - (sezione Esperti Disciplinari)

AFFILIAZIONI ACCADEMICHE

EMAC (European Marketing Academy)

AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale)

SIM (Società Italiana di Marketing)

SIMA (Società Italiana di Management)

ALTRÉ ATTIVITÀ PROFESSIONALI

2017 – Attività di Business Coaching in ambito creazione d’impresa – Mystart Srl

2017 – Consulenza strategica per la definizione e realizzazione della versione beta dell’app Mereasy. Coordinamento e definizione delle attività derivanti dai risultati dei test. Supporto allo sviluppo della versione 1.1. – Mystart Srl

2016 – Attività di studio e ricerche di mercato – progetto START IMPRESA

CONOSCENZE LINGUISTICHE

Inglese fluente scritto e parlato

CAE (*Certificate of Advanced English*), Cambridge University – Livello C1

FCE (*First Certificate in English*), Cambridge University – Livello B2

ALTRÉ INFORMAZIONI

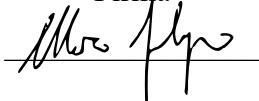
Ottima conoscenza dei software SPSS, LISREL, UCINET e VOSViewer.

Buona conoscenza dei software STATA, E-Views e Latent Gold.

Ottima esperienza nell'applicazione dei pacchetti Microsoft Office e Google.

Il sottoscritto è a conoscenza che, ai sensi dell'art. 26 della legge 15/68, le dichiarazioni mendaci, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi sono puniti ai sensi del codice penale e delle leggi speciali. Inoltre, il sottoscritto autorizza al trattamento dei dati personali, secondo quanto previsto dalla Decreto Legislativo n. 196 del 30/6/2003.

Catania, 15/07/2019

 Firma