

## **Curriculum vitae di Riccardo Resciniti**

### **Breve nota biografica**

Nato a Napoli l'11 ottobre 1965. Laureato con lode e menzione speciale in Economia e Commercio presso l'Università di Napoli Federico II. Dottore di ricerca in Economia aziendale. Professore ordinario di Economia e gestione delle imprese. Dottore commercialista e Revisore dei conti. Svolge attività di consulenza scientifica in favore di imprese e istituzioni in materia di management strategico, organizzazione e marketing.

### **Profilo universitario**

Professore ordinario di Economia e gestione delle imprese nell'Università degli Studi del Sannio, dove insegna Management e Marketing Internazionale.

Professore di Economia e gestione delle imprese internazionali presso la LUISS Guido Carli di Roma.

Direttore del Master in Internazionalizzazione delle imprese realizzato in collaborazione tra l'Università del Sannio e l'ICE (avvio ottobre 2013).

Componente del Collegio dei docenti del Dottorato di ricerca in Management and Local Development nell'Università degli Studi del Sannio.

Consigliere di Presidenza della Società Italiana di Marketing.

Coordinatore nazionale della sezione di International Marketing della Società Italiana Marketing.

Socio fondatore della Società Italiana di Management.

### **Attività di formazione**

Ha svolto attività di progettazione o di docenza in materia Economia e gestione delle imprese nell'ambito di corsi di dottorato di ricerca e di formazione post-lauream, tra cui per: LUISS Business School di Roma, LUMSA di Roma, Scuola Superiore S. Anna di Pisa, Università del Sannio, Università di Napoli Federico II, Università di Roma "La Sapienza", Università di Salerno; e per altri enti, tra cui: Cevitec, Euroform, Eurosportello di Napoli, Formez, Formit, Istituto nazionale per il Commercio con l'Estero (ICE), Premio Philip Morris per il Marketing, Scuola Superiore G. Reiss Romoli, Stoà, Valisannio.

### **Pubblicazioni**

Autore di dieci volumi e oltre settanta altre pubblicazioni in materia di management strategico, marketing e logistica, tra le quali negli ultimi 5 anni:

- *Modelli di internazionalizzazione delle medie imprese industriali*, in A. Nifo (a cura di), *L'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese: aspetti economici e giuridici*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2010.

- *International business and medium-sized enterprises: a research to bridge the gap* (con D. Fortuna e M. Matarazzo), in "Annali della Facoltà di Economia di Benevento", n. 15, in corso di pubblicazione.
- *Sviluppo e competitività delle medie imprese italiane dell'era globale* (con D. Dalli e A. Tunisini), in "Mercati e competitività", n. 3, 2010, pp. 19-46.
- *Marketing e intangibles per la competitività delle medie imprese italiane* (con R. Varaldo, D. Dalli, A. Tunisini), in "Economia e diritto del terziario", n. 2, 2010, pp. 207-225.
- *Studies on firms' internationalisation in Italian journals: themes, trends and future directions* (con M. Matarazzo), in "Economia e politica industriale", vol. 37, n. 4, 2010, pp. 69-109.
- *International marketing and competitive strategies of 'Made in Italy': an empirical investigation on medium sized firms* (con D. Fortuna, M. Matarazzo), in "Proceedings of 10<sup>th</sup> International Marketing Trends Conference", ESCP-EAP, Paris, France, January 20-22, 2011, ISBN 978-2-9532811-2-5.
- *Il marketing nelle imprese internazionali* (con M. Matarazzo), in Matteo Caroli (a cura di), *Economia e gestione delle imprese internazionali*, cap. IX, Mc Graw Hill, Milano, 2011, pp. 293-344.
- *Le strategie internazionali delle medie imprese tra standardizzazione e adattamento dell'offerta* (con D. Fortuna), in "Sinergie", n. 85, 2011, pp. 119-139.
- *Product/country image effects and entry strategies in foreign markets* (con M. Matarazzo e A. Iavarone), Proceedings of 11<sup>th</sup> IACCM Annual Conference, 20-22 June 2012, Naples, Italy, "Political change, cultural dynamics and competitiveness of firms", ISBN: 978-88-89677-86-5.
- *I nuovi mercati e le strategie di entrata delle medie imprese: evidenze e miti* (con M. Matarazzo), in "Sinergie", n. 89, 2012, pp. 209-230. ISSN: 0393-5108
- *International Marketing and the Country of Origin Effect: The Global Impact of "Made in Italy"* (edit by, with G. Bertoli), Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 2012. ISBN: 978-1-78195-560-4.
- *Introduction* (with G. Bertoli), in "International Marketing and the Country of Origin Effect: The Global Impact of 'Made in Italy'" (edit by, with G. Bertoli), Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 2012, pp. 1-20. ISBN: 978-1-78195-560-4.
- *Experiential marketing for value creation in cultural heritage management* (con G. Maggiore), in A. Morvillo (edit by) "Advances in Tourism Studies. In Memory of Clara S. Petrillo", McGraw-Hill, Milano, 2012, pp. 261-279. ISBN: 978-88-386-7335-1
- *Strategie e posizionamento nei mercati internazionali. Percorsi di sviluppo delle medie imprese campane*, (con D. Fortuna, M. Matarazzo), Franco Angeli, Milano, 2012. ISBN: 978-88-204-1637-9
- *Prefazione*, in *Strategie e posizionamento nei mercati internazionali. Percorsi di sviluppo delle medie imprese campane*, (con D. Fortuna, M. Matarazzo), Franco Angeli, Milano, 2012, pp. 7-8. ISBN: 978-88-204-1637-9

- *Il significato del volume*, in *Strategie e posizionamento nei mercati internazionali. Percorsi di sviluppo delle medie imprese campane*, (con D. Fortuna, M. Matarazzo), Franco Angeli, Milano, 2012, pp. 11-28. ISBN: 978-88-204-1637-9
- *Mid-sized Manufacturing Companies: The New Driver of Italian Competitiveness*, (with F. Coltorti, A. Tunisini, R. Varaldo, edit by), Springer-Verlag, Milano, 2013, ISBN: 978-88-470-2588-2, DOI: 10.1007/978-88-470-2588-2
- *Background and goals of the book* (con A. Tunisini), in *Mid-sized Manufacturing Companies: The New Driver of Italian Competitiveness*, (edit by F. Coltorti, R. Resciniti, A. Tunisini, R. Varaldo), Springer-Verlag, Milano, 2013, pp. 1-10. ISBN: 978-88-470-2588-2, DOI: 10.1007/978-88-470-2589-9\_1
- *Virtuous business model for international competitiveness* (con A. Tunisini), in *Mid-sized Manufacturing Companies: The New Driver of Italian Competitiveness*, (edit by F. Coltorti, R. Resciniti, A. Tunisini, R. Varaldo), Springer-Verlag, Milano, 2013, pp. 73-134. ISBN: 978-88-470-2588-2, DOI: 10.1007/978-88-470-2589-9\_4
- *Made in Italy e Country of Origin Effect* (con G. Bertoli), in "Mercati e Competitività", n. 2, 2013, pp. 13-36.
- *Managing favorable product-country match in international markets: the case of "Made in Gessi"* (with M. Matarazzo), in "Journal of Global Scholars of Marketing Science", n. 4, 2013, pp. 1-13, ISSN: 2163-9159, DOI 10.1080/21639159.2013.818284.
- *Le medie imprese alla scoperta del marketing creativo* (con R. Varaldo e Annalisa Tunisini), in "Mercati e competitività", n. 3, 2013, pp. 5-10.
- *Mercati esteri e strategie di entrata delle imprese distrettuali: i gap da colmare* (con E. Rullani e M. Matarazzo), in "Report annuale sui distretti italiani", Unioncamere-Osservatorio Nazionale Distretti, 2014.
- *La valutazione dell'effetto "Made in Europe": un'indagine empirica cross-national* (con M. Matarazzo e G. Schufft), in "Economia e politica industriale", n. 3, 2014.