

## DICHIARAZIONI SOSTITUTIVE DI CERTIFICAZIONI

(Art. 46 del D.P.R. n. 445/2000)

## DICHIARAZIONI SOSTITUTIVE DELL'ATTO DI NOTORIETÀ

(Art. 47 del D.P.R. n. 445/2000)

Il sottoscritto GALVAGNO MARCO, nato a [REDACTED], attualmente residente in [REDACTED], email [mgalvagno@unict.it](mailto:mgalvagno@unict.it); INDIRIZZO PEC [marco.galvagno@pec.marcogalvagno.it](mailto:marco.galvagno@pec.marcogalvagno.it)

visto il D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 concernente "T.U. delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa" e successive modifiche ed integrazioni;

vista la Legge 12 novembre 2011, n. 183 ed in particolare l'art. 15 concernente le nuove disposizioni in materia di certificati e dichiarazioni sostitutive;

consapevole che, ai sensi dell'art.76 del DPR 445/2000, le dichiarazioni mendaci, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi sono punite ai sensi del Codice penale e delle leggi speciali vigenti in materia;

### DICHIARA SOTTO LA PROPRIA RESPONSABILITÀ

**che quanto riportato nel seguente curriculum vitae et studiorum, comprensivo delle informazioni sulla produzione scientifica, corrisponde a verità.**

### CV – MARCO GALVAGNO

#### POSIZIONE ACCADEMICA

Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese

#### ALTRE POSIZIONI

Responsabile attività didattiche del *Contamination Lab* dell'Università degli Studi di Catania

Componente del Collegio Docenti del Dottorato in *Economics, Management and Statistics*

Componente della Commissione Brevetti dell'Università degli Studi di Catania

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

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

#### TITOLI

2018 **Abilitazione Scientifica Nazionale a Professore Ordinario (SECS-P/08)**

29/4/2018



2014 Professore Associato – Università di Catania  
2013 Abilitazione Scientifica Nazionale a Professore Associato (SECS-P/08)  
2007 Ricercatore Universitario Confermato – Università di Catania  
2005 Professore Aggregato – Università di Catania  
2004 Ricercatore Universitario – Università di Catania  
2002 Titolare di Assegno di Ricerca – Università di Catania  
2002 Dottore di Ricerca in Economia Aziendale – Università di Catania  
1995 Diploma in European Business – Leicester University (UK)

## **FORMAZIONE**

---

### **2002 Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale**

1997 Laurea in Economia e Commercio – Università di Catania  
1995 Diploma in *European Business* (Leicester University, Northampton Campus, UK)  
1989 Maturità Scientifica

## **ALTRE 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* – ESADE, Università di Barcellona (Spagna), nell'ambito dell'*EUDOKMA - The European Doctoral School in Knowledge Management*.  
2000 *Doctoral Consortium* in occasione del “60° Annual Meeting of the Academy of Management”, Toronto (Canada)

## **PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE**

---

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.

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 (2014) “Service Innovation Research: Looking for Definition and Boundaries” in *Proceedings of the 24th Annual ResEr Conference*, September 11-13, 2014 Helsinki, Finland.

29/4/2018 

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** (2013). 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 Mocchiari 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 XI”, 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.

29/4/2018



- 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 Reseach: 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 Reseach: 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

29/4/2018



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** (2005), “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 (2004), “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 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**

---

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).

29/4/2018 

2006-2007 - 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.

2006-2007 - 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.

2004-2006 - 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.

2004-2005 - 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.

2001-2002 - 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.

1999-2001 - 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.

#### **ATTIVITÀ DI CONSULENZA**

---

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

29/4/2018 

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

### **ATTIVITÀ DIDATTICA IN CORSI DI LAUREA DI PRIMO E SECONDO LIVELLO**

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

29/4/2018 

**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

#### **ALTRE ATTIVITÀ DIDATTICHE E SEMINARIALI**

---

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.

29/4/2018 



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**

---

### **Associate/Assistant Editor**

Mercati e Competitività

### **Editorial board**

International Journal of Markets and Business Systems

International Journal of Electronic Marketing and Retailing

Mercati e Competitività

### **Reviewer**

Baltic Journal of Management

European Journal of Marketing

Finanza, Marketing e Produzione

Industrial & Corporate Change

Industrial Marketing Management

International Journal of E-Services and Mobile Applications

International Journal of Hospitality Management

International Journal of Technology Marketing

Journal of Business Venturing

Journal of Customer Behaviour

Journal of Management and Governance

Managing Service Quality

Mercati e Competitività

Regional Studies

Scientometrics

Sinergie

Sustainability

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

**Revisore ANVUR per VQR 2011-2014.**

## **ATTIVITÀ DI SERVIZIO**

---

Componente della **Commissione Brevetti** dell’Università degli Studi di Catania

Componente della **Commissione Paritetica** del Dipartimento di Economia e Impresa

29/4/2018 

Componente delle **Giunta del Dipartimento** di Economia e Impresa dell'Università degli Studi di Catania (fino al 2014)

Componente del comitato amministrativo della Cassa di Mutuo Soccorso dei dipendenti dell'Università di Catania (fino al 2014)

### **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

### **ALTRE 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, 29/04/ 2018

Firma

A handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be 'M. P.' or similar.