

Alberto Pastore

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle imprese

Sapienza Università di Roma

Via del Castro Laurenziano 9, 00161 Roma



CURRICULUM ACCADEMICO

2001 - oggi

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle imprese presso la **Sapienza** Università di Roma, Facoltà di Economia, Dipartimento di Management, dove insegna “Strategie d’impresa”, e “Marketing”.

2021 – oggi

Delegato del Rettore per il Placement, Sapienza Università di Roma

2021 – oggi

Membro della **Cabina di Regia per la Terza Missione**, Sapienza Università di Roma

2021 – oggi

Professore **Emerito della Società Italiana di Marketing - SIM**

2006 - oggi

Direttore del “*Master Universitario in Marketing Management*” della **Sapienza** Università di Roma, Facoltà di Economia, Dipartimento di Management.

2016 - oggi

Chief Editor della collana di Management edita da Mc Graw Hill.

2016 – oggi

Chief Editor della “*International series in advanced management studies - ISAMS*” edita da Springer in collaborazione con la Società Italiana di Management.

2019 - oggi

Co-Editor in Chief della rivista “Sinergie. Italian Journal of Management”,
Official Journal della Società Italiana di Management

2013 - 2019

Presidente (e fondatore) della Società Italiana di Management - SIMA,
Società scientifica dei docenti di Economia e gestione delle imprese Italiani
(SSD 13/B2).

2019 - oggi

Membro del Consiglio Direttivo della Società Italiana di Management -
SIMA, in qualità di Former President.

2010- oggi

Membro del Collegio dei Docenti del Dottorato di Ricerca in
“**Management, Banking and Commodities Science**”, della Sapienza
Università di Roma, Dipartimento di Management.

2015-oggi

Co-Chair della International Marketing Trends Conference – IMTC, Paris-
Venice, ESCP Business School

2019

Chair del Convegno annuale SIMA-Società Italiana di Management
“**Management and sustainability. Creating shared value in the digital era**”,
Sapienza Università di Roma 15-16 giugno 2019.

2017, 2018, 2020

Membro del Comitato scientifico del Convegno annuale SIMA-Società
Italiana di Management (2017, Università Federico II di Napoli; 2018,
Università Cà Foscari di Venezia; 2020, Università di Pisa).

2017 – 2019

Membro del Consiglio Direttivo dell’Accademia Italiana di Economia
Aziendale – AIDEA

2010 - 2013

Direttore del Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma
Il Dipartimento annovera 50 docenti appartenenti a 7 diversi settori scientifico-disciplinari e
13 unità di personale amministrativo. Gestisce 2 corsi di Laurea, 3 corsi di Laurea Magistrale,
3 dottorati di ricerca, 3 master, 2 corsi di formazione superiore. Svolge attività di ricerca
applicata, formazione e consulenza per istituzioni e imprese. Partecipa a 5 centri di ricerca
interdipartimentali della Sapienza.

2005-2009

Coordinatore del Dottorato di Ricerca in *Economia e Finanza nel Governo dell'Impresa*, della **Sapienza** Università di Roma, Facoltà di Economia, Dipartimento di Management.

2006 - 2013

Membro del Consiglio Direttivo della “Società Italiana di Marketing”

2012 - 2013

Presidente del Premio Marketing per l'Università della Società Italiana di Marketing (già Premio Philip Morris per il Marketing)

2010 - 2011

Professore a contratto di “**Strategie di comunicazione**” presso l'Università **L.U.I.S.S.**

2002 - 2007 **Coordinatore del “*Master Universitario in Marketing Management*”** della **Sapienza** Università di Roma, Facoltà di Economia, Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa.

1999 - 2009

Membro della Giunta direttiva del Dipartimento di “Scienze della gestione d'impresa” della **Sapienza** Università di Roma.

2005 - 2008

Professore a contratto di “**Marketing Management**” presso l'Università **L.U.I.S.S.**

2002 - oggi

Titolare degli insegnamenti

- “Product offering management”
- “Politica distributiva, Trade marketing, Retail marketing”
- “Marketing Communication”
- “Market driven management”
- “Business Administration”

al “**Master Universitario in Marketing Management**” della **Sapienza** Università di Roma, facoltà di Economia, Dipartimento di Management.

2001 – 2005 e 2009 - oggi

Professore a contratto di “**Economia e tecnica della pubblicità**” presso l'Università **L.U.I.S.S.**

1999 – 2001

Professore Associato (II fascia) presso la **Sapienza** Università di Roma (corso di laurea di Latina), dove ha insegnato Economia e gestione delle imprese, Management, Marketing.

1998 - 1999

Professore a contratto presso l'**Università degli Studi della Tuscia** per l'anno accademico '98-'99, incaricato dell'insegnamento di **Economia e gestione delle imprese commerciali**.

1997- 1998

Ricercatore di Economia e Gestione delle Imprese presso l'Istituto di Economia e Tecnica delle imprese industriali commerciali e di pubblica utilità della **Sapienza** Università di Roma.

1996 - 1997

Professore a contratto presso l'**Università degli Studi di Macerata** per l'anno accademico '96-'97, incaricato dell'insegnamento di **Economia e gestione delle imprese**.

1993 - 1994

Professore a contratto presso l'**Università degli Studi di Macerata** per l'anno accademico '93/'94, incaricato dell'insegnamento di **Marketing internazionale**.

ALTRE ATTIVITA' ACCADEMICHE

2017 – oggi

Membro della “Marketing all of Fame Academy” dell’American Marketing Association New York.

2002 – 2007. Membro del Nucleo di Valutazione della Facoltà di Economia della **Sapienza** Università di Roma.

PROGETTI DI RICERCA

2020

Responsabile del progetto di ricerca “Sustainable Leadership in Europe”, finanziato da CEC European Managers.

2019

Responsabile del Progetto di ricerca della Sapienza Università di Roma su “...”

2015

Responsabile del Progetto di ricerca della Sapienza Università di Roma su “Digitization of integrated marketing communication. An exploratory analysis”

- 2014
Responsabile del Progetto di ricerca CERMES su “La comunicazione integrata online offline. Le sfide per gli advertiser”
- 2012
Responsabile del Progetto di ricerca della Sapienza Università di Roma su “Destination brand personality: tratti, dimensioni e determinanti”
- 2011
Responsabile del Progetto di ricerca della Sapienza Università di Roma su “L’innovazione delle strategie di branding in rete”
- 2010
Responsabile del Progetto di ricerca della Sapienza Università di Roma “Il ruolo del Country of origin effect nelle strategie competitive e nei processi di consumo. Un’indagine empirica in Italia.”
- 2009
Responsabile del Progetto di ricerca dell’Ateneo Federato di Scienze umanistiche giuridiche ed economiche dell’Università degli Studi “La Sapienza” su “Convergenza multimediale e brand architecture: un’analisi delle dinamiche evolutive nel settore delle TLC”
- 2008
Responsabile del Progetto di ricerca dell’Ateneo Federato di Scienze umanistiche giuridiche ed economiche dell’Università degli Studi “La Sapienza” su “Le prospettive di sviluppo per le medie imprese nelle dinamiche evolutive del grocery”.
- 2007
Responsabile del Progetto di ricerca dell’Ateneo Federato di Scienze umanistiche giuridiche ed economiche dell’Università degli Studi “La Sapienza” su “Il country of origin effect: aspetti teorici e prospettive applicative per il Made in Italy”
- 2006
Responsabile del Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi “La Sapienza” su “Il governo della business identity”
- 2004-2006
Progetto di ricerca di interesse nazionale (PRIN): “Quale nuova impresa pubblica nell’Unione europea”.
Responsabile dell’Unità operativa dell’Università La Sapienza
- 2005
Responsabile del Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi “La Sapienza” su “Il ruolo delle PMI commerciali nelle dinamiche evolutive della distribuzione in Italia”.
- 2004
Responsabile del Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi “La Sapienza” su “La comunicazione nel governo dell’impresa”.
- 2003
Responsabile del Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi “Approccio sistemico al governo dell’impresa, tecnologie digitali e nuove frontiere del marketing”.
- 2002
Responsabile del Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi “La Sapienza” su “Il marketing turistico e territoriale per lo sviluppo delle aree locali”.
- 2001
Responsabile del Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi “La Sapienza” su “Il rapporto con il mercato nell’approccio sistemico al governo dell’impresa”.
- 2000

Responsabile del Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi "La Sapienza" su "Internet Marketing".

1999

Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi "La Sapienza" su "Il Category Management quale strumento del marketing integrato".

1998

Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi "La Sapienza" su "La gestione del valore reso al cliente".

1997

Progetto di ricerca della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi "La Sapienza" su "L'evoluzione dei rapporti tra industria e distribuzione".

1990 - 1991

Progetto finalizzato CNR "Servizi e strutture per l'internazionalizzazione delle imprese italiane e sviluppo delle esportazioni", unità operativa del Sottoprogetto 4, tema 4.5: "I trasferimenti internazionali di tecnologia". Borsista CNR.

ATTIVITA' DI FORMAZIONE

1990 - 2007

Docente presso la **L.U.I.S.S. Business School**

Master in Business Administration, Corso di Marketing, Corso di Sviluppo manageriale, Corso di Management della distribuzione commerciale, Corso di Management della PMI, Master in Marketing e Comunicazione d'impresa.

Corsi Corporate per Telecom, Ford e Wind.

1990 – oggi

Ha svolto attività di formazione presso:

- Scuola Superiore G. Reiss Romoli
- Ministero Industria Commercio e Artigianato
- Confcommercio
- Di Mauro Officine Grafiche S.p.A.
- Maiorana Maggiorino S.p.A.
- Emmepiù S.r.l.
- Fondazione Cassa di Risparmio della provincia di Teramo
- Camera di commercio di Pescara
- Illy Caffè S.p.A.
- Master Publi.com per Dirigenti della Pubblica Amministrazione
- Master di Sviluppo Economico per il Terziario della Fondazione Istituto Guglielmo Tagliacarne
- Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca
- Master in marketing e organizzazione degli eventi - Università LUMSA
- Executive Master in Business Administration – Mib School of Management
- Midiform
- ACEA s.p.a.
- Telecom
- Federfarma
- Agenzia delle Entrate
- AIS
- ICE - Istituto per il Commercio Estero
- SDIPA Scuola di Direzione per le Imprese e la Pubblica Amministrazione
- Master in Business Administration dell'Università di Torino per FCA
- Master in Business Administration dell'Università Cà Foscari per Siemens
- Ferdermanager

COMITATI SCIENTIFICI ED EDITORIALI

Membro dell'Editorial Advisory Board dell' "Euromed Journal of Business"

Membro del board editoriale del "Journal of marketing trends"

Membro del comitato scientifico della rivista "Finanza Marketing e Produzione" (fino al 2014)

Membro del comitato scientifico della rivista "Micro e macro marketing"

Membro del comitato editoriale della rivista "Mercati e competitività. Italian Journal of Marketing" (fino al 2019)

Membro del comitato scientifico della rivista "Esperienze d'impresa".

Membro del comitato scientifico della Collana in "Comunicazione d'Impresa" di Franco Angeli

Membro del comitato editoriale della rivista "Economia e management" – SDA Bocconi, Egea

Membro del comitato scientifico della Collana in "Management e Marketing" di Giappichelli

Membro del comitato Scientifico del "Premio Marketing" della Società Italiana di Marketing

Membro della Commissione per l'assegnazione della Laurea ad Honorem a Philip Kotler, Sapienza Università di Roma, novembre 2018.

Membro di Commissioni di concorso internazionali per posizioni di Full Professor (Academic Center for Law and Business, Ramat-Gan, Israel; Université Evry Val d'Essonne, France)

Membro Onorario della "Scuola Terza Generazione"

Membro del Comitato Scientifico del Think Tank "Food and Planet"

PREMI E RICONOSCIMENTI SCIENTIFICI

Best Paper Award - Convegno annuale Società Italiana di Marketing 2020

Marketing Trends Award 2011 – ESCP Europe

Highly Commended Paper winner in the 2016 Emerald Literati Network Awards for Excellence

PUBBLICAZIONI

Numero citazioni 1.814

- H-index: 18
- Monografie: 10
- Curatele: 3
- Articoli scientifici: 47
- Capitoli di libro: 33
- Atti di Convegno: 48
- Altre comunicazioni a Convegni:
- Altre Pubblicazioni: 16

MONOGRAFIE (9)

1. A. Mattiacci, A. Pastore (2021), “**Marketing**”, Seconda edizione rivista ed ampliata, HOEPLI, Milano.
2. J. Dyer, P. Godfrey, R. Jensen, D. Bryce, A. Pastore (2019), “**Strategic Management**”, ISEDI, Milano
3. A. Mattiacci, A. Pastore (2014), “**Marketing. Il management orientato al mercato**”, HOEPLI, Milano.
4. A. Pastore, M. Vernuccio (2009), “**La distribuzione dei farmaci PHT. Un focus sulla Regione Lazio**”, Aracne, Roma.
5. A. Pastore, M. Vernuccio (2008), “**Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management**”, seconda edizione, APOGEO, Milano.
6. A. Pastore (2008), “**Gli scenari di sviluppo del grocery. Quali prospettive per le medie imprese italiane?**”, Franco Angeli, Milano.
7. A. Pastore, M. Vernuccio (2006), “**Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management**”, APOGEO, Miano.
8. A. Pastore, M. Vernuccio (2004), “**Marketing innovazione e tecnologie digitali. Una lettura in ottica sistemica**”, CEDAM, Padova.
9. A. Pastore (1996), “**I nuovi rapporti tra industria e distribuzione. Le aree e gli strumenti per la partnership**”, CEDAM, Padova.
10. A. Pastore (1995), “**La gestione per attività. Activity Based Costing e Activity Based Management: principi e applicazioni**”, CEDAM, Padova.

CURATELE (3)

1. A. Pastore. M. Vernuccio, a cura di, (2010) “**L’impresa farmacia. Evoluzione del contesto e dinamiche reddituali**”, Aracne, Roma.
2. A. Pastore, edizione italiana a cura di, (2008), “**Made-in**”, di E. D. Jaffe, D. Nebenzahal, Baldini Castoldi e Dalai Editore, Milano.
3. A. Pastore, a cura di (2006), “**Casi di Marketing. Vol. 2**”, Franco Angeli, Milano.

ARTICOLI SU RIVISTE scientifiche (47)

1. Pastore A., (2021) **Quando la sostenibilità entra nell'anima del Brand. Il Caso Findus**, Harvard Business Review Italia, n. 4.
2. Vernuccio M., Cesareo L., Pastore A., Kitchen P. (2021) **Managerial and organizational perspectives on online–offline integration within integrated marketing communication: toward a holistic conceptual framework**, International Journal of Advertising, DOI: 10.1080/02650487.2021.1897432
3. Pastore A., Ugolini M., (2020) **“Sustainability Transformation, the challenge is now!”**, editoriale del numero monografico “Management and sustainability: creating shared value in the digital era”, Sinergie Italian Journal of Management, vol. 38 Issue 1.
4. Vernuccio M., Patrizi M., Pastore A., (2020) **“Developing voice-based branding: insights from the Mercedes case”**, Journal of Product and Brand Management.
5. Chaudry P. Cesareo L. Pastore A. (2019) **“Resolving the Jeopardies of Consumer Demand: Revisiting Demarketing Concepts”**, Business Horizons.
6. Santoro G., Vrontis D., Pastore A. (2017) **“External knowledge sourcing and new product development: Evidence from the Italian food and beverage industry”**, British Food Journal,
7. Bertoldi B., Giachino C., Pastore A. (2016) **“Strategic pricing management in the omnichannel era.”** Mercati & Competitività, n. 4.
8. Vernuccio M., Pagani M., Barbarossa C., Pastore A., (2015), **Antecedents of brand love in online network-based communities. A social identity perspective**. Journal of product and brand management, n° 24, 7.
9. Cesareo, L., Pastore, A. & Ugolini, G. (2015). **Pirate or Subscriber? An exploratory study on Italian consumers' music habits**. Sinergie Italian Journal of Management, 96 (33), 155-173.
10. J. Hornik, R. S. Satchi, L. Cesareo, A. Pastore, (2015), **Information dissemination via electronic word-of-mouth: Good news travels fast, bad news travels faster!** Computers in Human Behavior, 45.
11. S. Gilboa, E. D. Jaffe, D. Vianelli, A. Pastore, R. Herstein, (2015), **A summated rating scale for measuring city image**, Cities, 44.
12. L. Cesareo, A. Pastore, (2015), **Consumers' attitude and behavior towards online music piracy and subscription-based services**, Journal of Consumer Marketing, 6.
13. C. Barbarossa, A. Pastore (2015), **Why environmentally conscious consumers do not purchase green products: a cognitive mapping approach**. *Qualitative Market Research: An International Journal*. - Highly Commended Paper winner in the 2016 Emerald Literati Network Awards for Excellence
14. M. Vernuccio, A. Latorre, A. Pastore, (2015), **Le imprese e il social commerce: opportunità e sfide manageriali**, Mercati e competitività, 1.
15. A. Pastore, M. Frey, (2014), **Più valore per la società e l'economia: un confronto sul mestiere del docente. Il percorso proposto da SIMA** (Società Italiana di Management), Sinergie.
16. A. Pastore, F. Cesaroni, L. Cesareo, (2015), L.. **Counterfeiting and Culture: Consumer Attitudes towards Counterfeit Products**. Journal of Marketing Trends, 2.
17. A. Pastore, L. Cesareo, (2014), **“No al falso! Un'indagine esplorativa sulle strategie anti-contraffazione delle imprese di marca”**, Mercati e Competitività, 2.
18. A. Pastore, C. Barbarossa (2012), **“Green consumer behavior: an exploration of values held by subjectivist consumers”**, Mercati e competitività.
19. M. Vernuccio, F. Ceccotti, A. Pastore (2012), **“L'innovazione nella comunicazione di marketing secondo gli attori del network. Una lettura con le mappe cognitive”**, Sinergie.

20. A. Pastore, A. Giraldi (2012), **“Destination personality: sources and dimensions. The case of Rome”**, Finanza Marketing e Produzione, n° 4.
21. A. Pastore (2012), **“La mobilità nel rispetto dell’ambiente. Il ruolo del marketing”**. Mercati e competitività, n° 2.
22. A. Pastore, C. Barbarossa (2010), **“La gestione strategica dell’architettura di marca nei settori convergenti technology driven”**, Sinergie, n° 82.
23. A. Pastore (2009), **“Market driven management nell’economia digitale”**, Mercati e Competitività, n° 1.
24. A. Pastore, V. Cecconi, E. Fornari (2007), **“Sviluppo e riposizionamento della marca commerciale”**, Finanza, Marketing e Produzione, n° 2.
25. A. Pastore, C. Lumaca (2004), **“I sistemi di governo strategico nel quadro di evoluzione della pubblica amministrazione: alcune riflessioni”**, Economia e diritto del terziario, n° 3.
26. A. Pastore, M. Vernuccio, (2004), **“Il packaging nel processo di consumo. Prospettive di analisi tra marketing e semiotica”**, Finanza Marketing e Produzione, n° 3.
27. A. Pastore, M. Petrocelli, (2004) **“Approccio alle competenze nel governo dell’impresa. Un modello teorico applicativo”**, Esperienze d’impresa, n° 1.
28. A. Pastore, M. Vernuccio, (2002), **“Comunicazione di marketing e new media. L’internet advertising”**, Industria & Distribuzione, n° 2.
29. A. Pastore, F. Ricotta, M. Vernuccio, (2002), **“Lo start-up del processo di marketing turistico e territoriale nella Valle dell’Aniene”**, Esperienze d’impresa.
30. A. Pastore, L. Pellegrini, R. Ravazzoni, (2001), **“La dimensione settoriale dell’innovazione. La distribuzione commerciale”**, Sinergie, n° 55.
31. A. Pastore, C. Golinelli, (2000), **“Il category management quale strumento di collaborazione nel marketing integrato. Un caso di studio”**, Economia e Commercio, n° 1.
32. A. Pastore, G. Vagnani, (2000), **“Ruolo e prospettive dell’E-Commerce nell’evoluzione dei sistemi distributivi”**, Industria & Distribuzione, n° 1.
33. G. Cuomo, A. Pastore, M. Vernuccio, (2000), **“Internet marketing e comunità virtuali”**, Industria & Distribuzione, n° 3.
34. A. Pastore, E. Massaroni, (1999), **“Le relazioni dell’impresa con il mercato di fornitura e di vendita. Verso un approccio sistemico”**, Esperienze d’impresa, n° 2.
35. A. Pastore, C. Golinelli, (1999), **“La gestione dei processi nel governo dell’impresa”**, Sinergie, n° 50.
36. A. Pastore, E. Massaroni, (1998), **“La Riprogettazione del processo logistico”**, Esperienze d’impresa, n° 1.
37. A. Pastore, (1998), **“Category management; l’impatto sui processi di pianificazione e controllo e sui sistemi informativi delle imprese commerciali”**, Commercio, n° 61.
38. A. Pastore, (1998), **“Le nuove sfide nei mercati distributivi”**, Sinergie, n° 46.
39. A. Pastore, (1998), **“La logistica dell’impresa commerciale. Verso la gestione integrata della supply chain”**, Sinergie, n° 47.
40. A. Pastore (1997), **“La marca commerciale nelle strategie dei distributori e nelle relazioni verticali”**, Esperienze d’impresa, n° 2.
41. A. Pastore, (1997), **“La logica di servizio quale percorso di sviluppo dei rapporti verticali nel grocery”**, Sinergie, n° 46.
42. A. Pastore, S. Piraino, (1995), **“Il marketing mix dei trasferimenti internazionali di tecnologia”**, Economia e Commercio, n° 3.
43. A. Pastore, (1995), **“L’ Electronic Data Interchange: strumento per l’integrazione di canale nei rapporti industria - distribuzione”**, Trade Marketing, n° 15.
44. G. Golinelli, A. Pastore, (1994), **“Make or Buy ? Il valore aggiunto del modello ABC-ABM”**, Esperienze d’ Impresa, n° 1.

45. A. Pastore (1994), "**I trasferimenti internazionali di tecnologia: aspetti critici e misure di performance**", Esperienze d'impresa, n° 2.
46. A. Pastore, (1994), "**Activity Based Costing e Activity Based Management nel processo di commercializzazione**", Sinergie, n° 34.
47. A. Pastore (1992), "**Il ruolo delle nuove tecnologie informative nella trasformazione della fisionomia del settore grocery**", Trade Marketing, n° 6.

CONTRIBUTI IN VOLUME (33)

1. Caridà A., Colurcio M., Pasotre A. (2021), "**The Role of Social Media to Re-design the Brand Image of Small Villages**", in in "Advances in Digital marketing and E-commerce", Springer.
2. Patrizi M., Vernuccio M., Pastore A. (2021), "**Talking to Voice Assistants: Exploring Negative and Positive Users' Perceptions**" in "Advances in Digital marketing and E-commerce", Springer.
3. Pastore A. (2021), "**Le sfide e le opportunità dell'Age Management. Dalle Imprese all'Accademia**", in "Scritti in onore di Giuseppe Tardivo", a cura di S. Bresciani e M. Viassone, Giappichelli.
4. Vernuccio M., Patrizi M., Pastore A. (2020), "**Brand anthropomorphism and brand voice: the role of the name-brand voice assistant**", in "Advances in Digital Marketing & e-Commerce", a cura di F. Martinez-Lopez, S. D'Alessandro, Springer.
5. Pastore A. (2020), "**E poi c'è anche il marketing**", in "Contributi in onore di G. Golinelli", AA.VV., Rogiosi editore.
6. Rossi M. V., Vernuccio M., Ceccotti F., Pastore A. (2020) "**In-store technologies e millennials italiani: quale impatto sull'esperienza nel punto vendita e sulla fedeltà all'insegna?**" in "contributi in onore di G. Golinelli" AA.VV., Rogiosi editore.
7. Pastore A. Morcellini S. (2018) "**Chakra Marketing**", in "Scritti seri e semiseri in onore di C. Baccarani", Giappichelli.
8. Pastore A., (2017) "**Non c'è più il Demarketing di una volta**" in Mattiacci A., Ceccotti F. (a cura di), Non esiste più il marketing di una volta, Cedam, ISBN 978-8813362201.
9. Cesareo L., Williams P., Pastore A., (2017) "**Counterfeiting luxury goods**" in Handbook of Research on Counterfeiting and Illicit Trade, 18 (5), 193, Edvard Elgar Publishing.
10. A. Pastore, L. Cesareo (2016), "**Fashion firms and counterfeiting: causes and actions**" in "Italy in a European context", a cura di D. Strangio e G. Sancetta, Palgrave MacMillan, page 105-123. ISBN: 978-1-137-56076-6
11. A. Pastore (2015), "**Competitività e relazioni di filiera. Introduzione**" in Casi di Marketing Vol. 11, a cura di C. Barbarossa, Franco Angeli, Milano.
12. Cesareo, L. & Pastore, A. (2014), "**Il fenomeno della contraffazione nella prospettiva del management. Verso un sistema per la brand protection**" in "Oltre i confini. Studi in onore di Giuseppe Burgio", a cura di R. Cagiano de Azevedo, C. Cecchi, A. Magistro, G. Milanetti, G. Sancetta, D. Strangio. Sapienza Universitaria Editrice. ISBN: 978-88-98533-44-2.
13. Cesareo, L. & Pastore, A. (2014), "**Acting on Luxury Counterfeiting**", in Reinecke, S., Berghaus, B. & Mueller-Stewens, G. The Management of Luxury. Kogan Page, 341-359.
14. A. Pastore (2013), "**Crisi economica, legislazione commerciale e competitività dei sistemi distributivi**" in IX Rapporto sulla legislazione commerciale, ANCD Conad, Agra editore, Roma.
15. A. Pastore (2012), "**Le medie imprese nella trasformazione ed internazionalizzazione dei sistemi distributivi. Quali strategie nello scenario che cambia?**", in "Le piccole e medie imprese nell'economia italiana. Rapporto 2011", a cura dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Franco Angeli, Milano.

16. A. Pastore (2012), **“I consumer trend post crisi nella distribuzione moderna”**, in *Casi di Marketing* Vol. 8, a cura di E. Bonetti, Franco Angeli, Milano.
17. A. Pastore, F. Ricotta, A. Giraldi (2011), **“Innovare l’offerta attraverso le caratteristiche estrinseche. Il ruolo del country of origin”**, in *“Creatività, innovazione e territorio”* a cura di L. Pilotti, Il Mulino, Bologna.
18. A. Pastore (2011), **“Il digital marketing. Nuove prospettive tra reale e virtuale”**, in *Casi di Marketing* Vol. 7, a cura di C. A. Pratesi, Franco Angeli, Milano.
19. A. Pastore (2010), **“Crisi e marketing. Problemi e opportunità”**, in *Casi di Marketing* Vol. 6, a cura di F. Ceccotti, Franco Angeli, Milano.
20. A. Pastore (2009), **“Il global branding”**, in *Casi di Marketing* Vol. 5, a cura di M. Vernuccio, Franco Angeli, Milano.
21. A. Pastore (2009), **“Il ruolo economico della distribuzione e le funzioni distributive”**, in A.A.V.V. (Eds.), *Marketing*, Sole 24 Ore editore, Milano.
22. A. Pastore (2009), **“Le decisioni di politica distributiva”**, in A.A.V.V. (Eds.), *Marketing*, Sole 24 Ore editore, Milano.
23. A. Pastore (2009), **“La struttura dei canali distributivi”**, in A.A.V.V. (Eds.), *Marketing*, Sole 24 Ore editore, Milano.
24. A. Pastore (2008), **“Il marketing nell’era della convergenza”**, in *Casi di Marketing* Vol. 4, a cura di G. Iasevoli, Franco Angeli, Milano.
25. G. Golinelli, A. Pastore, G. Vagnani, (2007), **“I rapporti tra sistema istituzionale e sistema impresa nella creazione dei mercati dei permessi di emissione”**, in *“Liberalizzazioni, impresa pubblica, impresa d’interesse generale nell’Unione Europea”*, a cura di R. Cafferata, Il Mulino, Bologna.
26. A. Pastore, E. Bonetti (2006), **“Il brand management del territorio”**, in *“Le marche collettive per il territorio e i cluster di imprese”*. Modelli casi e strategie di sviluppo competitivo”, Rapporto di ricerca Sinergie.
27. A. Pastore, M. Trunfio, M. Liguori (2006), **“Il marketing turistico: valenze concettuali e aspetti di governance”**, in *“Le marche collettive per il territorio e i cluster di imprese”*. Modelli casi e strategie di sviluppo competitivo”, Rapporto di ricerca Sinergie.
28. A. Pastore (2004), **“Le dinamiche evolutive della distribuzione in Italia. Il Ruolo delle PMI commerciali”**, di Alberto Pastore, in *“Le piccole e medie imprese nell’Economia Italiana. Rapporto 2004”*, Unioncamere, Fondazione Istituto Guglielmo Tagliacarne, Franco Angeli, Milano.
29. A. Pastore, S. Barile (2002), **“Forme, caratteri e divenire sistemico dei rapporti con la distribuzione ed il consumo”**, in *“Approccio sistemico e governo dell’impresa – parte III”*, di G. Golinelli, CEDAM, Padova.
30. G. Cuomo, A. Pastore (2001), **“A category management case history”**, di Gennaro Cuomo e Alberto Pastore, in *“Retail Product Management”*, di Rosmary Varley, Routledge.
31. A. Pastore (1997), **“Aspetti critici e fattori di successo di un trasferimento internazionale di tecnologia”**, in *“I trasferimenti internazionali di tecnologia: un modello decisionale per la piccola media impresa”*, F. Angeli, Milano.
32. A. Pastore (1994), **“L’analisi di contribuzione di prodotto nelle imprese commerciali (grocery)”** in *“Struttura e governo dell’impresa”*, di G. M. Golinelli, CEDAM, Padova.
33. A. Pastore (1994), **“La gestione per attività (Activity Based Costing e Activity Based Management): verso il superamento dell’approccio tradizionale di governo dell’impresa”** in *“Struttura e governo dell’impresa”*, di G. M. Golinelli, CEDAM, Padova.
34. A. Pastore (1994), **“I fattori chiave di successo per il trasferimento di tecnologia verso i paesi in via di sviluppo”**, Paper nell’ambito del PFI del CNR *“Servizi e strutture per l’internazionalizzazione delle imprese italiane e sviluppo delle esportazioni”*, sottoprogetto 4.5.

CONTRIBUTI pubblicati in ATTI CONVEGNO (48)

1. Ceccotti F., Vernuccio M., Mattiacci, A., Pastore A., (2020) **“Trasformazione digitale ed evoluzione dei business model delle agenzie tradizionali in Italia: un’analisi esplorativa sui professionisti della comunicazione”**, in Atti del Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Università Liuc di Castellanza. Best Paper Award
2. Caridà A., Colurcio M., Edvardsson B., Pastore A., (2020) **“Orchestrating multi-actor collaboration in service”**, Cinet Conference 2020, 20-22 settembre, Politecnico di Milano, Milan.
3. Scala S., Ceccotti F., Pastore A. (2020) **“Creative crowdsourcing: exploring the relationship between brand seeker and two-sided platform”**, Sinergie-SIMA Management Conference 2020, 7-8 settembre, Scuola Superiore S. Anna, Pisa.
4. Patrizi M., Vernuccio M., Pastore A. (2020) **“Gli Assistenti Vocali agli occhi dei Millennials: un’indagine esplorativa”**, Sinergie-SIMA Management Conference 2020, 7-8 settembre, Scuola Superiore S. Anna, Pisa.
5. Penco L., Mocchiari Li Destri A., Perri A., Pastore A., Castaldo S. (2020), **“Diversity & Inclusion (D&I) in Management Academies: State of The Art and Future Challenges”** Sinergie-SIMA Management Conference 2020, 7-8 settembre, Scuola Superiore S. Anna, Pisa
6. Costa M., Pastore A. (2020) **“Efficienza e produttività del personale nel settore bancario italiano Le leve industriali a sostegno dei piani strategici post Coronavirus”**, Sinergie-SIMA Management Conference 2020, 7-8 settembre, Scuola Superiore S. Anna, Pisa.
7. Pastore A., Carida A., Colurcio M., Edvarsson B., Melia M., (2019), **“Fueling novel and sustainable Service Ecosystems: the orchestrating role of engagement platforms”**, XXIX International RESER Conference “Services and the future of the workforce”, September 12th-14th, 2019, Ceuta, Spain.
8. Vernuccio M., Patrizi M., Pastore A. (2019) **“Artificial Intelligence and Brand Anthropomorphisation: The Role of Voice Assistants”** 48th European Marketing Academy Conference (EMAC) Conference, 28-31 May, Amburgo, Germany.
9. Vernuccio M., Patrizi M., Pastore A. (2019) **“L’assistente vocale di marca: quali implicazioni per il branding? Evidenze dal caso Mercedes”** Sinergie-SIMA Management Conference 2019, 20-21 giugno, Roma Sapienza.
10. Costa M., Pastore A. (2019) **“How the Automation Impacts on the Reshoring Strategy in the Financial and Business Services”** Sinergie-SIMA Management Conference 2019, 20-21 giugno, Roma Sapienza.
11. Colurcio M., Edvardsson B., Carè S., Pastore A. (2018) **“Smart Resource Integration”**, in *Opportunities for Services in a Challenging World, Proceedings of the 10th Servsig Conference*, IESEG School of Management, June 14 – 16, Paris, France – ISBN 978-2-9516606-3-2
12. Caridà A., Edvardsson B., Pastore A., Colurcio M., (2018) **“Technology enabled resource integration in service ecosystems”** in IRSSM – 9, The 9th International Research Symposium in Service Management, University of Ljubljana, July 23 – 28, Ljubljana, Slovenia.
13. Colurcio M., Caridà A., Edvardsson B., Pastore A., (2018), **Resource Integration to shape Dynamics Relationship in Technology-Enabled Service Ecosystem**, Nordic Workshop on Relationship Dynamics – NoRD, September 19 – 21, Karlstad, Sweden.
14. Iannoni F., Pastore A., (2018) **“Collusioni, processi decisionali e intelligenza artificiale”**, Convegno Sinergie-SIMA 2018, 14-15 giugno, Venezia.
15. Rossi M.V., Vernuccio M., Pastore A., (2018) **“I millennials italiani e le nuove in-store technologies. Un’indagine esplorativa nel fast fashion”**, Convegno Sinergie-SIMA 2018, 14-15 giugno, Venezia.

16. Candelo E., Pastore A., (2015) **“CSR activities and communication in the automotive industry. Benchmark and trends in main worldwide carmakers”**. Atti dell’undicesimo Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Università degli Studi di Torino, Torino.
17. Cesareo L., Stoeettinger B., Pastore A. (2015). **“Real or Counterfeit? Drivers, deterrents and coping mechanism against online consumer deception”** Association for Consumer Research, North American Conference, 1-4 october, New Orleans, USA.
18. Vernuccio, M., Cesareo, L., Michellini, L., Pastore, A. (2015). **“Online and offline integration in marketing communication. Delving into the business perspective”**. 44th European Marketing Academy Conference (EMAC) Conference, 26-29 May, Leuven, Belgium.
19. Vernuccio M., Pagani M., Barbarossa C., Pastore A., (2014), **“The role of social-interactive engagement and social identity in the development of brand love through Facebook fan page”**, Academy of Marketing Science, 21-23 May, Indianapolis, USA.
20. Vernuccio M., Pagani M., Barbarossa C., Pastore A., (2014), **“The effects of social-interactive engagement and social identity on brand love in online network-based communities”**, 43rd European Marketing Academy Conference, 3-6 June, Valencia, Spain.
21. Pastore A., Cesareo L. **“The consumers’ choice: Illegal music downloads vs. subscription-based music services”** in Atti del decimo Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Università di Modena.
22. Gilboa S., Vianelli D., Jaffe E., Pastore A., Hersteing R., (2014), **“A Summated Rating Scale for Measuring City Image”** in Atti del 11th International Congress on Marketing Trends, Venezia.
23. A. Pastore, L. Cesareo (2013), **“Delving into the Counterfeiting Phenomenon: An Exploratory Analysis of Original Brands’ Perceptions and their Strategies against Fakes”**, 42nd European Marketing Academy Conference, *poster session*, 4-7 June, Istanbul Technical University.
24. L. Cesareo, B. Stöttinger, A. Pastore (2013), **“How to fight the online purchase of luxury counterfeit products: manufacturer insights and strategies”**, in Atti della X Annual Conference of the Italian Marketing Academy, 3-4 October, Università degli Studi di Milano Bicocca, Milano.
25. A. Latorre, M. Vernuccio, A. Pastore (2013), **“Social Commerce: managerial challenges and marketing opportunities. A qualitative study”**, in Atti del 42nd European Marketing Academy Conference, Istanbul, Turchia.
26. A. Pastore, L. Cesareo (2012), **“Lotta alla contraffazione! Un’analisi esplorativa su strategie, strumenti e azioni delle imprese di marca”**, in Atti del Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Benevento.
27. A. Pastore, A. Giraldi (2012), **“La brand personality dei luoghi di destinazione. Uno studio esplorativo sulla città di Roma”**, in Atti del Convegno annuale di Sinergie, Milano.
28. A. Pastore, C. Barbarossa (2011), **“Why people do not buy environmentally friendly products? An exploratory approach”**, in Atti del 10th International Congress on Marketing Trends, Parigi.
29. A. Pastore, C. Barbarossa (2011), **“Almost green. Exploring why environmentally minded consumers do not translate their intentions into purchase behavior”**, in Atti del 40th Conference of European Marketing Academy, Lubiana.
30. M. Vernuccio, F. Ceccotti, A. Pastore (2011), **“L’innovazione nella comunicazione integrata di marketing. Un’indagine esplorativa sulle percezioni degli attori del network”**, in Atti del Convegno annuale di Sinergie, Milano.
31. A. Pastore, A. Giraldi (2010), **“Etnocentrismo e consumer behavior. Uno studio sui consumatori italiani”**, in Atti del 9th International Congress on Marketing Trends, Venezia.
32. A. Pastore, C. Barbarossa (2009), **“Brand architecture strategy nei settori convergenti technology driven”** di Alberto Pastore e Camilla Barbarossa, VII Convegno annuale della Società italiana di marketing, Parma.

33. A. Pastore, C. Barbarossa (2009), **“Sustainability, competitiveness and trends in brand management during economic downturn**, in Atti della 7th International Scientific Conference of Megatrend University, Belgrado.
34. A. Pastore, V. Cecconi (2007), **“Le logiche strategiche di valorizzazione del Country of Origin Effect”**, V Convegno annuale della Società italiana di marketing.
35. A. Pastore, E. Fornari, V. Cecconi (2006), **“Le strategie di sviluppo e le politiche di gestione della marca commerciale”**, in Atti del 5th International Congress on Marketing Trends, Venezia.
36. A. Pastore, L. Proietti (2005), **“Innovazione e sviluppo del prodotto nell’industria farmaceutica tra tecnologia, interpretazione della domanda e governo del rischio”**, in Atti del 4th International Congress on Marketing Trends, Parigi.
37. A. Pastore, M. Vernuccio (2003), **“Il ruolo del packaging tra marketing e consumo. Una lettura degli insiemi percettivi e dei vettori valoriali”**, in Atti del 3rd International Congress on Marketing Trends, Venezia.
38. A. Pastore, F. Ricotta, M. Vernuccio (2002), **“Il marketing per lo sviluppo turistico e territoriale. I progetti Rural Market Place e Rural Tourism Network nella X Comunità Montana dell’Aniene”**, in Atti del 2nd International Congress on Marketing Trends, Parigi.
39. G. Cuomo, A. Pastore, M. Vernuccio (2001), **“Internet marketing e comunità virtuali”**, in “La frontiera del commercio elettronico”, Atti del convegno della rivista Industria e distribuzione, APOGEO.
40. G. Golinelli, A. Pastore, E. Massaroni, M. Gatti, G. Vagnani, **“Firm as a viable system: managing inter-organizational relationships”**, in Atti del convegno 4th International Seminar on Technological Development in Industrial Networks” Sinergie, 2002.
41. A. Pastore, L. Pellegrini, R. Ravazzoni (2000), **“La diffusione settoriale dell’innovazione. La distribuzione commerciale”**, in “Scenari per l’innovazione nell’impresa”, dodicesimo convegno annuale di Sinergie, Napoli.
42. A. Pastore, M. Vernuccio (2000), **“Internet marketing e comunità virtuali”** in “La frontiera del Commercio elettronico”, I convegno annuale della Rivista Industria & Distribuzione, Parma.
43. G. Cuomo, A. Pastore (2000), **“A category management application in the frozen food sector in Italy. The case Unilever-Sagit”**, in Atti del 10th International Conference on Research in the Distributive Trades, University of Stirling.
44. A. Pastore (2000), **“ABM and investment decisions”**, in Atti dell’International workshop on cost management”, Università “Cà Foscari” di Venezia.
45. A. Pastore (1999), **“Commercio Elettronico e relazioni di canale”**, in Atti del convegno annuale AIDEA “Le relazioni tra imprese nella dinamica competitiva”, Parma.
46. A. Pastore (1997), **“New Distribution channels, retail competition and economic regional development”**, in Atti del convegno “37° European Congress of the Regional Science Association”, Università Tor Vergata, Roma.
47. A. Pastore, E. Massaroni (1997), **“Riprogettiamo la Logistica; gli interventi necessari per eccellere negli anni 2000”**, in Atti del convegno SEI, Scuola di Amministrazione Aziendale, Torino.
48. A. Pastore (1995), **“E.D.I.: a tool for integration in industry distribution relationships”**, in Atti del “8th international conference on research in the distributive trades”, Università Bocconi.

ARTICOLI SU RIVISTE divulgative (16)

1. A. Pastore, A. Massacesi, **“La leadership per la sustainable transformation”**, Mark-up (novembre 2020).
2. M. Vernuccio, M. Patrizi, A. Pastore, **“Branding innovation. Dare voce e umanità al brand”**, Mark-up (giugno 2020)

3. A. Pastore, “**Cinque cose da fare per salvare il business dell’impresa**”, Affari & Finanza, (23 marzo 2020)
4. A. Pastore, “**Il giusto mix al lavoro**”, Progetto manager (gennaio 2020).
5. A. Pastore, F. Iannoni “**Il monopolio ai tempi dell’economia digitale**”, Affari & Finanza (30 settembre 2019).
6. A. Pastore, M. Vernuccio, M. Patrizi “**Marketing, attenti alla rivoluzione se ora il brand ha anche un suono**”, Affari & Finanza (11 febbraio 2019),
7. A. Pastore, A. Massacesi (2019), “**Il retail del futuro**”, Mark-up
8. A. Pastore, F. Iannoni (2019), “**Uber (or Taxi) - driver. Le opportunità e i problemi delle piattaforme digitali nella sharing economy**”, Mark-up.
9. A. Pastore, (2017), “**Le fondamenta (disattese) per la crescita del Paese**”, Espansione.
10. A. Pastore 2017-2018-2019 Numerosi articoli sul blog della Società Italiana di Management “Managementnotes.it”
11. A. Pastore, (2012), “**Approcci emergenti nel marketing e nella comunicazione**”, Oxygen, n. 15, 2012.
12. A. Pastore (2010), “**Convergenza, competitività e innovazione delle formule distributive**”, Trade, n. 19.
13. A. Pastore, V. Monina, (2000), “**Contabilità analitica e decisioni strategiche. Il caso di una azienda della Grande Distribuzione Organizzata**”, Amministrazione & Finanza, n° 13.
14. A. Pastore, V. Sanguigni, A. Papavero, (2000), “**Product costing: modelli a confronto. Il caso Sigma Tau**”, di Alberto Pastore, Vincenzo Sanguigni e Andrea Papavero, Amministrazione & Finanza, n° 10, 2000.
15. A. Pastore, V. Monina, (2001), “**Cost management e creazione del valore per il cliente**”, Amministrazione & Finanza, n° 19, 2001.
16. A. Pastore, (1997), “**Activity Based Budgeting: un ponte tra pianificazione strategica e pianificazione operativa**”, Amministrazione e finanza, n° 4.

ALTRE RELAZIONI A CONVEGNI – principali (31)

1. Keynote speaker alla Convention “**Leadership e Sostenibilità**”, Banca Sella, 21 aprile 2021.
2. Keynote speaker al webinar “**Marketing e comunicazione in tempi di crisi sanitaria**”, MOD Management on demand, 21 aprile, 2020.
3. **Panelist** al Professional Development Workshop on “**Inclusion in the Academies**” all’Academy of Management Conference 2019 “Understanding the inclusive organizations”, August 9-13, 2019 | Boston, Massachusetts, USA.
4. **Chair** della **Sinergie-SIMA Management Conference 2019 “Management and sustainability. Creating shared value in the digital era**”, Sapienza Università di Roma, 20-21 giugno 2019.
5. “**Resolving the Jeopardies of Undesirable Consumer Demand: Revisiting Demarketing Concepts**”, Keynote speaker al convegno EUROMED 2018, Malta, Settembre 2018.
6. Panelist alla conferenza “**Dynamic capabilities, related paradigms, and competitive advantage in the innovation economy**”, con David Teece, S’Anna di Pisa, settembre 2017.
7. **Chair** della Sessione “**Mobilità 4.0**” al **Philip Kotler Marketing Forum 2017**, Milano settembre 2017.
8. Keynoet speaker, “**Connessione everywhere and everytime, Internet of things, Big data, e nuove sfide per consumatori e imprese**”, I-com Conference, ottobre 2016.
9. “**Marketing e fiducia**”, relazione al Mumm Conference day 2016, Sapienza Università di Roma, 2016.
10. “**Competitività e relazioni di filiera**”, relazione al Mumm Conference day 2015, Sapienza Università di Roma, 2015.

11. Keynote speaker al Convegno **“La legislazione commerciale tra federalismo e tutela della concorrenza”**, ANCD Conad, Roma, 2013.
12. **“Basilea 3: strategie e prospettive delle banche italiane”**, relazione al convegno “Basilea 3. Gli impatti sulle banche”, Sapienza Università di Roma, 2012.
13. **“Il ruolo del marketing per la mobilità sostenibile”**, relazione alla sessione plenaria del IX Convegno annuale della Società italiana di marketing, Roma, 2011.
14. **“Innovare l’offerta attraverso le caratteristiche estrinseche. Il ruolo del country of origin”**, Alberto Pastore, Francesco Ricotta, Angelo Giraldi, relazione al Convegno GSA AIDEA “Innovazione e creatività”, Università Parthenope, Napoli, 2010.
15. **“Il marketing in tempi di crisi”**, relazione al Mumm Conference day 2009, Sapienza Università di Roma, 2009.
16. **“Competitive issues for italian medium sized enterprises”**, Alberto Pastore, Federica Ceccotti, Angelo Giraldi, relazione al 2nd Russian-Italian scientific conference “Integrating european research”, Sapienza Università di Roma, 2008.
17. **“Global branding”**, relazione al Mumm Conference day 2008, Sapienza Università di Roma, 2008.
18. **“Service logic and extra value creation, proposition and delivery”**, relazione al convegno “Service logic and value creation” Università di Napoli Federico II, 2008.
19. **“Economia dei servizi di distribuzione”**, relazione al convegno Federcomated, Milano, 2008.
20. **“Il marketing nell’era della convergenza”**, relazione al Mumm Conference day 2007, Sapienza Università di Roma, 2007.
21. **“Le prospettive per le medie imprese italiane negli scenari evolutivi del grocery”**, relazione alla Convention “Gli scenari di sviluppo del grocery e dei rapporti industria e distribuzione. Quali prospettive per le medie imprese italiane?” Gruppo C3, Barcellona, 2007.
22. **“Il Marketing dei talenti”**, discussant della relazione di Giacomo Archi, Direttore Generale Henkel, IV Convegno annuale della Società italiana di marketing, Roma, 2007.
23. **“Il potenziale di sviluppo delle politiche di marca territoriale”**, relazione al Convegno Sinergie “Il potenziale di sviluppo delle politiche di marca territoriale per i cluster di imprese”, Sapienza Università di Roma, 2006.
24. **“Over advertising. The future of Marketing Communication”**, relazione al 1st Russian-Italian scientific conference “Institutions and markets in a developing world”, Saint Petersburg State University of Economics and Finance, Saint Petersburg, 2006.
25. Chair del Convegno **“Il Comarketing degli eventi sportivi”**, CEIS, Università di Tor Vergata, 2004.
26. **“Il governo delle relazioni. Ambiente, mercati e sistemi”**, relazione al convegno “Approccio sistemico e governo dell’impresa”, Gaeta, 1999.
27. **“Logistics, Services and regional development”**, Discussant per la sessione indicata, nell’ambito del convegno “37° European Congress of the Regional Science Association”, Università Tor Vergata, Roma, 1997.
28. **“Marca industriale e marca commerciale. Aspetti conflittuali e spazi di collaborazione”**, relazione al convegno annuale Unisce, Avellino, 1997.
29. **“La logica di servizio quale percorso di sviluppo dei rapporti verticali nel grocery”**, intervento al convegno annuale di Sinergie su “Service Management e Economia Neo Industriale”, Università Federico II di Napoli, 1996.
30. **“Activity Based Management and Make or Buy decisions”**, relazione al “Convegno internazionale sull’ABM”, ABM international, Montecarlo, 1994.
31. **“L’ Activity Based Management nel processo di commercializzazione”**, relazione al convegno “Activity Based Management: principi, tecniche, esperienze” di Sinergie, SAA, CIMARK, Andersen Consulting MBA; Scuola di Amministrazione Aziendale di Torino, 1993.

Autorizzo il trattamento dei dati personali contenuti in questo curriculum ai sensi della legge sulla privacy.

Roma, 25 giugno 2021