

CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA E DIDATTICA

ALESSIO DI LEO

POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

2018 - 2021 **Dottorando di ricerca** SSD-SECS-P/08 – Marketing presso l'Università Sapienza di Roma – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

ALTRI TITOLI E CONTRATTI DI RICERCA

2014 - 2015 **Laurea Specialistica in Economia e Management** presso Università Roma Tre, votazione 110/110.

2010 - 2014 **Laurea Triennale in Economia e Gestione delle Imprese** presso Università Roma Tre

CORSI DI SPECIALIZZAZIONE

Doctorial Colloquium

- 2020 American Marketing Science Doctoral Consortium (Dicembre 2020)

Management

- Workshop Crafting Papers for Publication. Supervisor Daniel Muzio (University of York), Senior Associate Editor of "Journal of Management Studies" (Ottobre 2018) presso Università di Napoli Parthenope.

Marketing

- Winter School Sanguis Jovis 2018 - Scuola di alta formazione del Sangiovese. Marzo 2018

Sostenibilità

- Corso Corporate Sustainability. Understanding and Seizing the Strategic Opportunity. Prof. Maurizio Zollo. Università Bocconi. Febbraio 2019

Metodologia della Ricerca

- Corso di introduzione ai metodi di ricerca SIMA – SIM (Luglio 2019) presso SIAF – Scuola Internazionale di Alta Formazione, Volterra
- Scuola Metodologia della ricerca SIMA - Progettare la ricerca - Impostare efficacemente i progetti di ricerca per ottimizzare i risultati finali (Maggio 2018) presso Università di Napoli Parthenope.

INTERESSI DI RICERCA

Food, Consumer behaviour, Retail, Sostenibilità

PROGETTI DI RICERCA

2020

- Membro del gruppo di ricerca "L'impatto del Covid-19 sul settore agroalimentare: situazione attuale e prospettive future in Italia", finanziato da Unione Italiana Food e coordinato da C.A. Pratesi (Università Roma Tre), Giovanni Mattia (Università Roma Tre).
- Membro del gruppo di ricerca del progetto di ricerca di Ateneo finanziato, dal titolo "Centri storici e

commercio: verso una concettualizzazione del modello di fruizione”, coordinato dalla Prof.ssa Fabiola Sfodera (Università Sapienza)

- Membro del gruppo di ricerca “Dining experience”, coordinato dalle Prof.sse Fabiola Sfodera e Isabella Mingo (Università Sapienza)
- Membro dell’unità di ricerca per uno studio dal titolo: “Sostenibilità: scenari attuali e trend per le imprese italiane” (2019) finanziato da Centromarca, coordinato dal prof. Carlo Alberto Pratesi (Università Roma Tre), e in collaborazione con il Prof. Giovanni Mattia (Università Roma Tre).

2019

- Membro dell’unità di ricerca per uno studio dal titolo: “Packaging sostenibile: scenari e trend per le imprese” finanziato da CONAI (Consorzio Nazionale Italiano Imballaggi) coordinato dal Prof. Carlo Alberto Pratesi (Università Roma Tre), e in collaborazione con il prof. Giovanni Mattia (Università Roma Tre) e Ludovica Principato (Università Roma Tre).
- Membro dell’unità di ricerca per uno studio dal titolo: “Sostenibilità nelle aziende fashion luxury” in collaborazione con il Prof. Carlo Alberto Pratesi (Università Roma Tre), Giovanni Mattia (Università Roma Tre) e Ludovica Principato (Università Roma Tre). La collaborazione ha condotto alla pubblicazione di tre contributi in atti di convegno e un articolo scientifico.

ATTIVITÀ DIDATTICA

2020-2021

- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso triennale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi).
- Tutor, Premio Marketing per l’Università 2020 (32 ed.), Università Roma Tre, Roma
- Supporto alla stesura di tesi di laurea magistrale del corso di Marketing. Università Sapienza di Roma – Dipartimento Comunicazione e Ricerca Social (titolare corso prof. A. Mattiacci)

2019-2020

- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore alberghiero” nell’ambito del percorso "Hotel Management". Luiss Business School Roma. Master executive
- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore ristorativo” nell’ambito del percorso "Food & Beverage Management". Luiss Business School Roma. Master executive
- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore ristorativo” nell’ambito del percorso "Food & Beverage Management". Luiss Business School Milano. Master executive
- Docente modulo "Customer journey e omnicanalità" nell’ambito del corso "Comunicazione d’impresa", Università Roma Tre. Laurea triennale (titolare corso L. Principato).
- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso magistrale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi).
- Tutor, Premio Marketing per l’Università 2020 (32 ed.), Università Roma Tre, Roma
- Supporto alla stesura di tesi di laurea magistrale del corso di Marketing Avanzato. Università Sapienza di Roma – Dipartimento Comunicazione e Ricerca Social (titolare corso prof. A. Mattiacci)
- Docente modulo "Customer journey – Project work" nell’ambito del master “Master in Marketing Management”, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management

2018-2019

- Docente in "Marketing Operations" nell’ambito del percorso "Marketing Management", Luiss Business School. Master executive
- Docente modulo “Customer journey e customer experience”, Master Universitario in Marketing

Management (MUMM), Università Sapienza, Roma

- Tutor, Premio Marketing per l'Università 2019 (31 ed.), Università Roma Tre, Roma
- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso magistrale in Marketing, Innovazione e Sostenibilità e corso triennale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi). Nell'ambito di tale incarico è stata correlatore di tesi di laurea magistrale in ambito marketing
- Supporto alla stesura di tesi di laurea magistrale del corso di Marketing. Università Sapienza di Roma – Dipartimento Comunicazione e Ricerca Social (titolare corso prof. A. Mattiacci)
- Docente modulo "Customer journey – Project work" nell'ambito del master "Master in Marketing Management", Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management

2017-2018

- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso magistrale in Marketing, Innovazione e Sostenibilità Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi).

PUBBLICAZIONI

Profilo ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Alessio_Di_Leo

Profilo Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=kV44qYYAAAAJ&hl>

ARTICOLI SU RIVISTA

1. Principato L., Mattia G., **Di Leo A.**, Pratesi C.A., (2020). The Household Wasteful Behaviour Framework: a Systematic Review of Consumer Food Waste, *Industrial Marketing Management*, in press.
2. Mattia G., **Di Leo A.**, Principato L. (2020). On-Line Impulse Buying and Cognitive Dissonance: The Moderating Role of the Positive Affective State. *International Journal of Social and Business Sciences* 14 (2), 151-155
3. Michellini L., Greco C., Ciulli F., **Di Leo A.** (2019). Uncovering the impact of food sharing platform business models: a theory of change approach. *British Food Journal*. Vol. 122, No. 5, pp. 1437-1462

CONTRIBUTO IN VOLUME

4. Mattiacci A., **Di Leo A.** (2020), L'omnicanalità nei consumer market. Una nuova morfologia del canale per un nuovo imperativo: creare valore per il consumatore. In "Scritti in onore di Giuseppe Tardivo". Giappichelli
5. **Di Leo, A.** (2020). La vendita e la gestione della rete di vendita. In J. P. Peter, J. H. Jr. Donnelly & C. A. Pratesi, *Marketing 7/ed.* McGraw-Hill.
6. **Di Leo A.**, Michellini L., Principato L. (2019). "Food sharing and innovative business models", cap. 20, in Kosseva M., "Food Industry Wastes: Assessment and Recuperation of Commodities, Second Edition", Elsevier, in press.
7. **Di Leo A.** (2018). Wine Storytelling. Review della letteratura. In Sanguis Jovis Winter School, Alta Scuola del Sangiovese. Fondazione Banfi. Montalcino, Italy.

Curatela

8. **Di Leo A.** (2020), curatela di "Casi di Marketing, Vol. 15, Best in Class. Master Universitario in Marketing Management – Sapienza Università di Roma, Franco Angeli.
9. **Di Leo A.** (2020), curatela dell'edizione Italiana del manuale Peter, J. P., Donnelly, J. H. Jr., Pratesi C. A. *Marketing 7/ed.*, McGraw-Hill.

CONTRIBUTO IN ATTI DI CONVEGNO

10. Principato L., **Di Leo A.**, Pratesi C.A., Mattia G., Secondi L. (2020). Eating out-of-home: Issues and concerns in the Italian context. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2020 Conference, Varese
11. **Di Leo A.**, Gerardi L., Sfodera F., Mattiacci A., (2020). The revival of corporate magazine in building stakeholder engagement. Conference Proceeding della Sinergie - Sima 2020 Conference, Roma.
12. Principato L., **Di Leo A.**, Pratesi C.A., Mattia G., Secondi L. (2020). Eating out-of-home: Issues and concerns in the Italian context. IFKAD Knowledge in Digital Age Conference 2020, Rome.
13. Mattia G., **Di Leo A.**, Principato L. (2020). On-Line Impulse Buying and Cognitive Dissonance: The Moderating Role of the Positive Affective State. IRC 2020 XIV. International Research Conference.
14. **Di Leo A.**, Sfodera F. (2019). Understanding value creation in the health sector: an exploratory investigation. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2019 Conference, Piacenza.
15. **Di Leo A.** (2019). Comprendere l'esperienza del cliente nell'era omnicanale: un'analisi della letteratura. IV Conferenza Nazionale Dottorandi e Dottorandi in Scienze Sociali, Roma.
16. **Di Leo A.**, Mattia G., Pratesi C.A., Principato L. (2019). Luxury towards sustainability: a GRI-based sustainability report analysis. In: 2019 Global Fashion Management Conference at Paris, pp. 66-71
17. Mattia G., Principato L., Pratesi C.A., **Di Leo A.** (2019), Sustainability in the luxury industry: an exploratory analysis based on the Global Reporting Initiative (GRI) framework, Conference Proceeding della Sinergie - Sima 2019 Conference, Roma.
18. Principato L., Pratesi C.A., Mattia G., **Di Leo A.** (2019). Understanding Sustainability efforts along the luxury value chain. 2019 INFORMS Marketing Science Conference, Roma.
19. **Di Leo A.**, Parente G. (2018). Multidimensionalità e trasversalità. Una proposta di integrazione statistica e teorica per lo studio degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. III Conferenza Nazionale Dottorandi e Dottorandi in Scienze Sociali, Roma.

CONVEGNI E SEMINARI

Relazioni a convegni di carattere scientifico in Italia o all'estero

- Relatore al XV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing. Presentato contributo dal titolo: "Understanding value creation in the health sector: an exploratory investigation ". Università Cattolica, sede di Piacenza. dal 24-10-2019 al 25-10-2019
- Relatore al Convegno Sinergie - SIMA 2019. Presentato un contributo dal titolo: "Sustainability in the luxury industry: an exploratory analysis based on the Global Reporting Initiative (GRI) framework" dal 20-06-2019 al 21-06-2019
- Relatore al convegno IV Conferenza Nazionale Dottorandi e Dottorandi in Scienze Sociali **Di Leo A.** (2019). Comprendere l'esperienza del cliente nell'era omnicanale: un'analisi della letteratura dal 03-09-2019 al 05-09-2019
- Partecipazione alla conferenza internazionale INFORMS Marketing Science Conference con un contributo dal titolo: Understanding sustainability efforts along the luxury value chain organizzato dalla NYU Stern Business School e Università Roma Tre. <https://www.stern.nyu.edu/experiences-stern/about/departments-centers-initiatives/academic-departments/marketing/events/2019-isms-marketing-science-conference> dal 20-06-2019 al 22-06-2019

Organizzazione di convegni di carattere scientifico in Italia o all'estero

- Membro del comitato organizzativo. Università Sapienza di Roma, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale. IV Conferenza Nazionale Dottorandi e Dottorandi in Scienze Sociali (Settembre 2019).
- Membro del comitato organizzativo. Università Sapienza di Roma, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale. *What is done when nothing special is being done: social theory and the power of the unmarked - A*

sociological symposium (Marzo 2019).

BORSE DI STUDIO E PREMI

- 2020 IRC 2020 XIV. International Research Conference. Best Paper Award per il paper On-Line Impulse Buying and Cognitive Dissonance: The Moderating Role of the Positive Affective.
- 2020 Borsa di finanziamento di progetti congiunti (Università di Valencia)
- 2018 – 2020 Borsa di dottorato di ricerca presso l'Università Sapienza, Roma
- 2017 Emerging scholar award, 7th International Conference of Food Studies, University of Illinois at Urbana Champaign
- 2015 Borsa di tutorato per attività di supporto all'ingresso del mondo lavorativo presso l'Università Roma Tre, Roma

CONSEGUIMENTO DI PREMI E RICONOSCIMENTI PER L'ATTIVITÀ SCIENTIFICA, INCLUSA L'AFFILIAZIONE AD ACCADEMIE DI RICONOSCIUTO PRESTIGIO NEL SETTORE

Corrispondente della Società Italiana Management (SIMA). dal 01-01-2018 a oggi

Corrispondente della Società Italiana Marketing (SIM). dal 01-01-2018 a oggi

Corrispondente dell'Accademia Italiana Di Economia Aziendale (AIDEA). dal 01-01-2019 a oggi

ATTIVITÀ PROFESSIONALI E DI CONSULENZA

- 2019 - *presente* Attività di consulenza per clienti nazionali e internazionali su temi legati a marketing e sostenibilità
- 2018- 2019 Chief Marketing Officer, Dock3 – The Startup Lab
- 2015- 2018 Business Analyst, Accenture Consulting

LINGUE STRANIERE

Italiano: Madrelingua

Inglese: Ottima conoscenza

Spagnolo: Fluente