

CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA, DIDATTICA E PROFESSIONALE

GIOVANNI MATTIA

Profilo sintetico

Si occupa di temi legati alla economia dell'impresa e agli scambi di mercato in ottica consumer da oltre venticinque anni. Dopo un'esperienza aziendale di circa dieci anni, nel 2000 ha fondato uno studio di consulenza manageriale.

Coniuga sistematicamente l'attività professionale con quella di ricerca scientifica e didattica a livello accademico.

I lavori svolti, nazionali e internazionali, coprono uno spettro di obiettivi epistemologici e approcci di analisi diversificato: dall'investigazione di tipo esplorativo e conclusivo, allo studio di casi, ai contributi concettuali.

I filoni tematici attengono ai seguenti domini conoscitivi:

- Consumer behaviour e customer experience;
- Customer Satisfaction Management (con particolare riferimento alla P.A.);
- Branding e gestione della marca;
- Innovazione di prodotto.

Publicazioni

1. (2016, accepted for publication) – Articolo in rivista: Mattia G., Arcese G., Di Pietro L., Guglielmetti Mugion R., "Cultural Visitors' Engagement and Augmented Reality: an empirical investigation", International Journal of Environmental Policy and Decision Making, Special issue.
2. (2016) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Renzi M.F., Toni M., "What makes the sharing economy a 'disruptive' innovation? An analysis of users' perception in the accomodation sector", 19th QMOD-ICSS, Rome, Italy, ISBN 978-91-7623-086-2.
3. (2015) – Articolo in rivista: Mattia G., Di Pietro L., Guglielmetti Mugion R., Renzi M.F., Toni M., "The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA). An empirical application to public transport", Transportation Research Part C, Vol. 56, DOI 10.1016/j.trc.2015.05.001.
4. (2014) – Articolo in rivista: Mattia G., Di Pietro L., Guglielmetti Mugion R., Renzi M.F., "Cultural heritage and consumer behaviour: a survey on Italian cultural visitors", Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, Issue 5.1, DOI 10.1108/JCHMSD-03-2013-0009. Premiato come Outstanding Paper in the 2016 Emerald Literati Network Awards for Excellence.
5. (2014) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Di Pietro L., Guglielmetti Mugion R., Renzi M.F., Toni M., "The impact of mobile ticketing on users' behaviour in the public transport", 17th QMOD-ICQSS, Praha, Czech Republic. ISBN 978-91-7623-086-2.

6. (2013) – Volume: Mattia G., *Il neo-lusso. Marketing e consumi di qualità in tempi di crisi*, F. Angeli, Milano. ISBN: 9788820451721. Il volume è stato inserito nella collana Marketing Evolution pubblicata nel 2015 dal Sole 24 Ore.
7. (2013) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Di Pietro L., Guglielmetti Mugion R., Renzi M.F., Toni M., "A Theoretical Business Model for Italian Sport Federations", 16th QMOD-ICSS, Portoroz, Slovenia, ISBN 978-961-232-269-4.
8. (2013) – Articolo in rivista: Mattia G., "Motivazioni e comportamenti nei confronti della contraffazione *non-deceptive*: un'indagine esplorativa sui giovani acquirenti", *Mercati e Competitività*, n. 2/2013, ISSN: 1826-7386; DOI: 10.3280/MC2013-002005.
9. (2012) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Di Pietro L., Guglielmetti Mugion R., Renzi M.F., "Cultural heritage for economic growth: a case study on cultural consumer behavior", International Conference "Quality and Service sciences", University of Technology, Poznan, Poland, ISBN 978-83-89333-46-9.
10. (2012) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Arcese G., Di Pietro L., Guglielmetti Mugion R., "The impact of augmented reality on cultural consumer behavior: an empirical study", 18th IGWT Symposium: Technology and Innovation for a Sustainable Future: A Commodity Science Perspective, Roma, ISBN 978-88-8286-269-5.
11. (2012) – Contributo in volume: Finocchi R. (a cura di), *L'impresa 2.0 e la webTV: una ricerca*, Edizioni Polimata, Roma, ISBN: 978-88-96760-31-4. Co-autore insieme al Prof. Iasevoli del capitolo denominato: "Il coinvolgimento dei clienti nella generazione di valore: modelli di business e strumenti relazionali".
12. (2012) – Articolo in rivista: Mattia G., "Il gioco con premi in denaro: motivazione e comportamenti" *Micro & Macro Marketing*, n. 3/2012, ISSN: 1121-4228, DOI: 10.1431/38828.
13. (2011) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F. "Il processo di validazione del modello CS-ProMod per la valutazione della soddisfazione degli utenti", XXV Congresso AISME, Trieste, ISBN: 978-88-7661-873-4.
14. (2011) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "The Customer Satisfaction – Process Oriented Model (CS-ProMod): a new theoretical approach to measure customer satisfaction", ECRM, 10th European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies, Caen, France, ISBN: 978-1-908272-03-4.
15. (2011) – Contributo in volume: AA.VV., *Consumerism 2011, Quarto Rapporto Annuale*.
16. (2011) – Articolo in rivista: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "Peer evaluation to develop benchmarking in the public sector", *Benchmarking an International Journal*, Vol. 18, N. 4, ISSN: 1463-5771, DOI: 10.1108/146357711111147605.
17. (2011) – Articolo in rivista: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "Testing a customer satisfaction model for on line services", *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 3, N. 1, ISSN: 1756-669X, DOI: 10.1108/17566691111115090.
18. (2011) – Articolo in rivista: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "Introduction to the customer satisfaction process oriented model (CS-ProMod)", *Forum Ware International*, Vol.1, ISSN: 1810-7028.

19. (2010) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., "Atteggiamenti e comportamenti di acquisto nei confronti dei prodotti contraffatti: un'indagine esplorativa sul target giovanile (17-18 anni)", Convegno ESCP-EAP, Venezia, ISBN 978-2-9532811-2-5.
20. (2010) – Contributo in volume: Nardello C., Pratesi C.A. (a cura di) (2010), *Marketing televisivo*, Il Sole 24 Ore, Milano, ISBN: 978-88-6345-115-3. Autore del capitolo denominato: "I broadcaster e la pubblicità televisiva".
21. (2010) – Articolo in rivista: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "Statistical techniques for continuous improvement: a citizen's satisfaction survey", *The TQM Journal*, Vol. 22, N. 3, ISSN: 1754-2731, DOI: 10.1108/17542731011035488.
22. (2010) – Articolo in rivista: Mattia G., "I segmenti generazionali e le percezioni nei confronti degli *accessible luxury goods*: una ricerca empirica su quattro differenti fasce di età", *Mercati e Competitività*, n. 3/2010, ISSN: 1826-7386, DOI: 10.3280/MC2010-003006.
23. (2009) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "Peer evaluation as a tool to develop benchmarking in the public administrations: a survey to identify a common training scheme", International Conference "Quality and Service sciences", University of Verona, ISBN 9788890432705.
24. (2009) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "A set of statistical techniques to implement continuous improvement: outcomes of a citizen's satisfaction survey", International Conference "Quality and Service sciences", University of Verona, ISBN 9788890432705. Il paper è stato selezionato fra oltre 200 per la pubblicazione su *TQM Journal*.
25. (2009) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "The experimental phase of a general Customer Satisfaction management model for on line services supplied by public administrations: methodology and outcomes", International Conference "Quality and Service sciences", University of Verona, ISBN 9788890432705.
26. (2009) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "La peer evaluation come strumento per sviluppare il benchmarking nel settore pubblico: risultati di una ricerca sulla diffusione dei percorsi di alta formazione sui temi del TQM destinati alla p.a.", Nota 1, XXIV Congresso AISME, Torino, ISBN: 978-88-7661-873-4.
27. (2009) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Cappelli L., Guglielmetti Mugion R., Merli R., Renzi M.F., "La peer evaluation come strumento per sviluppare il benchmarking nel settore pubblico: risultati di una ricerca sulla diffusione dei percorsi di alta formazione sui temi del TQM destinati alla p.a.", Nota 2, XXIV Congresso AISME, Torino, ISBN: 978-88-7661-873-4.
28. (2008) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Cappelli L., Merli R., Renzi M.F., "Evaluating citizen satisfaction with public on line services: a methodological approach", *Quality in services*, University of Florence, ISBN:978-88-8453-855-0.
29. (2007) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., Pratesi C.A., "Palinsesto editoriale e pubblicitario nella gestione del marketing televisivo: una visione integrata", Convegno ESCP-EAP, Parigi, ISBN 978-2-9532811-2-5.

30. (2007) – Contributo in volume: Nardello C., Pratesi C.A. (a cura di) (2007), *Il marketing televisivo*, Rai Eri, Roma, ISBN: 978-88-397-1434-3. Autore del capitolo denominato “I broadcaster e la pubblicità televisiva”.
31. (2007) – Contributo in volume: AA.VV., *La governance degli enti locali nella gestione dei servizi pubblici*, Rubbettino, Catanzaro. ISBN: 978-88-4981-809.3.
32. (2006) – Volume: Mattia G., Pratesi C.A., *Branding: strategie, organizzazione, comunicazione e ricerche per la marca*, Mc Graw-Hill, Milano. ISBN: 88-386-6329-7.
33. (2006) – Curatela: Peter J.P., Donnelly Jr J.H., Pratesi C.A. (2006), *Marketing*, McGraw-Hill, 3a ed., ISBN: 88-386-6332-7. Il lavoro ha riguardato la ristrutturazione del testo e il suo adattamento al mercato italiano.
34. (2006) – Contributo in volume: Peter J.P., Donnelly Jr J.H., Pratesi C.A. (2006), *Marketing*, McGraw-Hill, Milano, 3a ed., ISBN: 88-386-6332-7. Autore del capitolo denominato “La strategia di marketing nella pianificazione generale”.
35. (2006) – Contributo in volume: Marbach G., *Ricerche per il marketing*, Utet, Torino, ISBN: 88-598-0060-9. Ha contribuito alla stesura del capitolo denominato “Il significato del marketing”.
36. (2004) – Contributo in volume: Cordero di Montezemolo A. (a cura di), *Storia dei grandi marchi di successo*, Gruppo Editoriale Enterprise. Autore del capitolo denominato “La funzione del brand nei processi di consumo”.
37. (2004) – Articolo in rivista: Mattia G., “Balsamic Vinegar of Modena: from product to market value: competitive advantage of a typical Italian product”, *British Food Journal*, Vol. 106, n. 10/11, ISSN: 0007-070X, DOI: 10.1108/00070700410561351.
38. (2002) – Volume: Mattia G., Pratesi C.A., *Piano Marketing dei nuovi prodotti*, Mc Graw-Hill, Milano. ISBN: 88-386-6040-9.
39. (2002) – Volume: Mattia G., Marbach G., *Complementi di marketing e case histories*, Istituto Guglielmo Tagliacarne, Roma.
40. (2002) – Contributo in atti di convegno: Mattia G., “Accumulazione e memorizzazione del patrimonio creativo nell'innovazione di prodotto”, Convegno Annuale AIDEA Giovani - La gestione della flessibilità aziendale: modelli ed esperienze, Università Roma Tre.

Titolarità di corsi universitari recenti

- 2016-2017:
 Professore incaricato di Marketing presso l'Università Roma Tre.
 Professore incaricato di Ricerche di Mercato presso l'Università LUMSA.
 Professore incaricato di Marketing dello Sport presso l'Università Roma Foro Italico.
- 2015-2016:
 Professore incaricato di Marketing presso l'Università Roma Tre.
 Professore incaricato di Ricerche di Mercato presso l'Università LUMSA.
 Professore incaricato di Marketing dello Sport presso l'Università Roma Foro Italico.
- 2014-2015:
 Professore incaricato di Marketing presso l'Università Roma Tre.

- Professore incaricato di Ricerche di Mercato presso l'Università LUMSA.
- 2013-2014:
Professore incaricato di Marketing presso l'Università Roma Tre.
Professore incaricato di Marketing dello Sport presso l'Università Roma Foro Italico.
 - 2012-2013:
Professore incaricato di Ricerche di Marketing presso l'Università Roma Tre.
Professore incaricato di Co-opetition nel Settore dello Sport presso l'Università Roma Foro Italico.
 - 2010-2011:
Professore incaricato di Economia e Gestione delle Public Utilities presso l'Università LUMSA.
 - 2008-2010:
Professore incaricato di Marketing presso l'Università Europea di Roma.
 - 2002-2009:
Professore incaricato di Ricerche di Marketing presso l'Università Roma Tre.
 - 2006-2009:
Professore incaricato di Strategie di Impresa presso l'Universitas Mercatorum.
Professore incaricato di Analisi dei consumi presso l'Università LUMSA.

Attività didattica nell'ambito di Master Universitari

- 2012 to date:
Docente nel Master in Economia e Gestione delle Imprese Cooperative, Università Roma Tre, realizzato in collaborazione con Legacoop.
- 2008 to date:
Docente del Master sulla Qualità nella Pubblica Amministrazione (II livello), Università Roma Tre.
- 2007 to date:
Docente nel Master sulla Organizzazione e Gestione degli Eventi, Università LUMSA.
- 2004 to date:
Docente nel Master Universitario in Marketing Management, Università La Sapienza.
- 2008:
Docente nel Master in Marketing Management, Università di Parma.
- 2004-2007:
Docente nel Master in Comunicazione Pubblica e Istituzionale (Publicom), Università La Sapienza.

Attività didattica nell'ambito di Corsi di Specializzazione e Master non universitari

- 2009-2011:
Docente nel corso "Esperti di internazionalizzazione delle Imprese Florovivaistiche", ICE.
- 2010:
Docente nel Master in Sviluppo Economico sul Terziario Avanzato, Istituto G. Tagliacarne.
- 2009-2010:

Docente nell'ambito del programma specialistico ad hoc (120 ore) di formazione delle figure apicali ACI (Automobile Club d'Italia), progettato e realizzato dal Dipartimento di Scienze Aziendali ed Economico-Giuridiche, Università Roma Tre.

- 2007-2010:
Docente nel Master per l'internazionalizzazione "ICE-Sioi".
- 2005-2009:
Docente nel Master per l'internazionalizzazione "Fausto De Franceschi", organizzato dall'Istituto per il Commercio Estero (ICE) (accreditato ASFOR).
- 2004-2005:
Docente nel Master Starter (Statistica per il territorio), Università La Sapienza, Istituto Guglielmo Tagliacarne.
- 2004:
Docente nel Master in Sviluppo Economico sul terziario avanzato, organizzato dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne (accreditato ASFOR).
- 2003-2005:
Docente nel Master in Management e Sviluppo Imprenditoriale, organizzato da Spegea Scuola di Management, Bari (accreditato ASFOR).

Attività didattica, seminariale e di specializzazione per i seguenti Istituti: ICE – Istituto per il Commercio Estero, Luiss Business School, Scuola Superiore di Amministrazione dell'Interno, Istituto Superiore di Formazione e Ricerca per i Trasporti (ISFORT), Sviluppo Italia, Iri Management - Antex.

Attività di formazione in house a beneficio di manager e imprenditori.

Attività di ricerca prestate in Atenei

- 2016:
Progetto di ricerca Roma Tre – Kuwait Petroleum Italia per l'analisi del sistema di monitoraggio della qualità. Ricercatore.
- 2015:
Progetto di ricerca Roma Tre – Aeroporti di Roma per l'analisi del sistema di monitoraggio ambiente e sicurezza. Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.
- 2013:
Progetto di ricerca Roma Tre – Aeroporti di Roma per l'analisi della user experience e l'individuazione di KPI volti al miglioramento dei processi di erogazione dei servizi. Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.
Progetto di ricerca Roma Tre – Poste Italiane per l'individuazione di servizi a valore aggiunto da destinare al settore del turismo. Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.
Progetto di ricerca Roma Tre – Poste Italiane per l'individuazione di servizi a valore aggiunto da destinare al settore dello sport. Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.
- 2012:

Progetto di ricerca Roma Tre – Regione Lazio per la realizzazione di un sistema di convergenza tecnologica e gestionale indirizzato alla valutazione dell'efficienza del sistema dei servizi culturali. Ricercatore.

Progetto di ricerca LUMSA – FILAS.RS-2009-1293 per l'analisi di cambiamenti e miglioramenti di competitività in organizzazioni complesse grazie alle nuove tecnologie e al coinvolgimento dei consumatori. Ricercatore.

Progetto di ricerca Roma Tre – Agenzia delle Entrate il monitoraggio della Customer Satisfaction sugli utenti dei servizi erogati on line mediante impiego del modello di rilevazione messo a punto dal Dipartimento di Scienze Aziendali ed Economico-Giuridiche (CS-ProMod). Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.

- 2011:

Progetto di ricerca Roma Tre – DigitPA per la sperimentazione di un modello di rilevazione della citizen satisfaction relativo all'erogazione di servizi on line da parte degli enti pubblici a carattere centrale (CS-ProMod). Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.

- 2010:

Progetto di ricerca Roma Tre – Automobile Club d'Italia per la diffusione dell'orientamento al cliente e alla qualità destinato alle figure apicali. Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.

- 2009-2010:

Progetto di ricerca Roma Tre – Dipartimento della Funzione Pubblica per la realizzazione di un modello di rilevazione della citizen satisfaction relativo all'erogazione di servizi off line da parte degli enti pubblici a carattere locale (Cs-ProMod). Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.

- 2008-2010:

Progetto di ricerca Roma Tre – Dipartimento della Funzione Pubblica per la realizzazione di un modello di rilevazione della citizen satisfaction relativo all'erogazione di servizi on line da parte degli enti pubblici a carattere locale (Cs-ProMod). Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.

- 2008-2009:

Progetto di ricerca Roma Tre – Formez per la realizzazione dell'analisi dei fabbisogni formativi in tema di TQM rivolto agli enti pubblici locali. Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.

- 2007-2010:

Progetto di ricerca Roma Tre – Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione per la progettazione di un modello di rilevazione della citizen satisfaction relativo all'erogazione di servizi on line da parte degli enti pubblici a carattere centrale (Cs-ProMod). Membro del comitato ristretto di gestione del progetto.

- 2005:

Progetto di ricerca LUMSA-CSSU (Centro Studi sugli scenari urbani) – Dipartimento della Funzione Pubblica sulla valutazione degli enti pubblici locali in merito al livello di efficienza e controllo delle public utilities alla luce del processo di privatizzazione. Coordinatore.

- 2003-2006:

Direttore del Progetto EBE (Electronic Business Engine), affidato dopo valutazione MIUR al CSSU (Centro Studi sugli Scenari Urbani) dell'Università LUMSA, co-finanziato nell'ambito del PON 2000-2006, "Ricerca, Sviluppo tecnologico, Alta Formazione", Asse II "Rafforzamento e Apertura del Sistema Scientifico e di Alta Formazione". Valore: € 2,25 milioni. Responsabile scientifico: Prof.ssa Fiammetta Mignella Calvosa). Il progetto ha inteso dotare il Centro di Ricerca LUMSA di base informativa e strumentazione per lo studio del tessuto imprenditoriale a livello di piccole e medie imprese nella regione Sicilia.

Profilo professionale

Posizioni ricoperte

- 2000 to date:

Executive nella consulenza strategica e operativa, assiste aziende e organizzazioni di diversa dimensione, manifatturiere e di servizi.

Specializzato sui temi legati al consumer behavior, alla customer satisfaction, alla product innovation e allo sviluppo della brand reputation.

Marketing researcher quali-quantitativo, vanta un'esperienza pluriennale nelle attività di marketing intelligence (analisi dei trend di domanda, valutazione dei potenziali di mercato, segmentazione, competitive analysis, analisi della concorrenza ibrida e della co-opetition, positioning, price elasticity).

Impegnato nella start-up di nuove imprese e in attività di riorganizzazione (in particolare della funzione marketing e commerciale).

Team leader in decine di progetti, responsabile della gestione e del coordinamento di gruppi interdisciplinari di risorse.

In qualità di project manager ha avuto la responsabilità di attività complesse, dal trasferimento tecnologico al business process re-engineering.

Competenze specifiche nelle attività di business e marketing planning, re-ingegnerizzazione di processo e innovazione di prodotto per PMI appartenenti a diversi comparti merceologici (arredamento, turistico, vitivinicolo, agroalimentare, gioielli e preziosi, cultura e spettacolo). In questo ambito si è occupato in particolare di temi legati all'analisi della domanda, dei modelli di business e delle dinamiche competitive.

Ha disegnato, condiviso con gli imprenditori, attuato e monitorato numerosi progetti strategici.

Principali clienti: ABI, ACI, Aeroporti di Roma, ALD Automotive, AXA MPS, Digit PA, Federalberghi, ICE, INA Assitalia, LUMSA, Poste Italiane, RAI, Istituto Guglielmo Tagliacarne.

- 1991-2000:

Incarichi manageriali nell'ambito di una multinazionale petrolifera.

Più precisamente:

- *marketing planning & intelligence manager*, responsabile degli studi di mercato (progettazione e conduzione) e della pianificazione di marketing nella business unit Vendite Dirette;
- *controller* nella business unit vendite dirette, con compiti di budgeting, controllo di gestione, analisi degli scostamenti di performance;
- *project manager* per la business unit di appartenenza su un progetto complesso di Process Re-engineering (valore 40 m\$);
- *senior internal auditor*, impegnato nella supervisione e il coordinamento dell'attività di revisione interna nella *Region South Europe*. Specializzato nell'analisi di congruenza di processi e procedure amministrative e operative.

Titoli

- Abilitazione Scientifica Nazionale (2013), professore associato, raggruppamento disciplinare SECS-P/08 (settore concorsuale 13/B2) "Economia e Gestione delle Imprese".
- Laurea in Economia e Commercio conseguita presso l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" (a.a. 1989/90), con votazione 107/110. Titolo della tesi: "Il marketing S.A.I. (Società Assicuratrice Industriale)". Relatore: Prof. Giorgio Eminente.

Altri titoli

- Referee delle seguenti riviste scientifiche internazionali:
 - The TQM Journal
 - IJQSS – International Journal of Quality and Service Sciences
 - Benchmarking, An International Journal
 - MIP – Marketing Intelligence and Planning
 - Mercati e Competitività
- Membro della Faculty del Master di II° livello "Qualità nella Pubblica Amministrazione", erogato dall'Università Roma Tre.
- Membro della Faculty ICE.

Premi e riconoscimenti

- (2016) – Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development. Outstanding Paper in the 2016 Emerald Literati Network Awards for Excellence. <http://www.emeraldgrouppublishing.com/authors/literati/awards.htm?year=2016>.

Partecipazione a corsi di alta formazione

- 2013:
Ciclo di lezioni dottorali tenuto a Roma dal Prof. Bo Edvardsson (Service Research Centre, University of Karlstad, Sweden) aventi a oggetto "The service echo-system".
- 2012:

Ciclo di lezioni dottorali tenuto a Roma dal Prof. Noriaki Kano (professore emerito dell'Università di Tokio) aventi a oggetto "The evolution of TQM approach".

- 2011:

Corso avanzato sui modelli di equazioni strutturali tenuto a Roma dal Prof. Claudio Barbaranelli, Università La Sapienza.

Tutto quanto dichiarato nel presente documento corrisponde a verità ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 e successive modificazioni e integrazioni