

SIMONA D'AMICOPosizione accademica

Marzo 2024 – Oggi: Ricercatore a tempo determinato di Tipo A (Legge 240/10) in Economia e gestione delle imprese (SECS-P/08). Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche (DSGE), Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza, Roma.

Gennaio 2022 – Febbraio 2024: Ricercatore a tempo determinato di Tipo A (Legge 240/10) in Economia e gestione delle imprese (SECS-P/08). Afferente al Corso di Laurea in Economia e Commercio, componente della sezione di Diritto Impresa Ambiente e Management, Dipartimento di Economia e Giurisprudenza, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Cassino.

Istruzione e formazione

- Dottorato di ricerca in Economia e Governo dell'impresa (XX ciclo) (Giudizio: ottimo). Titolo conseguito in data 7 aprile 2008 presso l'Università degli Studi di Foggia, con una tesi dal titolo: *“Il sistema imprenditoriale e manageriale del Made in Italy nella sfida globale: la competitività del Ceto Medio”*. Relatore della tesi: Prof. Piero Mastroberardino, Università degli Studi di Foggia.
- Laurea in Economia e Commercio (Valutazione: 108/110). Titolo conseguito in data 28 aprile 2004 presso l'Università degli Studi di Foggia, con una tesi in *Tecnica Industriale e Commerciale* dal titolo *“L'identità di marca come strategia competitiva delle imprese orafe italiane: il caso Pomellato”*. Relatore: Prof. Piero Mastroberardino, Università degli Studi di Foggia.

Attività didattica accademica

- Anno accademico 2023/2024: Titolare del corso di Economia e gestione dell'innovazione (s.s.d. SECS-P/08; 10 CFU), corso di laurea triennale in Economia Aziendale (CELA), Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche, Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza, Roma.
- Anno accademico 2023/2024: Docente del corso di Introduction to Management (s.s.d. SECS-P/08; 3 CFU, in lingua inglese), corso di laurea triennale in Economics and business (L-33), Dipartimento di Economia e Giurisprudenza, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Cassino.
- Anno accademico 2022/2023-oggi: Titolare per contratto dell'insegnamento di Management e comunicazione della moda sostenibile (s.s.d. SECS-P/08; 6 CFU), corso di laurea magistrale in Economia e Management Internazionale (L-77), Facoltà di Economia, Università degli Studi Internazionali, Roma.
- Anno accademico 2022/2023-oggi: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Management e comunicazione della moda sostenibile* (s.s.d. SECS-P/08; 6 CFU.), corso di laurea magistrale in Economia e Management Internazionale (L-77), Facoltà di Economia, Università degli Studi Internazionali, Roma.
- Anno accademico 2022/2023-oggi: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Marketing* (s.s.d. SECS-P/08; 9 CFU. Canale A-L), corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione, informazione, marketing (L-20), Dipartimento di

- Scienze Umane, Libera Università Santissima Assunta LUMSA, Roma.
- Anno accademico 2021/2022-2022/2023: Titolare dell'insegnamento di *International Management* (s.s.d. SECS-P/08; 6 CFU, in lingua inglese), corso di laurea triennale in Economics and business (L-33), Dipartimento di Economia e Giurisprudenza, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Cassino.
 - Anno accademico 2021/2022: Co-titolare per contratto dell'insegnamento di *Marketing* (s.s.d. SECS-P/08; 9 CFU), corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione, informazione, marketing (L-20), Dipartimento di Scienze Umane, Libera Università Santissima Assunta LUMSA, Roma.
 - Anno accademico 2021/2022: Co-titolare per contratto dell'insegnamento di *Experience Marketing* (s.s.d. SECS-P/08; 9 CFU), corso di laurea magistrale in Comunicazione, innovazione ed experience design (LM91), Dipartimento di Scienze Umane, Libera Università Santissima Assunta LUMSA, Roma.
 - Anno accademico 2020/2021: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Marketing Strategico* (s.s.d. SECS-P/08; 6 CFU), corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa LM-59), Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale "Sapienza" Università di Roma.
 - Anno accademico 2020/2021: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Strategie e Organizzazione della Comunicazione* (s.s.d. SECS-P/10; 9 CFU), corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione, informazione, marketing (L-20), Dipartimento di Scienze Umane, Libera Università Santissima Assunta LUMSA, Roma.
 - Dall'anno accademico 2019/2020: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Project work – Marketing plan* (s.s.d. SECS-P/08; 30 ore), corso di laurea magistrale in Marketing & Digital Communication (LM-59), Dipartimento di Scienze Umane, Libera Università Santissima Assunta LUMSA, Roma.
 - Anno accademico 2020/2021: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Laboratorio di Lusso Sostenibile* (idoneità, 24 ore), corso di laurea magistrale in Economia e Management Internazionale (L-77), Facoltà di Economia, Università degli Studi Internazionali, Roma.
 - Dall'anno accademico 2019/2020: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Economia e gestione dei servizi di pubblica utilità* (s.s.d. SECS-P/08; 8 CFU), corso di laurea triennale in Management, Dipartimento di Impresa e Management, Roma.
 - Anno accademico 2019/2020: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Strategie e Organizzazione della Comunicazione* (s.s.d. SECS-P/10; 9 CFU), corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione, informazione, marketing (L-20), Dipartimento di Scienze Umane, Libera Università Santissima Assunta LUMSA, Roma.
 - Marzo 2019: docente di "Marketing Plan" (8 ore) per il Corso di Alta Formazione in Consulenza finanziaria e digitalizzazione delle banche, Università Federico II di Napoli in collaborazione con Business Consulting NEXEN – Gruppo Engineering.
 - Dall'anno accademico 2018/2019: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Marketing digitale* (s.s.d. SECS-P/08; 6 CFU), corso di laurea triennale in Economia e Management d'Impresa (L-18), Facoltà di Economia, Università degli Studi Internazionali, Roma.
 - Dall'anno accademico 2018/2019 all'anno accademico 2019/2020: Titolare per contratto dell'insegnamento di *Made in Italy LAB* (idoneità, 15 ore), corso di laurea magistrale in Economia e Management Internazionale (L-77), Facoltà di Economia, Università degli Studi Internazionali, Roma.

- Anno accademico 2018/2019: Titolare di contratto di insegnamento integrativo a supporto delle attività della cattedra di *Economia e Gestione delle Imprese* (s.s.d. SECS-P/08) del prof. Roberto Dandi, Dipartimento di Impresa e Management, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- Dall'1° gennaio 2018 al 31 dicembre 2018: assegnista di ricerca in Economia e Gestione delle Imprese, Università Sapienza di Roma, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale. Titolo del progetto di ricerca: “La customer experience si fa digital: quale impatto sulla gestione del brand? Una focalizzazione sui settori moda e vitivinicolo”. Docente responsabile dell’assegnio di ricerca: Prof. Alberto Mattiacci, Università Sapienza di Roma.
- Anno accademico 2017/2018: Titolare per contratto dell’insegnamento di *Strategie e Organizzazione della Comunicazione* (s.s.d. SECS-P/10; 9 CFU), corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione, informazione, marketing (L-20), Dipartimento di Scienze Umane, Libera Università Santissima Assunta LUMSA, Roma.
- Dall’anno accademico 2016/2017 all’anno accademico 2018/2019: docente di “Piano di Marketing” e “Business game” per il Master in Marketing Management, Università Sapienza di Roma.
- Dall’anno accademico 2016/2017 all’anno accademico 2017/2018: Titolare per contratto dell’insegnamento di *Tecniche della Promozione* (s.s.d. SPS-P/08; 6 CFU), corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione, informazione, marketing (L-20), Dipartimento di Scienze Umane, Libera Università Santissima Assunta LUMSA, Roma.
- Anno accademico 2016/2017: Titolare di contratto di insegnamento integrativo a supporto delle attività della cattedra di *Economia e Gestione delle Imprese* (s.s.d. SECS-P/08) del prof. Roberto Dandi, Dipartimento di Impresa e Management, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- Anno accademico 2016/2017: Titolare di contratto di insegnamento integrativo a supporto delle attività della cattedra di *Economia e Gestione delle Imprese Internazionali* (s.s.d. SECS-P/08) del prof. Roberto Dandi, Dipartimento di Impresa e Management, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- Dall’anno accademico 2015/2016: Tutor presso Università Sapienza di Roma, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, della 28^a Edizione Premio della Società Italiana Marketing per l’Università (Caso FOX International Channels Italia – Content is king, brands are castle), della 29^a Edizione Premio Marketing per l’Università (Caso BNL-BNP PARIBAS. Millennial Mon Amour) e della 31^o Edizione Premio Marketing per l’Università (Caso FRECCIAROSSA).
- Anno accademico 2011/2012: Titolare di contratto di insegnamento integrativo a supporto delle attività della cattedra di *Organizzazione aziendale - corso avanzato* (s.s.d. SECS-P/10) del prof. Luca Giustiniano, Dipartimento di Impresa e Management, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- Dall’anno accademico 2011/2012 all’anno accademico 2012/2013: Titolare di contratto di insegnamento integrativo a supporto delle attività della cattedra di *Economia e gestione delle imprese internazionali - corso progredito* (s.s.d. SECS-P/08) del prof. Luca Giustiniano, Dipartimento di Impresa e Management, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- Dall’anno accademico 2010/2011 all’anno accademico 2011/2012: Titolare di contratto per attività di ricerca a supporto delle attività della cattedra di *Economia e Gestione delle Imprese* (s.s.d. SECS-P/08) del prof. Luca Giustiniano, Dipartimento di Impresa e Management, Università LUISS Guido Carli, Roma.
- Anno accademico 2010/2011: Titolare per contratto dell’insegnamento di *Organizzazione aziendale* (s.s.d. SECS-P/10; 2 CFU), corso di laurea in Ostetricia, Facoltà di Medicina e Chirurgia, Università degli Studi di Foggia, Foggia.
- Anno accademico 2009/2010: Titolare per contratto dell’insegnamento di

- Management delle imprese del sistema moda* (s.s.d. SECS-P/08), corso di laurea in Economia, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Foggia, Foggia.
- Anno accademico 2009/2010: Titolare di contratto di insegnamento integrativo a supporto delle attività della cattedra di *Metodi e tecniche per il marketing e le ricerche di mercato* (s.s.d. SECS-P/08) del prof. Claudio Nigro, corso di laurea magistrale in Marketing, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Foggia, Foggia.
 - Dal 2007 al 2015: Docente per i seguenti Master e Corsi di Formazione Executive: docente di “Marketing territoriale per l’internazionalizzazione” per il master “Network di PMI e servizi per la competitività e l’internazionalizzazione” - Università degli Studi di Foggia; docente di “E-business e Supply Chain Management” nell’ambito del Progetto formativo per i dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni “Formazione specializzante per gli operatori del Distretto Agroalimentare del Tavoliere” - Università degli Studi di Foggia; docente di “Marketing”; “Economia e gestione delle imprese”; “Marketing del territorio”, nell’ambito del “Progetto integrato di formazione e creazione d’Impresa” - Università degli Studi di Foggia; docente di “Industria e mercato della Moda” per il master “Strategie di marca e nuovi media sul settore moda” - Università degli Studi di Lecce; docente di “Organizzazione aziendale” per i master “Marketing & Communication”, “Gestione della produzione cinematografica e televisiva”, “Consulente legale d’impresa”, “TELCO e New Media Management”- Luiss Business School; docente di “Reti di imprese” nell’ambito del progetto “100 giovani per i 100 anni di Confindustria”- Luiss Business School; docente di “Strategie e modelli di business. I modelli di business basati sulla cooperazione e sulla rete” per il corso di alta formazione “Gestione e sviluppo delle Reti di Impresa” in collaborazione con Confindustria Modena e Industriali Reggio Emilia - Luiss Business School; docente di “Organizzazione aziendale” per il corso executive “Sviluppo Manageriale”- Luiss Business School; docente di “Digital Marketing” per il master “Marketing & Communication”- Luiss Business School; docente di “Case History di Formule Innovative di Marketing” per il master “Marketing & Communication” - Luiss Business School; docente di “Case History di Strategic Marketing” per il master “Marketing & Communication”- Luiss Business School; docente di “Case History di Digital Marketing” per il master “Marketing & Communication”- Luiss Business School.
 - Dall’anno accademico 2004/2005 all’anno accademico 2011/2012: collaborazione all’attività didattica per gli insegnamenti di: “Economia e Gestione delle Imprese Turistiche” (Proff. Assunta Pinto, Primiano Di Nauta); “Marketing” (Proff. Assunta Pinto, Claudio Nigro); “Tecnica industriale e commerciale” (Proff. Piero Mastroberardino); “Economia e Gestione delle Imprese” (Proff. Piero Mastroberardino, Claudio Nigro); “Economia e Gestione delle Imprese - corso avanzato” (Prof. Piero Mastroberardino); “Organizzazione Aziendale” (Proff. Claudio Nigro, Primiano Di Nauta); “Crisi d’impresa e strategie di superamento” (Prof. Primiano Di Nauta); “Economia e gestione dell’innovazione aziendale” (Prof. Primiano Di Nauta); “Strategic Management” (Prof. Piero Mastroberardino); “Management” (Prof. Primiano Di Nauta); “Corporate finance” (Prof. Primiano Di Nauta); “Metodi e tecniche per il marketing e le ricerche di mercato” (Prof. Claudio Nigro), Corso di laurea in Marketing, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Foggia, Foggia.

Ulteriore attività didattica

- Da gennaio 2021: Docente di “Fashion marketing and communication” per il Master Universitario in Fashion Management, Università Sapienza di Roma.
- Da gennaio 2021: Docente di “Wine Marketing” e “Business planning applicato al settore enogastronomico” per il Master di I livello in Food & Wine Management,

Libera Università Maria Ss. Assunta LUMSA, Palermo.

- Da gennaio 2018 a gennaio 2020: Docente di “Piano di Marketing” e componente della Faculty del Corso di Alta Specializzazione in “Marketing per il vino nell’era digitale”, presso Fondazione Italiana Sommelier, Roma.
- Da dicembre 2007 a marzo 2008: Docente di “Struttura di un Business Plan” (50 ore) nell’ambito del corso “Creazione d’impresa nella moda e nello spettacolo” - Confartigianato Foggia.
- Dal 2006 al 2011: Docente per i Corsi di Formazione organizzati dai seguenti Enti di formazione professionale accreditati dalla Regione Puglia: Redmond Api Form Foggia; CELIPS Bari; IRFIP Foggia; FORMEZ Bari; EFAP Foggia; British Institute Foggia; Associazione Monte Celano Foggia. Nell’ambito dei Corsi di Formazione di cui sopra, la Dott.ssa D’Amico è stata docente dei seguenti moduli: “Marketing”; “Economia e marketing internazionale”; “Organizzazione aziendale”; “Promozione”; “Elementi di Merchandising e Marketing”.

Attività di ricerca

- Da maggio 2023: progetto “Sharing under the circular economy approach: reducing food waste along the agri-food value chain” presso la LUMSA- Centro di Ateneo per la ricerca e l'internazionalizzazione. Ruolo svolto: ricercatrice.
- Da maggio 2016 ad ottobre 2016: progetto “La Customer Journey nella Digital Transformation” (Industries: Luxury, Fashion, TELCO, Retail) presso la LUISS Business School per Ernst & Young. Ruolo svolto: ricercatrice, autrice del report finale.
- Da luglio 2014 a settembre 2014: progetto “I Turismi di Puglia: analisi della competitività dei territori pugliesi”, realizzato presso l’Università del Salento – Dipartimento di Economia. Ruolo svolto: ricercatrice.
- Da novembre 2012 a luglio 2013: progetto “Analisi dell’accessibilità e delle opportunità di business del mercato tunisino dei fertilizzanti” realizzato presso il Centro Arcelli per gli Studi Monetari e Finanziari - Dipartimento di Economia e Finanza della LUISS Guido Carli, Roma) in collaborazione con SACE Servizi per AGRIGES srl. Ruolo svolto: ricercatrice, autrice del report finale.
- Da novembre 2012 a maggio 2013: progetto “Logistica Integrata (LOGIN)” finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico nell’ambito del Bando “Nuove Tecnologie per il Made in Italy”- Industria 2015 realizzato presso l’Università degli Studi di Foggia. Ruolo svolto: ricercatrice e autrice del report finale.
- Da giugno 2011 a dicembre 2011: progetto “I processi di internazionalizzazione delle imprese calzaturiere della Riviera del Brenta: una analisi dei fabbisogni formativi” realizzato presso la LUISS Business School per l’Associazione Calzaturifici della Riviera del Brenta. Ruolo svolto: ricercatrice, osservatrice del focus group a cui hanno preso parte gli imprenditori calzaturieri della Riviera del Brenta, autrice del report finale.
- Da giugno 2010 a dicembre 2010: progetto “Le filiere produttive in crescita nella Regione Lazio: IT, Turismo, Audiovisivo, Aerospazio” realizzato presso la LUISS Business School per Regione Lazio. Ruolo svolto: ricercatrice, autrice del report finale e osservatrice del focus group a cui hanno preso parte l’Unione degli Industriali di Roma e Fondirigenti).
- Da gennaio 2010 a dicembre 2010: progetto “La simulazione della decisione nell’ambito problematico dell’Assistenza Domiciliare Integrata (ADI) con il modello di “reazione” basato su rete bayesiana” (Progetto di rilevante interesse nazionale) realizzato presso l’Università degli Studi di Foggia. Ruolo svolto: ricercatrice e autrice del report finale.

- Da novembre 2008 a febbraio 2009: progetto “Studio e definizione di nuovi metodi di management imprenditoriale” realizzato presso il Consorzio Universitario di Economia Industriale e Manageriale per Cassa di Risparmio di Puglia. Ruolo svolto: rilevatore.
- Marzo 2008: progetto “La ristrutturazione organizzativa: mappatura e analisi dei processi aziendali di AMICA spa attraverso la tecnica IDEF0” realizzato presso l’Università degli Studi di Foggia per AMICA Foggia spa. Ruolo svolto: ricercatrice.
- Da gennaio 2007 a dicembre 2007: progetto “Le componenti della varietà organizzativa: informazioni, schemi e categorie. Un modello di valutazione del potenziale di consonanza/risonanza intersistemica” (Progetto Giovani ricercatori) realizzato presso l’Università degli Studi di Foggia. Ruolo svolto: ricercatrice.
- Da gennaio 2006 a luglio 2006: progetto “Creazione della banca dati GAL Daunofantina” realizzato presso l’Università degli Studi di Foggia per GAL Daunofantino srl. Ruolo svolto: rilevatore.
- Da gennaio 2006 a dicembre 2006: progetto “Analisi sistemico vitale del territorio del Gargano” (Progetto Giovani ricercatori) realizzato presso l’Università degli Studi di Foggia. Ruolo svolto: ricercatrice.

Organizzazione o partecipazione come relatore a convegni di carattere scientifico in Italia o all'estero

- Relatore al XX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Firenze, 21-22 ottobre 2023, con un paper dal titolo “Se mi tradisci non perdono! La reazione emotiva del consumatore al brand betrayal”.
- Relatore al XVIII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Ancona, 14-15 ottobre 2021, con un paper dal titolo “La digital transformation di Trenitalia: da operatore della mobilità a “ispiratore di viaggio”.
- Relatore del seminario dal titolo "Online food delivery nell'emergenza COVID-19". Evento organizzato nell'ambito delle attività del centro di ricerca sul Made in Italy (MADEINT) della Facoltà di Economia dell'Università degli Studi Internazionali di Roma e in collaborazione con il made in Italy Lab della Facoltà di Economia. Relatori: Simona D’Amico; Giada Mainolfi; Carmine Iodice (CEO e Co-Founder Alfonsino), dal 13-05-2020 al 13-05-2020.
- Componente del Comitato Organizzatore Intentional Conference - 10th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference, Sapienza University of Rome, 3-7 Luglio 2023.

Altri incarichi

- Da febbraio 2023 a febbraio 2024 referente per l’orientamento Corso di laurea in Economia e Commercio, Dipartimento di Economia e Giurisprudenza, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.
- Settembre 2022 componente del Comitato Scientifico di International Finance and Banking Society (IFABS) 2022 Naples Conference.
- Novembre 2022 componente della Commissione di valutazione per il conferimento di una borsa di ricerca nell’ambito del settore (SECS-P/08). Bando emanato con Provvedimento n.184 del 26 ottobre 2022 (Prot. UNICAS n.20561 di pari data).
- Da maggio 2022 componente del Comitato Scientifico del Journal of Business and Communication Studies.
- Da giugno 2022 componente del Comitato Scientifico del Master di I livello in Food and wine management della Libera Università Maria Ss. Assunta (LUMSA), Palermo.
- Da febbraio 2022 a febbraio 2024 supervisore delle attività di internship degli studenti

- del Corso di laurea in Economia e Commercio, Dipartimento di Economia e Giurisprudenza, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.
- Da febbraio 2022 a febbraio 2024 Tutor studenti Corso di laurea in Economia e Commercio, Dipartimento di Economia e Giurisprudenza, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.
 - Da gennaio 2022 a febbraio 2024 Research Fellow presso il Laboratorio di Ricerca Banca Impresa Finanza Etica (Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale; Fondazione Roma, Università degli Studi di Salerno; Università degli Studi del Molise; Università degli Studi “G. d’Annunzio” Chieti-Pescara).
 - Da ottobre 2021 Membro aderente al Centro di Ricerca sul Made In Italy (MADEINT) -Università degli Studi Internazionali di Roma (UNINT).
 - Da giugno 2021 componente del Comitato di Redazione della Collana “Studi di Management e Organizzazione Aziendale” dell’Editrice Bancaria Minerva Bancaria.
 - Dal 2020 referee per International Journal of Contemporary Hospitality Management.
 - Dal 2022 referee per British Food Journal.
 - Dal 2023 referee per la Rivista Micro & Macro Marketing.
 - Dal 2023 referee per Progress in Industrial Ecology, An International Journal.
 - Da settembre 2019 a Novembre 2021 componente della Commissione Internazionalizzazione, Università degli Studi Internazionali, Roma.
 - Da gennaio 2017: Componente del Teaching Committee dell’area didattica di Sponsored Marketing Projects e Tutor didattico del Master Universitario in Marketing Management presso Università di Roma “La Sapienza”, Dipartimento di Management.
 - Da maggio 2016 ad ottobre 2016: Autrice del caso “BNP PARIBAS. Millennial Mon Amour” (ISBN 978-88-907662-7-5) della 29^a Edizione del Premio della Società Italiana Marketing per l’Università.
 - Da aprile 2015 ad aprile 2017: Associazione Italiana Private Banking, Milano. Membro della Commissione Tecnica “Marketing”.
 - Da marzo 2015 a Dicembre 2020: Casa Editrice Minerva Bancaria, Largo L. Antonelli, 27, Roma. Responsabile Marketing e Comunicazione.
 - Da novembre 2013 a giugno 2014: Società di Consulenza QUANTURE srl, Via Arturo Toscanini, 24, Bari. Analisi di competitività delle principali filiere agroalimentari pugliesi.
 - Da settembre 2013: Istituto di Studi Politici, Economici e Sociali “EURISPES”. Ricerca nei seguenti ambiti: analisi dei consumi; economia d’impresa; comportamento di acquisto del consumatore; promozione e valorizzazione del Made in Italy.
 - Da gennaio 2011 a giugno 2013: Luiss Business School - Divisione LUISS Guido Carli Roma. Collaborazione con il “Career Service” dei seguenti programmi formativi: “Master in Business Administration”, “International Master in Business Administration”, “Aviation Master in Business Administration”, “Master in Corporate Finance”. Ruolo svolto: gestione delle relazioni con le aziende, elaborazione statistiche, orientamento studenti, supervisione dei project work svolti presso le aziende partner del master.
 - Da gennaio 2006 a febbraio 2015: Studio Commerciale e Tributario “Giuseppe D’Amico”, Foggia. Consulenza alla creazione d’impresa: redazione di business plan, redazione piani di marketing

Arece di ricerca

- *Brand management, consumer behavior, customer experience.*

Paper/abstract presentati/accettati a conferenze scientifiche nazionali e internazionali

- D'Amico S., Iasevoli G., Ottolenghi C., (2024), When personalization hangs out with customer loyalty: a bibliometric analysis; IMTC - Venice 18-20 January 2024 – 23rd International Marketing Trends Congress
- D'Amico S., Pucci T., Nosi C., Piccioni N. (2023), Se mi tradisci non perdono! La reazione emotiva del consumatore al brand betrayal, in Atti del XX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN 978-88-947829-0-5
- Nosi C., Piccioni N., D'Amico S., Sfodera F. (2023), Le start-up innovative a significativo impatto sociale: che ruolo ha il marketing?, in Atti del XX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN 978-88-947829-0-5
- Mainolfi G., D'Amico S., Vergura D.T. (2023), Factors affecting utilitarian and hedonic attitudes towards online food delivery services during the COVID-19 pandemic. A study of Canadian consumers; IMTC - Paris 19-21 January 2023 – 22nd International Marketing Trends Congress, ISBN 978-2-490372-16-4
- D'Amico S., Ottolenghi C., Iasevoli G. (2023), Packaging personalization in the food industry: an analysis of motivations, attitudes, and methods; IMTC - Paris 19-21 January 2023 – 22nd International Marketing Trends Congress, ISBN 978-2-490372-16-4
- Ottolenghi C., D'Amico S., Iasevoli G. (2022), La personalizzazione inter-generazionale: il comportamento d'acquisto delle generazioni verso le offerte personalizzate, in Atti del XIX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN978-88-943918-8-6
- D'Amico S., Mainolfi G., Vergura D.T. (2021), The role of store brand love in online shopping behavior. An application of the S-O-R model to the online fashion retailing, in Atti del XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN 978-88-943918-6-2
- Di Nauta P., D'Amico S. (2006), “Sustainable tourism as a tool for social quality”, in proceedigs of the 9th Toulon-Verona Conference “Quality in Services”, University of Paisley, Scotland, ISBN 1903978335 9781903978337
- Di Nauta P., Merola B., Cillis P., D'Amico S., Di Gregorio F. (2006), “Dalla Sanità alla Salute: la ricerca dell’offerta ragionata, appropriata, integrata e responsabile. Ipotesi di ristrutturazione organizzativa del Sistema Sanitario Regionale della Campania”, Atti del 29° Convegno Aidea, Finanza e industria in Italia: ripensare la corporate governance e i rapporti tra banche, imprese e risparmiatori per lo sviluppo della competitività.
- Di Nauta P., D'Amico S. (2007), “La creatività del Made in Italy: innovare per competere”, Atti del 30° Convegno Aidea, Dinamiche di sviluppo e di internazionalizzazione del Family Business.

Articoli su riviste internazionali

- Ottolenghi C., D'Amico S., Iasevoli G. (in corso di pubblicazione), “Packaging customization in the Italian food industry. When is it really worth it?”, British Food Journal
- Fedele M., D'Amico S., Nevi G., Formisano A.V. (in corso di pubblicazione), “Collaborative Ecosystems: a new research agenda and taxonomy through a systematic literature review”, EuroMed Journal of Business
- Fedele M., D'Amico S., Bashirpour Bonab A., Formisano V. (in corso di pubblicazione), “Legality rating communication: an opportunity for service companies”, Micro & Macro Marketing.

- D'Amico S. (in corso di pubblicazione), "Il corporate re-branding: una systematic literature review per la proposta di una research agenda", *Micro & Macro Marketing*; DOI: 10.1431/108160
- Mainolfi G., D'Amico S. (2024), "Predicting consumers' intention to use OFD services during COVID-19 health emergency in the USA and the UK: an application of the S-O-R model", *International Journal Electronic Marketing and Retailing*, Vol. 15, No.1, DOI: 10.1504/IJEMR.2022.10047494;
- D'Amico S., Giustiniano L., Nenni M.E., Pirolo L. (2014), "Product Lifecycle Management and compliance with international standards. A case study analysis in the footwear industry", *International Journal of Product Lifecycle Management*, Vol.7, No. 2/3, p. 215-229, ISSN: 1743-5110. <https://dx.doi.org/10.1504/IJPLM.2014.065867>.
- D'Amico S., Giustiniano L., Nenni M.E., Pirolo L. (2013), "Product Lifecycle Management as a tool to create value in the fashion system", *International Journal of Engineering Business Management*, Vol. 5. p. 1-6, ISSN 1847-9790. <https://dx.doi.org/10.5772/56856>.

Monografie e volumi collettanei

- D'Amico S. (a cura di) (2018), *Casi di Marketing*, Vol.XIV, Best in Class Giorgio Eminente, Franco Angeli Editore, Milano, ISBN: 978-8891771452

Capitoli di libro

- D'Amico S. (2023), *La digital transformation di Trenitalia: da operatore della mobilità a "ispiratore di viaggio"*, Pearson Higher Education, ISBN9788891932808
- Mainolfi G., D'Amico S. (2021), "Attori, processi e valore dell'online food delivery. Un'analisi su operatori e consumatori nel contesto italiano" in Mainolfi G. (a cura di), "Thinking DigItaly. Il Made in Italy e la sfida digitale". Il Rapporto del Centro di Ricerca MADEINT, Egea, Milano, ISBN: 978-8823846876
- D'Amico S. (2018), "Il Re-branding: la necessità di adattarsi al cambiamento" in D'Amico S. (a cura di), *Casi di Marketing*, Vol. XIV, Best in Class Giorgio Eminente, Franco Angeli Editore, Milano, ISBN: 978-8891771452
- D'Amico S., Romagnoli S. (2017), "L'importanza di fare branding" in Romagnoli S., Mattiacci A., "Re-branding. L'avventura TIM" Lupetti Editore, Bologna, 2017, ISBN: 886874130X.
- D'Amico S., Romagnoli S., Tondini E., di Tondo G.A. (2017), "Quattro passi nel brand Telecom" in Romagnoli S., Mattiacci A., "Re-branding. L'avventura TIM" Lupetti Editore, Bologna, 2017, ISBN: 886874130X.
- D'Amico S., Ventura C., Tavarnelli A. (2017), "Verso il re-branding Telecom" in Romagnoli S., Mattiacci A., "Re-branding. L'avventura TIM" Lupetti Editore, Bologna, 2017, ISBN: 886874130X.
- D'Amico S., Ventura C., Tavarnelli A., Romagnoli S., Grimaldi L. (2017), "Metodi e strumenti per il re-branding" in Romagnoli S., Mattiacci A., "Re-branding. L'avventura TIM" Lupetti Editore, Bologna, 2017, ISBN: 886874130X.
- D'Amico S., Romagnoli S. (2017), "Boom Gasp! Splash! Le parole del nuovo marketing" in Romagnoli S., Mattiacci A., "Re-branding. L'avventura TIM" Lupetti Editore, Bologna, 2017, ISBN: 886874130X.

Reports

- “Back-shoring e friend-shoring: quale soluzione alla crisi delle catene di fornitura globali?”; “La sostenibilità orienta gli Italiani anche negli investimenti” in “35° Rapporto Italia EURISPES”, 2023. ISBN: 9788849877274.
- “Il rapporto degli Italiani con la farmacia diventa sempre più “di fiducia”; “Il valore dello sport system per il Made in Italy: quali gli effetti della pandemia?” in “34° Rapporto Italia EURISPES”, 2022. ISBN: 884987281X.
- “Il Made in Italy riparte dalle produzioni di Bello e Ben Fatto”; “La nuova esperienza di acquisto del consumatore tra sicurezza e personalizzazione”; “Dalle mascherine ai respiratori: il Made in Italy riconverte la produzione”; “Le nuove esigenze abitative: si ripensano gli spazi e chi può lascia i grandi centri urbani”; “Le limitazioni alle attività ristorative segnano il boom dell’online food delivery”; “South working: il “ritorno a casa” di milioni di italiani svuota il Nord e rivitalizza il Meridione” in “33° Rapporto Italia EURISPES”, 2021. ISBN: 8849868189.
- “Cambiamenti climatici: se le temperature aumentano, il Pil scende”; “Fashion renting e fashion sharing: una moda senza sprechi”; “Italiani e packaging: se l’imballaggio non è sostenibile, meglio non acquistare”; “La digitalizzazione del mercato dei giocattoli: dal prodotto alla distribuzione”; “I turisti cinesi protagonisti dello shopping tax free”; “Una vita con le app: una fotografia delle abitudini digitali degli Italiani”; “Energia da fonti rinnovabili ed energy sharing: le soluzioni per tutelare l’ambiente”; “Se l’esperienza è personalizzata, per il consumatore la privacy non è più una priorità”; “Il successo delle “stories”: la comunicazione diventa narrativa” in “32° Rapporto Italia EURISPES”, 2020. ISBN: 8833242625.
- “Non solo lavoro, città healthy: la salute come bene comune”; “Gli Italiani sempre più sensibili al tema della Responsabilità Sociale d’Impresa”; “Il business del calcio in Italia”; “I nuovi modelli di acquisto dei consumatori italiani: e-commerce e mercato dell’usato”; “L’innovazione digitale nel settore museale italiano: dai social network ai siti web”; “La crescita del Branded Entertainment in Italia: creare contenuti per coinvolgere il consumatore”; “Le strategie di risparmio delle famiglie italiane negli acquisti alimentari: dalle offerte speciali al discount”; “Le fake news: dagli effetti economici a quelli sociali”; “La bellezza ha un valore” in “31° Rapporto Italia EURISPES”, 2019. ISBN: 9788833241395.
- “Gli Italiani non rinunciano a bellezza e benessere: cosmesi e wellness sfidano la crisi”; “Le Smart City in Italia tra successi e ritardi”; “I comportamenti degli Italiani si fanno sostenibili”; “Le case degli Italiani diventano tecnologiche: cresce il mercato della Smart Home”; “Il fenomeno della Social TV in Italia”; “Le scelte alimentari degli Italiani tra salute, benessere e i consigli dei web influencer” in “30° Rapporto Italia EURISPES”, 2018. ISBN: 883324010X.
- “I Big Data a supporto della profilazione del cliente per la personalizzazione dell’esperienza di acquisto”; “La cyber security in Italia: maggiore consapevolezza da parte delle imprese ma budget limitato”; “Abbigliamento e accessori trainano il mercato e-commerce italiano”; “I consumatori italiani e le promozioni: tra sconti e programmi fedeltà”; “I consumi degli italiani tra riduzione del superfluo e attenzione per l’alimentazione”; “I Millennials: una generazione da scoprire” in “29° Rapporto Italia EURISPES”, 2017. ISBN: 8873819184.
- “I giovani riscoprono l’agricoltura ed è boom di iscrizioni alla Facoltà di Agraria”; “Car sharing e home sharing: verso un modello di sharing economy”; “L’Italia melting pot ed è

boom della domanda di cibi etnici”; “L’emergenza abitativa espressa da chi dispone di un reddito da lavoro: il fenomeno dell’housing sociale”; “Forum, blog e social network: i nuovi influenzatori nel processo d’acquisto”; “Il fast fashion rilancia la manifattura Made in Italy”; “L’innovazione digitale nelle imprese italiane tra arretratezza e casi di successo”; “La Cina taglia i dazi all’import: sfide e opportunità per il Made in Italy”; “Made in Italy: l’eccellenza delle produzioni agroalimentari biologiche nei mercati esteri” in “28° Rapporto Italia EURISPES”, 2016. ISBN: 8873818307.

- “I consumatori italiani sempre più “infedeli” tra outlet e discount”; “I comportamenti di acquisto in tempo di crisi: la programmazione del grocery shopping”; “Gli anziani, “ammortizzatori sociali” in una economia in crisi”; “I nuovi modelli di acquisto dei consumatori italiani: e-commerce e mercato dell’usato”; “La crisi dell’istituzione familiare e la nascita di nuove situazioni di povertà”; “La Responsabilità Sociale d’Impresa in tempi di crisi”, in “27° Rapporto Italia EURISPES”, 2015.
- “Il fenomeno delle Reti di Imprese: la creazione di valore attraverso la logica aggregativa”; “I consumi degli italiani durante la crisi, tra trading-up e trading- down”; “La ricerca del benessere psico-fisico tra fitness, beauty farm e interventi di chirurgia estetica”; “I consumatori italiani ancora in difficoltà: tagli alla spesa e consumi low cost”, in “26° Rapporto Italia EURISPES”, 2014.
- “Le grandi aree metropolitane” in Libro Bianco sui Trasporti 2014. EURISPES.
- “Una analisi del settore dei fertilizzanti in Tunisia: accessibilità ed opportunità di business”, 2013, in collaborazione con SACE Servizi, committente: AGRIGES srl.
- “I processi di internazionalizzazione delle imprese calzaturiere della Riviera del Brenta: una analisi dei fabbisogni formativi”, 2011, in collaborazione con Pirolo L., committente: ACRIB.
- “Le filiere produttive in crescita nella Regione Lazio: IT, Turismo, Audiovisivo, Aerospazio”, 2010, in collaborazione con Gumina A., committente: Regione Lazio.

Working papers/Work in progress

- D’Amico S., Giustiniano L., Nenni M.E., Pirolo, “The contribution of the Product Lifecycle Management to firms internationalization. A case in the footwear industry”, in collaborazione con L., presentato al 2nd International Workshop on Luxury Retail, Operations & Supply Chain Management, 18-19 Novembre 2013, Milano.

Altri contributi

- “BNP PARIBAS. Millennial Mon Amour” Caso della 29^a Edizione Premio Marketing per l’Università, 2016 – ISBN 978-88-907662-7-5
- D’Amico S., Di Gregorio F. (2006), “Il punto vendita nel settore moda: quando la comunicazione passa attraverso la dimensione emozionale del concept store”, in Quaderni del Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali, Giuridiche, Merceologiche e Geografiche Università degli Studi, di Foggia, n. 02.

- “L’analisi delle strutture commerciali sul territorio”, in Mastroberardino P., Nigro C., (a cura di), Management della distribuzione, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2006. ISBN: 8849514182
- BPER RINNOVA IL BRAND: C’È SPAZIO PER IL MARKETING NEI GRUPPI BANCARI ITALIANI?, 2015, su www.fchub.it

Premi e riconoscimenti

- Vincitrice della procedura di assegnazione di un contributo premiale per i ricercatori e assegnisti di ricerca da parte della Regione Lazio. Bando “Fare Ricerca-2022”, Obiettivo di Policy 4 “Un’Europa più sociale”. Giugno 2023.
- Vincitrice del Premio di Ricerca promosso dal Comitato Leonardo – Italian Quality Committee, concesso dalla Corneliani F.lli Claudio e Carlalberto s.p.a con l’alto patrocinio della Presidenza della Repubblica, 2009. Lavoro di ricerca: “Il lusso Made in Italy tra heritage del brand e identità stilistica”.
- Vincitrice del Premio di Laurea promosso dal Comitato Leonardo – Italian Quality Committee, concesso dal Cavaliere di Gran Croce Gianmaria Buccellati con l’alto patrocinio della Presidenza della Repubblica, 2003.
- Vincitrice della dodicesima edizione del Premio per tesi di Laurea sull’Oreficeria a cura dell’Associazione Industriali di Vicenza, Settembre 2003.

Ulteriori informazioni

Conoscenze linguistiche:

- Italiano: madre lingua.
- Inglese: buono.

Conoscenze informatiche:

- Microsoft Office.

Abilitazione alla pratica della professione di Dottore Commercialista e Revisore Contabile (2006).

Socio della Società Italiana Marketing.

Socio della Società Italiana Management.

Socio dell’Accademia Italiana Di Economia Aziendale

Referenze

Disponibili su richiesta.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del D.Lgs 196/03.