

CURRICULUM VITAE

INFORMAZIONI PERSONALI

Nome e Cognome: Maria Palazzo

STUDI

-Maturità: Classica con votazione finale di (100/100) presso il Liceo Ginnasio Statale “Marco Galdi” di Cava dei Tirreni. (Settembre 1995 – Luglio 2000).

-Laurea: Scienze della Comunicazione presso l’Università degli Studi di Salerno; **Laurea pre-riforma:** votazione **110 e lode** con **menzione d’onore** della commissione (27/01/2006). *Tesi* in Marketing, dal titolo: “Un’analisi del settore orafa Italia. Una ricerca empirica. Caso aziendale UnoAErre”. **Vincitrice del Premio di laurea concesso dal Cav. Gr. Cr. Gianmaria Buccellati 2005.** “Analisi del mercato interno e internazionale del settore orafa e di tutte le problematiche connesse” conferito alla presenza del **Presidente della Repubblica Italiana C. A. Ciampi.**

-Dottorato di Ricerca: Marketing e Comunicazione il dipartimento di Studi e Ricerche aziendali facoltà di Economia dell’Università degli Studi di Salerno (22/04/2010); votazione: risultato conseguito **“molto positivo”**. *Tesi di dottorato* dal titolo “Exploring Corporate Communication: an application and extension. A survey of large Italian companies”.

-Fellow of the HEA: achieved the 06/11/2012 at the University of Bedfordshire (course attended 01/11/2011-22/11/2012)

-Associate Fellow recognition of the HEA: achieved the 10/04/2012 at the University of Bedfordshire (course attended 01/09/2010-01/07/2011)

-Post Graduate Certificate in Academic Practice: achieved at the University of Bedfordshire (2 years course; 2010/2011-2011/2012) (awarded 02/11/2012)

-Abilitazione Scientifica Nazionale - seconda fascia - SETTORE CONCORSUALE 13/B2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE - VALIDO DAL 10/11/2020 AL 10/11/2029 (art. 16, comma 1, Legge 240/10).

CONOSCENZE INFORMATICHE

Ottima conoscenza dei sistemi operativi windows9x, xp, 7, 8 e del pacchetto office (word, excel, access, powerpoint) - (conoscenze e competenze certificate dall’esame di “Informatica generale” e dalla “Prova di Elaborazione Testi” sostenuti secondo il piano di studi del corso di laurea in Scienze della Comunicazione), internet explorer – mozilla firefox - chrome, outlook express - thunderbird. Buona capacità di utilizzo sistemi operativi Apple.

Buona conoscenza del programma per analisi e trattamento dati SPSS.

MADRELINGUA: Italiana

ALTRE LINGUE

INGLESE

Capacità di lettura: ottima; Capacità di scrittura: ottima; Capacità di espressione orale: ottima

SPAGNOLO

Capacità di lettura: ottima; Capacità di scrittura: buona; Capacità di espressione orale: ottima

FRANCESE

Capacità di lettura: ottima; Capacità di scrittura: buona; Capacità di espressione: ottima

ATTESTATI DI CONOSCENZA DI LINGUA STRANIERA

INGLESE

1. **CAE – (C1 Advanced)** rilasciato dal British Council di Cambridge sostenuto presso il Centro Linguistico di Ateneo, con votazione: B – 75/100 (Giugno 2009).
2. Conseguimento di certificato di partecipazione al corso **“English for Academic Purpose”**, corso sostenuto presso l’University of Hull (UK) – ottobre-gennaio 2009 – superato con votazione 70% - first mark level
3. **First Certificate** rilasciato dal British Council di Cambridge sostenuto presso il Centro Linguistico di Ateneo, con votazione: B (Giugno 2005).
4. **P.E.T.** rilasciato dal British Council di Cambridge (Giugno 2000).
5. Attestato di partecipazione al corso di livello **Upper-Intermediate** presso la scuola d’Inglese “Translation Centre” di Cava dei Tirreni (Da Ottobre 2000 a Luglio 2005).
6. Attestato di partecipazione al corso di Inglese livello **Intermedio** sostenuto presso il Centro linguistico di Ateneo dell’Università degli Studi di Salerno, con votazione: ottimo (Da Ottobre 2003 a Luglio 2004).

FRANCESE

7. Diplome du DELF 1er degré.

SPAGNOLO

8. Frequenza del corso di lingua Spagnola organizzato dall'Università di Extremadura (2004).

PERIODI DI STUDIO ALL'ESTERO

9. Vincitrice della borsa di studio **Leonardo** da Vinci, con stage di 16 settimane presso la società di consulenza Spagnola SETA Consultores. Extremadura, Spagna (Da Ottobre 2005, a Gennaio 2006).

10. Vincitrice di borsa di studio **Erasmus** della durata di 9 mesi presso l'Universidad de Extremadura (Spagna). (Da 10/2003, a 07/2004).

ALTRI ATTESTATI

11. **L.E.A.D.** Laboratorio di Elaborazione e Analisi dei Dati, frequentato presso l'università di cui sopra (argomenti svolti: introduzione ad Excel; costruzione di una matrice e inserimento dati; analisi monovariata dei dati con utilizzo di Excel; rappresentazione grafica dei risultati; analisi bivariata mediante Excel; Valutazione e discussione di gruppo su alcuni degli argomenti trattati) – giugno 2004.

12. Certificato di partecipazione come tutor di Lingua Italiana presso il Department of language - University of Hull (UK) – ottobre-gennaio 2009

ALTRE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE - SCUOLE ESTIVE

13. Scuola estiva sul “Metodo e la ricerca sociale”, organizzata dall'associazione culturale Paideia e dall'Università degli Studi di Salerno, Dipartimenti di Scienze della Comunicazione, di Sociologia e Scienza della Politica, Borgo di Terravecchia Giffoni Valle Piana (Sa), 27-30/08/2007.

14. Scuola estiva sul “Metodo e la ricerca sociale”, Giffoni Valle Piana (Sa), 01-05 settembre 2008.

ATTIVITÀ DI RICERCA PRESSO QUALIFICATI ISTITUTI PUBBLICI ITALIANI E STRANIERI

1. **Ricercatore a Tempo Determinato** della Tipologia di cui alla lettera A), terzo comma, dell'art. 24 della legge 240/2010 al fine di svolgere attività di ricerca coerente con le tematiche innovazione azione iv.4 asse iv “ISTRUZIONE E RICERCA PER IL RECUPERO – REACT-EU”, di didattica, di didattica integrativa e di servizio agli studenti (01.01.2022-31.12.2024)

2. **Docente** dei seguenti corsi e laboratori: IMPRENDITORIALITA' E BUSINESS PLANNING; MANAGEMENT PER LA SOSTENIBILITA'; WEB MARKETING, presso Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione/DISPC, Università degli Studi di Salerno dal 01/01/2022 ad oggi

3. Attività di ricerca - Partecipazione (in veste di **assegnista di ricerca**) al progetto "**ENCORE**" (ENgaging Content Object for Reuse and Exploitation of cultural resources) - Horizon PON I&C 2014-2020”, finanziato dal Ministero per lo Sviluppo Economico – MISE - Fondo per la Crescita Sostenibile - Prog. n. F/05095/01-03/X32. Collaborazione alle attività di ricerca relative a: OR8.1 – Diffusione dell'informazione sul progetto e suoi risultati (15 gennaio 2018 – 15 marzo 2019) e (23 settembre 2019 – 24 ottobre 2019)

4. **Assegnista di Ricerca in Marketing** (Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione dell'Università degli Studi di Salerno) dal titolo “Corporate Communication in the Italian Context: Why should it be managed strategically?” (area scientifica prescelta n.13 – Scienze Economiche e Statistiche; settore scientifico-disciplinare: SECS-P/08 Economia e Gestione delle imprese; Responsabile scientifico: Prof. Alfonso Siano; Rep. N. 2085; Prot. N. 31903) (01/08/2012-31/12/2015)

5. **Attività di ricerca** - incarico di prestazione professionale nell'ambito della ricerca “beni culturali e sviluppo locale nelle aree interne del Cilento” per lo svolgimento delle seguenti attività appresso indicate: Analisi delle aziende presenti nel conteso di riferimento del progetto (**Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni**) con particolare riguardo a quelle enogastronomiche e agrituristiche, nell'ottica di una azione di marketing territoriale (dal 30-01-2017 al 31-07-2017)

6. Collaboratrice alle attività del progetto **TITAN** - progetto PON01_02136, (12/05/2014 al 30/06/2014) presso Consorzio Centro di Ricerca in Matematica Pura ed Applicata (ore 38) svolgendo in particolare le seguenti attività: MSE – MI01-123 - InViMall - Exploitation plan degli Scenari di Integrazione

7. Vincitrice di borsa di studio per il **perfezionamento all'estero** erogata dalla Facoltà di Lettere e Filosofia sotto la supervisione del Prof. Dr. Philip Kitchen presso l'Università di Hull – Inghilterra (Da Febbraio 2010 a Febbraio 2011).

8. **Visiting PhD student** - Ricerca all'estero in qualità di dottoranda in Marketing e Comunicazione sotto la supervisione del Prof. Dr. Philip Kitchen presso l'Università di Hull – Inghilterra (Da Ottobre 2008 a Dicembre 2008).

ORGANIZZAZIONE, DIREZIONE E COORDINAMENTO DI GRUPPI DI RICERCA NAZIONALI E INTERNAZIONALI O PARTECIPAZIONE AGLI STESSI

- Progetti e gruppi di ricerca nazionali:

Membro del “Sustainability Communication Center” (SCC): Membro del gruppo di ricerca composto da dottorandi e assegnisti impegnati nelle attività internazionali di studio nei seguenti campi di indagine: corporate social responsibility (CSR), corporate communication e corporate reputation, digital marketing, marketing communications, brand management, place marketing. Nell'ambito dell'attività sono stati stretti rapporti di collaborazione scientifica con i seguenti docenti (e le relative strutture di ricerca), alcuni dei quali hanno svolto periodi di Visiting Professor presso l'Università di Salerno: prof. P.J. Kitchen (ESC Rennes), prof. L. Eagle (University of the West of England), prof. W.J.L. Elving (University of Amsterdam – ASCOR/University of Groningen), prof. J. Farquhar (University of Bedfordshire/Southampton Solent University - UK). Il gruppo ha prodotto diversi articoli su riviste nazionali ed internazionali (es. QUALITATIVE MARKET RESEARCH JOURNAL; Journal of Business-to-Business Marketing; Corporate Social Responsibility and Environmental Management). (Dal 01-02-2007 a oggi)

- Progetti e gruppi di ricerca internazionali: Dr Maria Palazzo has been invited to take part in a research collaborative study between Dr Christopher Pich and Dr Guja Armannsdottir. This represents a joint study between Nottingham Business School, Nottingham Trent University, UK and the Università degli Studi di Salerno, Fisciano, Italy. The project entitled ‘It’s all about Entertainment: The Rise of Celebrity Political Brands in Italy from a Young Voter Perspective’. The project has received £2000 in internal Nottingham Business School Nottingham Trent University funding designed to conduct primary research at Università degli Studi di Salerno, Fisciano, Italy. (March 2019, December 2019)

- Progetti e gruppi di ricerca internazionali: Dr Maria Palazzo has been invited to lead an international research collaborative study with Dr. Pantea Foroudi. This represents a joint study between Business School, Middlesex University London, UK and the Università degli Studi di Salerno, Fisciano, Italy. The project entitled “Contemporary issues in branding” addresses all explicit calls for the exploration of brands’ strength and development. The project is focussed on the publication of a book titled "Contemporary issues in branding" - book commissioned and published by the scholarly publisher Routledge (Taylor & Francis; Francis Group).

- Progetti e gruppi di ricerca internazionali: Dr Maria Palazzo and Prof. Alfonso Siano have been invited to lead an international research collaborative study with Dr. Pantea Foroudi. This represents a joint study between Business School, Middlesex University London, UK and the Università degli Studi di Salerno, Fisciano, Italy. The project entitled “Beyond multi-channel marketing: Critical Issues in Dual Marketing” and the related book published by Emerald Publishing Limited will address all explicit calls for the exploration of dual marketing’ strength and development.

- Partecipazione a progetti di ricerca finanziati da fondo di Ateneo (FARB) come collaboratrice e come responsabile

1. Collaboratrice alle attività di ricerca previste dal progetto “Corporate reputation and financial resources: in search of common principles of management”, di cui è responsabile il Prof. Alfonso Siano. Tale progetto di ricerca è afferente alla quota dello stanziamento di bilancio (ex 60%), per l'anno 2009.

2. Collaboratrice alle attività di ricerca previste dal progetto “Nuovi sviluppi dell'ingredient branding”, di cui è responsabile la prof.ssa Maria Giovanna Confetto. Tale progetto di ricerca è afferente alla quota dello stanziamento di bilancio (ex 60%), per l'anno 2009.

3. Collaboratrice alle attività di ricerca 2011/2012 - progetto FARB “Il ruolo dell'organo di governo nella comunicazione strategica” (Resp. Prof. Siano)

4. Collaboratrice alle attività di ricerca 2013/2014 - progetto FARB Università degli Studi di Salerno - Learning to innovate networks of Knowledge systems (Resp. Prof. Piciocchi)

5. Collaboratrice alle attività di ricerca 2013/2014 - progetto FARB Università degli Studi di Salerno - Content marketing: implicazioni manageriali (Resp. Prof. Siano)

6. Collaboratrice alle attività di ricerca 2013/2014 - progetto FARB Università degli Studi di Salerno - Enhancing stakeholder engagement through strategic corporate communication – (resp. dott. ssa Confetto)

8. 2015 - progetto FARB Università degli Studi di Salerno - Costruzione di un algoritmo per valutare e migliorare la comunicazione per la sostenibilità nei website delle organizzazioni (Resp. Prof. Alfonso Siano)

9. progetto FARB Università degli Studi di Salerno – LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEL CONTENT MARKETING, (7 Novembre 2014 - 6 Novembre 2016), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, Resp. CONFETTO Maria Giovanna
10. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - (300401ALT17PICIOCCHI01), Digital workers and holistic service systems: a new workplace culture from Service Science perspective, (12/12/2017-31/12/2019), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, Resp. PICIOCCHI Paolo
11. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - (300401FRB16CONF), DEFINIZIONE DI UN FRAMEWORK MANAGERIALE DI SOCIAL MEDIA CONTENT, (29/07/2016-20/09/2018), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, Resp. CONFETTO Maria Giovanna
12. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - (300401FRB16SIANO), COSTRUZIONE DI UN ALGORITMO PER VALUTARE E MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE PER LA SOSTENIBILITA' NEI WEBSITE DELLE ORGANIZZAZIONI, (29/07/2016-20/09/2018), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, Resp. SIANO Alfonso
13. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - (300401FRB17PICIO), New Models to Investigate Customer Behavior, (20/11/2017-20/11/2020), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. PICIOCCHI Paolo)
14. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - Nota 6241/2015-finanz.iniziale dell'att.di ric."indagine sulle nuove logiche della comunicazione d'impresa, considerate in una forte ed evoluta prospettiva manageriale e di sostenibilita', in presenza di una crescente asimmetria informativa a favore del consumatore (30 Dicembre 2014 - 31 Dicembre 2016), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Agostino Vollero)
15. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - FINANZIAMENTO ATTIVITÀ BASE RICERCA 2017 - MIUR - DI EURO 3.000,00 - RIF. NOTA PROT. 54964 DEL 16/02/2018 (16 Febbraio 2018 - 15 Febbraio 2020), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Agostino Vollero)
16. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - CSR communications as legitimacy-seeking strategies: a framework for a comparative understanding of differences at cross-regional and industry levels. (20 Novembre 2017 - 20 Novembre 2020), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Agostino Vollero)
17. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - Exploring the role of „negotiated brands“ in a digitally-empowering world. (29 Luglio 2016 - 20 Settembre 2018), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Agostino Vollero)
18. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - Exploring the role of „negotiated brands“ in a digitally-empowering world. (28 Luglio 2015 - 28 Luglio 2017), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Agostino Vollero)
19. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - SUSTAINABILITY COMMUNICATION AND LEGITIMACY-SEEKING STRATEGIES: EMERGING PERSPECTIVES ON VALUE-CREATION AND GREENWASHING, (11 Marzo 2019 - 10 Marzo 2022), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Agostino Vollero)
20. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - STORYTELLING IN THE DIGITAL AGE: AN ANALYSIS OF SOME EXPERIENCES IN TOURISM SECTOR, (Marzo 2019 - 10 Marzo 2022), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Paolo Piciocchi)
21. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - SOCIAL MEDIA-DRIVEN OPEN INNOVATION: HOW TO ENGAGE THE CROWDS IN CO-CREATION PROCESSES OF NEW IDEAS TO ENHANCE BUSINESS (15 Febbraio 2021 - 15 Febbraio 2024), Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Maria Giovanna Confetto)
22. progetto FARB Università degli Studi di Salerno - CONCEPTUALIZING BRAND HIJACKING: AN EMERGING PERSPECTIVE IN THE DIGITAL AGE (11 Marzo 2019 - 10 Marzo 2022), Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Maria Giovanna Confetto)
23. progetto FARB Università degli Studi di Salerno GREENWASHING: THEORETICAL FOUNDATIONS AND EMERGING RESEARCH ON CORPORATE SUSTAINABILITY BEYOND DECEPTIVE COMMUNICATION (15 Febbraio 2021 - 15 Febbraio 2024), Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione/DISPSC, (Resp. Agostino Vollero)
24. progetto FARB Università degli Studi di Salerno NUOVI TREND NEL SETTORE DEGLI IMBALLAGGI. COME L'INTELLIGENT PACKAGING CONTRIBUISCE ALL'ECONOMIA CIRCOLARE (25 Luglio 2022 - 25 Luglio 2025), Responsabile: **PALAZZO MARIA** (Coordinatore Progetto), Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione/DISPSC

DIREZIONE O PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI DI RIVISTE, COLLANE EDITORIALI, ENCICLOPEDI E TRATTATI DI RICONOSCIUTO PRESTIGIO

- **Editor in chief for the journal:** International Journal of Sustainable Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility (IJSECSR) (<https://www.igi-global.com/journal/international-journal-sustainable-entrepreneurship-corporate/126547>)

- **Consulting Editors of the journal:** The International Journal of Management Reviews (IJMR) is the leading global review journal in Organisation and Management Studies (OMS). Impact factor: 13.419 Online ISSN: 1468-2370 (<https://onlinelibrary.wiley.com/page/journal/14682370/homepage/editorialboard.html>)

- **Editor of the journal** “Cogent Business and Management” (<https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?show=editorialBoard&journalCode=oabm20>)

- **Member of the editorial board** of Journal of Media and Communication Studies (JMCS) (ISSN 2141 – 2545)

- **Member of the editorial board** of “International Journal of Tourism and Hospitality Management in the Digital Age (IJTHMDA)” (<https://www.igi-global.com/journal/international-journal-tourism-hospitality-management/144574>).

- **Member of the editorial board** of FORUM SCIENTIAE OECONOMIA (<http://ojs.wsb.edu.pl/index.php/fso/editorial>)

- **Member of the editorial board** of the Journal of Green Economy and Low-Carbon Development (JGELCD), edited by Acadlore Publishing House from China (<https://www.acadlore.com/journals/JGELCD/editors>).

- **Guest Editor:** Special Issue "Sustainable Tourism in International Context: Solutions during and after the Global Pandemic Crisis", Sustainability (https://www.mdpi.com/journal/sustainability/special_issues/sustainable_tourism_international_context)

- **Guest Editor:** Special Issue “Challenges and Future Trends of Industry 4.0”, Sustainability (https://www.mdpi.com/journal/sustainability/special_issues/67M9CN32F2)

- **Guest Editor:** Special Issue "Sustainable Development and CSR – Perfect Match?" Journal of Risk and Financial Management (ISSN 1911-8074). (https://www.mdpi.com/journal/jrfm/special_issues/Sustainable_Development_CSR)

Reviewer: per le seguenti riviste internazionali (<https://publons.com/researcher/1725420/maria-palazzo/>):

A. Journal of Business Research (ISSN: 0148-2963) (certificate of outstanding contribution in reviewing)

B. Journal of Retailing and Consumer Services (ISSN: 0969-6989)

C. Journal of Cleaner Production (ISSN: 0959-6526)

D. Journal of Media and Communication Studies (JMCS) (ISSN 2141 – 2545)

E. Qualitative Market Research (ISSN: 1352-2752)

F. Journal of Business Ethics (ISSN: 0167-4544)

G. Corporate Communication: an International Journal (ISSN 1356-3289)

H. European Journal of Marketing (ISSN: 0309-0566)

I. Journal of Marketing Communications (ISSN 1352-7266)

J. Journal of Political Marketing (ISSN: 1537-7865)

K. Risks (ISSN: 2227-9091)

L. Sustainability (ISSN: 2071-1050)

M. Energies (ISSN: 1996-1073)

N. Journal of Open Innovation: Technology Market, and Complexity (ISSN: 2199-8531)

O. Nutrients (ISSN: 2072-6643)

P. Journal of Risk and Financial Management (ISSN: 1911-8074)

Q. International Journal of Management Reviews (ISSN:1468-2370)

Attività di referaggio per le seguenti conferenze e collane nazionali ed internazionali:

- Academy of Management Annual Meeting

- CMC Conference

- Collana “Comunicazione d’impresa” – Franco Angeli

- Collana Emerald Point – Emerald Group Publishing (UK)

Membro del Reviewing Committee della conferenza internazionale XXII Conference on Marketing and Corporate Communication, University of Valenza, April 2017

Membro del Reviewing Committee della conferenza internazionale XVIII Conference on Marketing and Corporate Communication, University of Salerno, April 2013

Membro del Reviewing Committee del 16th International Conference on Corporate and Marketing Communications. April 24-26, 2011. Hosted by: Athens University of Economics and Business.

External examiners of Ph.D. theses

External examiners of Ph.D. thesis of the PMAS- Arid Agriculture University, Rawalpindi, Pakistan

External examiners of Ph.D. thesis of the National Defence University, Islamabad —Pakistan

External examiners of Ph.D. thesis of the University of Bedfordshire, UK

External examiners of Ph.D. thesis of the Universidad de Granada, Spain

External examiners of Ph.D. thesis of the Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia

CONSEGUIMENTO DI PREMI E RICONOSCIMENTI PER L'ATTIVITÀ SCIENTIFICA, INCLUSA L’AFFILIAZIONE AD ACCADEMIE DI RICONOSCIUTO PRESTIGIO NEL SETTORE

-Abilitazione Scientifica Nazionale - seconda fascia - SETTORE CONCORSUALE 13/B2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE - VALIDO DAL 10/11/2020 AL 10/11/2029 (art. 16, comma 1, Legge 240/10).

- Certificate of **Outstanding Contribution in Reviewing** (awarded March 2018), *Journal of Business Research*, in recognition of the contributions made to the quality of the journal.

-Post Graduate Certificate in Academic Practice

• University of Bedfordshire (training period: 2 years course; 2010/2011-2011/2012) (awarded 02/11/2012)

- Fellow of the HEA (High Education Academy)

• University of Bedfordshire, UK (training period 01/11/2011-22/11/2012) (Recognition achieved 06/11/2012)

Fellowship (FHEA) involves: Consolidate personal development and evidence of professional practice in your higher education career; Demonstrate commitment to teaching, learning and the student experience, through engagement in a practical process that encourages research, reflection and development; Fellowship is increasingly sought by employers across the higher education sector as a condition of appointment and promotion; For individuals, to identify their expertise with the entitlement to use post-nominal letters – FHEA; Recognised and valued by a growing number of international institutions.

- Associate Fellow recognition of the HEA (High Education Academy)

• University of Bedfordshire UK (training period 01/09/2010-01/07/2011) recognition achieved 10/04/2012

ASSOCIATE FELLOW (AFHEA). Associate Fellowship highlights that the member is: an early-career researcher with some teaching responsibilities new to HE teaching, have a limited teaching portfolio or teach part-time a member of staff who supports academic provision (learning resource) a member of staff who undertakes the role of demonstrator roles with some teaching-related responsibilities an experienced member of staff in a relevant professional area who may be new to teaching and/or supporting learning, or who have a limited teaching portfolio.

- Vincitrice del **Premio di laurea** “Leonardo da Vinci” concesso dal Cav. Gr. Cr. Gianmaria Buccellati 2005. “Analisi del mercato interno e internazionale del settore orafa e di tutte le problematiche connesse” conferito alla presenza del Presidente della Repubblica Italiana C. A. Ciampi. (<https://www.comitatoleonardo.it/it/categoria-premi/premi-di-laurea-comitato-leonardo/>)

ATTIVITÀ DIDATTICA A LIVELLO UNIVERSITARIO ALL'ESTERO

-**External Examiner** of PhD Student (University of Bedfordshire). Tasks developed: attendance at the board of professors, reading of the thesis, any additional reading of the corrections to the thesis (in cases where a candidate is asked to make corrections or re-submit), attendance at the viva voce examination, completion of the pre-viva report of the examiners’ confirmation of satisfaction with corrections, completion of and the examiners’ joint viva report (20/12/2019).

- Attività di docenza, **visiting lecturer**, (for postgraduate students/research staff) presso Business school, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia (02/11/2017-27/01/2018).

- **External examiners** of Ph.D. thesis of the National Defence University, Islamabad —Pakistan. Duties: attendance at the board of professors, grading of the thesis, any additional reading of the corrections to the thesis (in cases where a candidate is asked to make corrections or re-submit), attendance at the viva voce examination, completion of the pre-viva report of the examiners’ confirmation of satisfaction with corrections, completion of and the examiners’ joint viva report (Dal 01/01/2016 ad oggi)

- Attività di docenza, **visiting lecturer** (for postgraduate students/research staff) presso Universidad de Granada (Spagna) –Facultad de Empresariales (01/09/2014-10/09/2014).

- Attività di docenza, **visiting lecturer** (for postgraduate students/research staff) presso Universidad de Granada (Spagna) –Facultad de Empresariales (12/06/2013-19/06/2013)

- **Lecturer in Marketing** presso l’Univerisity of Bedfordshire UK (Agosto 2010 – Novembre 2012)

Duties: include teaching and tutorial guidance, research and other forms of scholarly activity, examining, curriculum development, administration and related activities. As part of my duties, I normally was expected to engage in research and scholarly activity. The nature and extent of this varied with the nature of the subjects I teach and the full range and balance of my duties and other commitments. In this context, 'scholarly activities' includes the production of books, contributions to books, articles and conference papers and is to be construed in the light of the common understanding of the phrase in higher education.

Courses:

- Brand Management and Research;
- Marketing in Contemporary context;

- PR Event Management

ATTIVITÀ DIDATTICA A LIVELLO UNIVERSITARIO IN ITALIA

1. **Docente** a contratto (Anno Accademico 2018-2019; 2019-2020; 2020-2021) per l'insegnamento di "Economia Digitale" - 0181708SECSP08I, CORSO DI STUDIO: L18 - Gestione di impresa (018), *Universitas Mercatorum*, Roma.

2. **Docente** a contratto (Anno Accademico 2020-2021) per l'insegnamento di "Economia e management dell'innovazione" - 0181708SECSP08I, CORSO DI STUDIO: L18 - Gestione di impresa (018), *Universitas Mercatorum*, Roma.

3. Attività di **tutor** disciplinare (Anno Accademico 2017-2018; 2018-2019; 2019-2020; 2020-2021) per le materie afferenti all'area di Gestione e Organizzazione d'impresa di tutti i corsi di Laurea dell'*Universitas Mercatorum*, Roma.

4. Vincitrice di contratto d'insegnamento integrativo per lo svolgimento di n. 33 ore di attività di tutorato didattico **Help Teaching in Management**, Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione dell'Università degli Studi di Salerno (SSD: SECS-P/08; TAF: Caratterizzante; II Anno; Prof. Paolo Piciocchi) (Anno Accademico 2018-2019; 2019-2020; 2020/2021).

5. Attività di **tutor** disciplinare (Anno Accademico 2017-2018) CORSO VALORE PA_AMBIENTE E TUTELA DEL TERRITORIO, organizzato dall'Università degli Studi di Salerno e Pform Scuola di Alta Formazione Manageriale (via San Leonardo n. 52, c/o Galleria Mediterraneo, 84131 Salerno – ITALIA)

6. Attività di **docenza** all'interno del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013 (PON R&C) - Intervento di formazione denominato "SNECS – Social Network Entità Centri Storici (Codice identificativo progetto: PON03PE_00163_1) e Intervento di formazione denominato "CHIS – Cultural Heritage Information System" (Codice identificativo progetto: PON03PE_00099_1):

Modulo: L'evoluzione di internet e strategie e tecniche di social media marketing 36

Modulo: Marketing e comunicazione dei BBCC 32

Modulo: L'evoluzione dei servizi al cittadino 12

Presso *Università degli Studi di Salerno*

7. Attività di **docenza** all'interno del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013 (PON R&C) - Intervento di formazione denominato "SNECS – Social Network Entità Centri Storici (Codice identificativo progetto: PON03PE_00163_1):

Modulo: L'evoluzione di internet e strategie e tecniche di social media marketing 36

Presso *Università Federico II di Napoli*

METODOLOGIE DIDATTICHE E STRUMENTI DIDATTICI

Metodologie tradizionali per sviluppare sistematicamente conoscenze e abilità teorico e pratica.

Lavoro di gruppo: per favorire l'interscambio delle conoscenze tecniche e i benefici del lavoro in team.

8. Attività di **docenza** al corso in "Marketing e Comunicazione" per i moduli "Marketing accounting", "Lancio e promozione di nuovi prodotti, servizi" e "Costruire e valorizzare brand di successo", Catalogo Interregionale Alta di Formazione (IV ed.), Euroform, Aprile 2012.

9. **Docenza** presso il Master in Marketing Aziendale – per conto dell'Agenzia di Formazione "Michelangelo s.r.l." di Somma Vesuviana:

Modulo: Organizzazione Aziendale (80 ore)

Modulo: ITC E Marketing (80 Ore)

Modulo: Marketing Interno (40 ore)

PROGETTAZIONE IN ESSERE - CATALOGO INTERREGIONALE ALTA FORMAZIONE 2009 - ID CORSO 6522 - ID EDIZIONE 5319

METODOLOGIE DIDATTICHE E STRUMENTI DIDATTICI

Metodologie tradizionali per sviluppare sistematicamente conoscenze e abilità teorico e pratica.

Lavoro di gruppo: per favorire l'interscambio delle conoscenze tecniche e i benefici del lavoro in team.

10. "Attività di tutorato, didattico-integrative, propedeutiche e di recupero presso la facoltà di lettere e filosofia – a.a. 2009/10". Le attività di tutorato, didattico-integrative, propedeutiche e di recupero sono state svolte presso la cattedra di "Grammatica Italiana" del corso di laurea in Beni Culturali per l'ammontare di 30 ore complessive (13 gennaio 2009-2 Febbraio 2010)

11. Cultore della materia, didattica integrativa (esercitazioni e realizzazione materiale didattico), membro commissione d'esame (lauree triennali e magistrali presso le Facoltà di Lettere, Economia e Scienze MM.FF.NN. - Università degli Studi di Salerno)

Attività svolte per i seguenti insegnamenti (SSD SECS-P08 – 13/B2):

- dal a.a. 2004/2005 fino a disattivazione Marketing, Economia e Gestione delle Imprese di Comunicazione, Economia e Gestione delle Imprese Commerciali - Commercio Elettronico;
- dal a.a. 2004/2005 fino a disattivazione Marketing e Sistemi di Analisi di Mercato;
- dal a.a. 2005/2006 in corso Marketing e Comunicazione, Corporate Communication and Brand Management;
- dal a.a. 2008/2009 in corso Management delle Imprese Culturali, Marketing dei Beni Culturali;
- dal a.a. 2017/2022 in corso Social Media Planning and Monitoring.
- dal a.a. 2018/2022: Imprenditorialità e Business Planning, International Management, Management
- assistenza predisposizione e correlatore tesi di laurea

PUBBLICAZIONI

Forthcoming

1. M. Palazzo, A. Siano, A. Ferri, Intelligent packaging in the food sector. Shaping a research agenda and finding future trends. *SIM Conference 2022. XIX Convegno Annuale della Societa' Italiana Marketing*
2. Gozde Mert, Bulent Akkaya, Maria Palazzo, Maria Antonella Ferri, Linking Organizational Policy and Strategic Planning Performance. The moderating role of Business Ethics: a focus on manufacturing and service sector in Turkey, *International Entrepreneurship and Management Journal, under review*
3. A. Ferri, P. Piciocchi, M. Palazzo, Analisi dei nuovi trend nel settore del packaging: un'agenda di ricerca, volume in onore del Prof. Leonardo Petix
4. A. Cusi; A. Ferri; A. Micozzi; M. Palazzo, "SWOT: Scant Worn Obsolete Tool?", *Theory and Decision, under review*
5. Nitika Sharma; Arminda Paço; Raysa Geaquinto Rocha; Maria Palazzo; Prof. Alfonso Siano, "Buy it or avoid it: Role of eco-anxiety on green buying intentions and escapism", *Journal of Business Research, under review*
6. Palazzo M., Vollero A., Siano A.; "A review of enhanced features, characteristics, and new technological functions in the field of packaging: cluster analysis and future research directions", *Journal of Business Research, under review*
7. Panait, Apostu S., Gigauri I., Confetto M.G., Palazzo M., "Defeating the Dark side of FinTech: the role of digitalisation in fostering financial inclusion in Central and Eastern Europe", *Intenational Journal of Bank Marketing, under review*
8. Confetto M. G., Conte F., Palazzo M., Siano A., Digital City Branding: how to set up strategies for tourist destinations, *Journal of Destination Marketing & Management, under review*
9. Z. Yousaf, M. Palazzo, E-Commerce Marketing Capabilities towards distined Strategic Performance: Customer Engagement and Moderating Role of E-Trust in Emerging Economy, *International Entrepreneurship and Management Journal, under review*
10. Z. Yousaf, M. Palazzo, Influential role of Homophily on Innovative Work Behavior. Evidence from Innovation Management of SMEs, *International Entrepreneurship and Management Journal, under review*
11. Foroudi, P., Palazzo, M., & Karanikosova S., When love takes over: boosting love towards Airbnb Brand, *Corporate Reputation Review, under review*

Anno 2022

12. A. Cusi, M. A. Ferri., Micozzi, A., & Palazzo, M. (2022), "Ripensare l'analisi SWOT: il nuovo approccio del modello APPNIE Restructuring the SWOT analysis: the new approach of the APPNIE model", *Le linee editoriali congiunte Centro Studi Tagliacarne e Universitas Mercatorum*, pp. 1-26.
13. Vasile V., Panait M., Piciocchi P., Ferri A., Palazzo M., "Promoting the principles of sustainable development: an exploration of non-financial performance of foreign capital in Romanian economy", *Italian Journal of Marketing, Special Issue on Sustainable marketing and performance management. Contributions to theories, methods, and practices. Guest editors: A. Siano; S. Romenti; R. Tench*, <https://doi.org/10.1007/s43039-022-00056-x>
14. Palazzo, M., & Vollero, A. (2021). A systematic literature review of food sustainable supply chain management (FSSCM): building blocks and research trends. *The TQM Journal*, Vol. 34 No. 7, pp. 54-72. <https://doi.org/10.1108/TQM-10-2021-0300> (ANVUR: A) (impact score 3.25; CiteScore 2020: 4.3)
15. Foroudi, P., Foroudi, M. M., Palazzo, M., & Nguyen, B. (2021). Fly me to the moon: from corporate branding orientation to retailer preference and business performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(1), 78-112. (ANVUR: A) (Scopus 11.1 CiteScore 2021; 6.514 - 2020 Impact Factor)
16. C Popescu, M Panait, M Palazzo, A Siano, (2022), Energy Transition in European Union—Challenges and Opportunities, in *Energy Transition*, pp. 289-312

17. Panait M., Vasile V., Siano A., Palazzo M. (2022), "Inclusión financiera en los países de la zona euro: una oportunidad para aumentar el bienestar social" – In Maddalena della Volpe, Alexandra Jaramillo-Gutiérrez (Eds.). Educación digital, inclusión, emprendimiento Pag.187-209. Bogotá Penguin Random House. ISBN:978-958-5165-22-9
18. Palazzo, M., Gigauri, I., Panait, M. C., Apostu, S. A., & Siano, A. (2022). Sustainable Tourism Issues in European Countries during the Global Pandemic Crisis. *Sustainability*, 14(7), 3844.
19. Panait, M. C., Voica, M. C., Hysa, E., Siano, A., & Palazzo, M. (2022). The Bucharest Stock Exchange: A Starting Point in Structuring a Valuable CSR Index. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(2), 94.

Anno 2021

20. Panait M., Voica C., Palazzo M., Siano A. (2021), "CSR of foreign banks from Central and Eastern Europe – an international comparison", *European Journal of International Management*, European Journal of International Management, pag.1-25, ISSN:1751-6757, <https://doi.org/10.1504/EJIM.2021.10040798>
21. Palazzo, M., Foroudi, P., Ferri, M.A. (2021), Examining antecedents and consequences of perceived service quality in the hotel industry: a comparison between London and New York, *The TQM Journal*, Vol. 33 No. 7, pp. 193-221, doi.org/10.1108/TQM-09-2020-0203 (ANVUR: A) (impact score 3.25; CiteScore 2020: 4.3)
22. Foroudi, P., Palazzo, M., Sultana, A. (2021), Linking brand attitude to word-of-mouth and revisit intentions in the restaurant sector, *British Food Journal*, Vol. 123 No. 13, pp. 221-240, doi.org/10.1108/BFJ-11-2020-1008 (ANVUR: A) (impact factor 2020: 2.518; CiteScore 2020: 3.5)
23. Palazzo, M., Vollero, A., Vitale, P., Siano, A. (2021), Urban and rural destinations on Instagram: Exploring the influencers' role in# sustainable tourism, *Land use policy*, Vol. 100, pp. 104915, doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104915 (ANVUR: A) (impact score: 5.398)
24. Palazzo, M., Siano, A. (2021). Fifth-generation (5G) communication networks and sustainability: A research agenda. Corporate Governance and Research & Development studies-Open Access, (1). <https://doi.org/10.3280/cgrds1-2021oa10459>
25. Gigauri, I., Panait, M., Palazzo, M. (2021). Teaching Corporate Social Responsibility and Business Ethics at Economic Programs. LUMEN Proceedings, 15, 24-37.
26. Foroudi, P., & Palazzo, M. (Eds.). (2021). *Sustainable Branding: Ethical, Social, and Environmental Cases and Perspectives*. Routledge.
27. Foroudi, P., & Palazzo, M. (2021). Introduction to contemporary issues in sustainable branding: Ethical, social, and environmental perspectives. In *Sustainable Branding* (pp. 1-7). Routledge.
28. Sartipi, S., Foroudi, P., Palazzo, M., & Daryani, M. A. (2021). Sustainability and social innovation: In the case of Covid-19 pandemic. In *Sustainable Branding* (pp. 310-323). Routledge.
29. Foroudi, P., Palazzo, M., & Stone, M. (2021). Mixed-methods research: Why and how to use it. In *The Routledge Companion to Marketing Research* (pp. 73-106). Routledge.

Anno 2020

30. Palazzo M., Vollero, A., Siano, A. (2020), From Strategic Corporate Social Responsibility to Value Creation: an analysis of corporate website communication in the banking sector, *Journal of International bank marketing*, Vol. 38 No. 7, pp. 1529-1552. doi.org/10.1108/IJBM-04-2020-0168 (ANVUR: A) (impact factor 4.412)
31. Palazzo M., Vollero, A., Siano, A., Foroudi P. (2020), From fragmentation to collaboration in tourism promotion. An analysis of the adoption of IMC in the Amalfi Coast, *Current Issue in Tourism*, Vol. 24 No. 4, pp. 567-589, doi.org/10.1080/13683500.2020.1782856 (ANVUR: A) (Impact Factor: 7.430)
32. Vollero, A., Siano, A., Palazzo, M., Amabile, S. (2020), Hoftside's cultural dimensions and corporate social responsibility in online communication: Are they independent constructs?, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol.27 No.1, pp.53-64, doi.org/10.1002/csr.1773 (ANVUR:A) (impact factor 8.741)
33. Siano A., Raimi L., Palazzo M., Panait M., (2020), Mobile Banking: An Innovative Solution for Increasing Financial Inclusion in Sub-Saharan African Countries. Evidence from Nigeria, *Sustainability*, Vol. 12 No. 23, pp. 10130, doi.org/10.3390/su122310130 (Journal Rating AIDEA 2015-2016: B) (impact factor 3.251; Cite Score: 3.9)
34. Stancu A., Panait M., Raimi L., Palazzo M., (2020) Financial Consumers – Promoters of Sustainable Development? Evidences from Europe and Central Asia, The 3 rd International Conference on Economics and Social Sciences Innovative models to revive global economy October 15-16, 2020 Bucharest University of Economic Studies, Romania, Proceedings of the 3rd International Conference on Economics and Social Sciences, ISSN 2704-6524, pp. 841-850, DOI: 10.2478/9788366675162-083
35. Grigorescu A., Panait M., Vasile V., Palazzo M., (2020) Behaviour of financial consumers in banking market: a Central and Eastern European perspective, The 2nd International Conference on Business & Behavioral Studies November 12-13, 2020, SSB RN, Social Science & Business Research Network, Bangkok, Thailand.
36. Izadi, J., Ziyadin, S., Palazzo, M., Sidhu, M. (2020). The evaluation of the impact of innovation management capability to organisational performance. *Qualitative Market Research: An International Journal*. Vol. 23 No. 4, pp. 697-723. <https://doi.org/10.1108/QMR-04-2020-0052>. (Journal Rating AIDEA 2015-2016: B) (CiteScore 2020: 2.5)

37. Vitale, P., Palazzo, M., Vollero, A., Siano, A., Foroudi, P. (2020, May). The Role of Igers in the Territorial Dynamics of Sustainable Tourism-Oriented Destinations. In INTERNATIONAL SYMPOSIUM: New Metropolitan Perspectives (pp. 759-767). Springer, Cham.
38. Palazzo M., Foroudi P., Kitchen P.J., Siano A., (2020), Developing Corporate Communications in Italian firms: An Exploratory Study, *Qualitative Market Research Journal*, Vol. 23 No. 3, pp. 407-426, ISSN 1352-2752, doi.org/10.1108/QMR-12-2017-0185, (Journal Rating AIDEA 2015-2016: B) (CiteScore 2020: 2.5)
39. Vollero, A., Palazzo M., Siano, A., Foroudi P., (2020), From CSR to CSI: analysing consumers' hostile responses to branding initiatives in social media-scape, *Qualitative Market Research Journal*, Vol. 23 No. 2, pp. 143-160, ISSN 1352-2752, doi.org/10.1108/QMR-12-2017-0184, (Journal Rating AIDEA 2015-2016: B) (CiteScore 2020: 2.5)
40. Palazzo, M., Deigh, L., Foroudi P., Siano, A., (2020), How to boost place branding leveraging on community relations. An exploration of banking sector in Ghana, *Qualitative Market Research Journal*, Vol. 23 No. 4, pp. 933-960, ISSN 1352-2752, doi.org/10.1108/qmr-01-2018-0013 (Journal Rating AIDEA 2015-2016: B) (CiteScore 2020: 2.5)
41. Palazzo, M., Foroudi, P., Siano, A. (eds.) (2020). *Beyond Multi-Channel Marketing: Critical Issues in Dual Marketing*, Emerald Publishing Limited (the Manuscript) – libro, ISBN: 9781838676865
42. Palazzo, M., Foroudi, P., Siano A. (2020), Chapter 1, Introduction to 'Beyond multi-channel marketing: Critical Issues in Dual Marketing', in Palazzo, M., Foroudi, P., A. Siano (eds.), *Beyond Multi-Channel Marketing: Critical Issues in Dual Marketing*, Emerald Publishing Limited (the Manuscript) – capitolo in libro, ISBN: 9781838676865
43. Rodríguez-Priego N., Palazzo, M., (2020), Chapter 4, Industrial branding, in Palazzo, M., Foroudi, P., A. Siano (eds.), *Beyond Multi-Channel Marketing: Critical Issues in Dual Marketing*, Emerald Publishing Limited (the Manuscript) – capitolo in libro, ISBN: 9781838676865
44. Nankali A., Palazzo M., Jalali M., Foroudi P., Seyyed Amiri N., Gholamheidar Ebrahimbay Salami, (2020), Chapter 5, Integrated marketing communication in B2B2C area, in Palazzo, M., Foroudi, P., A. Siano (eds.), *Beyond Multi-Channel Marketing: Critical Issues in Dual Marketing*, Emerald Publishing Limited (the Manuscript) – capitolo in libro, ISBN: 9781838676865
45. Palazzo M., Ferri A., (2020), Chapter 10, Business areas that can widely benefit of dual marketing practices: Presentation of several case studies, in Palazzo, M., Foroudi, P., A. Siano (eds.), *Beyond Multi-Channel Marketing: Critical Issues in Dual Marketing*, Emerald Publishing Limited (the Manuscript) – capitolo in libro, ISBN: 9781838676865
46. Palazzo, M., Foroudi, P., Siano A. (2020), Chapter 11, Conclusion to 'Beyond multi-channel marketing: Critical Issues in Dual Marketing', in Palazzo, M., Foroudi, P., A. Siano (eds.), *Beyond Multi-Channel Marketing: Critical Issues in Dual Marketing*, Emerald Publishing Limited (the Manuscript) – capitolo in libro, ISBN: 9781838676865
47. Vitale P., Palazzo M., Vollero A., Siano A, Foroudi P., (2020) "The Role of Igers in the Territorial Dynamics of Sustainable Tourism-oriented Destinations" submitted to "NEW METROPOLITAN PERSPECTIVES" International Symposium – 4th edition", May 27-30, 2020 Symposium

Anno 2019

48. Palazzo M. (2019). *Linking Cultural Dimensions and CSR Communication: Emerging Research and Opportunities* (the Manuscript). *IGI Global* – (the Manuscript), January, 2019, Pages: 160, ISBN13: 9781522579465|ISBN10: 152257946X|EISBN13: 9781522579472|DOI: 10.4018/978-1-5225-7946-5, **monografia**
49. Palazzo M., Vollero, A., Foroudi P., Siano, A., (2019), Evaluating constitutive dimensions of CSR e-communication: a comparison between "Business-to-Business" and "Close-to-Market" companies, *Journal of Business-to-Business Marketing*, Vol. 26 Noss. 3-4, pp. 341-355, doi.org/10.1080/1051712X.2019.1611087, (Journal Rating AIDEA 2015-2016: B) (impact factor 0.941)
50. Foroudi, P., Palazzo, M. (eds.) (2019). *Contemporary Issues in Branding*. Routledge, Taylor and Francis Group (the Manuscript) – libro, (ISBN-10: 1138368547; ISBN-13: 978-1138368545)
51. Siano A., Palazzo M., (2019). Cap. 6 "Branding: Ethic, sustainability, and Inclusion". In *Contemporary Issues in Branding*, Edited by P. Foroudi and M. Palazzo, Routledge Taylor & Francis – (ISBN-10: 1138368547; ISBN-13: 978-1138368545)
52. Foroudi, P., Palazzo M., (2019). Cap. 1 "Introduction to *Contemporary Issues in Branding*". In *Contemporary Issues in Branding*, Edited by P. Foroudi and M. Palazzo, Routledge Taylor & Francis – capitolo in libro, (ISBN-10: 1138368547; ISBN-13: 978-1138368545)
53. Pich, C., Armannsdottir, G., Palazzo, M., Vollero, A., (2019). It's all about entertainment: the rise of celebrity political brand equity in Italy from a young voter perspective. *Conference proceedings*

Anno 2018

54. Vollero A., Palazzo M., Sardanelli D., Siano, A., (2018), Managing CSR communication: A study of legitimacy-seeking strategies adopted by service and product companies, *The TQM Journal*, Vol. 30 No. 5, pp. 621-637. ISSN:1754-2731, doi.org/10.1108/TQM-11-2017-0131 (ANVUR: A) (impact factor 2.47)

55. Ferri M.A., Palazzo M., Dual marketing communications: Enriching channel value network with a multi-channel strategic communication in “MERCATI & COMPETITIVITÀ” 3/2018, pp. 69-83, DOI:10.3280/MC2018-003005, *Articolo in rivista*
56. Siano A., Vollero A., Della Volpe M., Confetto M.G., Foroudi P., Palazzo M., (2018) "The role of physical metaphors for decision-making in integrated corporate communication", *The Bottom Line*, Vol. 31 Issue: 1, pp.42-55, ISSN:0888-045X. <https://doi.org/10.1108/BL-09-2017-0030> - *Articolo in rivista*
57. Palazzo M., Vollero A., Siano A., Foroudi P., (2018). “Following footprints of strategic corporate social responsibility: the effect of digital transformations”. 3rd *International Conference on Marketing, Strategy and Policy. Technology, Sustainability, Wellbeing and Shared Economy: Role of Marketing Strategy and Policy*. Newcastle University London, London. April 10 and 11, 2018. Contributo in Atti di convegno.
58. Ferri, A., Palazzo, M. (2018), “An Italian Business Model for Engaging Organisations to Social Wellness: A Focus on the for Benefit Companies”, *International Journal of Business and Management*; Vol. 13, No. 11; pp. 142-155; ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119, DOI:10.5539/ijbm.v13n11p142
59. Palazzo M., Vollero, A., Siano A., (2018), “Boosting tourism destination through IMC: how to strengthen the Amalfi Coast destination brand identity”, SIM Conference 2018, XV CONVEGNO ANNUALE DELLA SOCIETA' ITALIANA MARKETING, Università degli Studi di Bari Aldo Moro, 18 - 19 Ottobre 2018, ISBN 978-88-943918-2-4
60. Palazzo M. (2018), “1.1 Introduzione” e “1.4 Web analytics per la sustainability communication” (pag 13, 14 – 22, 27. Cap. 1: Web analytics: livelli e metriche per il marketing e la comunicazione). “1.1 Introduzione” (pag. 28, 29. Cap. 2: La comunicazione per la sostenibilità in ambiente digitale). In (a cura di) Siano, Conte. *La sostenibilità viaggia nel web. Valutare e migliorare la comunicazione delle organizzazioni sostenibili nell'era digitale*. Franco Angeli. ISBN:9788891769176. *Contributo in volume*

Anno 2017

61. Vollero A., Palazzo M., Siano A., Sardanelli D. (2017). “Communicating CSR for legitimacy: a comparison between service and product companies”. Excellence in Services 20th International Conference. September 7 and 8, 2017, University of Verona, Italy ISBN:9788890432774. Contributo in Atti di convegno.
62. Palazzo M., Siano A., Foroudi P., (2017). Rethinking Bernstein Communication Wheel: A Re-visitation of a Communication Tool; *The Bottom Line*, Vol. 30 Issue: 3, pp.186-194, ISSN:0888-045X. doi: 10.1108/BL-08-2017-0018
63. Palazzo M., Foroudi P., Siano A., Kitchen P.J. (2017). The Value and Significance of Corporate Community Relations: An Italian SME Perspective, *The Bottom Line*, vol:30, issue:4, pp.330-344, <https://doi.org/10.1108/BL-08-2017-0019>
64. Deigh L., Palazzo M., Farquhar, J., Siano A. (2017). Creating a national identity through community relations: the context of a developing country. 22nd International Conference On Corporate And Marketing Communications. CMC2017 - Challenges of Marketing Communications in a Globalized World, Universidad de Zaragoza. ISBN: 978-84-946082-09. Contributo in Atti di convegno
65. Palazzo M., Vollero A., Kitchen P., Siano, A. (2017). Incentives of IMC application for tourism destinations. 7th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA), 28-30 Jun 2017, pp. 411-412, Lisbon, Portugal. ISBN:9788491522270. Contributo in Atti di convegno

Anno 2016

66. Palazzo M., Vollero A., Siano, A. (2016). Identifying new segments from a global branding perspective: a three-country study. *Journal of Marketing Analytics*. pag.1-13 ISSN:2050-3318. ID:104283 10.1057/s41270-016-0009-8 *Articolo in rivista*
67. Deigh, L., Farquhar, J., Palazzo, M., Siano, A. (2016), Corporate social responsibility: engaging the community, *Qualitative Market Research Journal*, Vol. 19 No. 2, pp. 225–240, doi.org/10.1108/QMR-02-2016-0010, ISSN:1352-2752. ID:96787 (Journal Rating AIDEA 2015-2016: B) (CiteScore: 1.95)
68. Vollero, A., Palazzo M., Balmer, J., Siano, A. (2016). The impact of “social mediascape” on brand communication: CSR risks in tweetjacking. In: *Marketing & Retail nei mercati che cambiano* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale 20-21 Ottobre Società Italiana Marketing Pag.1-5 ISBN:978-88-907662-6-8 ID:99450 Contributo in Atti di convegno
69. Vollero, A., Palazzo, M., Siano, A., Elving, W.J.L.(2016). Avoiding the greenwashing trap: between CSR communication and stakeholder engagement. *INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. Vol. 10. Pag.120-140 ISSN:1740-8822. ID:96775 *Articolo in rivista*

Anno 2015

70. Danbury A., Palazzo M., Mortimer K., Siano A. “Cultural Perspectives on Advertising Perceptions and Brand Trustworthiness”, In “Analyzing the Culturally Diverse Consumer in the Global Marketplace” (pp. 207-226). IGI Global.. In the *Advances in Finance, Accounting, and Economics (AFAE) Book Series*. A book edited by Juan Miguel Alcántara-Pilar (University of Granada, Spain), Salvador del Barrio-García (University of Granada, Spain), Esmeralda Crespo-

Almedros (University of Granada, Spain) and Lucia Porcu (University of Granada, Spain). (numero pagine: 15)
MONOGRAFIA/CONTRIBUTI IN VOLUME

71. Siano, A., Palazzo, M. (2015). Tetra Pak Italy's ingredient branding: an exploratory case of strategic communication. *Journal of Communication Management*. Vol. 19 No. 1, pp. 102-116, doi.org/10.1108/JCOM-02-2012-0017, ISSN: 1363-254X, (Journal Rating AIDEA 2015-2016: C) (CiteScore 2020: 3.2)

72. Vollero A., Palazzo M. "Conceptualizing Content Marketing: A Delphi Approach" *Mercati e Competitività* n. 1.2015, pp. 25-44. ISSN 1826-7386. ARTICOLO SU RIVISTA

73. Siano, A.; Piciocchi, Paolo; Vollero, A.; Della Volpe, M.; Palazzo, M.; Conte, F.; De Luca, D.; Amabile, S. (2015). *Developing a Framework for Measuring Effectiveness of Sustainability Communications through Corporate Websites*. In *Procedia Manufacturing - 6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE 2015) and the Affiliated Conferences* Pag. 3615-3620. ISBN:978-1-4951-6042-4 ID:80207 CONTRIBUTO IN VOLUME

74. Siano A., Siglioccolo M., Vollero A., Palazzo M. (2015) *Corporate communication management. Accrescere la reputazione per attrarre risorse*. (cap. 5 Teoria della stakeholder salience per l'individuazione dei key resourceholder pagg. 64-69; Case study Disneyland Hong Kong pagg. 84-85; cap. 6 Investor relation e comunicazione economico-finanziaria pagg. 97-99; cap. 11 Community relation e comunicazione istituzionale pagg. 109-110; Case study Ing Direct pagg. 115-117; Strumenti di employer branding pagg. 266-267; cap. 9 Co-branding pagg. 277-279; cap. 9.1. Ingredient branding pagg. 280-281; Case study Unicredit pagg. 296-297; Case study Tetra Pak Italia pagg. 297-299) ISBN 978•88•3485873•8. MONOGRAFIA/CONTRIBUTI IN VOLUME

75. Conte, F.; Siano, A.; Palazzo, M.; De Luca, D.; Amabile, S. (2015). *Sharing economy e valorizzazione del patrimonio culturale: il caso Made in Cloister*. In: proceedings del XXVII Convegno annuale di Sinergie - Heritage, management e impresa: quali sinergie? Università degli Studi del Molise 9-10 luglio 2015 Università degli Studi del Molise Pag.207-216 ISBN:978-88-907394-5-3 ID:80194 Contributo in Atti di convegno

Anno 2014

76. Siano A. (a cura di) (2014), *Management della comunicazione per la sostenibilità*, Franco Angeli (M. Palazzo: par. "4.2.2. Modello della stakeholder salience"). Codice ISBN: 9788891708571. MONOGRAFIA/CONTRIBUTI IN VOLUME

77. A. Siano, M. Della Volpe, C. Bassano, M. Palazzo and G. Romano (2014), Applying Ingredient Branding Strategy to Improve Competitiveness in Service Systems, in L. Freund and W. Cellary (Eds.), *Advances in The Human Side of Service Engineering*, AHFE Conference Edited Books, vol. 20, Set., pp. 527-536, Proceedings of 5th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics, 19-23 July 2014, ISBN: 978-1-4951-2091-6. p 515-526. CONFERENCE PROCEEDINGS

78. Siano A., Vollero A., Palazzo M., Addeo F. (2014), "L'atteggiamento dei consumatori nei confronti dei marchi globali: uno studio comparativo in tre Paesi europei", *Mercati e Competitività*, n. 3, pp. 87-112 ISSN 1826-7386, ARTICOLO SU RIVISTA

79. Vollero A., Siano A., Palazzo M. (2014). "Examining the significance of content marketing. New approach in digital marketing or management fashion?", In: *Dialogic communication: beyond control toward co-construction*. Milano, CMC 2014, 3-4 April 2014 EDUCatt, ISBN: 9788867800872 CONFERENCE PROCEEDINGS

80. Siano, A.; Piciocchi, P.; Bassano, C.; Palazzo, M.; Siglioccolo, M.; De Luca, D. (2014), Ingredient Branding Strategy in manufacturing sector: enhancing the value proposition. In: Atti del XXVI Convegno annuale di Sinergie, Università di Cassino e del Lazio Meridionale, 13-14 novembre 2014 Università di Cassino e del Lazio Meridionale Pag.1-15. ISBN:978-88-907394-4-6. XXVI Convegno annuale di Sinergie. Università di Cassino e del Lazio Meridionale 13-14 novembre 2014 Contributo in Atti di convegno

Anno 2013

81. Deigh, L., Palazzo, M., Siano, A. (2013). Corporate Community Relations: A sub-Saharan bank Perspective. 4th International Colloquium on Place Brand Management: Strategic Marketing of Cities, Regions and Nations pp.1- 7, 7. 5th and 6th September 2013, Università della Valle d'Aosta CONFERENCE PROCEEDINGS

82. Danbury, A., Palazzo, M., Mortimer, K., Siano A. (2013). Advertising and Brand Trust: Perspectives From the UK and Italy. 18th International Conference on Corporate and Marketing Communications, pp.1- 12. CONFERENCE PROCEEDINGS

83. Deigh, L., Palazzo, M., Siano, A., Farquhar J. (2013), Sustainability of strategic Corporate Social Responsibility in Financial Sector of Developing Countries: A Ghana Perspective. CMC 2013. 18th International Conference on Corporate and Marketing. Communication. Hosted by: University of Salerno, Italy. April 11-12, 2013. CONFERENCE PROCEEDINGS

84. Farquhar, J., Siano, A., Palazzo, M. (2013). Branding: a new beginning for financial services?. CMC 2013. 18th International Conference on Corporate and Marketing. Communication. Hosted by: University of Salerno, Italy. April 11-12, 2013. pp.1- 3, 3. CONFERENCE PROCEEDINGS

85. Siano A., Vollero A., Palazzo M., Elving W., (2013), "A closer look to root causes of greenwashing. Some propositions about dimensions of CSR communication", *XVIII International Conference on Marketing and Corporate Communication*, pp. 1-11, 11-12 April, ISBN: 9788890687365. CONFERENCE PROCEEDINGS
86. Deigh L., Palazzo M., Siano A., Vollero A. (2013). "The role of corporate community relations for a strategic approach to CSR communication. Some insights from two case studies" In: *Academy of Marketing Conference 2013*. Cardiff, University of South Wales, 9-11 July 2013, pp. 1-11 CONFERENCE PROCEEDINGS
87. Rodríguez Priego N., Siano A., Palazzo M., Vollero A. (2013). Alineando las relaciones entre la empresa y la sociedad mediante la comunicación de las estrategias de responsabilidad social corporativa. Una comparación entre eni e iberdrola en los contextos italiano y español. in: XXIII jornadas hispano lusas de gestión científica. Malaga, 7, 8 y 9 de febrero de 2013, pp. 1-15 CONFERENCE PROCEEDINGS
88. Porcu L., Rodríguez Priego N., Siano A., Palazzo M., Vollero A. (2013). España e Italia: tan cerca y tan lejos. Estudio exploratorio de los efectos del país de origen en las actitudes hacia las marcas top of mind en el contexto español e italiano. in: XXIII jornadas hispano lusas de gestión científica . Malaga, 7, 8 y 9 de febrero de 2013, pp. 1-15 CONFERENCE PROCEEDINGS

Anno 2012

89. Siano A., Vollero A., Palazzo M., Addeo F. (2012). "Consumer attitudes towards global and local brands: a comparative study". In: AA.VV.. *Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin*. vol. Unico, pp. 1-11, Roma:Società Italiana di Marketing (SIM), ISBN: 9788890766206, 20 e 21 settembre 2012 CONFERENCE PROCEEDINGS
90. Parrott, G., Siano, A., Palazzo, M. (2012) 'A Profile of the passive adoption of Social Media Marketing: Insights from a Study of East of England SME Service Sector Firms', The Academy of Marketing Conference, Southampton, 3-5 July, 2012. CONFERENCE PROCEEDINGS

Anno 2011

91. Siano A., Vollero A., Palazzo M. (2011), "Exploring the role of online consumer empowerment in reputation building: Research questions and hypotheses", *Journal of Brand Management*, 19(1), 57-71. (<https://doi.org/10.1057/bm.2011.23>) (Journal Rating AIDEA 2015-2016: B) (impact factor: 1.829)
92. Vollero A., Siano A., Palazzo M., Elving W., (2011), "Corporate Communication and CSR; comparing Italian and Dutch energy companies on anti-greenwashing strategies", In: *CSR COMMUNICATION CONFERENCE 2011 Conference Proceedings*. Amsterdam, 26th-28th October, Ljubljana: Izdajatelj: Faculty of Social Sciences, p. 95, ISBN: 978961235489. CONFERENCE PROCEEDINGS
93. Siano A., Vollero A., Palazzo M. (2011), "Creating value with country-specific consumer attitudes: an explorative study on students' perceptions of top-of-mind brands in two european countries", XXIII Sinergie annual Congress November 10-11, 2011 - IULM University, Milan, Italy. CONFERENCE PROCEEDINGS
94. Siano, A., Palazzo, M., Confetto, M.G., Farquhar, J. (2011), 'Tetra Pak Italy's Ingredient Branding: an exploratory case of strategic communication', XXIII Sinergie annual Congress, November 10-11, 2011 - IULM University, Milan, Italy, pp. 1-22. CONFERENCE PROCEEDINGS
95. Siano, A.; Porcu, L.; Palazzo, M.; Vollero, A.; Rodríguez Priego, N. (2011), "Nationalism and familiarity in consumer attitudes to top-of-mind corporate brands: a comparison between Italian and Spanish students. XXIII Congreso Nacional de Marketing, Universitat Jaume I de Castellón, Castellón 14-16 septiembre 2011 (Pag.1-10) CONFERENCE PROCEEDINGS
96. Palazzo, M., Parrott, G., Vollero, A. (2011), Country-specific consumer attitudes to top-of-mind corporate brands: a comparative study between Italy and UK. *International Colloquium on Corporate Branding, Identity, Image and Reputation (COBIIR)*, 15th and 16th February 2011, Swissotel, Zurich, Switzerland, (Pag.1-10) CONFERENCE PROCEEDINGS

Anno 2010

97. Siano, A., Siglioccolo, M., Palazzo, M. (2010), "A comparative analysis between U.S. and Italian food companies on stakeholder relationships via web sites". *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, Vol. 4, No. 2, pp. 180-195. DOI:10.1504/IJECRM.2010.031864.
98. Siano A., Vollero A., Palazzo M. (2010), "Consumer Empowerment and Corporate Reputation Management: Internet Marketing Implications", *Proceedings of 10th International Conference Marketing Trends, 2010, Paris-Venise*, ed. Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei, Paris-Venise: Marketing Trends Association. Venezia, 20th-23rd January 2010, p. 1-19, ISBN/ISSN: 978-2-9532811-0-2. CONFERENCE PROCEEDINGS
99. Palazzo M., Kauffmann HR, Basile G., Vollero A. (2010), "The role played by community in the relationship firm-customer: the online expert investment communities", *International Journal of Management Cases*, Vol. 12 (2), pp. 534-547. ARTICOLO SU RIVISTA

100. Elving W., Siano A., Palazzo M., Vollero A. (2010), "Corporate Community Relations and CSR; comparing Italian and Dutch Energy companies". In: The 13th ICIG Symposium. University of St. Gallen (HSG), 8th-10th September 2010. CONFERENCE PROCEEDINGS
101. Confetto, M.G., Siano, A., Palazzo M. (2010). The positive effects of ingredient branding reached by Tetra Pak Italy. *ESPERIENZE D'IMPRESA*, vol. 1, p. 51-57, ISSN: 1971-5293
102. Siano, A., Palazzo, M., Tuccillo, C. (2010). Exploring and Categorizing Employer Branding Tools Implemented in Italian Companies. In: Michael B. Goodman, Christina M. Genest. Conference on corporate communication 2010. p. 321-335, Wim J.L. Elving, ISBN: 9780275992545
103. Confetto, M.G., Kitchen, P.J., Siano, A., Palazzo, M. (2010). "Making Services More Tangible using Ingredient Branding Strategy". In: Jean-Claude Andreani, umberto Collese. 9th International Conference Marketing Trends. p. 1-20, Università Ca' Foscari, Venezia, ISBN: 9782953281101
104. Palazzo, M., Kaufmann, H.R., Basile, G., Vollero A. (2010). The role played by community in the relationship firm-customer: the online expert investment communities. In: 7th CIRCLE Conference. vol. 12, ESTORIL, 7th - 9th April 2010

Anno 2009

105. Kitchen, P.J., Siano, A., Palazzo, M. (2009), 'Corporate Community Relations: What's the matter with Lombard industrial districts in Italy?', Research Memorandum Series, No. 84, December, Hull University Business School, University of Hull, UK, pp. 2-18, ISBN: 978-1-90642 2-13-4.
106. Vollero A., Palazzo M, Fumai C., Iodice M., Pietropaolo I., Florio D. (2009), "Networks For Local Development: Planning a Local Festival (Cal-Iter) For the Avellino's Cheese Industry", In: Proceedings of the 2nd Euromed Conference of the Euromed Academy of Business. University of Salerno, October 26-28, 2009, ISBN/ISSN: 1971-5293 pubblicato su *Esperienze d'Impresa*, N°2/2009, pp. 87-99. CONFERENCE PROCEEDINGS/ARTICOLO SU RIVISTA
107. Piciocchi P., Vollero A., Palazzo M. (2009), "Towards The Integration between Corporate Community Relations and CSR Communication Strategies: The Enel Case Study". In: Proceedings of the 2nd Euromed Conference of the Euromed Academy of Business. University of Salerno, October 26-28, 2009, ISBN/ISSN: 1971-5293. pubblicato su *Esperienze d'Impresa*, N°2/2009, pp. 61-75. CONFERENCE PROCEEDINGS/ARTICOLO SU RIVISTA
108. Confetto, M.G., Siano, A., Palazzo, M. (2009), Tetra Pak Italy: key factors of success and positive effects of ingredient branding, 2nd Annual EuroMed Conference - October 26-28, 2009 - University of Salerno. CONFERENCE PROCEEDINGS
109. Siano, A., Palazzo, M., Confetto, M.G., (2009), "Ingredient branding: A strategic lever of the emerging Dual Marketing Communications" Presented at: Academy of Marketing Annual Conference 2009 - 6th to 7th July 2009. Hosted by: Leeds Metropolitan University, Leeds Metropolitan University, UK. CONFERENCE PROCEEDINGS
110. Kitchen, P.J., Siano, A., Palazzo, M., (2009), "Dual Marketing Communications in B2B and B2C Contexts". Presented at: Academy of Marketing Annual Conference 2009 - Conference: 7th to 9th July 2009. Colloquium: 6th to 7th July 2009. Hosted by: Leeds Metropolitan University, Leeds Metropolitan University, UK. CONFERENCE PROCEEDINGS
111. Siano A, Palazzo M., Vollero A., (2009), "Aligning Corporate Community Relations to CSR Communication Strategies". ENI: a case study. In: Academy of Marketing Annual Conference 2009 (AM2009). Leeds – Leeds Metropolitan University, July 7-9, pp. 1-8. CONFERENCE PROCEEDINGS
112. Kitchen, P.J., Siano, A., Palazzo, M., Confetto, M.G., (2009), "Working toward Dual Marketing Communications", Presented at: 14th International Conference on Corporate and Marketing Communications, April 23-24, 2009. Hosted by: Faculty of Marketing Department, Business School, University of Nicosia, Cyprus. CONFERENCE PROCEEDINGS
113. Kitchen, P.J., Siano, A., Palazzo, M., Nicholson, J., (2009), "The Value and Significance of Corporate Community Relations: An Italian SME Perspective", 14th International Conference on Corporate and Marketing Communications April 23-24, 2009. Hosted by: Faculty of Marketing Department, Business School, University of Nicosia, Cyprus. CONFERENCE PROCEEDINGS

Anno 2008

114. Vollero A., Palazzo M. (2008), "Expert Investment Community: l'impatto del web 2.0 sulle relazioni con il contesto finanziario", *Esperienze d'impresa*, n. 2; pp.111-126. ARTICOLO SU RIVISTA
115. Siano, A., Palazzo, M., "Corporate Community Relations: What's the matter with Italian industrial districts?", Presented at: 13th International Conference on Corporate and Marketing Communications. April 24-26, 2008. Hosted by: Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Slovenia. CONFERENCE PROCEEDINGS
116. Siano, A., Palazzo, M (2008), "Bernstein's communication wheel revisited" Presented at: Corporate Communication International at Baruch College/CUNY Conference On Corporate Communication 2008 Friday, June 6 – Monday, June 9, 2008. Wroxton College, Wroxton, Oxfordshire, UK Offered in association with Corporate Communications: An International Journal. CONFERENCE PROCEEDINGS

TESI

117. MA thesis: “Un’analisi del settore orafa Italia. Una ricerca empirica. Caso aziendale UnoAerre”. Vincitrice del “Premio di laurea Leonardo da Vinci” in 2005.
118. Maria Palazzo, PhD thesis: “Exploring corporate communication: an application and extension. A Survey of Large Italian Companies.” Discussed April 2010.

RELATORE A CONGRESSI E CONVEGNI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

- 13th International Conference on Corporate and Marketing Communications. April 24-26, 2008. Hosted by: Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Slovenia.
- Conference in Corporate Communication International at Baruch College/CUNY Conference on Corporate Communication 2008 Friday, June 6 – Monday, June 9, 2008. Wroxton College, Wroxton, Oxfordshire, UK.
- 14th International Conference on Corporate and Marketing Communications. April 23-24, 2009. Hosted by: Faculty of Marketing Department, Business School, University of Nicosia, Cyprus.
- Academy of Marketing Annual Conference 2009 - Conference: 7th to 9th July 2009. Colloquium: 6th to 7th July 2009. Hosted by: Leeds Metropolitan University, Leeds Metropolitan University, UK.
- Convegno annuale di Sinergie: “La Governabilità dei sistemi complessi tra creazione e distruzione di valore. L’impresa e oltre l’impresa”, Sapienza Università di Roma, 22 e 23 ottobre 2009.
- 2nd Annual EuroMed Conference - October 26-28, 2009 - University of Salerno
- 1st International Colloquium on Corporate Branding, Identity, Image and Reputation (COBIIR): Mapping and Expanding the Scope of Corporate Marketing. 15th and 16th February 2011
- XXIII Sinergie annual Congress November 10-11, 2011 - IULM University, Milan, Italy.
- International Colloquium on Corporate Branding, Identity and Reputation, February 15-16 2011, Zurich, Switzerland.
- CMC 2013. 18th International Conference on Corporate and Marketing Communication. Hosted by: University of Salerno, Italy. April 11-12, 2013, ISBN: 9788890687365.
- XXVII Convegno annuale di Sinergie - Heritage, management e impresa: quali sinergie? Università degli Studi del Molise 9-10 luglio (2015) Università degli Studi del Molise
- Convegno annuale di Società Italiana (2016) Marketing Marketing & Retail nei mercati che cambiano Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale 20-21 Ottobre
- 7th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA 2017), 28 - 30 June 2017, Lisbon, Portugal.
- XV Convegno Annuale, Università degli Studi di Bari Aldo Moro, 18 - 19 Ottobre 2018
- XIX International Congress on Public and Nonprofit Marketing, “Sustainability: New Challenges for Marketing and Socioeconomic Development”, from 2nd July to 4th July, 2020, León-Ponferrada (Spain) (<https://www.aemark.org/index.php/es-es/component/content/article/89-noticias/531-call-for-papers-19th-international-congress-on-public-and-nonprofit-marketing-online-virtual-presentation-2-4-july-2021?Itemid=558>) (on-line conference)
- The 3rd International Conference on Economics and Social Sciences Innovative models to revive global economy October 15-16, 2020 Bucharest University of Economic Studies, Romania (<https://icess.ase.ro/publication-opportunities/archive/icess-2020/>) (on-line conference)
- 2nd International Conference Global Ethics - Key of Sustainability (GEKoS) held on May 14th, Bucharest, Romania. Awarded by EBEN-RO May, 2021 (<https://eben-net.org/about-us/>) (on-line conference)

ALTRE ESPERIENZE IN AMBITO ACCADEMICO

1. Realizzatore Multimediale del Corso di Metodologia delle scienze sociali, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Salerno, nell’ambito del Progetto “Percorsi di formazione a distanza E-Learning”, Ottobre/Dicembre 2007.
2. “Attività di tutorato, didattico-integrative, propedeutiche e di recupero presso la Facoltà di Lettere e Filosofia” (dal 2007-al 2010) (D.R. N. 1382 del 3/5/2007). L’attività di tutorato ha riguardato l’assistenza agli studenti impegnati in aula. In tale sede, sono stati trattati argomenti diversi, in cui il docente ha puntualmente trovato l’opportunità di integrare i temi classici della Comunicazione Politica con tematiche più improntate all’ambito di studio proprio del tutor, quali: piano di marketing, *marketing-mix*, piano di comunicazione, comunicazione di crisi.

ALTRE ESPERIENZE PROFESSIONALI

1. Collaboratrice del quotidiano “**La città**” addetta alla stesura di articoli sul tema della cronaca di Salerno (2007-2008).
2. Svolgimento di uno stage presso l’impresa **SETA Consultores**, portato a termine nella città di Badajoz (España). (Dal 3 Ottobre 2005, al 23 Gennaio 2006).
3. Partecipazione, in qualità di **intervistatrice**, alla fase di raccolta dati di una ricerca sulla segmentazione multidimensionale del mercato della telefonia mobile in Italia (Dipartimento di Strategie Aziendali e Metodologie Qualitative della Facoltà di Economia della Seconda Università di Napoli) (Luglio 2005).
4. Addetta, part-time, alle **relazioni con il pubblico** del Dipartimento di Scienze Storiche e Sociali dell’Università degli Studi di Salerno. (Da Maggio, a Luglio 2005).

5. Partecipazione in veste di **consulente linguistico** al Proyecto LICA (Aprendiendo a Cambiar, Liderando el Cambio), in tema di “Acciones Transnacionales”, svolte tra i rappresentanti della città di Badajoz (Spagna) e le città Italiane di Marcianise (Caserta) e di Napoli. (Da Ottobre 2003, a Luglio 2004).
6. Partecipazione all’attività di “pràcticas de Empresa” nell’azienda de “**EL CORTE INGLÉS**”, della città di Badajoz (Spagna). Mansioni svolte in ambito di: relazioni con il pubblico, gestione della logistica, studio del piano di comunicazione e di marketing messo in atto dall’impresa. (Da Marzo, a Luglio 2004).

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE AI SENSI DELL’ART. 46 D.P.R. 445/2000

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DELL’ATTO DI NOTORIETA’ AI SENSI DELL’ART. 47 D.P.R. 445/2000

La sottoscritta, Dott.ssa Maria Palazzo, consapevole che chiunque rilascia dichiarazioni mendaci, forma atti falsi o ne fa uso è punito ai sensi del codice penale e delle leggi speciali in materia

DICHIARA

la veridicità di quanto attestato nel presente curriculum in ogni sua parte.

La sottoscritta esprime il proprio consenso affinché i dati personali forniti possano essere trattati nel rispetto del D. Lgs. n. 196/2003, per gli adempimenti connessi alla presente procedura selettiva.

Firma

Cava dei Tirreni, 09.12.2022

Dott.ssa Maria Palazzo