

INFORMAZIONI PERSONALI

PERNA ANDREA

 via AD ALTO 4, 60122 ANCONA (Italia)

 + 39.3483890550

 andytermoli@hotmail.it

ESPERIENZA
PROFESSIONALE

01/11/2018–alla data attuale

Professore Associato

Universita' Politecnica delle Marche, Ancona (italia)

01/11/2016–31/10/2018

Ricercatore tipo B

Universita' Politecnica delle Marche, Ancona (Italia)

22/12/2012–31/10/2016

Ricercatore tipo A

Universita' Politecnica delle Marche

01/08/2015–alla data attuale

Visiting researcher

Uppsala University, Uppsala (Svezia)

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

Dottorato di Ricerca in management

Universita' Politecnica delle Marche, Ancona (Italia)

Laurea v.o. in Economia e Commercio

Universita' Politecnica delle Marche, Ancona (Italia)

Diploma di maturita' scientifica

Liceo Scientifico 'Alfano da Termoli', Termoli (Italia)

COMPETENZE PERSONALI

Lingua madre italiano

Lingue straniere

	COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
inglese	C2	C2	C2	C2	C2
svedese	A1	A1	A1	A1	A1

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

Competenze professionali

- competenze in materia di sistemi IT per gestione cliente

ULTERIORI INFORMAZIONI

Pubblicazioni scientifiche

1. PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

In riviste scientifiche

La Rocca, A., **Perna, A.**, Snehota, I., Ciabuschi, F. (in stampa). The role of supplier relationships in the development of new business ventures. *Industrial Marketing Management*.

Perna, A., Runfola, A., Temperini, V., Gregori, G.L. (2018). Problematising customization and IT in the fashion industry: A case study of an Italian shoemaker. *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 9, p. 73-86.

Waluszewski, A., Baraldi, E., **Perna, A.** (2017). The role of policy in innovation: the challenging distribution of social, material and monetary benefits. *The IMP Journal*, Vol. 11, Issue 1, pp. 51-71.

Runfola, A., **Perna, A.**, Baraldi, E., Gregori, G.L. (2017). The use of qualitative case studies in top business and management journals: A quantitative analysis of recent patterns. *European Management Journal*, Vol. 35, Issue 1, pp. 116-127.

Gregori, G.L., Perna A., Sabatini, A. (2017). L'efficacia del Customer Relationship Management nei mercati dei servizi tecnologici: il caso di una media impresa italiana. *Economia e Diritto del Terziario*, Vol. 2, pp. 205-224.

La Rocca, A., Moscatelli, P., **Perna, A.**, Snehota, I (2016). Customer involvement in new product development in B2B: The role of sales. *Industrial Marketing Management*, Vol. 58, Issue 1, pp. 45-57.

Perna, A., Baraldi, E., Waluszewski, A. (2015). Is the value created necessarily associated with money? On the connections between an innovation process and its monetary dimension: The case of Solibro's thin-film solar cells. *Industrial Marketing Management*, Vol. 46, pp. 108-121.

Perna, A., Runfola, A., Guercini, S., Gregori, G.L. (2015). Relationship beginning and serendipity: insights from an Italian case study. *The IMP Journal*, Vol. 9, Issue 3, pp. 233-249.

Laage-Hellman, J., Lind, F., **Perna, A.** (2014). Customer involvement in product development: Insights from a truck manufacturer. *Journal of Business-to-Business Marketing*, Vol. 21, Issue 4, pp. 257-276.

Baraldi E., La Rocca A., **Perna A.** (2014). Good for science, but which implications for business? An analysis of the managerial implications in high-impact B2B marketing articles published between 2003 and 2012. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol. 29, Issue 7-8, pp. 574-592.

La Rocca A., **Perna A.** (2014). New venture acquiring position in an existing network. The case of DR Motor Company. *The IMP Journal*, Vol. 2, Issue 8, pp. 64-73.

Perna A., Cardinali S., Gregori, G.L. (2013). Coping with alternatives in sales organisations: Experiences from an Italian company. *Journal of Business Market Management*, Vol. 3, pp. 107-122.

Runfola A., Guercini S., Gregori G.L., **Perna A.** (2013). Discontinuity in interaction. Findings from two cases in the Italian context. *Mercati e Competitivita'*, Vol. 2013/1, pp. 53-72.

Baraldi E., La Rocca A., **Perna A.** (2013). Intra- and inter-organizational effects of a CRM system implementation. *Mercati e Competitivita'*, Vol. 2013/1, pp. 13-34.

Gregori G.L., Temperini V., **Perna A.** (2013). Quale possibile ruolo delle PMI nello sviluppo del marketing territoriale? Analisi del caso "Land of Value (LOV)". *Piccola Impresa/Small Business*, Vol. 1, pp. 115-134.

Baraldi, E., Gregori, G.L., **Perna, A.** (2012). Exploring the conditions for marketing an innovative and unique customized solution: Mexus case study. *The IMP Journal*, 6(1), pp. 1-16.

Ciabuschi, F., **Perna, A.**, Snehota, I., (2012). Assembling resources when forming a new business. *Journal of Business Research*, 65(2), pp. 220-229.

Temperini, V., Gregori, G.L., Cardinali, S., **Perna, A.** (2012). The Possible Convergence Between Business Marketing and Territorial Marketing: The "Land of Value" (LOV) Case. *China-USA Business Review*, 11(5), pp. 654-666.

Gregori, G.L., Temperini, V. **Perna, A.** (2012). Lo sviluppo del green marketing nelle imprese alberghiere: i principali risultati di una ricerca esplorativa. *Rivista di Studi sulla Sostenibilità*, 1, pp. 79-96.

Temperini, V., Gregori, G.L., Cardinali, S., **Perna, A.** (2012). Common Issues in the Development of "Green Marketing" Practices in Tourism. Experiences from Marche Region, Italy. *Calitatea- access la success (Quality- Access to Success)*, 13(127).

Baraldi, E., Gregori, G.L., **Perna, A.** (2011). Network evolution and the embedding of complex technical solutions: The case of the Leaf House network. *Industrial Marketing Management*, 40(6), pp. 838-852.

Libri e monografie

Runfola, A., **Perna, A.** (2017). Relazioni business to business e cambiamenti tecnologici. Una prospettiva di marketing industriale. Franco Angeli, Milano. ISBN 9788891765413.

Aaboen, L., La Rocca, A., Lind, F., **Perna, A.**, Shih, T. (Eds.) (2017). *Starting Up in Business Networks. Why Relationships Matter in Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan, Houndmills, England. ISBN 978-1-137-52714-1.

Perna, A., Baraldi, E. (2014). *CRM Systems in industrial companies. Intra- and Inter- Organizational Effects*. Palgrave Macmillan, Houndmills, England. ISBN 978-1-137-33565-4.

Perna, A. (2013). *L'implementazione del Customer Relationship Management in contesti business-to-business. L'analisi degli effetti organizzativi in una media impresa*. Esculapio Editore, Bologna, Italia. ISBN: 978-8-874-88658-6.

Capitoli in libri

Perna, A., Waluszewski, A. (2018). The border-crossing Q-Linea project and its within-border accounting. In Martin Carlsson-Wall, Håkan Håkansson, Kalle Kraus, Johnny Lind, Torkel Strömsten (Eds.). *Accounting, Innovation and Inter-Organisational Relationships*, Routledge, ISBN 978-1-138-08261-8.

Baraldi, E., Lindahl, M., **Perna, A.** (2017). Start-ups as vessels carrying and developing science based technologies: starting and restarting JonDeTech. In Aaboen, L., La Rocca, A., Lind, F., **Perna, A.**, Shih, T. (Eds.) (2017). *Starting Up in Business Networks. Why Relationships Matter in Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan, Houndmills, England. ISBN 978-1-137-52714-1.

Baraldi, E., **Perna, A.**, Fraticelli, F., Gregori, G.L. (2017). The impact of key business relationships on the commercialisation of science: the case of Nautes. In Aaboen, L., La Rocca, A., Lind, F., **Perna, A.**, Shih, T. (Eds.) (2017). *Starting Up in Business Networks. Why Relationships Matter in Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan, Houndmills, England. ISBN 978-1-137-52714-1.

Perna, A., Tunisini, A. Sales Management. In Tunisini, A. (Ed.) (2017). *Marketing B to B. Capire e gestire le reti e le relazioni di impresa*, Hoepli, Milano. ISBN: 978-88-203-7220-0.

La Rocca A., **Perna A.**, Caruana A., Snehota I. (2016). *Developing New Business Relationships: An Outside-In Perspective*. In Campbell, C. and Ma, J.J. (Eds.) "Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing", Springer International Publishing, Germany, (pp. 166-169). ISBN: 978-3-319-24182-1.

Perna, A. (2012). *Le principali caratteristiche del sistema distributivo delle Marche nel contesto italiano: riflessioni ed evidenze empiriche*. In Gregori G.L. e Pencarelli T. (a cura di) "Economia, Management e Disciplina del Commercio in Italia e nelle Marche", Franco Angeli Editore, Milano, (pp. 40-71). ISBN: 97-888-2040-1863.

Gregori, G.L., **Perna, A.** (2011). *Quale nuovo approccio per il federalismo commerciale? Il caso della regione Marche*. In Unioncamere Marche, Università Politecnica delle Marche (a cura di), "Le Marche oltre la crisi. Quale possibile percorso di sviluppo. Un approccio integrato per il futuro", Franco Angeli Editore, Milano, (pp. 55-61). ISBN: 97-888-5684-0339.

Gregori, G.L., Cardinali, S., Temperini, V., **Perna, A.** (2010). *Forza di vendita indiretta e "capitale relazionale": Implicazioni gestionali e nuove prospettive di analisi teorica*. In L. Marchi, S. Marasca (a cura di), "Le risorse immateriali nell'economia delle aziende. I. Profili di Management", il Mulino Editore, Bologna, (pp. 255-267). ISBN: 978-88-15-13927-6.

Proceedings di conferenze e workshops con ISBN

Mengoni, M., **Perna, A.**, Bevilacqua, M., Giraldi, L. (2017). The role of business relationships in new product development. The case of Antrox-Nel Design. *Procedia Manufacturing*, Vol. 11, pp. 1351-1357.

Pierantonelli, M., **Perna, A.**, Gregori, G.L. (2016). *Non-linearity of Business Relationship Formation: the case of Antrox-Nel Design*. Paper to be presented at the 15th International Marketing Trends Conference, 21-23 January, Venice, Italy (ISBN 978-2-9532811-2-7).

Pierantonelli, M., **Perna, A.**, Gregori, G.L. (2015). *Interaction between Firms in New Product Development*. Paper to be presented at the 3rd International Conference on Marketing and Business Development, 25-27 June, Bucharest, Romania (ISSN: 2344-5130).

Bartusch, C., **Perna, A.** (2014). *Key actor perspectives on smart grids. A qualitative study on barriers and incentives for the development of smart grids in the Swedish power market*. Paper to be presented at the 2nd International Conference on ICT for Sustainability, 24-27 August, Stockholm, Sweden (ISSN: 1613-0073).

La Rocca A., **Perna A.**, Caruana A., Snehota I. (2013). *Developing New Business Relationships: An Outside-In Perspective*. Paper to be presented at the 16th Biennial Academy of Marketing Science (AMS), July 17-20, Melbourne, Australia (ISSN: 0889-3071).

Fratlicelli F., **Perna A.**, Gregori G.L. (2013). *Shifting CRM system from a tailored to a standard solution: organizational implications and effects*. Paper to be presented at the 22th Nordic Academy of Management Conference (NFF), 21-23 August, Reykjavik, Iceland (ISSN: 2298-3112).

Gregori G.L., **Perna A.**, Temperini V. (2013). *Sviluppo ed evoluzione della strategia distributiva di una nuova impresa: il caso Dr Motor Company*. Paper to be presented at the XXV Convegno Annuale Sinergie, 24-25 October, Ancona, Italy. ISBN: 9788-890739439.

Temperini, V., Gregori, G.L., Cardinali, S., **Perna, A.** (2011). *What possible integration is there between business marketing and area development? The "Land of Value" (LOV) Case*. Proceedings of the 12th International Conference of the Society for Global Business & Economic Development, Singapore, 21-23 July. ISBN: 9780983789802.

Temperini, V., Cardinali, S., **Perna, A.** (2011). *E-learning as a Marketing Tool: The iGuzzini Experience*. Proceedings of the 12th International Conference of the Society for Global Business & Economic Development, Singapore, 21-23 July. ISBN: 9780983789802.

Temperini, V., Gregori, G.L., Cardinali, S., **Perna, A.** (2011). *Issues involved in the development of "green marketing" in the hotel industry: the main results of an exploratory survey in the Marche region*. Proceedings of the Third Biennial International Conference on Services Marketing, 7-9 September, Cesme, Turchia. (The paper has been included in an edited conference proceedings CD-ROM and in a book of abstracts).

Gregori, G.L., Cardinali, S., Temperini, V., **Perna, A.** (2009). *Forza di vendita indiretta e 'capitale relazionale': implicazioni gestionali e nuove prospettive di analisi teorica*. 32° Convegno AIDEA, Ancona, 24-25 settembre, 2009 (l'articolo è stato selezionato dal comitato scientifico presieduto dal prof. Luciano Marchi per la pubblicazione nel relativo CD).

Proceedings di conferenze e workshops on-line o senza ISBN

Fornstedt, H., **Perna, A.** (2018). *Innovation diffusion through the development of a firm-created user-network -Insights from the journey of a medical device*. Paper to be presented at the 34th IMP-conference in Marseille, France.

Eklinder-Frick, J., **Perna, A.**, Waluszewski, A. (2018). *Public and Private interest. The case of EU's 'Smart Specialisation'*. Paper to be presented at the 34th IMP-conference in Marseille, France.

O'Toole, T., **Perna, A.**, Baraldi, E., Gregori, G.L. (2018). *The network co-creation journey over time and space. The experience of a lighting designer*. Paper to be presented at the 34th IMP-conference in Marseille, France.

La Rocca, A., **Perna, A.**, Sabatini, A., Baraldi, E. (2018). *The initial customer relationship portfolio of new ventures: how does it emerge?* Paper to be presented at the IMP Journal Seminar, Rennes Business School, Rennes, France.

Baraldi, E., Ciabuschi, F., Gregori, G.L., Lindahl, O., **Perna, A.** (2017). *Business Relationships' International Interconnectedness: Effects on Subsidiaries Development and Headquarter relationships*. Paper to be presented at the 26th ANNUAL CIMaR Conference, Florence.

Eklinder-Frick, J., **Perna, A.**, Waluszewski, A. (2017). *Regional Policy Investments in a Globalized World - The policy idea of proximity and the firm reality of border-crossing*. Paper to be presented at the IMP Journal Seminar, 18-19 May, Prato, Italy.

Baraldi, E., Ciabuschi, F., Gregori, G.L., Lindahl, O., **Perna, A.** (2016). *Industrial Networks, Internationalization and Subsidiaries Development*. Paper to be presented at the 32nd IMP-conference in Poznan, Poland.

Pierantonelli, M., **Perna, A.**, Giraldi, L., Gregori G.L. (2016). *Shifting initiatives within business relationships: the case of Antrox and Nel Design*. Paper presented at the 2nd Annual International Symposium on Business to Business Marketing: Current Developments and Future Prospects, 27-30 June, Athens, Greece.

Waluszewski, A., Baraldi, E., **Perna, A.** (2015). *Policy, innovation and the tricky question of borders*. Paper to be presented at the IMP Journal Seminar, 26-28 May, Uppsala, Sweden.

La Rocca, A., Moscatelli, P., **Perna, A.**, Snehota, I. (2015). *Sales and innovation. Architecture of the organizational interface in new product development*. Paper to be presented at the 31th IMP Conference, 25-29 August, Kolding, Denmark (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Baraldi, E., Fraticelli, F., **Perna, A.** (2015). *The connections between B2B marketing processes and*

IT solutions: two case studies on the application of CRM in Industrial companies. Paper to be presented at the 31th IMP Conference, 25-29 August, Kolding, Denmark (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Baraldi, E., Fraticelli, F., **Perna, A.**, Gregori, G.L., (2014). *The impact of key business relationships on the development of university spin-offs: the case of Nautes.* Paper to be presented at the 30th IMP Conference, 1-6 September, Bordeaux, France (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Baraldi, E., **Perna A.** (2014). *When do Start-Ups stop being Start-Ups? A business network perspective on four cases of university spin-offs.* Paper to be presented at the 30th IMP Conference, 1-6 September, Bordeaux, France (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

La Rocca, A., **Perna, A.** (2013). *New venture acquiring a position in the network The case of Dr Motor Company.* IMP Journal Seminar-Euromed Management, Marseille, France, 11-12 April.

Perna, A., Runfola, A., Guercini, A., Gregori, G.L. (2013). *Serendipity in business relationship beginning.* Paper to be presented at the 29th IMP-Conference, 29 August-2 September, Atlanta, USA (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Baraldi E., **Perna A.** (2012). *Developing and marketing new technologies within industrial networks. A comparative case study over two embedding processes.* Paper to be presented at the IBeN Seminar, 22-23 March, Kolding, Denmark.

Runfola, A., Guercini, S., Gregori, G.L., **Perna, A.** (2012). *Discontinuity in interaction: Findings from two cases in the Italian context.* Conference proceedings of The 28th IMP Conference Università Cattolica, Roma, Italia, 13-15 September (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Perna, A., Baraldi, E. (2012). *Implementing and using CRM to handle business relationships: intra- and inter-organizational effects in an Italian company.* Conference proceedings of The 28th IMP Conference, Università Cattolica, Roma, Italia, 13-15 September (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Perna A., Runfola A., Guercini S., Gregori G.L. (2012). *A resource network view of relationship beginning: a case analysis in the mechanical industry.* Paper to be presented at the 7th Nordic Workshop (NoRD2012), Umeå School of Business, Umeå, Svezia.

Perna, A., Avlonitis, G., Gregori, G.L., Cardinali, S. (2011). *How to face a downturn by changing sales organization: an Italian case study.* Conference proceedings of The 27th IMP Conference, The University of Strathclyde, Glasgow, Scozia, 30 Agosto- 3 Settembre (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Gregori, G.L., Avlonitis, G., **Perna, A.**, Cardinali, S. (2011). *Sales Management nel settore delle costruzioni: nuovi modelli gestionali in un periodo di crisi. L'analisi del caso Santarelli Costruzioni.* Conference proceedings of VIII Convegno SIM, Roma, 22-23 September.

Perna, A., Gregori, G.L., Temperini, V. (2010). *Creating a new distribution network through the hypermarket experience: The Dr Motor case study.* Paper presented at the IMP Seminar, 9-10th April, USI University, Lugano, Switzerland.

Gregori, G.L., Temperini, V., **Perna, A.** (2010). *Quali possibili integrazioni tra marketing d'impresa e sviluppo del territorio? Il caso 'Land of Value' (LOV).* Conference proceedings of VII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università Politecnica delle Marche, 23-24 September Ancona, Italia.

Temperini, V., Micozzi, G., **Perna, A.** (2010). *Il ricorso all'e-learning come strumento di marketing: l'esperienza della IGuzzini.* Conference proceedings of VII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università Politecnica delle Marche, 23-24 September Ancona, Italia.

Perna, A., Baraldi, E., Gregori, G.L., (2009). *Developing and embedding eco-sustainable solutions: the evolution of the Leaf House network.* Conference proceedings of the 26th IMP-Conference, 2-4 September, Budapest, Hungary.

Baraldi, E., Gregori, G.L., **Perna, A.** (2009). *The development of a new network for eco-sustainability: the Loccioni's "Leaf Community" project.* Conference proceedings of the 25th IMP Conference, Euromed University, Marsiglia, Francia, 3-5 Settembre, 2009 (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Ciabuschi, F., **Perna, A.** (2008). *Learning a New Business by Managing Resources and Interfaces. From Dealer to Auto Maker - The Case of DR MOTOR.* Conference proceedings of The 24th IMP Conference, Uppsala University, Uppsala, Svezia, 4-6 Settembre 2008. (il paper è pubblicato on line sul sito web www.impgroup.org).

Insegnamenti didattici

- *Settembre-Dicembre, 2018 (titolare del corso). Corso 'International Sales Management', 6 crediti, Master in International Economics and Commerce, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italia*
- *Settembre-Dicembre, 2018 (titolare del corso). Corso 'Strategie per i mercati internazionali', 6 crediti, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italia*
- *Settembre-Dicembre, 2017 (titolare del corso). Corso 'International Sales Management', 6 crediti, Master in International Economics and Commerce, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italia*
- *Marzo-Giugno, 2017 (titolare del corso). Corso 'International Sales Management', 6 crediti, Master in International Economics and Commerce, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italia*
- *Ottobre 2016-Gennaio 2017 (titolare del corso). Course 1TE685, Marketing for Industrial Companies, 5 credits, Master in Industrial Management and Innovation, Uppsala University, Uppsala, Sweden*
- *Novembre-Dicembre, 2016 (assistente e responsabile dei progetti aziendali svolti da studenti). Course 1TE712 Economical aspects on Solar Energy (advanced level), 5 credits, master program in Renewable Electricity Production (Uppsala University, Uppsala)*
- *Settembre-Ottobre, 2016 (titolare del corso). Course 1TG251 Marketing, Supply and Sales in the Industrial Organization, 10 credits, Uppsala University, Campus Gotland, Visby, Sweden.*
- *Ottobre 2015-Gennaio 2016 (titolare del corso). Course 1TE685, Marketing for Industrial Companies, 5 credits, Master in Industrial Management and Innovation, Uppsala University, Uppsala, Sweden*
- *Novembre-Dicembre, 2015 (assistente e responsabile dei progetti aziendali svolti da studenti). Course 1TE712 Economical aspects on Solar Energy (advanced level), 5 credits, master program in Renewable Electricity Production (Uppsala University, Uppsala)*
- *Settembre-Ottobre, 2015 (titolare del corso). Course 1TG251 Marketing, Supply and Sales in the Industrial Organization, 10 credits, Uppsala University, Campus Gotland, Visby, Sweden*
- *Marzo-Giugno, 2015 (titolare del corso). Corso 'International Sales Management', 10 crediti, Master in International Economics and Commerce, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italia*
- *Gennaio-Marzo, 2015 (titolare del corso). Course 1TE685, Marketing for Industrial Companies, 5 credits, Master in Industrial Management and Innovation, Uppsala University, Uppsala, Sweden*
- *Novembre-Dicembre, 2014 (assistente e responsabile dei progetti aziendali svolti da studenti). Course 1TE712 Economical aspects on Solar Energy (advanced level), 5 credits, master program in Renewable Electricity Production (Uppsala University, Uppsala)*
- *Gennaio-Marzo, 2014 (titolare del corso). Course 1TE685, Marketing for Industrial Companies, 5 credits, Master in Industrial Management and Innovation, Uppsala University, Uppsala, Sweden*
- *Novembre-Dicembre, 2013 (assistente e responsabile dei progetti aziendali svolti da studenti). Course 1TE712 Economical aspects on Solar Energy (advanced level), 5 credits, master program in Renewable Electricity Production (Uppsala University, Uppsala)*
- *Gennaio-Marzo, 2013 (titolare del corso). Course 1TE685, Marketing for Industrial Companies, 5 credits, Master in Industrial Management and Innovation, Uppsala University, Uppsala, Sweden*
- *Anno accademico 2010-2011: Assegnatario del corso "Comunicazione Aziendale" (modulo 2), 5 crediti, presso l'Università Politecnica delle Marche*
- *Anno accademico 2009-2010: Assegnatario del corso "Comunicazione Aziendale" (modulo 2), 5 crediti, presso l'Università Politecnica delle Marche. Assegnatario di una parte del corso "Internet & Marketing" per un totale di 12 ore*

 9. PARTECIPAZIONE A
COMITATI ORGANIZZATIVI DI
CONFERENZE E WORKSHOPS

2018: coordinatore e co-organizzatore dell'IMP Journal Seminar 'Starting up processes in business networks' e della quinta edizione del workshop 'University start-up seminar'. Rennes Business School, Rennes, France.

2017: coordinatore e co-organizzatore della prima edizione del workshop 'Passion and Entrepreneurship', Università di Firenze.

2017: coordinatore e co-organizzatore dell'IMP Journal Seminar 'Interaction in space – the role of proximity, communities and cross-boundary movements', Università di Firenze, Campus di Prato.

2016: coordinatore ed organizzatore del quarto workshop dal titolo 'University start-up seminar', presso il Department of Industrial Economics and Technology Management, Norwegian University of

Science and Technology (NTNU), Trondheim, Norvegia, 3-4 Febbraio.

2015: coordinatore ed organizzatore del terzo workshop dal titolo 'University start-up seminar', presso Lund University, Lund, 26 Gennaio.

2014: coordinatore ed organizzatore del secondo workshop dal titolo 'University start-up seminar', presso Division of Industrial Marketing, Department of Technology Management and Economics, Chalmers University of Technology, Goteborg, 8 Aprile.

2014: organizzatore della special track dal titolo 'Start-Ups and their strategizing in networks: Conforming to established structures and creating new ones', 30th IMP Conference, Bordeaux, Francia.

2013: coordinatore ed organizzatore del primo workshop dal titolo 'University start-up seminar', Uppsala University, Ekonomikum, Uppsala, 20 Maggio.

2013: membro del comitato organizzatore del XXV Convegno annuale Sinergie "L'innovazione per la competitività delle imprese", 24-25 Ottobre 2013, Università Politecnica delle Marche, Ancona.

2013: membro del comitato organizzatore della special track dal titolo 'The Industrial', 22th NFF Conference, Reykjavik, Islanda..

2010: membro del comitato organizzatore del VII Convegno annuale della Società Italiana Marketing "Marketing & sales oltre la crisi. Assetti organizzativi e opzioni strategiche per riconquistare il mercato", 23-24 Settembre 2010, Università Politecnica delle Marche, Ancona

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196

"Codice in materia di protezione dei dati personali (facoltativo)".