


INFORMAZIONI PERSONALI

AGOSTINO VOLLERO

-  Residenza:
-  Domicilio (recapito):
-  +39  +39
- 
-  PEC:

[Sesso](#) | [Data di nascita](#) | [Nazionalità](#)

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- | | | |
|-----------|--|---------------|
| 2002-2006 | <p>DOTTORATO DI RICERCA IN MARKETING E COMUNICAZIONE (SSD SECS/P08 – 13B2) – IV CICLO N.S.</p> <p>Dip. Studi e Ricerche Aziendali - Università degli Studi di Salerno</p> <p>Vincitore borsa di studio triennale</p> <p>Tesi dal titolo “Un modello di comunicazione d’impresa per l’e-commerce”
Conseguito il 10/04/2006 con giudizio OTTIMO</p> | Ottimo |
| 1996-2002 | <p>LAUREA QUINQUENNALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (V.O. NUMERO CHIUSO) – INDIRIZZO COMUNICAZIONE D'IMPRESA</p> <p>Dip. Scienze della Comunicazione - Università degli Studi di Salerno</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Principali Esami sostenuti: <i>Marketing, Marketing II, Economia e Gestione delle imprese, Organizzazione Aziendale; Economia Politica; Storia Economica; Disegno Industriale I e II; Comunicazione pubblicitaria, Metodologia e Tecniche della ricerca sociale, Psicologia Cognitiva, Psicologia Sociale, Informatica</i> ▪ Tesi in Marketing - laurea conseguita il 30/09/2002 con votazione 110elode/110 | 110 cum Laude |
| 1991-1996 | <p>MATURITÀ SCIENTIFICA</p> <p>Liceo Scientifico Statale “G. Mercalli”, Napoli con votazione 60/60</p> | 60/60 |

ATTIVITÀ DI RICERCA
PRESSO QUALIFICATI ISTITUTI
PUBBLICI ITALIANI O STRANIERI

- | | |
|---|--|
| 01/10/2018- in corso
(Posizione attuale) | <p>RICERCATORE TD (l. 240/10 - art. 24 c.3 lett. b) (SSD SECS/P08 – 13 B2)
PROFESSORE ASSOCIATO (a partire dal 01/10/2021)</p> <p>Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche e della Comunicazione
SSD SECS/P-08 – Economia e Gestione delle Imprese</p> |
| 03/11/2014- 30/09/2018
(Posizione attuale) | <p>RICERCATORE TD (l. 240/10 - art. 24 c.3 lett. a) (SSD SECS/P08 – 13 B2)</p> <p>Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione</p> <p>Attività di ricerca “Indagine sulle nuove logiche della comunicazione d’impresa, considerate in una forte ed evoluta prospettiva manageriale e di sostenibilità, in presenza di una crescente asimmetria informativa a favore del consumatore”</p> |
| 02/05/2012- 02/05/2014 | <p>ASSEGNISTA DI RICERCA (l. 240/10 - art. 22) (SSD SECS/P08 – 13 B2)</p> <p>Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Economiche e Statistiche - Progetto REPOS (“<i>Reti, politiche pubbliche e sviluppo</i>”) –Finanziamento dello Sviluppo di Reti di Eccellenza tra Università, Centri di Ricerca e Imprese – POR Campania/FSE 2007-2013</p> <p>Attività di ricerca nel SSD Economia e Gestione delle Imprese – SECS/P08/13 B2</p> |
| 06/04/2012 – 27/06/2012 | <p>VISITING PhD RESEARCHER - UNIVERSITY OF BEDFORSHIRE (UK)</p> |

University of Bedfordshire – Business School, Luton (UK)

Research activity: research seminars and meeting with academic staff and PhD students, collaboration in writing papers for journal submission

Second semester academic year 2011-2012

01/09/2008- 30/04/2012 **ASSEGNISTA DI RICERCA** (l. 449/1997 - art. 51 c.6) (SSD SECS/P08 – 13 B2)

Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze della Comunicazione

Attività di ricerca dal titolo “Nuovi sviluppi dell’e-marketing e della web communication. Il ruolo della rete ai fini della corporate reputation”

ALTRE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE

2013 **PARTECIPAZIONE A SCUOLE IN METODOLOGIA DELLA RICERCA - SOCIETÀ ITALIANA MARKETING (SIM)**

– “Pubblicare sulle riviste internazionali: fondamenti e metodo”, Sapienza Università di Roma, 30 gennaio 2013

– “Social network analysis”, Università degli Studi di Napoli Federico II, 7 Novembre 2013

2007-2008
(01/10/ 2007 - 01/03/2008)

SPECIALISTA IN ECONOMIA E MARKETING DELL'INNOVAZIONE

IMAST (Distretto Tecnologico sull'Ingegneria dei materiali polimerici e compositi e strutture), Portici
Vincitore borsa di studio – Master in “Specialista in economia e marketing dell'innovazione”

2006-2007
(01/07/2006 - 30/06/2007)

ESPERTO ICT

(“Progetto work on the job e alta formazione”)

Centro Regionale di Competenza sulle ICT - Università degli Studi del Sannio (sede operativa: Dipartimento di Informatica e Matematica – Università degli Studi di Salerno).
Vincitore borsa di studio – Qualifica conseguita: Esperto ICT (profilo manageriale)

23-27/08/2004

PARTECIPAZIONE A SCUOLA IN METODOLOGIA DELLA RICERCA (Prima Scuola Estiva sul Metodo e la Ricerca Sociale)

Paideia, Alta formazione nelle Scienze Umane, Giffoni Valle Piana

22-27/09/2003

PARTECIPAZIONE A SCUOLA IN METODOLOGIA DELLA RICERCA (Workshop sull'analisi dei dati censuali)

Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze della Comunicazione e Dip. Sociologia e Scienza della Politica

ATTIVITÀ DIDATTICA A LIVELLO UNIVERSITARIO IN ITALIA E ALL'ESTERO

dal 01/10/2018 in corso

a.a. 2018-2019
2019-2020
2020-2021
in corso

DOCENTE TITOLARE

(LAUREA MAGISTRALE IN CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA)

Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione

- Corso di Digital Marketing e Social Media Content (60 ore - 9 CFU)
- Corso di E-commerce (modulo 20 ore – complessivo 6 CFU)

a.a. 2019-2020
2020-2021
in corso

DOCENTE TITOLARE

(LAUREA MAGISTRALE IN POLITICHE, ISTITUZIONI E TERRITORIO)

Laboratorio Marketing Territoriale e Sviluppo Locale (modulo 45 ore – complessivo 12 CFU)

Didattica integrativa
a.a. 2018-2019
2019-2020
2020-2021
in corso

DIDATTICA INTEGRATIVA E ATTIVITÀ DI SERVIZIO AGLI STUDENTI

Partecipazione alle seguenti commissioni istituite per gli esami di profitto:

COMUNICAZIONE PUBBLICA E LINGUAGGI ISTITUZIONALI [0323100014]	CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA (LM)
CORPORATE COMMUNICATION AND BRAND MANAGEMENT [0323100004]	CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA (LM)
DIGITAL INNOVATION E LOGICA DEI PROCESSI DECISIONALI [0312200095]	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (L)
DIGITAL MARKETING AND WEB ANALYTICS [0323100044]	CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA (LM)
E-COMMERCE [0312200085]	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (L)
IMPRENDITORIALITÀ E BUSINESS PLANNING [0312200086]	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (L)
INFORMATION DESIGN [0323100001]	CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA (LM)
INTERNATIONAL MANAGEMENT [0323100003]	CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA (LM)
LABORATORIO DI MARKETING TERRITORIALE E SVILUPPO LOCALE [1222000072]	POLITICHE TERRITORIALI E COOPERAZIONE INTERNAZIONALE (LM)
MANAGEMENT [0312200079]	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (L)
MANAGEMENT DELLE ISTITUZIONI [0312200100]	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (L)
MARKETING [0312200084]	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (L)
MARKETING CULTURALE [4313400000]	DISCIPLINE DELLE ARTI VISIVE, DELLA MUSICA E DELLO SPETTACOLO (L)
SOCIAL MEDIA PLANNING [0323100043]	CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA (LM)
BUSINESS EDUCATION [0212790148]	ECONOMIA E MANAGEMENT (L) (fino al 2019/2020)
COMUNICAZIONE VISIVA E PUBBLICITÀ [0312200043]	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (L) (fino al 2019/2020)
DATA, WEB AND ANALYTICS FOR DECISION MAKING [0323100034]	CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA (LM) (fino al 2019/2020)
DIGITAL MARKETING AND SOCIAL MEDIA CONTENT [0323100000]	CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA (LM) (fino al 2019/2020)
LABORATORIO DI PIANIFICAZIONE E VALUTAZIONE DELLE POLITICHE PER LO SVILUPPO LOCALE [1222400037]	POLITICHE, ISTITUZIONI E TERRITORIO (LM) (fino al 2019/2020)

Esercitazioni/attività tutoraggio curriculare/extra curriculare

- Online Marketing Challenge (Google Ads Grant) – a.a. 2018/2019, a.a.2019/2020
- NonProfit Marketing Immersion (Google Ads Grant) a.a. 2020/2021 (in corso)
- Judging Panel GOMAC (Global Online Marketing Academic Challenge) - a.a. 2018/2019, a.a.2019/2020
- tutoraggio tirocini curriculari/extracurriculari a.a. 2018/2019, a.a.2019/2020, a.a. 2020/2021

Assistenza predisposizione Tesi di Laurea

- dall' a.a. 2018/2019 per il corso di laurea triennale in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE [031222] ca. 30 laureati/laureandi come PRIMO RELATORE, altrettanti come SECONDO RELATORE
- dall' a.a. 2018/2019 per il corso di laurea magistrale in CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA [03231] ca. 30 laureati/laureandi come PRIMO RELATORE, altrettanti come SECONDO RELATORE
- dall' a.a. 2019-2020 per il corso di laurea magistrale POLITICHE, ISTITUZIONI E TERRITORIO [12224] ca. 5 laureati come PRIMO o SECONDO RELATORE
- dall' a.a. 2020-2021 per il SCUOLA DI GIORNALISMO POST-LAUREA - MASTER DI PRIMO LIVELLO [03725] 1 laureato/a come PRIMO RELATORE

a.a. 2019-2020
2020-2021
in corso

DOCENTE – ATTIVITÀ CURRICULARE E/O SEMINARIALE

(DOTTORATO DI RICERCA "ECONOMIA E POLITICHE DEI MERCATI E DELLE IMPRESE" - XXXII CICLO e ss.)

Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Economiche e Statistiche

- Dalla mass customization alla digital customerization. Possibili linee di ricerca
- Modelli di comunicazione, meccanismi di influenza e social media content. La ricerca su antecedenti e conseguenze del content marketing e dell'e-WOM
- Consumer empowerment nei social media environments: l'impatto su corporate reputation e sul branding. Future direzioni per la ricerca (modulo Sustainable marketing e brand co-creation)

DOCENTE – ATTIVITÀ CURRICOLARE E/O SEMINARIALE

(SCUOLA DI GIORNALISMO POST-LAUREA - MASTER DI PRIMO LIVELLO)

- Modulo Economia dei Media
- Modulo Economia e Gestione delle Imprese Editoriali

Anni precedenti

- a.a. 2017-2018 **DOCENTE TITOLARE**
(LAUREA MAGISTRALE IN CORPORATE COMMUNICATION E MEDIA)
Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
- Corso di Digital Marketing e Social Media Content (60 ore - 9 CFU)
Corso di Sharing Economy – Business Models (modulo 20 ore – complessivo 6 CFU)
- a.a. 2016-2017
2015-2016
2014-2015 **DOCENTE TITOLARE**
(LAUREA MAGISTRALE IN COMUNICAZIONE D'IMPRESA E COMUNICAZIONE PUBBLICA)
Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
Corso di E-marketing (40 ore - 6 CFU)
Laboratorio Web analytics per l'e-marketing – Google Online Marketing Challenge (20 ore – 2 CFU)
- a.a. 2015-2016
2014-2015 **DOCENTE**
(TRIENNALE IN GRAPHIC DESIGN E COMUNICAZIONE VISIVA)
Accademia della Moda (AFAM accreditata MIUR), Napoli
Corso di Net-marketing (30 ore - 6 CFU)
- a.a. 2011-2012
(04/12 – 06/12) **TEACHING ACTIVITIES**
(POST-GRADUATE COURSES – STAFF RESEARCH SEMINARS)
University of Bedfordshire –Business School , Luton (UK)
Second semester 2011/2012 - Teaching to post-graduate courses – Delivering staff research seminars
- a.a. 2007-2008 **DOCENTE**
(LAUREA SPECIALISTICA IN COMUNICAZIONE D'IMPRESA E COMUNICAZIONE PUBBLICA)
Università degli Studi di Salerno
Corso di Marketing Globale (40 ore – 4 CFU)
- a.a 2007-2008 **DOCENTE**
(MASTER UNIVERSITARIO IN RELAZIONI PUBBLICHE DELLE ORGANIZZAZIONI -
MANAGEMENT DELLE RELAZIONI)
Università degli Studi di Salerno
Marketing globale e relazioni pubbliche internazionali (modulo)
- a.a. 2006-2007 **DOCENTE**
(MASTER UNIVERSITARIO IN MARKETING DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI)
Università degli Studi di Foggia
Comunicazione d'Impresa (modulo)
- a.a. 2006/2007 **DOCENTE**
(MASTER UNIVERSITARIO DI II LIVELLO IN MARKETING MANAGEMENT)
Università degli Studi di Salerno
Marketing Operativo (modulo)
- a.a 2003-2004
2017 **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. 2003/2004 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. 2009/2010 in corso Economia, Organizzazione e Gestione delle Imprese; Management dei sistemi e delle relazioni internazionali, Management;
- dal a.a. 2017/2018 in corso Social Media Planning and Monitoring.

ALTRE ATTIVITÀ DIDATTICA DI ALTA FORMAZIONE

- 04/2013 – 06/2013 **DOCENTE**
(CORSO IN "MARKETING E COMUNICAZIONE" - CATALOGO INTERREGIONALE ALTA FORMAZIONE)
EUROFORM
Moduli "Mercato, consumatori e media digitali" e "Marketing esperienziale"
- 03/2009 **ESPERTO FORMAZIONE PROFESSIONALE**
Regione Campania
Inserimento nella *short-list* della Regione Campania per l'area Formazione Professionale - Decreto Dirigenziale N. 87 del 30 marzo 2009
- 12/2005 **DOCENTE**
(CORSO IN "GOVERNO DELLE RISORSE INFORMATICHE E TECNOLOGICHE DELLE PMI")
SDOA (Scuola di Direzione e Organizzazione Aziendale), Vietri sul Mare
Modulo Marketing e ICT – Progetto Magis
- 04- 05/2003 **DOCENTE**
(CORSO DI FORMAZIONE PROFESSIONALE CONTENT EDITOR - PROGETTO METEORA)
Fondazione IDIS/Città della Scienza
Modulo "Le nuove vie del marketing digitale"

ORGANIZZAZIONE, DIREZIONE,
COORDINAMENTO E
PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI
RICERCA NAZIONALI E
INTERNAZIONALI

- 19/03/2019
in corso **DEPUTY DIRECTOR** Resp. Scientifico – SUSTAINABILITY COMMUNICATION CENTRE
Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche e della Comunicazione
Coordinamento attività di ricerca; rapporti con associazioni, enti e aziende.
- 04/2019
in corso **PARTECIPAZIONE AL PROGETTO DI RICERCA: "IT'S ALL ABOUT ENTERTAINMENT: THE RISE OF CELEBRITY POLITICAL BRANDS IN ITALY FROM A YOUNG VOTER PERSPECTIVE"**
Nottingham Business School, University of Nottingham Trent - Dip. Scienze Politiche e della Comunicazione, Università degli Studi di Salerno
Collaborazione con: Prof. Dr Guja Armannsdottir– PI – Nottingham Trent University, UK
Prof. Dr Christopher Pich– CI – Nottingham Trent University, UK
- 12/12/2017
31/12/2019 **PARTECIPAZIONE AL PROGETTO DI RICERCA "ENCORE"**
("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)
Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
Collaborazione alle attività di ricerca relative a: OR8.1 – Diffusione dell'informazione sul progetto e suoi risultati; OR8.2 Planning delle ricadute industriali del progetto ENCORE (*ENgaging Content Object for Reuse and Exploitation of cultural resources*)
- 15/02/2021
in corso **COORDINATORE PROGETTO (FARB 2020)**
Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
Titolo del progetto: "GREENWASHING: THEORETICAL FOUNDATIONS AND EMERGING RESEARCH ON CORPORATE SUSTAINABILITY BEYOND DECEPTIVE COMMUNICATION."

Contratto per monografia con Emerald Group dal titolo "Greenwashing: Foundations and emerging research on corporate sustainability and deceptive communication"

- 18/05/2020
in corso
- COORDINATORE PROGETTO (FARB 2019)**
- Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
- Titolo del progetto: "DIGITAL MARKETING COMMUNICATIONS FOR SUSTAINABLE TOURISM: EXPLORING CO-CREATION AND ENGAGEMENT STRATEGIES"
- Collaborazione in corso con Univ. Leon (Spagna)
- 11/03/2019
in corso
- COORDINATORE PROGETTO (FARB 2018)**
- Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
- Titolo del progetto: "SUSTAINABILITY COMMUNICATION AND LEGITIMACY-SEEKING STRATEGIES: EMERGING PERSPECTIVES ON VALUE-CREATION AND GREENWASHING"
- Collaborazione in corso con Prof. Juelin Yin (Sun Yat-sen University, China)
- 01/10/2018
in corso
- PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA FINANZIATI DA FONDO DI ATENEIO (FARB)**
- 2018 - STORYTELLING IN THE DIGITAL AGE: AN ANALYSIS OF SOME EXPERIENCES IN TOURISM SECTOR (Resp. Prof. Paolo Piciocchi)
 - 2018 - CONCEPTUALIZING BRAND HIJACKING: AN EMERGING PERSPECTIVE IN THE DIGITAL AGE (Resp. dott. ssa Maria Giovanna Confetto)
 - 2019 - OPEN INNOVATION AND HUMAN RESOURCES MANAGEMENT INSIDE ORGANIZATIONS (Resp. Prof. Paolo Piciocchi)
 - 2018/2019 - COMPETENZE EMERGENTI DI BRAND MANAGEMENT IN DIGITALLY-EMPOWERING CONTEXTS (Resp. Prof. Alfonso Siano)
 - 2020 - SOCIAL MEDIA-DRIVEN OPEN INNOVATION: HOW TO ENGAGE THE CROWDS IN CO-CREATION PROCESSES OF NEW IDEAS TO ENHANCE BUSINESS (Resp. dott. ssa Maria Giovanna Confetto)
 - 2020 - COMPLEX DECISION MAKING PROCESS: THE CONTRIBUTION OF INTELLIGENCE AUGMENTATION (IA) (Resp. Prof. Paolo Piciocchi)
 - 2020 - BRAND NEGOTIATION E BRAND PROTECTION: FORZE DI MEDIAZIONE EMERGENTI NEL BRAND MANAGEMENT (Resp. Prof. Alfonso Siano)
- 20/11/2017
20/02/2021
- COORDINATORE PROGETTO (FARB 2017)**
- Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
- Titolo del progetto: "CSR communications as legitimacy-seeking strategies: a framework for a comparative understanding of differences at cross-regional and industry levels."
- 28/07/2015
20/09/2018
- COORDINATORE PROGETTO (FARB 2015 – FARB 2016)**
- Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
- Titolo del progetto: "Exploring the role of negotiated brands in a digitally-empowering world"
- Collaborazione in corso con Prof. Emeritus Don Edward Schultz (Northwestern University, USA)
- 01/02/2007
19/03/2019
- COORDINATORE GRUPPO DI RICERCA
LABORATORIO MARKETING E COMUNICAZIONE VISIVA**
(trasformatosi in Laboratorio e Osservatorio di Comunicazione per la Sostenibilità - LABOS CS - nel 2016)
- Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione
- Coordinamento del gruppo di ricerca composto da dottorandi e assegnisti impegnati nelle attività di

internazionali di studio nei seguenti campi di indagine: corporate social responsibility (CSR), corporate communication e corporate reputation, e-marketing, marketing communications, brand management, place marketing e place communications

- 23/10/2013
30/04/2014 **PARTECIPAZIONE PROGETTO DI RICERCA SON (SAVE OUR NET)**
(ISEC Programme 2010, European Commission, CUEIM. Grant Agreement Amendment No 2, No HOME/2010/ISEC/AG/048)
CUEIM (Consorzio Universitario Economia Industriale e Manageriale)
Collaborazione alle attività di ricerca relative al progetto - Drug Sale and Trade under Attack. Let the Civil Society Give Minors a Safer Internet
- 07/01/2013
31/04/2013 **PARTECIPAZIONE PROGETTO DI RICERCA "ARISTOTELE"**
(UE FP7 - project number 257886)
CRMPA, Università degli Studi di Salerno
Collaborazione alle attività di ricerca relative a WP11 –WP12 (collaborazione scientifica di studio, ricerca e analisi del progetto ARISTOTELE (Personalised Learning & Collaborative Working Environments Fostering Social Creativity and Innovations Inside the Organisations) finanziato dall'Unione Europea nell'ambito del VII Programma Quadro
- 01/02/2012
31/12/2012 **PARTECIPAZIONE PROGETTO DI RICERCA "DiGiCult"**
(PON Ricerca e Competitività 2007-2013 - PON_01_02880)
CRMPA, Università degli Studi di Salerno
Collaborazione alle attività di ricerca relative a OR5–RI 5.1 (studio, ricerca e analisi del progetto DiGiCult Valorizzazione di Giacimenti Culturali Diffusi)
- 16/02/2009
26/02/2010 **PARTECIPAZIONE PROGETTO DI RICERCA "TA/CAMP"**
(finanziato MIUR con D.D. N. 2302 del 31/10/07)
CUEIM (Consorzio Universitario Economia Industriale e Manageriale)
Collaborazione alle attività di ricerca relative ricerca, formazione, assistenza e promozione aziendale per il rafforzamento della filiera produttiva nel settore tessile-abbigliamento in Campania (TA - CAMP) per conto del C.U.E.I.M.
- 01/01/2008
31/12/2009 **PARTECIPAZIONE PROGETTO DI RICERCA LR 5/2002**
(Bando competitivo legge regionale 5/2002 – Regione Campania Annualità 2005 – Prot. 2007 1042442)
Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze della Comunicazione
Collaborazione alle attività di ricerca dell'Indagine conoscitiva sullo stato della comunicazione delle imprese operanti nella Provincia di Avellino e analisi dei gaps comunicazionali, sulla base di una metodologia fondata sul principio della trasparenza (Responsabile Prof. Alfonso Siano)

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA FINANZIATI DA FONDO DI ATENEO (FARB) – ANNI PRECEDENTI

2003 2017 **PARTECIPAZIONE PROGETTI DI RICERCA FARB**

- Partecipazione alle attività dei seguenti progetti di ricerca FARB (Università degli Studi di Salerno):
- 2003 - progetto: "Individuazione dei criteri per la redazione del piano di comunicazione" (Resp. Prof. Alfonso Siano)
 - 2004/2005 - progetto "Presupposti di conoscenza per un sistema esperto di comunicazione" (Resp. Prof. Alfonso Siano)
 - 2006/2007 - progetto "Equilibri fisiologici e stati patologici dell'impresa sistema" (Resp. Prof. Paolo Piciocchi)
 - 2006/2008 - progetto "Definizione di un modello di pianificazione e controllo della corporate communication e di gestione della corporate image e della corporate reputation" (Resp. Prof. Alfonso Siano)
 - 2007/2008 - progetto "Criteri di definizione del piano di comunicazione per la promozione del territorio" (Resp. dott.ssa Maria Giovanna Confetto)
 - 2009/2010 - progetto "Corporate reputation and financial resources: in search of common principles"

- of management” (Resp. Prof. Alfonso Siano)
- 2009/2010 - progetto “Nuovi sviluppi dell’ingredient branding” (resp. dott. Maria Giovanna Confetto)
- 2011/2012 - progetto “Il ruolo dell’organo di governo (Chief Executive Officer) nella comunicazione strategica” (Resp. Prof. Alfonso Siano)
- 2013/2014 - progetto “Content marketing: implicazioni manageriali” (Resp. Prof. Alfonso Siano)
- 2013/2014 - progetto Learning to innovate networks of Knowledge systems (Resp. Prof. Paolo Piciocchi)
- 2013/2014 - progetto “Enhancing stakeholder engagement through strategic corporate communication” – (resp. dott. Maria Giovanna Confetto)
- 2014/2015- progetto “Un modello di valutazione dell’obiettivo di reputazione d’impresa” (Resp. Prof. Alfonso Siano)
- 2015/2017 progetto “Decision models construction in family business” (Resp. Prof. Paolo Piciocchi)
- 2015 – in corso progetto “Costruzione di un algoritmo per valutare e migliorare la comunicazione per la sostenibilità nei website delle organizzazioni” (Resp. Prof. Alfonso Siano)
- 2016 – in corso progetto “Dual marketers and sustainability communication. empirical evidence from corporate websites” (resp. dott. Maria Giovanna Confetto)
- 2016 – in corso progetto “T-shaped professional ed il valore delle soft skill nel crowdsourcing” (Resp. Prof. Paolo Piciocchi)
- 2017 – in corso progetto “Definizione di un framework manageriale di social media content” (Resp. dott. ssa Maria Giovanna Confetto)
- 2017 – in corso progetto “Indagine intersettoriale e interregionale a livello mondiale in materia di sustainability communication tramite websites” (Resp. Prof. Alfonso Siano)

RELATORE A CONGRESSI E
CONVEGNI NAZIONALI E
INTERNAZIONALI

2007-
in corso

PARTECIPAZIONE COME RELATORE A CONVEGNI INTERNAZIONALI
E NAZIONALI

Relatore a convegno (paper presentati):

Anno 2020

1. Vitale P., Palazzo M., VOLLERO A., Siano A., Foroudi P. (2020), “The Role of Igers in the Territorial Dynamics of Sustainable Tourism-oriented Destinations”, In: NEW METROPOLITAN PERSPECTIVES Berlin Springer Vol.2, Pag.759-767, NEW METROPOLITAN PERSPECTIVES, International Symposium – 4th edition May 27-30, 2020 (online participation)
2. VOLLERO A, Siano A., Sardanelli D., (2020), Amazon Effect? an Analysis of User-Generated Content on Consumer Electronics Retailers’ Facebook Pages, In: Advances in Digital Marketing and eCommerce Springer Pag.188-193, 1st International Digital Marketing & eCommerce Conference - DMEC 2020, Barcelona June 25th-26th (online participation)

Anno 2019

3. Conte F., Covucci C., VOLLERO A., Siano A., Confetto M.G., CSR communication in Asian context. An empirical analysis through the lens of the National Business Systems, Sinergie-SIMA 2019 Conference Proceeding, Management and sustainability: creating shared value in the digital era, 20-21 June 2019 – Sapienza University, Rome
4. Sardanelli D., Conte F., VOLLERO A, Siano A., Institutionalization of CSR in controversial and non-controversial industries Sinergie-SIMA 2019 Conference Proceeding, Management and sustainability: creating shared value in the digital era, 20-21 June 2019 – Sapienza University, Rome
5. Coppola C., VOLLERO A., Siano A. (2019), Oltre la sostenibilità: un’indagine sul consumer upcycling, XVI CONVEGNO SIM, Piacenza, 24-25 ottobre 2019, Università Cattolica del Sacro Cuore

Anno 2018

6. VOLLERO, Agostino; Gaudio, Emilia; Vitale, Pierluigi; Siano, Alfonso “Amazon effect”: alcune evidenze empiriche negli UGC delle pagine Facebook delle catene di elettronica di consumo. In: XV SIM Conference - I percorsi identitari nel Marketing Società Italiana Marketing, Bari, Pag.1-7 ISBN:9788894391824
7. VOLLERO, Agostino; Yin, Juelin; Siano, Alfonso; “Exploring Legitimacy-seeking Strategies through CSR Communication: A Comparison among North American, European and Asian Firms”. In: IABS 2018 “Making the Invisible Visible in Business & Society Research” Hong Kong June 7-10, 2018

Anno 2017

8. VOLLERO, Agostino; Palazzo, Maria; Siano, Alfonso; Sardanelli, Domenico “Communicating CSR for legitimacy: a comparison between service and product companies”. In: 20th Conference Excellence in

- Services International Conference – Verona, September 7 and 8, 2017 Conference Proceedings Pag.825-834 ISBN:9788890432774
9. Palazzo M., VOLLERO A., Siano A., Kitchen P., IMC and place tourism: toward a conceptual model. In: 7th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA) Conference Proceedings , The 7th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA), Lisbon 28-30 June 2017 Aranzadi Pag.411-412 ISBN:97888491522270
 10. VOLLERO A., Siano Alfonso, Yin Juelin (2017) CSR communication in corporate websites and different types of organizational legitimacy. Some empirical evidence from a global perspective, In: proceeding del XXIX Convegno Annuale di Sinergie, Convegno Sinergie-SIMA, Napoli il 15 – 16, “Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società”
- Anno 2016
11. VOLLERO Agostino, Siano, Alfonso; Dalli Daniele; Negotiating brands: opportunities and challenges. In: proceeding del XXVIII Convegno Annuale di Sinergie - Management in a digital world: decisions, production, communication Università degli Studi di Udine, 9-10 Giugno 2016, Pag.143-145 ISBN:97888907394-7-7
 12. VOLLERO, Agostino; Palazzo Maria; Balmer, John; Siano, Alfonso The impact of “social mediascape” on brand communication: CSR risks in tweetjacking. In: Marketing & Retail nei mercati che cambiano Società Italiana Marketing - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, 20-21 Ottobre 2016 ISBN:978-88-907662-6-8
- Anno 2015
13. VOLLERO, Agostino; Conte, Francesca; Sigioccolo, Mario; Siano, Alfonso “Understanding residents’ engagement in the promotion of a heritage site. Preliminary results from a survey on Amalfi Coast. In: proceedings XII CONVEGNO SIM Università degli Studi di Torino 22-23 Ottobre 2015 Pag.1-5 ISBN:9788890766244
 14. Siano, Alfonso; Golinelli, Claudia; della Volpe, Maddalena; VOLLERO, Agostino; Conte, Francesca Il coinvolgimento dei residenti nelle attività di promozione di un sito Unesco (WHS). Il caso della Costiera Amalfitana. In: proceedings del XXVII Convegno annuale di Sinergie - Università degli Studi del Molise 9-10 luglio 2015 - Heritage, management e impresa: quali sinergie? Università degli Studi del Molise Pag.235-250 ISBN:978-88-907394-5-3
- Anno 2014
15. VOLLERO, Agostino; Siano, Alfonso; Golinelli, Claudia Maria; Conte, Francesca, Oltre il manufacturing: l’impresa diventa content provider?. In: Atti del XXVI Convegno annuale di Sinergie, Università di Cassino e del Lazio Meridionale, 13-14 novembre 2014 Pag.1-16
 16. VOLLERO A.; Addeo F., Siano A., Cervasio R., Verso l’autoproduzione: uno studio netnografico sulle community online di consumatori nel settore della cosmesi naturale. In: Proceedings SIM 2014 - XI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Modena 18-19 Settembre 2014, “Food marketing: mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca” Società Italiana Marketing Pag.1-5 ISBN:9788890766220
 17. VOLLERO Agostino, Siano Alfonso, Palazzo Maria (2014), “Examining the significance of content marketing. New approach in digital marketing or management fashion?”. In: *Dialogic communication: beyond control toward co-construction*. Milano, XIX International Conference on Marketing and Corporate Communication, CMC 2014, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 3-4 April 2014, EDUCatt
- Anno 2013
18. VOLLERO Agostino, Picicocchi Paolo, Siano Alfonso, Gaeta Angelo, Ritrovato Pierluigi (2013), “Evaluating customers’ creativity for marketing innovation. A knowledge-based approach from ARISTOTELE project” In: Convegno SIM 2013, *Smart life dall’innovazione tecnologica al mercato*. Milano, Università degli Studi di Milano-Bicocca, 3 e 4 ottobre 2013, Società Italiana Marketing, pp. 1-12, ISBN/ISSN: 9788890766213
 19. 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*, Università degli Studi di Salerno, 11-12 April, ISBN: 9788890687365.
 20. Porcu L., Rodriguez 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 . p. 1-15, Malaga, 7, 8 y 9 de Febrero de 2013
- Anno 2012
21. 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, Convegno SIM 2012, vol. Unico, p. 1-11, Società Italiana di Marketing (SIM), Università degli Studi del Sannio, 20 e 21 settembre 2012, ISBN: 9788890766206;
 22. Siano A., VOLLERO A., Tuccillo C., Conte F. (2012). Management della comunicazione territoriale: tra place identity e crowdsourcing. In: AA.VV.. Il territorio come giacimento di vitalità per l’impresa. p. 281-294, SINERGIE - CUEIM, Università degli Studi del Salento, Lecce, 18-19 ottobre 2012, ISBN: 9788890739408
- Anno 2011
23. 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, Ljubljana: Izdajatelj: Faculty of Social Sciences, p. 95, ISBN/ISSN: 978961235489, Conference Proceedings, University of Amsterdam, 26th-28th October.
 24. Tuccillo C., Siano A., VOLLERO A., Cosimato S., (2011), “The role of consumer empowerment in CSR online communication. A case study”. In: CSR COMMUNICATION CONFERENCE 2011 Conference Proceedings. Amsterdam, 26th-28th October, Ljubljana: Izdajatelj: Faculty of Social Sciences, p. 68, ISBN/ISSN: 9789612354893
 25. Siano A., VOLLERO A. (2011), “Il processo di management della comunicazione d’impresa: tra comunicazione strategica e strategia di comunicazione”, *XXIII Sinergie annual Congress*, November 10-11 2011, IULM University, Milan, Italy.
 26. 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.

Anno 2009

27. Siano A., VOLLERO A., Confetto MG. (2009). Integrated Corporate Communication: Physical Metaphors for Decision Making. In: *Proceedings of the Conference on Corporate Communication 2009*. p. 274-286, Wroxton College, Wroxton, UK, June 5-8, 2009;
28. 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;
29. Siano A., VOLLERO A., Basile G. (2009), SME ‘Communication Orientation’ in B-to-B Markets. An Exploratory Survey in an Italian Industrial District. In: *Marketing & Entrepreneurship*. Antalya – Ankara University - Turkey, 6-9 April 2009, pp. 215-226

Anno 2008

30. Siano A., Confetto M.G., VOLLERO A., (2008). “Governance-Struttura-Sistema: un modello di management della comunicazione per il marketing territoriale”. In: *7th International Congress Marketing Trends*. vol. VII, p. 1-38

Anno 2007

31. Siano A., VOLLERO A., Siglioccolo M. (2007). “Corporate Reputation Management: a Set of Drivers in the Governance-Structure-System Model. Empirical Evidences from Crisis Communication”. In: *11th International Conference on Reputation, Brand, Identity & Competitiveness*. BI Norwegian School of Management, Oslo, Norway, Oslo, May 31 - June 3, 2007, pp. 1-32, NEW YORK: Reputation Institute

**PREMI E RICONOSCIMENTI
NAZIONALI E INTERNAZIONALI
PER ATTIVITÀ DI RICERCA**

19/10/2018 – in corso	<p>ABILITAZIONE SCIENTIFICA NAZIONALE PROFESSORE UNIVERSITARIO DI II FASCIA SSD 13/B2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE</p> <p>Bando 2016 – Abilitato dal 19/10/2018 al 19/10/2024</p>
29/01/2015 – in corso	<p>ABILITAZIONE SCIENTIFICA NAZIONALE PROFESSORE UNIVERSITARIO DI II FASCIA SSD 13/B2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE</p> <p>Bando 2013 (DD n.161/2013) – Abilitato dal 29/01/2015 al 29/01/2021</p>
2017 – in corso	<p>BENEFICIARIO FFABR 2017</p> <p>Fondo per il finanziamento delle attività base di ricerca, istituito dalla L. 232/2016, comma 295 Beneficiario in qualità di ricercatore – Procedura comparativa (ammesso al finanziamento con punteggio 47)</p>
2017	<p>PREMIO MIGLIOR ARTICOLO RIVISTA MERCATI E COMPETITIVITÀ ANNO 2016</p> <p>Best paper: Agostino Vollero, Dalli Daniele, Alfonso Siano (2016). Brand negotiation and brand management. An actor-network theory perspective. <i>Mercati e Competitività</i>, vol. 4, p. 23-41</p>
06/2016	<p>BEST PAPER AWARD XXVIII CONVEGNO ANNUALE SINERGIE</p> <p>Best paper dal titolo: “Valutare e migliorare la comunicazione digitale per la sostenibilità: un modello operativo per i siti web” nell’ambito del XXVIII Convegno annuale di Sinergie, Management in a Digital World. Decisions, Production, Communication - 9-10 giugno 2016 - Università degli Studi di Udine</p>
04/2013	<p>BEST WORKING PAPER XVIII CONFERENCE ON MARKETING AND CORPORATE COMMUNICATION (CMC 2013)</p> <p>Best working paper dal titolo: “Light green or greenwashing. When communication is really green?”; XVIII Conference on Marketing and Corporate Communication, University of Salerno, 11-12 April 2013</p>
11/2011	<p>SELECTED PAPER XXIII CONVEGNO ANNUALE SINERGIE</p>

Paper dal titolo "Il processo di management della corporate communication: un framework" XXIII Convegno Annuale Sinergie, Università IULM, 10-11 Novembre 2011

25-26/06/2020 **PROGRAM COMMITTEE - 1st International Digital Marketing & eCommerc Conference - DMEC 2020**
University of Barcelona, June 25th-26th (online conference)

07-08/09/2017 **SESSION CHAIR - 20th Conference Excellence in Services International Conference**
Università degli Studi di Verona, 7th-8th September, 2017
Session "Theory and Methodology"

26-28/10/2011 **SESSION DISCUSSANT - CSR Communication Conference University of Amsterdam**
University of Amsterdam, 26th-28th October 2011
Session "CSR communication & business ethics"

AFFILIAZIONI A SOCIETÀ
SCIENTIFICHE, PARTECIPAZIONE A
COMITATI EDITORIALI,
ATTIVITÀ DI REVIEWER

2003 – **AFFILIAZIONI A SOCIETÀ SCIENTIFICHE**
in corso CUEIM/Sinergie

Società Italiana Management (SIMA)

Società Italiana Marketing (SIM)

European Academy of Marketing (EMAC)

International Association For Business and Society (IABS)

2010 – **EDITORIAL BOARD**
in corso

Membro dell'editorial board International Journal of Online Marketing (IJOM), IGI Global

Membro del Reviewing Committee per la rivista Journal of Management and Marketing (M&M)

Membro della redazione (editorial team) dei Sinergie – Italian Journal of Management

Membro dell' Editorial Board dell'International Journal of Sustainable Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility (IJSECSR), IGI Global

2007 – **REVIEWER**
in corso

Attività di referaggio per le seguenti riviste nazionali ed internazionali:

- Asia Pacific Management Review (ISSN 1029-3132)
- Business Ethics: an European Review (ISSN 1467-8608)
- Business Strategy and the Environment (ISSN 1099-0836)
- Computers in Human Behaviors (ISSN 0747-5632)
- Corporate Communication: an International Journal (ISSN 1356-3289)
- Corporate Social Responsibility and Environmental Management (ISSN 1535-3966)
- Electronic Commerce Research (ISSN 1389-5753)
- European Journal of Innovation Management (ISSN 1460-1060)
- European Journal of Marketing (ISSN 0309-0566)
- Il Capitale Culturale (ISSN: 2039-2362)
- International Journal of Online Marketing (ISSN 2156-1753)
- International Journal of Sustainable Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility (ISSN)
- Italian Journal of Marketing (ISSN 2662-3323)
- Journal of Business Research (ISSN 0148-2963)

- Journal of Cleaner Production (ISSN 0959-6526)
- Journal of Hospitality and Tourism Research (ISSN 1096-3480)
- Journal of Political Marketing (ISSN 1537-7865)
- Journal of Public Policy & Marketing (ISSN 0743-9156)
- Mercati & Competitività (ISSN 1826-7386)
- Organization and Environment (ISSN 1552-7417)
- Qualitative Market Research (ISSN 1352-2752)
- Sinergie – Italian Journal of Management (ISSN 0393-5108)
- Sustainability (ISSN 2071-1050)

97th percentile on Publons (06th April 2021 - <https://publons.com/researcher/707712/agostino-vollero/metrics/>)

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

- Academy of Management Annual Meeting
- Sinergie Convegno annuale
- CMC Conference
- EMAC Conference
- IABS Conference
- Collana "Comunicazione d'impresa" – Franco Angeli
- Collana Emerald Point – Emerald Group Publishing (UK)

**ATTIVITÀ GESTIONALI,
ORGANIZZATIVE E DI
SERVIZIO IN AMBITO
ACCADEMICO**

-
- 2021 – in corso **Componente del Collegio dei docenti del Dottorato in SCIENZE E CULTURE DELL'UMANO. SOCIETA', EDUCAZIONE, POLITICA E COMUNICAZIONE – Università degli Studi di Salerno**
a.a. 2021/2022 - Ciclo 37
 - 2019 – in corso **Delegato Dipartimentale "Trasferimento Tecnologico e Terza Missione"**
Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche e della Comunicazione
 - 2017 – in corso **Componente del Consiglio Direttivo**
Osservatorio per la Comunicazione e l'Informazione della Pubblica Amministrazione in Italia e in Europa - Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche e della Comunicazione
 - 2015 – in corso **Componente Commissione Area Didattica**
Università degli Studi di Salerno, Dip. Scienze Politiche e della Comunicazione
 - Componente del Gruppo qualità Corso di Studi in Scienze della Comunicazione (Laurea Triennale) e Corporate Communication e Media (Laurea Magistrale)
 - Componente delle Commissioni "Tirocini e Placement" e della Commissione "Erasmus" (Consiglio didattico di Scienze della Comunicazione) fino al 2018
 - Componente della Commissione per la verifica dei requisiti per l'accesso ai corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione (triennale) e Comunicazione d'Impresa e Pubblica (magistrale)
 - Componente Commissione per l'istituzione del Corso di Laurea Magistrale in LM49 "Management dei sistemi turistici e sviluppo sostenibile"

PUBBLICAZIONI

Articoli in riviste internazionali

1. VOLLERO, A., Sardanelli, D., & Siano, A. (2021). Exploring the role of the Amazon effect on customer expectations: An analysis of user-generated content in consumer electronics retailing. *JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR*, *in press*
2. Siano, A., Confetto, M. G., Vollero, A., & Covucci, C. (2021). Redefining brand hijacking from a non-collaborative brand co-creation perspective. *JOURNAL OF PRODUCT & BRAND MANAGEMENT* (FASCIA A ANVUR ASN)
3. 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*, 100, 104915 (FASCIA A ANVUR ASN)
4. 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 ISSUES IN TOURISM*, 24(4), 567-589 (FASCIA A ANVUR ASN)
5. Coppola C., VOLLERO A., Siano A. (2021), Consumer upcycling as emancipated self-production: Understanding motivations and identifying upcycler types, *JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION*, 285 n.124812 (FASCIA A ANVUR ASN)
6. 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. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BANK MARKETING*, 38(7), 1529-1552 (FASCIA A ANVUR ASN)
7. Conte, F., VOLLERO, A., Covucci, C., & Siano, A. (2020). Corporate social responsibility penetration, explicitness, and symbolic communication practices in Asia: A national business system exploration of leading firms in sustainability. *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT*, 27(3), 1425-1435 (FASCIA A ANVUR ASN)
8. 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*, 23 (2), 143-160
9. VOLLERO, A., Siano, A., Palazzo, M., & Amabile, S. (2020). Hofstede's cultural dimensions and corporate social responsibility in online communication: Are they independent constructs?. *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT*, 27(1), 53-64 (FASCIA A ANVUR ASN)
10. 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*, 26(3-4), 341-355.
11. Sardanelli D., VOLLERO A., Bottoni G., Siano A. (2019) "Lowering the pirate flag: a TPB study of the factors influencing the intention to pay for movie streaming services", *ELECTRONIC COMMERCE RESEARCH* 19(3), pp. 549-574 (FASCIA A ANVUR ASN)
12. VOLLERO A., Schultz D.E., Siano A., (2019) IMC in digitally-empowering contexts: the emerging role of negotiated brands *INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH*, 38(3), pp. 428-449 (FASCIA A ANVUR ASN)
13. VOLLERO, A., Conte, F., Siano, A., & Covucci, C. (2019), Corporate social responsibility information and involvement strategies in controversial industries. *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT*, 26(1), pp. 141-151 (FASCIA A ANVUR ASN)
14. VOLLERO, A., Siano, A., & Della Volpe, M. (2019). A Systems Perspective for Conceptualizing Sustainability in Long-lived Family Businesses. Research Proposals on Risk Taking and Innovativeness. *SYSTEMS RESEARCH AND BEHAVIORAL SCIENCE*, vol. 36 (1), pp. 111-127
15. Conte, F., Vitale, P., VOLLERO, A., & Siano, A. (2018). Designing a Data Visualization Dashboard for Managing the Sustainability Communication of Healthcare Organizations on Facebook. *SUSTAINABILITY*, 10(12), 4447
16. VOLLERO, A., Palazzo, M., Siano, A., & Sardanelli, D. (2018). Managing CSR communication: A study of legitimacy-seeking strategies adopted by service and product companies. *THE TQM JOURNAL*, vol. 30 (5), p. 621-637 (FASCIA A ANVUR ASN)
17. VOLLERO, A., Conte, F., Bottoni, G., Siano, A. (2018). The influence of community factors on the engagement of residents in place promotion. Empirical evidence from an Italian heritage site. *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH*, vol. 20, p. 88-99 (FASCIA A ANVUR ASN)
18. 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 (1), p. 42-55
19. Siano, A., VOLLERO, A., Conte, F., Amabile, S. (2017). More than words: Expanding the taxonomy of greenwashing after the Volkswagen scandal. *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH*, vol. 71, p. 27-37 (FASCIA A ANVUR ASN)
20. Conte F., Siano A., VOLLERO A. (2017). CEO communication: engagement, longevity and founder centrality. An exploratory study in Italy. *CORPORATE COMMUNICATIONS*, vol. 22, p. 273-291, ISSN: 1356-3289, doi: 10.1108/CCIJ-10-2015-0062

21. Siano, A., Palazzo, M., Foroudi, P., VOLLERO, A. (2017). Rethinking Bernstein communication wheel: A re-visitation of a communication tool. *THE BOTTOM LINE*, vol. 30, p. 186-194, ISSN: 0888-045X, doi: 10.1108/BL-08-2017-0018
22. Della Volpe, M., Siano, A., VOLLERO, A., Esposito, F. (2016). Exploring Curricular Internships in Italy: Towards Entrepreneurial Universities. *INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH*, vol. 9(9), p. 150-167, ISSN: 1913-9004, doi: 10.5539/ibr.v9n9p150
23. Palazzo, M., VOLLERO, A., Siano, A. (2016). Identifying new segments from a global branding perspective: a three-country study. *JOURNAL OF MARKETING ANALYTICS*, vol. 4, p. 159-171, ISSN: 2050-3318, doi: 10.1057/s41270-016-0009-8
24. 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, p. 120-140, ISSN: 1740-8822, doi: 10.1504/IJISD.2016.075542
25. Siano A., Conte F., Amabile S., VOLLERO A., Piciocchi P. (2016). Communicating sustainability: An operational model for evaluating corporate websites. *SUSTAINABILITY*, vol. 8, p. 950-966, ISSN: 2071-1050, doi: 10.3390/su8090950
26. Gaeta A., Gaeta, M., Piciocchi, P., Ritrovato, P., Toti, D., VOLLERO A., (2014). Evaluation of the human resources relevance in organisations via knowledge technologies and semantic social network analysis. *INTERNATIONAL JOURNAL OF KNOWLEDGE AND LEARNING*, vol. 9 (3), p. 219-241, ISSN: 1741-1009, doi: 10.1504/IJKL.2014.068918
27. Siano A., VOLLERO A., Confetto M. G., Siglioccolo M. (2013). Corporate communication management: A framework based on decision making with reference to communication resources. *JOURNAL OF MARKETING COMMUNICATIONS*, p. 151-167, ISSN: 1352-7266, doi: 10.1080/13527266.2011.581301
28. 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*, vol. 19, p. 57-71, ISSN: 1350-231X
29. 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. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES*, vol. 12(2), p. 534-547, ISSN: 1741-6264, doi: 10.5848/APBJ.2010.00088
30. Siano A., Basile G., VOLLERO A. (2010). Communication approaches in knowledge development. Empirical evidence from an Italian industrial district. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES*, vol. Vol. 12, Issue 3, p. 49-61, ISSN: 1741-6264

Articoli in riviste nazionali

1. Sardanelli, D., Conte, F., Vollero, A., & Siano, A. (2021). CSR signals: exploring their use in controversial industries. *ITALIAN JOURNAL OF MARKETING*, 1-18.
2. Sardanelli, D., VOLLERO, A., Siano, A., & Conte, F. (2020). Come i CEOs rispondono alla crisi: un'analisi comparativa delle strategie retoriche durante la pandemia da Coronavirus. *CORPORATE GOVERNANCE AND RESEARCH & DEVELOPMENT STUDIES*, 1, 65-83
3. Coppola, C., VOLLERO, A., Conte, F., & Siano, A. (2020). Self-production in an upcycling online community: shared knowledge, collaborative ideas and creation of value. *ITALIAN JOURNAL OF MARKETING*, 2020, 231-248.
4. Conte, F., & VOLLERO, A. (2018). CEOs of dual marketers organizations: Communication and reputation management issues. *MERCATI & COMPETITIVITÀ*, 3, 21-39.
5. Siano A., F. Conte, S. Amabile, A. VOLLERO, P. Piciocchi (2017). Valutare e migliorare la comunicazione digitale per la sostenibilità: un modello operativo per i siti web. *SINERGIE*, vol. 35, p. 81-103, ISSN: 0393-5108
6. VOLLERO A., Dalli D., Siano A. (2016). Brand negotiation and brand management. An actor-network theory perspective. *MERCATI E COMPETITIVITÀ*, vol. 4, p. 23-41, ISSN: 1826-7386, doi: 10.3280/MC2016-004003
7. VOLLERO A., Siano A., Golinelli C. M., Conte F. (2016). Il coinvolgimento dei residenti nelle attività di promozione di un sito UNESCO (WHS). Un caso esplorativo sulla Costiera Amalfitana. *IL CAPITALE CULTURALE*, vol. 13, p. 363-389, ISSN: 2039-2362
8. Cuomo M. T., Metallo G., Tortora D., Siano A., VOLLERO A., Kitchen P. J. (2015). Solid Green and Greenwashing: When Is Communication Really Green?. *MICRO & MACRO MARKETING*, vol. 3, p. 463-486, ISSN: 1121-4228, doi: 10.1431/81836
9. De Falco Esposito S., VOLLERO A. (2015). Sustainability, longevity and transgenerational value in family firms. The case of Amarelli. *SINERGIE*, vol. 97, p. 291-309, ISSN: 0393-5108

10. VOLLERO A., Palazzo M. (2015). Conceptualizing content marketing: a delphi approach. *MERCATI E COMPETITIVITÀ*, vol. 1, p. 25-44, ISSN: 1826-7386, doi: 10.3280/MC2015-001003
11. Siano A., VOLLERO A., Palazzo M., Addeo F. (2014). L'atteggiamento dei consumatori nei confronti dei global brand: uno studio esplorativo in tre paesi europei. *MERCATI E COMPETITIVITÀ*, vol. 3, p. 87-112, ISSN: 1826-7386, doi: 10.3280/MC2014-003006
12. Siano A., VOLLERO A. (2013). Brand reputation online: tra consumer empowerment e reputational risk. *FINANZA MARKETING E PRODUZIONE*, p. 32-62, ISSN: 1593-2230
13. VOLLERO A. (2013). Il rischio greenwashing nella comunicazione per la sostenibilità: implicazioni manageriali. *SINERGIE*, vol. 92, p. 3-23, ISSN: 0393-5108, doi: DOI 10.7433/s92.2013.02
14. Siano A., VOLLERO A. (2012). Il processo di management della corporate communication: un framework. *SINERGIE*, vol. 88, p. 73-92, ISSN: 0393-5108
15. Siano A., VOLLERO A. (2011). Vertical branding e temporary store: opportunità di sviluppo e di internazionalizzazione per le imprese campane dell'abbigliamento. *SINERGIE*, vol. Rapporti di Ricerca n.32, p. 399-411, ISSN: 0393-5108
16. Siano A., C. Pacella, Confetto M. G., VOLLERO A., Siglioccolo M. (2011). Un modello per il governo e la gestione della comunicazione pubblica. *SINERGIE*, vol. Rapporti di Ricerca n°33, p. 31-65, ISSN: 0393-5108
17. Siano A., Piciocchi P., Pacella C., Confetto M. G., Bassano C., VOLLERO A., Siglioccolo M. (2011). La Campagna Informativa nazionale D.P.A.-C.U.E.I.M. *SINERGIE*, vol. Rapporti di Ricerca n.33, p. 69-109, ISSN: 0393-5108
18. Massaroni E., Siano A., Festuccia S., VOLLERO A. (2011). Modelli di sviluppo internazionale delle imprese italiane di successo. *SINERGIE*, vol. Rapporti di Ricerca n.32, p. 201-224, ISSN: 0393-5108
19. 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. *ESPERIENZE D'IMPRESA*, vol. 18 (2), p. 87-99, ISSN: 1971-5293
20. Siano A., Piciocchi P., VOLLERO A., Basile G.. (2009). Communications, Cultural Trends and Competitive Advantage in BTOB Markets. A Survey on SMES in the Province of Avellino. *ESPERIENZE D'IMPRESA*, vol. 2/2009, p. 39-60, ISSN: 1971-5293
21. Piciocchi P., VOLLERO A., Palazzo M. (2009). Towards the Integration between Corporate Community Relations and CSR Communication Strategies. The Enel Case Study. *ESPERIENZE D'IMPRESA*, p. 61-75, ISSN: 1971-5293
22. VOLLERO A. (2008). "Il sovra-sistema della comunicazione e i rapporti col sistema d'impresa: il ruolo dei corporate communication consultants". *ESPERIENZE D'IMPRESA*, vol. 1, p. 69-91, ISSN: 1971-5293
23. VOLLERO A., Palazzo M (2008). Expert Investment Community: l'impatto del web 2.0 sulle relazioni con il contesto finanziario. *ESPERIENZE D'IMPRESA*, vol. 1, p. 111-126, ISSN: 1971-5293
24. VOLLERO A. (2006). Il two-step flow nella comunicazione in rete: gli opinion leader on-line. *ESPERIENZE D'IMPRESA*, vol. 2, p. 49-68, ISSN: 1971-5293
25. Siano A., VOLLERO A, Confetto M. G (2004). CRM e scelte di comunicazione d'impresa. *ESPERIENZE D'IMPRESA*, vol. S/3, p. 53-88, ISSN: 1971-5293

Monografie

1. VOLLERO A. (2010). *E-marketing e web communication. Verso la gestione della corporate reputation online*. p. XIV-242, TORINO:Giappichelli, ISBN: 9788834898550
2. Siano A., VOLLERO A., Siglioccolo M. (2015). *Corporate Communication Management. Accrescere la reputazione per attrarre risorse*. Torino:Giappichelli, ISBN: 978-88-348-5873-8

In preparazione (contratto sottoscritto con l'editore – data di pubblicazione prevista febbraio 2022):

3. VOLLERO A. (2022), *Greenwashing: Foundations and emerging research on corporate sustainability and deceptive communication*, Emerald Publishing LTD, UK.

Capitoli di Libro

1. VOLLERO A., Valentini C. (2021), "Social media and consumer power: Opportunities and challenges for digital marketing activities", *Contemporary Issues in Digital Marketing*, ed. Niiminen O., Routledge, *in press*.
2. Confetto, M. G., Conte, F., VOLLERO, A., & Covucci, C. (2020). "From Dual Marketing to Marketing 4.0: The Role Played by Digital Technology and the Internet". In Foroudi P., Siano A., Palazzo M. (eds.), *Beyond Multi-channel Marketing*, Emerald.
3. VOLLERO, A., Siano, A., & Sardanelli, D. (2020). "Amazon Effect? an Analysis of User-Generated Content on Consumer Electronics Retailers' Facebook Pages". In *Advances in Digital Marketing and eCommerce* (pp. 188-193). Springer, Cham.
4. Siano, A.; Conte, F.; Amabile, S.; Covucci, C.; della Volpe, M.; Piciocchi, P.; Sardarelli, D.; VOLLERO, A. (2018), Applicazioni del modello OSEC, (a cura di) Siano A., Conte F. *La sostenibilità viaggia nel web. Valutare e migliorare la comunicazione delle organizzazioni sostenibili nell'era digitale*. pp.128-176 Franco Angeli.
5. Siano, A.; Conte, F.; Amabile, S.; Covucci, C.; VOLLERO, A. (2018), Il modello OSEC per valutare e migliorare i siti web, (a cura di) Siano A., Conte F. *La sostenibilità viaggia nel web. Valutare e migliorare la comunicazione delle organizzazioni sostenibili nell'era digitale*. pp.71-127 Franco Angeli.
6. Conte, F.; Amabile, S.; Confetto, M. G.; Della Volpe, M.; Palazzo, M.; Piciocchi, P.; VOLLERO, A (2018), La comunicazione per la sostenibilità in ambiente digitale, (a cura di) Siano A., Conte F. *La sostenibilità viaggia nel web. Valutare e migliorare la comunicazione delle organizzazioni sostenibili nell'era digitale*. pp. 28-70 Franco Angeli.
7. VOLLERO A., Siano A., Sardanelli D. (2016). Opinion Leaders Go Online: An Empirical Study on Interpersonal Influence on Purchase Intentions in E-Retailing. In: S. Dixit A.M. Sinha. Retailing Challenges and Opportunities in the Global Marketplace. p. 145-166, IGI Global, doi: 10.4018/978-1-4666-9921-2.ch008
8. Siano A., VOLLERO A. (2014). Comunicazione delle organizzazioni sostenibili: alcune questioni di fondo. In: Siano A.. Management della comunicazione per la sostenibilità. p. 61-81, MILANO:FrancoAngeli, ISBN: 9788891708571
9. Siano A., VOLLERO A., Conte F. (2014). Sostenibilità, stakeholder engagement e capitale reputazionale. In: Siano A.. Management della comunicazione per la sostenibilità. vol. 248.1, p. 15-59, MILANO:FrancoAngeli, ISBN: 9788891708571
10. Siano A., VOLLERO A., Siglioccolo M. (2014). Processo di management della comunicazione: un modello per le organizzazioni sostenibili. In: A. Siano. Management della comunicazione per la sostenibilità. vol. 248.1, p. 83-108, Milano:FrancoAngeli, ISBN: 9788891708571
11. Siano A., Piciocchi P., VOLLERO A., Siglioccolo M., Palazzo M. (2014). Principi e strumenti di management della comunicazione per la sostenibilità. In: A. Siano. (a cura di): A. Siano, Management della comunicazione per la sostenibilità. vol. 248.1, p. 109-143, MILANO:FrancoAngeli, ISBN: 9788891708571
12. VOLLERO A., Siano A. (2013). Challenges and Opportunities of Consumer Empowerment in Online Reputation Management. In: (a cura di): H. El-Gohary R. Eid, E-Marketing in Developed and Developing Countries: Emerging Practices. p. 1-18, HERSHEY PA:IGI Global, ISBN: 9781466639546, doi: 10.4018/978-1-4666-3954-6.ch001
13. Siano A., Confetto M. G., VOLLERO A., Siglioccolo M. (2011). A framework based on the structure-system paradigm for governance and management of corporate communication. In: AA.VV. Contributions to theoretical and practical advances in management. A Viable Systems Approach (VSA). p. 175-197, AVELLINO: International printing, ISBN: 8878680109

Conference Proceedings

1. Vitale P., Palazzo M., VOLLERO A., Siano A., Foroudi P. (2020), "The Role of Igers in the Territorial Dynamics of Sustainable Tourism-oriented Destinations", In: NEW METROPOLITAN PERSPECTIVES, NEW METROPOLITAN PERSPECTIVES, International Symposium – 4th edition May 27-30, 2020, Berlin Springer Vol.2, pp .759-767
2. Sardanelli D., VOLLERO A., Siano A, Conte F. (2020), L'impatto del Coronavirus sulla comunicazione aziendale: analisi delle lettere dei CEO agli azionisti, In: Sinergie-SIMA 2020 - Electronic Conference Proceeding Sinergie, - Grand challenges: companies and universities working for a better society, University of Pisa (Italy) 7-8 September 2020, pp. 619-623
3. Conte F., Sardanelli D., VOLLERO A., Siano A. (2020), Data-driven talent management: quali prospettive di sviluppo in Italia?, In: Sinergie-SIMA 2020 - Electronic Conference Proceeding Sinergie, - Grand challenges: companies and universities working for a better society, University of Pisa (Italy) 7-8 September 2020, pp. 625-629
4. Conte, F.; Covucci, C.; VOLLERO, A.; Siano, A.; Confetto, M. G. (2019) CSR communication in Asian context. An empirical analysis through the lens of the National Business Systems. In: Referred Electronic Conference Proceedings of Sinergie - Sima Management Conference Management and sustainability: Creating shared value in the digital era. pp. 41-45
5. Sardanelli D., Conte F., VOLLERO, A.; Siano, A. (2019), Institutionalization of CSR in controversial and non-controversial industries. In: Referred Electronic Conference Proceedings of Sinergie - Sima Management Conference Management and sustainability: Creating shared value in the digital era. pp. 365-368

6. VOLLERO A., Gaudio E., Vitale P., Siano A., (2018), "Amazon effect": alcune evidenze empiriche negli UGC delle pagine Facebook delle catene di elettronica di consumo. In: XV SIM Conference - I percorsi identitari nel Marketing Società Italiana Marketing, XV SIM Conference - I percorsi identitari nel Marketing Università degli Studi di Bari "Aldo Moro", Bari 18-19 ottobre 2018, pp.1-7.
7. VOLLERO, A., Yin, J., & Siano, A. (2018). How Leading Firms Pursue Legitimacy through CSR Communication? A Cross-Regional Analysis. In Academy of Management Proceedings (Vol. 2018, No. 1, p. 11206), 78th Annual Meeting of the Academy of Management, August 10-14, Chicago, Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
8. Palazzo M., VOLLERO A., Kitchen P., Siano A. (2017). IMC and place tourism: toward a conceptual model. In: 7th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA) Conference Proceedings. p. 411-412, Aranzadi, ISBN: 9788491522270, Lisbon, 28-30 June 2017
9. Siano A., Conte F., VOLLERO A., Covucci C., Sardanelli D. (2017). Stakeholder engagement and CSR communication strategies for corporate legitimacy: Insights from controversial industries websites. In: CSR Communication Conference 2017: Book of abstract. p. 76-82, Vienna, Austria, 21-23 September 2017
10. VOLLERO A., Palazzo M., Siano A., Sardanelli D. (2017). Communicating CSR for legitimacy: a comparison between service and product companies. In: 20th Conference Excellence in Services International Conference - Conference Proceedings. p. 825-834, ISBN: 9788890432774, Verona, September 7 and 8, 2017
11. Siano A., Conte F., Amabile S., VOLLERO A., Piciocchi P. (2016). Valutare e migliorare la comunicazione digitale per la sostenibilità un modello operativo per i siti web. In: proceedings del XXVIII Convegno Annuale di Sinergie. Management in a digital world: decisions, production, communication. p. 395-412, Università di Udine, ISBN: 97888907394-6-0, Università di Udine, 9-10 Giugno 2016, doi: 10.7433/SRECP.FP.2016.25
12. Siano A., Dalli D., VOLLERO A. (2016). Negotiating brands: opportunities and challenges. In: proceeding del XXVIII Convegno Annuale di Sinergie - Management in a digital world: decisions, production, communication. p. 143-145, Università degli Studi di Udine, ISBN: 97888907394-7-7, Università degli Studi di Udine, 9-10 Giugno 2016, doi: 10.7433/SRECP.EA.2016.26
13. 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. p. 1-5, Società Italiana Marketing, ISBN: 978-88-907662-6-8, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, 20-21 Ottobre
14. Siano, A., Piciocchi, P., 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. p. 3615-3620, ISBN: 978-1-4951-6042-4
15. VOLLERO A., Conte F., Sigioccolo M., Siano A. (2015). Understanding residents' engagement in the promotion of a heritage site. Preliminary results from a survey on Amalfi Coast. In: proceedings XII CONVEGNO SIM. p. 1-5, Università degli Studi di Torino, ISBN: 9788890766244, Università degli Studi di Torino, 22-23 ottobre 2015
16. VOLLERO A., Siano A., Golinelli C. M., Conte F. (2015). Il coinvolgimento dei residenti nelle attività di promozione di un sito Unesco (WHS). Il caso della Costiera Amalfitana. In: proceedings del XXVII Convegno annuale di Sinergie - Heritage, management e impresa: quali sinergie?. p. 235-250, Università degli Studi del Molise, ISBN: 978-88-907394-5-3, Università degli Studi del Molise, 9-10 luglio 2015
17. VOLLERO A., A. Siano, M. Palazzo (2014). Examining the significance of content marketing. New approach in digital marketing or management fashion? . In: AA.VV.. Dialogic communication: beyond control toward co-construction. p. 92-94, EDUCatt, ISBN: 9788867800872, Milano, 3-4 April 2014
18. Golinelli, G. M., Siano, A., Piciocchi, P., VOLLERO, A., Conte, F. (2014). The access rights to communication resources in the smart local service system: First insights. In: AHFE Conference Edited Books. p. 527-536, L. Freund and W. Cellary, ISBN: 9781495120916, Cracovia, 19-23 July
19. Siano A., Golinelli C.M., della Volpe M., VOLLERO A., Conte F. (2014). Oltre il manufacturing: l'impresa diventa content provider?. In: Atti del XXVI Convegno annuale di Sinergie, Università di Cassino e del Lazio Meridionale, 13-14 novembre 2014. p. 1-16, Università di Cassino e del Lazio Meridionale, 13-14 novembre 2014
20. VOLLERO A., Addeo, F., Siano, A., Cervasio, R. (2014). Verso l'autoproduzione: uno studio netnografico sulle community online di consumatori nel settore della cosmesi naturale. In: Proceedings SIM 2014 - XI Convegno "Food marketing: mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca". p. 1-5, società italiana marketing, ISBN: 9788890766220, Modena, 18-19 Settembre 2014
21. VOLLERO A., Piciocchi P., Siano A., Gaeta A., Ritrovato P. (2013). Evaluating customers' creativity for marketing innovation. A knowledge-based approach from ARISTOTELE project. In: Smart life dall'innovazione tecnologica al mercato. p. 1-12, Società Italiana Marketing, Milano, Università degli Studi di Milano-Bicocca, 3 e 4 ottobre 2013
22. Siano A., VOLLERO A., Palazzo M., Elving W. (2013). A closer look to root causes of greenwashing. Some propositions about dimensions of CSR communication. In: A. Siano, M. Teresa Cuomo (co-conference chairs). Responsible Communication. Past, present, future. . vol. Unico, p. 1-11, CMC 2013, ISBN: 9788890687365, University of Salerno, 11-12 Aprile 2013
23. Cuomo M.T., Metallo G., Siano A., Tortora D., VOLLERO A. (2013). Light green or greenwashing. When communication is really green?. In: A. Siano, M. Teresa Cuomo (co-conference chairs). Responsible Communication. Past, present, future. p. 1-12, CMC 2013, ISBN: 9788890687365, University of Salerno, 11-12 April 2013
24. 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. p. 1-11, Cardiff, University of of South Wales, 9-11 July 2013
25. 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. p. 1-15, Malaga, 7, 8 y 9 de Febrero de 2013

26. 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 . p. 1-15, Malaga, 7, 8 y 9 de febrero de 2013
27. Siano A., VOLLERO A., Tuccillo C., Conte F. (2012). Management della comunicazione territoriale: tra place identity e crowdsourcing. In: AA.VV.. Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa. p. 281-294, SINERGIE - CUEIM , ISBN: 9788890739408, Lecce, 18-19 ottobre 2012
28. 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, p. 1-11, Roma:Società Italiana di Marketing (SIM), ISBN: 9788890766206, 20 e 21 settembre 2012
29. Gaeta A., Gaeta M., Piciocchi P., VOLLERO A., Ritrovato P. (2012). Exploiting semantic models and techniques to evaluate relevance of human resources in knowledge intensive organizations. In: 8th International Conference on Signal Image Technology and Internet Based Systems, SITIS 2012. p. 960-966, IEEE Computer Society, ISBN: 9781467351522, Sorrento (NA) - Italy, 25-29 November, 2012, doi: 10.1109/SITIS.2012.142
30. Siano A., Piciocchi P., Della Volpe M., Confetto M.G., VOLLERO A., Siglioccolo M. (2012). A VSA Communication Model for Service Systems Governance.. In: Spohrer J.C. Freund L.E.. (a cura di): Spohrer J.C. Freund L.E., Advance in Human Side Of Service Science Engineering. vol. 1, p. 339-348, CRC Press Taylor & Francis Group, ISBN: 9781439870266
31. 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. In: - XXIII Congreso Nacional de Marketing. Universitat Jaume I de Castellón, Castellón, 14-16 septiembre 2011, p. 1-10
32. VOLLERO A., Siano A., Palazzo M., Elving W. (2011). Corporate Communication and CSR; comparing Italian and Dutch energy companies on anti-greenwashing strategies. In: Wim Elving, Friederike Schultz, Anne-Ellerup Nielsen, Christa Thomson, Klement Podnar. CSR COMMUNICATION CONFERENCE 2011 Conference Proceedings. Amsterdam, 26th-28th October, p. 95, Ljubljana:Izdajatelj: Faculty of Social Sciences., ISBN: 9789612354893
33. Siano A., VOLLERO A., M. G. Confetto (2011). Il processo di management della comunicazione d'impresa: tra comunicazione strategica e strategia di comunicazione. In: - XXIII Sinergie annual Congress. IULM University, Milano, 10-11 Novembre 2011, p. 1-24, MILANO
34. 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. In: - XXIII Sinergie annual Congress. IULM University, Milano, 10-11 Novembre, p. 1-22
35. Tuccillo C., Siano A., VOLLERO A., Cosimato S. (2011). Institutionalization of CSR in social media context: MPS case study. In: Wim Elving, Friederike Schultz, Anne-Ellerup Nielsen, Christa Thomson, Klement Podnar. CSR COMMUNICATION CONFERENCE 2011 Conference Proceedings. Amsterdam, 26th-28th October, p. 106, Ljubljana:Izdajatelj: Faculty of Social Sciences., ISBN: 9789612354893
36. Tuccillo C., Siano A., VOLLERO A., Cosimato S. (2011). The role of consumer empowerment in CSR online communication. A case study. In: Wim Elving, Friederike Schultz, Anne-Ellerup Nielsen, Christa Thomson, Klement Podnar. CSR COMMUNICATION CONFERENCE 2011 Conference Proceedings. Amsterdam, 26th-28th October, p. 68, Ljubljana:Izdajatelj: Faculty of Social Sciences, ISBN: 9789612354893
37. Siano A., VOLLERO A., Confetto M. G., Siglioccolo M. (2010). Corporate communication management: A framework based on decision making with reference to communication resources. In: Aarhus School of Business. 15th International Conference on Corporate and Marketing Communications. p. 34-53, Aarhus School of Business, Aarhus University, ISBN: 9788778824233
38. Siano A., VOLLERO A., Palazzo M. (2010). Consumer Empowerment and Corporate Reputation Management: Internet Marketing Implications. In: Jean-Claude Andreani, Umberto Collesei. The proceedings of 9th International Conference Marketing Trends. p. 1-19, Marketing Trends Association, ISBN: 9782953281101
39. Elving W, Siano A, VOLLERO A, Palazzo M (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
40. 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. Leeds Metropolitan University, July 7-9 2009, p. 1-8
41. Siano A., Piciocchi P., VOLLERO A., Basile G. (2009). Communications, Cultural trends, and Competitive Advantage in BtoB Markets. A Survey on SMEs in the Province of Avellino. In: 2nd Annual EuroMED Conference. 2nd Annual EuroMED Conference. p. 1979-1995, 2nd Annual EuroMED Conference, ISBN: 9789963634767
42. Piciocchi P., VOLLERO A, Palazzo M (2009). Towards the integration between corporate communityrelations and csr communication strategies. The Enel case study. In: Euromed. Proceedings of the 2th Annual Euromed Conference. Salerno, October, 26-28th, University of Salerno, Italy. vol. 1, p. 1343-1355, NICOSIA:2nd Annual EuroMED Conference, UNIVERSITY OF SALERNO, October 26-28th, 2009, doi: 10.3292/9789963634767
43. Piciocchi, P., Bassano, C., Basile, G., VOLLERO, A. (2009). Communication through internet-based Technologies (IBT) for promoting competitiveness in Italian jewelry districts. In: DEVELOPMENTS AND CHALLENGES - Proceeding Act 14th International Conference on Corporate and Marketing Communications. vol. 1, p. 295-305, NICOSIA:cmc - DEPARTMENT OF MARKETING, ISBN: 9789963634590
44. Siano A, Confetto M.G, VOLLERO A. (2009). Integrated Corporate Communication: Physical Metaphors for Decision Making. In: Proceedings of the Conference on Corporate Communication 2009. p. 274-286, Wroxton College, Wroxton, UK, June 5-8, 2009
45. 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, p. 1-8
46. Siano A, Piciocchi P, VOLLERO A., Basile G (2009). "Communications, Cultural trends, and Competitive Advantage in BtoB Markets.A Survey on SMEs in the

Province of Avellino". In: Proceedings of the 2nd Euromed Conference of the Euromed Academy of Business. p. 1-17, University of Salerno, October 26-28, 2009

47. Siano A, VOLLERO A., Basile G (2009). SME 'Communication Orientation' in B-to-B Markets. An Exploratory Survey in an Italian Industrial District.. In: Marketing & Entrepreneurship. p. 215-226, ISBN: 9786055782061, Antalya - Ankara University - TURKEY, 6-9 April 2009

48. 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: -. 2nd Euromed Conference of the Euromed Academy of Business, University of Salerno, Salerno, 26-28th October 2009, p. 1-2

49. Siano A., Confetto M.G, VOLLERO A (2008). "Governance-Struttura-Sistema: un modello di management della comunicazione per il marketing territoriale". In: 7th International Congress Marketing Trends. vol. VII, p. 1-38

50. Siano A., VOLLERO. A, Siglioccolo M (2007). "Corporate Reputation Management: a Set of Drivers in the Governance-Structure-System Model. Empirical Evidences from Crisis Communication". In: 11th International Conference on Reputation, Brand, Identity & Competitiveness. BI Norwegian School of Management, Oslo, Norway, Oslo, May 31 - June 3, 2007, p. 1-32, NEW YORK:Reputation Institute

51. Siano A., VOLLERO. A, Siglioccolo M (2007). "The Governance-Structure-System Model: a Framework for Corporate Communication Management. Empirical Evidences from some Case Studies". In: -. Corporate and Marketing Communications Conference. Middlesex University Business School, London, 16-17 April 2007, vol. Proceedings, p. 179-210, LONDON:Routledge - Taylor and Francis Group

52. VOLLERO A., Siglioccolo M. (2006). Corporate Social Responsibility Initiatives and Sales Revenue. An Empirical Evidence from Italian Organizations. In: -. 2nd International Conference on Corporate Social Responsibility. Poster Session. Humboldt University, Berlin, 13-14th October 2006.

**SINTESI RISULTATI SCIENTIFICI
(INDICATORI BIBLIOMETRICI AL
25 Maggio 2021)**

	GOOGLE SCHOLAR	SCOPUS
Numero totale citazioni	992	311
H-INDEX	17	9

COMPETENZE PERSONALI

Lingua madre **ITALIANO**

Altre lingue

INGLESE

COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
C1	C1	C1	C1	C1

Livelli: A1/A2: Utente base - B1/B2: Utente intermedio - C1/C2: Utente avanzato Quadro Comune Europeo di Riferimento delle Lingue

Competenze professionali

Specialista in marketing communications, digital marketing, promozione del territorio e nelle tecniche di valutazione/misurazione advertising e reputation online. Formazione e consulenza nelle aree marketing & comunicazione, organizzazione e gestione di piani di comunicazione, advertising, direct mktg e rilevazioni di customer satisfaction e customer loyalty. Monitoraggio e analisi dei dati di mercato. Pianificazione di marketing operativo, con particolare riferimento al marketing mix digitale. Redazione e presentazione di report di ricerca, scheduling progetti, questionari, ecc.

Competenze digitali

AUTOVALUTAZIONE				
Elaborazione delle informazioni	Comunicazione	Creazione di Contenuti	Sicurezza	Risoluzione di problemi
Utente avanzato	Utente avanzato	Utente avanzato	Utente avanzato	Utente avanzato

- Qualifica di "Tecnico pubblicitario" Corso di Formazione Professionale (1000 ore) presso il Consorzio LE.CO.LE., finanziato Regione Campania/F.S.E (anno 2001).
- ottima conoscenza dei sistemi operativi windows9x, xp, 7, 8, 10 e del pacchetto office (word, excel, access, powerpoint), browser più diffusi, outlook - thunderbird. Buona capacità di utilizzo sistemi operativi Apple.
- buona padronanza del programma per analisi e trattamento dati statistici SPSS
- buona conoscenza dei programmi di grafica: Photoshop, Dreamweaver
- conoscenza di base dei programmi: Director, Flash, Freehand, Fireworks, Media studio pro

Altre competenze

Progettazione e realizzazione corsi FAD – E-learning, acquisite durante la seguente attività:
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", P.O.R. Campania 2000-2006, misura 3.22. FSE, Ottobre - Dicembre 2007.
Co-progettazione Master "Metodologie E-learning", Ottobre-Novembre 2011 (consorzio Eu.Tropia).

Patente di guida

B

