



**1** SESSIONE INTERNATIONAL MARKETING  
PROF. GIUSEPPE BERTOLI - PROF.SSA MICHELA MATARAZZO  
AULA 16, 3° PIANO

**ORE 8.30** The effects of consumer ethnocentrism, animosity, cosmopolitanism, and affinity on consumer responses to foreign wrongdoers: the moderating role of country-of-origin stereotypes.  
*Camilla Barbarossa*

**ORE 8.50** Entry timing, initial speed and speed of international expansion: exploring interactions and impacts on exporting SMEs.  
*Rubina Romanello, Maria Chiarvesio, Bernardo Balboni*

**ORE 9.10** SMEs competing in the international context: the influence of Industry 4.0 technologies.  
*Maria Chiarvesio, Rubina Romanello*

**ORE 9.30** Consumer's perception of company's CSR activities: an empirical comparison between different domains of responsibility.  
*Michele Contini, Francesco Rizzi, Eleonora Annunziata, Marco Frey*

**ORE 09.50** Il ruolo della Country Image nella frequentazione di ristoranti italiani all'estero.  
*Elisa Martinelli, Francesca De Canio*

**ORE 10.10** Gli elementi identitari del territorio nelle strategie di marketing internazionale delle imprese del Made in Italy.  
*Gaetano Macario, Savino Santovito*

**ORE 10.30** How to generate reliable buyer personas.  
*Giorgia Sepe, Audur Hermannsdottir, Birgit Hagen, Antonella Carcagni*

**ORE 10.50** A model for consumers' purchase intention in the multichannel perspective: the role of distance.  
*Michele Matarazzo, Riccardo Resciniti, Federica De Vanna*

**2** SESSIONE CONSUMER BEHAVIOUR  
PROF.SSA STEFANIA BORGHINI - PROF. DANIELE SCARPI  
AULA 9, 2° PIANO

**ORE 8.30** Consumer ambivalence in ethical intention-behavior process.  
*Stefano Prestini, Roberta Sebastiani*

**ORE 8.50** Is sustainability more satiating?  
*Carmela Donato, Ada Maria Barone, Simona Romani*

**ORE 9.10** Experiential goods and consumer misbehavior. The role of psychological ownership.  
*Vito Tassiello, Laura Grazzini, Giampaolo Viglia, Sianne Gordon-Wilson*

**ORE 9.30** Imperfection can become beauty: the role of food processing.  
*Ada Maria Barone, Carmela Donato, Simona Romani*

**ORE 9.50** Mercato degli smart object: un'analisi qualitativa delle barriere all'adozione.  
*Ilaria Querci, Francesco Ricotta, Simona Romani*

**ORE 10.10** Il *Pink Bias*: effetti del contesto di consumo, dell'orientamento sessuale e del tipo di prodotto sulla scelta dei prodotti di colore rosa.  
*Antonio Mileti, Cristian Rizzo, Gianluigi Guido, Alessandro M. Peluso, M. Irene Prete, Salvatore Maggio*

**ORE 10.30** The effect of language in luxury brands' communication: an investigation of the moderating role of consumer and product-related factors.  
*Cesare Amatulli, Matteo De Angelis, Carmela Donato*

**2** SESSIONE CONSUMER BEHAVIOUR  
PROF.SSA STEFANIA BORGHINI - PROF. DANIELE SCARPI  
AULA 8, 2° PIANO

**ORE 8.30** Indagine sul comportamento di co-creazione degli studenti: il ruolo della web communication e delle tecnologie digitali come driver per l'Università 4.0. Una review sistematica della letteratura.  
*Domitilla Magni, Alberto Pezzi, Luca Petruzzellis*

**ORE 8.50** Consumer Touch Points e prossimità cognitiva: uno, nessuno e centomila millennials.  
*Matteo Devigili, Tommaso Pucci, Niccolò Fiorini, Lorenzo Zanni*

**ORE 9.10** How assortment size and experience valence affect WOM sharing.  
*Matteo De Angelis, Gregory S. Carpenter, David Dubois, Michele Costabile*

**ORE 9.30** Analisi empirica sulla percezione di alimenti realizzati con ingredienti derivati da insetti.  
*Claudio Nigro, Roberta Sisto, Enrica Iannuzzi*

**ORE 9.50** Consumer Engagement vs Consumer Disengagement? Il ruolo delle community online nella definizione della propensione all'acquisto di prodotti del Made in Italy.  
*Vittoria Marino, Letizia Lopresti*

**ORE 10.10** Stay in the Virtue, Go in the Vice: social groups moderate the effect of human density on willingness to stay and vice-virtue choices.  
*Ernesto Cardamone, Gaetano "Nino" Miceli, Maria Antonietta Raimondo*

**ORE 10.30** A Big data analysis to explore students' behavior.  
*Francesco Polese, Maria Vincenza Ciasullo, Orlando Troisi, Gennaro Maione, Francesca Loia*

**3** SESSIONE MARKETING COMMUNICATION & BRANDING  
PROF.SSA FEDERICA CECCOTTI - PROF.SSA ROSSELLA GAMBETTI  
AULA 6, 2° PIANO

**ORE 8.30** Gli effetti del native advertising sulle risposte dei consumatori. Alcune evidenze sperimentali.  
*Maria Antonietta Raimondo, Maria Vernuccio, Gaetano "Nino" Miceli*

**ORE 8.50** Evoluzione del brand tra antropomorfismo e intelligenza artificiale: il ruolo della voce.  
*Maria Vernuccio, Michela Patrizi, Alberto Pastore*

**ORE 9.10** Integrated Marketing Communication e consumer brand engagement di tipo comportamentale: il caso di Roma.  
*Maria Vernuccio, Maja Šerić*

**ORE 9.30** Boosting tourism destination through IMC: how to strengthen the Amalfi Coast destination brand identity.  
*Maria Palazzo, Agostino Vollero, Alfonso Siano*

**ORE 9.50** Festival Brand Personality: differences between organizers' intentions and social media users' perceptions.  
*Barbara Masiello, Enrico Bonetti, Francesco Izzo*

**ORE 10.10** Images of successful and attractive endorsers and advertising effectiveness.  
*Fery Adiguzel, Carmela Donato*

**ORE 10.30** How abstract claims affect consumer's attitude towards advertising: analysing the role of consumer's mental simulation and identification.  
*Mauro Capestro, Giovanni Pino, Cesare Amatulli, Marco Pichierrì*

**ORE 10.50** Carrions and parasites: online consumers' reactions to controversial advertisements.  
*Giuseppe Pedeliento, Eleonora Rombolà, Daniela Andreini*

**3** SESSIONE MARKETING COMMUNICATION & BRANDING  
PROF.SSA FEDERICA CECCOTTI - PROF.SSA ROSSELLA GAMBETTI  
AULA 7, 2° PIANO

**ORE 8.30** Brand haters: caratteristiche e peculiarità di diverse categorie comportamentali.  
*Marco Cioppi, Ilaria Curina, Barbara Francioni, Elisabetta Savelli*

**ORE 8.50** Economic education, different thinking: the effect of fear on risk aversion and willingness to pay as a function of the educational background.  
*Marco Visentin, Stefano Mengoli, Marco Pichierrì*

**ORE 9.10** The effects of video advertising on the strength of brand associations.  
*Christian Caldato, Simone Benedetto, Francesca Checchinato*

**ORE 9.30** La comunicazione delle aziende sanitarie italiane attraverso i loro siti internet: costruzione dell'identità e della fiducia nell'era della rivoluzione digitale e della post-verità.  
*Sabina De Rosì*

**ORE 9.50** When things go wrong, bring me back to the past: nostalgic advertising in sport season tickets campaigns.  
*Marco Pichierrì, Gianluigi Guido*

**ORE 10.10** A combined approach to the study of the multi vocal nature of the brand.  
*Silvia Ranfagni, Matilde Milanese, Simone Guercini*

**ORE 10.30** The conceptualization of corporate identity through the lens of the "Balancing Identity" personality metaphor: the contribution of the german scientific debate.  
*Klaus-Peter Wiedmann, Raffaele Donvito, Diletta Acuti, Valentina Mazzoli, Gaetano Aiello*

**ORE 10.50** Re-building the trust relationship between people and the public health system. An Italian explorative study.  
*Francesca Pennucci, Anna Maria Murante, Federico Vola, Sabina Nuti*

**4** SESSIONE B2B MARKETING  
PROF.SSA ROBERTA BOCCONCELLI - PROF.SSA CHIARA CANTÙ  
AULA 8, 2° PIANO

**ORE 11.20** Il nuovo "settore moda": sostenibilità e valore.  
*Alberta Bernardi*

**ORE 11.40** Crowdfunding as a resource in business start-up processes.

*Fulvio Fortezza, Alessandro Pagano*

**ORE 12.00** Comportamento innovativo delle piccole e micro imprese rurali nei network informali d'impresa.

*Raffaele Silvestri, Francesco Petrucci, Denisse Chamochumbi, Savino Santovito*

**ORE 12.20** KIBS: nuovi servizi per una prospettiva manageriale multiculturale.

*Chiara Cantù, Alessandra Tzannis*

**ORE 12.40** Mapping the sales transformation in BtoB.

*Daniela Corsaro*

**5** SESSIONE SERVICE RETAILING & CHANNEL MANAGEMENT  
PROF. EDOARDO FORNARNI - PROF. FRANCESCO IZZO  
AULA 15, 3°PIANO

**ORE 8.30** The experience drivers of birthing women in the maternity hospital: a monocentric study based at Burlo Garofolo Trieste.

*Elena Bellio, Luca Buccoliero, Giulia Crestini, Giulia Annovi, Chiara Saviane, Nico Pitrelli*

**ORE 8.50** Measuring consumers perceived morality of retailer: scale development and validation.

*Diletta Acuti, Marco Visentin, Gabriele Pizzi*

**ORE 9.10** Omnichannel retailing ed opportunità digitali: un'analisi quali-quantitativa della tecnologia Beacon in-store.

*Giandomenico Di Domenico, Valentina Mazzoli, Gaetano Aiello*

**ORE 9.30** Fueling go to market: ripensare il "retailing" dei carburanti nell'era della digital transformation.

*Ilaria Querci, Serena Colacino, Matteo De Angelis, Francesco Ricotta*

**ORE 9.50** Service failure and complaint channel choice in omnichannel retailing.

*Marco Ieva, Cristina Ziliani, Marta Frasquet*

**ORE 10.10** The Service Recovery Journey (SRJ): conceptualization, integration and directions for future research.

*Yves Van Vaerenberg, Dorottya Varga, Arne De Keyser, Chiara Orsingher*

**ORE 10.30** Analisi della Corporate Brand Identity nel settore retail: applicazione di un modello.

*Marcello Sansone, Roberto Bruni, Annarita Colamatteo, Maria Anna Pagnanelli*

**ORE 10.50** Verso lo smart retailing. Uno studio esplorativo nel contesto italiano.

*Marco Valerio Rossi*

**ORE 11.10** La differenziazione delle private label nel food: un'analisi empirica sul mercato italiano.

*Domenico Morrone, Rosamartina Schena*

**ORE 11.30** In-store distraction.

*Francesca Negri, Edoardo Fornari, Sebastiano Grandi, Daniele Fornari*

**6** SESSIONE TOURISM CULTURE & ARTS MARKETING  
PROF. ANDREA MORETTI - PROF. TONINO PENCARELLI  
AULA 10, 2°PIANO

**ORE 8.30** Satisfaction and behavioural intentions towards food and beverage services at airports.

*Giacomo Del Chiappa, Marcello Atzeni, Salvatore Loriga*

**ORE 8.50** Sustainable tourism development and climate change: a supply-side perspective.

*Giacomo Del Chiappa, Stefano Usai, Antonio Cocco, Marcello Atzeni*

**ORE 9.10** Marketing territoriale e identità locale nel cinema: potenzialità e rischi.

*Delio Colangelo*

**ORE 9.30** Omnichannel communication for cultural organisations.

*Roberta Gargiulo, Cristina Caterina Amitrano, Francesco Bifulco*

**ORE 9.50** Turismo è cultura. Note sul ruolo del turismo culturale quale fattore di sviluppo economico e occupazionale.

*Nicola Barbuti, Vito Roberto Santamato*

**ORE 10.10** Albergo diffuso e turismo sostenibile.

*Pierluigi Passaro*

**ORE 10.30** Value co-creation - what we can learn from place branding.

*Roberto Bruni, Magdalena Florek*

**ORE 10.50** La frammentazione dei brand territoriali e la loro caratterizzazione come ipotesi di vantaggio competitivo.

*Vito Roberto Santamato, Flavio Roberto Albano*

**ORE 11.10** The Mediterranean diet storytelling an inquiry into an intangible marketing asset.

*Fabiola Sfodera, Costanza Nosi, Alberto Mattiacci, Luca Petruzzellis*

**ORE 11.30** Vino e identità territoriale: potenzialità di branding nei territori del Sangiovese.

*Clara Cicatiello, Eleonora Sofia Rossi, Costanza Nosi*

**ORE 11.50** Green marketing strategies for museums and art galleries: an empirical research on the Italian National Gallery of Modern and Contemporary Arts.

*Giovanni Pino, Alessandro M. Peluso, Gianluigi Guido*

**ORE 12.10** Musical Tourism: the new frontier of melody and harmony in the US classical music.

*Annamaria Esposito, Angela Besana*

**6** SESSIONE TOURISM CULTURE & ARTS MARKETING  
PROF. ANDREA MORETTI - PROF. TONINO PENCARELLI  
AULA 11, 2° PIANO

**ORE 8.30** The evolution of social entrepreneurship in tourism research

*Mariella Pinna*

**ORE 8.50** The effects of country of origin on haute cuisine marketing strategies.

*Angelo Presenza*

**ORE 9.10** Investigating active sport tourists' revisit intentions in extreme sporting events.

*Francesco Raggiotto, Andrea Moretti, Michela C. Mason, Daniele Scarpi*

**ORE 9.30** Online reviews: are they useful for consumers?

*Daniele Dalli, Annamaria Tuan, David D'Acunto*

**ORE 9.50** Le enodestinzioni italiane di successo: un confronto 2008-2018.

*Amedeo Maizza, Federica Cavallo, Oronzo Trio, Pierfelice Rosato, Aurora Fonseca*

**ORE 10.10** Orientamento strategico e performance dei musei d'impresa: un'indagine empirica in Italia.

*Angelo Riviezzo, Maria Rosaria Napolitano, Michela C. Mason, Antonella Garofano, Stefano Ciani*

**ORE 10.30** Local-global nexus: the effect of foreigner reviewers on the evaluation of restaurants in high intensive tourist destinations.

*Ivan De Noni, Andrea Ganzaroli, Michelle Bonera*

**ORE 10.50** Cultural new ventures: passion as a key marketing resource.

*Roberta Bocconcelli, Alessandro Pagano, Francesco Petrucci*

**ORE 11.10** The relationship between tourist's characteristics and behavior and the experience factor of visiting an art city: evidence from Italy.

*Emanuela Conti, Fabio Forlani, Tonino Pencarelli*

**ORE 11.30** Il turismo sostenibile come percorso naturale per lo sviluppo di un'area marina protetta: evidenze empiriche dalla destinazione isole Tremiti.

*Nicolaia Iaffaldano*

**ORE 11.50** Destination branding e sistemi turistici "frammentati": il caso di Orvieto.

*Fabio Forlani, Simone Splendiani*

**ORE 12.10** "Bored tourists in winter mountain destinations: a segment to attract or to avoid?"

*Chiara Mauri, Consuelo R. Nava, Irina Ungureanu*

**7** SESSIONE TECHNOLOGY & INNOVATION MARKETING  
PROF.SSA NICOLETTA BURATTI - PROF. MICHELE SIMONI  
AULA 14, 3° PIANO

**ORE 8.30** From service platforms to platfirms: framing new service ecosystems for creating and capturing value.

*Angela Caridà, Maria Colurcio, Monia Melia, Bo Edvardsson, Alberto Pastore*

**ORE 8.50** Digital technologies as a marketing opportunity for logistics centres: a literature review.

*Francesco Parola, Giovanni Satta, Nicoletta Buratti, Francesco Vitellaro*

**ORE 9.10** Transformative Service Innovation in Healthcare Service.

*Alessia Anzivino, Roberta Sebastiani*

**ORE 9.30** Exploring the impact of augmented reality advertising on consumer decision-making process.

*Gaetano Aiello, Francesca Serravalle, Virginia Vannucci, Milena Viassone*

**ORE 9.50** Industry 4.0: a market-oriented revolution.

*Marco Bettiol, Mauro Capestro, Eleonora Di Maria*

**ORE 10.10** Service Innovation driving changes: the role of Blockchain Technology.

*Adriana Carotenuto, Tiziana Russo Spena, Cristina Mele, Marialuisa Marzullo*

**ORE 10.30** Industry 4.0 adopters and servitization: evidence from the mechanical sector.

*Guido Bortoluzzi, Maria Chiarvesio, Rubina Romanello, Raffaella Tabacco*

**ORE 10.50** Big Data Analytics and Decision-Making: a first exploratory analysis in the digitalization age.  
*Valerio Veglio*

**ORE 11.10** A network-based view of the University Technology Transfer: boosting the go-to-market of innovation with the NSF I-Corps.  
*Myriam Caratù, John Blaho, Fabiola Sfodera*

**ORE 11.30** Le tecnologie AR/VR per il turismo culturale-esperienziale.  
*Amedeo Maizza, Lucio De Paolis, Federica Cavallo, Giovanni D'Errico*

**ORE 11.50** The “Vertigo of Lists” in market dynamics: materiality, visual texts and classification in the early modern book world.  
*Francesco Crisci*

**8** SESSIONE INTERNET & DIGITAL MARKETING  
PROF.SSA MARIA VERNUCCIO - PROF. RAFFAELE DONVITO  
AULA 19, 3° PIANO

**ORE 8.30** Violazione dei dati aziendali e effetti sulla reputazione. Una analisi degli UserGenerated Contents (UGC) estratti dai social media.  
*Barbara Gaudenzi, Ilenia Confente*

**ORE 8.50** Effects of fashion blogger credibility, engagement and risk-taking behaviour on followers' shopping intentions. A study of Italian consumers.  
*Giada Mainolfi, Donata Tania Vergura*

**ORE 9.10** Industry 4.0 Technologies and co-creation in new product development.  
*Hafiz Muhammad Naeem, Eleonora Di Maria*

**ORE 9.30** Luxury brand communication: how the different communication channels impact on luxury brand followers.  
*Fabrizio Mosca, Valentina Chiaudano, Cecilia Casalegno, Chiara Civera*

**ORE 9.50** Entrepreneurial marketing and digital marketing: emerging interfaces from an explorative research.  
*Matilde Milanese, Silvia Ranfagni, Simone Guercini*

**ORE 10.10** “Amazon effect”: alcune evidenze empiriche negli UGC delle pagine Facebook delle catene di elettronica di consumo.  
*Agostino Vollerò, Emilia Nunzia Maria Gaudio, Pierluigi Vitale, Alfonso Siano*

**ORE 10.30** How to capture value in Sharing Economy.  
*Gennaro Iasevoli, Laura Michelini, Cecilia Grieco*

**ORE 10.50** L'impatto dell'e-commerce sulle decisioni di prezzo: un'analisi nel settore del gambling in Italia.  
*Paolo Calvosa*

**ORE 11.10** Social media users perception during crisis event: the effect on company reputation.  
*Alice Mazzucchelli, Laura Gavinelli, Roberto Chierici, Angelo Di Gregorio*

**ORE 11.30** Il richiamo dei prodotti alimentari in Italia: un modello per la valutazione dell'impatto sulla online brand image.  
*Claudio Becagli, Monica Faraoni*

**ORE 11.50** An exploration of e-commerce literature: the consumer side.  
*Federica De Vanna, Michela Matarazzo, Riccardo Resciniti*

**ORE 12.10** Who tells the story? Defining visual storytelling as a new territory in digital innovation narrative.  
*Rebecca Pera, Sarah Quinton*

**9** SESSIONE SUSTAINABILITY MARKETING  
PROF.SSA LAURA MICHELINI - PROF. CARLO ALBERTO PRATESI  
AULA 20, 3° PIANO

**ORE 8.30** Strategie di economia circolare e marketing: il caso italiano.  
*Silvia Blasi, Valentina De Marchi, Eleonora Di Maria, Marco Mancini, Giorgio Zampetti*

**ORE 8.50** La dimensione sociale delle strategie di marketing: il caso studio di un'impresa agro-alimentare.  
*Brunella Arru, Fabio Albino Madau, Daniele Porcheddu, Antonio Usai*

**ORE 9.10** Estensione del modello TPB per predire l'utilizzo del Car Sharing Free Floating con un disegno di ricerca *mixed method*.  
*Giovanni Mattia, Roberta Guglielmetti Mugion, Ludovica Principato*

**ORE 9.30** Loss or Gain? The role of message framing in hotel guests' recycling behaviour.  
*Laura Grazzini, Rodrigo Padmali, Gaetano Aiello, Giampaolo Viglia*

**ORE 9.50** Obsolescenza programmata e relazione con il brand: un'analisi delle reazioni dei consumatori al caso Apple.  
*Matteo Corciolani, Giacomo Gistri*

**ORE 10.10** Palm oil: with or without? The impact of claims on consumer perception.

*Guido Cristini, Beatrice Luceri, Sabrina Latusi, Donata Tania Vergura, Cristina Zerbini*

**ORE 10.30** Card versus Cash donations: an investigation of donors' evaluations.

*Antonella Buonomo, Matteo De Angelis*

**ORE 10.50** The effect of companies' short and long-term promotion strategies on pro-environmental behaviours in the energy sector.

*Michele Contini, Francesco Rizzi, Eleonora Annunziata, Marco Frey*

**9** SESSIONE SUSTAINABILITY MARKETING  
PROF.SSA LAURA MICHELINI - PROF. CARLO ALBERTO PRATESI  
AULA 21, 3° PIANO

**ORE 8.30** Prodotti funzionali e sostenibilità: un focus sulla comunicazione.

*Alessandra De Chiara*

**ORE 8.50** Impegno religioso e consumo verde: quali relazioni?

*Giovanna Pegan, Patrizia De Luca, Donata Vianelli*

**ORE 9.10** Marketing e impresa sociale: nuove prospettive e percorsi emergenti da una analisi sistematica della letteratura.

*Andrea Runfola, Antonio Picciotti, Marina Gigliotti*

**ORE 9.30** Cause related marketing: review of literature and perspectives.

*Raffaele Campo, Pierfelice Rosato*

**ORE 9.50** La Knowledge Sharing tra imprese e territorio per la creazione di uno sviluppo identitario sostenibile.

*Monica Fait, Paola Scorrano, Antonio Iazzi, Lea Iaia*

**ORE 10.10** Il monitoraggio strategico delle green practice nella gestione delle aree portuali: proposta di un modello di analisi.

*Marcello Risitano, Francesco Parola, Alessandra Turi, Marco Ferretti*

**ORE 10.30** Assessing social impact through the theory of change in food sharing: the case of OLIO.

*Laura Michelini, Cecilia Grieco, Gennaro Iasevoli*

**ORE 10.50** Il richiamo dei prodotti alimentari in Italia: un modello per la valutazione dell'impatto sulla online brand image.

*Claudio Becagli, Monica Faraoni*

**10** SESSIONE MARKETING THEORY  
PROF. SEBASTIANO GRANDI  
AULA 9, 2° PIANO

**ORE 11.20** Is Marketing a "bad word"? Insights from social media users' perceptions.

*Vittoria Marino, Riccardo Resciniti, Mario D'Arco*

**ORE 11.40** A holistic view on identity in marketing: identity co-creation.

*Francesco Polese, Debora Sarno*

**ORE 12.00** The effect of experiencing jealousy on the level of engagement in online brand communities.

*Doaa Talaat Zakaria Mohamed*

**ORE 12.20** Managing emergence for value co-creation and innovation: a viable (eco)systems approach.

*Orlando Troisi, Mara Grimaldi, Antonella Monda*

**ORE 12.40** Nostalgia, remembrance of things past and timespace in consumer behavior: the Museum of Innocence & the Innocence of Objects.

*Francesco Crisci*

