



MADRELINGUA

ITALIANO

ALTRA LINGUA

INGLESE

Attestati

TOEFL IBT (19/01/2018), VOTO: 102/120, NUMERO DI REGISTRAZIONE: 0000000032761036

ISTRUZIONE E TITOLI
ACCADEMICI

Da Settembre 2021 ad oggi

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA “LA SAPIENZA”

Professore a contratto per le cattedre di Market Driven Management (Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale) e di Corporate Governance in Family Business (Dipartimento di Management)

Luglio 2021

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

Docente nell'ambito del Dottorato di Ricerca in Big Data Management presso il Dipartimento di Scienze Aziendali, Management e Innovation Systems: *I modelli di equazioni strutturali nelle ricerche di area manageriale: applicazioni pratiche* (4 ore)

Dal 15/12/2020 al 15/01/2021

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA “LA SAPIENZA”

Docente nell'ambito del Progetto di formazione “Tecnologia e Ricerca Industriale per la Mobilità Marina (Progetto TRIM): *Dall'idea imprenditoriale al business plan* (MC-UF1-E1, 10 ore); *Marketing strategico e piano di comunicazione* (MC-UF1-E2, 10 ore); *Elementi di organizzazione aziendale* (MC-UF1-E3, 10 ore)

Dal 15/12/2020 ad oggi

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA “LA SAPIENZA”

Assegnista di ricerca di *Economia e Gestione delle Imprese* (SECS-P/08), Dipartimento di Management

Dal 01/05/2020 al 30/06/2020

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI PARTHENOPE

Corso di perfezionamento universitario (CPU): *Blockchain for Professional and Business Services*

Dal 01/07/2019 al 20/07/2019

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

Assegnista di didattica integrativa per il corso *Tecniche di ricerca sociale e di mercato*

Dal 01/11/2015 ad oggi

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

Membro del Sustainability and Communication Centre (SSC): Attività di ricerca sulla comunicazione per la sostenibilità delle organizzazioni

Dal 01/11/2015 al 23/05/2019

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

Dottore di ricerca (PhD) in *Economia e politiche dei mercati e delle imprese* (Curriculum: *Marketing Management*), Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche (DISES)

Dal 30/08/2017 al 9/03/2018

CORNELL UNIVERSITY

Visiting Scholar alla Johnson School of Business: Attività di ricerca su consumer behavior, consistenza cognitiva, predecisional distortion of information

Dal 01/11/2015 al 23/05/2019

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

Collaboratore in attività didattiche e di ricerca con le cattedre di *Corporate Communication*, *Digital Marketing* e *Marketing e Comunicazione*

Dal 22/08/2016 al 26/08/2016

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

Tutor al corso *Introduzione all'analisi multilivello* nell'ambito della 13° Scuola Estiva sul Metodo e la Ricerca Sociale, promossa da Paideia e dal Dipartimento di Scienze Politiche Sociali e della Comunicazione dell'Università di Salerno

Dal 08/08/2016 al 19/08/2016

UNIVERSITY OF ESSEX

Essex Summer School in Social Science Data Analysis: corso di *Bayesian Analysis in the Social Sciences*

Dal 31/08/2015 al 04/09/2015

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

12° Scuola Estiva sul Metodo e la Ricerca Sociale, promossa da Paideia e dal Dipartimento di Scienze Politiche Sociali e della Comunicazione dell'Università di Salerno: corso di *I modelli di equazioni strutturali in sociologia e in economia*

Dal 2011 al 2014

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

Laurea magistrale in Comunicazione d'Impresa e Comunicazione Pubblica: Tesi sperimentale dal titolo *Gli opinion leader approdano online. Un'indagine sull'influenza interpersonale sulla decisione d'acquisto online*, con voto 110/110

Dal 2008 al 2011

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

Laurea triennale in Scienze della Comunicazione: Tesi sperimentale dal titolo *Il product placement: nuovi orizzonti della comunicazione aziendale*, con voto 110/110

2008

LICEO SCIENTIFICO "P. CALAMANDREI" DI NAPOLI

Maturità scientifica con voto 100/100

PUBBLICAZIONI

Conte, F., Coppola, C., Sardanelli, D., Vollero, A., Siano, A. (2021). Accessibilità e inclusione sociale: un'indagine empirica sull'adozione del W3C nei corporate website. *Sinergie-SIMA Management Conference 2021*, 10-11 June, Palermo, Italy.

Sardanelli, D., Conte, F., Vollero, A., & Siano, A. (2021). CSR signals: exploring their use in controversial industries. *Italian Journal of Marketing*, 1-18. ISSN: 2662-3323

Vollero, A., Sardanelli, D., Siano, A. (2021). Exploring the role of the Amazon effect on customer expectations: An analysis of user-generated content in consumer electronics retailing. *Journal of Consumer Behaviour*. ISSN: 1472-0817

Siano A., Vollero A., Conte F., Sardanelli D. (2021). Company's Risk/Reward Profile in the Sustainable Economy: What Role Can Marketing Play? *Micro & Macro Marketing*, 1. ISSN: 1121-4228

Siano A., Conte F., Vollero A., Sardanelli D. (2021). Data-driven management: quali prospettive di sviluppo in Italia? *Mark up*, 1-4. ISSN: 1122-8873

Sardanelli D., Conte F. (2020). Exploring the use of CSR signals by companies in controversial industries. SIM Conference. ISBN: 9788894391848 CONTRIBUTO IN ATTI DI CONVEGNO CON ISBN

Sardanelli D., Vollero A., Siano A., Conte F. (2020). Come i CEOs rispondono alla crisi: un'analisi comparativa delle strategie retoriche durante la pandemia da Coronavirus. *Corporate Governance and Research & Development Studies*. ISSN: 2704-8462.

Cucari N., Esposito De Falco S., Carbonara S., Sergakis K. & Sardanelli D. (2020). Determinants of commitment and opportunism of institutional investors' behavior: an empirical investigation on robo-voting phenomena. *Sinergie Italian Journal of Management*. ISSN: 0393-5108.

Esposito De Falco S., Mirone F., Sardanelli D. & Esposito E. (2020). Longevità, sensibilità al rischio e familiness nelle imprese familiari: una cluster analysis. *Sinergie-SIMA Conference*, 7-8 September, Pisa, Italy. ISBN: 97888943937-3-6.

Sardanelli, D., Conte, F., Vollero, A., & Siano, A. (2020). Data-driven talent management: quali prospettive di sviluppo in Italia? *Sinergie-SIMA Conference*, 7-8 September, Pisa, Italy. ISBN: 97888943937-6-7.

Sardanelli, D., Vollero, A., Siano, A., & Conte, F. (2020). L'impatto del Coronavirus sulla comunicazione aziendale: analisi delle lettere dei CEO agli azionisti. *Sinergie-SIMA Conference*, 7-8 September, Pisa, Italy. ISBN: 97888943937-6-7.

Vollero, A., Siano, A., & Sardanelli, D. (2020). Amazon Effect? An Analysis of User-Generated Content on Consumer Electronics Retailers' Facebook Pages. In *Advances in Digital Marketing and eCommerce* (pp. 188-193). Springer, Cham. ISBN: 978-3-030-47595-6.

Sardanelli, D., (2020). Approach to dual marketing: re-organization of structures and development of competencies. In Palazzo, M., Foroudi, P., Siano, A., Beyond multi-channel marketing: Critical Issues in Dual Marketing. Elsevier. ISBN 9781838676865.

Sardanelli, D., Conte, F., Vollero, A. & Siano, A., (2019). Institutionalization of CSR in controversial and non-controversial industries. *Sinergie-SIMA Conference*, 20-21 June, 2019, Rome, Italy. ISBN: 97888943937-1-2.

Sardanelli, D., Vollero, A., Siano, A. & Bottoni, G. (2019). Lowering the pirate flag: a TPB study of the factors influencing the intention to pay for movie streaming services. *Electronic Commerce Research*. ISSN: 1572-9362.

Siano, A., Vollero, A., Sardanelli, D. & Conte, F., (2018). Double-sided Institutionalization of CSR in Controversial Industries. *IABS 2018- 29th Annual Meeting of the International Association of Business and Society*, 6-10 June, 2018, Hong Kong SAR, China.

Vollero, A., Palazzo, M., Siano, A., Sardanelli, D. (2018). Managing CSR Communication: A study of legitimacy-seeking strategies adopted by service and product companies. *The TQM Journal*. ISSN: 1754-2731.

Sardanelli, D. (2018) in Siano A., Conte F. (2018), *La sostenibilità viaggia nel web. Valutare e migliorare la comunicazione delle organizzazioni sostenibili nell'era della digital analytics*, FrancoAngeli, Milano, ISBN: 978-88-917-6917-6.

Siano A., Conte F., Vollero A., Covucci C., Sardanelli D. (2017), "Stakeholder engagement and CSR communication strategies for corporate legitimacy: Insights from controversial industries websites", *CSRCOM2017 – 4th International CSR Communication Conference*, 21-23 September 2017, Vienna, Austria, pp. 69-74. ISBN: 978-961-235-838-9.

Vollero, A., Siano, A., & Sardanelli, D. (2016). Opinion Leaders Go Online: An Empirical Study on Interpersonal Influence on Purchase Intention in E-Retailing. In: Dixit, S., and Kumar Sinha, A. *E-Retailing Challenges and Opportunities in the Global Marketplace*, IGI Global, 145. ISBN: 9781466699212.