

Mario D'Arco

Curriculum Scientifico-Professionale

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9564-6960>

Settore scientifico disciplinare ECON-07/A Economia e gestione delle imprese (già SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese)	Indirizzo ████████████████████ ████████████████████	Contatti ████████████████████ ████████████████████ ████████████████████
Metodologie Analisi statistica monovariata; Analisi statistica bivariata e multivariata; Modelli di equazione strutturale (SEM); Esperimenti; Content analysis; Narrative Interview; Analisi semiotica; Etnografia & Netnografia	Competenze informatiche Utilizzo professionale dei seguenti software: Microsoff Office; Adobe Illustrator; IBM SPSS Statistics; IBM SPSS AMOS; JMP® Software from SAS; JASP; Jamovi; InfraNodus Lab.	Lingue Corso di lingua inglese di livello C1 Advanced 100 Ore. Università degli Studi di Salerno, Centro linguistico di Ateneo.

Titoli

1. Abilitazione scientifica nazionale, II Fascia. Classe di concorso 13/B2 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (ora gruppo scientifico disciplinare 13/ECON-07 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE). Validità: 20/11/2023 al 20/11/2034.
2. Dottorato di ricerca in Management & Information Technology, curriculum in Marketing & Communication XXXI Ciclo, Università degli Studi di Salerno. Data: 25 Giugno 2019.
3. Specializzazione post-laurea in Copywriting (1500 Ore). Corso organizzato da BAS (Brand Academy Studios), Roma. Data: Dicembre 2010.
4. Laurea Specialistica in Discipline Semiotiche (Classe: teoria della comunicazione 101/S). Alma Mater Studiorum Università degli Studi di Bologna, conseguita con votazione: 109/110. Data: 20 Ottobre 2009.
5. Laurea triennale in Scienze della Comunicazione. Università degli Studi di Salerno, conseguita con votazione 108/110. Data: 26 Settembre 2006.
6. Diploma di Liceo Scientifico. Liceo Scientifico B. Rescigno, Roccapiemonte (SA).

Attività accademica

Periodo	Ruolo ricoperto
Dal 30 Dicembre 2021 – Attuale (scadenza contratto 30 dicembre 2024)	Ricercatore RTDa presso il Dipartimento Di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM) Dell'Università Degli Studi Del Sannio. Attività di ricerca scientifica e didattica nel settore disciplinare ECON-07/A Economia e gestione delle imprese.
Dal 16 Dicembre 2020 al 15 dicembre 2021	Assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovations Systems (DISA-MIS) dell'Università degli Studi di Salerno. Titolo del progetto "Indagini ed analisi dei comportamenti di consumo sostenibile nell'era Post-COVID 19" Responsabile del Progetto: Prof.ssa Vittoria Marino
Dal 5 Novembre 2018 al 5 Settembre 2019	Borsista di ricerca presso l'Università degli Studi del Sannio. Titolo del progetto "Le politiche per la competitività dei sistemi produttivi Campani: mappatura delle Reti ed analisi degli Strumenti al fine di rafforzare l'azione amministrativa" Titolo della borsa di ricerca: "Smart Technologies e Reti di PMI. Competitività e innovazione nei casi di successo locali e internazionali" Responsabile del progetto: Prof. Riccardo Resciniti
Marzo – Aprile 2018	Borsista di ricerca presso l'Università degli Studi di Salerno. Titolo progetto: "Tecnologie e Processi nell'industria 4.0" Profilo 2: Esperto in "Grafica digitale" Responsabile del progetto: Prof. Massimo De Falco

Attività didattica

Periodo	Attività
Giugno – Luglio 2024	<p>Dieci ore di docenza al corso di perfezionamento [IFTS 2023] TECNICO SUPERIORE IN FOOD E WINE MARKETING: COMUNICAZIONE, DIGITALIZZAZIONE E TURISMO ESPERIENZIALE.</p> <p>Modulo: Metaverso e intelligenza artificiale nelle strategie di creazione e valorizzazione di un prodotto turistico enogastronomico esperienziale.</p> <p>Sede: FO.SVI.TER. S.R.L. (C.DA PIANO CAPPELLE, 129 - 82100 Benevento BN)</p>
Anno Accademico 2023/24	<p> Titolare dell'insegnamento di "Digital Communication" (6 CFU, 42 ore), presso il Corso di Laurea Magistrale in Economia e Management, Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli studi del Sannio.</p>
Dall'Anno Accademico 2022/23 all'Anno Accademico 2023/24	<p> Titolare dell'insegnamento di "Management della Sostenibilità" (6 CFU, 48 ore), presso il Corso di studi in Economia Bancaria e Finanziaria, Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli studi del Sannio.</p>
Anno Accademico 2021/22	<p> 48 ore di didattica integrativa a favore del corso di "Management delle Imprese di Servizi", titolare Prof.ssa Vittoria Marino, Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli studi del Sannio.</p>
Anno Accademico 2020/21	<p> Tutor ufficiale della Trentatreesima Edizione del Premio Marketing SIM per l'Università degli studi di Salerno – Il caso Unionplast.</p>
Anno Accademico 2019/20	<p> Tutor accademico e attività integrativa della (HELP TECHING 40 ORE) per l'insegnamento di Marketing presso il Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS), Università degli Studi di Salerno.</p>
Anno Accademico 2019/20	<p> Tutor ufficiale della Trentaduesima Edizione del Premio Marketing SIM per l'Università degli studi di Salerno – Il caso Pastificio Di Martino e Antonio Amato.</p>
Anno Accademico 2018/19	<p> Tutor ufficiale della Trentunesima Edizione del Premio Marketing SIM per l'Università degli studi di Salerno – Il caso Frecciarossa.</p>
Anno Accademico 2017/18	<p> Tutor ufficiale della Trentesima Edizione del Premio Marketing SIM per l'Università degli studi di Salerno – Il caso National Geographic.</p>

Cariche ricoperte

Periodo	Carica
Dall'Anno Accademico 2023/24 a oggi	Membro del Comitato per la ricerca del Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi (DEMM), Università degli Studi del Sannio, Benevento.
Dall'Anno Accademico 2022/23 a oggi	Referente di sede Società Italiana di Management (SIMA) presso l'Università degli studi del Sannio, Benevento.
Dall'Anno Accademico 2021/22 a oggi	Membro del Gruppo di gestione AQ (Assicurazione Qualità) del Corso di Studi in Economica Bancaria e Finanziaria, DEMM Università degli Studi del Sannio, Benevento.
Dall'Anno Accademico 2021/22 a oggi	Membro della Commissione Orientamento, Tirocini, Stage, e Job Placement del Corso di Studi in Economica Bancaria e Finanziaria, DEMM Università degli Studi del Sannio, Benevento.
Dall'Anno Accademico 2021/22 a oggi	Membro della Commissione per la Comunicazione Istituzionale del Corso di Studi in Economica Bancaria e Finanziaria, DEMM Università degli Studi del Sannio, Benevento.
Dal 2022 al 2024	Membro del "Program Committee" della Digital Marketing & eCommerce Conference, Barcellona.
11-13 Luglio 2018	Session Chair (nella sessione II Online Context and Digital Transformation) alla V International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2018), Barcellona, Spagna

Partecipazione a progetti di ricerca

Periodo	Titolo progetto
Febbraio 2024 – a oggi	Progetto “InfrasTruttura per il monitoRaggio Urbano e per la geStione dinamica della flotta a supporto dell’implementazione della TARIP - TRUST” commissionato al Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi quantitativi (DEMM) dell’Università degli Studi del Sannio da Officine Sostenibili Società Benefit S.r.l.
15 Febbraio 2021 – 15 Febbraio 2024	Progetto F.A.R.B. “Il mondo dopo il Covid-19: una esplorazione delle determinanti del comportamento di consumo sostenibile”. Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof.ssa Carmen Gallucci (Coordinatore Progetto).
11 Marzo 2019 – 10 Marzo 2022	Progetto F.A.R.B. “Dall’e-commerce al conversational commerce. Multicanalità ed engagement platform per il miglioramento del consumer perceived value nel retail 4.0”. Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof.ssa Vittoria Marino (Coordinatore Progetto).
11 Marzo 2019 – 10 Marzo 2022	Progetto F.A.R.B. “L’economia della bellezza per la competitività del made in Italy”. Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof. Marco Pellicano (Coordinatore Progetto).
20 Novembre 2017 – 20 Novembre 2020	Progetto F.A.R.B. “The role of resource integration in the context of festivals. Toward an integrated framework of festivalscape and value co-creation”. Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof. Orlando Troisi (Coordinatore Progetto).
20 Novembre 2017 – 20 Novembre 2020	Progetto F.A.R.B. (Finanziamento Alla Ricerca di Base) “Coinvolgere i clienti attraverso i social: le nuove frontiere del customer relationship management”. Dipartimento di Scienze Aziendali - Management & Innovation Systems (DISA-MIS). Responsabile del progetto: Prof.ssa Vittoria Marino (Coordinatore Progetto).

Partecipazione a conferenze e workshop

Periodo	Titolo conferenza/workshop e location	Lavoro presentato
17-19 Ottobre 2024	XXI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università IULM, Milano	<ol style="list-style-type: none"> 1. D'Arco, M., Avallone, F., & Marino V. "Tackling activism backlash: the influence of brand heroes in addressing cognitive dissonance." 2. Branca, G., D'Arco, M., & Marino, V. "Enhancing prosocial behavior through influencer marketing. The role of partnership congruity and consumers' prosocial identity."
15 -17 Maggio 2024	2024 SPGC Global Family Business SUMMIT, Step Project Global Consortium For Family Enterprising, Vietri Sul Mare (SA)	<ol style="list-style-type: none"> 1. D'Arco, M., Lo Presti, L., & Marino, V. "Harnessing family identity: the strategic role of influencer marketing in family businesses"
20-21 Ottobre 2023	XX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: Marketing per il benessere, la salute e la cura, Università di Firenze	<ol style="list-style-type: none"> 1. Branca, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "Flatmates: la prima agenzia italiana di influencer marketing fondata e gestita da content creator" 2. Branca, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "Virtual Reality in Healthcare: An in depth examination of applications, challenges, and future research pathways"
29-30 Giugno 2023	Sinergie-SIMA 2023 Conference: Rediscovering local roots and interactions in management, Bari, Italia	<ol style="list-style-type: none"> 1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "To stay or not to stay in eco-friendly hotels: A norms perspective."
26-27 Giugno 2023	Research on National Brand & Private Label Marketing, Barcellona, Spagna	<ol style="list-style-type: none"> 1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "Does retailer activism increase consumers' perception of private label brand equity?"
3-5 Maggio 2023	16th Global Brand Conference 2023, Università degli studi di	<ol style="list-style-type: none"> 1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "Re-imagining brand packaging diffusion and adoption in the metaverse"

20-21 Ottobre 2022	XIX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Università degli studi di Salerno	1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "Companies stand with Ukraine. An investigation on the mode of representation and perceived authenticity of corporate activism"
14-15 Ottobre 2021	XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Facoltà di Economia "G. Fuà" – Università Politecnica delle Marche, Ancona	1. D'Arco, M., Branca, G., Lo Presti, L., Maggiore, G., Marino, V., & Resciniti, R. "Head or heart? A comparative study of the factors influencing sustainable consumption intention in two generational cohorts" 2. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "Generation Z and sustainable tourism: exploring the influence of proenvironmental tourism UGC engagement"
7-9 Aprile 2021	Research and Innovation Forum 2021 "Managing Continuity, Innovation, and Change in the Post-Covid World: Technology, politics and society", in modalità virtuale	1. Smaldone, F, D'Arco, M., Marino, V., & Pellicano, M. "Virulence of two infectious diseases: Inequality and Covid-19" 2. Smaldone, F, D'Arco, M., Marino, V., & Pellicano, M. "Brave consumers for a new digital world: Exploring the impact of Covid-19 on online purchase intentions" 3. Smaldone, F, D'Arco, M., Marino, V., & Pellicano, M. "Let thy food be thy medicine: Exploring the impact of Covid-19 pandemic on the online food delivery industry"
28-30 Ottobre 2020	XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, in modalità virtuale	1. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. "Determinants of sustainable consumption behavior in the post-COVID-19 era: Insights from the Italian context" 2. Smaldone, F., D'Arco, M., & Marino, V. "Quality is not an accident: Profiling

		patients' perceptions in outpatient settings via comparative twitter analysis"
16 Ottobre 2020	Workshop & Special Issue: Covid-19 and Marketing Research in Italy, SIM, in modalità virtuale	1. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. "Assessing the effect of "proximity to event" as a determinant of sustainable consumption behavior in the post-COVID-19 era: preliminary results"
15 Luglio 2020	Workshop Dinamiche imprenditoriali, manageriali e sociali dopo il Covid-19, UNISA SIMAS; ASVSA - Associazione per la ricerca sui Sistemi Vitali, in modalità virtuale	1. D'Arco M., & Marino. V. "Sustainability in the post-COVID-19 era. Reflections on research opportunities"
24-25 Ottobre 2019	XVI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, Marketing 4.0: le sfide della multicanalità, Università Cattolica del Sacro Cuore sede di Piacenza	1. D'Arco, M., Mastropietro, G., & Aufiero, V. "Internazionalizzazione e multicanalità nelle reti di impresa: il caso Tradizione Italiana" 2. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "Native ads effectiveness throughout the customer journey: An explorative research"
22-24 Ottobre 2019	IV International Conference on Tourism Dynamics and Trends (ICTDT2019), Unitelma Sapienza, Roma	1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "Exploring travellers' customer journey: The relevance of Zero Moment of Truth"
12-14 Giugno 2019	VI International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing (NB&PL2019), Barcellona, Spagna	1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. "How to (Not) Survive a Social Media Firestorm: The Dolce & Gabbana's Ad Debacle in China"
18-19 Ottobre 2018	XV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, I percorsi identitari del marketing, Università degli studi di Bari Aldo Moro	1. Marino, V., Resciniti, R., & D'Arco, M. "Is Marketing a bad word? Insights from social media users' perceptions."
11-13 Luglio 2018	V International Conference on Research on National Brand & Private Label	1. D'Arco, M., & Marino, V. "Managing Online Anti-branding Consumer

Marketing (NB&PL2018), Barcellona,
Spagna

Behaviours: A Multiple Case Study
Analysis in the Italian Landscape”

Pubblicazione in riviste scientifiche

1. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). Influencer Activism: Insights for Effective Partnership With Brands and Organizations. *Psychology & Marketing*, 1-26 <https://doi.org/10.1002/mar.22149>
2. D'Arco, M., Cammarota, A., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). How Do Consumers Respond to Brand Activism Campaigns? Exploring the Relationship Between Authenticity, Brand Value Congruence, Brand Identification, and Political Ideology. *Journal of Global Marketing*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/08911762.2024.2368467>
3. Branca, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). Flatmates: The First Italian Influencer Marketing Agency Founded and Managed by Content Creators. *Micro & Macro Marketing*, 1-18. <https://doi.org/10.1431/113946>
4. Mainolfi, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). «If I Care, I Buy». Exploring an Integrated Model of Environmental Concern, Attitudes, Anticipated Guilt and Purchase Intention in Sustainable Vegan Fashion. *Micro & Macro Marketing*, 1-30. <https://doi.org/10.1431/113947>
5. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2024). Stop business with Russia! Exploring the representation and perceived authenticity of corporate activism in response to Russia-Ukraine war. *Italian Journal of Marketing*, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s43039-023-00085->
6. Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). BRAND ACTIVISM: A Literature Review and Future Research Agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 47(5), 1669-1691. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12967>
7. Branca, G., D'Arco, M., & Resciniti, R. (2023). Pre-owned Suits Me! Exploring Generation Z's Purchase Behaviour towards Second-Hand Fashion. *Micro & Macro Marketing*, 32(1), 95-120. <https://doi.org/10.1431/106872>
8. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Exploring the pro-environmental behavioral intention of Generation Z in the tourism context: the role of injunctive social norms and personal norms. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2171049>
9. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. (2022). Impact of Covid-19 on consumers' pro-environmental behaviour intentions. Does proximity to an event matter?. *Micro & Macro Marketing*, 2/2022, 167-192. <https://doi.org/10.1431/103772>
10. D'Arco, M., & Marino, V. (2022). Environmental citizenship behavior and sustainability apps: an empirical investigation. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 16(2), 185-202. <https://doi.org/10.1108/TG-07-2021-0118>
11. D'Arco, M., Lo Presti, L., Marino, V., & Maggiore, G. (2021). Is sustainable tourism a goal that came true? The Italian experience of the Cilento and Vallo di Diano National Park. *Land Use Policy*, 101, 105198. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.105198>
12. Marino, V., Resciniti, R., & D'Arco, M. (2020). It's all about marketing! Exploring the social perception in the Italian context. *Italian Journal of Marketing*, 7-23. <https://doi.org/10.1007/s43039-020-00004-7>
13. D'Arco, M., Lo Presti, L., Marino, V., & Resciniti, R. (2019). Embracing AI and Big Data in customer journey mapping: from literature review to a theoretical framework. *Innovative Marketing*, 15(4), 102-115. [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(4\).2019.09](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(4).2019.09)

14. Troisi, O., D'Arco, M., Loia, F., Maione, G. (2018). Big data management: The case of Mulino Bianco's engagement platform for value co-creation. *International Journal of Engineering Business Management*, 10, 1-8. <https://doi.org/10.1177/1847979018767776>

Capitoli di libri

1. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Does Retailer Activism Increase Consumers' Perception of Private Label Brand Equity?. In Gázquez-Abad, J. C., Martínez-López, F. J., Gielens, K. (Eds.) *Advances in National Brand and Private Label Marketing. NB&PL 2023. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-32894-7_3
2. D'Arco, M., Branca, G., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Capitolo quinto. L'impatto del Covid-19 sull'orientamento dei consumatori verso comportamenti a favore della transizione ecologica. In *GreenIT. Economia circolare, consumo sostenibile e valore del made in Italy*. ISBN 9791221179293
3. Hysa, X., D'Arco, M. and Kostaqi, J. (2023). Misuse of Personal Data: Exploring the Privacy Paradox in the Age of Big Data Analytics. In Visvizi, A., Troisi, O. and Grimaldi, M. (Eds.) *Big Data and Decision-Making: Applications and Uses in the Public and Private Sector (Emerald Studies in Politics and Technology)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 43-57. <https://doi.org/10.1108/978-1-80382-551-920231004>
4. Smaldone, F., D'Arco, M., Marino, V., Pellicano, M. (2021). Brave Consumers for a New Digital World: Exploring Online Shopping Motives During Covid-19. In Visvizi, A., Troisi, O., Saeedi, K. (Eds.) *Research and Innovation Forum 2021. RIIFORUM 2021. Springer Proceedings in Complexity*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3_39
5. Smaldone, F., D'Arco, M., Marino, V., Pellicano, M. (2021). Let Thy Food Be Thy Medicine: Exploring the Impact of Covid-19 Pandemic on the Online Food Delivery Industry. In Visvizi, A., Troisi, O., Saeedi, K. (Eds.) *Research and Innovation Forum 2021. RIIFORUM 2021. Springer Proceedings in Complexity*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3_35
6. Smaldone, F., D'Arco, M., Marino, V., Pellicano, M. (2021). Virulence of Two Infectious Diseases: Inequality and Covid-19. In Visvizi, A., Troisi, O., Saeedi, K. (Eds.) *Research and Innovation Forum 2021. RIIFORUM 2021. Springer Proceedings in Complexity*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-84311-3_46
7. Smaldone F., D'Arco M., Marino V. (2021) Fight Against Corona: Exploring Consumer-Brand Relationship via Twitter Textual Analysis. In Martínez-López F.J., López López D. (Eds.) *Advances in Digital Marketing and eCommerce. DMEC 2021. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-76520-0_11
8. Smaldone F., D'Arco M., Marino V. (2021) I Am Free to Be in a Grocery Store: Profiling Consumers' Spending During Covid-19 Pandemic via Big Data Market Basket Analysis. In Martínez-López F.J., Gázquez-Abad J.C. (Eds.) *Advances in National Brand and Private Label Marketing. NB-PL 2021. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-76935-2_7
9. D'Arco, M., Marino, V., Resciniti, R. (2019). How to (Not) Survive a Social Media Firestorm: The Dolce & Gabbana's Ad Debacle in China. In: Martínez-López, F., Gázquez-Abad, J., Roggeveen, A. (Eds.) *Advances in*

National Brand and Private Label Marketing. NB&PL 2019. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-18911-2_23

10. D'Arco M., & Marino V. (2018) Managing Online Anti-branding Consumer Behaviours: A Multiple Case Study Analysis in the Italian Landscape. Martínez-López, F., Gázquez-Abad, J., Chernev, A. (Eds.) Advances in National Brand and Private Label Marketing. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92084-9_10

Atti di convegno

1. Avallone, F., Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., Resciniti, R. (2024). International Brand Activism: A Strategic Approach for Multinational Enterprises to Address Grand Challenges. Sinergie-SIMA Management Conference Proceedings. Management of sustainability and well-being for individuals and society. ISBN 978-88-947136-2-6
2. Branca, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Virtual Reality in Healthcare: An in-depth examination of applications, challenges, and future research pathways. In Marketing per il benessere, la salute, la cura - Convegno SIM – Firenze 20-21 Ottobre 2023 (pp. 1-18). ISBN 978-88-947829-0-5
3. Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2023). Boycotting the activist brand: Unveiling the power of consumer-brand disalignment and political consumerism. In XL Convegno Nazionale AIDEA 2023 “L'aziendalismo crea valore! Il ruolo dell'Accademia nelle sfide della società, dell'economia e delle istituzioni”. ISBN 978-88-947839-2-6
4. Cammarota, A., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2022). The “Authenticity” in the Consumer Response to Brand Activism. Proceedings of the 21st International Marketing Trends Conference. 20-22 January 2022, LUMSA University, Rome. ISBN 978-2-490372-14-0
5. D'Arco, M., Branca, G., Lo Presti, L., Maggiore, G., Marino, V., & Resciniti, R. (2021). Head or heart? A comparative study of the factors influencing sustainable consumption intention in two generational cohorts. In Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società - Convegno SIM - Ancona 14 - 15 ottobre 2021 (pp. 1- 20). ISBN978- 88- 943918- 6- 2
6. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2021). Generation Z and sustainable tourism: exploring the influence of proenvironmental tourism UGC engagement. In Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società - Convegno SIM - Ancona 14- 15 ottobre 2021 (pp. 1- 5). ISBN978-88- 943918- 6- 2
7. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2020). Exploring travellers' customer journey: The relevance of Zero Moment of Truth. In: Di Trapani G., Lo Presti L., Maggiore G., Sarnacchiaro P. (eds.) New frontiers in the tourism and hospitality industry: digital, social and economic transformations. Book Proceedings of the 2019 4th International Conference on Tourism Dynamics and Trends (ICTDT2019). Pearson S.p.a, Milano, Italy, ISBN 9788891914545, pp. 64-72.
8. D'Arco, M., Mastropietro, G., & Aufiero, V. (2019). Internazionalizzazione e multicanalità nelle reti di impresa: il caso “Tradizione Italiana”. In Atti di Convegno XVI SIM Conference Marketing 4.0: le sfide della multicanalità. ISBN: 978-88-943918-3-1

9. D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2019). Native ads effectiveness throughout the customer journey: An explorative research. In Atti di Convegno XVI SIM Conference Marketing 4.0: le sfide della multicanalità. ISBN: 978-88-943918-3-1
10. Marino, V., Resciniti, R., & D'Arco, M. (2018). Is Marketing a bad word? Insights from social media perceptions. In Atti di Convegno XV SIM Conference I percorsi identitari del Marketing. ISBN: 978-88-943918-2-4
11. Marino, V., D'Arco, M., & Maione, G. (2018). Concrete Actions in Human Entrepreneurship: The Case of Patagonia Inc. In atti di convegno della conferenza "Social Innovation and Humane Entrepreneurship: From Policy to Action". ISBN-13: 978-1-7324980-1-3
12. Pellicano, M., Marino, V., Capolupo, N., & D'Arco M. (2018). Developing sustainable smart territories by adopting a relational logic view. In atti di convegno della conferenza "Social Innovation and Humane Entrepreneurship: From Policy to Action". ISBN-13: 978-1-7324980-1-3
13. Marino, V., & D'Arco, M. (2018). Travel Consumer Journey in the Digital Era: The Role of Engagement Foci. In Vrontis, D., Weber, Y., & Tsoukatos, E. (Ed.), Research Advancements in National and Global Business Theory and Practice (pp. 910-922). Euromed Press. ISBN: 978-9963-711-67-3
14. Della Piana, B., Vecchi, A., Marino, V., & D'Arco, M. (2017). "Can you tell me about the future?" A narrative of the goal-setting process in family business. In International Conference on Advances in Business, Management and Law (ICABML), 1(1), 184-200. DOI: <https://doi.org/10.30585/icabml-cp.v1i1.20>

Premi e riconoscimenti

1. Best Selected paper nella SESSIONE "Marketing Communication & Branding" del XXI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, IULM, Milano 17-19 Ottobre 2024.
2. Best Selected Papers alla Conferenza Sinergie Sima "Management of sustainability and well-being for individuals" and society, Parma 13-14 Giugno 2024.
3. Emerald Literati Awards 2023 - Outstanding paper – Articolo premiato "Environmental citizenship behavior and sustainability apps: an empirical investigation" pubblicato sulla rivista Transforming Government: People, Process and Policy.
4. Premio Stefano Pace 2021 - miglior articolo scientifico sul marketing scritto da giovani ricercatori, XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing
5. Best selected paper nella SESSIONE 6 – "Tourism culture & Arts Marketing" del XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (2021).
6. Best selected paper nella SESSIONE 9 – "Service Marketing" del XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (2020).
7. Best Paper Award alla V Edizione della International Conference on Research on National Brand & Private Label Marketing, Barcellona, Spagna, 11 luglio-13 luglio 2018.

Attività di peer review svolte

Anno	Journal	Totale
2024	European Journal of Innovation Management.	5
2024	Business Strategy and the Environment	2
2024	Computers in Human Behavior	3
2024	Communications Earth & Environment	1
2024	Psychology & Marketing	1
2023	Digital Policy, Regulation and Governance	1
2023	Journal of Environmental Psychology	1
2023	Journal of Travel & Tourism Marketing	1
2023	Sustainable Development	1
2023	Italian Journal of Marketing	1
2022	Micro & Macro Marketing	1
2021	International Journal of Consumer Studies	1
2021	Italian Journal of Marketing	1
2021	International Journal of Engineering Business Management	1
2021	Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology	1
2021	Current Journal of Applied Science and Technology	1
2021	Journal of Brand Management	2
2021	Asian Journal of Probability and Statistics	1
2021	Asian Journal of Economics, Business and Accounting	1
2020	Psychology & Marketing	1
2020	Journal of Brand Management	2