

CURRICULUM VITAE

Marcello Risitano

DATI PERSONALI

Nome: *Marcello*

Data di nascita: *16/03/75*

E-mail: marcello.risitano@uniparthenope.it

Cognome: *Risitano*

Luogo di nascita: *Napoli*

Codice fiscale: *RSTMCL75C16F839D*

FORMAZIONE DI BASE

□ *Laurea in Economia Aziendale*

Presso l'Università degli Studi di Napoli *Federico II*

Facoltà di *Economia* - Corso di Laurea in *Economia Aziendale*

Voto di Laurea: *110/110 lode*

Relatore tesi: *Prof. Luigi Cantone* - Marketing

Titolo tesi: *"La gestione delle relazioni con i clienti dal brand equity al customer equity"*

□ *Maturità Classica*

Presso il *Liceo Classico G.B. Vico* di Napoli

Voto di diploma: *60/60*

1 - TITOLI POSSEDUTI RELATIVI AD ATTIVITA' DI RICERCA UNIVERSITARIA

□ *Abilitazione Scientifica Nazionale 2012 - Professore di seconda fascia*

Idoneo ad assumere la funzione di Professore di seconda fascia in *Economia e Gestione delle Imprese (13-B/2)*

Verbale n° 18 - Commissione MIUR, come da nomina D.D. 2 gennaio 2013

Validità Abilitazione: 23 dicembre 2013 – 23 dicembre 2017

□ *Ricercatore universitario in Economia e Gestione delle Imprese (SSD SECS-P/08)*

Vincitore di concorso presso Facoltà di *Economia* - Università degli Studi di Napoli *Parthenope*

Decreto di certificazione di regolarità degli atti D.R. n°327 del 06/06/2011

Decreto di nomina D.R. n°873 del 04/11/2013 – Afferente al Dip.to di Studi Aziendali e Quantitativi

□ *Assegnista di Ricerca Post-DOC – Studi di Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08)*

"Processi di internazionalizzazione dei sistemi locali di PMI".

Referente Scientifico: Prof.ssa Adriana Calvelli

Facoltà di *Economia* – Dipartimento di Studi Aziendali

Università degli Studi di Napoli *Parthenope*

Data di inizio/conclusione: 1 settembre 2009/31 Agosto 2011

□ *Cultore delle materie afferenti l'Economia e Gestione delle Imprese - SECS-P/08*

Facoltà di *Economia* - Università degli Studi di Napoli *Federico II*

A.A. 2009-2010 – A.A. 2010-2011 – A.A. 2011-2012

□ *Assegnista di Ricerca "Borsa di Studio Carlo Fabrizio" – Studi di Economia e Gestione delle Imprese*

(SECS-P/08) sul tema de "L'evoluzione delle teorie di marketing e della distribuzione commerciale". Referente Scientifico:

Prof. Luigi Cantone - Facoltà di *Economia* - Dipartimento di *Economia Aziendale*

Università degli Studi di Napoli *Federico II*

Data di inizio/conclusione: 2 novembre 2005/2 maggio 2006

□ *Dottore di Ricerca in Scienze Aziendali – Indirizzo Economia Aziendale*

Facoltà di *Economia* - Dipartimento di *Economia Aziendale*

Università degli Studi di Napoli *Federico II*

Data di inizio/conclusione: novembre 2001/ottobre 2004 (XVII Ciclo)

Titolo tesi: *"Le determinanti del valore della marca in una prospettiva customer-based"*

Esame finale: *17 gennaio 2005*

2 – ATTIVITA' DIDATTICA UNIVERSITARIA
2a - CORSI UNIVERSITARI E UNIVERSITARI POST_LAUREA
(Docenze – affidamenti e contratti)

A.A. 2014-15	Università degli Studi di Napoli Parthenope – Dip.to Studi Aziendali e Quantitativi Professore aggregato di <i>Produzione e Logistica</i> (9CFU) - CdL in Economia Aziendale; Professore aggregato di <i>Brand Management</i> (6CFU) e <i>Customer Experience Management</i> (3CFU) - CdL in Marketing e Management Internazionale;
A.A. 2013-14	Università degli Studi di Napoli Parthenope – Dip.to di Giurisprudenza Professore aggregato di <i>Economia e Gestione delle Imprese e Marketing</i> (6CFU) nell'ambito del Corso di Laurea in Scienze dell'Amministrazione e dell'Organizzazione;
A.A. 2013-14	Università degli Studi di Napoli Parthenope – Dip.to di Giurisprudenza Docente di <i>Marketing Management</i> nell'ambito del Master in “Tutela, europrogettazione e management del patrimonio culturale”;
A.A. 2013-14	Università degli Studi di Napoli Parthenope – Facoltà di Economia
A.A. 2012-13	Docente di <i>Marketing e Comunicazione Sociale</i> (3CFU) nell'ambito del Master in “Sviluppo competitivo Sostenibile e Responsabilità di impresa”;
A.A. 2012-13	Università degli Studi di Napoli Parthenope – Facoltà di Economia Docente di <i>Fondamenti di Marketing</i> nell'ambito del Master in “Management strategico delle moderne navi passeggero”;
A.A. 2011-12	Università degli Studi di Napoli Federico II – Facoltà di Economia Docente di <i>Experiential Marketing</i> del corso di Marketing Innovation (3CFU) organizzato dall' “Associazione UNINA” in collaborazione con il “Master in Marketing & Service Management”;
A.A. 2009-10	Università degli Studi di Napoli Federico II – Facoltà di Economia Docente di <i>Marketing e Strategie d'Impresa (CFU 10) – Attività didattiche integrative</i> - Corso di Laurea in Economia Aziendale, Economia e Commercio, Economia degli Intermediari Finanziari
A.A. 2008-09	Università degli Studi di Napoli Federico II – Facoltà di Economia
A.A. 2007-08	Professore a contratto di <i>Marketing (CFU 5)</i> - Corso di Laurea in Scienze Statistiche ed
A.A. 2006-07	Informatica per l'Economia e le Imprese;
A.A. 2005-06	Università degli Studi di Napoli Federico II – Facoltà di Economia Docente di <i>Brand Management</i> - Attività didattica integrativa e seminariale svolta nell'ambito del “Master in Marketing & Service Management”;
A.A. 2005-06	C.U.R.E. – Consorzio Universitario Ricerche Economiche. Docente di <i>Strategie e Marketing dei servizi culturali</i> nell'ambito del “Master dello sviluppo e della qualità dei servizi per i beni culturali - MASVIBEC”;
A.A. 2005-06	SUN–Seconda Università di Napoli, Facoltà di Medicina e Chirurgia Docente di <i>Economia e Gestione delle Imprese di Servizi</i> nell'ambito del “Master in Programmazione, organizzazione e gestione in Sanità”;
A.A. 2003-04	C.U.R.E. – Consorzio Universitario Ricerche Economiche. Docente di <i>Fondamenti di Marketing</i> nell'ambito del Corso di “Designer dei siti Web per la valorizzazione del patrimonio culturale”.

2 – ATTIVITA' DIDATTICA UNIVERSITARIA
2b - CORSI UNIVERSITARI
(Attività di collaborazione)

Facoltà di Economia

Università degli Studi di Napoli Parthenope

A.A. 2012-13	Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche della cattedra di
A.A. 2011-12	<i>Marketing (CFU 9)</i> del Prof. Michele Quintano;

Facoltà di Giurisprudenza

Università degli Studi di Napoli Parthenope

A.A. 2011-12
A.A. 2012-13
Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche della cattedra di **Economia e Gestione delle Imprese e Marketing** (CFU 12) del Prof. Michele Quintano;

Facoltà di Economia

Università degli Studi di Napoli Federico II

A.A. 2010-11
Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche della cattedra di **Marketing e Strategie d'Impresa** (CFU 10) e **Marketing e Strategie d'Impresa AVANZATO** (CFU 12) del Prof. Luigi Cantone;

A.A. 2010-11
A.A. 2009-10
A.A. 2008-09
Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche della cattedra di **Marketing Territoriale** (CFU 6) del Prof. Luigi Cantone;

A.A. 2009-10
A.A. 2008-09
A.A. 2007-08
A.A. 2006-07
A.A. 2005-06
Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche della cattedra di **Marketing Strategico** (CFU 5 – dall'A.A. 2008-09 CFU 6) del Prof. Luigi Cantone;

A.A. 2008-09
A.A. 2007-08
A.A. 2006-07
A.A. 2005-06
A.A. 2004-05
A.A. 2003-04
A.A. 2002-03
Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche delle cattedre di **Marketing** (CFU 5) **Marketing Internazionale** (CFU 5) e **Strategie d'Impresa** (CFU 5) del Prof. Luigi Cantone;

A.A. 2006-07
A.A. 2005-06
A.A. 2004-05
A.A. 2003-04
A.A. 2002-03
A.A. 2001-02
Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche della cattedra di **Strategie d'Impresa** (CFU 5) del Prof. Lucio Sicca;

A.A. 2001-02
Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche della cattedra di **Marketing** del Prof. Luigi Cantone;

Facoltà di Scienze Politiche

Università degli Studi di Napoli Federico II

A.A. 2009-10
A.A. 2008-09
A.A. 2007-08
A.A. 2006-07
A.A. 2005-06
Collaborazione volontaria a supporto delle attività didattiche della cattedra di **Marketing** (CFU 10) del Prof. Luigi Cantone;

3 – ALTRA ATTIVITA' DIDATTICA

3.1 Master e corsi di formazione post universitari

(Docente a contratto)

2014 - gen

Ansaldo STS (Convenzione UniParthenope), Napoli

Docente di *Analisi Strategica* nell'ambito del progetto di formazione SICUR.FER (sede CRdC Trasporti - Napoli)

- 2013 - ott
2013 - feb
2012 - nov
- C.N.R. – Comitato EV-K2, Bergamo**
Docente di *Marketing e vendita di prodotti tecnologici* nell'ambito del progetto di formazione I-AMICA (sede Napoli)
- 2013 – gen
- S.D.N. – Istituto di Ricerca di Diagnostica Nucleare, Napoli**
Docente di *Marketing* nell'ambito del progetto di formazione profilo “Management della Ricerca”
- 2012 - mar
2011 - feb
2010 - feb
2009 - gen
2008 - gen
2006 - nov
2005 - nov
2004 – nov
- STOA', Istituto di Studi per la Direzione e Gestione d'impresa – Ercolano (NA)**
Docente di *Marketing* nell'ambito del Master in “Direzione e Gestione d'Impresa” – Master Accreditato ANSFOR
Edizioni: XIV - XV - XVI - XVII - XVIII - XIX – XX - XXI;
- 2011 – mar-apr
- DELOIS CONSULTING - Napoli**
Docente di *Fondamenti di Marketing e Strategie d'impresa, Marketing degli eventi* nell'ambito del Corso di Alta Formazione in “Management degli eventi e dei prodotti musicali, teatrali e cinematografici” tenuto presso Villa Fondi, Piano di Sorrento (NA);
- 2010 - apr-giu
2009 - apr-giu
2008 - apr-giu
2007 - apr-giu
2006 - apr-giu
- I.P.E. – Istituto per ricerche ed attività educative, Napoli.**
Docente di *Marketing* del corso “*Il marketing delle imprese di successo*”, tenuto presso il Collegio Universitario di Villalta, Napoli.
Edizioni: III - IV - V - VI – VII;
- 2010 - mag
- STOA', Istituto di Studi per la Direzione e Gestione d'impresa – Ercolano (NA)**
Docente del Modulo *Competenze di Marketing Management* (1. Comunicare per vendere; 2. Layout, Display e Merchandising) nell'ambito del *Retail Management Program 2010*, organizzato in collaborazione con Auchan, I ed.;
- 2007 - feb
2007 - gen
2006 - dic
2006 - nov
- ASSOCIAZIONE POMIGLIANO JAZZ – Pomigliano (NA).**
Docente di *Fondamenti di Marketing e Strategie d'impresa, Event Management, Tutorship Project Work* nell'ambito del Corso di Alta Formazione in “Management degli eventi e dei prodotti musicali, teatrali e cinematografici”;
- 2005 - ott
- CONSVIP – Consorzio per lo sviluppo nuove professioni, Napoli**
Docente di *Gestione Strategica ed Operativa delle Imprese di Logistica e Trasporto* nell'ambito del Master - Corso “MASTER IN MANAGEMENT DELLE IMPRESE DI LOGISTICA (3PLOG)”suddetto;
- 2004 - nov
2003 - ott
- STOA', Istituto di Studi per la Direzione e Gestione d'impresa – Ercolano (NA)**
Docente di *Marketing dei servizi* nell'ambito del Master in “Public Management”, Edizioni: III – IV;
- 2004 - nov
- STOA', Istituto di Studi per la Direzione e Gestione d'impresa – Ercolano (NA)**
Docente di *Marketing dei servizi* nell'ambito del Master in “Local Development”, XII ed.;
- 2004 - set
- STOA', Istituto di Studi per la Direzione e Gestione d'impresa – Ercolano (NA)**
Docente di *Marketing II* nell'ambito del Master in “Fashion Branding”;
- 2003 - mag
- STOA', Istituto di Studi per la Direzione e Gestione d'impresa – Ercolano (NA)**
Docente di *Marketing* - Master in “Archaeological Resources Management”.

3 – ALTRA ATTIVITA' DIDATTICA

3.2 Formazione superiore dirigenziale e professionale

(Docente a contratto)

- 2012 - settembre
2011 - luglio
2011 - marzo
- EUROPARTNERS CONSULTING Srl – Monterotondo (Roma)**
Cliente: Poste Italiane - Aula: Dirigenti e funzionari
Docente nell'ambito del progetto formativo "POSTE ITALIANE – Progetto cultura d'impresa e tecnica del credito. Corso base e follow-up" presso le sedi di Avellino, Benevento, Caserta, Forlì, Ravenna, Rimini;
- 2008 - apr
2008 - gen
2007 - dic
2007 - nov
- FONDAZIONE ISTUD – Istituto Studi Direzionali, Stresa (VB)**
SFC – Sistemi Formativi Confindustria, Roma
Cliente: Regione Sardegna - Aula: Dirigenti e funzionari
Progetto S.F.I.D.E. (Sistema Formativo per gli Investimenti Diretti Esteri) organizzato da SFC – Confindustria (Roma) presso Regione Sardegna (Cagliari).
- Docente di "Programmi di marketing territoriale e di promozione d'area"; Docente di "Le politiche di attrattività, degli IDE e relazioni territoriali"; Docente di "Elementi di Politica Economica Regionale ed analisi territoriale comparata"; Docente di "Dalla teoria alla pratica. La scelta del settore chiave e la definizione dei Paesi obiettivo della strategia di attrazione"; Docente di "L'implementazione del Piano: le scelte strategiche, la definizione dei vantaggi competitivi del territorio, il logframe del Piano";
- 2007 - mar
- STOA', Istituto di Studi per la Direzione e Gestione d'impresa – Ercolano (NA)**
Aula: Dirigenti di azienda
Docente di Marketing dell' *Executive Master in Business Administration* - EMBA;
- 2006 - mag
- A.S.L. NAPOLI 1, Programma E.C.M. - Educazione Continua in Medicina**
Aula: Primari e Dirigenti Ospedalieri
Relazione su "L'aziendalizzazione, il marketing e la creazione di valore in Sanità";
- 2006 - giu
2006 - mag
2006 - mar
2005 - nov
2005 - ott
- BIOMEDIA, Milano - Corso E.C.M. - Educazione Continua in Medicina.**
Aula: Primari e Dirigenti Ospedalieri
"Automazione di laboratorio: dai presupposti all'implementazione", patrocinato dalla SIBioC (Società Italiana di Biochimica Clinica).
Bologna, 14 giugno 2006 - Roma, 11 maggio 2006 - Napoli, 23 marzo 2006 - Spinetta Marengo (AL), 23 novembre 2005 - Pratolino (FI), 19 ottobre 2005
Relazioni aventi ad oggetto; 1. - La creazione di valore per gli stakeholder nelle aziende sanitarie; 2. - La gestione dei processi interni e il ruolo dell'automazione nei LabAnalisi: modelli di valutazione economica;
- 2003 - set
- A.S.L. NAPOLI 1, Programma E.C.M. - Educazione Continua in Medicina**
Aula: Primari e Dirigenti Ospedalieri
Corso di "Frammenti e stato dell'arte nella diagnostica medica di laboratorio" –
Relazione su "La creazione di valore per gli *stakeholder* nelle aziende sanitarie".

4. ORGANIZZAZIONE E COORDINAMENTO DI GRUPPI DI RICERCA

Sett 2012 ...in corso...	<u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI PARTHENOPE</u> Coordinamento scientifico ed organizzativo del Progetto di ricerca “MAR.TE-SEA.LAND Logistics - Logistica dei Trasporti Marittimi e Terrestri (Domanda PON03_01293)” , approvato ai sensi del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013 Regioni della convergenza, Asse I, Obiettivo: Reti per il rafforzamento del potenziale scientifico/tecnologico delle regioni di convergenza; Azione: distretti di alta tecnologia e relative reti - Resp. Scientifico Prof. Marco Ferretti;
Feb 2012 Giu 2013	<u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI PARTHENOPE</u> Coordinamento scientifico ed organizzativo delle attività aventi ad oggetto un progetto di ricerca su "Il ruolo dei mega eventi nella gestione delle destinazioni turistiche: modelli di governance e monitoraggio della soddisfazione degli stakeholder. Il caso America's Cup Word Series Napoli 2012-13" , progetto svolto nell'ambito del Protocollo d'Intesa stipulato tra l'Università Parthenope e ACN-America's Cup Napoli - Resp. Scientifico Prof. Michele Quintano;
Mag 2007 Mar 2008	<u>ARPA - AZIENDA PER LA RICERCA E LA PRODUZIONE AVANZATA</u> <u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II</u> Coordinamento scientifico ed organizzativo gruppo di ricerca per lo svolgimento delle attività previste nell'ambito di un progetto di ricerca avente ad oggetto la realizzazione di "Monitoraggio della aree di sosta gestite da Napolipark, attraverso la definizione e misurazione di indici performances delle stesse - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
Mag 2007 Lug 2007	<u>ARPA - AZIENDA PER LA RICERCA E LA PRODUZIONE AVANZATA</u> <u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II</u> Coordinamento scientifico ed organizzativo gruppo di ricerca per lo svolgimento delle attività previste nell'ambito di un progetto di ricerca avente la realizzazione di “Programma semaforo rosso: analisi di mercato e definizione BEP per l'adozione di Sistemi Automatici di Rilevazione Sanzioni” - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
Sett 2005 Lug 2008	<u>ARPA - AZIENDA PER LA RICERCA E LA PRODUZIONE AVANZATA</u> <u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II</u> Coordinamento scientifico ed organizzativo gruppo di ricerca per lo svolgimento delle attività previste nell'ambito di un progetto di ricerca avente ad oggetto la realizzazione di “Planimetrie, quantificazione e valorizzazione economica delle aree di sosta della città di Napoli gestite da Napolipark. Mappatura e successivi aggiornamenti” - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;

5. PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA

(Svolgimento di attività di ricerca presso soggetti pubblici italiani)

Nov 2013 Mag 2014	<u>CNR - ISTITUTO DI STUDI SULLE SOCIETÀ DEL MEDITERRANEO DI NAPOLI</u> Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto "Analisi comparata delle situazioni organizzative e logistiche delle zone portuali - Progetto SMART TUNNEL" - Resp. Scientifico progetto: Prof. Marco Ferretti – Resp. Scientifico attività CNR - ISSM: Dott.ssa Maria Rosaria Carli;
Sett 2009 Dic 2010	<u>LABORATORIO DI MARKETING - FACOLTÀ DI ECONOMIA</u> <u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II</u> Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto "La gestione delle <i>consumer-brand relationships</i> in una prospettiva esperienziale. Modelli d'analisi e casi d'impresa" - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
Dic 2008	<u>CESVITEC - CENTRO PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO DELLE</u> <u>TECNOLOGIE PER LE PMI DEL MEZZOGIORNO – AZIENDA SPECIALE DELLA</u> <u>CAMERA DI COMMERCIO DI NAPOLI</u> Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto inerente "L'analisi del mercato potenziale dell'Osservatorio dell'innovazione OSIRIS: prospettive di sviluppo e azioni di marketing" - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
Lug 2008 Ago 2008	<u>CESVITEC - CENTRO PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO DELLE</u> <u>TECNOLOGIE PER LE PMI DEL MEZZOGIORNO – AZIENDA SPECIALE DELLA</u> <u>CAMERA DI COMMERCIO DI NAPOLI</u> Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto inerente "Marketing Territoriale per il Distretto Industriale di San Giuseppe Vesuviano - POR Campania 2000-06, Mis.4.3 FREG 000042" - Resp. Scientifico Prof. L. Cantone;
Mar 2008 Sett 2008	<u>LABORATORIO DI MARKETING - FACOLTÀ DI ECONOMIA</u> <u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II</u> Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto "Strategie di <i>branding</i> collettivo nei sistemi agglomerativi di PMI. Analisi dell'identità e misurazione del valore della marca collettiva del Centro Orafo il Tari" - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
Gen 2008 Mar 2008	<u>CENSLOC - CENTRO STUDI PER LO SVILUPPO LOCALE E LA COESIONE</u> <u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAGLIARI</u> Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto "Benchmark dello sviluppo locale nelle regioni italiane" - Resp. Scientifico Prof. Marco Fadda;
Lug 2007 Lug 2008	<u>ARFAEM (AGENZIA PER LA RICERCA E LA FORMAZIONE AVANZATA E</u> <u>MANAGERIALE) - UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II</u> Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto "Studio di fattibilità propedeutico alla prototipizzazione di un modello competitivo per il funzionamento dei Centro Regionali di Competenza: AMRA come <i>exemplum</i> ". - Resp. Scientifico Proff. Lucio Sicca, Luigi Cantone;
Mag 2005 Nov 2005	<u>LABORATORIO DI MARKETING - FACOLTÀ DI ECONOMIA</u> <u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II</u> Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto "La misurazione del valore della marca delle destinazioni turistiche" - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
Apr 2004 Lug 2005	<u>DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE</u> <u>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II</u> Membro gruppo di ricerca per uno studio relativo a "La gestione della conoscenza nei sistemi organizzativi imprenditoriali locali: modelli e applicazioni" finanziato dalla Regione Campania ai sensi della L.R. n.5 del 28.03.2002, e coordinato dal Prof. Riccardo Mercurio Convenzione Legge 5 - Regione Campania;

- Mar 2004
Ott 2004
- LABORATORIO DI MARKETING - FACOLTÀ DI ECONOMIA**
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto “**La misurazione delle relazioni tra il comportamento d'acquisto del consumatore ed il valore della marca**” - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
- Nov 2003
Apr 2004
- BAGNOLI FUTURA S.P.A. – S.T.U. SOCIETÀ DI TRASFORMAZIONE URBANA**
Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto “**Le opportunità di sviluppo integrato dell'Area Flegrea**” - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
- Gen 2003
Dic 2003
- DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE**
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
Membro gruppo di ricerca per uno studio relativo a “**La valutazione del *Knowledge Capital* in Campania**”, sviluppato nell'ambito di una convenzione tra il Dipartimento suddetto e Regione Campania – Assessorato alla Ricerca Scientifica - Tale Progetto è parte integrante di un più ampio programma di ricerca internazionale che ha coinvolto SMG Consulting Sweden, Ambrosetti e Consulting Synocus. Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
- Mag 2002
Ott 2003
- LABORATORIO DI MARKETING - FACOLTÀ DI ECONOMIA**
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto “**La misurazione del valore della marca in una prospettiva *customer based***” - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone, Laboratorio di Marketing, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Napoli Federico II;
- Feb 2002
Ott 2002
- DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE**
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
Membro gruppo di ricerca per uno studio relativo a “**Studio dell'impatto economico-occupazionale derivante dall'istituzione di nuovi collegamenti aerei internazionali ed intercontinentali nel sistema aeroportuale campano**” - Convenzione Regione Campania, Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone;
- Dic 2001
Gen 2002
- ARPA - AZIENDA PER LA RICERCA E LA PRODUZIONE AVANZATA**
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
Componente gruppo di ricerca nell'ambito del progetto “**Le opportunità di crescita di A.S.I.A. nel sistema dei servizi di igiene ambientale**” - Resp. Scientifico Prof. Luigi Cantone.

6. PRINCIPALI PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

6.1 Pubblicazioni con Double Peer Review

1. **Risitano M.**, Tutore I., Sorrentino A., Quintano M. (----) – “The role of cultural dimensions on tourist behaviours in mega sport event”, *European Sport Management Quarterly*. *Forthcoming*;
2. **Risitano M.**, Romano R., Sorrentino A., Quintano M. (----) – “Analyzing the relationships among destination image, event satisfaction and intentional behaviours”, *Journal of Sport Management*. *Submitted*;
3. Parola F., **Risitano M.**, Tutore I., Ferretti M. (----) – “Analyzing maritime economy in the Mediterranean: a focus on the Campania region”, *Rivista Italiana di Economia Demografia e Statistica*, (ISSN 0035-6832), *Submitted*;
4. **Risitano M.**, Romano R., Quintano M. (2014) – “Le determinanti del valore della marca nella prospettiva del cliente: un’analisi comparata”, *XI Convegno Annuale Società Italiana Marketing*, Reggio Emilia, 18-19 Settembre 2014 (*in attesa di ISBN*).
5. **Risitano M.**, Sorrentino A., Quintano M. (2014) – “L’impatto dei mega eventi nella gestione strategica dei territori. Il caso America’s Cup World Series di Napoli”, *Mercati e Competitività*, n°3, pp. 113-140 (ISSN 1826-7386);
6. **Risitano M.**, Romano R., Quintano M. (2014) – “The impact of brand experience and brand trust on brand-self connection: a comparative analysis”, in Andreani J.C., Collesei U. (2014), ed., *Proceedings of 13th International Marketing Trends Conference*, Paris-Venice: Marketing Trends Association (ISBN 9782953281125) - Modified version of the work was accepted by *Journal of Marketing Trends*;
7. **Risitano M.**, Sorrentino A., Quintano M. (2013) – “Creazione e monitoraggio della customer experience nella gestione dei mega-eventi”, *X Convegno Annuale Società Italiana Marketing*, Milano, 3-4 Ottobre (ISBN:978-88-907662-1-3).
8. **Risitano M.**, Romano R., Quintano M. (2013) – “Analyzing the relationships among critical brand equity drivers and consumer behavioural intentions: an empirical research”, *Finanza Marketing e Produzione – Special Issue on Brand Management*, n°1, pp. 9-31 (ISSN 1593-2230);
9. **Risitano M.**, Sorrentino A., Quintano M. (2012) – “Il monitoraggio del valore creato per gli “impacted end user” nella gestione di un mega evento”, atti del *IX Convegno Annuale Società Italiana Marketing Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin*, Benevento, 20-21 Settembre (ISBN 978-88-907662-0-6).
10. **Risitano M.**, Sorrentino A., Quintano M. (2012) – “Co-creating value in destination management through mega sport events. The case of America’s Cup World Series Naples 2012”, proceeding of *Competition and Innovation in Tourism: New Challenges in an Uncertain Environment - IRAT-CNR and University of Huelva*, Naples 13-14 September, pp. 635-657. (ISBN 978-88-89677-88-9);
11. **Risitano M.**, Tutore I., Sorrentino A., Quintano M. (2012) – “Evaluating the role of national culture on tourist perceptions: an empirical survey”, *Proceedings of 11th LACCM Annual Conference "Political change, cultural dynamics and competitiveness of firms"* - 20 - 22 June 2012, Naples, pp. 480-499. (ISBN 978-88-89677-86-5).
12. Cantone L., **Risitano M.** (2011) – “The role of DMO in tourism stakeholder systems. An empirical research in Italian context”, *Mercati e Competitività - Special Issue on Place Marketing*, n°3, pp. 105-125 (ISSN 1826-7386; ISSN 1972-4861);
13. Cantone L., **Risitano M.** (2011) – “Building of consumer-brand relationships for the customer experience management”, proceeding of *10th International Marketing Trend Conference*, Paris, January 20-22; published in Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei (2011), ed., *The proceedings of 10th International Conference Marketing Trends*, Paris-Venice: Marketing Trends Association (ISBN 9782953281125);
14. Cantone L., **Risitano M.** (2010) – “The role of experience in branding strategies”, proceeding of *6th Thought Leaders International Conference on Brand Management*, Lugano, 18-20 April 2010, published in De Chernatony L. (2010) Eds, *THOUGHT LEADERS INTERNATIONAL CONFERENCE IN BRAND MANAGEMENT*, USI, Lugano (EAN: 9788861010062);
15. Cantone L., **Risitano M.** (2009) – “Il ruolo della marca collettiva nella gestione delle relazioni di marketing nei sistemi agglomerativi di impresa”, Atti del Convegno “*VIII International Congress Marketing Trends*” - ESCP EAP, Paris, 15-16-17 January; pubblicato in Jean-Claude Andreani e Umberto Collesei (a cura di), “*Atti del VIII International Congress Marketing Trends – ESCP EAP*, Parigi, 2009, (ISBN 978-2-9532811-0-2);
16. Cantone L., **Risitano M.**, Testa P. (2007) – “Place-specific resources and destination branding management in the tourism stakeholder systems”, in Gale T., Curry N., Hill J. (2007) (Eds.), *Making Space: Managing Resources for Leisure and Tourism*, N°97, Leisure Studies Association Edition, London, pp. 129-146, (ISBN 978-1-905369-10-2);

17. Cantone L., **Risitano M. (2007)** – “Gestione strategica delle relazioni con i clienti e vantaggio competitivo delle imprese”, Atti del Convegno “*VI International Congress Marketing Trends*” - ESCP EAP, Parigi, 26-27 January 2007”: pubblicato in Jean-Claude Andreani e Umberto Collesei (a cura di), “*Atti del VI International Congress Marketing Trends – ESCP EAP*, Parigi, 2007 (ISBN 8890245913);
18. Cantone L., **Risitano M.**, Testa P. (2007) – “Heterogeneity of contextual resources and destination branding management. The Campi Flegrei Case”, *Sinergie – Rapporto di Ricerca n° 26/2007 "Heterogeneity, Diversification and Performance"*, pp.313-323, (ISSN: 0393-5108);
19. Cantone L., **Risitano M.**, Testa P. (2007) – “Strategie di sviluppo delle destinazioni turistiche e ruolo della marca territoriale”, *Mercati e Competitività*, N°1/2007, pp.21-47, (ISSN 1826-7386; ISSN 1972-4861);
20. **Risitano M., (2006)** – “The role of destination branding in the tourism stakeholders system. The Campi Flegrei case”, proceeding of *IV INTERNATIONAL DOCTORAL TOURISM AND LEISURE COLLOQUIUM*, Barcelona, 3 May 2006, (Certified by ESADE’s Centre for Tourism Management);
21. Cantone L., **Risitano M., (2006)** – “Il ruolo delle basi cognitive del valore di marca nella determinazione del comportamento di acquisto del consumatore”, *Sinergie - CUEIM*, Maggio-Agosto, N°70, pp. 219-248, (ISSN: 0393-5108);
22. Cantone L., Calvosa P., **Risitano M., (2005)** “La gestione del valore della marca nelle reti di *franchising*. I risultati di un’indagine empirica” *Mercati e competitività*, N°2, 2005, pp.105-132, (ISSN 1826-7386; ISSN 1972-4861);
23. Cantone L., Calvosa P., **Risitano M., (2003)** – “La misurazione delle leve generatrici di valore di marca in prospettiva *customer-based*. I risultati di un’indagine empirica e le implicazioni manageriali”, Atti del Convegno “*Le tendenze del Marketing in Europa*” – Venezia, 28-29 novembre 2003, pubblicato in Collesei U., Andreani J.C. (a cura di), “*Atti del Terzo Congresso Internazionale sulle Tendenze di Marketing - Ca' Foscari, Venezia 28-29 novembre 2003*”, Venezia 2003, (ISBN 8890245905);
24. Calvosa P., **Risitano M., (2003)**– “La gestione delle informazioni e le scelte di *IT sourcing*. Prospettive ed evidenze empiriche”, Atti del *Convegno Annuale AIDEA sul “Knowledge Management”* – Udine, 14-15 novembre 2003; pubblicato in A.A.V.V. (2004), *Knowledge management e successo aziendale*, AGF Edizioni, pp. 805-825, (ISBN: 8878570001);
25. Cantone L., Calvosa P., **Risitano M., (2003)** – “Creazione di valore per i clienti attraverso le relazioni di marca. Applicazione empirica di un modello di Customer Brand Equity”, *Industria & Distribuzione*, N°1/2003, pp. 7-21, (ISSN 1591-6243).

6. PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

6.2 Altre pubblicazioni accademiche (senza Double Peer Review)

MONOGRAFIE

26. **Marcello Risitano (2006)**, *Il ruolo della marca nella gestione delle destinazioni turistiche*, Liguori Editore, Napoli (ISBN: 978-88-207-4076-4);
27. **Marcello Risitano (2004)**, “*Le determinanti del valore della marca in una prospettiva customer-based*”, Tesi finale di Dottorato di Ricerca in Scienze Aziendali, Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Napoli “Federico II” (Certificata dall’Ateneo);

MONOGRAFIE – PARTI DI LIBRO

28. **Marcello Risitano (2010)** – “Experiential marketing strategies in the global economy. Starbucks case study”, in W. Giordano (2010), *English for Business Communication*, EGEA, Milano, pp. 174-191 (ISBN-13: 9788875340469; ISBN: 8875340463);
29. **Marcello Risitano (2010)** – “Strategie di branding e comunicazione”, in L. Cantone, (a cura di) (2010), *Strategie di marketing e modelli organizzativi degli enti pubblici di ricerca. Il caso AMRA*, DoppiaVoce Editore, Napoli (ISBN 978-88-89972-21-2);
30. **Marcello Risitano (2008)** – “La creazione e gestione della place brand Costa del Vesuvio per la valorizzazione e lo sviluppo del territorio”, in L. Cantone, A. Leon, L. Ferrara, (a cura di) (2008), *Strategie di*

valorizzazione e sviluppo del sistema locale della Costa del Vesuvio (Volume II – Il Meglio contro... il peggio), TESS Costa del Vesuvio Editore, Napoli (*Allegato a La Costa Vesuviana, Periodico di TESS, Registrazione al ROC, Registro Operatori di Comunicazione, n. 16822 del 18/04/2008*);

31. **Marcello Risitano (2005)** – “Il sistema locale d’offerta turistica”, in L.Cantone (a cura di), *Strategie di sviluppo integrato dei territori. Il sistema locale dei Campi Flegrei*, pp. 347-386, Il Mulino Editore, Bologna (ISBN:88-15-10581-6);
32. **Marcello Risitano (2005)** – “Le prospettive di sviluppo dell’Area Flegrea nella percezione dei policy maker locali”, in L.Cantone (a cura di), *Strategie di sviluppo integrato dei territori. Il sistema locale dei Campi Flegrei*, pp. 461-477, Il Mulino Editore, Bologna (ISBN:88-15-10581-6);

SCRITTI IN COLLABORAZIONE – PARTI DI LIBRO

33. L. Cantone, **Marcello Risitano**, P. Testa (2010) – “La mappatura dei domini applicativi potenziali”, in L. Cantone, (a cura di) (2010), *Strategie di marketing e modelli organizzativi degli enti pubblici di ricerca. Il caso AMRA*, DoppiaVoce Editore, Napoli (ISBN 978-88-89972-21-2);
34. **Marcello Risitano**, L. Genovese (2010) – “Analisi dei centri di ricerca benchmark nazionali ed internazionali. Il caso ENEA”, in L. Cantone, (a cura di) (2010), *Strategie di marketing e modelli organizzativi degli enti pubblici di ricerca. Il caso AMRA*, DoppiaVoce Editore, Napoli (ISBN 978-88-89972-21-2);
35. L. Cantone, **Marcello Risitano (2008)** – “Valore delle relazioni con i clienti e vantaggio competitivo delle imprese”, in A.A.V.V. (2008), *Scritti in onore di Giorgio Eminente*, Franco Angeli Editore, Milano (ISBN 978-88-464-9221-0);
36. **Marcello Risitano**, A. Abbate, (2005) – “L’incubatore di impresa di Pozzuoli Arcofelice in L.Cantone (a cura di), *Strategie di sviluppo integrato dei territori. Il sistema locale dei Campi Flegrei*, pp. 307-318, Il Mulino Editore, Bologna (ISBN:88-15-10581-6);
37. A. Abbate, **Marcello Risitano (2005)** – “Il sistema di produzione locale della nautica da diporto”, in L.Cantone (a cura di), *Strategie di sviluppo integrato dei territori. Il sistema locale dei Campi Flegrei*, pp. 413-421, Il Mulino Editore, Bologna (ISBN:88-15-10581-6);
38. L. Cantone, F. Pacelli, **Marcello Risitano (2003)** - "Gesac-BAA: P'outsourcing dei sistemi informativi." su *Outsourcing e creazione del valore. Ridisegnare i modelli di business per conseguire il vantaggio competitivo* (a cura di L.Cantone), pp. 217-228 – Il Sole 24 Ore, Milano (ISBN 88-8363-449-7);
39. L. Cantone, E. Uboldi, **Marcello Risitano (2003)** - "EPIClink: nuovi servizi di ICT outsourcing." su *Outsourcing e creazione del valore. Ridisegnare i modelli di business per conseguire il vantaggio competitivo* (a cura di L.Cantone), pp. 231-246 – Il Sole 24 Ore, Milano (ISBN 88-8363-449-7).

7. ORGANIZZAZIONE E COORDINAMENTO DI INIZIATIVE DIDATTICHE E PROGETTI DI FORMAZIONE

- Sett 2014
Dic 2014
- CNR - Istituto di Studi sulle Società del Mediterraneo di Napoli**
Coordinamento scientifico ed organizzativo delle attività di formazione relative al “Progetto di formazione SMART TUNNEL” - Resp. Scientifico attività CNR - ISSM: Dott.ssa Maria Rosaria Carli;
- Nov 2013
Apr 2014
- Università degli Studi di Napoli Parthenope , Napoli**
Coordinamento scientifico ed organizzativo delle attività di formazione frontale ed in remoto (e-learning) in relazione al progetto “SICURFER – Sviluppo di tecnologie per incrementare la sicurezza e l’efficienza della circolazione ferroviaria”, sviluppato nell’ambito di una convenzione tra il Dipartimento di Studi Aziendali e Quantitativi dell’Ateneo e Ansaldo STS - Resp. Scientifico Prof. Marco Ferretti;
- A.A. 2013-14
A.A. 2012-13
A.A. 2011-12
A.A. 2010-11
A.A. 2009-10
A.A. 2008-09
A.A. 2007-08
A.A. 2006-07
- SiMKTG - Società Italiana Marketing, Parma (8 progetti formativi)**
Coordinatore e responsabile di attività in Ateneo del *Premio Marketing (anni vari)*:
XXVI Premio Marketing (ED.2014, Caso FVG)- Università degli Studi di Napoli Parthenope
XXV Premio Marketing (ED. 2013, Caso Star)- Università degli Studi di Napoli Parthenope
XXIV Premio Marketing (ED. 2012, Caso INA)- Università degli Studi di Napoli Parthenope
XXIII Premio Marketing (ED. 2011, Caso Enel) - Università degli Studi di Napoli Federico II
XXII Premio Marketing (ED. 2010, Caso FAI) - Università degli Studi di Napoli Federico II
XXI Premio Marketing (ED. 2009, Caso WWF) - Università degli Studi di Napoli Federico II
XX Premio Marketing (ED. 2008, Caso Wind) - Università degli Studi di Napoli Federico II
XIX Premio Marketing (ED. 2007, Caso RAI) - Università degli Studi di Napoli Federico II
- A.A. 2009-10
A.A. 2008-09
A.A. 2007-08
A.A. 2006-07
A.A. 2005-06
- I.P.E. – Istituto per ricerche ed attività educative, Napoli (5 progetti formativi)**
Coordinatore didattico, organizzativo e responsabile del corso “*Il marketing delle imprese di successo*”, tenuto presso il Collegio Universitario di Villalta (Napoli) nei mesi: aprile-giugno 2006 (III edizione), aprile-giugno 2007 (IV edizione), aprile-giugno 2008 (V edizione), aprile-giugno 2009 (VI edizione), aprile-giugno 2010 (VII edizione). Organizzazione e piano di comunicazione/promozione del corso sviluppati in ciascuno dei cinque anni nei sei mesi precedenti al corso.

8. PARTECIPAZIONE A CONVEGNI COME RELATORE DI PAPER SUBMITTED

1. *51° Riunione Scientifica SIEDS “Popolazione, sviluppo, ambiente: il caso del Mediterraneo”* - Università degli Studi di Napoli Federico II, Napoli, 29-31 Maggio 2014 - F. Parola, M. Risitano - “L’economia del mare nello sviluppo della regione Campania”;
2. *XIII International Congress “Marketing Trends” - ESCP EAP – Ca Foscari* - Venice, 24-25 January 2014 - M.Risitano R. Romano, M. Quintano – “The impact of brand experience and brand trust on brand-self connection: a comparative analysis”;
3. *X Convegno Annuale Società Italiana “Smart Life: dall’innovazione tecnologica al mercato”* - Università Bicocca, Milano, 3-4 Ottobre 2013 - M.Risitano, A Sorrentino, M. Quintano - “Creazione e monitoraggio della customer experience nella gestione dei mega-eventi”;
4. *IX Convegno Annuale Società Italiana “Marketing Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin”* - Università del Sannio, Benevento, 20-21 Settembre 2012 - M.Risitano, A Sorrentino, M. Quintano – “Il monitoraggio del valore creato per gli “impacted end user” nella gestione di un mega evento”;
5. *1st Competition and Innovation in Tourism: New Challenges in an Uncertain Environment – IRAT-CNR, University of Huelva, University of Naples Parthenope*. Naples, 13-14 September 2012 - M.Risitano, A

- Sorrentino, M. Quintano – “Co-creating value in destination management through mega sport events. The case of America’s Cup World Series Naples 2012”;
6. **11th IACCM Annual Conference** - University of Naples Parthenope. Naples, 20-22 June 2012 - M.Risitano, I. Tutore, A Sorrentino, M. Quintano – “Evaluating the role of national culture on tourist perceptions: an empirical survey”;
 7. **“Destination Management and Branding in the Mediterranean Region”** - School of Tourism and Hotel Management, Akdeniz University. Antalya. 19-21 April 2012 - M.Risitano – “Destination branding strategies in the regional tourism networks: a comparative analysis” (*abstract*);
 8. **Critical Tourism Studies IV “Tourism Futures: Enhancing Creative & Critical Action”** - Welsh Centre for Tourism Research. Cardiff 2-5 July 2011 - M.Risitano – “Co-creating an unique tourism experience to sustain the destination competitiveness” (*abstract*);
 9. **X International Congress “Marketing Trends” - ESCP EAP** - Paris, 20-22 January 2011 - L.Cantone, M.Risitano – “Building of consumer-brand relationships for the customer experience management”;
 10. **6th Thought Leaders International Conference on Brand Management** - Lugano, 18-20 April 2010 - L.Cantone, M.Risitano - “The role of experience in branding strategies”;
 11. **VIII International Congress “Marketing Trends” - ESCP EAP** - Paris, 15-16-17 January 2009 - L.Cantone, M.Risitano – “Il ruolo della marca collettiva nella gestione delle relazioni di marketing nei sistemi agglomerativi di impresa”;
 12. **VI International Congress “Marketing Trends” - ESCP EAP** - Paris, 26-27 January 2007 - L.Cantone, M.Risitano – “Gestione strategica delle relazione con i clienti e vantaggio competitivo delle imprese”;
 13. **III Convegno Annuale Società Italiana di Marketing**. Parma, 24-25 Novembre 2006 - L.Cantone, M.Risitano, P.Testa – “Strategie di sviluppo delle destinazioni turistiche e ruolo della marca territoriale”;
 14. **18° Convegno Annuale SINERGIE L’evoluzione del capitalismo tra teoria e prassi: proprietà, governance e valore - Doctoral Session** - Capua, 26-27 Ottobre 2006 - M.Risitano - “*Le determinanti del valore della marca in una prospettiva customer-based*”, Presentazione e discussione poster inerente Tesi finale di Dottorato di Ricerca in Scienze Aziendali, Università degli Studi di Napoli “Federico II”, Dipartimento di Economia Aziendale (*poster*);
 15. **Leisure Studies Association Conference**. Bristol 11-13 July 2006 - L.Cantone, M.Risitano, P. Testa – “Place-specific resources and destination branding management in the tourism stakeholder systems”;
 16. **ESADE - IV INTERNATIONAL DOCTORAL TOURISM AND LEISURE COLLOQUIUM**, Barcelona, 3 May 2006 - M.Risitano – “The role of destination branding in the tourism stakeholders system. The Campi Flegrei case”;
 17. **International Workshop Sinergie-Cueim “Heterogeneity, Diversification and Performance”**. Cosenza, 7-8 July 2005 - L.Cantone, M.Risitano, P.Testa – “Heterogeneity of contextual resources and destination branding management. The Campi Flegrei Case”;
 18. **IV International Congress “Marketing Trends” - ESCP EAP** . Paris, 21-22 January 2005 - L.Cantone, M.Risitano, “Le relazioni tra il comportamento d’acquisto del consumatore e le basi cognitive del valore di marca”;
 19. **III International Congress “Marketing Trends”** . Università Ca’ Foscari - Venezia, 28-29 novembre 2003 - L.Cantone, P.Calvosa, M.Risitano, “La misurazione delle leve generatrici di valore di marca in prospettiva *customer-based*. I risultati di un’indagine empirica e le implicazioni manageriali”;
 20. **Convegno “I Sistemi a rete nel retailing: modelli di relazione, regole e creazione di valore” organizzato dalla rivista Industria & Distribuzione** – Roma, 21-22 novembre 2003 - L.Cantone, P.Calvosa, M.Risitano, “La gestione del valore della marca nelle reti di *franchising*. I risultati di un’indagine empirica”;
 21. **53° Congresso Nazionale A.I.Pa.C.** – Pesaro, 13-16 maggio 2003 - M.Risitano M.Russo, A.Risitano, et al., “Il Cliente quale strumento di monitoraggio strategico nella gestione di un Laboratorio di Patologia Clinica” (*poster*);

22. **"Le politiche di Branding"** organizzato dalla rivista **Industria & Distribuzione**. Pisa, 13-14 dicembre 2002 - L.Cantone, P.Calvosa, M.Risitano, "Creazione di valore per i clienti attraverso le relazioni di marca. Applicazione empirica di un modello di *Customer Brand Equity*"

9. CONSEGUIMENTO DI PREMI E RICONOSCIMENTI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI PER ATTIVITA' DI RICERCA

Marketing Trends Award at *9th International Congress "Marketing Trends" - ESCP EAP-Ca' Foscari* - Venice, 20th-23rd January 2010 - Luigi Cantone and his researchers group "for works on brand management and its impacts" (*VIII International Congress "Marketing Trends" - ESCP EAP* - Paris, 15-16-17 January 2009 - L.Cantone, M.Risitano - "Il ruolo della marca collettiva nella gestione delle relazioni di marketing nei sistemi agglomerativi di impresa"; *VI International Congress "Marketing Trends" - ESCP EAP* - Paris, 26-27 January 2007 - L.Cantone, M.Risitano - "Gestione strategica delle relazione con i clienti e vantaggio competitivo delle imprese"; *IV International Congress "Marketing Trends" - ESCP EAP* . Paris, 21-22 January 2005 - L.Cantone, M.Risitano, "Le relazioni tra il comportamento d'acquisto del consumatore e le basi cognitive del valore di marca"; *III International Congress "Marketing Trends"* . Università Ca' Foscari - Venezia, 28-29 novembre 2003 - L.Cantone, P.Calvosa, M.Risitano, "La misurazione delle leve generatrici di valore di marca in prospettiva *customer-based*. I risultati di un'indagine empirica e le implicazioni manageriali").

10. MEMBERSHIP & REVIEWER

- **Membership:** Sinergie-CUEIM, Marketing Science Institute, Società Italiana del Marketing.
- **Reviewer:** Journal of Euromarketing, International Marketing Trends, International Journal of Transport Economics, Thought Leaders International Conference on Brand Management.

Napoli, 30 settembre 2014

IL DICHIARANTE
Marcello Risitano