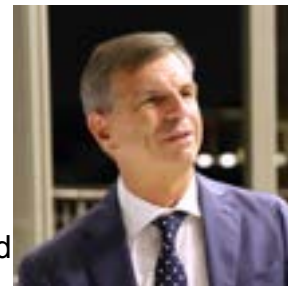


CURRICULUM VITÆ di Mauro Cavallone (1957)

e-mail: mauro.cavallone@unibg.it



Studi in Italia

Diploma di **Maturità Scientifica** conseguito presso il Liceo "F. Lussana" d 1975/76.

Laurea in Economia e Commercio

Conseguita l'8.07.1980 con votazione 101/110 presso l'Università degli Studi di Bergamo (allora Istituto Universitario).

Tesi di Laurea in Statistica Economica dal titolo: "Metodi d'analisi univariata e multivariata per la previsione di variabili economiche" Relatrice Ch.ma Prof.ssa Silvia Biffignandi, Correlatore Ch.mo Prof. Luigi Filippini

Laurea in Sociologia

Conseguita il 17.12.1993 con votazione 104/110 presso l'Università degli Studi di Urbino.

Tesi di Laurea in Teoria e Tecnica delle Comunicazioni di Massa dal titolo: "La comunicazione integrata negli anni novanta" Relatore Ch.mo Prof. Carlo Sartori.

Studi all'Estero

Philadelphia (USA), E.L.S. c/o Saint Joseph's University: corsi di Lingua Inglese

* 16.07 - 07.09.1984: livelli 107/108;

* Conseguitamento del Certificato T.O.E.F.L..

Philadelphia (USA), Saint Joseph's University: corsi di Marketing

* 1.10. - 18.12.1984: "Consumer Behaviour" - Prof. Richard J. George

* 1.10. - 12.12.1984: "Marketing Research" - Prof. Harris H. Francis III

Harvard University (USA) (on line)

06.04 – 7.06.2022 The Harvard BOK Higher Education Teaching Certificate online short course - Votazione finale 99/100

Servizio Militare

Assolto dal 12 febbraio 1980 al 10 febbraio 1981 c/o Battaglione carri "m.o. Pentimalli" Legnano: congedato caporal maggiore.

Attività Accademica e Didattica

Posizione attuale:

Professore Associato confermato presso l'Università degli studi di Bergamo dove afferisce al Dipartimento di Scienze Aziendali (DIPSA) ed è:

- Direttore Vicario della Scuola di Alta Formazione S.d.M. dal luglio 2022, membro di Giunta del centro d'Ateneo S.d.M. Scuola di Management dal 2016 (già Direttore dal 2013 al 2016)
- Responsabile della comunicazione del DIPSA da Marzo 2022
- Responsabile del progetto S.B.P. Summer Business Program che prevede scambi di professori e studenti dell'università del Missouri (USA) dal 2004
- Direttore del master di I livello "Marketing Management per l'Impresa Internazionale" dal 2004 (master accreditato SIMKtg Società Italiana Marketing)

E titolare dei seguenti insegnamenti (i dati si riferiscono AA 2021/22)

Nel corso di laurea triennale in Economia Aziendale:

- Marketing 87107 da AA 2014/15 (9 cfu - 72 ore - 48 di didattica)
- Marketing Internazionale 87108 da AA 1996/97 (6 cfu - 48 ore didattica)
- International Marketing (ENG) 87063 da AA 2002/03 (6 cfu - 36 ore didattica ENG) in collaborazione con Università Missouri (USA)

Nel corso di laurea Magistrale IMEF (International Management, Entrepreneurship and Finance) in lingua inglese:

- Marketing Strategies (ENG) 910008 da AA 2013/14 (6 cfu – 48 ore – 36 didattica ENG)

Nel corso di Laurea Magistrale CIE (Comunicazione, Informazione, Editoria) presso il Dipartimento di Lettere e Filosofia:

- Marketing e e-commerce 93147 da AA 2012/13 (6 cfu – 30 di didattica)

E presso la S.d.M. Scuola di Alta Formazione della stessa Università è docente nei seguenti Master e corsi di Perfezionamento:

- Master di primo livello "Marketing Management per l'Impresa Internazionale" da AA 2004/05 - Marketing (48 ore ENG) International Marketing (30 ore ENG) Strategie di Internazionalizzazione (15 ore ENG)
- Master di Primo Livello "Tecnologie e processi della filiera tessile" (Marketing 12 ore)
- Corso di Perfezionamento Go.In. da AA 2012/13 (Marketing e Marketing Internazionale (12 ore)

E presso l'Università Orientale di Napoli (in precedenza c/o l'Università Cà Foscari di Venezia e Università degli studi di Macerata)

- Master di primo Livello G.M.C. "Global Management for China", da AA 2016/17 Marketing e Marketing internazionale (12 ore) dove è anche membro del Collegio Didattico.

Sono relatore in media di 12 tesi all'anno di Laurea Magistrale (ENG)

Percorso Accademico

Aprile 2017 ottenuta l'Idoneità a Professore di Prima fascia: domanda 24955 primo quadrimestre 2016, bando D.D. 1532/2016 settore concorsuale 13/b2, economia e gestione delle imprese valido dal 04/04/2017 al 04/04/2027 (art. 6, comma 4bis, DL 30 dicembre 2021, n. 228)

Dal 1° maggio 2015 Professore Associato confermato

Dall' A.A. 2014-2015 a oggi docente di Marketing (9 cfu).

Dall'A.A. 2013-2014 a oggi docente di Marketing Strategies in lingua inglese (6 cfu) corso di laurea magistrale IMEF.

Dall'A.A. 2012-2013 a oggi docente di Marketing e e-commerce (5 cfu presso la facoltà di Lingue ora Dipartimento di Lettere), corso di laurea magistrale CIE.

Dal 1° maggio 2012 Professore di seconda fascia presso l'Università degli studi di Bergamo.

Il 16 settembre 2011 ottenuta l'idoneità al concorso per un posto di professore di seconda fascia al settore disciplinare SECS P08 presso l'Università degli studi di Bergamo, con decreto rettorale prot.n.17919/V/001 del 20.9.2011. Chiamato dalla facoltà di Economia in data 13 Marzo 2012.

Nell' A.A. 2009/10, titolare dell'affidamento di Marketing Avanzato (6 cfu) nel corso di laurea magistrale "Management, Finanza e International Business"

Dal 1° Febbraio 2008 Ricercatore confermato presso l'Università degli studi di Bergamo nel settore scientifico SECS - P/08 con decreto rettorale N.11544/V/007 del 4.06.2008

Dal febbraio 2006 nominato Professore Aggregato presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Bergamo e docente titolare dell'insegnamento di Marketing internazionale (6 cfu) e dell'affidamento di International Marketing (4,5 cfu e dall'A.A. 2010/2011 6cfu) tenuto in lingua inglese.

Dal 1° Febbraio 2005 assunto in ruolo come ricercatore universitario nel settore scientifico SECS- P/08 presso l'Università degli Studi di Bergamo in quanto vincitore del concorso per ricercatore con decreto rettorale prot.n.24526 del 22.12.2004 della stessa Università.

Dall'A.A. 2002/03 all'A.A. 2003/2004

Professore a contratto di "International Marketing" (4,5 crediti 36 ore didattica ENG) corso tenuto in lingua inglese (primo docente della Facoltà di Economia ad insegnare in inglese) per un gruppo di studenti della Missouri University (USA) e dell'Università di Bergamo. Coordinatore e referente internazionale del progetto di collaborazione tra le due Università dal 2004.

Dall'A.A. 1996/97 all'A.A. 2003/04

Professore a contratto per la materia: "Marketing Internazionale" (6 crediti) presso l'Università

degli Studi di Bergamo. (didattica 70 ore)

A.A. 1995/96: Professore a contratto per la materia: "Marketing (raddoppio)" presso l'Università degli Studi di Bergamo (didattica 70 ore)

Dal 1992/93 Cultore della materia "Marketing" per il Prof. Alberto Marino

1992: Conseguita l'ideoneità al VII ciclo del dottorato di ricerca in Economia Aziendale (prova scritta e orale) presso l'Università "Luigi Bocconi" di Milano, non ammesso per indisponibilità di posti.

Titolare di incarichi annuali per seminari sul marketing: in dettaglio:

- 1991/92 Prot n.16122 del 7.11.1991 Seminario Scientifico/Didattico Marketing
- 1990/91 Prot.n. 11726 del 22.8.1990 Seminario Specialistico Marketing
- 1989/90 Prot.n. 8226 del 01.7.1989 Seminario Specialistico Marketing
- 1988/89 Prot.n. 6860 del 17.1.1989 Seminario Scientifico/Didattico Marketing
- 1987/88 Prot.n. 3597 del 7.10.1987 Seminario di Base Marketing
- 1986/87 Prot n. 1769/A del 4.11.1986 Seminario Specialistico Marketing

Dall'A.A. 1986/87: Collaboratore del Prof. Alberto Marino per lezioni, esami, ricevimento studenti; correlatore di numerose tesi di laurea.

Dall'A.A. 1983/84: Assistente del Prof. Alberto Marino presso l'Università degli Studi di Bergamo per la materia "Tecnica delle ricerche di mercato" con particolare interesse per: marketing dei servizi, comportamento del consumatore e ricerche di mercato.

1. QUALIFICAZIONE DIDATTICA

1.1 Altre attività relative alla didattica in aggiunta a quelle riportate nella "Posizione attuale"

Didattica in corsi master e di perfezionamento

AA 2021/22 Corso di aggiornamento "Sustainability management and green finance" presso l'Università degli Studi di Salerno, docente su strategia e marketing della sostenibilità. Novembre 2021 (5 ore).

AA 2013/14 e successivi quattro nel Master di secondo livello "Il farmacista e i prodotti omeopatici: strategie di marketing" Università degli studi di Bergamo docente di:

1a ed.: strategie e creazione del valore 6 ore - marketing management delle farmacie 12 ore - comunicazione interpersonale 16 ore

2a ed.: strategie e creazione del valore 8 ore - marketing management delle farmacie - 12 ore - comunicazione interpersonale 16 ore

3a ed.: marketing strategico 6 ore - marketing management delle farmacie 12 ore - comunicazione interpersonale 16 ore - strategie e creazione del valore 8 ore

4a ed.: marketing management per le farmacie 8 ore - strategie e creazione del valore 16 ore - comunicazione interpersonale 16 ore.

AA 2014/2015 nel Master di I Livello: “Management, Banking, Contesto & Tendenze nello scenario della complessità” realizzato per UBI Banca docente di: Comunicazione Interpersonale 16 ore, Il Presidio del Mercato (marketing bancario) 16 ore.

AA 2007/08 e AA 2005/06 nel corso di perfezionamento “Marketing e cultura manageriale per le relazioni commerciali Italo cinesi” docente di Marketing (2007/08 46 ore e 2005/06 50 ore; ENG)

Da A.A. 2004/05 a oggi nel corso Master di primo livello “Marketing Management per l’impresa internazionale”. Marketing (48 ore didattica ENG) International Marketing (30 ore didattica ENG) Strategie di Internazionalizzazione (15 ore didattica ENG). N.B. le prime tre edizioni solo didattica in italiano.

AA 2003/04 e AA 2002/03: nel corso di formazione post-universitario “Marketing Management per l’impresa internazionale” – 2.a edizione” organizzato dall’Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo (docente di Marketing e Marketing Internazionale)

AA 1999/2000: nel corso di formazione post-universitario “Marketing dei Servizi Bancari ed Assicurativi – 2.a edizione” della durata di 900 ore, organizzato dall’Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo/Ministero del Lavoro (docente di marketing 48 ore)

AA 1999/2000: nel corso di formazione post-universitario in “Marketing e Gestione delle Imprese Turistico-Alberghiere” della durata di 900 ore, organizzato dall’Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo/Ministero del Lavoro. (docente di marketing-marketing turistico 48 ore)

AA 1998/99 nel corso di formazione post-universitario in “Marketing dei Servizi Bancari ed Assicurativi” della durata di 900 ore, organizzato dall’Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo/Ministero del Lavoro. (docente di marketing 48 ore)

AA 1997/98 nel corso di formazione post-universitario: “Esperti in Management e Marketing Internazionale”, della durata di 80 ore, organizzato dall’Università degli Studi di Bergamo nel quadro della legge regionale 12.12.94 n.42. (docente di marketing internazionale 16 ore)

1.2 Incarichi di responsabilità e/o gestione di corsi

Ottobre Dicembre 2018 (per la seconda edizione) e Ottobre Dicembre 2017 (per la prima edizione) Responsabile all’interno del progetto “Laboratorio d’impresa: il mondo entra in università” della sessione di Marketing: conoscere e interpretare per governare il mercato. L’attività ha previsto il coordinamento degli aspetti didattici e di ricerca di cinque team di sei studenti ciascuno che hanno svolto una reale ricerca di mercato sui temi proposti da cinque aziende del territorio (Brembo, Multi, Sacbo, Tenaris, UBI Banca) da me coinvolte.

Dal 2016 a oggi Membro del collegio didattico del Master di primo Livello GMC “Global Management for China” presso l’Università L’Orientale di Napoli Macerata (in precedenza c/o l’Università di Macerata e Cà Foscari di Venezia)

Negli A.A. 2010/11 - 2009/10, - 2008/09 membro del collegio docenti del dottorato “Logistica e Supply Chain Management” dal XXIV al XXVI ciclo presso l’Università degli Studi di Bergamo.

1.3 Attività didattiche svolte all'estero per la Facoltà di Economia ora Dipartimento di Scienze Aziendali (DIPSA) e la S.d.M. (Scuola di Alta Formazione)

2009

MBA FH Giessen – Friedberg alumni day Worms (Germania) relatore su “New ideas in time of crisis: TES Marketing” (the extra step) 26 settembre 2009 - Giessen Alumni association

University of Missouri (USA) attività di codocenza con i Proff. Shaoming Zou, John Bennett, Peter Bloch, Srinath Gopalakhrisna, dal 16 al 18 Marzo.

2008

MBA FH Giessen – Friedberg alumni day: relatore sul tema “The treasure hunt as an outdoor managerial training tool” Giessen (Francoforte) 19 – 20 settembre 2008 - Master MBA Giessen Alumni association

University of Missouri (USA) docente nel corso della Prof.ssa Lisa Scheer della lezione “The international marketing scenario” tra il 22 e il 30 ottobre.

2007

University of Missouri (USA) attività di codocenza con i Proff. Shaoming Zou, Peter Bloch, John Bennett dal 10 al 17 Marzo

MBA FH Giessen – Friedberg alumni day relatore “Further empiricals ideas about beyond retention” Giessen (Francoforte) 28-29 settembre 2007 - Master Giessen Alumni association

1996

Inholland University of Applied Sciences Haarlem (NL) (28.01- 02.02) Partecipazione come docente all'International Teaching Week sul tema della fidelizzazione della clientela

1.4 Pubblicazioni didattiche (voce specifica: “sperimentazione didattica”)

Autore di diversi casi didattici e business game al fine di favorire il coinvolgimento degli studenti, l’applicazione pratica dei concetti di Marketing strategico ed operativo, e il confronto con la realtà di contesto.

Sono inoltre da me state ideate nel tempo come attività integrative, proposte su base volontaria e valutate ai fini del profitto finale:

Laurea Triennale

“Osservazioni & Spedizioni di Marketing”: un lavoro di gruppo che ha lo scopo di verificare le strategie di marketing attuate dalle imprese attraverso un’attività di ricerca e osservazione sul campo per esempio di: assortimento prodotti, livello di prezzi comunicazioni effettuate, aspetti specifici della distribuzione (posizionamento dei prodotti, facing, isole ecc.).

“Co-design”: oltre agli argomenti definiti dal programma dà la possibilità di scegliere dei temi che vengono approfonditi sia da me che dagli studenti e presentati in plenaria.

Laura Magistrale

“Salmon Project”: scopo del lavoro è definire la strategia percepita dell’azienda partendo dall’analisi di un comunicato pubblicitario televisivo e risalendo, come fanno i salmoni, al marketing mix e alla strategia dell’azienda. Il lavoro si completa con interviste al target sul percepito del messaggio e con contatti con l’azienda e l’agenzia pubblicitaria al fine di valutare convergenze e divergenze riscontrate durante l’analisi.

“Dig Dig”: sulla base dello specifico interesse manifestato su alcuni temi (es il concetto di insight) la ricerca dà possibilità di fare approfondimenti legati alla letteratura e all’analisi empirica i cui output vengono poi presentati in plenaria.

Corsi Master e di perfezionamento

Costruzione di casi specifici volti alla simulazione per esempio l’ingresso in un mercato estero in cui non è presente, per un’azienda reale analizzando tutte le fasi del processo.

Presentazione di trailer e video per fare evidenziare gli elementi del marketing mix, quelli strategici e organizzativi riferendoli al contesto favorendo la propositività e contestualizzazione di nuove idee, proporre alternative o la conferma di quelle ritenute attuali

2. QUALIFICAZIONE SCIENTIFICA

2.1 Pubblicazioni

2.1.1 Monografie (15 dal 1990 al 2017: 2 referate)

Cavallone M. (2017) “Marketing and Customer Loyalty: The Extra Step Approach” - Springer ISBN 978-3-319-51990-6 (monografia in lingua inglese accettata dopo single blind peer review nella collana referata “International series in Advanced Management studies”)
<http://hdl.handle.net/10446/86792>

Cavallone M. (2016) “L’approccio TES Marketing: dal delivered mix alla fidelizzazione” F. Angeli Milano ISBN 978-88-917-4477-7 (monografia accettata dopo doppia revisione cieca nella collana referata Gestione d’Impresa)

Cavallone M., Di Marco A. (2015) “Stetoscopio 2015: il sentire degli Italiani” F. Angeli Milano ISBN 978-88-204-0382-9

Cavallone M., Di Marco A. (2014) “Le ricerche di mercato e di marketing: Stetoscopio il sentire degli Italiani e il modello I.T.E.R. marketing” F. Angeli Milano ISBN 978-88-204-8221-3

Cavallone M., Di Marco A. (2013) “Le ricerche di mercato e di marketing: Stetoscopio il sentire degli Italiani” F. Angeli Milano ISBN 9788820420314

Cavallone M., Di Marco A. (2012) “Le ricerche di mercato e di marketing: l’indagine Stetoscopio” F. Angeli Milano ISBN 978-88-204-2031-4

Cavallone M. (2008) “Il T.E.S. Marketing: presupposti strategici ed operativi per andare oltre la fidelizzazione” F. Angeli Milano ISBN 978-88-464-9732-1

Cavallone M., Buzzi.F (2008) “Prospettiva europea e formazione: l’esperienza della Fondazione Annunciata Cocchetti” ITL Milano ISBN 978-88-783-6456-1

Cavallone M. (2000) “Oltre la fidelizzazione: il marketing nell’era della complessità” F. Angeli Milano ISBN 88-464-2465-4

Cavallone M., Colleoni L. (1999) “Il Marketing degli enti locali: criticità, strategie, operatività” F. Angeli Milano ISBN 88-464-1143-9

Cavallone M. (1997) “Il Marketing Turistico: la relazione con il cliente” Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) ISBN 88-86285-75-2

Cavallone M. (1996) “La catena della fidelizzazione nelle imprese di servizi” Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) ISBN 88-86285-64-7

Cavallone M. (1994) “La comunicazione integrata: nuovi strumenti al servizio del mercato” Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) ISBN 88-86285-26-4

Cavallone M. (1991) “Incontro con il Marketing” Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) ISBN 88-86285-38-8 (ristampato nel 1994)

Cavallone M. (1990) “Il Marketing nel mondo dei servizi” Editrice San Marco Trescore Balneario (BG)

2.1.2 Paper scientifici (24 dal 2007 al 2022: 12 Fascia A)

2022

Palumbo R., Cavallone M. (2022), “Unravelling the implications of learning experiences on doctoral degree holders’ employment: empirical insights and avenues for further developments”, European Journal of Higher Education (pubblicato on line 10 Marzo 2022) <https://doi.org/10.1080/21568235.2022.2049838> . ISSN 2156-8235

Palumbo R., Cavallone M. (2022), "Is work digitalization without risk? Unveiling the psychosocial hazards of digitalization in the education and healthcare workplace", *Technology Analysis & Strategic Management* (pubblicato on line 11 Maggio 2022) <https://doi.org/10.1080/09537325.2022.2075338> . ISSN 0953-7325

2021

Cavallone M., Palumbo R. (2021), "Delving into the soft side of TQM: an analysis of the implications of employee involvement on management practices", *The TQM Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. (pubblicato on line da 3 Agosto 2021) <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2021-0148>) - EMERALD Publishing Ltd <http://hdl.handle.net/10446/186940>
ISSN 1754-273 (Fascia A Anvur; AJG=1)

Palumbo R., Manna R., Cavallone M. (2021), "Beware of side effects on quality! Investigating the implications of home working on work-life balance in educational services", *The TQM Journal*, Vol. 33 No. 4, pp. 915-929 TQM (pubblicato on line 9 Ottobre 2020) - <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2020-0120>
EMERALD Publishing Ltd EMERALD Publishing Ltd <http://hdl.handle.net/10446/175520>
ISSN 1754-273 (Fascia A Anvur; AJG=1)

Cavallone M., Ciasullo M.V., Douglas J., Palumbo R. (2021) "Framing higher education quality from a business perspective: setting the conditions for value co-creation". *Studies in Higher Education*. Vol. 46 No. 6., pp. 1099-1111 - DOI:10.1080/03075079.2019.1672644. (pubblicato on line 31 Ottobre 2019) pp.1-14. In *STUDIES IN HIGHER EDUCATION*–Routledge (Taylor&Francis Group) <http://hdl.handle.net/10446/149529>
ISSN:0307-5079 (Fascia A Anvur; AJG 3)

Palumbo R., Manna R., Cavallone M. (2021) "The managerialization of museums and art institutions: perspectives from an empirical analysis" - *International Journal of organizational analysis* DOI (10.1108/IJOA-10-2020-2438) EMERALD Publishing Ltd <http://hdl.handle.net/10446/175520>
ISSN 1934-8835 (AJG 1)

2020

Cavallone M., Palumbo R. (2020) "Debunking the myth of industry 4.0 in health care: insights from a systematic literature review" (TQM-10-2019-0245.R1) *The TQM Journal* - EMERALD Publishing Ltd <https://doi.org/10.1108/TQM-10-2019-0245>
<http://hdl.handle.net/10446/162144>
ISSN 1754-273 (Fascia A Anvur; AJG=1)

Cavallone M., Ciasullo M.V., Manna R., Palumbo R. (2020) "A tale of two stakeholders: achieving excellence by merging quality expectations in Higher Education Institutions" - *Studies in Higher Education* Routledge (Taylor&Francis Group) <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1739016>.
<http://hdl.handle.net/10446/162148>
ISSN 0307-5079 (Fascia A Anvur; AJG 3)

Cavallone M., Manna R., Palumbo R., (2020) "What enables doctoral degree holders to get a job? A journey through doctoral students' satisfaction with educational services" (TQM-11-2019-0268.R1) DOI (10.1108/TQM-11-2019-0268) EMERALD Publishing Ltd
<http://dx.doi.org/10.1108/TQM-11-2019-0268>

<http://hdl.handle.net/10446/162142>

ISSN 1754-2731 (Fascia A Anvur; AJG=1)

Ciasullo M.V., Cavallone M. Manna, R., Palumbo R. (2020) "Envisioning the future of health systems: some exploratory insights from European Countries". Futures - Vol. 121/2020, p.102585 - ELSEVIER Inc. <http://dx.doi.org/10.1016/j.futures.2020.102585>

<http://hdl.handle.net/10446/162146>

ISSN 0016-3287 (Fascia A Anvur; AJG=2)

Manna R., Cavallone M., Ciasullo M.V., Palumbo R. (2020). "Beyond the rhetoric of health tourism: investigating the reality of health tourism in Italy", Current Issues in Tourism, Vol. 23 no. 14, pp. 1805-1819 DOI:10.1080/13683500.2019.1650726. pp.1-15. (pubblicato on line 13 Agosto 2019) In CURRENT ISSUES IN TOURISM– Routledge – (Taylor&Francis Group)

<http://hdl.handle.net/10446/149527>

ISSN 1747-7603 (Fascia A Anvur; AJG =2)

2019

Cavallone M., Palumbo R. (2019) "Engaging citizens in collective co-production. Insights from the Turnà a N'Domà (back to the future) project" DOI:10.1108/TQM-02-2019-0040. pp.722-739. in THE TQM JOURNAL - vol. 31 (5) EMERALD Publishing Ltd

<http://hdl.handle.net/10446/149523>

ISSN 1754-2731 (Fascia A Anvur; AJG=1)

Cavallone M., Manna R., Palumbo R. (2019) "Filling in the gaps in higher education quality: An analysis of Italian students' value expectations and perceptions", pubblicato su International Journal of Educational Management.(IJEM) <https://doi.org/10.1108/IJEM-06-2019-0189> - EMERALD Publishing Ltd

<http://hdl.handle.net/10446/149842>

ISSN: 0951-354X (AJG=1)

2018

Bowen M., Freidank J., Wannow S., Cavallone M. (2018) "Effect of Perceived Crisis Response on Consumers' Behavioral Intentions During a Company Scandal. An Intercultural Perspective" (pubblicato on line 19 dicembre 2017)

DOI: 10.1016/j.intman.2017.12.001. pp.222-237.

In JOURNAL OF INTERNATIONAL MANAGEMENT vol. 24 (2018) 222-237 ELSEVIER Inc.

<http://hdl.handle.net/10446/116748>

ISSN 1075-4253 (Fascia A Anvur; AJG=3)

Cavallone M., Andreini D., Pedeliento G., Magno F." Legitimizing the contribution of marketing to firms' success: An exploratory investigation of marketing professionals"

Mercati e Competitività F. Angeli

<http://dx.doi.org/10.3280/MC2018-002002> ISSN 1826-7386

2017

Cavallone, M., Magno F., Zucchi A. (2017) "Improving service quality in healthcare organizations through geomarketing statistical tools" DOI:10.1108/TQM-12-2016-0104. pp.650-665.
In THE TQM JOURNAL vol. 29 (5) - EMERALD Publishing Ltd
<http://hdl.handle.net/10446/116746>
ISSN 1754-2731 (Fascia A Anvur; AJG=1)

Palumbo R., Annarumma C., Cavallone M. (2017) "Who empowers whom? The role of organizational health literacy in empowering patients". Sinergie – Italian Journal of Management numero 104 <http://hdl.handle.net/10446/117520> ISSN 0393-5108

2016

Cavallone M., Modina M. (2016) "E-Tailing as evolution of distribution channel in Tourism" Sinergie – Italian Journal of Management N 100 (vincitore Best Paper Award al convegno Toulon Verona di Palermo nel 2015) <http://hdl.handle.net/10446/77934> ISSN 0393-5108

2013

Cavallone M., Modina M. (2013) "Il ruolo della comunicazione nella relazione tra banca e cliente" IRTOP N.12 pagg.51-55 <http://hdl.handle.net/10446/29613>
ISSN 2038-1441

Cavallone M. (2013) "From Adaptation to standardization: the positive cycle of cross-cultural communication" SBR Southern Business Review (USA), James e. Davis, Jr., Editor, <http://hdl.handle.net/10446/29473> ISSN 0884-1373

Cavallone M., Modina M. (2013) "Customer perception of bank communication: evidence and implications". Corporate Ownership & Control / Volume 10, Issue 4, Continued – 3 pag 299, 307, Sumy: Virtus Interpress , <http://hdl.handle.net/10446/27843> ISSN 1810-3057

2012

Cavallone M., Cassia F. (2012) "Co-design between consumers and companies: roles, created-exchanged value and reward systems" The Marketing Review 2012 vol. 12 N.2 pagg 199 218, Helensburgh : Westburn publishers ltd, 2000- ISSN 1469-347X
<http://dx.doi.org/10.1362/146934712X13366562572548>

Cavallone M. (2012), "La comunicazione culturalmente e cross-culturalmente customizzata: nuovi sviluppi teorici e analisi empirica su target di extracomunitari presenti in Italia", Mercati e Competitività n. 3 2012, Franco Angeli editore, Milano, <http://hdl.handle.net/10446/27898>
ISBN 1826-7386

2007

Cavallone M. (2007) "Gestire la comunicazione di marketing nella società multiculturale: problemi aperti e implicazioni per il management" Mercati e Competitività n. 1 2007, Franco Angeli editore, Milano <http://hdl.handle.net/10446/21053> ISSN 1826-7386

2.1.3 Capitoli di libro (1)

2016

Cavallone M., Magno F. “Prodotti di nicchia e sviluppo dei mercati internazionali. Il caso del consorzio del moscato di Scanzo” in Cultural Heritage e Made in Italy – casi ed esperienze di marketing internazionale (Napolitano MR., Marino V.) Editoriale Scientifica ISBN 978-88-6342-856-8

2.1.4 Proceeding (23 dal 2007 al 2019)

Cavallone M., Manna R., Ciasullo M.V., Palumbo R., (2019) “A dualistic interpretation of value in higher education: Comparing students and academics’ perspectives” Conference Proceedings Excellence in Services, 22nd International Conference, Thessaloniki (Greece) 29 and 30 August 2019 ISBN 9788890432798

Manna R., Palumbo R., Cavallone M. (2019) “Putting higher education services’ quality at work: The employability of Italian doctors of philosophy” Conference Proceedings Excellence in Services, 22nd International Conference, Thessaloniki (Greece) 29 and 30 August 2019 ISBN 9788890432798

Annarumma C., Palumbo R., Cavallone M. (2017) “From Drug Dispenser to Health Dispenser: The New Role of Pharmacists in Enabling Patients” Convegno Sinergie Napoli 15 e 16 Giugno 2017 ISBN 97888907394-8-4.

Cavallone M., (2017) “The role of collaboration in the internationalization of a niche product: the case of Moscato di Scanzo wine” XX Toulon Verona Conference Verona 7 e 8 Settembre 2017 ISBN 9788890432774

Cavallone M., Freidank J., Bowen M, Ubiali E. (2016) “An Italian perspective of “Dieselgate” related to Volkswagen’s brand image” 19 th Toulon – Verona Conference Huelva 5-6 september 2016 ISBN 9788890432767

Annarumma C., Palumbo R., Cavallone M., (2016): “Empowering patients by empowering health care organizations: a comparative study” 19 th Toulon – Verona Conference Huelva 5-6 september 2016 ISBN 9788890432767(vincitore Best Paper Award)

Cavallone M., Modena M., Bonometti G.M. (2015) “La valorizzazione del patrimonio turistico-culturale: l’analisi delle opportunità offerte dalla Bre.Be.Mi.” al territorio Sinergie XXVII convegno annuale. Termoli 9-10 luglio 2015 ISBN 9788890739453

Cavallone M., Modena M. (2015) “E-Tailing as evolution of distribution channel” in tourism 18 th Toulon – Verona Conference - Palermo 31 August 1st September 2015 ISBN 9788890432750 (Vincitore Best Paper Award)

Cavallone M., Modena M. (2015) “The tourism industry between real and digital world” convegno annuale Simktg 22 e 23 ottobre 2015, Torino, Il marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana ISBN 978-88-907662-4-4

Cavallone M. (2014) “The I.T.E.R. Marketing model: a proposal for a new approach to consumer behavior” 17 th Toulon – Verona Conference Liverpool August 28th and 29th 2014 ISBN: 9788890432743

Cavallone M. (2014) "The marketing of public services: a NEW comparative analysis of citizens' expectations" 17 th Toulon – Verona Conference Liverpool August 28th and 29th 2014 ISBN: 9788890432743

Cavallone M. (2013) "Culturally customized communication as a methodological approach to overcome the adaptation vs. standardization dilemma" 16th Toulon – Verona Conference Ljubljana August 30th and 31 st 2013 ISBN: 9788890432736

Cavallone M. Modina M. (2013) "Communication as a key factor in banking customer relationship" 16 th Toulon – Verona Conference Ljubljana August 30th and 31st 2013 ISBN: 9788890432736

Cavallone M., Modina M., (2011) "Empirical Evidence of the Effectiveness of a Network in Improving the Quality of Banking Services". In: Proceedings of The 2011 Naples Forum on Service "Service Dominant logic, Network & System Theory and Service Science: integrating three perspectives for a new service agenda". Capri, 14-17 June 2011, ISBN/ISSN: 978-88-7431-525-3

Cavallone M, Modina M., (2011) "The Quality of Customer Relationship in Different Clusters of Italian Banks: Evidence and Implications". In: Proceedings of The 15th AMS Biennial World Marketing Congress "The Customer is NOT Always Right?" Marketing Orientations in a Dynamic Business World. Reims, Champagne, France, 19-23 July 2011, vol. XV, p. 880-884, ISBN/ISSN: 0-939783-15-0/0889-3071

Cavallone M., Modina M., (2011) "Customers' perception of banking services' quality: an empirical evidence". In: Proceedings of the 14th Toulon-Verona Conference "Organizational Excellence in Services", Alicante, Spain, 1-3 September, pp. 1-11 (ISBN: 978-88904327-1-2).

Cavallone M, Modina M., (2011) "Communication, customer relationship and value creation in the banking system: an empirical evidence" In: Proceedings of the Sinergie – Euprera congress Milano 10th – 11th November 2011

Cavallone M., Cassia F. (2010) "The changing role of customer in the co-design process" MMA Marketing management association 2010 annual conference Chicago (U.S.A) 24 marzo 2010 Proceedings Donald P.Roy and John Cherry, Editors ISSN: 2325-3576

Cavallone M., "Marketing and Communication: A Cross-Cultural Approach" MMA Marketing management association 2010 annual conference Chicago (U.S.A) 24 march 2010 Proceedings Donald P.Roy and John Cherry, Editors ISSN: 2325-3576

Cavallone M., "Early findings of the theories of codesign in the public sector: the Gorle case" 13th Toulon-Verona Conference "Organizational Excellence in Services", Coimbra, Portugal, 2-4 september 2010, (ISBN 978-972-9344-04-6)

Cavallone M. "Tes marketing THE EXTRA STEP to be effective in the market place" MMA Marketing management association 2009 annual conference Chicago (U.S.A) 18-20 Marzo 2009 Proceedings Donald P. Roy and John Cherry, Editors ISSN: 2325-3576

Cavallone M. "The marketing of public services: a compared double analysis of the citizens' expectations" atti del convegno internazionale QMOD Verona 27 – 29 Agosto 2009.

Cavallone M. "Beyond retention" in banking services" - Atti del convegno "quality in services" Firenze 11 th Toulon-Verona conference, 4-5 settembre 2008 ISDN 978-88-8453-855-0

Cavallone M., "Cross cultural communication in the tourist and leisure sector" - Atti del convegno "quality in services" Salonicco (GR) 10th Toulon-Verona conference, 3 - 4 settembre 2007 ISDN 978-960-243-642-4

2.1.5 Quaderni del dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Bergamo (3 dal 2006 al 2009)

Cavallone M., Cassia F. "Creazione e scambio di valore nella coprogettazione cliente impresa" n° 7/2009

Cavallone M. "Stewarding Marketing communication in multicultural settings" n°4/2008

Cavallone M. "Gestire la comunicazione di marketing nella società' multiculturale: problemi aperti e implicazioni per il management" n°4/2006

2.1.6 Articoli diversi (5 dal 1986 al 2000)

Vendere nell'era della complessità (su "Direzione del Personale" Rivista A.I.D.P. MI)	2000
Il presidio marketing nella banca del terzo millennio (Banche e Banchieri)	1997
Organizzazione e Marketing dei servizi (su "S.L. Magazine" Num. 1 Marzo)	1991
Le Strategie alternative nelle decisioni aziendali (su "L'Eco di Bergamo" 3.03)	1986
La Strategia operativa dell'azienda (su "L'Eco di Bergamo" 17.02)	1986

2.2 Partecipazione a gruppi di ricerca nazionali;

Dal 2014 Afferente al Laboratorio di Ricerca Interuniversitario IMA Lab dell'Università Cà Foscari di Venezia, diretto dal Prof. Tiziano Vescovi. Il laboratorio sviluppa attività di ricerca sui temi del Management internazionale con particolare riferimento ai mercati dell'Asia.

Ricerche C.N.R. membro dei team di ricerca su
"Marketing del Terzo Millennio" 1996
"Marketing post '92 nelle aziende italiane" 1993
coordinati dal Prof. Alberto Marino presso l'università degli studi di Bergamo.

2.3 Partecipazioni a gruppi di ricerca internazionali;

Nel Settembre 2015 ho costituito con il Prof. Jan Freidank, le dr.sse Melanie Bowen e Stefanie Wannow della THM Giessen (Germania) un gruppo di ricerca sul tema "Diesel Gate" lo scandalo che ha coinvolto Volkswagen in USA. Ne sono scaturiti due paper:

Effect of perceived crisis response on consumers' behavioral intentions during a company scandal – an intercultural perspective (Bowen M., Freidank J., Wannow S., Cavallone M.) pubblicato nel 2018 sul Journal of International Management - Elsevier

Effects of knowledge of a scandal and personal severity on the perceived ethical behavior and attitude towards a company – an intercultural perspective (Bowen M., Freidank J., Wannow S., Cavallone M.).

2.4 Grant/finanziamenti di ricerca/conto terzi;

2016 Responsabile del progetto di ricerca “tunrà n’domà” legato all’acquisto e alla valorizzazione da parte del Comune di Brembilla (BG) dell’ex-padiglione del Kuwait di EXPO 2015: una struttura di pregio architettonico da riadattare e ricollocare definitivamente nel territorio municipale. Tale incarico è stato commissionato alla Scuola di Management da parte della Pro Loco del comune di Brembilla (BG). L’attività è consistita nel coordinamento di un team di docenti e laureati della nostra università al fine di indagare le aspettative e le percezioni dei principali stakeholders coinvolti. Il progetto si è concretizzato tramite un lavoro di ricerca svolto in particolare, sui seguenti aspetti:

- ricerca qualitativa attraverso focus group a opinion leader
- ricerca quantitativa sulla base dei precedenti output alla popolazione

Gli output delle ricerche sono stati presentati al Sindaco e personale amministrativo e politico delle frazioni di Val Brembilla; le relative relazioni finali sono depositate presso gli archivi della Scuola di Management.

2.5 Coordinamento gruppi di ricerca;

Dal 2004 Responsabile, in qualità di direttore del Master di primo livello “Marketing Management per l’Impresa Internazionale”, nel corso degli anni accademici 2004/05 a oggi degli studi e delle ricerche “conto terzi” di seguito riportati. Tali lavori sono stati realizzati per conto delle aziende ed enti elencati con un particolare riferimento al marketing (nazionale e internazionale), attività svolta coordinando un team corsisti.

A.A. 2004/05

Lombardini Holding spa (Dalmine BG)

“La relazione con il cliente come asset nella grande distribuzione”.

Settore della ricerca: Distribuzione Alimentare

A.A. 2006/07

Cotonificio Honegger spa (Albino BG)

“Favorire l’integrazione commerciale tra Cotonificio Honegger e Texmantova”

Settore della ricerca: Tessile

Lombardini Holding spa (Dalmine BG)

“A European retailing analysis: studio delle scelte strategiche di offerta delle eccellenze italiane all’estero”

Settore della ricerca: Distribuzione Alimentare

A.A. 2007/08**Quippe.it Srl** (Dalmine BG)

"Lancio su scala nazionale di QUIPPE.it nel segmento di mercato "stampa offset low cost"

Settore della ricerca: Cartotecnico - Stampa rapida

A.A. 2008/09**Albinoleffe Calcio** (Stezzano BG)

"Come aumentare il numero di tifosi allo stadio e fidelizzarli"

Settore della ricerca: Marketing Sportivo (Calcio)

Lombardini Holding spa (Dalmine BG)

"Capire il grado di soddisfazione della clientela dei supermercati Pellicano, sottolineando i punti di forza della catena e le debolezze o mancanze che fanno la differenza se confrontate con la concorrenza".

Settore della ricerca: Distribuzione Alimentare

A.A. 2010/11**Lombardini Holding spa** (Dalmine BG)

"Capire come riposizionare GrossMarket, attraverso uno studio del target e l'individuazione di strumenti di marketing adeguati"

Settore della ricerca: Distribuzione Alimentare

Agenzia Generali Bergamo Nord (Bergamo)

"Analisi dei clienti persi o migrati in particolare relativi al "ramo auto" e "linea persona"

Settore della ricerca: Assicurativo

A.A. 2012/13**SDM** Scuola di Management, Università di Bergamo (Bergamo)

"Analisi competitiva dello scenario S.d.M."

Settore della ricerca: Alta Formazione

A.A. 2013/14**Banca di Credito Cooperativo di Treviglio** (Treviglio BG)

"Analisi dell'appetibilità del territorio di Treviglio e idee per creare traffico turistico legato alla Bre.Be.Mi."

Settore della ricerca: Viabilità-Turismo

A.A. 2014/15**Metalbottoni spa** (Grumello del Monte BG)

"Ricerca altri/nuovi elementi creatori di valore che siano apprezzati dal cliente al fine di aumentare la differenziazione dell'offerta rispetto alla concorrenza e come conseguenza la fidelizzazione della clientela".

Settore della ricerca: accessori abbigliamento (Bottoni)

A.A. 2015/16**FAPA S.a.S.** (Lallio BG)

"È possibile creare un consorzio distributivo di materiale per laboratori e per il settore farmaceutico al fine di ottimizzare i costi? Come questo deve essere impostato a livello di marketing strategico e operativo?"

Settore della ricerca: distribuzione di prodotti da laboratorio chimico e farmaceutico

A.A. 2016/17

Università degli studi di Bergamo

“Il Valore creato dall’Università degli studi di Bergamo”

Settore della ricerca: Università lavoro svolto nell’ambito della Delega del Rettore su Immagine e Brand.

Coordinatore del team di ricerca (Cavallone M., Magno F., Andreini D., Pedeliento G.)

“Il marketing di successo: Imprese, enti persone” lavoro realizzato come ricerca di sede in occasione del convegno nazionale della Società Italiana Marketing tenutosi a Bergamo il 26 e 27 ottobre 2017.

AA 2017/18

SALF SPA (Cenate Sotto BG)

Valutazione delle alternative produttive e analisi di mercato nel settore della cosmesi : analisi strategica e definizione del marketing Mix.

Settore della ricerca : farmaceutico

AA 2018/19

Gilania Srl (Gandino BG): “Aspetti strategici della integrazione assortimentale”

Settore della ricerca: Tessile

Il Science Center di Bergamoscienza (BG): “La definizione del nuovo posizionamento strategico”

Settore della ricerca: informazione scientifica/congressistica

AA 2019/20

SIAD macchine e impianti (BG): analisi del posizionamento in Cina e identificazione delle linee guida per la creazione del nuovo sito internet nel mercato cinese

Settore della ricerca: Macchine e Impianti

Il Science Center di Bergamoscienza (BG): L’impostazione delle nuove attività scientifiche divulgative e l’identificazione dei rispettivi target di riferimento

Settore della ricerca: informazione scientifica/congressistica

AA 2020/21

S.d.M. Scuola di Alta Formazione, Università di Bergamo

L’analisi dell’offerta dei servizi di comunicazione e marketing nella provincia di Bergamo.

Settore della ricerca: comunicazione e marketing

AA 2021/22

S.d.M. Scuola di Alta Formazione, Università di Bergamo

L’analisi della domanda dei servizi di comunicazione e marketing nella provincia di Bergamo.

Settore della ricerca: comunicazione e marketing (ricerca ancora in corso)

2.6 Partecipazione a comitati editoriali di riviste e collane editoriali;

Membro dei seguenti editorial board:

- Editorial Review Board di The TQM Journal dal 2019
- Scientific Advisory Board di Sinergie (Italian journal of management) dal 2021

Revisore per le seguenti riviste:

- International Journal of Educational Management dal 2021
- Technological Forecasting & Social Change dal 2020
- Journal of Marketing for Higher Education dal 2020
- Current Issues in Tourism dal 2020
- Micro e Macro Marketing dal 2020
- The TQM Journal dal 2019
- HSMR – Health service management research dal 2019
- Sinergie (Italian journal of management) dal 2019
- Italian Journal of Marketing già Mercati & Competitività (F. Angeli) dal 2010

2.7 Riconoscimenti e premi per l'attività scientifica;

Vincitore del Best Paper Award con gli articoli:

1. Cavallone M., Palumbo R.: **“turnà a ‘ndomà” when public service co-production meets territorial identity** ESICS conference Parigi Agosto 2018

2. Annarumma C., Palumbo R., Cavallone M.: **“Empowering patients by empowering health care organizations: a comparative study”** 19 th TOULON – VERONA CONFERENCE Huelva 5-6 september 2016 ISBN 9788890432767

3. Cavallone M., Modina M. **E-Tailing as evolution of distribution channel in tourism**

Presentato durante la 18 th TOULON – VERONA CONFERENCE - Palermo 31 Agosto – 1 Settembre 2015 ISBN 9788890432750

2.8 Organizzazione di convegni e affiliazione a accademie.

2016/17 Responsabile scientifico e per l'organizzazione e coordinamento del convegno nazionale della Simktg (Società Italiana Marketing) “Il marketing di successo: Imprese, enti persone” tenutosi a Bergamo il 26 e 27 ottobre 2017. L'attività è consistita in particolare nella:

- Gestione delle relazioni e contatti con la Presidenza della SIM e partecipazione a tutte le riunioni del comitato
- Contatto e coinvolgimento delle aziende sponsor per l'ottenimento dei contributi

- Organizzazione e gestione dell'evento (hotel, logistica, aule, cena sociale ecc.)
- Interviste qualitative ai manager coinvolti e coordinamento del team di ricerca
- Presentazione dei risultati della ricerca durante l'incontro in plenaria

Socio AIDEA
 Socio SINERGIE
 Socio Sima
 Socio SIMktg

Chair al convegno internazionale EISIC (Excellence in Services) dal 2016

Partecipazione a Convegni Nazionali e Internazionali

Excellence in Services, 22nd International Conference, ESICS conference Thessaloniki (Greece) 29 and 30 August 2019

XVI convegno annuale Società Italiana Marketing - Piacenza (24 25 Ottobre 2019)

Excellence in Services, 21st International Conference, ESICS conference Paris august 2018

XIV convegno annuale Società Italiana Marketing – Bergamo (26 27 Ottobre 2017)

“Management in a digital world: decisions, production, communication” 28° convegno Sinergie 9-10 Giugno 2016 Udine

XIII convegno annuale Società Italiana Marketing - Cassino (20 21 ottobre 2016)

“Excellence in services” 19 th TOULON – VERONA CONFERENCE Huelva 5-6 september 2015

“Heritage, Management e Impresa: quali sinergie” Sinergie XXVII convegno annuale. Termoli 9-10 luglio 2015

XII convegno annuale Società Italiana Marketing - Torino (22 23 Ottobre 2015)

17 th Toulon – Verona conference Liverpool August 28th and 29th 2014

XI convegno annuale Società Italiana Marketing Modena (18 19 Settembre 2014)

16 th Toulon – Verona conference Ljubljana (Slovenia) August 30th and 31° 2013

X convegno annuale Società Italiana Marketing - Milano Bicocca (3 4 Ottobre 2013)

IX convegno annuale Società Italiana Marketing - Benevento (20 21 Settembre 2012)

14th Toulon-Verona Conference “Organizational Excellence in Services”, Alicante, Spain, 1-3 september 2011.

Sinergie – Euprera congress. Milan, 10th-11th November 2011.

VIII convegno annuale Società Italiana Marketing - Roma (22 23 Settembre 2011)

VII convegno annuale Società Italiana Marketing - Ancona (23 24 Settembre 2010)

M.M.A. Marketing management association 2010 annual conference Chicago (U.S.A) 22-24 marzo 2010

Università degli studi di Bergamo 15 Aprile 2010 Workshop “Il commercio elettronico di successo: Mediaworld e l’elettronica di consumo on line” relatore insieme a Prof. Alberto Marino, Prof.ssa Daniela Andreini, Dr. Pierluigi Bernasconi, Ing. Maurizio Motta.

VI convegno annuale Società Italiana Marketing - Firenze (6 7 Novembre 2009)

13th Toulon-Verona Conference Università di Coimbra (P) 13th Toulon-Verona Conference “Organizational Excellence in Services”, Coimbra, Portugal, 2-4 settembre 2010

M.M.A. Marketing management association 2009 annual conference Chicago (U.S.A)18-20 marzo 2009

QMOD Conference Verona 27-28-29 Agosto 2009 Managing complexity and change in a network world

Convegno “Quality in services” 11 th Toulon-Verona conference Firenze, 4-5 settembre 2008

V convegno annuale Società Italiana Marketing - Milano Università Cattolica (20 21 Settembre 2008)

Convegno ADM Associazione italiana direttori marketing – Brescia - 15 Novembre 2008

Aidea giovani work – shop “Cambiamento, ristrutturazione, competitività e crescita”
Università degli studi di Bergamo, 5 dicembre 2008
Discussant sui paper dei dott. Fabio Cassia e Francesca Magno

“La comunicazione interna: casi concreti dal mondo della formazione”
Università degli Studi di Bergamo, 29 maggio 2008
Relatore insieme a Prof. Alberto Marino

IV convegno annuale Società Italiana Marketing - Roma (5 6 Ottobre 2007)

“Gli strumenti di marketing e comunicazione al servizio della comunicazione Interna”
Università degli Studi di Bergamo 20 Marzo 2007
Relatore insieme a Prof. Alberto Marino e Prof. Renato Fiocca

Convegno: “Quality in services” 10th Toulon – Verona conference Salonicco 3-4 settembre 2007

III convegno annuale Società Italiana Marketing - Parma (24 25 Novembre 2006)

“Turismo in Alta Val Camonica: Turismo = Occupazione = ...”

Ponte di Legno - Temù (BS) 17 Settembre organizzato dalla Comunità Montana e Adamello Ski.

Convegno ADM Associazione italiana direttori marketing - Brescia 19 ottobre 2005

Il convegno annuale Società Italiana Marketing - Trieste (23 Dicembre 2005)

Convegno Lince Linea di Confine” “Credit Management e strategie di marketing in un’economia in profonda trasformazione” con prof. Alberto Marino, prof. Domenico Piatti.
Bergamo 7 aprile 2005

3. RELAZIONI COL TERRITORIO E TERZA MISSIONE

3.1 Valorizzazione e stimolo all’imprenditorialità

Dal 2012 membro della faculty e docente di marketing e marketing internazionale nel corso “Go.In Basic”: Imprenditorialità e Innovazione per l’internazionalizzazione delle MPMI che “intende fornire strumenti efficaci per operare a livello internazionale promuovendo l’innovazione e rafforzando lo spirito imprenditoriale”.

Il corso è finanziato dalla Camera di Commercio di Bergamo e realizzato in collaborazione con il sistema associativo territoriale e il supporto tecnico scientifico dell’Università di Bergamo e in particolare con la Scuola di Alta Formazione e dal Centro per la nuova imprenditorialità CYFE (Center for Young and Family Enterprise).

3.2 Attività rilevanti per gli stakeholder

3.2.1 Orientamento

Dal 1.12 2020 ad Aprile 2022 responsabile dell’orientamento del DIPSA insieme alla prof.ssa G. Galizzi e dal novembre 2020 membro della commissione Orientamento, Tirocini e Placement dell’Ateneo.

A partire dal 1990 gestione di presentazioni nelle scuole superiori sulle opportunità di lavoro create dalla facoltà di Economia per conto di Confindustria Bergamo (coordinato dalla dr.ssa Elena Romelli). Lo stesso negli anni a seguire per la Facoltà ora Dipartimento ogni volta che mi è stata fatta richiesta dai responsabili dell’orientamento.

Partecipazione in presenza e on line a open day della Facoltà ora dipartimento di Scienze aziendali (Dipsa)

3.3 Integrazione con il mercato del lavoro

Ricerca di stages a studenti e corsisti di Master e corsi di perfezionamento

Sin dall'inizio della attività accademica e in particolare dal 1998 con la creazione del primo corso post laurea in marketing Internazionale, gestione delle relazioni con le Aziende del territorio al fine di procurare gli stages per gli studenti dei corsi ideati e diretti. Attività continuativa in particolare dal AA 2004/05 a oggi per la ricerca di oltre 200 stages per gli allievi del master: "Marketing Management per l'Impresa Internazionale" giunto alla XVIIma edizione consecutiva. Lo stesso per studenti e laureati dei corsi di laurea triennale e magistrale.

3.4 Divulgazione culturale e public engagement

3.4.1 Convegni a seguito di attività di ricerca

15 Maggio 2018 (Università di Bergamo sede di via Pignolo aula 1)

Presentazione della ricerca: "Il Valore creato dall'Università degli studi di Bergamo" realizzata senza scopo di lucro con alcuni corsisti del master MMII alla presenza del Rettore, di giornalisti, studenti, laureati, manager di aziende.

18 novembre 2015 (Università di Bergamo aula Galeotti)

Organizzatore e relatore del convegno: "China Insight 2: gli investimenti cinesi in Italia" testimonianze e riflessioni su come affrontare il più grande mercato del mondo . Presenti studenti , imprenditori, manager di aziende interessate o già presenti sul mercato cinese

29 ottobre 2014 (Università di Bergamo aula Galeotti)

Organizzatore e relatore del convegno: "China Insight" testimonianze e riflessioni su come affrontare il più grande mercato del mondo. Presenti studenti, imprenditori, manager di aziende interessate o già presenti sul mercato cinese.

8 Giugno 2013 (Università degli Studi di Bergamo aula 15)

Organizzatore e relatore del convegno: "Emergenza accoglienza: gli effetti imprevisti della crisi in Bergamasca" il convegno ha voluto portare a conoscenza dell'opinione pubblica i problemi legati all'emergenza accoglienza in particolare legata a: persone separate, disoccupate, con dipendenza da gioco d'azzardo e altro che non hanno dove dormire e di che cibarsi.

1 marzo 2008 (Cemmo di Capo di Ponte - BS) Convegno Fondazione Annunciata Cocchetti Dopo avere effettuato con la dr.ssa Francesca Buzzi una ricerca, senza scopo di lucro, sugli effetti della formazione finanziata dal FSE, nel 2008 abbiamo presentato i risultati al convegno: " Prospettiva europea e formazione: l'esperienza della Fondazione Annunciata Cocchetti" alla presenza di politici, imprenditori, aziende, ex corsisti.

Dall'AA 2006/07 al 2019/20 (Università di Bergamo aula Galeotti) organizzazione per i corsisti del master MMII, quelli del Master dell'università di Giessen e per gli studenti della laurea magistrale in inglese IMEF, di un workshop annuale in inglese su : "*International Business Management and Marketing Strategy*"

Relatori (tra gli altri) nel corso degli anni: Massimo Von Wunster (Heineken), Giada Zambelli (Panestetic) Stefano Dozio (Italia Zuccheri) Giuseppe De Beni (Italgen) , Nicola Rizzo (E-Lab Italcementi), Giovanna Ricuperati (Multi), Ambrogio Caccia Dominoni , Elena Glazirina, Tania Bettinelli (Tesmec), Umberto Simonelli (Brembo), Enrico Farina (F.lli Beretta), Andrea Montagna, Veronica Sguera (Bonduelle)

Attività sospesa a causa della pandemia Covid 19 nell' AA 2020/21 e ripresa nel I 2022

4. ATTIVITA' DI SERVIZIO

4.1 Ruoli di responsabilità di strutture universitarie (direzione di corsi)

AA 2013/14 Co-ideatore (con dr. Cesare Maffei e dr. Andrea Raciti) e direttore del Master di secondo livello "il farmacista e i prodotti omeopatici: strategie di marketing" (I,II,III,IV edizione) primo e unico in Italia.

AA 2014/2015 Co-ideatore e condirettore (con Prof. Matteo Kalchschmidt) del Master di primo livello: "Management, Banking, Contesto & Tendenze nello scenario della complessità" realizzato per UBI Banca e rivolto a Talenti e Alti Potenziali (primo corso master progettato e venduto da S.d.M. ad un'azienda privata) .

AA 2007/08 e AA 2005/06 Direttore del corso di perfezionamento "Marketing e cultura manageriale per le relazioni commerciali Italo cinesi". Corso tenuto in lingua inglese (250 ore di lezione e 250 di stage) e rivolto a 10 laureati italiani e 15 cinesi realizzato dall'Università degli studi di Bergamo in collaborazione con Pro Universitate Bergomensis, Fondazione Cariplo, S.d.M. e I.C.E.

Da A.A. 2004/05 a oggi ideatore e direttore (condirettore con il Prof. Francesco Arcucci per i primi 3 anni) del corso Master di primo livello "Marketing Management per l'impresa internazionale". Master giunto alla XVIIma edizione continuativa e accreditato SIMKtg (Società Italiana Marketing)

AA 2003/04 e AA 2002/03: Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario "Marketing Management per l'impresa internazionale" – 1.a e 2.a edizione" della durata di 400 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo.

AA 1999/2000 e AA 1998/99: Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario "Marketing dei Servizi Bancari ed Assicurativi – 1-a e 2.a edizione" della durata di 900 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo/Ministero del Lavoro.

AA 1999/2000: Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario in "Marketing e Gestione delle Imprese Turistico-Alberghiere" della durata di 900 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo/Ministero del Lavoro.

AA 1997/98 Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario: "Esperti in Management e Marketing Internazionale", della durata di 80 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo nel quadro della legge regionale 12.12.94 n.42.

4.2 Ruoli di responsabilità di strutture universitarie (direzione scuola di management)

Dal 1 gennaio 2013 al 30 marzo 2016, Direttore del centro d'Ateneo S.d.M. Scuola di Management dell'Università degli Studi di Bergamo. S.d.M. che progetta e eroga tutti i Master e Corsi di Perfezionamento così come tutte le attività sull'esterno: corsi aziendali, interaziendali, individuali dell'Università.

Ho costituito la Giunta della Scuola con un team di colleghi afferenti ai diversi dipartimenti favorendo la multidisciplinarietà, impostato la missione, la visione, l'analisi delle forze in campo e la definizione delle linee strategiche e gestito nei 3 anni e 3 mesi a seguire lo sviluppo delle attività della stessa.

Dall'aprile del 2016 a oggi membro della giunta di S.d.M.

Dall' 11 Luglio 2022 a oggi Direttore Vicario della S.d.M.

Dal 2004 a oggi responsabile per l'Università degli studi di Bergamo degli scambi di professori e studenti dell'università del Missouri (USA), S.B.P. Summer Business Program. L'attività consiste nella gestione e mantenimento delle relazioni con l'università americana, il coordinamento della didattica (metodologie, programmi, visite aziendali e di testimonial, formando 6 classi miste di studenti USA - ITA ed Erasmus) di 3 docenti Americani e 3 Italiani, 60/80 studenti USA e 60/80 studenti ITA ed Erasmus: oltre 2.000 studenti formati dall'inizio della collaborazione con l'università americana.

4.3 Ruoli di responsabilità di sezioni commissioni e comitati

Dal 26 aprile 2016 al 30 settembre 2021 Delegato dal Rettore per l'attività di Identità e Immagine (Branding & Identity) dell'Ateneo.

L'attività ha avuto inizio con l'impostazione del piano presentato al Rettore con riflessioni, idee, passi da compiere e timing e si è concretizzata, tra le varie attività, in particolare:

- nella nuova impostazione istituzionale della grafica della didattica adottata sia da tutti i corsi dei Dipartimenti dell'Ateneo e della S.d.M. che dai colleghi in occasione di convegni e congressi. Definizione di: nuovo template, presentazione, norme e istruzioni per l'utilizzo e assistenza ai colleghi.
- nell'impostazione e coordinamento di una ricerca sul valore creato dall'Università. La ricerca è stata realizzata attraverso la raccolta di 4.181 questionari a laureati, genitori, aziende, amministrazioni pubbliche, docenti esaminati ed elaborati. Il lavoro concluso e consegnato al Rettore e presentato al pubblico il 15 Maggio 2018.
- in proposte per aumentare il senso di appartenenza e "pride" nei confronti dell'università attraverso il coinvolgimento di laureati che hanno avuto successo e risultati importanti nella vita professionale.

Dal 1 aprile 2016 a oggi Membro di Giunta e dal 11 Luglio 2022 Direttore Vicario del centro d'Ateneo S.d.M. Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo.

4.4 Partecipazione alle attività di strutture Universitarie, sezioni commissioni e comitati

Membro della commissione Orientamento, Tirocini e Placement di Ateneo (unibg) dal Novembre 2020.

4.5 Ulteriori Attività in ambito internazionale svolte per la facoltà di Economia ora Dipartimento di Scienze Aziendali (DIPSA)

2009 University of Missouri (USA) missione in USA dal 16 al 18 Marzo con un gruppo di studenti del master di primo livello "Marketing Management per l'impresa Internazionale".

2008 University of Missouri (USA) missione dal 22 al 30 ottobre.

2007 University of Missouri (USA) missione dal 10 al 17 Marzo con un gruppo di studenti del master di primo livello "Marketing Management per l'impresa Internazionale".

Dall'anno 2005 (tuttora in atto) Collaborazione continuativa con il Prof. Jan Freidank direttore del master MBA FH Giessen – Friedberg per il coordinamento dei rispettivi master con lezioni in inglese, visite aziendali, workshop sia in Italia che in Germania

Nel 2005 missione in USA presso l'Università Columbia in Missouri dal 4 all' 11 novembre per la definizione dei programmi di scambi di studenti e professori.

Dall'anno 2002: Collaborazione continuativa con il Prof. Charles Franz (Missouri University U.S.A.) per l'impostazione dell'attività didattica congiunta del SBP Summer Business Program che prevede l'erogazione a Bergamo di corsi in lingua inglese che coinvolgono professori e studenti italiani e americani.

1997: da 1 al 7 novembre presso la Saint Joseph's University di Philadelphia (USA) e partecipazione al meeting "Delight the Customer" con il Prof. Richard J.George.

Dal 1996 al 1999 Metropolitan University of Leeds (UK) Collaborazione con il Prof. Martyn Robertson nel progetto internazionale sulla previsione degli scenari futuri denominato "Global Vision 2020.

Dall'anno 1990: Tutor di diversi studenti Erasmus;

1989: Collaborazione con il Prof. Marcus Schmidt (Università di Sondeborg – Norvegia) per la creazione di un caso di Marketing paneuropeo nel settore informatico;

1988: Partecipazione al meeting tra docenti marketing svoltosi a Caen Le Havre (F);

Esperienze lavorative in Italia oltre a quelle accademiche

Credito Bergamasco S.p.A. (Bergamo) (Banca) 1981 - 1984: due anni, presso una filiale e due anni all'ufficio estero merci (Import/Export);

Vestro S.p.A. (Madone BG) 1985 – 1988 (Vendita per corrispondenza): tre anni, come assistente al Direttore Commerciale e responsabile del coordinamento documenti merce (cataloghi);

Zerowatt S.p.A. (Alzano Lombardo BG) (Elettrodomestici) 1988: Responsabile Marketing;

Jack Set S.p.A. (Albino BG) (Abbigliamento) 1989: un anno in qualità di Direttore Marketing;

Consulente nelle aree della Formazione e il Marketing dal 1990 al 2005

Esperienze lavorative all'estero oltre a quelle accademiche

Philadelphia (USA), First Pennsylvania Bank: (3.10 .1984 - 23.12.1984)

Stage operative presso l'ufficio Marketing approfondendo le aree: Product Management, Advertising, Marketing Research, Marketing of Investment & Trust.

Lille (F), La Redoute Catalogue: (aprile 1988)

Amsterdam (NL), Stage sul Marketing degli "unbranded products" (1988).

Altri incarichi/informazioni

Consigliere d'Amministrazione della Cooperativa Legler di Presezzo (BG) dal 1999 al 2005.

Membro del Consiglio direttivo del terziario avanzato presso l'Unione degli Industriali di Bergamo dal 1994 e Vice Presidente dal 1999 al 2003.

Membro Rotary Club Bergamo Città Alta dal giugno 2001, presidente nell'anno 2012 - 2013.

Gioco a Rugby negli OLD della Rugby Bergamo 1950 dal 2006.

Autorizzo il trattamento dei presenti dati personali ai sensi della legge vigente.

Mauro Cavallone



Bergamo, Luglio 2022