



## **CURRICULUM ATTIVITÀ DIDATTICA E SCIENTIFICA**

di **ALBERTO PASTORE**

[alberto.pastore@uniroma1.it](mailto:alberto.pastore@uniroma1.it)

### **ATTUALE POSIZIONE ACCADEMICA**

- Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, (SECS-P/08) – dal 2001
- Direttore del *Master Universitario in Marketing Management (MUMM)*, Dipartimento di Management, Facoltà di Economia, Sapienza Università di Roma.
- Presidente e fondatore della Società Italiana di Management, società scientifica dei docenti di Economia e gestione delle imprese.
- Membro del Consiglio Direttivo dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale

### **ATTUALI INCARICHI DIDATTICI**

- Corso di Strategic Management (9 CFU), Laurea Magistrale in Management delle imprese (Business management), Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma.
- Corso di Marketing (9 CFU), Laurea in Scienze Aziendali, Facoltà di Economia, Sapienza Università di Roma
- Corso di Economia a gestione delle imprese commerciali (5 CFU), Laurea Triennale in Economia, Finanza e Diritto per la Gestione d'Impresa, Facoltà di Economia, Sapienza Università di Roma.
- Corso di Ricerche di marketing (5 CFU), Laurea Triennale in Economia, Finanza e Diritto per la Gestione d'Impresa, Facoltà di Economia, Sapienza Università di Roma.
- Coordinatore aree didattiche “Business Administration” e “Product offering management”, Master MUMM.

### **AREE DI RICERCA PREVALENTI**

- Strategie d'Impresa
- Marketing Management
- Comunicazione di Marketing
- Retail & Trade Marketing



- E-marketing
- Sustainable Marketing
- Counterfeiting

## FORMAZIONE

- 1987 Dottore Commercialista, abilitazione alla professione.
- 1985 Laurea in Economia e Commercio, Sapienza Università di Roma, votazione: 110/110 e lode.

## PRECEDENTI POSIZIONI ACCADEMICHE

- 2010-2013 Direttore del Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma
- 2007-2012 Membro del Consiglio Direttivo della Società Italiana di Marketing.
- 2010-2011 Docente a Contratto di “Strategie di Comunicazione”, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- 2001-2005 Professore a Contratto di “Economia e Tecnica della Pubblicità”, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- 2003-2009 Coordinatore del Dottorato di ricerca in “Economia e Finanza nel Governo dell’Impresa”, Sapienza, Università di Roma, Facoltà di Economia, Dipartimento di Scienze della Gestione d’Impresa.
- 1999-2009 Membro della Giunta direttiva del Dipartimento di Scienze della Gestione d’Impresa, Sapienza, Università di Roma.
- 2005-2008 Professore a Contratto di “Marketing Management”, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- 2002-2007 Coordinatore del *Master Universitario in Marketing Management (MUMM)*, Sapienza, Università di Roma, Facoltà di Economia, Dipartimento di Scienze della Gestione d’Impresa.
- 1999-2001 Professore Associato (II fascia), Sapienza, Università di Roma, sede di Latina. Corsi di “Economia e gestione delle imprese”, “Management” e “Marketing”.
- 1998-1999 Professore a Contratto, Università degli Studi della Tuscia. Corso di “Economia e Gestione delle Imprese Commerciali”.
- 1997-1998 Ricercatore di Economia e Gestione delle Imprese, Istituto di Economia e Tecnica delle Imprese Industriali Commerciali e di Pubblica Utilità, Sapienza, Università di Roma.



- 1996-1997 Professore a Contratto, Università degli Studi di Macerata. Corso di “Economia e Gestione delle Imprese”.
- 1993-1994 Professore a Contratto, Università degli Studi di Macerata. Corso di “Marketing Internazionale”.

## PUBBLICAZIONI

123 pubblicazioni scientifiche\_

- 9 monografie
- 3 curatele
- 45 articoli su riviste scientifiche
- 28 contributi in volume
- 38 pubblicazioni su atti di convegno

Numero citazioni 1.135

H-index: 17

Inoltre, un cinquantina di ulteriori contributi accademici e divulgativi

- 30 altre comunicazioni a convegno
- 20 altre pubblicazioni divulgative

## Monografie

1. J. Dyer, P. Godfrey, R. Jensen, D. Bryce, A. Pastore (2018), “Strategic Management”, ISEDI, Milano
2. A. Mattiacci, A. Pastore (2014), “Marketing. Il management orientato al mercato”, HOEPLI, Milano.
3. Pastore, A. e Vernuccio, M. (2009). *La distribuzione dei farmaci PHT. Un focus sulla Regione Lazio*. Aracne, Roma.
4. Pastore, A. e Vernuccio, M. (2008). *Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management*, APOGEO.
5. Pastore, A. (2008). *Gli scenari di sviluppo del grocery e dei rapporti tra industria e distribuzione. Quali prospettive per le medie imprese italiane?* Franco Angeli, Milano.
6. Pastore, A. e Vernuccio, M. (2006). *Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management*, APOGEO.
7. Pastore, A. e Vernuccio, M. (2004). *Marketing innovazione e tecnologie digitali. Una lettura in ottica sistemica*. CEDAM, Padova.



8. Pastore, A. (1996). *I nuovi rapporti tra industria e distribuzione. Le aree e gli strumenti per la partnership CEDAM*, Padova.
9. Pastore, A. (1995). *La gestione per attività. Activity Based Costing e Activity Based Management: principi e applicazioni*. CEDAM, Padova.

### Curatele

1. Pastore, A. e Vernuccio, M. a cura di (2010). *L'impresa farmacia. Evoluzione del contesto e dinamiche reddituali*. Aracne, Roma.
2. Pastore, A. (2008) (edizione italiana a cura di). *Made-in*. Jaffe, E. D. e Nebenzahal, D. Baldini Castoldi e Dalai Editore, Milano.
3. Pastore, A., a cura di, (2006) *Casi di Marketing. Vol. 2.*, Franco Angeli, Milano.

### Articoli su rivista

1. Chaudry P. Cesareo L. Pastore A. (2019) "Resolving the Jeopardies of Consumer Demand: Revisiting Demarketing Concepts", Business Horizons (forthcoming).
2. Santoro G., Vrontis D., Pastore A. (2017) "External knowledge sourcing and new product development: Evidence from the Italian food and beverage industry", British Food Journal,
3. Bertoldi B., Giachino C., Pastore A. (2016) "Strategic pricing management in the omnichannel era."  *Mercati & Competitività*, n.
4. Pastore, A., Cesaroni, F. & Cesareo, L.. Counterfeiting and Culture: Consumer Attitudes towards Counterfeit Products. *Journal of Marketing Trends*.
5. Vernuccio M., Pagani M., Barbarossa C., Pastore A., (2015), "Antecedents of brand love in online network-based communities. A social identity perspective". *Journal of product and brand management*, n° 24, 7.
6. Cesareo, L., Pastore, A. & Ugolini, G. (2015). "Pirate or Subscriber? An exploratory study on Italian consumers' music habits". *Sinergie Italian Journal of Management*, 96 (33), 155-173.
7. J. Hornik, R. S. Satchi, L. Cesareo, A. Pastore, (2015), "Information dissemination via electronic word-of-mouth: Good news travels fast, bad news travels faster!" *Computers in Human Behavior*, 45.
8. S. Gilboa, E. D. Jaffe, D. Vianelli, A. Pastore, R. Herstein, (2015), "2A summated rating scale for measuring city image", *Cities*, 44.
9. L. Cesareo, A. Pastore, (2015), "2Consumers' attitude and behavior towards online music piracy and subscription-based services", *Journal of Consumer*



Marketing, 6.

10. C. Barbarossa, A. Pastore (2015), "Why environmentally conscious consumers do not purchase green products: a cognitive mapping approach". *Qualitative Market Research: An International Journal*.
11. Vernuccio M., Latorre A., Pastore A., (2014), "Le imprese e il social commerce: opportunità e sfide manageriali",  *Mercati e competitività*.
12. A. Pastore, L. Cesareo, (2013), "No al falso! Un'indagine esplorativa sulle strategie anti-contraffazione delle imprese di marca",  *Mercati e Competitività*.
13. A. Pastore, A. Giraldi (2012), "Destination personality: sources and dimensions. The case of Rome",  *Finanza Marketing e Produzione*, n° 4.
14. Pastore, A. (2012). "La mobilità nel rispetto dell'ambiente. Il ruolo del marketing".  *Mercati e competitività*, n° 2.
15. Pastore, A. e Barbarossa, C. (2012). "Green purchasing behaviour: an exploration of values held by subjectivist consumers".  *Mercati e competitività*, n° 1.
16. Vernuccio, M. Ceccotti, F. e Pastore, A. (2012). "L'innovazione nella comunicazione di marketing secondo gli attori del network. Una lettura con le mappe cognitive".  *Sinergie*.
17. Pastore, A. e Barbarossa C. (2010) "La gestione strategica dell'architettura di marca nei settori convergenti technology driven".  *Sinergie*, n° 82.
18. Pastore, A. (2009). "Market driven management nell'economia digitale".  *Mercati e Competitività*, n° 1.
19. Pastore, A., Cecconi, V. e Fornari E. (2007). "Sviluppo e riposizionamento della marca commerciale".  *Finanza, Marketing e Produzione*, n° 2.
20. Pastore, A. e Vernuccio, M. (2004). "Il packaging nel processo di consumo. Prospettive di analisi tra marketing e semiotica".  *Finanza Marketing e Produzione*, n° 3.
21. Pastore, A. e Petrocelli, M. (2004). "Approccio alle competenze nel governo dell'impresa. Un modello teorico applicativo".  *Esperienze d'impresa*, n° 1.
22. Pastore, A. e Lumaca, C. (2004). "I sistemi di governo strategico nel quadro di evoluzione della pubblica amministrazione: alcune riflessioni".  *Economia e diritto del terziario*, n° 3.
23. Pastore, A., Ricotta, F. e Vernuccio, M. (2002). "Lo start-up del processo di marketing turistico e territoriale nella Valle dell'Aniene".  *Esperienze d'impresa*.
24. Pastore, A. e Vernuccio, M. (2002). "Comunicazione di marketing e new media. L'internet advertising2".  *Industria & Distribuzione*, n° 2.
25. Pastore, A., Pellegrini, L. e Ravazzoni, R. (2001). "La dimensione settoriale dell'innovazione. La distribuzione commerciale".  *Sinergie*, n° 55.
26. Pastore, A. e Monina, V. (2001). "Cost management e creazione del valore



- per il cliente". *Amministrazione & Finanza*, n° 19.
27. Pastore, A. e Monina, V. (2000). "Contabilità analitica e decisioni strategiche. Il caso di una azienda della Grande Distribuzione Organizzata". *Amministrazione & Finanza*, n° 13.
28. Cuomo, G., Pastore, A. e Vernuccio, M. (2000). "Internet marketing e comunità virtuali". *Industria e Distribuzione*, n° 3.
29. Pastore, A. e Vagnani, G. (2000). "Ruolo e prospettive dell'E-Commerce nella evoluzione dei sistemi distributivi". *Industria & Distribuzione*, n° 1.
30. Pastore, A., Sanguigni, V. e Papavero, A. (2000). "Product costing: modelli a confronto. Il caso Sigma Tau". *Amministrazione & Finanza*, n° 10.
31. Pastore, A. e Golinelli, C. (2000). "Il category management quale strumento di collaborazione nel marketing integrato. Un caso di studio". *Economia e Commercio*, n° 1.
32. Pastore, A. e Massaroni, E. (1999). "Le relazioni dell'impresa con il mercato di fornitura e di vendita. Verso un approccio sistemico", *Esperienze d'impresa*, n° 2.
33. Pastore, A. e Golinelli, C. (1999). "La gestione dei processi nel governo dell'impresa". *Sinergie*, n° 50.
34. Pastore, A. (1998). "La logistica dell'impresa commerciale. Verso la gestione integrata della supply chain". *Sinergie*, n° 47.
35. Pastore, A. (1998). "Le nuove sfide nei mercati distributivi". *Sinergie*, n° 46.
36. Pastore, A. (1998). "Category management; l'impatto sui processi di pianificazione e controllo e sui sistemi informativi delle imprese commerciali". *Commercio*, n° 61.
37. Pastore, A. e Massaroni, E. (1998). "La Riprogettazione del processo logistico". *Esperienze d'impresa*, n° 1.
38. Pastore, A. (1997). "La marca commerciale nelle strategie dei distributori e nelle relazioni verticali". *Esperienze d'impresa*, n° 2.
39. Pastore, A. (1997). "Activity Based Budgeting: un ponte tra pianificazione strategica e pianificazione operativa". *Amministrazione e finanza*, n° 4.
40. Pastore, A. e Piraino, S. (1995). "Il marketing mix dei trasferimenti internazionali di tecnologia". *Economia e Commercio*, n° 3.
41. Pastore, A. (1995). "L' Electronic Data Interchange: strumento per l'integrazione di canale nei rapporti industria – distribuzione". *Trade Marketing*, n° 15.
42. Pastore, A. (1994). "I trasferimenti internazionali di tecnologia: aspetti critici e misure di performance". *Esperienze d' impresa*, n° 2.
43. Golinelli, G.M e Pastore, A., (1994). "Make or Buy? Il valore aggiunto del modello ABC-ABM". *Esperienze d' Impresa*, n° 1 e *Economia e Commercio*, n° 3.



44. Pastore, A. (1994). "Activity Based Costing e Activity Based Management nel processo di commercializzazione". *Sinergie*, n° 34.
45. Pastore, A. (1992). "Il ruolo delle nuove tecnologie informative nella trasformazione della fisionomia del settore grocery". *Trade Marketing*, n° 6.

### Saggi in volumi

1. Pastore A. Morcellini S. (2018) "Chakra Marketing", in Scritti seri e semiseri in onore di C. Bacarani", Giappichelli.
2. Pastore A., (2017) "Non c'è più il Demarketng di una volta" in Mattiacci A., Ceccotti F. (a cura di), Non esiste più il marketing di una volta, Cedam, ISBN 978-8813362201.
3. Cesareo L., Williams P., Pastore A., (2017) "Counterfeiting luxury goods" in Handbook of Research on Counterfeiting and Illicit Trade, 18 (5), 193, Edvard Elgar Publishing.
4. A. Pastore, L. Cesareo (2016), "Fashion firms and counterfeiting: causes and actions" in "Italy in a European context", a cura di D. Strangio e G. Sancetta, Palgrave MacMillan, page 105-123. ISBN: 978-1-137-56076-6
5. A. Pastore (2015), "Competitività e relazioni di filiera. Introduzione" in Casi di Marketing Vol. 11, a cura di C. Barbarossa, Franco Angeli, Milano.
6. Cesareo, L. & Pastore, A. (2014), "Il fenomeno della contraffazione nella prospettiva del management. Verso un sistema per la brand protection" in "Oltre i confini. Studi in onore di Giuseppe Burgio", a cura di R. Cagiano de Azevedo, C. Cecchi, A. Magistro, G. Milanetti, G. Sancetta, D. Strangio. Sapienza Universitaria Editrice. ISBN: 978-88-98533-44-2.
7. Cesareo, L. & Pastore, A. (2014), "Acting on Luxury Counterfeiting", in Reinecke, S., Berghaus, B. & Mueller-Stewens, G. The Management of Luxury. Kogan Page, 341-359.
8. A. Pastore (2013), "Crisi economica, legislazione commerciale e competitività dei sistemi distributivi" in IX Rapporto sulla legislazione commerciale, ANCD Conad, Agra editore, Roma.
9. A. Pastore (2012), "Le medie imprese nella trasformazione ed internazionalizzazione dei sistemi distributivi. Quali strategie nello scenario che cambia?", in "Le piccole e medie imprese nell'economia italiana. Rapporto 2011", a cura dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Franco Angeli, Milano.
10. A. Pastore (2012), "I consumer trend post crisi nella distribuzione moderna", "



- in Casi di Marketing Vol. 8, a cura di E. Bonetti, Franco Angeli, Milano.
- 11.A. Pastore, F. Ricotta, A. Giraldi (2011), "Innovare l'offerta attraverso le caratteristiche estrinseche. Il ruolo del country of origin", in "Creatività, innovazione e territorio" a cura di L. Pilotti, Il Mulino, Bologna.
  - 12.A. Pastore (2011), "Il digital marketing. Nuove prospettive tra reale e virtuale", in Casi di Marketing Vol. 7, a cura di C. A. Pratesi, Franco Angeli, Milano.
  - 13.A. Pastore (2010), "Crisi e marketing. Problemi e opportunità", in Casi di Marketing Vol. 6, a cura di F. Ceccotti, Franco Angeli, Milano.
  - 14.A. Pastore (2009), "Il global branding", in Casi di Marketing Vol. 5, a cura di M. Vernuccio, Franco Angeli, Milano.
  - 15.A. Pastore (2009), "Il ruolo economico della distribuzione e le funzioni distributive", in A.A.V.V. (Eds.), Marketing, Sole 24 Ore editore, Milano.
  - 16.A. Pastore (2009), "Le decisioni di politica distributiva", in A.A.V.V. (Eds.), Marketing, Sole 24 Ore editore, Milano.
  - 17.A. Pastore (2009), "La struttura dei canali distributivi", in A.A.V.V. (Eds.), Marketing, Sole 24 Ore editore, Milano.
  - 18.A. Pastore (2008), "Il marketing nell'era della convergenza", in Casi di Marketing Vol. 4, a cura di G. Iasevoli, Franco Angeli, Milano.
  - 19.G. Golinelli, A. Pastore, G. Vagnani, (2007), "I rapporti tra sistema istituzionale e sistema impresa nella creazione dei mercati dei permessi di emissione", in "Liberalizzazioni, impresa pubblica, impresa d'interesse generale nell'Unione Europea", a cura di R. Cafferata, Il Mulino, Bologna.
  - 20.A. Pastore, E. Bonetti (2006), "Il brand management del territorio", in "Le marche collettive per il territorio e i cluster di imprese". Modelli casi e strategie di sviluppo competitivo", Rapporto di ricerca Sinergie.
  - 21.A. Pastore, M. Trunfio, M. Liguori (2006), "Il marketing turistico: valenze concettuali e aspetti di governance", in "Le marche collettive per il territorio e i cluster di imprese". Modelli casi e strategie di sviluppo competitivo", Rapporto di ricerca Sinergie.
  - 22.A. Pastore (2004), "Le dinamiche evolutive della distribuzione in Italia. Il Ruolo delle PMI commerciali", di Alberto Pastore, in "Le piccole e medie imprese nell'Economia Italiana. Rapporto 2004", Unioncamere, Fondazione Istituto Guglielmo Tagliacarne, Franco Angeli, Milano.
  - 23.A. Pastore, S. Barile (2002), "Forme, caratteri e divenire sistemico dei rapporti



con la distribuzione ed il consumo”, in “Approccio sistemico e governo dell’impresa – parte III”, di G. Golinelli, CEDAM, Padova.

24. G. Cuomo, A. Pastore (2001), “A category management case history”, di Gennaro Cuomo e Alberto Pastore, in “Retail Product Management”, di Rosmary Varley, Routledge.
25. A. Pastore (1997), “Aspetti critici e fattori di successo di un trasferimento internazionale di tecnologia”, in “I trasferimenti internazionali di tecnologia: un modello decisionale per la piccola media impresa”, F. Angeli, Milano.
26. A. Pastore (1994), “L’analisi di contribuzione di prodotto nelle imprese commerciali (grocery)” in “Struttura e governo dell’impresa”, di G. M. Golinelli, CEDAM, Padova.
27. A. Pastore (1994), “La gestione per attività (Activity Based Costing e Activity Based Management): verso il superamento dell’approccio tradizionale di governo dell’impresa” in “Struttura e governo dell’impresa”, di G. M. Golinelli, CEDAM, Padova.
28. A. Pastore (1994), “I fattori chiave di successo per il trasferimento di tecnologia verso i paesi in via di sviluppo”, Paper nell’ambito del PFI del CNR “Servizi e strutture per l’internazionalizzazione delle imprese italiane e sviluppo delle esportazioni”, sottoprogetto 4.5.

### **Contributi pubblicati su Atti di Convegni**

1. Colurcio M., Edvardsson B., Carè S., Pastore A. (2018) “Smart Resource Integration”, in Opportunities for Services in a Challenging World, Proceedings of the 10th Servsig Conference, IESEG School of Management, June 14 – 16, Paris, France – ISBN 978-2-9516606-3-2
2. Caridà A., Edvardsson B., Pastore A., Colurcio M., (2018) “Technology enabled resource integration in service ecosystems” in IRSSM – 9, The 9th International Research Symposium in Service Management, University of Liubljana, July 23 – 28, Liubljana, Slovenia.
3. Colurcio M., Caridà A., Edvardsson B., Pastore A., (2018), Resource Integration to shape Dynamics Relationship in Technology-Enabled Service Ecosystem, Nordic Workshop on Relationship Dynamics – NoRD, September 19 – 21, Karlstad, Sweden.
4. Iannoni F., Pastore A., (2018) “Collusioni, processi decisionali e intelligenza artificiale”, Convegno Sinergie-SIMA 2018, 14-15 giugno, Venezia.
5. Rossi M.V., Vernuccio M., Pastore A., (2018) “I millennials italiani e le nuove in-store technologies. Un’indagine esplorativa nel fast fashion”, Convegno Sinergie-SIMA 2018, 14-15 giugno, Venezia.



6. Candelo E., Pastore A., (2015) “CSR activities and communication in the automotive industry. Benchmark and trends in main worldwide carmakers”. Atti dell’undicesimo Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Università degli Studi di Torino, Torino.
7. Cesareo L., Stöttinger B., Pastore A. (2015). “Real or Counterfeit? Drivers, deterrents and coping mechanism against online consumer deception” Association for Consumer Research, North American Conference, 1-4 October, New Orleans, USA.
8. Vernuccio, M., Cesareo, L., Michelini, L., Pastore, A. (2015). “Online and offline integration in marketing communication. Delving into the business perspective”. 44th European Marketing Academy Conference (EMAC) Conference, 26-29 May, Leuven, Belgium.
9. Vernuccio M., Pagani M., Barbarossa C., Pastore A., (2014), “The role of social-interactive engagement and social identity in the development of brand love through Facebook fan page”, Academy of Marketing Science, 21-23 May, Indianapolis, USA.
10. Vernuccio M., Pagani M., Barbarossa C., Pastore A., (2014), “The effects of social-interactive engagement and social identity on brand love in online network-based communities”, 43rd European Marketing Academy Conference, 3-6 June, Valencia, Spain.
11. Pastore A., Cesareo L. “The consumers’ choice: Illegal music downloads vs. subscription-based music services” in Atti del decimo Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Università di Modena.
12. Gilboa S., Vianelli D., Jaffe E., Pastore A., Hersteing R., (2014), “A Summated Rating Scale for Measuring City Image” in Atti del 11th International Congress on Marketing Trends, Venezia.
13. A. Pastore, L. Cesareo (2013), “Delving into the Counterfeiting Phenomenon: An Exploratory Analysis of Original Brands’ Perceptions and their Strategies against Fakes”, 42nd European Marketing Academy Conference, poster session, 4-7 June, Istanbul Technical University.
14. L. Cesareo, B. Stöttinger, A. Pastore (2013), “How to fight the online purchase of luxury counterfeit products: manufacturer insights and strategies”, in Atti della X Annual Conference of the Italian Marketing Academy, 3-4 October, Università degli Studi di Milano Bicocca, Milano.
15. A. Latorre, M. Vernuccio, A. Pastore (2013), “Social Commerce: managerial challenges and marketing opportunities. A qualitative study”, in Atti del 42nd European Marketing Academy Conference, Istanbul, Turchia.
16. A. Pastore, L. Cesareo (2012), “Lotta alla contraffazione! Un’analisi esplorativa su strategie, strumenti e azioni delle imprese di marca”, in Atti del Convegno annuale della Società Italiana di Marketing, Benevento.



17. A. Pastore, A. Giraldi (2012), "La brand personality dei luoghi di destinazione. Uno studio esplorativo sulla città di Roma", in Atti del Convegno annuale di Sinergie, Milano.
18. A. Pastore, C. Barbarossa (2011), "Why people do not buy environmentally friendly products? An exploratory approach", in Atti del 10th International Congress on Marketing Trends, Parigi.
19. A. Pastore, C. Barbarossa (2011), "Almost green. Exploring why environmentally minded consumers do not translate their intentions into purchase behavior", in Atti del 40th Conference of European Marketing Academy, Lubiana.
20. M. Vernuccio, F. Ceccotti, A. Pastore (2011), "L'innovazione nella comunicazione integrata di marketing. Un'indagine esplorativa sulle percezioni degli attori del network", in Atti del Convegno annuale di Sinergie, Milano.
21. A. Pastore, A. Giraldi (2010), "Etnocentrismo e consumer behavior. Uno studio sui consumatori italiani", in Atti del 9th International Congress on Marketing Trends, Venezia.
22. A. Pastore, C. Barbarossa (2009), "Brand architecture strategy nei settori convergenti technology driven" di Alberto Pastore e Camilla Barbarossa, VII Convegno annuale della Società italiana di marketing, Parma.
23. A. Pastore, C. Barbarossa (2009), "Sustainability, competitiveness and trends in brand management during economic downturn, in Atti della 7th International Scientific Conference of Megatrend University, Belgrado.
24. A. Pastore, V. Cecconi (2007), "Le logiche strategiche di valorizzazione del Country of Origin Effect", V Convegno annuale della Società italiana di marketing.
25. A. Pastore, E. Fornari, V. Cecconi (2006), "Le strategie di sviluppo e le politiche di gestione della marca commerciale", in Atti del 5th International Congress on Marketing Trends, Venezia.
26. A. Pastore, L. Proietti (2005), "Innovazione e sviluppo del prodotto nell'industria farmaceutica tra tecnologia, interpretazione della domanda e governo del rischio", in Atti del 4th International Congress on Marketing Trends, Parigi.
27. A. Pastore, M. Vernuccio (2003), "Il ruolo del packaging tra marketing e consumo. Una lettura degli insiemi percettivi e dei vettori valoriali", in Atti del 3rd International Congress on Marketing Trends, Venezia.
28. A. Pastore, F. Ricotta, M. Vernuccio (2002), "Il marketing per lo sviluppo turistico e territoriale. I progetti Rural Market Place e Rural Tourism Network nella X Comunità Montana dell'Aniene", in Atti del 2nd International Congress on Marketing Trends, Parigi.
29. G. Cuomo, A. Pastore, M. Vernuccio (2001), "Internet marketing e comunità



- virtuali”, in “La frontiera del commercio elettronico”, Atti del convegno della rivista Industria e distribuzione, APOGEO.
30. G. Golinelli, A. Pastore, E. Massaroni, M. Gatti, G. Vagnani, “Firm as a viable system: managing inter-organizational relationships”, in Atti del convegno 4th International Seminar on Technological Development in Industrial Networks” Sinergie, 2002.
31. A. Pastore, L. Pellegrini, R. Ravazzoni (2000), “La diffusione settoriale dell’innovazione. La distribuzione commerciale”, in “Scenari per l’innovazione nell’impresa”, dodicesimo convegno annuale di Sinergie, Napoli.
32. A. Pastore, M. Vernuccio (2000), “Internet marketing e comunità virtuali” in “La frontiera del Commercio elettronico”, I convegno annuale della Rivista Industria & Distribuzione, Parma.
33. G. Cuomo, A. Pastore (2000), “A category management application in the frozen food sector in Italy. The case Unilever-Sagit”, in Atti del 10th International Conference on Research in the Distributive Trades, University of Stirling.
34. A. Pastore (2000), “ABM and investment decisions”, in Atti dell’”International workshop on cost management”, Università “Cà Foscari” di Venezia.
35. A. Pastore (1999), “Commercio Elettronico e relazioni di canale”, in Atti del convegno annuale AIDEA “Le relazioni tra imprese nella dinamica competitiva”, Parma.
36. A. Pastore (1997), “New Distribution channels, retail competition and economic regional development”, in Atti del convegno “37° European Congress of the Regional Science Association”, Università Tor Vergata, Roma.
37. A. Pastore, E. Massaroni (1997), “Riprogettiamo la Logistica; gli interventi necessari per eccellere negli anni 2000”, in Atti del convegno SEI, Scuola di Amministrazione Aziendale, Torino.
38. A. Pastore (1995), “E.D.I.: a tool for integration in industry distribution relationships”, in Atti del “8th international conference on research in the distributive trades”, Università Bocconi.

## PROGETTI DI RICERCA

- 2013 Responsabile del progetto CERMES “La comunicazione integrata online offline. Le sfide per gli advertiser”
- 2012 Responsabile del Progetto di ricerca della Sapienza Università di Roma su “Destination brand personality: tratti, dimensioni e determinanti.
- 2011 Responsabile del progetto di ricerca “L’innovazione delle strategie di branding in rete”, Sapienza, Università di Roma.
- 2010 Responsabile del Progetto di Ricerca “Il ruolo del Country of origin



- effect nelle strategie competitive e nei processi di consumo. Un'indagine empirica in Italia.", Sapienza, Università di Roma.
- 2009 Responsabile del Progetto di Ricerca "Convergenza multimediale e brand architecture: un'analisi delle dinamiche evolutive nel settore delle TLC", Ateneo Federato di Scienze Umanistiche Giuridiche ed Economiche, Sapienza, Università di Roma.
  - 2008 Responsabile del Progetto di Ricerca "Le prospettive di sviluppo per le medie imprese nelle dinamiche evolutive del grocery", Ateneo Federato di Scienze Umanistiche Giuridiche ed Economiche, Sapienza, Università di Roma.
  - 2007 Responsabile del Progetto di Ricerca "Il country of origin effect: aspetti teorici e prospettive applicative per il Made in Italy", Ateneo Federato di Scienze Umanistiche Giuridiche ed Economiche, Sapienza, Università di Roma.
  - 2006 Responsabile del Progetto di Ricerca "Il governo della business identity", Facoltà di Economia, Sapienza, Università di Roma.
  - 2004-2006 Progetto di ricerca di interesse nazionale (PRIN): "Quale nuova impresa pubblica nell'Unione europea". Responsabile dell'Unità operativa dell'Università La Sapienza, Roma.  
2005
  - 2005 Responsabile del Progetto di Ricerca "Il ruolo delle PMI commerciali nelle dinamiche evolutive della distribuzione in Italia", Facoltà di Economia, Sapienza, Università di Roma.
  - 2004 Responsabile del Progetto di Ricerca "La comunicazione nel governo dell'impresa", Facoltà di Economia, Sapienza, Università di Roma.
  - 2003 Responsabile del Progetto di Ricerca "Approccio sistemico al governo dell'impresa, tecnologie digitali e nuove frontiere del marketing", Facoltà di Economia, Sapienza, Università di Roma.
  - 2002 Responsabile del Progetto di Ricerca "Il marketing turistico e territoriale per lo sviluppo delle aree locali", Facoltà di Economia, Sapienza, Università di Roma.
  - 2001 Responsabile del Progetto di Ricerca "Il rapporto con il mercato nell'approccio sistemico al governo dell'impresa", Facoltà di Economia, Sapienza, Università di Roma.



## ALTRE ATTIVITÀ e RICONOSCIMENTI ACCADEMICI

- Co-editor in Chief della rivista “Sinergie – Italian Journal of Management”
- Chief Editor della collana “Management” edita da Mc Graw Hill.
- Chief Editor della “International series in advanced management studies” edita da Springer in collaborazione con la Società Italiana di Management.
- Membro della “Marketing Hall of Fame Academy” dell’American Marketing Association di New York
- Presidente del Premio Marketing della Società Italiana di Marketing (2010-2012)
- Membro del Comitato Scientifico della rivista “Economia e management”
- Membro del board editoriale del “Journal of marketing trends”
- Membro dello Scientific Committee dell’“International Marketing Trends Conference” Paris-Venice.
- Membro del comitato scientifico della rivista “Finanza Marketing e Produzione” (*fino al 2014*)
- Membro del comitato scientifico della rivista “Micro e macro marketing”
- Membro del comitato editoriale della rivista “Mercati e competitività. Rivista della Società Italiana di Marketing”.
- Membro del comitato scientifico della rivista “Esperienze d’impresa”.
- Membro del comitato scientifico della Collana in Comunicazione d’Impresa di Franco Angeli
- Marketing Trends Award 2011 – ESCP Europe
- Highly Commended Paper winner in the 2016 Emerald Literati Network Awards for Excellence
- Membro delle associazioni accademiche: SIMA Società Italiana di Management, AIDEA Accademia Italiana di Economia Aziendale, SIM Società Italiana di Management, EMAC European Marketing Academy, AMS Academy of Marketing Science, AOM Academy of Management, EURAM European Academy of Management.

DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA