

## **ALLEGATO B**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

selezione pubblica per n. 1 posto di Ricercatore a tempo determinato ai sensi dell'art.24, comma 3, lettera a) della Legge 240/2010, per lo svolgimento di attività di ricerca vincolata su tematiche green e innovazione - DM 10 agosto 2021 n. 1062, per il settore concorsuale 13/B2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE, settore scientifico-disciplinare SECS- P/08 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE, presso il Dipartimento di DIPARTIMENTO DI ECONOMIA, MANAGEMENT E METODI QUANTITATIVI, (bando pubblicato sul sito Web d'Ateneo in data 07/10/2021) Codice concorso 4907

**Riccardo Rialti**

## **CURRICULUM VITAE**

### **INFORMAZIONI PERSONALI (NON INSERIRE INDIRIZZO PRIVATO E TELEFONO FISSO O CELLULARE)**

COGNOME	RIALTI
NOME	RICCARDO
DATA DI NASCITA	[03, GIUGNO, 1990]
LUOGO DI NASCITA	BAGNO A RIPOLI (FI)
NAZIONALITÀ	ITALIANA
INDIRIZZO [UFFICIO]	VIA DELLE PANDETTE 32, 50127, FIRENZE (FI), ITALIA C/O UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE, DIPARTIMENTO DI SCIENZE PER L'ECONOMIA E L'IMPRESA (DISEI) - STANZA 3.26 TERZO PIANO
EMAIL [ISTITUZIONALE]	<a href="mailto:RICCARDO.RIALTI@UNIFI.IT">RICCARDO.RIALTI@UNIFI.IT</a>
EMAIL [PRIVATA]	<a href="mailto:RICCARDO.RIALTI@GMAIL.COM">RICCARDO.RIALTI@GMAIL.COM</a>
SITO INTERNET	<a href="https://www.unifi.it/p-doc2-2019-0-a-2c323b2b342a-0.html">HTTPS://WWW.UNIFI.IT/P-DOC2-2019-0-A-2C323B2B342A-0.HTML</a>
RESEARCHGATE	<a href="https://www.researchgate.net/profile/Riccardo-Rialti">HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PROFILE/RICCARDO-RIALTI</a>
GOOGLE SCHOLAR	<a href="https://scholar.google.com/citations?user=NI-HDf0AAAAJ&amp;hl=it">HTTPS://SCHOLAR.GOOGLE.COM/CITATIONS?USER=NI-HDf0AAAAJ&amp;HL=IT</a>

### **TITOLI**

#### **TITOLO DI STUDIO**

- Laurea Triennale in Economia Aziendale - L18 - Università degli Studi di Firenze - Votazione 98/110 - Conseguita 11/12/2012
- Laurea Magistrale in Governo e Direzione d'Impresa - LM77 - Università degli Studi di Firenze - Votazione 107/110 - Conseguita 14/04/2015.
- Master di II° Livello in Big Data Analytics and Technologies For Management - CMU2 MABIDA- Università degli Studi di Firenze - Conseguito 21/04/2017.

**TITOLO DI DOTTORE DI RICERCA O EQUIVALENTI, OVVERO, PER I SETTORI INTERESSATI, DEL DIPLOMA DI SPECIALIZZAZIONE MEDICA O EQUIVALENTE, CONSEGUITO IN ITALIA O ALL'ESTERO**

■ Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale e Management - Università di Pisa (In consorzio con Università degli Studi di Firenze e Università degli Studi di Siena, Dottorato Regionale: Progetto PEGASO) - Supervisor: Prof. Cristiano Ciappei & Co-Supervisor: Prof. Silvio Bianchi Martini - Titolo Tesi "Big Data Analytics Capabilities, Agility and Ambidexterity: Empirical Evidences from Large Organizations" - Conseguito 07/02/2019

**CONTRATTI DI RICERCA, ASSEGNI DI RICERCA O EQUIVALENTI**

■ **Assegnista di Ricerca - Università degli Studi di Firenze:**

■ Assegnista di Ricerca - SSD: SECS-P/08 - Università degli Studi di Firenze - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (DISEI) (dal 01/10/2019 al 30/09/2020)

Link: <https://www.disei.unifi.it/vp-27-assegni-e-borse-di-ricerca.html>

Progetto: Come implementare sistemi di e-commerce nelle piccole e medie imprese toscane: ricerca empirica per la definizione di linee guida. Referente scientifico: Prof. Cristiano Ciappei

■ Assegnista di ricerca - SSD: SECS-P/08 - Università degli Studi di Firenze - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (DISEI) (dal 01/09/2021 a Oggi)

Link: <https://www.disei.unifi.it/vp-27-assegni-e-borse-di-ricerca.html>

Progetto: Strumenti di Intelligence e Destination Management. Referente Scientifico: Prof. Cristiano Ciappei

■ **Culture della Materia - Università degli Studi di Firenze:**

■ Insegnamento Strategie e Valore d'Impresa Prof. Cristiano Ciappei - SECS- P/08 - Corso di Laurea Magistrale in Governo e Direzione d'Impresa (LM-77, insegnamento B018853) - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (DISEI) (10/06/2019 al 10/06/2021)

■ Insegnamento Etica d'Impresa (laboratorio) Prof. Cristiano Ciappei - SECS- P/08 - Corso di Laurea Magistrale in Governo e Direzione d'Impresa (LM-77, insegnamento B026797) - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (DISEI) (10/06/2019 al 10/06/2021)

■ Insegnamento Economia e Gestione delle Imprese Prof. Francesco Ciampi SECS-P/08 - Corsi di Laurea Triennale in Economia Aziendale (L-18, insegnamento B018992) e in Economia e Commercio (L-33, insegnamento B018992) - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (DISEI) (10/01/2019 - 10/06/2019)

## ATTIVITÀ DIDATTICA A LIVELLO UNIVERSITARIO IN ITALIA O ALL'ESTERO

### ■ Professore a contratto - Università degli Studi di Firenze (dal 01/01/2020 - oggi)

▪ **Economia e Gestione delle Imprese** SECS-P/08 (6 CFU su 9 CFU Totali - Anni Accademici 2020/2021-2021/2022 - 48 Ore Annue - 3 CFU assegnati al Prof. Vincenzo Zampi) - Corso di Laurea in Statistica (B039, insegnamento B029667) - Dipartimento di Statistica, Informatica, Applicazioni "Giuseppe Parenti" (DISIA) - Scuola di Economia e Management. Link:

<https://www.unifi.it/index.php?module=ofform2&mode=1&cmd=3&AA=2019&aflid=525393>

▪ **Marketing** SECS-P/10 (6CFU - Anni Accademici 2020/2021-2021/2022- 48 Ore Annue) - Corso di Laurea in Disegno Industriale (B038, insegnamento B005279) - Dipartimento di Architettura (DIDA) - Scuola di Architettura Link: <https://www.unifi.it/index.php?module=ofform2&mode=1&cmd=3&AA=2019&aflid=482746>

▪ **Destination Management** SECS-P/08 (3CFU su 9 CFU totali - Anno Accademico 2021/2022 - 24 Ore Annue - 6CFU assegnati al Dott. Antonio Nicola Preiti) - Corso di Laurea Magistrale in Design of Sustainable Tourism Systems (LM49, insegnamento B021366) - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (DISEI) - Scuola di Economia e Management Link:

<https://www.unifi.it/index.php?module=ofform2&mode=1&cmd=3&AA=2021&aflid=584416>

### ■ Relatore di Tesi di Laurea - Università degli Studi di Firenze (dal 01/01/2020 - oggi)

Università degli Studi di Firenze - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (DISEI) - Scuola di Economia e Management & Dipartimento di Architettura - Scuola di Architettura - Relatore per tesi di Laurea afferenti agli Insegnamenti di Destination Management e di Marketing

### ■ Tutor Accademico - Università degli Studi di Firenze (dal 01/03/2015 a 31/01/2020)

Tutor Junior - Università degli Studi di Firenze (3 contratti Marzo 2015/Dicembre 2015, Gennaio 2016/Novembre 2016, Ottobre 2018/Gennaio 2020) - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (DISEI) - Scuola di Economia e Management. Attività in aula e back office afferente agli insegnamenti di Economia e Gestione delle Imprese SECS-P/08 e in generale del medesimo settore disciplinare.

### ■ Professore a contratto - Università degli Studi di Milano (dal 01/09/2021 - oggi)

▪ **Strategies and Tools for Industry 4.0** SECS-P/08 (9CFU - Anno Accademico 2021/2022 -72 Ore Annue) - Corso di Laurea Magistrale in Management of Innovation and Entrepreneurship (MIE) (LM-77 insegnamento B75-14) - Dipartimento di Economia Management e Metodi Quantitativi Link: <https://www.unimi.it/it/ugov/person/riccardo-rialti>

### ■ Professore a contratto - Lorenzo de Medici Institute, sede distaccata del Marist College (Poughkeepsie, NY, USA) (dal 01/02/2021 - oggi)

▪ **Foundations of Management** (3 US Credits = 6 ECTS -45 Ore Annue) - Undergraduate Program in Management and Business Administration - School of Liberal Arts and Social Science

### ■ Docente a contratto - Polimoda Institute of Fashion Design and Marketing

- **Project Management** (Ottobre 2018 - Oggi, 32 Ore Annue) - Master Program in Product Management - Department of Design Management
- **Product Management** (Ottobre 2018 - Oggi, 32 Ore Annue) - Undergraduate Program in Product Management - Department of Design Management

**DOCUMENTATA ATTIVITÀ DI FORMAZIONE O DI RICERCA PRESSO QUALIFICATI ISTITUTI ITALIANI O STRANIERI;**

**■ Attività di Ricerca presso Istituti Universitari Esteri**

- Visiting PhD Student - University of Lincoln, Lincoln International Business School, Lincoln, UK (Novembre 2018 a Gennaio 2019; Anno Accademico 2018/2019) - Supervisor: Prof. Andrea Caputo, Reader in Strategy and Entrepreneurship, [acaputo@lincoln.ac.uk](mailto:acaputo@lincoln.ac.uk)
- Visiting PhD Student - Middlesex University, Department of Media and Performing Arts, London, UK, (Gennaio 2019 a Giugno 2019; Anno Accademico 2018/2019) - Supervisor: Dr. Alessandro Caliandro, Lecturer in Digital Media, [alessandro.caliandro@unipv.it](mailto:alessandro.caliandro@unipv.it)
- Visiting Scholar - Sophia University, Faculty of Economics, Tokyo, JP, (Luglio 2019 a Agosto 2019; Anno Accademico 2018/2019) - Supervisor: Prof. Yoko Sugitani, Full Professor of Marketing, [yoko.s@sophia.ac.jp](mailto:yoko.s@sophia.ac.jp)
- Visiting PhD Student - ESCP Europe, ESCP Business School Paris, Paris, FR, (Settembre 2019 a Ottobre 2019; Anno Accademico 2018/2019) - Supervisor: Prof. Michael Haenlein, Full Professor of Marketing, [mhaenlein@escp.eu](mailto:mhaenlein@escp.eu)

**■ Attività didattico/seminariale presso Istituti Universitari Esteri e Nazionali**

- Middlesex University, London, UK - 12 Febbraio 2018; Anno Accademico 2018/2019 (all'interno del corso in "Digital Media" - Prof. Alessandro Caliandro - [alessandro.caliandro@unipv.it](mailto:alessandro.caliandro@unipv.it)) - Seminario intitolato "Luxury Fashion Brands and Social Media: Existing Trends and Future Patterns" - Durata 2h (16.00-18.00).
- Sophia University, Tokyo, JP - 23 Luglio 2018; Anno Accademico 2018/2019 (all'interno del corso in "Consumer Behavior" - Prof. Yoko Sugitani - [yoko.s@sophia.ac.jp](mailto:yoko.s@sophia.ac.jp)) - Seminario intitolato "Social media, luxury fashion marketing and millennials, is it a perfect match? Evidences from several cross-country researches" - Durata 1h (14.00-15.00).
- Assumption University, Worcester, MA - 19 Settembre 2018; Anno Accademico 2018/2019 (all'interno del corso in "International Business" - Prof. Eric Drouart - [edrouart@assumption.edu](mailto:edrouart@assumption.edu)) - Seminario intitolato "Italian SMEs and Italian Entrepreneurs: An Overview" - Durata 2h (16.00- 18.00).
- Assumption University, Worcester, MA - 19 Settembre 2018; Anno Accademico 2018/2019 (all'interno del corso "Introduction to Management" - Prof. Eric Drouart - [edrouart@assumption.edu](mailto:edrouart@assumption.edu) - Prof. Bart Morrison - [jmorrison@assumption.edu](mailto:jmorrison@assumption.edu)) - Seminario intitolato "Doing business in the populist Europe. Where are we heading?" - Durata 2h (18.00-20.00).

▪ Bryant University, Smithfield, RI - 24 Settembre 2018; Anno Accademico 2018/2019 (all'interno del corso "Marketing Communication" - Prof. Sukki Yoon - syoon@bryant.edu) - Seminario intitolato "An Italian advertising story. The Barilla case. On advertising, personal values and eventual brand repositioning" - Durata 2h (12.00-14.00).

■ Dottorato Regionale in Economia Aziendale e Management (Università di Pisa, Università di Siena, Università degli Studi di Firenze) - 5/6 Dicembre 2019; Anno Accademico 2019/2020 (all'interno del modulo in "Corporate Governance" - Prof. Cristiano Ciappei - cristiano.ciappei@unifi.it) - Seminario intitolato "Equazioni strutturali e ricerca nelle scienze sociali: Potenzialità e limitazioni" - Durata 4h (Modulo 1 "L'importanza delle equazioni strutturali nelle scienze sociali" 5 Dicembre, 14.00-16.00 - Modulo 2 "Impostazione procedurale in una ricerca fondata sulle equazioni strutturali" 6 Dicembre 08.00-10.00).

## REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ PROGETTUALE

▪ Membro progettazione della ricerca Directorate-General (DG) Growth "BECOMING Building migrants' Entrepreneurial Capability: fOSTering Migrants work-based top-down INteGration by the creation of new start-ups" inviato alla Call "Entrepreneurial Capacity Building For Young Migrants - 2016", Università partner coinvolte: Università degli Studi di Firenze (Responsabile Prof. Ciappei), University of Zagreb (Responsabile Prof.ssa Marina Dabic), Università degli Studi di Roma Tor Vergata (Responsabile Dott. Massimiliano Pellegrini).

▪ Membro progettazione della ricerca, contact person e addetto alla ricerca sul progetto "Online reputation management (ORM)", "Call 2020 Round 1 KA2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices - KA203 - Strategic Partnerships for higher education", Università partner coinvolte: University of Economics Prague, Czech Republic (Responsabile Dr. Zuzana Kvítková), Università degli Studi di Firenze (Responsabile Prof. Cristiano Ciappei), South-Eastern Finland University of Applied Sciences (Responsabile Prof. Johanna Heinonen), Matej Bel University (Responsabile Prof. Makovnik Tomas).

Online reputation management v cestovním ruchu (ORM)" Approvato e Finanziato - (Recommended for Funding) in data 29/07/2020 per l'importo di 268.730€, di cui 78.335€ assegnati all'Università di Firenze

## ORGANIZZAZIONE, DIREZIONE E COORDINAMENTO DI GRUPPI DI RICERCA NAZIONALI E INTERNAZIONALI, O PARTECIPAZIONE AGLI STESSI

▪ Membro alla partecipazione delle ricerche per il progetto "Online reputation management v cestovním ruchu (ORM)", (KA2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices - KA203 - Strategic Partnerships for higher education). Università partner coinvolte: University of Economics Prague, Czech Republic (Responsabile Dr. Zuzana Kvítková), Università degli Studi di Firenze (Responsabile Prof. Cristiano Ciappei), South-Eastern Finland University of Applied Sciences (Responsabile Prof. Johanna Heinonen), Matej Bel University (Responsabile Prof. Makovnik Tomas) (01/04/2020 - Oggi)

▪ Membro temporaneo delle attività del gruppo di ricerca "Small enterprise default prediction modelling" esistente in seno al Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa dell'Università degli Studi di Firenze e comprensivo di collaborazioni nazionali e internazionali (Membri a) DISEI: Prof. Francesco Ciampi (head), Prof. Alessandro Giannozzi, Dr. Riccardo Rialti, b) University of Lincoln: Dr. Giacomo Marzi, c) Link University Campus, Dr. Valentina Cillo, Dr. Fabio Fiano) (01/12/2018-30/04/2019)

- Partecipazione alle attività di ricerca dell'unità "Behavioral Lab" del Prof. Sukki Yoon e della Prof.ssa Kacy Kim presso la Bryant University (Smithfield, RI, USA). Attività connesse allo sviluppo di research framework sulla marketing communication, metodologie sperimentali (esperimenti), raccolta dati, organizzazione di seminari quali invited speaker presso la suddetta università. Il programma ha poi previsto un periodo di visiting professorship da parte del prof. Sukki Yoon presso l'Università degli Studi di Firenze (01/09/2018-30/09/2018)

#### **PARTECIPAZIONE AD ATTIVITÀ DI TRASFERIMENTO TECNOLOGICO IN TERMINI DI PARTECIPAZIONE ALLA CREAZIONE DI NUOVE IMPRESE (SPIN OFF), SVILUPPO, IMPIEGO E COMMERCIALIZZAZIONE DI BREVETTI**

- Coordinatore operativo della convenzione tra la società "WAY DRESS GROUP Srl" e l'Università degli Studi di Firenze (approvata in Consiglio di Dipartimento in data 11-05-2021) per lo svolgimento di attività di supporto allo sviluppo della suddetta azienda attraverso tecnologie big data e di intelligenza artificiale. Responsabile della partnership di trasferimento tecnologico-commerciale Prof. Cristiano Ciappei. Obiettivi del progetto, partecipazione a Bando INVITALIA per startup innovative 2021 e formazione del personale della società per l'uso appropriato delle tecnologie.

#### **ATTIVITÀ DI RELATORE E PARTECIPAZIONE A CONGRESSI E CONVEGNI NAZIONALI E INTERNAZIONALI**

- Track Chair Global Fashion Marketing Conference (GFMC - GAMMA) per la track "Ethical Consumption and Marketing in Fashion": Co-Chairs Prof. Lamberto Zollo, University of Milan, [lamberto.zollo@unifi.it](mailto:lamberto.zollo@unifi.it). Dr. Riccardo Rialti, University of Florence, [riccardo.rialti@unifi.it](mailto:riccardo.rialti@unifi.it), Prof. Kacy Kim, Bryant University, [kkim2@bryant.edu](mailto:kkim2@bryant.edu). Seul 5-7 November 2021. Attività di coordinamento della ventura track.
- Presentazione di Ricerca: Conferenza Sinergie-SIMA 2021, Palermo 10-11 Giugno 2021.
- Presentazione di Ricerca: IESE Conference - 21st International Symposium on Ethics, Business and Society, The Future of Work: Promoting Dignity and Human Flourishing, Barcellona (ES) 12-13 Luglio 2021
- Presentazione di Ricerca: Academy of Management (AOM) 2021 Conference, Bringing the Manager Back in Management, 81st Annual Meeting of the Academy of Management, Online, 1-4 Agosto 2021
- Presentazione di Ricerca: IESE Conference - 21st International Symposium on Ethics, Business and Society, The Future of Work: Promoting Dignity and Human Flourishing, Barcellona (ES) 12-13 Luglio 2021
- Presentazione di Ricerca: EURAM 2021 Conference, Reshaping Capitalism for a Better World, Montreal, 16-18 Giugno 2021.
- Presentazione di Ricerca: Euram 2020 Conference, The business of now, the future starts here. Dublin, 4-6 Dicembre.
- Presentazione di Ricerca: Conferenza Sinergie-SIMA 2020, Grand challenges: companies and universities working for a better society, 7-8 settembre 2020, Pisa.
- Presentazione di Ricerca: Academy of Management (AOM) 2019 Conference, Understanding the Inclusive Organization, 79th Annual Meeting of the Academy of Management Boston, 10-14 Agosto 2019.
- Presentazione di Ricerca: 2019 Global Fashion Marketing Conference (GAMMA, Global Alliance of Marketing Manager Conference) at Paris, 11-13 Luglio 2019.
- Presentazione di Ricerca: XVIII EURAM Conference, Exploring the Future of Management, Lisbon, 26-28 Giugno 2019.

- Presentazione di Ricerca: [www/internet conference](http://www.internet-conference.com) 2018, Budapest, 20-21 Ottobre, 2018. ▪ AMA 2018 Summer Conference, Boston, 9-12 Agosto 2018.
- Presentazione di Ricerca: 2018 Global Marketing Conference (GAMMA, Global Alliance of Marketing Manager Conference) at Tokyo, 19-20 Luglio 2018, Tokyo.
- Presentazione di Ricerca: 2018 Sinergie Conference: Transformative business strategies and new patterns for value creation. Venezia, 14-15 Giugno 2018.
- Presentazione di Ricerca: EMAC 47th Annual Conference at the University of Strathclyde, 29 Maggio - 1
- Presentazione di Ricerca: AOM SPECIALIZED CONFERENCE, Big Data and Managing in a Digital Economy, 18-20 Aprile, 2018, Guilford (Surrey)
- Presentazione di Ricerca: 1st EISIC Conference (a.k.a. 20th Toulon-Verona Conference), 7-8 Settembre 2017, Verona.
- Presentazione di Ricerca: 2017 Global Fashion Management Conference at Vienna (GAMMA, Global Alliance of Marketing Manager Conference), 7-9 Luglio 2017, Vienna.
- Presentazione di Ricerca: EURAM 2017 Conference, Making Knowledge Work, 21-24 Giugno, Glasgow.
- Presentazione di Ricerca: Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società, Convegno Annuale Sinergie-SIMA 2017, 15-16 Giugno 2017, Napoli.
- Presentazione di Ricerca: The 1st IESE-LUISS Business School Conference on Responsibility, Sustainability and Social entrepreneurship, 18-19 Aprile 2017, Rome.
- Presentazione di Ricerca: 19th Toulon-Verona Conference" Excellence in Services, 3-5 Settembre 2016, Huelva.
- Presentazione di Ricerca: 2016 Global Marketing Conference at Hong Kong (GAMMA, Global Alliance of Marketing Manager Conference), 21-24 Luglio 2016, Hong Kong.
- Presentazione di Ricerca: Organizing in the Shadow of Power, 32nd EGOS Colloquium, Naples, 7-9 Luglio 2016.
- Presentazione di Ricerca: Management in a Digital World. Decision, Production & Communication, Convegno Annuale Sinergie 2016, 9-10 Giugno, Udine.
- Presentazione di Ricerca: Heritage Management e Impresa, quali sinergie, Convegno Annuale Sinergie 2015, 12-13 Giugno 2015, Termoli
- Presentazione di Ricerca: 2015 Global Fashion Management Conference (GAMMA, Global Alliance of Marketing Manager Conference), 25-28 Maggio 2015, Firenze.

## CONSEGUIMENTO DI PREMI E RICONOSCIMENTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI PER ATTIVITÀ DI RICERCA

- Best Paper Award: "Business for Society" SIG General Track, European Academy of Management (EURAM) at Glasgow (UK, 24/06/2017) in relazione al paper "The Sustainable Path of Social Enterprises toward Hybridity: Insights from a Multiple Case Study of Italian NPOs"; autori: Zollo, L., Pellegrini, M.M., Faldetta, G., Rialti, R. ISSN 2466-7498.
- Best Conference Paper Award: "Youngone Premier Award", Global Fashion Management Conference at Vienna (Austria, 8 Luglio 2017) per il paper "Social media marketing and consumer-based brand equity: The role of brand experience among millennials in online fashion communities"; autori: Zollo, L., Yoon, S., Rialti, R., Ciappei, C. DOI: 10.15444/GFMC2017.02.01.01.

- Outstanding Paper, “Emerald 2019 Literati Award”, rilasciato da Emerald Publishing Ltd, per il paper “Conflict management in family businesses: A bibliometric analysis and systematic literature review”. International Journal of Conflict Management, 29(4), 519-542. DOI: 10.1108/IJCMA- 02-2018-0027, autori: Caputo, A., Marzi, G., Pellegrini, M. M., & Rialti, R. (2018)
- Best Journal Paper Award, “Emerald 2020 Literati Award”, rilasciato da Emerald Publishing Ltd, per il paper “Exploring e-Loyalty Antecedents in B2C e-Commerce: Empirical Results from Italian Grocery Retailers”, British Food Journal, DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2018-0216>. Autori: Faraoni, M., Rialti, R., Zollo, L., Pellicelli A. (2019)
- Best Paper Award: “Entrepreneurship Strategic Interest Group”, European Academy of Management at Dublin (4-6/12/2020), per il paper “Entrepreneurial hubris and innovation”. Autori Pieraccini, I., Ciappei, C., Zollo, L., Rialti, R.. - ISSN 2466-7498 (2020)

## INCARICHI EDITORIALI

- Membro dell'Editorial Review Board, nominato dall'Incoming Editor in Chief Prof. Sukki Yoon - Journal of Current Issues and Research in Advertising (Taylor & Francis) - 1\* ABS - Print ISSN: 1064-1734 Online ISSN: 2164-7313 - Indexed su Scopus
- Membro dell'Editorial Reviewer Board per il journal "Information" (MDPI) - ISSN 2078-2489 - Nominato al fine di coordinare eventuali special issues per la rivista, collaborare alla linea editoriale, e selezione di altri board member.
- Topic Editor e Membro dell'Editorial Reviewer Board per il journal "Sustainability" (MDPI) - ISSN 2071-1050- Nominato al fine di coordinare eventuali special issues per la rivista, collaborare alla linea editoriale, e selezione di altri board member - [https://www.mdpi.com/journal/sustainability/topic\\_editors](https://www.mdpi.com/journal/sustainability/topic_editors)
- Reviewer regolare per le seguenti riviste internazionali: Reviewer, Journal of Knowledge Management (Emerald) -ISSN 1367-3270; Reviewer, British Food Journal (Emerald) - ISSN 0007-070X; Reviewer, European Management Journal (Elsevier) -ISSN 0263-2373; Reviewer, Spanish Journal of Marketing - ESIC (Emerald) - ISSN 2444-9709; Reviewer, International Journal of Food Engineering (De Gruyter)- ISSN 1556- 3758; Reviewer, World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development (Inderscience) -ISSN 1746-0581; Reviewer, Management Decision (Emerald) - ISSN 0025-1747; Reviewer, Technovation (Elsevier) - ISSN 0166-4972; Reviewer, Helion (Elsevier) - ISSN: 2405-8440; Reviewer, Technological Forecasting and Social Change - ISSN: 0040-1625.
- Ad-hoc reviewer (su invito) per le seguenti riviste internazionali: Ad hoc reviewer, Journal of Retailing and Consumer Services (Elsevier) - ISSN 0969- 6989; Ad hoc reviewer, Journal of Global Marketing (Taylor and Francis) - ISSN 0891- 1762 - 2017; Ad hoc reviewer, Current Issues in Tourism (Taylor and Francis) - ISSN 1747-7603; Ad hoc reviewer, Business, Strategy and the Environment (Wiley) - ISSN 1099-0836 - 2019; Ad hoc reviewer, IEEE Transaction on Engineering Management (IEEE) - ISSN 0018-9391 - 2019; Ad hoc reviewer, Journal of Business Research (Elsevier) - ISSN 0148-2963 2019/2020; Ad hoc reviewer, International Journal of Information Management (Elsevier) - ISSN 0268-4012.
- Reviewer per le conferenze: Academy of Management (AoM) conference, European Academy of Management (EURAM), European Group of Organization Studies Annual International Colloquium (EGOS), GAMMA (Global Alliance of Marketing & Management Associations) Conferences, American Marketing Association (AMA) Conference.

## MEMBERSHIPS

- Società Italiana Management (SIM) (2016/Oggi)



- European Group of Organization Science Scholars (2016/2017) ▪ Korean Scholars of Marketing Science (KSMS), (2015/Oggi)
- Academy of Management (AoM) (2017/Oggi)
- British Academy of Management (2017/2020)
- American Marketing Association (2018/Oggi)
- European Academy of Management (2016/Oggi)

## **PRODUZIONE SCIENTIFICA**

### **PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE**

#### **1) Articoli pubblicati su riviste di Fascia A ai fini dell'ASN**

- Zollo, Lamberto, Rialti, Riccardo, Marrucci, Anna, Ciappei, Cristiano (2021). How do museums foster loyalty in tech-savvy visitors? The role of social media and digital experience. Current Issues In Tourism, p. 1-19, doi: 10.1080/13683500.2021.1896487  
(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 2\* Star ABS)
- Zollo, L., Filieri, R., Rialti, R., & Yoon, S. (2020). Unpacking the relationship between social media marketing and brand equity: The mediating role of consumers' benefits and experience. Journal of Business Research, 117, 256-267. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.001>  
(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 3\* ABS)
- Zollo, L., Rialti, R., Tron, A., & Ciappei, C. (2020). Entrepreneurial passion, orientation and behavior: the moderating role of linear and nonlinear thinking styles. Management Decision, Accettato per la pubblicazione, disponibile online DOI: <https://doi.org/10.1108/MD-10-2019-1500>  
(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 2\* Star ABS)
- Rialti, R., Marzi, G., Caputo, A., & Mayah, K. A. (2020). Achieving strategic flexibility in the era of big data. Management Decision. Accettato per la pubblicazione, disponibile online. DOI: <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1237>  
(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 2\* Star ABS)
- Annosi, M. C., Marzi, G., Ciampi, F., & Rialti, R. (2020). An ambidextrous approach to practice-based innovation for social product development: lessons from a Dutch company. IEEE Transactions on Engineering Management. Accettato per la pubblicazione, disponibile online. DOI: 10.1109/TEM.2020.2977976  
(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 3\* Star ABS)
- Pellegrini, M. M., Rialti, R., Marzi, G., & Caputo, A. (2020). Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives. International Entrepreneurship and Management Journal, 16, 795-826. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00650-5>  
(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia B AIDEA, 1\* Star ABS)
- Nosi, C., Zollo, L., Rialti, R., & Ciappei, C. (2020). Sustainable consumption in organic food buying behavior: the case of quinoa. British Food Journal, 122(3), 976- 994. DOI:<https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2019-0745>  
(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia B AIDEA, 1\* Star ABS)
- Rialti, R., Zollo, L., Ferraris A., Alon, I. (2019). Big data analytics capabilities and performance: Evidence from a moderated multi-mediation model. Technological Forecasting e Social Change, Accettato per la pubblicazione (vol. 149) in attesa di impaginazione, disponibile online.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119781>

(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 3\* ABS)

▪ Rialti, R., Marzi, G., Ciappei, C., & Busso, D. (2019). Big data and dynamic capabilities: a bibliometric analysis and systematic literature review. *Management Decision*, 57(8), 2052-2068. DOI: <https://doi.org/10.1108/MD-07-2018-0821>

(Rivista Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 2\* Star ABS)

▪ Cillo, V., Rialti, R., Del Giudice, M., & Usai, A. (2019). Niche Tourism Destinations Online Reputation Management and Competitiveness in Big Data Era: Evidences from Three Italian Cases, *Current Issues in Tourism*. Accettato per la pubblicazione, disponibile online. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1608918>

(Rivista in Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 2\* ABS)

▪ Faraoni, M., Rialti, R., Zollo, L., & Pellicelli, A. C. (2018). Exploring e-Loyalty Antecedents in B2C e-Commerce: Empirical results from Italian grocery retailers. *British Food Journal*, 121(2), 574-589. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2018-0216>

(Rivista in Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia B AIDEA, 1\* ABS)

▪ Cillo, V., Rialti, R., Bertoldi, B., & Ciampi, F. (2019). Knowledge management and open innovation in agri-food crowdfunding. *British Food Journal*, 121(2), 242-258. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2018-0472>

(Rivista in Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia B AIDEA, 1\* ABS)

▪ Rialti, R., Marzi, G., Silic, M., & Ciappei, C. (2018). Ambidextrous organization and agility in big data era: the role of business process management systems. *Business Process Management Journal*, 24(5), 1091-1109. DOI: <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2017-0210>

(Rivista in Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia B AIDEA, 2\* ABS)

▪ Zollo, L., Yoon, S., Rialti, R., & Ciappei, C. (2018). Ethical Consumption and Consumers' Decision Making: The Role of Moral Intuition, *Management Decision*, 56(3), 692-710. DOI: <https://doi.org/10.1108/MD-10-2016-0745>

(Rivista in Fascia A ANVUR ai fini della ASN, Fascia A AIDEA, 2\* ABS)

## **2) Articoli pubblicati su riviste scientifiche ANVUR non Fascia A**

▪ Zollo, L., Rialti, R., Ciappei, C., & Boccardi, A., (2018). Bricolage and social entrepreneurship to address emergent social needs: A "Deconstructionist" perspective. *Journal of Entrepreneurship, Management & Innovation*, 2, 19-47. DOI: 10.7341/20181422

▪ Caputo, A., Marzi, G., Pellegrini, M. M., & Rialti, R. (2018). Conflict management in family businesses: A bibliometric analysis and systematic literature review. *International Journal of Conflict Management*, 29(4), 519-542. DOI: 10.1108/IJCMA-02-2018-0027

(Rivista accreditata a fini VQR, Fascia B AIDEA)

▪ Rialti, R., Caliendo, A., Zollo, L., & Ciappei, C. (2018). Co-creation experiences in social media brand communities: analyzing the main types of co-created experiences. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 22(2), 122-141. DOI: 10.1108/SJME-03-2018-0011

▪ Marzi, G., Rialti, R., Marina, D., & Caputo, A. (2018). A mixed methods bibliometric investigation of the World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development: from qualitative to quantitative data. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(6), 132-153. DOI: <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2018.097689>

(Rivista accreditata a fini VQR, Fascia C AIDEA, 1\* ABS)

▪ Pellegrini, M. M., Rialti, R., Ciappei, C., & Zollo, L. (2017). Turnaround Management and Systemic Approach: A Historical Review of the Florentine Management School Contribution. *International Journal of Critical Accounting*, 9(4), 15-39. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJCA.2017.089380>

(1\* ABS)

- Rialti, R., Zollo, L., Pellegrini, M. M., & Ciappei, C. (2017). Exploring the Antecedents of Brand Loyalty and Electronic Word of Mouth in Social-Media-Based Brand Communities: Do Gender Differences Matter?. *Journal of Global Marketing*, 30(3), 147-160. DOI: <https://doi.org/10.1080/08911762.2017.1306899>  
(Rivista accreditata a fini VQR, Fascia B AIDEA, 1\* ABS)
- Rialti, R., Pellegrini, M. M., Caputo, A., & Dabic, M. (2017). Entrepreneurial education and internationalisation of firms in transition economies: a conceptual framework from the case of Croatia. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(2-3), 290-313. DOI: <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2017.083027>  
(Rivista accreditata a fini VQR, Fascia C AIDEA, 1\* ABS)
- Zollo, L., Rialti, R., Ciappei, C., & Pellegrini, M. M. (2016). Factors stimulating social innovation in entrepreneurship: an empirical evidence of inter-organizational alliances in Italy. *International Journal of Business and Management*, 11(5), 12. DOI: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n5p12>  
(Rivista accreditata a fini VQR, Fascia D AIDEA)

### **3) Articoli pubblicati su riviste nazionali**

- Pratesi, F., Hu L., Rialti R., Zollo L., Faraoni, M (2021). Cultural dimensions in online purchase behavior: Evidence from a cross-cultural study. *Italian Journal Of Marketing*, p. 1-21, doi: <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00022-z>
- Rialti, R., Faraoni, M., Zollo, L., & Pieraccini, I. (2020). Assessing the Impact of Big Data on Large Organizations' Strategies. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 2, 133-150. DOI: <http://dx.doi.org/10.4468/2019.2.12rialti.faraoni.zollo.pieraccini>  
(Rivista Accreditata ai fini VQR, AIDEA, 1\* ABS)
- Faraoni, M., Rialti, R., Vannucci, V., & Zollo, L. (2019). How to Foster Online Wine Purchase? Empirical Evidences from Italy. *Micro & Macro Marketing*, 28(1), 71-92. DOI: 10.1431/93017  
(Rivista Accreditata ai Fini VQR, AIDEA)
- Rialti, R., Zollo, L., Laudano, M. C., & Ciappei, C. (2018). Social media brand communities and brand value co-creation: Evidences from Italy. *Mercati & Competitività*, 3, 111-133. DOI: 10.3280/MC2018-003007  
(Rivista Accreditata ai Fini VQR, AIDEA)
- Rialti, R., Zollo, L., Boccardi, A., & Marzi, G. (2016). L'impatto delle tecnologie digitali sulla personalizzazione dell'esperienza del cliente visitatore: il caso Mnemosyne. *Micro & Macro Marketing*, 2, 251-280. DOI: 10.1431/83713/y/2016/i/2.  
(Rivista Accreditata ai Fini VQR, AIDEA)
- Rialti, R., Zollo, L., Caliendo, A., & Ciappei, C. (2016). Social media strategies to protect brand image and corporate reputation in the digital era: a digital investigation of the Eni vs. Report case. *Mercati & Competitività*, 4, 65-84. DOI: 10.3280/MC2016-004005  
(Rivista Accreditata ai Fini VQR, AIDEA)

### **4) Monografie**

- Rialti, R. & Marzi, G. (2019, December). *Ambidextrous Organizations in the Big Data Era: The Role of Information Systems*. Palgrave MacMillan, London. ISBN: 978- 3-030-36583 7

### **5) Capitoli di Libro**

- Nesi, G., Rialti, R., Zollo, L., & Ciappei, C. (2018). Community Based Social Media Fashion Branding: Do Fashion Brands Heritage and Prestige Affect Consumers' Brand Loyalty Intention?. In Rinaldi, R., & Bandinelli, R. (Forthcoming, 2018) "Business Models and ICT Technologies for the Fashion Supply Chain", Springer Advanced ICT series, Springer, Berlin.
- Zollo, L., Pellegrini, M. M., Faldetta, G., & Rialti, R., (2018). Keeping hybrid organizations alive: Integrate or de-integrate commercial and social activities? Insights from the Italian socio-healthcare

sector. In Canonico, P., Consiglio, S., Mangia, G., Martinez, M., Mercurio R., Moschera L., Organizing in the shadow of power, Studi MOA Vol.3, Editrice Minerva Bancaria, Rome.

■ Nesi, G., Rialti, R., Zollo, L., & Ciappei, C. (2018). Attività di social media marketing e identificazione dell'utente nelle comunità online: Un'analisi empirica sui clienti di luxury fashion brands. In Zollo L. (2018), *Percezioni E Motivazioni Nella Modellazione Simultanea delle Condotte nell'Impresa e nel Consumo: Il Contributo dei Modelli ed equazioni strutturali*, Aracne Editrice, Rome.

■ Baldi, R., Rialti, R., Zollo, L., & Ciappei, C. (2018). Autenticità del brand e soddisfazione del cliente: Evidenze empiriche dal settore dell'arredamento di lusso. In Zollo L. (2018), *Percezioni E Motivazioni Nella Modellazione Simultanea delle Condotte nell'Impresa e nel Consumo: Il Contributo dei Modelli ed equazioni strutturali*, Aracne Editrice, Rome.

## 6) Proceeding di conferenza

■ Marrucci, A., Ciappei, C., Zollo, L., & Rialti, R. (2021). Re-discovering humanity in the workplace: the role of Relational Goods in social development. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2021, No. 1, p. 12469). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

■ Marrucci, A., Ciappei C., Zollo L., Rialti R. (2021). Re-Shaping Post-COVID-19 Organizations: The Role of Relational Goods in Increasing Affective Commitment and Reducing Turnover Intention. In: *European Academy of Management*. p. 1-30, EURAM 2021 Conference at Montreal ISBN: 978-2-9602195-3-1

■ Nosi, C., Ciappei, C., Zollo, L., & Rialti, R. (2020, November). WHEN DO CONSUMERS FREE RIDE? THE ROLE OF POST-PURCHASE COGNITIVE DISSONANCE IN OPPORTUNISTIC CHANNEL SWITCHING BUYING BEHAVIOR. In 2020 Global Marketing Conference at Seoul (pp. 1472-1486). Link: <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=401929>

■ Rialti, R., Zollo, L., Filieri, R., & Pieraccini, I. (2020, November). GAMIFICATION AND MOBILE ADVERTISING EFFICACY: EMPIRICAL EVIDENCES FROM ITALIAN MILLENNIALS. In 2020 Global Marketing Conference at Seoul (pp. 17-18). Link: <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=400524>

■ Pieraccini, I., Ciappei, C., Zollo, L., Rialti R. (2020). Entrepreneurial Hubris and Innovation: Developing a new conceptual framework. p. 1-25, EURAM 2020 Conference at Dublin ISBN: 978-2-9602195-2-4

■ Marrucci, A., Rialti, R., Zollo, L., Ciappei, C. (2020). Relational Goods between person, acknowledgment and Affective Commitment: A contribution to the creation of public value. In: *Sinergie-SIMA 2020 Conference* ISBN: 97888943937-3-6

■ Zollo, L., Faldetta, G., Pellegrini, M., Ciappei, C., & Rialti, R. (2019, July). "An Eye for an Eye, a Tooth for a Tooth" in NPOs. In 2019 Academy of Management Proceedings, Boston, 10-14 August 2019 (Vol. 2019, No. 1, p. 12501). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management. (Classificato Fascia B GEV, Classificato Fascia D AIDEA)

■ Faraoni, M., Hu, L., Zollo, L., & Rialti, R. (2019, July). DOES CULTURE MATTER IN ONLINE FASHION PRODUCTS PURCHASE BEHAVIOR? EVIDENCES FROM A CROSS-CULTURAL ANALYSIS OF ALIBABA CUSTOMERS. In 2019 Global Fashion Management Conference at Paris, 11-13 July 2019 (pp. 759-760). DOI: <https://doi.org/10.15444/GFMC2019.07.05.03>

■ Yoon, S., Vannucci, V., Zollo, L., & Rialti, R. (2019, July). MATERIALISM OR MORALITY IN SOCIAL MEDIA, WHICH MATTERS THE MOST? INSIGHTS FROM MILLENNIALS LUXURY CONSUMPTION. In 2019 Global Fashion Management Conference at Paris, 11-13 July 2019 (pp. 626-626). DOI: <https://doi.org/10.15444/GFMC2019.06.03.03>

■ Hu, L., Rialti, R., Zollo, L., & Filieri, R. (2019, July). DIGITAL AND MOBILE TOUCH POINTS IN THE FASHION MARKET: A COMPARISON BETWEEN CHINESE AND EUROPEAN MILLENNIAL CONSUMERS. In 2019 Global Fashion Management Conference at Paris, 11-13 July 2019 (pp. 310-313). DOI: <https://doi.org/10.15444/GFMC2019.03.01.03>

- Pellegrini, M.M, Rialti, R., Caputo, A., & Marzi, M. (2019). Sport Entrepreneurship: A Synthesis of Existing Literature and Future Perspectives, 2019 EURAM Conference, XVIII EURAM Exploring the Future of Management, Lisbon, 26-28 June 2019.
- Annosi, M.C, Ciampi, F., Marzi, G., & Rialti, R. (2019). New product co-creation through practice-based innovation: a case study, 2019 Sinergie-SIMA conference Management and Sustainability. Creating Shared Value in the Digital Era, Rome, 20- 21 June 2019, pp.87-91. DOI: 10.7433/SRECP.EA.2019.15
- Ciampi, F., Marzi, G., & Rialti, R. (2018). ARTIFICIAL INTELLIGENCE, BIG DATA, STRATEGIC FLEXIBILITY, AGILITY, AND ORGANIZATIONAL RESILIENCE: A CONCEPTUAL FRAMEWORK BASED ON EXISTING LITERATURE. www/internet conference 2018, Budapest, 19-20 October, 2018. ISBN: 978-989-8533-82-1
- Faraoni, M., Rialti, R., & Zollo, L. (2018, July). How to foster wine online purchasing behavior? Empirical evidences from Italy. In 2018 Global Marketing Conference at Tokyo (pp. 1419-1419). URL: <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=351813>
- Sugitani, Y., & Rialti, R. (2018, July). THE INTERACTIVE MODERATING ROLE OF SELF-ESTEEM AND INDEPENDENT SELF-CONSTRUAL ON BRAND EVALUATIONS: A CROSSNATIONAL STUDY. In 2018 Global Marketing Conference at Tokyo (pp. 173-173). URL: <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=35075>
- Ranfagni, S., Rialti, R., Zollo, L., & Ciappei, C. (2018, July). HOW TO EFFECTIVELY COMMUNICATE CELEBRITY ENDORSEMENT? THE ROLE OF BRAND AUTHENTICITY AND CREDIBILITY. In 2018 Global Marketing Conference at Tokyo (pp. 15-15). URL: <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=350746>
- Zollo, L., Yoon, S., Rialti, R., & Ciappei, C. (2018, July). MATERIALISM, MORALITY, AND SKEPTICISM IN MILLENNIALS' SOCIAL MEDIA USAGE AND COMMUNICATION: INSIGHTS FROM THE LUXURY FASHION CONTEXT. In 2018 Global Marketing Conference at Tokyo (pp. 158-159). URL: <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=350604>
- Rialti, R., Marzi, G., Ciappei, C., & Pellegrini, M. (2018). Organizational Resilience and Big Data Analytics: Could Analytical, Automatic, Adaptive and Agile Information Systems Open the Cage?. In LAEMOS conference 2018.
- Rialti, R., Fabietti, G., Zollo, L., & Ciappei, C., (2018). Unpacking the good soldier syndrome: the role of authentic leadership and organizational citizenship behavior. 2018 Sinergie Conference: Transformative business strategies and new patterns for value creation. Venezia, 14-15 Giugno 2018.
- Rialti, R., Zollo, L., Laudano, M.C., Ciappei, C., & Bruschi, D. (2018). The Path from Consumer-Based Brand Authenticity to Consumer-Based Brand Equity: The Mediating Role of Brand Identity. AMA 2018 Summer Conference, Boston.
- Rialti, R., Faraoni, C., & Zollo, L. (2018). Re-Discovering E-Loyalty Antecedents in E-Commerce: Evidence from Italian Food Retailers. EMAC 2018 Conference, Glasgow.
- Rialti, R., Marzi, G., Ciappei, C., & Caputo, A. (2018). Reframing Agile Organization. Does Big Data Analytics Capabilities Matter?. Academy of Management Global Proceedings, Vol. Surrey-2018.
- Elba, F., Ciappei, C., Rialti, R., & Zollo, L. (2017). Evaluating the Quality and Effectiveness of Regional Healthcare Systems: A Non-Parametric Analysis of ISTAT Health for All Data. Proceeding of 2017 EISIC Conference, Verona.
- Rialti, R., Zollo, L., Caliendo, A., & Ciappei, C. (2017, July). EXPLORING THE LINK BETWEEN CONSUMERS' ENGAGEMENT AND E-WORD OF MOUTH IN SOCIAL MEDIA BRAND COMMUNITIES: A PATH ANALYSIS. In 2017 Global Fashion Management Conference at Vienna (pp. 494-500). DOI: <https://doi.org/10.15444/GFMC2017.06.05.01>

- Rialti, R., Zollo, L., Ciappei, C., & Sugitani, Y. (2017, July). SOCIAL MEDIA BASED LUXURY MARKETING: ARE ACTIVITIES ON SOCIAL MEDIA CAPABLE TO TRANSMIT LUXURY BRAND HERITAGE AND EXCLUSIVITY TO CUSTOMERS?. In 2017 Global Fashion Management Conference at Vienna (pp. 242-244). DOI: <https://doi.org/10.15444/GFMC2017.02.01.01>
- Zollo, L., Yoon, S., Rialti, R., & Ciappei, C. (2017, July). SOCIAL MEDIA MARKETING AND CONSUMER-BASED BRAND EQUITY: THE ROLE OF BRAND EXPERIENCE AMONG MILLENNIALS IN ONLINE FASHION COMMUNITIES. In 2017 Global Fashion Management Conference at Vienna(pp. 79- 80). DOI: <https://doi.org/10.15444/GFMC2017.03.07.05>
- Rialti, R., Zollo, L., Ciappei, C., & Laudano, M. C., (2017). Consumers' Engagement and brand value co-creation in social media brand communities: Evidences from Italian Runners' Communities". Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società Proceedings del Convegno Annuale Sinergie-SIMA 2017, Napoli 15th- 16th June 2017.
- Zollo, L., Pellegrini M. M., Faldetta G., & Rialti, R., (2017). The Sustainable Path of Social Enterprises toward Hybridity: Insights from a Multiple Case Study of Italian NPOs. Proceedings of EURAM 2017 Conference, Making Knowledge Work, 21st- 24th June, Glasgow. ISBN 2466-7498.
- Ciappei, C., Laudano, M. C., Zollo, L., & Rialti, R. (2016, December). Evaluating the quality of entrepreneurial education analysing its ability to increase entrepreneurial attitude and intent of students. In Toulon-Verona Conference" Excellence in Services". DOI: 10.13140/RG.2.2.17539.09769
- Zollo, L., Boccardi, A., Ciappei, C., & Rialti, R., (2016). Reframing Bricolage and social entrepreneurship to address emergent social needs in a "Deconstructionist" perspective. Organizing in the Shadow of Power, 32nd EGOS Colloquium, Naples, 7th-9th July 2016.
- Rialti, R., Zollo, L., Ciappei, C., & Laudano, M. (2016, July). DIGITAL CULTURAL HERITAGE MARKETING: THE ROLE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN CULTURAL HERITAGE VALORIZATION. In 2016 Global Marketing Conference at Hong Kong (pp. 1062-1063). DOI: <http://dx.doi.org/10.15444/GMC2016.07.09.01>
- Ciappei, C., Zollo, L., Boccardi, A., & Rialti, R. (2016, July). CUSTOMERS' PERCEPTION OF HERITAGE AND AUTHENTICITY IN LUXURY FASHION BRAND: A STRUCTURAL PATH DIAGRAM. In 2016 Global Marketing Conference at Hong Kong (pp. 438-438). URL: <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=314921>
- Rialti, R., Ciappei, C., Zollo, L., & Boccardi, A (2016). Big data oriented business models: the 7vs of value creation. Management in a Digital World. Decision, Production & Communication, Proceedings del Convegno Annuale Sinergie 2016, Udine, Vol. 2, pp. 101-105.
- Rialti, R., & Zollo, L. (2015, June). HOW REPUTATIONAL LOSS EVENT IMPACTS ON MARKET VALUE OF FASHION FIRMS. In 2015 Global Fashion Management Conference at Florence (pp. 798-798). URL: <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=298823>
- Rialti, R., Zollo, L., Boccardi, A., Marzi, G. (2015). Heritage e marketing esperienziale. L'impatto delle tecnologie di comunicazione sulla personalizzazione dell'esperienza del fruitore. Heritage Management e Impresa, quali sinergie, Proceedings del Convegno Annuale Sinergie 2015 Termoli, Vol. 1, pp. 781-802.
- Rialti, R., Zollo, L., Boccardi, A., Marzi, G., & Ciappei, C. (2015). Rating etico e stima del rischio, risultati di uno studio esplorativo sulle società quotate italiane. XXXVII Convegno Nazionale AIDEA, 9th-12th September 2014 Piacenza.

### 7) Tesi di dottorato

■ Rialti, R., (2019), Big Data Analytics Capabilities, Agility and Ambidexterity: Empirical Evidences from Large Organizations, Dottorato Regionale in Economia Aziendale e Management, Università di Pisa, Università di Siena, Università degli studi di Firenze. Discussa presso l'Università di Pisa in data 07/02/2019 Link repository ETD Università di Pisa: <https://etd.adm.unipi.it/theses/available/etd-02022019-192901/>

Data

21/10/2021

Luogo

Firenze (FI)