

ANTONELLA CAMMAROTA

CURRICULUM VITAE

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

DOTTORATO DI RICERCA IN PERSONA, MERCATO, ISTITUZIONI (XXXVI CICLO), con valutazione *Eccellente*
Tesi di dottorato in Economia e Gestione delle Imprese (13/ECON 07, ex SECS P 08), dal titolo *"Brand Activism or Opportunism? Consumer Response to Business Socio-Political Positions."*

Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio, Benevento, Italia.

Febbraio 2021- Giugno 2024

LAUREA MAGISTRALE IN ECONOMIA E MANAGEMENT (LM 77), con votazione *110/110 e lode con menzione speciale alla carriera e alla tesi*

Università degli Studi del Sannio, Benevento, Italia

Ottobre 2018 - Ottobre 2020

MASTER IN GLOBAL MARKETING, COMUNICAZIONE E MADE IN ITALY

Centro Studi Comunicare l'Impresa - Fondazione Italia USA

Settembre 2018 - Giugno 2020

LAUREA IN ECONOMIA DEI SERVIZI BANCARI E FINANZIARI (L 18), con votazione *110/110 e lode*

Università degli Studi del Sannio, Benevento, Italia

Ottobre 2014 - Gennaio 2018

DIPLOMA IN PERITO TECNICO PER IL TURISMO, con votazione *100/100*

Istituto Tecnico per il Turismo, U. Fragola, Faicchio, BN

Settembre 2009 - Giugno 2014

ATTIVITÀ DIDATTICA

DOCENTE A CONTRATTO PER I SEGUENTI MODULI:

- *Fondamenti della creazione di imprese e startup (12 ore)*
- *Marketing, Comunicazione, e networking (8 ore)*

Corso di formazione per lo sviluppo di imprese innovative e sostenibili presso Projenia SCS, BN, Italia.

Gennaio 2025 – Febbraio 2025

DOCENTE A CONTRATTO PER I SEGUENTI MODULI:

- *Hospitality Management (2 ore)*

- *Revenue Management* (2 ore)

Master di primo livello in Hotel & Tourism Management 2023/2024 presso Università LUMSA e Istituto Europeo degli Studi Economici e Direzionali (IESED).

Gennaio 2025

DOCENTE A CONTRATTO PER L'INSEGNAMENTO DI:

- *Corporate Social Responsibility* (6 CFU, 13/ECON 07, ex SECS P 08, *Economia e Gestione delle Imprese*), per il Cdl Magistrale in Economia, Management e Innovazione, Curriculum E – Economia e Sostenibilità, e per il Cdl a ciclo unico in Giurisprudenza, presso UnitelmaSapienza Università degli Studi di Roma.

[Attività didattica telematica]

Novembre 2023 – Novembre 2024

CULTORE DELLA MATERIA PER GLI INSEGNAMENTI DI:

- Management (9 cfu), per il Cdl in Economia Aziendale, Università degli Studi del Sannio.

(Titolare della cattedra Prof. Riccardo Resciniti)

- Marketing e Management Internazionale (9 cfu), per il Cdl Magistrale in Economia e Management delle Imprese, Università degli Studi del Sannio

(Titolare della cattedra Prof. Riccardo Resciniti)

Settembre 2022- in corso

COLLABORAZIONE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE DELLE CATTEDRE DI:

- Marketing (9 cfu), per il Cdl in Economia Aziendale, Università degli Studi del Sannio. (Titolare della cattedra Prof.ssa Vittoria Marino)

- Marketing Strategico (9 cfu), Cdl Magistrale in Economia e Management delle Imprese, Università degli Studi del Sannio. (Titolare della cattedra Prof.ssa Vittoria Marino)

- Marketing e Management Internazionale (9 cfu), per il Cdl Magistrale in Economia e Management delle Imprese, Università degli Studi del Sannio. (Titolare della cattedra Prof. Riccardo Resciniti)

Settembre 2022 – in corso

TUTOR ACCADEMICO PER ATTIVITÀ DI TUTORATO RIVOLTO ALL'ORIENTAMENTO IN ENTRATA (30 ore)

Università degli Studi del Sannio, Benevento

Febbraio 2022 - Aprile 2022

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA

PROGETTO “ATTUALI TENDENZE NEI RAPPORTI TRA IMPRESA E MERCATO: VERSO UN NUOVO MODELLO DI CAPITALISMO ORIENTATO AL SOCIALE?” – Fondi per la ricerca d’ateneo (F.R.A.) 2024

Settore scientifico disciplinare ECON-07/A (ex SECS P 08) – Economia e gestione delle imprese

Dipartimento di Giurisprudenza, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio, Benevento, Italia. Responsabile scientifico Prof. Riccardo Resciniti

PROGETTO “CORPORATE ACTIVISM PER LA GENERAZIONE Z”, attività di ricerca teorica e applicata (Giugno 2024) - Fondazione Sostenibilita' e Valore E.t.s. – Responsabili scientifici Proff. Vittoria Marino e Riccardo Resciniti

PROGETTO “MODELLI EVOLUTI DI MANAGEMENT E MARKETING NELLA PROSPETTIVA DELL'ORIENTAMENTO SOCIALE?” – Fondi per la ricerca d’ateneo (F.R.A.) 2023

Settore scientifico disciplinare SECS P 08 – Economia e gestione delle imprese

Dipartimento di Giurisprudenza, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio, Benevento, Italia. Responsabile scientifico Prof. Riccardo Resciniti

PROGETTO “CAPITALISMO E MARKETING NELLA PROSPETTIVA DELL'AGENDA 2030 E DELL'ONU?” – Fondi per la ricerca d’ateneo (F.R.A.) 2021-22

Settore scientifico disciplinare SECS P 08 – Economia e gestione delle imprese

Dipartimento di Giurisprudenza, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio, Benevento, Italia. Responsabile scientifico Prof. Riccardo Resciniti

FORMAZIONE E RICERCA ALL'ESTERO

VISITING PHD STUDENT

LeBow College of Business, Drexel University, Philadelphia, PA, United States of America (U.S.A.)

Aprile 2023 – Settembre 2023

SCUOLE DI METODOLOGIA PER LA RICERCA SOCIALE

SUMMER SCHOOL OF RESEARCH METHODS FOR SOCIAL SCIENCES, Corso di “Structural Equation Models – Basic Course”

Prof. Gaetano “Nino” Miceli, Prof. Maria Antonietta Raimondo, University of Calabria, Italy.

5-9 Settembre 2022

UNILODZ SDNS SUMMER SCHOOL OF SOCIAL RESEARCH METHODS (*vincitrice di borsa di studio*)

Professori David Westlake, Wisal Ahmad, Magdalena Wojciechowska, Biagio Simonetti and Dominika Byczkowska- Owczarek, University of Lodz, Poland.

22 Agosto - 2 Settembre 2022

SUMMER SCHOOL OF RESEARCH METHODS FOR SOCIAL SCIENCES, Corso di “Econometric Analysis- Basic Course”

Prof. Gaetano “Nino” Miceli, Prof. Maria Antonietta Raimondo, University of Calabria, Italy.

18-22 Luglio 2022

SUMMER SCHOOL OF RESEARCH METHODS FOR SOCIAL SCIENCES, Corso di “Qualitative Research”

Prof. Luca M. Visconti, University of Calabria, Italy

18-22 Luglio 2021

INTRODUCTION TO RESEARCH METHODS, SCHOOL OF METHODOLOGY SIMA-SIM 2021

Professori Matteo Corciolani, Rebecca Pera, Giampaolo Viglia, online session.

19-21-23 Luglio 2021

PUBBLICAZIONI IN RIVISTE SCIENTIFICHE

1. Monteverde, G., **Cammarota, A.**, Serafini, L. & Quadri, M. (2025). Are we human or are we voice assistants? Revealing the interplay between anthropomorphism and consumer concerns. JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT. ISSN: 1472-1376, doi: 10.1080/0267257X.2025.2475231. [Fascia A; ABS 2; ABDC A]

2. **Cammarota, A.**, Marino, V., & Resciniti, R. (2025). Residents' Perceptions of “Sustainable Hospitality” in Rural Destinations: Insights from Irpinia, Southern Italy. JOURNAL OF DESTINATION MARKETING & MANAGEMENT, Vol. 35, 100963, ISSN: 2212-5752, doi: 10.1016/j.jdmm.2024.100963 [Fascia A; ABS 1; ABDC A]

3. **Cammarota, A.**, & Branca, G. (2025). Generation Z consumers' perspective: How and why should (not) brands engage in activism? ITALIAN JOURNAL OF MARKETING. ISSN: 2662-3331, doi: 10.1007/s43039-025-00109-x

4. **Cammarota, A.**, Avallone, F., Marino, V. & Resciniti, R. (2024). Taking a Stand or Standing Aside? How to Conceptualize the Emerging Phenomenon of University Activism. THE INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT EDUCATION, Vol. 22, No. 3, ISSN: 2352-3565, doi: 10.1016/j.ijme.2024.101014 [Fascia A; ABS 1; ABDC C]

5. D'Arco, M., **Cammarota, A.**, Marino, V. & Resciniti, R. (2024). How Do Consumers Respond to Brand Activism Campaigns? Exploring the Relationship Between Authenticity, Brand Value Congruence, Brand Identification, and Political Ideology. *JOURNAL OF GLOBAL MARKETING*, Vol. 37, No. 4, pp. 264 – 281, ISSN: 1528-6975, doi: 10.1080/08911762.2024.2368467 [ABS 1; ABDC B]
6. **Cammarota, A.**, Avallone, F., Marino, V. & Resciniti, R. (2024). Can authenticity be built? Looking for factors that influence authentic brand activism. *SINERGIE ITALIAN JOURNAL OF MANAGEMENT*, Vol. 42, No. 1, pp. 21-42, ISSN: 0393-5108, doi: 10.7433/s123.2024.02
7. **Cammarota, A.**, Ottolenghi, A., Cinti & A., Sabatini, A. (2024). Sustainable Customer Relationships Management: A Conceptual Framework for Integrating CRM and Sustainability. *MICRO & MACRO MARKETING*, No. 3/2024, pp. 517 – 550, ISSN: 1121-4228, doi: 10.1431/114941
8. **Cammarota, A.**, D'Arco, M., Marino, V. & Resciniti, R. (2023). BRAND ACTIVISM: A literature review and future research agenda. *INTERNATIONAL JOURNAL OF CONSUMER STUDIES*, Vol. 47, No. 5, pp. 1669-1691, ISSN: 1470-6431, doi: 10.1111/ijcs.12967 [ABS 2; ABDC A]

ARTICOLI IN STADI AVANZATI DI REVISIONE

- Cammarota, A.**, D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. The brand activism path: From light to heavy commitment. [R1]
- Cammarota, A.** & Avallone, F. The Consumption of the 'Political Product': A Netnographic Approach within an Activist Brand Community. [R1]
- Avallone, F., **Cammarota, A.**, D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. Activism Across Borders: Strategic Brand Approaches for Multinational Enterprises in Europe. [Under Review]

CONTRIBUTI IN VOLUMI REFERATI

- Avallone, F., **Cammarota, A.**, Marino, V. & Resciniti, R. BEN & JERRY'S: Un gelato attivista nell'arena politica. *PEARSON MANAGEMENT & MARKETING CASES*. [In press]

ATTI DI CONVEGNO

1. Piergallino, A. & **Cammarota, A.** (2024). Leveraging social reports to communicate corporate purpose. XXI SIM Conference, Brands and purpose in a changing era, IULM University, Milan, 17-19 October 2024, ISBN 978-88-947829-1-2.
2. Avallone, F., **Cammarota, A.**, D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). Reinforce identity through action: The strategy of university activism. XXI SIM Conference, Brands and purpose in a changing era, IULM University, Milan, 17-19 October 2024, ISBN 978-88-947829-1-2.
3. **Cammarota, A.**, Avallone, F., Marino, V. & Resciniti, R. (2024). Building a Better Future: The University Activism for Societal Wellbeing. In: Arabella Mocciano Li Destri, Marta Ugolini, Guido Cristini, Beatrice Luceri (Eds.). *Sinergie-Sima Management Conference Proceedings: Management of sustainability and well-being for individuals and society*, University of Parma, Italy, 13-14 June 2024, ISBN 978-88-94-7136-5-7.
4. Avallone, F., **Cammarota, A.**, Marino, V. & Resciniti, R. (2024). International Brand Activism: A Strategic Approach for Multinational Enterprises to Address Grand Challenges. In: Arabella Mocciano Li Destri, Marta Ugolini, Guido Cristini, Beatrice Luceri (Eds.). *Sinergie-Sima Management Conference Proceedings: Management of sustainability and well-being for individuals and society*, University of Parma, Italy, 13-14 June 2024, ISBN 978-88-947136-2-6.
5. **Cammarota, A.**, Avallone F., Marino, V. & Resciniti, R. (2024). Embracing the Positive Change through Activism: A New Strategy of Higher Education? In: Strong, Bosangit, C., Koenig-Lewis, N., Lee, Z., Moldes

Andres, O., Rosier, E. (Eds.), *Proceedings of Academy of Marketing 2024 Annual Conference and Doctoral Colloquium: Marketing: Fusing resilience and power for public value – igniting marketing's social spirit*, Cardiff Business School, Wales, 1-4 July 2024. ISBN: 978-1-3999-9060-8

6. Avallone, F., **Cammarota, A.**, Marino, V. & Resciniti, R. (2024). International Brand Activism: Should the Activist Strategy be Adapted or Standardized in Different Countries? In: Strong, Bosangit, C., Koenig-Lewis, N., Lee, Z., Moldes Andres, O., Rosier, E. (Eds.), *Proceedings of Academy of Marketing 2024 Annual Conference and Doctoral Colloquium: Marketing: Fusing resilience and power for public value – igniting marketing's social spirit*, Cardiff Business School, Wales, 1-4 July 2024. ISBN: 978-1-3999-9060-8

7. **Cammarota, A.** & Bucci, D. (2023). Prevention matters! Investigating the Influencing Factors of Patient Engagement in Cervical Cancer Screening Programs. In: Società Italiana Marketing. *Marketing per il benessere, la salute e la cura*, Florence, Italy, 20-21 October 2023. ISBN 978-88-947829-0-5

8. Monteverde, G., **Cammarota, A.**, Serafini, L., & Quadri, M. (2023). Not as human as me! anthropomorphism and consumer concerns about voice assistants usage. In: (a cura di): Società Italiana Marketing. *Marketing per il benessere, la salute e la cura*, Florence, Italy, 20-21 October 2023. ISBN 978-88-947829-0-5

9. **Cammarota, A.**, D'Arco, M., Marino, V. & Resciniti, R. (2023). Boycotting the activist brand: Unveiling the power of consumer-brand disalignment and political consumerism. In: Accademia Italiana di Economia Aziendale. *XL CONVEGNO NAZIONALE L'AZIENDALISMO CREA VALORE! Il ruolo dell'accademia nelle sfide della società, dell'economia e delle istituzioni*, Dipartimento di Scienze Aziendali Management & Innovation Systems, Università degli Studi di Salerno, Italy, 5-6 October 2023. ISBN: 978-88-947839-2-6

10. **Cammarota, A.**, Avallone, F., Marino, V. & Resciniti, R. (2023). University activism: a new dimension of the university public engagement? In: Toulon-Verona Conference, Excellence in Services International Conference (EISIC). *The 26th Excellence in Services International Conference*, University of West Scotland, Paisley, Scotland, UK, 31 August and 1 September 2023. ISBN 9791221039054

11. **Cammarota, A.**, Avallone, F., Marino, V. & Resciniti, R. (2023). Can authenticity be built? Looking for factors that influence authentic brand activism. In: Società Italiana di Management. *Rediscovering local roots and interactions in management*, Bari, Italy, 29-30 June 2023. ISBN 978-88-947136-1-9

12. **Cammarota, A.**, Branca, G., Marino, V. & Resciniti, R. (2023). Generation Z' s reactions to brand activism: the role of self- identity and familiarity. In: Società Italiana di Management. *Rediscovering local roots and interactions in management*, Bari, Italy, 29-30 giugno 2023. ISBN 978-88-94-7136-3-3.

13. Smaldone, F., **Cammarota, A.**, Marino, V. & Resciniti, R. (2023). Extra topping never hurts: exploring consumers' perceptions of brand activism campaigns via textual big data analysis. In: Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. *22nd International Marketing Trends Conference*, 2023, ESCP Business School, Paris, France. ISBN 978-2-490372-16-4

14. **Cammarota, A.**, Ottolenghi, C., Cinti, A. & Sabatini, A. (2022). Linking Sustainability and Customer Relationship Management: A Bibliometric Analysis. In: Società Italiana Marketing. *Place, People, Planet: cooperation & shared value for a new era of critical marketing*, Università degli Studi di Salerno, Italy, 20-21 ottobre 2022. ISBN 978-88-943918-8-6

15. **Cammarota, A.**, Marino, V. & Resciniti, R. (2022). A bibliometric analysis of a risky marketing strategy: brand activism. In: (a cura di): Società Italiana Marketing. *Place, People, Planet: cooperation & shared value for a new era of critical marketing*, Università degli Studi di Salerno, Italy, 20-21 ottobre 2022. ISBN 978-88-943918-8-6

16. Ottolenghi, C., **Cammarota, A.**, Sabatini, A. & Cinti, A. (2022). Exploring the links between CRM and Sustainability: a systematic bibliometric analysis. In: (a cura di) Società Italiana di Management. *Boosting*

knowledge & trust for a sustainable business, University Bocconi, Milan, Italy, 30th June and 1st 2022 July. ISBN 97888947136-0-2

17. **Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V. & Resciniti, R. (2022).** The “Authenticity” in the Consumer Response to Brand Activism. In: (a cura di): Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. 21st International Marketing Trends Conference, Università La Sapienza di Roma e LUMSA, Rome, Italy, 20th-22nd January 2022. ISBN 978-2-490372-14-0.

18. **Cammarota, A., Marino, V. & Resciniti, R. (2021).** Consumer Response to Brand Activism: A Multiple Case Study Analysis. In: (a cura di): Società Italiana Marketing. Trasformazione digitale dei mercati: il marketing nella creazione di valore per le imprese e la società, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italy, 14-15 ottobre 2021. ISBN 978-88-943918-6-2.

TRACK CHAIR

CHAIR per la track “Society, Politics, and Branding: Macromarketing Views on Activism” della MACROMARKETING CONFERENCE 2025, Rio de Janeiro, Brazil. *[Forthcoming]*
22-25 Giugno 2025

RELATORE A CONVEGNI IN ITALIA O ALL'ESTERO

XXI SIM CONFERENCE. Brands and purpose in a changing era, IULM University, Milan, Italy. Presentazione del lavoro “Leveraging social reports to communicate corporate purpose”.
17-19 Ottobre 2024

ACADEMY OF MARKETING 2024 CONFERENCE. Marketing: Fusing resilience and power for public value-igniting marketing's social spirit, Cardiff Business School, Wales. Presentazione del lavoro “Embracing the Positive Change through Activism: A New Strategy of Higher Education?”
1-4 Luglio 2024

SINERGIE-SIMA CONFERENCE 2024. Management of sustainability and well-being for individuals and society, Università di Parma. Presentazione del lavoro “Building a Better Future: The University Activism for Societal Wellbeing.”
13-14 Giugno 2024

XX SIM CONFERENCE. Marketing per il benessere, la salute e la cura, Università degli Studi di Firenze. Presentazione del lavoro “Prevention matters! Investigating the Influencing Factors of Patient Engagement in Cervical Cancer Screening Programs.”
20-21 Ottobre 2023

XL CONVEGNO NAZIONALE AIDEA 2023. L'AZIENDALISMO CREA VALORE! Il ruolo dell'accademia nelle sfide della società, dell'economia e delle istituzioni. Università degli Studi di Salerno. Presentazione del lavoro “Boycotting the activist brand: Unveiling the power of consumer-brand disalignment and political consumerism.”
5-6 Ottobre 2023

22ND INTERNATIONAL MARKETING TRENDS CONFERENCE, ESCP Business School, Paris. Presentazione del lavoro “Extra topping never hurts: exploring consumers' perceptions of brand activism campaigns via textual big data analysis.”
19-21 Gennaio 2023

XIX SIM CONFERENCE. Place, People, Planet: cooperation & shared value for a new era of critical marketing, Università degli Studi di Salerno. Presentazione dei lavori “Linking Sustainability and Customer Relationship Management: A Bibliometric Analysis” e “A bibliometric analysis of a risky marketing strategy: brand activism.” 20-21 Ottobre 2022

21ST INTERNATIONAL MARKETING TRENDS CONFERENCE, Università La Sapienza di Roma e LUMSA.
Presentazione del lavoro "The "Authenticity" in the Consumer Response to Brand Activism."
20-22 Gennaio 2022

XVIII SIM CONFERENCE. Trasformazione digitale dei mercati: il marketing nella creazione di valore per le imprese e la società, Università Politecnica delle Marche. Presentazione del lavoro "Consumer Response to Brand Activism: A Multiple Case Study Analysis."
14-15 Ottobre 2021

PREMI E RICONOSCIMENTI

SELECTED PAPER alla Sinergie-SIMA Conference 2024. Management of sustainability and well-being for individuals and society, Università di Parma. Titolo dell'articolo: "International Brand Activism: A Strategic Approach for Multinational Enterprises to Address Grand Challenges."
13-14 Giugno 2024

BEST SELECTED PAPER nella sessione "Services Marketing" alla XX SIM Conference. Marketing per il benessere, la salute e la cura, Università degli Studi di Firenze. Titolo dell'articolo: "Prevention matters! Investigating the Influencing Factors of Patient Engagement in Cervical Cancer Screening Programs."
20-21 Ottobre 2023

PREMIO STEFANO PACE 2023 – miglior articolo scientifico sul marketing scritto da giovani ricercatori, XX SIM Conference. Titolo dell'articolo: "Are we human, or are we, voice assistants? revealing the interplay between anthropomorphism and consumer concerns."
20-21 Ottobre 2023

SELECTED AND BEST PAPER alla Sinergie-SIMA Conference 2023. Rediscovering local roots and interactions in management, University of Bari. Titolo dell'articolo "Can authenticity be built? Looking for factors that influence authentic brand activism"
29-30 Giugno 2023.

AFFILIAZIONI AD ACCADEMIE DI RICONOSCIUTO PRESTIGIO

Dal 2021 membro della SOCIETÀ ITALIANA MARKETING (SIM) e della SOCIETÀ ITALIANA DI MANAGEMENT (SIMA)

Dal 2023 membro dell'ACCADEMIA ITALIANA DI ECONOMIA AZIENDALE (AIDEA)

Dal 2024 membro della ACADEMY OF MARKETING (AM).

ATTIVITÀ EDITORIALE E DI PEER REVIEW

GUEST EDITOR

Godfrey, Z.J. & Cammarota, A. The Korschun heritage: a lifetime resource guarantee! ITALIAN JOURNAL OF MARKETING, Springer.
Febbraio 2025 – Dicembre 2025

SOCIAL MEDIA EDITOR

Italian Journal of Marketing
Luglio 2024 – in corso

REVIEWER

Journal of Product and Brand Management (1), Journal of Destination Marketing & Management (1), Journal of Consumer Behavior (2)
2025

Journal of Business Research (n.2), Journal of Product & Brand Management (n. 2), Computers in Human Behavior (n. 2), Journal of Destination Marketing & Management (n. 3), Journal of Consumer Behavior (2), Marketing Intelligence and Planning (n.1), Journal of Current Issues & Research in Advertising (n. 1)
2024

Journal of Destination Marketing & Management (n. 1), Marketing Intelligence & Planning (n.1), International Journal of Consumer Studies (n.3)
2023

CONOSCENZE LINGUISTICHE E INFORMATICHE

INGLESE, Livello Fluente

TEDESCO, Livello Intermedio

SOFTWARE APPLICATIVI: SPSS, VOSviewer, Qualtrics, Atlas, Infranodus, NVIVO, Canva, pacchetto Microsoft Office

Dichiaro che le informazioni riportate nel presente Curriculum Vitae sono veritiere e corrette, ai sensi degli articoli 46 e 47 del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445

Caiazzo, 10 marzo 2025