

## Curriculum Vitae

### **Vittoria Marino**

Professore Associato Confermato di Marketing Internazionale  
Abilitato Idoneo di I Fascia per il raggruppamento di Economia e Gestione delle Imprese  
Università degli Studi di Salerno - Italy  
Via Giovanni Paolo II, 132  
84084 Fisciano (Sa)

E-mail	vmarino@unisa.it
Telephone	+39-089-963022
Mobile	+39-339-3307553
Fax	+39-089-963505

### **FORMAZIONE**

Laurea in Economia e Commercio, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Salerno conseguita il 24 luglio 1990.  
Dottore di Ricerca in Economia e direzione delle Amministrazioni Pubbliche conseguito presso il 20 aprile 2002 presso l'Università degli Studi di Salerno.

### **POSIZIONE ACCADEMICA**

Abilitato Idoneo di I Fascia (professori ordinari) nella prima tornata 2012.

Dal 2013 Delegato del Rettore alla Comunicazione Istituzionale dell'Ateneo Salernitano.

Dal 2000 Professore Associato Confermato di Economia e Gestione delle Imprese in ruolo presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Salerno.

Dal 2001 titolare della Cattedra di Marketing Internazionale della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Salerno.

Dal 2002 al 2010 docente supplente di Economia e gestione delle imprese presso la Facoltà di economia dell'Università degli Studi di Salerno.

Dal 2011 al 2013 titolare del Corso di Marketing dei Servizi presso la Facoltà di economia dell'Università degli Studi di Salerno.

Dal 2013 titolare del Corso di Fondamenti di Marketing (matricole dispari) presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Salerno.

Nel 2015 titolare supplente del Corso di Marketing Turistico presso il Corso di Laurea di Economia dei Servizi dell'Università degli Studi del Sannio.

Dal 2009 Direttore Scientifico del Progetto "Talent Scout" presso la Facoltà di Economia dell'università degli Studi di Salerno. Ciclo di seminari per l'accompagnamento degli studenti al mondo del lavoro.

Dal 2009 al 2013 Delegato della Facoltà di Economia per le politiche di orientamento in uscita.

Dal 2007 al 2011 Direttore Scientifico del Corso di perfezionamento in "Il Business Plan per la programmazione comunitaria" presso l'Università degli Studi di Salerno.

### **ESPERIENZE ACCADEMICHE**

Dal 2015 Membro del Consiglio di Presidenza della Società Italiana Marketing, SIMktg.

Nel 2014 Membro designato dall'Università degli Studi di Salerno al tavolo dell'EPT Salerno per la definizione delle linee programmatiche per Salerno in vista dell'applicazione della nuova legge regionale sul turismo.

Nel 2012 Membro del Comitato organizzativo del Convegno SIM – Marketing Internazionale ed effetto Country of Origin, Università degli Studi del Sannio, Benevento 20-21 Settembre 2012

Nel 2012 Coordinatore scientifico del Progetto “L’imprenditoria femminile in provincia di Salerno. Monitoraggio e dinamiche evolutive delle ditte individuali” finanziato al Dipartimento di Studi e Ricerche Aziendali dell’Università di Salerno dalla Camera di Commercio di Salerno.

Dal 2012 Membro del Comitato editoriale della Rivista Esperienze d’impresa.

Nel 2012 Responsabile Unità dell’Università degli Studi di Salerno del Progetto DIVINO.

Nel 2011 Coordinatore scientifico del Progetto “L’imprenditorialità femminile in Provincia di Salerno. Aspetti strutturali e strategie di sopravvivenza”, Comitato per l’imprenditoria femminile finanziato al Dipartimento di Studi e Ricerche Aziendali dell’Università di Salerno dalla Camera di Commercio di Salerno.

Dal 2011 Membro del Comitato Scientifico dell’International Marketing Trends Conference.

Dal 2011, Membro del Comitato Scientifico del Corso di Perfezionamento “Wine Business” dell’università degli Studi di Salerno.

Dal 2011, Membro del Comitato Editoriale della Collana “Strumenti di didattica”- Editoriale Scientifica Napoli.

Nel 2011, Responsabile Scientifico del progetto “New media and social network per la promozione del turismo in Campania” finanziato al Dipartimento di Studi e Ricerche Aziendali dell’Università di Salerno dall’Assessorato al Turismo – Regione Campania.

Nel 2011 vincitore con il Corso di Perfezionamento “Il Business Plan per la programmazione comunitaria” del Bando “Invest your Talent in Italy” bandito dall’ICE, dal Ministero per le Attività Produttive e da supportato da Unioncamere.

Nel 2010 Componente del Progetto TA-CAMP, CUEIM.

Dal 2010, Membro del Tavolo tecnico dell’Assessorato al Turismo della Regione Campania per la definizione delle strategie di sviluppo del turismo in Campania.

Dal 2008 al 2012, Membro del Nucleo Tecnico di Valutazione del progetto Techframe per il supporto alla creazione di imprese innovative gestito dal Parco Scientifico e Tecnologico di Salerno, dal CERICT e dall’Università degli Studi di Salerno e dall’Università degli Studi del Sannio.

Dal 2009, Membro del Gruppo di studio sull’internazionalizzazione delle imprese della Società Italiana Marketing (SIM).

Dal 2007 al 2009, Membro del Gruppo di Attenzione sull’internazionalizzazione dell’AIDEA.

Nel 2008 Responsabile Scientifico del progetto “Linee guida per lo sviluppo turistico del comparto enogastronomico di qualità”, Provincia di Salerno.

Nel 2006, Componente del Progetto PITA per il trasferimento di know how e la tutela delle opere dell’ingegno tra Italia, Romania e Tunisia, finanziato dal Ministero delle Attività Produttive, dall’ICE e dalla CRUI.

Dal 2005, Membro del Collegio dei docenti del Dottorato in Marketing e Comunicazione dell’università degli Studi di Salerno.

Nel 2004, Responsabile della Progettazione del corso di Alta formazione – Management e gestione aziendale – Analista di mercato per la valorizzazione dei prodotti tipici locali – in collaborazione con la Provincia di Avellino.

Nel 2003, Responsabile della Progettazione del corso di Alta formazione – Management e gestione aziendale - Funding manager e corporate financing – in collaborazione con la Provincia di Avellino, gennaio.

Dal 2002 al 2007, Presidente di UNISCE – Associazione dei Laureati in Scienze Economiche dell’università degli Studi di Salerno.

Nel 2000 Coordinatore didattico del Corso in “Esperto per lo start up aziendale” organizzato dalla Provincia di Avellino in collaborazione con il Consorzio Universitario CUEIM.

## **PREMI E RICONOSCIMENTI**

Nel 2014 Vincitrice del Best Paper “C’era una volta...racconti di imprese storiche della manifattura campana”, (coautori: Riviezzo, Garofano, Napolitano), Convegno annuale di Sinergie, “Manifattura quale futuro?”, Università di Cassino, 13-14 novembre 2014,

Nel 2013 vincitrice del Best Conference Paper del TOMTE e dell’International Journal of Contemporary Hospitality Management con il paper “Tourism Behaviour and Euro-Crisis. Effect of country Animosity on Destination Image Perception and Intention to visit” (coautori De Nisco, Mainolfi, Napolitano).

Nel 2015 Vincitrice del Best Paper “ Immagine paese e cultural heritage. Proposta e validazione di una scala di misura formativa della cultural heritage iage (CHEI), (coautori: Mainolfi, De Nisco, Napolitano), Convegno annuale di Mercati e Competitività, Il Marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana, 22-23 ottobre 2015,

## **VISITING**

Invited to lecture at the Master en Comercio Internacional de la Universidad de Vigo organizado por la Esuela Universitaria de Estudios Empresariales, 22th March 2012.

Nel 2011, Theaching mobility presso Afyon Kokatepe University (Turkey), Facoltà di Economia.

## **REFEREE**

Business History (guest editor) for the Special Issue “Theoretical and Empirical Research on Business Longevity”

Mercati e competitività (referee)

Micro e Macro Marketing (referee)

Esperienze d’Impresa (referee)

International Marketing Trends Conference (referee)

International Journal of Globalization and Small Business (referee)

Referee per il libro a cura di Louise Kelly "Women Entrepreneurship: New Management and Leadership Models" (ISBN 1-4408-0077-4, projected publication date 1/31/14) ABC-CLIO, California.

## **PARTECIPAZIONI A COMITATI EDITORIALI**

Partecipazione al Comitato Editoriale della Rivista Esperienze d’impresa da Ottobre 2012.

Partecipazione al Comitato Editoriale Collana Strumenti di didattica – Editoriale Scientifica dal maggio 2012.

## **ESPERIENZE DIDATTICHE**

Nel 2013 Docente Di Marketing al Master “ Management and Local Development” dell’Università degli Studi del Sannio

Nel 2012, Docente di Marketing del Master en Comercio Internacional, Università di Vigo (Spain), Esuela Universitaria de Estudios Empresariales.

Nel 2012, Docente di Marketing del Master MUMM (Master in Marketing Management), Dipartimento di Management, Università degli Studi di Roma “La Sapienza”.

Nel 2011, Seminario sul “Country of Origin and Country Reputation Management”, presso la Afyon Kokatepe University, Facoltà di Economia, Turkey, 19 settembre 2011.

Dal 2005, Docente di Marketing del Dottorato in Marketing e Comunicazione dell’Università degli Studi di Salerno.

Dal 1994 al 2000 seminari di Analisi Finanziaria presso l’ordine dei Dottori Commercialisti di Salerno per la preparazione all’abilitazione nazionale.

Nel 1998- Contratto ex art.100 presso l’Università degli Studi di Salerno - Sede di Benevento - Cattedra di Marketing - Diploma universitario di Economia e gestione dei servizi turistici.

Nel 1992, Corsi di Management presso la SDOA, Fondazione Antonio Genovesi, Vietri sul Mare (Salerno).

## **AREE DI RICERCA**

Cultural Heritage e turismo  
Comunicazione istituzionale, Social media e public engagement  
Processi di internazionalizzazione delle imprese  
Strategie di marketing internazionale per le PMI  
Country Reputation e Country Branding  
Attrattività del territorio e turismo  
Processi di sviluppo dell’imprenditoria femminile

Case analysis

## PARTECIPAZIONI AD ACCADEMIE E ASSOCIAZIONI

Membro di EURAM

Membro dell'Associazione Italiana Comunicatori Universitari - AICUN

Membro dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA)

Membro della Società Italiana Marketing – SIM

Membro Academy of International Business – AIB

Associato UNISCE – Alumni Association Facoltà di Economia Università degli Studi di Salerno

## PARTECIPAZIONE A CONVEGNI RECENTI

### 2015

Proceeding: Marino Vittoria; Montera Raffaella, *Corporate Heritage e Web Communication per le imprese del Made in Italy*, In: *Corporate Heritage e Web Communication per le imprese del Made in Italy* Parigi 23-24 Gennaio 2015 Parigi Jean-Claude Andreani, Paris: Marketing Trends Association Pag.1-11 ISBN:978-2-9532811-2-5

Proceeding: Napolitano MR, Mainolfi G., De Nisco A., Grasso L., Marino V., *Cultural Heritage e immagine paese: Una content analysis sulla comunicazione istituzionale di dieci nazioni*, XXVII Convegno annuale di Sinergie, Termoli, 9-10 luglio 2015.

Proceeding: Marino Vittoria, Lo Presti Letizia, “Università e strategie di web communication per il Public engagement. Esperienze Internazionali a confronto”, Convegno SIM, Il Marketing delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana, Torino 22-23 Ottobre 2015.

### 2014

Proceedings: Mainolfi G., Marino V., “Tourism destination image, event satisfaction ed attitudini post visita nel marketing degli eventi. Il caso di un'esperienza turistica”, Convegno SIMktg, Food Marketing. Mercati filiere, sostenibilità e strategie di marca, Modena 19-20 Settembre 2014.

Proceedings: Marino V., Lo Presti L., “*Comunicazione e Citizen Engagement. L'utilizzo dei social network per la definizione del progetto di “comunicazione europea in partnership”*”, Convegno SIMktg, Food Marketing. Mercati filiere, sostenibilità e strategie di marca, Modena 19-20 Settembre 2014.

### 2013

Nel 2013 vincitrice del Best Conference Paper del TOMTE e dell'International Journal of Contemporary Hospitality Management con il paper “Tourism Behaviour and Euro-Crisis. Effect of country Animosity on Destination Image Perception and Intention to visit” (De Nisco, Mainolfi, Napolitano Coautori) presentato al 6<sup>th</sup> Consumer Behaviour in Tourism Symposium, Dicembre 4-7, 2013 Brunik, Italy.

Proceeding: Marino V., Mainolfi G.(2013). **The country branding process. Comparing international experiences through qualitative research.** In: 4th International Colloquium on Place Brand Management: Strategic Marketing of Cities, Regions and Nations La Salle (AO) 5 e 6 settembre 2013 Aosta Università della Valle d'Aosta.

Proceeding: Marino V., Montera R.(2013). **Profiling a new woman entrepreneur from a territorial perspective. A cross-sectoral exploratory study.** In: Euram 2013 Democratizing management Galatasaray University (Istanbul -Turkey) 26-29th June Brussel Euram.

Proceeding: Vittoria Marino, Carmen Gallucci, Piera Bellelli, **The conceptual framework of placescape. A new service marketing perspective for the territory system.** In: Service Dominant Logic, network & system theory and service science. Integrating three perspectives for a new service agenda Ischia 18-21 giugno 2013.

Proceeding: De Nisco A., Mainolfi G., Marino v., Napolitano M.R., **The influence of consumer ethnocentrism, animosity and product country image perception on attitudes towards foreign products. A study on Italian consumers.** In: Service Dominant Logic, Network & Systems theory and service science: integrating three perspectives for a new service agenda Ischia 18-21 giugno 2013

### 2012

Proceedings: Gallucci C., Marino V., Gentile G., Montera R., “The International Marketing Business Model of Long-Established Family Businesses: familism and determinants of internationalization” 11<sup>th</sup> International Conference of Marketing Trends, Venezia 19-21 Gennaio 2012.

Proceeding: De Nisco A., Elliot S., Papadopoulos N., Mainolfi G., Marino V., Napolitano M.R., "The influence of consumer ethnocentrism, animosity, and country image perception on product receptivity: A cross-national study", Convegno SIM – Marketing internazionale ed effetto Country of Origin, Università degli Studi del Sannio, Benevento, 20-21 Settembre 2012.

Proceedings: Marino V., Montera R., "International business model of hotel industry. A gender comparison", presentato alla 1th Enlightening Tourism Conference, "Competition and Innovation in Tourism: New Challenges in an Uncertain Environment", Naples, 13-14 September 2012.

## **2011**

Proceedings: Marino V., Mainolfi G., "Made in Italy and Country Branding: brand strategy for Made in Italy System", 10<sup>th</sup> International Conference Marketing Trends, Paris, January 20-22, 2011.

Proceedings: Marino V., "International tourism and made in effect. The influence of country image on tourism satisfaction and on post-visit attitudes", (co-authors De Nisco A., Mainolfi G., Napolitano M.), 10th Annual Conference of Italian Society of Marketing, 22nd-23th September 2011.

Proceedings: Marino V., Mainolfi G., "Analysing and assessing the country branding process. perceived reputation capital of Italy on the Chinese market", International Cambridge Business & Economics Conference (CBEC), Cambridge 27-29 June 2011.

Proceedings: Gallucci C., Marino V., Gentile G., Montera R., "I sentieri d'internazionalizzazione delle imprese familiari longeve tra familismo e determinanti di espansione all'estero", International Conference "Going global. \*Internationalization pathways for family firms during the the 19th and 20th Century", German Historical Institute, Washington DC, 18th-19th February 2011.

## **2010**

Proceedings: Marino V., Gallucci C., Zoccoli P., Logics of value chain configuration and transnational cooperation: the role for firms and emerging economies of WTO, 10<sup>th</sup> Global Conference on Business & Economics, Roma, 15-16 October 2010.

Proceedings: Marino V., Mainolfi G., "Valutazione e analisi del processo di Country Branding. La percezione del capitale reputazionale dell'Italia nel mercato cinese", 7th Convegno Annuale SIM, Ancona 23-24 Settembre 2010.

## **2009**

Proceedings: Marino V., Gallucci C., "Quality oriented Services Marketing for Enogastronomy Areas", EUROMED Conference: "Managerial and Entrepreneurial Developments in the Mediterranean Area". Fisciano (Sa) - Italy, 26-27-28 October 2009, p. 1-15, doi: 10.329

Proceedings: Marino V., Gallucci C., Mainolfi G., "La valutazione strategica della Country Reputation per le imprese del Made in Italy nel mercato russo", in: *8th International Congress Marketing Trends*, Paris, January 16-17/2009.

## **PUBBLICAZIONI**

### **2016**

Volume: (a cura di Napolitano M.R., Marino V.) Cultural Heritage e Made in Italy Casi ed esperienze di marketing internazionale, Editoriale Scientifica, 2016.

### **2015**

Articolo su rivista internazionale: Riviezzo A., Garofano A. Napolitano MR, Marino V., , Moving forward or running to standstill? Exploring the nature and the role of family firms' strategic orientation, in *Journal of Family Business Strategy*, Volume 6, Issue 3, Settembre 2015.

Articolo su rivista internazionale: Vittoria Marino, Maria Rosaria Napolitano, In search of an integrated framework of business longevity, in *Business History*, volume 57, Issue 7, 2015.

Articolo su rivista internazionale: Alessandro de Nisco, Giada Mainolfi, Vittoria Marino, Maria Rosaria Napolitano, Tourism of satisfaction effect on general country image, destination image and post visit intentions, in *JOURNAL OF VACATION MARKETING*, 1-13-2015.

Contributo in volume: Angelo Riviezzo, Antonella Garofano, Maria Rosaria Napolitano, Vittoria Marino, Orientamento strategico e longevità nelle imprese familiari, in *Storia d'impresa e imprese storiche*, a cura di Vittoria Ferrandino e Maria Rosaria Napolitano, Franco Angeli 2015.

Articolo su rivista italiana: Marino, Vittoria; Lo Presti, Letizia, **COMUNICAZIONE E CITIZEN ENGAGEMENT. L'ESPERIENZA DELL'UNIONE EUROPEA ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK. MERCATI E COMPETITIVITÀ**. Vol. 3, 2015

De Nisco, Alessandro; Mainolfi, Giada; Marino, Vittoria; Napolitano, Maria Rosaria, **AUFMERKSAMKEIT FRAU MERKEL! ANIMOSITÀ ECONOMICA, ETNOCENTRISMO ED EFFETTO COUNTRY-OF-ORIGIN: UNO STUDIO SULLA PERCEZIONE DELLA GERMANIA IN ITALIA DURANTE LA CRISI DELL'EURO**. MERCATI E COMPETITIVITÀ, n.2, 2015.

## **2014**

Articolo su rivista internazionale: Vittoria Marino, Raffaella Montera, Entrepreneurial woman and territory. A cross sectoral analysis" in *Local Economy*, volume 29, 2014.

Monografia: *I Centenari. Long lived Italian Family Firms. A Storytelling Experience*, Area Blu Edizioni, 2014.

Contributo in libro: "Women Entrepreneurs in the Global Hotel Industry: Evidence from Italy" in "Women Entrepreneurship: New Management and Leadership Models", Louise Kelly (a cura di) ABC-CLIO, California.

Articolo: Testa M., Marino V., Metallo G., Quattrociochi B., Esposità De Falco S., The knowledge-based internationalization of Italian fashion firms. The Chinese market experience, in *Esperienze d'Impresa*, n.1/2014

## **2013**

Monografia: Vittoria Marino, Giada Mainolfi, Country Brand Management, Egea.

Contributo in libro: Vittoria Marino, Mario Testa "Terre solidali and FAO Somalia: International cooperation and cross-cultural marketing. Marketing Management and Strategy", An African casebook, Kuada J., Tesar G. (a cura di), ROUTLEDGE, New York.

Monografia: Marino V., L'imprenditoria femminile in provincia di Salerno. Monitoraggio e dinamiche evolutive delle ditte individuali, Editoriale Scientifica.

Articolo: Gallucci C., Marino V., Montera R., Gentile G., The international marketing business model of long-established family businesses: familism and determinants of internationalization. *JOURNAL OF MARKETING TRENDS*. Vol. 2. 2013.

Articolo su rivista internazionale: Marino V. Mainolfi G., , "Analysing and Evaluating the Country Brand. Perceived reputation of Made in Italy on Chinese market", *International Journal of Chinese Culture and Management*, Vol. 3, 2013.

## **2012**

Monografia: Marino V., Mainolfi G., Il processo di Country Branding per l'attrattività del sistema Paese. Una interpretazione comparativa delle esperienze internazionali, Editoriale Scientifica, Napoli 2012.

Articolo su rivista: De Nisco A., Stata Elliot, Nicolas Papadopoulos, Giada Mainolfi, Vittoria Marino, Maria Rosaria Napolitano; "Turismo internazionale ed "effetto made in". L'influenza dell'immagine paese sulla soddisfazione turistica e le attitudini post-visita" in *Mercati e Competitività*, n.3, 2012.

Articolo su rivista: Riviezzo A., Testa M., Marino V., Napolitano MR., "Assessing the effectiveness of entrepreneurial training programmes: findings from a Critical Incident Analysis" in *International Journal of Operations and Quantitative Management*, vol. 18, n.3, Settembre 2012.

Contributo in libro: De Nisco A., Mainolfi G., Marino V., Napolitano M.R., Marino V., "Tourism Experience, Country Image and Post-Visit Attitudes. A study on International tourists In Italy", in *International Marketing and the Country of Origin Effect: The Global Impact of "Made in Italy"* in Bertoli G., Resciniti R. (a cura di), Elgar Publisher, 2012.

Articolo su rivista: Marino V., Testa M., Metallo G., Quattrociochi B., "Assessing the learning process in the internationalization of Fashion Firms. The role of a partner in China", in *International Studies of management and Organization* (accettato e in stampa).

Capitolo di libro: Marino V., Saccà F., Saccà G., Lavoratori oggi tra U-TOPOS e EU-TOPOS, in Marino V., (a cura di), I processi di orientamento in uscita. Contenuti metodi e strumenti per l'accesso al mondo del lavoro, vol.14, Seconda ed., Editoriale Scientifica, Napoli 2012.

Capitolo di libro: Marino V., Saccà F., Saccà G., Imprenditori di se stessi in un'ottica work&life balance, in Marino V., (a cura di), I processi di orientamento in uscita. Contenuti metodi e strumenti per l'accesso al mondo del lavoro, vol.14, Seconda ed., Editoriale Scientifica, Napoli 2012.

Capitolo di libro: Marino V., Saccà F., Saccà G., Lavoratori domani tra U-TOPOS e EU-TOPOS, in Marino V., (a cura di), I processi di orientamento in uscita. Contenuti metodi e strumenti per l'accesso al mondo del lavoro, vol.14, Seconda ed., Editoriale Scientifica, Napoli 2012.

Capitolo di libro: Marino V., Saccà F., Saccà G., Contesti lavorativi evoluti e nuovi approcci relazionali al mondo del lavoro, in Marino V., (a cura di), I processi di orientamento in uscita. Contenuti metodi e strumenti per l'accesso al mondo del lavoro, vol.14, Seconda ed., Editoriale Scientifica, Napoli 2012.

Capitolo di libro: Marino V., Saccà F., Saccà G., Glossario. Nuove tendenze nei linguaggi e forme evolute di comunicazione, in Marino V., (a cura di), I processi di orientamento in uscita. Contenuti metodi e strumenti per l'accesso al mondo del lavoro, vol.14, Seconda ed., Editoriale Scientifica, Napoli 2012.

## 2011

Articolo su rivista italiana: Marino V., Mainolfi G., "The process of country branding for the enhancement of the reputational capital. A case study in China", in *Esperienze d'impresa*, n. 2/2011.

Articolo su rivista italiana: Marino V., Gallucci C., "L'espansione internazionale e il passaggio generazionale. Il caso delle imprese storiche familiari campane", in *Micro&MacroMarketing*, n.2/2011.

Articolo su rivista italiana: Metallo G., Marino V., Mainolfi G., "Caratteristiche del mercato del tessile-abbigliamento in Russia. strategie di penetrazione per le Pmi campane" in *Sinergie Rapporti di Ricerca*, n. 32/11

Curatela: Marino V. (edited by), I processi di orientamento in uscita. Contenuti metodi e strumenti per l'accesso al mondo del lavoro, vol.14, Editoriale Scientifica, Napoli 2011.

Monografia: Marino V., *L'imprenditoria Femminile. Analisi strutturale, condizioni di vitalità e strategie di sopravvivenza in provincia di Salerno*, Editoriale Scientifica, Napoli 2011.

Capitolo in libro: Marino V., Saccà G., "L'identikit personal/professionale del mediatore, tra competenze tecniche e abilità trasversali", in Vivis V. (a cura di), *Quaderni della mediazione*, vol. 1, Giappichelli, Torino, pp. 81-87.

Capitolo in libro: Marino V., Saccà G., "La mediazione tra empowerment e buona formazione dell'obiettivo", in Vivis V. (a cura di), *Quaderni della Mediazione*, vol. 2, Giappichelli, Torino, pp. 88-86.

Capitolo in libro: Marino V., Saccà G., "Il metodo P.O.L.C. per la gestione del processo di conciliazione", in Vivis V. (a cura di), *Quaderni della Mediazione*, vol. 3, Giappichelli, Torino, pp. 67-74.

## 2010

Articolo su rivista italiana: Marino V., Mainolfi G., "Made in Italy e Country Branding: strategie di marca per il Sistema Italia", in *Mercati e Competitività*, n. 4/2010.

Curatela: Marino V. (a cura di), *Casi di Marketing Internazionale*, Giappichelli Editore, Torino, 2010.

Articolo su rivista italiana: Gallucci C., Marino V., "Quality oriented services marketing for eno-gastronomy areas. Findings from a survey of local actors in The parco nazionale del Cilento e del Vallo di Diano", in *Esperienze d'impresa* n. 2/2010.

Contributo in libro: Marino V., "L'apprendimento dei gruppi e il metodo dei casi" in Marino V. (a cura di) *Casi di marketing Internazionali*, Giappichelli, Torino 2010.

*Campus Universitario di Fisciano, 12 febbraio 2016*

*Il sottoscritto, consapevole che in caso di dichiarazione mendace sarà punito ai sensi del Codice Penale secondo quanto prescritto dall'art. 76 del DPR 445/2000 e che, inoltre, qualora dal controllo effettuato emerga la non veridicità del contenuto di taluna delle dichiarazioni rese, decadrà dai benefici conseguenti al provvedimento eventualmente emanato sulla base della dichiarazione non veritiera (art.75 DPR 445/2000).*