

Curriculum vitae di Riccardo Resciniti

Titoli

Professore ordinario di Economia e gestione delle imprese nell'Università degli Studi del Sannio, dove insegna anche Marketing Internazionale.

Professore a contratto di Economia e gestione delle imprese internazionali presso la LUISS Guido Carli di Roma.

Direttore scientifico del Corso di alta formazione in Internazionalizzazione delle imprese "CorCE Campania" realizzato in collaborazione tra l'Università del Sannio e l'ICE.

Componente del Collegio dei docenti del Dottorato di ricerca in Management and Local Development nell'Università degli Studi del Sannio.

Consigliere di Presidenza della Società Italiana di Marketing.

Coordinatore nazionale della sezione di International Marketing della Società Italiana Marketing.

Socio fondatore della Società Italiana di Management.

Dottore di Ricerca in Economia Aziendale.

Componente della Direzione della rivista "Rassegna di diritto ed economia dello sport" e del Comitato editoriale delle riviste della Società Italiana di Marketing "Mercati e competitività".

Attività professionale con Enti pubblici

Enea

2008-oggi: Componente supplente del Collegio dei revisori dei conti in rappresentanza del MIUR.

Città della Scienza

2010: Consulente scientifico per l'analisi di fattibilità dell'internazionalizzazione del sistema dei centri regionali di competenza.

Ministero Istruzione Università e Ricerca

2006-08: Componente supplente del Comitato tecnico-scientifico per la Ricerca Industriale (ex D.Lgs. 297/1999).

Ospedali Riuniti Azienda Ospedaliera Universitaria di Foggia

2008-10: Componente del Collegio dei revisori dei conti in rappresentanza del MIUR.

Regione Campania

2006-07: Coordinatore della Struttura tecnica organizzativa per la valutazione strategica dei Centri Regionali di Competenza della Campania (misura 3.16, Por Campania 2000-06);

2007-09: Presidente della Commissione di accertamento e monitoraggio per gli interventi ricadenti nell'accordo di programma MUR/Regione Campania per il potenziamento e lo sviluppo del settore Tessile/Abbigliamento in Campania.

2012-13: Componente della Commissione di valutazione dei Direttori Generali delle ASL campane.

Unione degli Industriali di Napoli

2009: Responsabile scientifico del progetto "Napoli e il Mediterraneo. Dalle parole ai fatti".

Unioncamere - Camere di Commercio d'Italia

2013-oggi: Componente del Comitato Scientifico dell'Osservatorio Nazionale Distretti Italiani.



Publicazioni (ultimi 5 anni)

1. *I rapporti con il mercato delle medie imprese italiane: risultati di una case study research*, (con R. Varaldo, D. Dalli, A. Tunisini), in "Proceedings of 8th International Marketing Trends Conference", ESCP-EAP, Paris, France, January 15-17, 2009.
2. *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale* (a cura di) (con R. Varaldo, D. Dalli, A. Tunisini), Franco Angeli, Milano, 2009.
3. *La competitività*, in R. Varaldo, D. Dalli, R. Resciniti, A. Tunisini (a cura di), *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale*, Franco Angeli, Milano, 2009, pp. 56-97.
4. *L'internazionalizzazione* (con A. Tunisini), in R. Varaldo, D. Dalli, R. Resciniti, A. Tunisini (a cura di), *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale*, Franco Angeli, Milano, 2009, pp. 134-147.
5. *Conclusioni* (con D. Dalli e A. Tunisini), in R. Varaldo, D. Dalli, R. Resciniti, A. Tunisini (a cura di), *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale*, Franco Angeli, Milano, 2009, pp. 148-162.
6. *Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici, esperienziali e territoriali* (con S. Cherubini, E. Bonetti, G. Iasevoli), Franco Angeli, Milano, 2009.
7. *La prospettiva dei partecipanti: il modello dell'event experience* (con G. Magglore), in *Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici, esperienziali e territoriali* (con S. Cherubini, E. Bonetti, G. Iasevoli), Franco Angeli, Milano, 2009, pp. 133-158.
8. *Il prodotto* (con G. Iasevoli), in G. Cristini (a cura di), *La Guida del Sole 24 al Marketing*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2009, pp. 391-419.
9. *Napoli e il mediterraneo. Dalle parole ai fatti* (a cura di), Camera di Commercio di Napoli, 2010.
10. *Modelli di internazionalizzazione delle medie imprese industriali*, in A. Nifo (a cura di), *L'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese: aspetti economici e giuridici*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2010.
11. *International business and medium-sized enterprises: a research to bridge the gap* (con D. Fortuna e M. Matarazzo), in "Annali della Facoltà di Economia di Benevento", n. 15, in corso di pubblicazione.
12. *Sviluppo e competitività delle medie imprese italiane dell'era globale* (con D. Dalli e A. Tunisini), in "Mercati e competitività", n. 3, 2010, pp. 19-46.
13. *Marketing e intangibles per la competitività delle medie imprese italiane* (con R. Varaldo, D. Dalli, A. Tunisini), in "Economia e diritto del terziario", n. 2, 2010, pp. 207-225.
14. *Studies on firms' internationalisation in Italian journals: themes, trends and future directions* (con M. Matarazzo), in "Economia e politica industriale", vol. 37, n. 4, 2010, pp. 69-109.
15. *International marketing and competitive strategies of 'Made in Italy': an empirical investigation on medium sized firms* (con D. Fortuna, M. Matarazzo), in "Proceedings of 10th International Marketing Trends Conference", ESCP-EAP, Paris, France, January 20-22, 2011, ISBN 978-2-9532811-2-5.
16. *Il marketing nelle imprese internazionali* (con M. Matarazzo), in Matteo Caroli (a cura di), *Economia e gestione delle imprese internazionali*, cap. IX, Mc Graw Hill, Milano, 2011, pp. 293-344.
17. *Le strategie internazionali delle medie imprese tra standardizzazione e adattamento dell'offerta* (con D. Fortuna), in "Sinergie", n. 85, 2011, pp. 119-139.
18. *Product/country image effects and entry strategies in foreign markets* (con M. Matarazzo e A. Iavarone), Proceedings of 11th IACCM Annual Conference, 20-22 June 2012, Naples, Italy, "Political change, cultural dynamics and competitiveness of firms", ISBN: 978-88-89677-86-5.
19. *I nuovi mercati e le strategie di entrata delle medie imprese: evidenze e miti* (con M. Matarazzo), in "Sinergie", n. 89, 2012, pp. 209-230. ISSN: 0393-5108
20. *International Marketing and the Country of Origin Effect: The Global Impact of "Made in Italy"* (edit by, with G. Bertoli), Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 2012. ISBN: 978-1-78195-560-4. doi:10.4337/9781781955611
21. *Introduction* (with G. Bertoli), in "International Marketing and the Country of Origin Effect: The Global Impact of "Made in Italy"" (edit by, with G. Bertoli), Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 2012, pp. 1-20. ISBN: 978-1-78195-560-4, doi:10.4337/9781781955611
22. *Experiential marketing for value creation in cultural heritage management* (con G. Maggiore), in A. Morvillo (edit by) "Advances in Tourism Studies. In Memory of Clara S. Petrillo", McGraw-Hill, Milano, 2012, pp. 261-279. ISBN: 978-88-386-7335-1

23. *Strategie e posizionamento nei mercati internazionali. Percorsi di sviluppo delle medie imprese campane*, (con D. Fortuna, M. Matarazzo), Franco Angeli, Milano, 2012. ISBN: 978-88-204-1637-9
24. *Prefazione*, in *Strategie e posizionamento nei mercati internazionali. Percorsi di sviluppo delle medie imprese campane*, (con D. Fortuna, M. Matarazzo), Franco Angeli, Milano, 2012, pp. 7-8. ISBN: 978-88-204-1637-9
25. *Il significato del volume*, in *Strategie e posizionamento nei mercati internazionali. Percorsi di sviluppo delle medie imprese campane*, (con D. Fortuna, M. Matarazzo), Franco Angeli, Milano, 2012, pp. 11-28. ISBN: 978-88-204-1637-9
26. *Mid-sized Manufacturing Companies: The New Driver of Italian Competitiveness*, (with F. Coltorti, A. Tunisini, R. Varaldo, edit by), Springer-Verlag, Milano, 2013, ISBN: 978-88-470-2588-2, doi:10.1007/978-88-470-2588-2
27. *Background and goals of the book* (con A. Tunisini), in *Mid-sized Manufacturing Companies: The New Driver of Italian Competitiveness*, (edit by F. Coltorti, R. Resciniti, A. Tunisini, R. Varaldo), Springer-Verlag, Milano, 2013, pp. 1-10. ISBN: 978-88-470-2588-2, doi:10.1007/978-88-470-2589-9_1
28. *Virtuous business model for international competitiveness* (con A. Tunisini), in *Mid-sized Manufacturing Companies: The New Driver of Italian Competitiveness*, (edit by F. Coltorti, R. Resciniti, A. Tunisini, R. Varaldo), Springer-Verlag, Milano, 2013, pp. 73-134. ISBN: 978-88-470-2588-2, doi:10.1007/978-88-470-2589-9_4
29. *Made in Italy e Country of Origin Effect* (con G. Bertoli), in "Mercati e Competitività", n. 2, 2013, pp. 13-36.
30. *Managing favorable product-country match in international markets: the case of "Made in Gessi"* (with M. Matarazzo), in "Journal of Global Scholars of Marketing Science", n. 4, 2013, pp. 1-13, ISSN: 2163-9159, doi:10.1080/21639159.2013.818284.
31. *Le medie imprese alla scoperta del marketing creativo* (con R. Varaldo e Annalisa Tunisini), in "Mercati e competitività", n. 3, 2013, pp. 5-10.
32. *Mercati esteri e strategie di entrata delle imprese distrettuali: i trend emergenti* (con M. Matarazzo), in "Osservatorio nazionale distretti italiani – Rapporto 2014", Unioncamere, 2014, pp. 77-94.
33. *Potenzialità e criticità nella proiezione all'estero delle imprese industriali* (con M. Matarazzo), in "Osservatorio nazionale distretti italiani – Rapporto 2014", Unioncamere, 2014, pp. 95-101.
34. *Lo sviluppo Internazionale delle imprese: un modello distintivo della nostra era* (con M. Matarazzo), in *La discontinuità d'impresa. Dal mondo degli orologi al mondo delle nuvole* (a cura di D. Dall'è e D. Fornari), Egea, Milano, 2014, pp. 273-299, ISBN 978-88-238-4439-1
35. *La valutazione dell'effetto "Made in Europe": un'indagine empirica cross-national* (con M. Matarazzo e G. Schufft), in "Economia e politica industriale", n. 3, 2014.

Napoli, 31 ottobre 2014

Prof. Riccardo Resciniti
