

ALESSANDRO DI NISCO

POSIZIONI ACCADEMICHE

Dal 6 Settembre 2017 – Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso l'Università degli Studi Internazionali di Roma e Preside della Facoltà di Economia.

Dal Luglio 2015 – Direttore scientifico del Centro di ricerca sul Made in Italy (MADEINT), attivo presso l'Università degli Studi Internazionali di Roma.

Dal 1 Ottobre 2015 al 6 Settembre 2017 – Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese presso l'Università degli Studi Internazionali di Roma.

Dal 1 Novembre 2006 (Confermato dal 1 Novembre 2009) al 30 Settembre 2015 - Ricercatore universitario nel settore scientifico-disciplinare S1/C5 P/08 "Economia e Gestione delle Imprese" presso la Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università del Sannio.

FORMAZIONE UNIVERSITARIA

Dottorato di ricerca in "Analisi dei Sistemi Economici e Sociali" conseguito presso il DASES dell'Università del Sannio nel Settembre 2007. Tesi di dottorato dal titolo "L'influenza degli stimoli ambientali dei centri urbani sulla qualità percepita e i comportamenti di consumo".

Laurea in Economia e Commercio conseguita presso l'Università degli Studi del Sannio nell'Ottobre 2002 con la votazione finale di 110/110 con lode e menzione alla carriera. Tesi in Strategie d'Impresa dal titolo: "Luoghi di acquisto e brand experience nel settore dei beni di lusso. Il caso Louis Vuitton".

INCARICHI DI DOCENZA UNIVERSITARIA IN ITALIA

Dall'Anno accademico 2017/2018 – Docente incaricato dei corsi di "Management e digital business" (in Italiano, 6 CFU), e di "Marketing for Made in Italy" (In Inglese, 9 CFU), Corsi di Laurea triennale in Scienze Economiche e delle Organizzazioni Aziendali e Corso di Laurea magistrale in Economia e Management Internazionale, Facoltà di Economia, Università degli Studi Internazionali di Roma.

Dall'Anno accademico 2014/2015 all'anno accademico 2016/2017 – Docente incaricato dei corsi di "Economia e Gestione delle Imprese" (in Italiano, 6 CFU), e di "Luxury Goods Marketing" (in Inglese, 6 CFU), Corsi di Laurea triennale in Scienze Economiche e delle Organizzazioni Aziendali e Corso di Laurea magistrale in Economia e Management Internazionale, Facoltà di Economia, Università degli Studi Internazionali di Roma.

Dall'Anno accademico 2011/2012 all'Anno Accademico 2014/2015 – Docente incaricato del corso di “Marketing Strategico” (6 CFU), Corso di Laurea Magistrale in Economia & Management, Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali, Università del Sannio (Benevento).

Dall'Anno accademico 2011/2012 all'Anno accademico 2013/2014 – Docente incaricato del corso di “Marketing Turistico” (3 di 9 CFU), Corso di Laurea Triennale in Economia dei Servizi, Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali, Università del Sannio.

Dall'Anno accademico 2012/2013 – Docente del modulo di “Basics of Research Methodology in Management”, Dottorato di Ricerca in “Management and Local Development”, Università del Sannio.

Anno accademico 2010/2011– Docente incaricato del corso di “Marketing Internazionale” (9 CFU), Corso di Laurea Magistrale in Economia & Governance, Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali, Università del Sannio.

Dall'Anno accademico 2008/2009 all'Anno accademico 2009/2010 – Docente incaricato del corso di “Marketing” (5 CFU), Corsi di Laurea Triennale in Economia del Turismo e Organizzazione e Gestione della Sicurezza, Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali, Università del Sannio.

Dall'Anno accademico 2006/2007 all'Anno accademico 2008/2009 – Docente incaricato del corso di “Tecniche di gestione dei progetti complessi” (5 CFU), Corso di Laurea Triennale in Organizzazione e Gestione della Sicurezza, Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali, Università del Sannio.

A partire dal 2002, è stato docente incaricato sulle tematiche del Marketing in oltre 40 corsi di formazione, master e seminari scientifici. Tra le più esperienze recenti più significative si segnalano:

- ✓ 2016 – Organizzazione del ciclo di seminari MIFITALY – Storie e protagonisti del Made in Italy, che hanno visto la partecipazione tra gli altri di Santo Versace (Presidente Versace s.p.a.), Alberto Scaccioni (Amministratore delegato di Bate Moda Italia) e Lamberto Tacoli (Presidente di Nautica Italiana).
- ✓ 2016 – Relazione scientifica su invito dal titolo “Competitività e percezione estera del sistema Made in Italy”, Riunione scientifica SIRDIS, Università degli Studi Internazionali di Roma.
- ✓ 2016 – Partecipazione in qualità di relatore sul tema dell'immagine estera del Made in Italy al ciclo di incontri “Il mondo a portata di PMI” organizzato da CONFAPI e ICE.
- ✓ 2015 – Seminario scientifico su invito dal titolo “How to design a quantitative study”, Dottorato di ricerca in Scienze Manageriali e Attuariali, Università di Udine.
- ✓ 2015 – Relazione su invito dal titolo “Il Made in Italy nella percezione dei mercati emergenti” in occasione del workshop “Made in Italy: tutela e valorizzazione di un asset strategico”, Università degli Studi Internazionali di Roma.
- ✓ 2015 – Seminario scientifico su invito dal titolo “Immagine Paese, country branding ed effetto made in. Tra marketing aziendale e

- territoriale”, Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche, Università di Trieste.
- ✓ 2014 – Relazione su invito dal titolo “Beni di lusso, immagine Paese ed effetto made in” in occasione del workshop “Made in Italy e beni di lusso nel mercato cinese”, Università degli Studi Internazionali di Roma.
 - ✓ 2014 – Docente incaricato dei moduli “La dimensione culturale dei mercati e del marketing internazionale”, “Segmentazione, value proposition e posizionamento sui mercati internazionali” e “Immagine Paese ed effetto made in”, Master CORCE Campania, organizzato dall’Università del Sannio in partnership con l’Istituto per il Commercio Estero (ICE).

INCARICHI DI DOCENZA UNIVERSITARIA ALL'ESTERO

Dall’Anno accademico 2010/2011 all’Anno accademico 2014/2015– Docente incaricato del corso di “Fundamentals of Marketing Research” (3 ECTS) presso la Faculty of Economics and Business, University of Eastern Finland (Joensuu, Finlandia).

COLLABORAZIONI SCIENTIFICHE ED ESPERIENZE INTERNAZIONALI

1. COLLABORAZIONI PERMANENTI CON DOCENTI E UNIVERSITÀ INTERNAZIONALI

Da Gennaio 2005 – Membro dell’International Business Studies Group (IBSG) diretto dal Prof. Nicolas Papadopoulos, Chancellor’s Professor of International Marketing presso la Sprott School of Business della Carleton University (Ottawa, Canada) e attivo sulle tematiche del country branding e del country of origin effect (indirizzo mail per referenze: npapadopo@carleton.ca).

Dal 2009 - Adjunct lecturer presso la Faculty of Economics and Business della University of Eastern Finland (Joensuu, Finlandia) (indirizzo mail per referenze: Prof. Anu Puusa -anu.puusa@uef.fi).

Da Giugno 2011 – Collaborazione scientifica con il Prof. Gary Warnaby, Reader of Marketing presso la University of Liverpool Management School (indirizzo mail per referenze: gary.warnaby@liv.ac.uk).

3. ESPERIENZE DI VISITING PRESSO UNIVERSITÀ INTERNAZIONALI

Ottobre-Novembre 2013 - Visiting scholar presso la Sprott School of Business della Carleton University (Ottawa, Canada) nell’ambito del progetto di ricerca “Effects of Consumer Animosity on Attitudes toward Foreign Products”.

Settembre-Novembre 2012 - Visiting scholar presso la Sprott School of

Business della Carleton University (Ottawa, Canada) nell'ambito del progetto di ricerca "The perception of Canada's country image in Italy. Implications for tourism promotion".

Marzo 2010 – Visiting scholar presso EHMBC Business School di Rio de Janeiro, con partecipazione in qualità di *external examiner* alla commissione di laurea post-graduate dello studente Mario Scheel.

Giugno-Luglio 2006 – Visiting PhD Student presso la Foster School of Business della University of Washington di Seattle (USA) con frequenza del corso graduate di Consumer Behavior tenuto dal Prof. Richard Yalch.

Gennaio-Giugno 2005 – Visiting PhD student presso la Sprott School of Business della Carleton University (Ottawa, Canada) con frequenza ai corsi del programma PhD in Management.

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA E DIDATTICA FINANZIATI IN CAMPO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

1. PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA SCIENTIFICA FINANZIATI ATTRAVERSO BANDI COMPETITIVI

2011/2012 – Vincitore di research grant tramite bando competitivo nell'ambito del programma internazionale "Faculty Research Programme" finanziato dall'International Council of Canadian Studies per il progetto scientifico "The perception of Canada's country image in Italy. Implications for tourism promotion". Importo (in dollari Canadesi) 3.000.

2009/2010 - Componente del gruppo di lavoro e ricercatore senior nell'ambito del progetto di ricerca scientifica "La rivitalizzazione dei centri storici urbani: un modello di customer satisfaction", presentato in risposta al 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. Importo (in Euro) 13.000.

2006/2009 - Technical Coordinator e Ricercatore Senior nell'ambito del progetto "Entrepreneurial Development as a vehicle to promote European Higher Education" (ENDEAVOUR), finanziato dalla Unione Europea nell'ambito del programma Erasmus Mundus (contratto n. 2006-2859/001 MenMund41, 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 Congresso (Argentina), Lobachevski State University (Russia), University of Patecc (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. Importo (in Euro) 460.078.

2005/2007 – Componente del gruppo di lavoro e coautore dello studio “Il Town Centre Management e la riqualificazione dei centri storici” nell’ambito del progetto di ricerca internazionale “Capacity building e riqualificazione nei settori industriali/commerciali” (CaBRIC) finanziato dalla Regione Campania attraverso il programma Equal. Partner del progetto: 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. Importo (in Euro) 556.098.

2004/2005 – Collaborazione scientifica al progetto internazionale “Move” (*new Curriculum for international transfer of technologies for entrepreneurial 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 Institute of Management di Bangalore (India) e la Tribhuvan University di Katmandu (Nepal).

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.

2. PARTECIPAZIONE A STUDI E PROGETTI DI RICERCA FINALIZZATI ALLO SVILUPPO COMPETITIVO

2012/2013 – Membro del gruppo di lavoro e coordinatore del monitoraggio della soddisfazione del cliente attraverso l’applicazione del modello dei gap nella qualità dei servizi nell’ambito del progetto “MULTBanca”, commissionato dalla Banca del Lavoro e del Piccolo Risparmio (BLPR) di Benevento al Dipartimento SFGIS dell’Università del Sannio. Importo del progetto (in Euro): 300.000.

2010/2011 – Membro del gruppo di lavoro e coordinatore dello studio su “Attitudini e comportamenti di consumo verso le forme di energia alternativa” nell’ambito del progetto di ricerca “Comportamenti di consumo, Conoscenza e Attitudini” nell’ambito del progetto “Energie Alternative e Risparmio Energetico nella Provincia di Benevento”, commissionato dalla Provincia di Benevento al Dipartimento SFGIS e rientrante nell’Accordo di Programma per lo Sviluppo di un Polo di Eccellenza delle Energie Alternative in Provincia di Benevento. Importo dello studio (in Euro): 10.000.

2007/2009 – Componente del gruppo di lavoro e titolare di incarico 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. Co-autore della ricerca su: "Strategie di Internazionalizzazione e Servizi Reali: Aspetti Teorici ed Esperienze Nazionali e Internazionali".

2007/2009 Componente del gruppo di lavoro e coordinatore dello studio su "Comportamenti di Consumo e Tourist Satisfaction" nell'ambito dell'"Osservatorio del Turismo della Regione Campania", commissionato dall'Assessorato al Turismo della Regione Campania ad un ATI composta dal Dipartimento Dases dell'Università del Sannio, Città della Scienza, Mercury e Doxa. Importo del progetto (in Euro): 264.000.

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

2009 - Componente del gruppo di lavoro e responsabile dello studio empirico sulle caratteristiche della domanda nell'ambito dello studio di fattibilità relativo alla "Progettazione e implementazione della Città della 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. Importo del progetto (in Euro): 30.000.

2006/2007 - Componente del gruppo di progetto "RIDDFIT - Rete Italiana per la diffusione dell'innovazione e il trasferimento tecnologico alle imprese", commissionato dal Ministero delle Attività Produttive per il biennio 2006-2007.

2007/2008 - Componente del gruppo di lavoro nell'ambito dello studio "Indirizzi Strategici per il Marketing" commissionato dalla Soprintendenza degli Scavi Archeologici di Pompei al Dipartimento PEMEIS dell'Università del Sannio. Importo del progetto (in Euro): 16.000.

2003 - Titolare di contratto di collaborazione scientifica nell'ambito dello studio "Analisi del potenziale dei centri di competenza in edilizia in Campania" finanziato dal Centro di eccellenza RCOST dell'Università del Sannio.

2003 - Titolare di contratto di collaborazione scientifica nell'ambito dello studio "Analisi dei consumi nella provincia di Benevento e indicazione delle aree di attrazione commerciale" commissionato dalla Camera di Commercio di Benevento al Dipartimento DASES dell'Università del Sannio.

PRINCIPALI PARTECIPAZIONI A CORSI DI PERFEZIONAMENTO

Partecipazione al "Consumer Analytics Advanced Programme" tenuto dai Prof. Peter Fader e Bruce Hardle presso l'Alma Graduate School dell'Università di Bologna, 28-29 Maggio 2012.

Partecipazione alla summer school SDIPA su “Ricerche Sperimentali” presso l’Università della Calabria (Campus di Arcavacata), 27-31 Agosto 2009.

Partecipazione alla summer school SDIPA su “Modelli di Equazione Strutturale con Lisrel” presso l’Università della Calabria (Campus di Arcavacata), 8-12 Settembre 2008.

Partecipazione al “Doctoral Seminar on Managerial Issues in Marketing” organizzato dall’ European Institute for Advanced Studies in Management (ELASM) presso la University of Groningen (Olanda), 26-30 Novembre 2007.

Partecipazione al corso master in “Consumer Behavior” tenuto dal Prof. Richard Yalch presso la Foster School of Business della University of Washington (Seattle, USA), Giugno/Luglio 2006.

Frequentazione dei corsi e dei seminari del programma PhD in Management presso la Sprott School of Business della Carleton University (Ottawa, Canada), Gennaio/Giugno 2006.

Partecipazione alla summer school della Società Italiana di Statistica (SIS) su “Metodi statistici per i sondaggi di opinione e le ricerche di mercato”, Università del Sannio di Benevento, 9-10 Novembre 2004.

Partecipazione alla summer school AIDEA su “Le Metodologie della Ricerca”, Università degli Studi di Palermo, Villagrazia di Carini (PA), 14-20 Settembre 2003.

ATTIVITA' ISTITUZIONALI

Dal Settembre 2017 – Consigliere di Amministrazione e componente del Senato accademico dell’Università degli Studi Internazionali di Roma.

Dal 2016 – Componente del Collegio di Dottorato in “Governare l’Impresa, l’Amministrazione e la Società nella Dimensione Internazionale” istituito presso l’Università degli Studi Internazionali di Roma e l’Università di Teramo.

Dal 2016 – Referente per le attività di internazionalizzazione della Facoltà di Economia, Università degli Studi Internazionali di Roma.

Dal 2012 al 2015 – Componente del Collegio di Dottorato in “Management and Local Development” presso il Dipartimento di Studi Economici, Giuridici e Sociali (SEGIS) dell’Università del Sannio e tutor della dottoranda Pakaiphone Syphozai.

2010/2013 - Consigliere di Amministrazione dell’Università del Sannio per il triennio accademico 2010-2013 (D.R. n.1173 del 3 novembre 2010).

Dal 2013 al 2014 - Componente della Commissione Comunicazione e New Media istituita presso l'Università del Sannio.

Dal 2009 - Referente dell'Università del Sannio nell'ambito dell'accordo di cooperazione scientifica con l'IBMEC Business School (Rio de Janeiro, Brasile).

Dal 2009 - Referente dell'Università del Sannio nell'ambito dell'accordo Erasmus con la University of Eastern Finland (Campus di Joensuu, Finlandia).

2008/2013 - Rappresentante dei ricercatori in Consiglio di Dipartimento presso l'Università del Sannio.

2011 - Componente del gruppo di lavoro per l'elaborazione del Bilancio Sociale dell'Università del Sannio e coordinatore dell'indagine su "Student Satisfaction e Immagine dell'Università del Sannio".

2010/2011 - Componente del gruppo di lavoro per la definizione del piano di comunicazione e social media dell'Università del Sannio.

2010/2011 - Componente del gruppo di lavoro per la certificazione di qualità del Corso di Laurea in Economia Aziendale presso la Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università del Sannio.

2010 - Coordinatore dell'indagine su "La Qualità del Servizio presso gli Sportelli ADISU", Ente Diritto allo Studio dell'Università del Sannio.

2008-2010 - Membro della Giunta di Presidenza della Facoltà di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università del Sannio.

2008/2009 - Referente del Dipartimento di Analisi dei Sistemi Economici e Sociali (DASES) dell'Università del Sannio nell'ambito dell'accordo di cooperazione scientifica con l'Institute of Place Management (IPM) (Manchester, UK).

MEMBERSHIP, ATTIVITA' DI REFERAGGIO ED EDITORIALI

Socio Ordinario dell'European Marketing Academy (EMAC) dal 2008 e nell'Ottobre 2012 nominato per la posizione di National Coordinator per l'Italia. Chair della Track di "Tourism Marketing" in occasione dell'European Marketing Academy Conference 2014 (Spagna, Universidad de Valencia) e della Track di "Experimental Approaches to Country of Origin Research" in occasione dell'European Marketing Academy 2016 (Oslo, Norwegian Business School).

Socio Ordinario della Società Italiana Marketing (SIMktg) dal 2006 (Socio Junior nel biennio 2004-2006), Settembre 2012 al Settembre 2015 referente dei rapporti tra la Società Italiana Marketing e l'Università del Sannio; dall'Ottobre 2015 referente dei rapporti tra la Società Italiana Marketing e l'Università degli Studi Internazionali di Roma.

Guest editor dello special issue intitolato "The Great Beauty. The role of cultural heritage and place identity in the international marketing strategies of the 'made in Italy'" sulla rivista *Place Branding and Public Diplomacy*, primo special issue interamente dedicato al made in Italy su una rivista internazionale indicizzata Scopus.

Ad hoc Referee per le riviste *Journal of Business Research*, *International Journal of Retail & Distribution Management*, *Hospitality and Tourism Research*, *China-US.A Business Review*, *Marketing Competitività*, *Finanza*, *Marketing e Produzione* dell'*European Marketing Academy Conference*.

PREMI E RICONOSCIMENTI PER L'ATTIVITA' SCIENTIFICA

2016 -- Best Paper Award (International Marketing Track) per l'articolo "Exploring the relationship among economic animosity, nationalism, consumer ethnocentrism and product-country images in the context of the Euro crisis." (coautori Massi M., Papadopoulos N.), in occasione della 2016 Academy of Marketing Conference tenutasi a Newcastle presso la Newcastle Business School dal 4 al 7 Luglio.

2015 -- Best Paper della sessione tematica "Culture, Arts and Tourism Marketing" per l'articolo "Immagine Paese e cultural heritage. Proposta e validazione di una scala di misura formativa della cultural heritage image (CHI)" (coautori Mainolfi G., Marino V., Napolitano M.R.), in occasione del XII Convegno Annuale Società Italiana Marketing tenutosi presso l'Università degli Studi di Torino dal 22 al 23 Ottobre.

2014 -- Best Thematic Paper Award per l'articolo "An Ugly Store in a Beautiful Place? Exploring the Effect of Urban Design and Store Interior on Consumers' Inferences and Store Patronage Intentions" (coautore Mason M.), in occasione della 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development (SGBED 2014), tenutasi ad Ancona presso l'Università Politecnica delle Marche dal 16 al 18 Luglio.

2013 -- Best Paper Award per l'articolo "Tourist Behavior at Time of the Euro Crisis. Effect of Economic Animosity and Nationalism on Destination Image and Receptivity" (coautori Mainolfi G., Marino V., Napolitano M.R.), in occasione del 6th Consumer Behavior in Tourism Symposium 2013 (CBTS 2013) tenutosi a Brunico presso l'Università di Bolzano dal 4 al 7 Dicembre.

2005 - Best Paper Award per l'articolo "Entertainment Orientation of Italian Shopping Centres. Antecedents and Performance" (coautore Napolitano M.R.) in occasione della 12th International Conference on Retailing and Consumer

Services Sciences (EIRASS), tenutasi ad Orlando dal (Florida, USA) dal 21 al 25 Giugno. L'articolo è stato pubblicato su invito sulla rivista *Managing Service Quality* (inscrita dall'Avnur nell'elenco delle riviste di classe A) ed è risultata finalista per l'Highly Commended Paper Award of 2006 dell'editore internazionale Emerald.

2003 – Finalista con segnalazione del Premio “Roberto Marrama - Alla Ricerca di Talenti” (sezione Ricerca), organizzato dalla Fondazione Banco di Napoli in collaborazione con il Denaro.

ALTRI RICONOSCIMENTI DA ATTIVITA' DIDATTICA

Nel 2014 è stato relatore della tesi “The partitioned country of origin effect: an empirical analysis of a hybrid product in UK”, redatta dal dott. Francesco Parente e vincitrice del Premio Leonardo nella sezione Premio Centro di Firenze per la Moda Italiana “Alfredo Canessa” per la miglior tesi su moda e made in Italy.

Nel 2014 un gruppo di tre studenti partecipanti al corso di Marketing Strategico tenuto presso l'Università del Sannio è risultato vincitore della XXVII edizione del “Premio Marketing per l'Università” promosso dalla Società Italiana Marketing. L'oggetto della competizione era l'elaborazione di un piano di marketing turistico per la promozione estera della regione Friuli Venezia Giulia. Il piano di marketing vincitore è stato elaborato come project work durante il corso. Nelle due edizioni precedenti, gruppi di studenti partecipanti al corso di Marketing Strategico hanno conseguito il quarto posto (edizione 2013) e il secondo posto (edizione 2012) nella classifica nazionale.

PUBBLICAZIONI

DE NISCO A., PAPADOPOULOS N., ELLIOT S. (2017). From International Travelling Consumer to Place Ambassador: Connecting Place Image to Tourism Satisfaction and Post-Visit Intentions. *INTERNATIONAL MARKETING REVIEW*, vol. 34 (3), pp. 425-443.

DE NISCO A. (2017). *IMMAGINE PAESE. IL VANTAGGIO COMPETITIVO DI ESSERE ITALIANI*. Napoli, Editoriale Scientifica.

DE NISCO A., MAINOLFI G., MARINO V., NAPOLITANO M R (2016). Economic animosity, consumer ethnocentrism, and product-country images: A binational study on the perception of Germany during the Euro crisis. *EUROPEAN MANAGEMENT JOURNAL*, vol. 34 (1), pp. 59-68.

DE NISCO A., MASSI M., PAPADOPOULOS N (2016). The interplay among brand origin, country-of-design, and country of manufacturing in the context of low familiarity Italian fashion brands. Accepted

at 45th European Marketing Academy Conference (EMAC), Norwegian Business School - Oslo (Norway), May 24-27.

DE NISCO A, MASSI M, PAPADOPOULOS N (2016). Exploring the relationship among economic animosity, nationalism, consumer ethnocentrism and product-country images in the context of the Euro crisis. Accepted at Academy of Marketing 2016 Conference, Newcastle Business School (UK), July 4-7.

DE NISCO A, MATARAZZO M, ANNUNZIATA F, RISCINIFLI R (2016). The country of origin effect in foreign consumers' evaluation of a hybrid product. Proceedings of the 13th International Circle Conference, Seconda Università di Napoli, March 31-April 1.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R, D'AVINO A (2016). La Patria della Cultura e delle Emozioni. Un'indagine empirica sull'immagine dell'Italia nei Paesi BRIC. In: (a cura di): BECHERI M, MAGGIORE G, XX Rapporto sul Turismo Italiano 2015/2016. p. 337-350, NAPOLI: Rogiosi Editore, ISBN:978-88-6950-161-6

DE NISCO A, MAINOLFI G, MARINO V, NAPOLITANO M R (2015). Aufmerksamkeit Frau Merkel! Animosità economica, etnocentrismo ed effetto country-of-origin: uno studio sulla percezione della Germania in Italia durante la crisi dell'Euro. In: *MERCAFI E COMPETITIVITA'*, n. 2, pp. 87-110.

DE NISCO A, MAINOLFI G, MARINO V, NAPOLITANO M R (2015). Tourism Satisfaction Effect on General Country Image, Destination Image and Post-visit Intentions. In: *JOURNAL OF VACATION MARKETING*, vol. 21 (4), pp. 87-110.

DE NISCO A, PUUSA A (2015). This brand "sounds" Italian. Connecting partitioned country image with perceived brand origin: an experimental study on two Italian fashion brands in Sweden. In: *Proceeding of the 44th EUROPEAN MARKETING ACADEMY CONFERENCE (EMAC)*, Leuven (Belgium), May 26-29. ISBN:978 90-823-8330-0.

NAPOLITANO M R, DE NISCO A, RUSSO L (2015). URBANscape e Competitività Territoriale. Evidenze empiriche da alcune esperienze nazionali e internazionali. In: Cafferata R., Poggiosi S. (a cura di), *TENDENZE EVOLUTIVE DEL MANAGEMENT NEL SETTORE IMMOBILIARE: CONTINUITA' E CAMBIAMENTO*. MILANO: Il Mulino, in corso di pubblicazione.

DE NISCO A, RIVIEZZO A, NAPOLITANO M R (2015). An Importance Performance Analysis of Tourism Satisfaction at Destination Level: Evidence from Campania (Italy). In: *EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM RESEARCH*, 10, pp. 64-75. ISSN: 1-314-081-7.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2014). Made in o Designed in Italy? Uno studio sperimentale sui prodotti ibridi nel settore fashion. In: XI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, 18/19 Settembre. ISBN: 978-88-907662-2-0.

DE NISCO A, MAINOLFI G, MARINO V, NAPOLITANO M R (2014). Il "turista consumatore": immagine Paese, conoscenza e attitudini post-visita verso il made in Italy". In: Becheri M, Maggiore G. (a cura di), *XIX RAPPORTO SUL TURISMO ITALIANO (2012/2013)*, p. 265-284. MILANO: Franco Angeli. ISBN: 978-88-917-1051-2.

DE NISCO A, MASON M (2014). An Ugly Store in a Beautiful Place? Exploring the Effect of Urban Design and Store Interior on Consumers' Inferences and Store Patronage Intentions. In: *Proceedings of the 13th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development (SGBED 2014)*, Ancona, July 16/18. ISBN: 978-88-907795-7-2 (**BEST-THEMATIC PAPER AWARD**).

DE NISCO A (2014). Does Economic Animosity Affect Country Image and Tourism Behavior? A Study on the Perception of Germany in Italy and Spain During the Euro Crisis. In: Proceedings of the 43th EUROPEAN MARKETING ACADEMY CONFERENCE (EMAC), Valencia (Spain), June 3-6. ISBN: 978-84-370-9453-3.

DE NISCO A, WARNABY G (2014). Urban design and tenant variety influences on consumers' emotions and approach behavior. In: JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, vol. 67 (2), pp. 211-217, ISSN: 0148-2963.

DE NISCO A, MASON M (2014). Exploring the interactive effect of urban and store aesthetic design on quality inferences and willingness to buy. An experimental study. In: Proceedings of the 11 International Conference on Contemporary Marketing Issues, Athens (Greece), June 18-20. ISBN: 978-960-287-145-4.

RIVIEZZO A., DE NISCO A., GAROFANO A. (2014). Understanding Wine Purchase and Consumption Behavior. A Marketing Segmentation Proposa. In: INTERNATIONAL JOURNAL OF SALES & MARKETING MANAGEMENT, vol. 3 (1), pp. 11-24, ISSN: 2319-4898.

PAPADOPOULOS N., ELLIOT S., DE NISCO A. (2013). From 'Made in' to 'Product-Country Images' and 'Place Branding': a journey through research time and space. In: MERCATI E COMPETITIVITÀ, n. 3, pp. , ISSN: 1826-7386.

DE NISCO A., WARNABY G. (2013). Shopping in Downtown. The effect of urban environment on service quality perception and behavioural intentions. In: INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT, vol. 41 (9), forthcoming, ISSN: 0959-0552.

DE NISCO A., MAINOLFI G., MARINO V., NAPOLITANO M.R. (2013). The influence of consumer ethnocentrism, animosity and product country image perception on attitudes towards foreign products. A study on Italian consumers. In: Gunnarsson, 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), Giuntani, Napoli, ISBN:9788874316847.

NAPOLITANO M R, DE NISCO A (a cura di) (2012). ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY. CASI DI MARKETING DI MEDIE IMPRESE ITALIANE. MILANO:The McGraw-Hill Companies, ISBN: 978-88-386-6806-7.

DE NISCO A, ELLIOT S, PAPADOPOULOS N, MAINOLFI G, MARINO V, NAPOLITANO M R (2012). Turismo internazionale ed effetto "made in". L'influenza dell'immagine Paese sulla soddisfazione turistica e le intenzioni post-visita. In: MERCATI E COMPETITIVITÀ, p. 131-151, ISSN: 1826-7386.

DE NISCO A, WARNABY G (2012). The Influence of Urban Aesthetic Design on Consumers' Inferences of Store Atmosphere, Product Quality, Service Quality and Willingness to Buy. In: Proceedings of the 41th EUROPEAN MARKETING ACADEMY CONFERENCE (EMAC): MARKETING TO CITIZENS GOING BEYOND CUSTOMERS AND CONSUMERS. Lisbon Portugal, 22-25 May, ISBN: 978-989-732-004-0.

DE NISCO A, RIVIEZZO A, NAPOLITANO M R (2012). Una prospettiva customer-based per la valutazione degli interventi di riqualificazione urbana. In: Sansone M. (a cura di) PLACE MANAGEMENT: CITTÀ, TERRITORI, MARKETING. p. 102-122, MILANO:The McGraw-Hill Companies, ISBN: 9788838673474.

RIVIEZZO A, DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2012). Attractiveness of European Higher Education in Entrepreneurship: a Strategic Marketing Framework. In: ENTREPRENEURSHIP, CREATIVITY AND INNOVATIVE BUSINESS MODELS. p. 139-154, RIJKA:In'tech Web Org,

ISBN: 979-953-307-862-4.

RIVIEZZO A, DE NISCO A, GAROFANO A, NAPOLITANO M R (2012). Il comportamento di acquisto e consumo del vino. Una proposta di segmentazione. In: *MARKETING INTERNAZIONALE ED EFFETTO COUNTRY OF ORIGIN – Conference Proceedings*. ISBN: 978-88-907662 0 6, Benevento, 20-21 settembre 2012.

DE NISCO A, ELLIOTT S, PAPADOPOULOS N, MAINOLFI G, MARINO V, NAPOLITANO M R (2012). The influence of consumer ethnocentrism, animosity, and country image perception on product receptivity: A cross-national study. In: *MARKETING INTERNAZIONALE ED EFFETTO COUNTRY OF ORIGIN – Conference Proceedings*. ISBN: 978-88 907662-0-6, Benevento, 20-21 settembre 2012.

DE NISCO A, GAROFANO A (2012). Rapporti con la distribuzione e strategia multibrand. Il caso Mataluni. In: Napolitano M.R., De Nisco A. (a cura di) *ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY. CASI DI MARKETING DI MEDIE IMPRESE ITALIANE*. p. 19-32, Milano: McGraw Hill, ISBN: 978-88-386-6806 7.

GAROFANO A, DE NISCO A (2012). Franchising e comunicazione integrata di marketing. Il caso Carpisa. In: Napolitano M.R., De Nisco A. (a cura di) *ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY. CASI DI MARKETING DI MEDIE IMPRESE ITALIANE*. p. 33-48, Milano: McGraw Hill, ISBN: 978-88-386-6806-7.

DE NISCO A (2012). Marketing di nicchia su scala globale. Il caso Montegrappa 1912. In: Napolitano M.R., De Nisco A. (a cura di) *ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY. CASI DI MARKETING DI MEDIA IMPRESE ITALIANE*. p. 49-64, Milano: McGraw Hill, ISBN: 978-88-386-6806-7.

GAROFANO A, DE NISCO A (2012). Community market e competition. Il caso Microgame - "People's Poker". In: Napolitano M.R., De Nisco A. (a cura di) *ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY. CASI DI MARKETING DI MEDIE IMPRESE ITALIANE*. p. 95-108, Milano: McGraw Hill, ISBN: 978-88-386-6806-7.

DE NISCO A, MAINOLFI G, MARINO V, NAPOLITANO M R (2012). Tourism experience, country image and post visit intentions: a study on international tourists in Italy. In: Bertoli G., Resciniti R. (eds.) *INTERNATIONAL MARKETING AND THE COUNTRY OF ORIGIN EFFECT: THE GLOBAL IMPACT OF MADE IN ITALY*. p. 65-80, Cheltenham, UK/Northampton, MA:Edward Elgar, ISBN: 978-1-78195-560-4.

RIVIEZZO A, DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2012). Entrepreneurship Higher Education in Europe. State of the Art and Marketing Insights to Enhance the Attraction of Foreign Students. *MUNICHEN:GRIN PUBLISHING*, ISBN: 978-3-656 30861-4.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2011). L'influenza dello store-design e del tenant-mix sul comportamento del consumatore. Un modello di psicologia ambientale. In: *MICRO & MACRO MARKETING*, vol. 2, p. 323-340, ISSN: 1121-4228.

NAPOLITANO M R, DE NISCO A (2011). Le strategie di internazionalizzazione e i servizi reali. Indirizzi per la pianificazione del service portfolio. In: *SINERGIE*, vol. 32, p. 455-473, ISSN: 0393 5108.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2011). The Influence of Tourism Experience on Place-Image Perceptions and Post-Visit Attitudes towards the National Products. In: *Proceedings of The 2011 Naples Forum on Service*. CAPRI - NAPLES, JUNES 14-17, ISBN: 978-88-7431-525-3.

DE NISCO A (2010). Ambiente urbano, qualità del servizio e behavioral intentions. Uno studio esplorativo in un centro storico italiano. In: *MERCATI E COMPETITIVITÀ*, p. 165-186, ISSN: 1826-7386.

DE NISCO A (2010). Quanto contano gli atmospherics? Una review meta-analitica. In: FINANZA, MARKETING E PRODUZIONE, vol. 28, p. 145-172, ISSN: 1593-2230.

DE NISCO A (2010). Tourism behaviour: determinanti e fasi del processo di acquisto e "consumo" di una destinazione turistica. In: Napolitano M.R. (a cura di) **COMPORIAMENTO E SODDISFAZIONE DEL TURISTA. I RISULTATI DI UNA RICERCA IN CAMPANIA**. p. 35-63, MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 978-88-568-2516-9.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2010). Gli obiettivi e la metodologia della ricerca. In: Napolitano M.R. (a cura di) **COMPORIAMENTO E SODDISFAZIONE DEL TURISTA. I RISULTATI DI UNA RICERCA IN CAMPANIA**. p. 103-112, MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 978-88-568-2516-9.

DE NISCO A, RIVIEZZO A (2010). Il profilo comportamentale dei turisti e i segmenti emergenti. In: Napolitano M.R. (a cura di) **COMPORIAMENTO E SODDISFAZIONE DEL TURISTA. I RISULTATI DI UNA RICERCA IN CAMPANIA**. p. 113-134, MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 978-88-568-2516-9.

RIVIEZZO A, DE NISCO A (2010). La soddisfazione dei turisti e le attitudini post-visita. In: Napolitano M.R. (a cura di) **COMPORIAMENTO E SODDISFAZIONE DEL TURISTA. I RISULTATI DI UNA RICERCA IN CAMPANIA**. p. 135-164, MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 978-88-568-2516-9.

RIVIEZZO A, DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2009). Importance-Performance Analysis as a Tool for Evaluating Town Centre Management Effectiveness. **INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT**, vol. 37, p. 748-761, ISSN: 0959-0552, doi: 10.1108/09590550910975808.

NAPOLITANO M R, DE NISCO A (2009). L'orientamento al mercato delle medie imprese familiari. In: De Simone E., Ferrandino V. (a cura di) **L'IMPRESA FAMILIARE NEL MEZZOGIORNO CONTINENTALE FRA PASSATO E PRESENTI**. p. 206-222, MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 978-88-568-1265-7.

DE NISCO A, RIVIEZZO A., NAPOLITANO M R (2009). Importance-Performance Analysis in Evaluating Tourist Satisfaction. The case of Campania. In: **Proceedings of The 2009 Naples Forum on Services**. Capri (Na) - Italy, 16-19 June 2009, ISBN: 978-88-7431-452-2.

DE NISCO A, RIVIEZZO A, NAPOLITANO M R (2008). The role of stakeholders in town centre management: guidelines for identification and analysis. In: **JOURNAL OF PLACE MANAGEMENT AND DEVELOPMENT**, vol. 1, p. 166-176, ISSN: 1753-8335, doi: 10.1108/17538330810889998.

DE NISCO A (2008). URBANscape. L'influenza dell'ambiente urbano sul comportamento del consumatore. In: Napolitano M.R., Riviezzo A. (a cura di) **MARKETING E GESTIONE STRATEGICA DEI CENTRI URBANI**. p. 63-96, MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 978-88-464-9828-1.

RIVIEZZO A, DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2008). Il caso Benevento: l'audit strategico. In: Napolitano M.R., Riviezzo A. (a cura di) **MARKETING E GESTIONE STRATEGICA DEI CENTRI URBANI. TEORIA, METODOLOGIA ED ESPERIENZE**. p. 214-236, MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 978-88-464-9828-1.

DE NISCO A. (2008). The Influence of Urban Environmental Stimuli on Service Quality Inferences and Behavioral Outcomes. In: **Proceedings of the 38th EUROPEAN MARKETING ACADEMY CONFERENCE (EMAC)**. Audencia School of Business Nantes - France, May 26-29 2009, ISBN: 978-904-412-387-6.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R, RIVIEZZO A (2007). Using Importance Performance Analysis in Evaluating Town Centre Management Effectiveness. In: **Proceedings of the X Toulon-Verona Conference: Quality in Services**. Aristotele University, Thessaloniki (Grecia), 3-4 Settembre 2007, p. 595-

609, ISBN: 978-960-243-642-4.

DE NISCO A, NAPOLITANO M.R (2007). Marketing turistico e destination branding. In: Bencardino F., Prezioso M. (a cura di) GEOGRAFIA DEL TURISMO. p. 253-284, MILANO:The McGraw Hill Companies, ISBN: 978-88-464-9828-1.

DE NISCO A, NAPOLITANO M.R, RIVIEZZO A. (2007). Urban Revitalization and Town Centre Management: the role of Stakeholders . In: Atti del VI Congresso Internazionale "Marketing Trends". Parigi, 26-27 January, p. 126-143, ISBN: 978-88-902459-1-6.

DE NISCO A, NAPOLITANO M.R (2006). L'intrattenimento nei Centri Commerciali. Un Modello per la Valutazione degli Antecedenti e delle Performance. In: FINANZA MARKETING E PRODUZIONE, vol. 4, p. 80-105, ISSN: 1593-2230.

DE NISCO A, NAPOLITANO M.R (2006). Entertainment Orientation of Italian Shopping Centres: Antecedents and Performance. In: MANAGING SERVICE QUALITY, vol. 16, p. 145-166, ISSN: 0960-4529, doi: 10.1108/09604520610650628.

DE NISCO A, NAPOLITANO M.R (2006). Entertaining the shopping centre. Management and Research Insights. In: Atti del V Congresso Internazionale Marketing Trends. Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale, Università Ca' Foscari Venezia, 20-21 Gennaio 2006, ISBN: 8890245905.

DE NISCO A (2006). Country of origin e buyer behavior: una meta-analisi dalla letteratura internazionale. In: MERCATI E COMPETITIVITÀ, vol. 4, p. 81-101, ISSN: 1826-7386.

SIMONETTI B, ALLEPUS J., DE NISCO A (2006). Entertainment effect on shoppers satisfaction: a survey in a shopping center in Terragona. In: METODI, MODELLI E TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE A SUPPORTO DELLE DECISIONI. p. 513-526, MILANO:FrancoAngeli, ISBN: 88-464-7440-6.

NAPOLITANO M.R, RESCINITI R, DE NISCO A (2004). Retail, entertainment e creazione di valore. Un'indagine sui centri commerciali in Italia. In: INDUSTRIA & DISTRIBUZIONE, vol. 4, ISSN: 1591-6243.

DE NISCO A (2004). L'intrattenimento nei centri commerciali in Italia: un'indagine empirica. In: Resciniti R., IL MARKETING ORIENTATO ALL'ESPERIENZA. NAPOLI: Edizioni Scientifiche Italiane.

NAPOLITANO M R, DE NISCO A (2004). Vantaggio competitivo territoriale e configurazioni distrettuali nel turismo. Il ruolo e le potenzialità del cluster. In: Bencardino F., Marotta G. (a cura di) NUOVI TURISMI E POLITICHE DI GESTIONE DELLA DESTINAZIONE. p. 229-268, MILANO:FrancoAngeli, ISBN: 88-464-5687-4.

DE NISCO A, NAPOLITANO M.R (2003). La rappresentazione dell'identità di marca attraverso i luoghi di acquisto: la brand experience e i flagship store. In: INDUSTRIA & DISTRIBUZIONE, vol. 3, ISSN: 1591-6243.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2003). L'evoluzione del sistema distributivo in Italia. 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. p. 13-32, MILANO:FrancoAngeli, ISBN: 88-464-4823-5.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2003). Consistenza e dinamiche della distribuzione al dettaglio nella provincia di Benevento. In: Napolitano M.R., Paradiso M., Ricci P., Vespasiano F. (a cura di) L'ANALISI DEI CONSUMI NELLA PROVINCIA DI BENEVENTO E L'INDICAZIONE DELLE AREE DI ATTRAZIONE COMMERCIALE. p. 33-54, MILANO:FrancoAngeli, ISBN: 88-464-4823-5.

DE NISCO A, NAPOLITANO M R (2003). Attitudini e comportamenti di acquisto nella provincia di

Benevento. I principali risultati della ricerca empirica. In: Napolitano M.R., Paradiso M., Ricci P., Vespasiano F. (a cura di) L'ANALISI DEI CONSUMI NELLA PROVINCIA DI BENEVENTO E L'INDICAZIONE DELLE AREE DI ATTRAZIONE COMMERCIALE. p. 75-94, MILANO: FrancoAngeli, ISBN: 88-464-4823-5.

PRINCIPALI RELAZIONI IN CONVEGNI NON DOTATI DI ISBN

Mason M., De Nisco A., Moretti A. (2014). "Between relaxing and adrenaline rush: toward a better understanding of adventure tourism motivations", 7th Consumer Behavior in Tourism Symposium 2014 (CBTS 2014), Università di Bolzano (sede di Brunico), 3/6 Dicembre.

De Nisco A., Mainolfi G., Marino V., Napolitano M.R. (2013). "Tourism Behavior at Time of the Euro Crisis. Effect of Economic Animosity and Nationalism on Destination Image and Receptivity", 6th Consumer Behavior in Tourism Symposium 2013 (CBTS 2013), Università di Bolzano (sede di Brunico), 4/7 Dicembre (BEST PAPER AWARD).

De Nisco A., Mainolfi G., Marino V., Napolitano M.R. (2013). "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. A study on Italian and Spanish consumers towards Germany.", X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università "Bicocca" di Milano, 3/4 Ottobre.

De Nisco A., Mainolfi G., Marino V., Napolitano M.R. (2011). "Turismo internazionale ed effetto made-in. L'influenza dell'immagine Paese sulla soddisfazione turistica e le attitudini post-visita", VIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università "La Sapienza" di Roma, 22/23 Settembre.

Riviezzo A., De Nisco A., Garofano A. (2011). "Understanding wine purchase and consumption behavior: a market segmentation proposal", 6th AWBR International Conference, Bordeaux Management School (France), 9/10 June.

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

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

Napolitano M.R., De Nisco A., Riviezzo A. (2010). "Stakeholders Involvement in Urban Revitalization Projects: a two step approach", relazione invitata al I Workshop "Place Management: Cities, Territories, Marketing", Università di Cassino, 24 Novembre.

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

De Nisco A. (2009). "A strategic marketing framework for the enhancement of the European higher education in entrepreneurship", relazione su invito al convegno finale del progetto Eudeavour, Napoli, Facoltà di Ingegneria, 26 Novembre.

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

11 Dicembre.

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

De Nisco A. (2009). "Entrepreneurship Education in Europe. A Strategic Marketing Framework", seminario su invito presso l'Università di Atene, 29 Aprile.

De Nisco A. (2008). "L'influenza dell'Ambiente di Vendita sul Comportamento del Consumatore", V Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università Cattolica del Sacro Cuore, 3-4 Ottobre.

Riviezzo A., De Nisco A., Napolitano M.R. (2008). "La Valutazione degli Interventi di Rivitalizzazione dei Centri Urbani: una prospettiva customer-based", III Workshop Nazionale di Azienda Pubblica", Università degli Studi di Salerno, 5-6 Giugno.

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

De Nisco A., Napolitano M.R. (2007). "L'Orientamento al Mercato delle Medie Imprese Familiari", Convegno di Studi L'impresa familiare nel Mezzogiorno continentale tra passato e presente, Università del Sannio, Benevento, 30 Novembre-1 Dicembre.

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

De Nisco A. (2005). "Country of origin e buyer behavior: una meta-analisi dalla letteratura internazionale", II Convegno annuale della Società Italiana Marketing "Tendenze evolutive del marketing dei servizi", Trieste Mib School of Management, 2/3 Dicembre.

De Nisco A., Napolitano M.R. (2005). "Entertainment Orientation of Italian Shopping Centres: Antecedents and Performance", 12th International Conference on Retailing and Consumer Services Sciences (IRASS), Orlando (Florida), 21/25 June. (BEST PAPER AWARD)

De Nisco A., B. Simouetti e J. Allepus (2004). "Entertainment Effect on Shoppers' Satisfaction. A Survey in a Shopping Centre in Terragona", Convegno Internazionale "MITS'04 Metodi, Modelli e Tecnologia dell'Informazione a Supporto delle Decisioni", Università del Sannio, 24-25 Giugno.

Resciniti R., De Nisco A., Napolitano M.R. (2003). "Entertainment e sistemi di creazione di valore nei centri commerciali. Un'indagine sul fenomeno in Italia", Convegno annuale della rivista Industria & Distribuzione "I sistemi a rete nel retailing: modelli di relazione, regole e creazione di valore", Roma Istituto G. Tagliacarne, 21-22 Novembre.

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 dalle 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.

Benevento, 30/03/2018

Alessandro De Nisco

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alessandro De Nisco', written in a cursive style.