

CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA E DIDATTICA

ALESSIO DI LEO

POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

2022 – attuale *Ricercatore a tempo determinato di tipo A* (art. 24, comma 3, lett. A) L. 30 dicembre 2010, N. 240 (s.c. 13/B2, s.s.d. SECS P/08) presso Centro Alti Studi Per La Difesa (CASD).

POSIZIONI UNIVERSITARIE RICOPERTE

2021 – 2022 *Professore a Contratto* SSD-SECS-P/08 – Marketing Operativo presso l'Università Sapienza (Roma, Italia) – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

2021 – 2022 *Assegnista di ricerca* SSD-SECS-P/08 – Marketing presso Università degli Studi Roma Tre, Dipartimento di Economia Aziendale (Roma, Italia). Titolo dell'assegno: “Attività di engagement del settore privato a favore del settore profit privato e sociale italiano”. Dal 1° giugno 2021 al 31 maggio 2022.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

2018 - 2021 **Dottorato di ricerca** SSD-SECS-P/08 in Marketing presso l'Università Sapienza di Roma – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale conseguito in data 26/02/2021 con valutazione “Buono”. Titolo della tesi di dottorato: “Customer experience omnicanale: i nuovi comportamenti di acquisto nel settore Food&Grocery”. Tutor: prof. A. Mattiacci, Co-tutor: prof. E. Bonetti (SSD- SECS-P/08). Vincitore di borsa di dottorato.

2014 - 2015 **Laurea Specialistica in Economia e Management** presso Università degli Studi Roma Tre (Roma, Italia), votazione 110/110.

2010 - 2014 **Laurea Triennale in Economia e Gestione delle Imprese** presso Università Roma Tre (Roma, Italia).

CORSI DI SPECIALIZZAZIONE

2020 Doctoral Consortium presso American Marketing Science - 6th Annual Conference, Lake Buena Vista (Florida, USA) dal 17 al 18 Dicembre 2020. Unico partecipante selezionato dall'Italia.

2019 - Corso di introduzione ai metodi di ricerca SIMA – SIM presso SIAF (Scuola Internazionale di Alta Formazione), Volterra dal 22 al 26 Luglio 2019
- Corso online su “Corporate Sustainability. Understanding and Seizing the Strategic Opportunity”. Prof. Maurizio Zollo - Università Bocconi dall'1 al 28 Febbraio 2019.

2018 - Scuola Metodologia della ricerca SIMA “Progettare la ricerca - Impostare efficacemente i progetti di ricerca per ottimizzare i risultati finali” presso Università di Napoli Parthenope, dal 28 al 30 Maggio 2018.
- Workshop Crafting Papers for Publication. Supervisor Daniel Muzio (University of York),

Senior Associate Editor of "Journal of Management Studies" presso l'Università di Napoli Parthenope, dal 9 a 11 Ottobre 2018.

- Winter School Sanguis Jovis 2018 - Scuola di alta formazione del Sangiovese. Lo storytelling del sangiovese nell'era digitale, dal 16 al 18 Marzo 2018.

ALTRI INCARICHI ACCADEMICI E ISTITUZIONALI

2023 – attuale Rappresentante ricercatori presso il Senato Accademico - Centro Alti Studi per la Difesa. Dal 10 novembre 2023

2021 - attuale Cultore della materia in Marketing presso Università degli Studi Roma Tre, Dipartimento di Economia Aziendale (Roma, Italia). Dal 15 febbraio 2021.

2019 - attuale Socio Corrispondente dell'Accademia Italiana Di Economia Aziendale (AIDEA). Dal 1° febbraio 2019.

2018 - attuale Socio Corrispondente della Società Italiana Management (SIMA). Dal 1° febbraio 2018.

2018 - attuale Socio Corrispondente della Società Italiana Marketing (SIM). Dal 1° febbraio 2018.

RICERCA

INTERESSI DI RICERCA

Consumer behaviour, Retail, Sostenibilità, Innovazione

DIREZIONE O PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA (selezione)

2023

- Membro del gruppo di ricerca "Intelligenza Artificiale Generativa: un'analisi nel settore airlines" finanziato da ITA Airways in collaborazione con A. Mattiacci (Università Sapienza), C. Bartoli (Luiss Business School) e A. Baccelloni (John Cabot University). *Settembre 2023 - attuale*

2022

- Membro del gruppo di ricerca "L'esperienza dei Vini di Lusso nel nuovo Ecosistema Digitale: un'analisi comparativa dei Territori del Sangiovese" finanziato da Sanguis Jovis – Fondazione Banfi, in collaborazione con C. Bartoli (Università Sapienza) e A. Baccelloni (John Cabot University). *Giugno 2022 - attuale*

2021

- Membro del gruppo di ricerca "Bando Profit AICS", finanziato da l'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo e coordinato da L. Marchegiani, C.A. Pratesi, P. de Muro (Università degli Studi Roma Tre). *Giugno 2021 – Luglio 2022*
- Coordinatore del gruppo di ricerca "Academy Community", finanziato da CONAI – Consorzio Nazionale Imballaggi (EHS - Istituto Europeo di Innovazione per la Sostenibilità). *Giugno 2021 – attuale*

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, G. Mattia (Università degli Studi Roma Tre). *Giugno 2020 – Settembre 2020*
- 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 F. Sfodera (Università Sapienza). *Gennaio 2020 – Giugno 2020*
- Membro del gruppo di ricerca "Dining experience", coordinato dalle Prof.sse F. Sfodera e I. Mingo

(Università Sapienza). *Gennaio 2020 – Giugno 2020*

- 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. C.A. Pratesi (Università degli Studi Roma Tre), e in collaborazione con il Prof. G. Mattia (Università degli Studi Roma Tre). *Novembre 2019 – Luglio 2020*

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. C.A. Pratesi (Università degli Studi Roma Tre), e in collaborazione con il prof. G. Mattia e L. Principato (Università degli Studi Roma Tre). *Marzo 2019 – Novembre 2019*
- Membro dell'unità di ricerca per uno studio dal titolo: "Sostenibilità nelle aziende fashion luxury" in collaborazione con il Prof. C. A. Pratesi, G. Mattia e L. Principato (Università degli Studi Roma Tre). La collaborazione ha condotto alla pubblicazione di tre contributi in atti di convegno e un articolo scientifico. *Marzo 2019 – Novembre 2019*

INCARICHI DI REVISIONE SCIENTIFICA

Dal 2019 svolge/ha svolto attività di referaggio per le seguenti riviste:
Journal SN Business and Economics (Springer Nature), ISSN: 2662-9399

DIDATTICA

2024

Master II Livello

- Docente modulo "Product Offering & Distribution" nell'ambito del percorso "Marketing Management". Luiss Business School Roma. Master executive (a.a. 2023-2024)
- Docente modulo "Digital video, influencer marketing and applied creativity" nell'ambito del percorso "Marketing Management". Luiss Business School Roma. Master executive (a.a. 2023-2024)

Laurea Magistrale

- Marketing Planning (co-titolare 5 CFU) – Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2023-2024)

2023

Dottorato

- Seminario su "Business Model Innovation" all'interno del dottorato in Marketing – Università Sapienza di Roma
- Seminario su Digital Transformation e Sostenibilità nell'ambito del dottorato in Scienze dell'Innovazione per la Difesa e la Sicurezza – Università degli Studi di Salerno e Centro Alti Studi per la Difesa XXXIIX Ciclo

Master II Livello

- Docente modulo "Customer journey e Customer Experience" nell'ambito del master "Master in Marketing Management", Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2022-2023)
- Docente modulo "Business Plan" nell'ambito del master "Master di II livello Biennale in Economia e gestione dei beni culturali", Università Roma Tre. Dipartimento di Economia Aziendale (a.a. 2022-2023)

Laurea Magistrale

- Marketing Planning (co-titolare 5 CFU) – Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2022-2023)

2022

Master Executive

- Docente modulo “Customer Experience” nell'ambito del percorso "Hotel Management". Luiss Business School Roma. Master executive (a.a. 2021-2022)

Master II Livello

- Docente modulo "Customer journey e Customer Experience" nell'ambito del master “Master in Marketing Management”, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2021-2022)
- Docente modulo "Business Plan" nell'ambito del master “Master di II livello Biennale in Economia e gestione dei beni culturali”, Università Roma Tre. Dipartimento di Economia Aziendale (a.a. 2021-2022)

Laurea Magistrale

- Marketing Planning (co-titolare 5 CFU) – Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2022-2023)

2021

Master II Livello

- Docente modulo "Customer journey e Customer Experience" nell'ambito del master “Master in Marketing Management”, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management. (a.a. 2020-2021)

Laurea Magistrale

- Marketing Operativo (co-titolare 5 CFU) – Università Sapienza, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (a.a. 2021-2022)

Tutorship

- 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) (a.a. 2021-2022)
- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea triennale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi). (a.a. 2021-2022)
- Tutor, Premio Marketing per l'Università 2021 (33a ed.), Università Roma Tre, Roma (a.a. 2021-2022)

2020

Master Executive

- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore alberghiero” nell'ambito del percorso "Hotel Management". Luiss Business School Roma. Master executive (a.a. 2020-2021)
- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore ristorativo” nell'ambito del percorso "Food & Beverage Management". Luiss Business School Roma. Master executive (a.a. 2020-2021)
- Docente modulo “Scenari e trend futuri per il settore ristorativo” nell'ambito del percorso "Food & Beverage Management". Luiss Business School Milano. Master executive (a.a. 2019-2020)

Master II Livello

- Docente modulo "Customer journey – Project work" nell'ambito del master “Master in Marketing Management”, Università Sapienza di Roma. Dipartimento di Management (a.a. 2020-2021)

Laurea Triennale

- Docente modulo "Customer journey e omnicanalità" nell'ambito del corso "Comunicazione d'impresa", Università Roma Tre. Laurea triennale (titolare corso L. Principato). (a.a. 2020-2021).

Tutorship

- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea magistrale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi). (a.a. 2020-2021).
- 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) (a.a. 2020-2021).
- Tutor, Premio Marketing per l'Università 2020 (32a ed.), Università Roma Tre, Roma (a.a. 2020-2021).

2019

Master Executive

- Docente in "Marketing Operations" nell'ambito del percorso "Marketing Management", Luiss Business School. Master executive (a.a. 2019-2020).

Master II Livello

- Docente modulo “Customer journey e customer experience”, Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Università Sapienza, Dipartimento di Management (a.a. 2019-2020).

Tutorship

- 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). (a.a. 2019-2020).
- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea magistrale in Marketing, Innovazione e Sostenibilità. 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 (a.a. 2019-2020).
- Tutor, Premio Marketing per l'Università 2019 (31a ed.), Università Roma Tre, Roma (a.a. 2019-2020)
- Tutor per lo svolgimento di attività didattica integrativa e di assistenza agli studenti del corso di laurea triennale in Marketing. Università Roma Tre, Roma (titolare corso prof. C.A. Pratesi).

2018

Tutorship

- 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). (a.a. 2017-2018).

PUBBLICAZIONI

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

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

L'attività di ricerca svolta si è concentrata su tre temi principali, di seguito elencati, ed ha condotto alla pubblicazione dei lavori scientifici indicati dettagliatamente nella sezione successiva del curriculum e richiamati per ciascuna tematica in parentesi.

- **Analisi della domanda, dei comportamenti di consumo e delle preferenze dei consumatori:** di beni alimentari fuori casa (pubblicazioni 3, 17, 19), il fenomeno degli sprechi alimentari in ambito domestico (4), e l'acquisto di prodotti ad alto valore simbolico (5, 7, 20).

- **Il ruolo della sostenibilità:** nella progettazione del packaging (2, 15), nell'evoluzione dei modelli di business nel settore agroalimentare (6, 11, 16) e nel lusso (23, 24, 25), il suo impatto sulla generazione Z nel turismo (1), e nella costruzione delle identità culturali locali (8)
- **L'adozione di approcci di canale integrati nel retail** (9, 10, 22)

ARTICOLI SU RIVISTA

1. **Di Leo A**, Sfodera, F., Cucari, N., Mattia, G., & Dezi, L. (2023). Sustainability reporting practices: an explorative analysis of luxury fashion brands. *Management Decision*, Vol. 61 No. 5, pp. 1274-1297
2. Sfodera, F., Cain, L. N., **Di Leo, A.** (2022). Is technology everywhere? Exploring Generation Z's perceptions of sustainable tourism in developing countries. *International Hospitality Review*. 28(4), pp. 587-605.
3. Mattia G., **Di Leo A.**, Pratesi C.A. (2022). Recognizing the Key Drivers and Industry Implications of Sustainable Packaging Design: A Mixed-Method Approach. *Sustainability* 2021, 13(9), 5299; <https://doi.org/10.3390/su13095299>
4. Principato, L., **Di Leo, A.**, Mattia, G. et al. The next step in sustainable dining: the restaurant food waste map for the management of food waste. *Italian Journal of Marketing* (2021). <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00032-x>
5. 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*. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.010>
6. 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. ISNI:0000000091950263.
7. 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. <http://dx.doi.org/10.1108/BFJ-06-2019-0422>

MONOGRAFIE

8. Mattia G., **Di Leo A.**, Principato L. (2021). *Online Impulse Buying and Cognitive Dissonance. Examining the Effect of Mood on Consumer Behaviour*. Palgrave. ISBN 978-3-030-65923-3

CONTRIBUTO IN VOLUME

9. Di Leo A. (2023). *Digital Marketing*. In Peter, J. P., Donnelly, J. H. Jr., Pratesi C. A. *Marketing 8/ed.*, McGraw-Hill. ISBN 8838695938
10. Sfodera, F., **Di Leo A.** (2022) "Chapter 9 Co-creation of value - Valorization of local identity through creative tourism" In: Taheri, B., Rahimi, R. & Buhalis, D. (ed). Oxford: Goodfellow Publishers <http://dx.doi.org/10.23912/9781915097064-5117>
11. 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, ISBN: 88-921-2172-3
12. **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. ISBN 8838695938
13. **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. ISBN 9780128171219
14. **Di Leo A.** (2018). *Wine Storytelling. Review della letteratura*. In Sanguis Jovis Winter School, Alta Scuola del Sangiovese. Fondazione Banfi. Montalcino, Italy. ISBN 9788894997002

CURATELA

15. **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. ISBN 9788891787064
16. **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. ISBN 8838695938

CONTRIBUTO IN ATTI DI CONVEGNO

17. Mattiacci A., Di Leo A., Sfodera F., Capone V. (2023). Sustainability Speak: A Deep Dive into Corporate Communication Practices. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2023, Firenze
18. Bellucci S., **Di Leo A.** The consumers' perception of sustainable packaging and its influence on purchase intention. A preliminary study. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2020 Conference, Salerno.
19. **Di Leo A.**, Massari S. (2023). Design Thinking as a metabolic process. How to integrate empathy and social skills to drive a business toward 2030? Conference Proceeding 3rd International Food Design and Food Studies Conference 2022, In press
20. 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. ISBN978-88-943918-4-8.
21. **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. ISBN 97888943937-3-6.
22. 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. ISBN: 978-88-96687-13-0.
23. 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. Awarded Best Paper. ISBN 9811594716
24. **Di Leo A.**, Sfodera F. (2019). Understanding value creation in the health sector: an exploratory investigation. Conference Proceeding Società Italiana Marketing 2019 Conference, Piacenza. ISBN 978-88-943918-3-1
25. **Di Leo A.** (2019). Comprendere l'esperienza del cliente nell'era omnicanale: un'analisi della letteratura. IV Conferenza Nazionale Dottorande e Dottorandi in Scienze Sociali, Roma. ISBN 9788893771559
26. **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. <https://doi.org/10.15444/GFMC2019.08.01>
27. 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. ISBN 97888943937-4-3
28. 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.
29. **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 Dottorande e Dottorandi in Scienze Sociali, Roma. <https://dx.doi.org/10.13133/9788893771276>

CONVEGNI E SEMINARI

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

- Moderatore e relatore presso la Conferenza “International Food Design and Food Studies Conference

2022, Lisbona. Dal 28-04-2022 al 30-04-2022

- 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 Dottorande e Dottorandi in Scienze Sociali (2019). Presentato un contributo dal titolo "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 organizzato da NYU Stern Business School e Università Roma Tre con un contributo dal titolo: "Understanding sustainability efforts along the luxury value chain", 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 Dottorande e Dottorandi in Scienze Sociali, dal 10 al 12 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, dal 7 al 9 Marzo 2019.

BORSE DI STUDIO E PREMI

2020	Best Paper Award per il paper: Mattia G., Di Leo A. Principato L. (2020). On Line Impulse Buying and Cognitive Dissonance: The Moderating Role of the Positive Affective State, ICHCBDP 2020: XIV. International Conference on Hospitality Consumer Behavior and Decision Process, Barcellona 10-11 Febbraio 2020.
2020	Finanziamento di una borsa di ricerca per progetti congiunti su "Omnicanalità nel grocery" presso Università di Valencia – supervisor Prof. Marta Frasquet. Dal 6 aprile al 27 giugno 2020 (non svolta in presenza causa Covid-19).
2018 – 2020	Borsa di dottorato di ricerca presso l'Università Sapienza, Roma – Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS). 1° classificato nella graduatoria finale per il curriculum Marketing.
2017	Emerging scholar award, 7 th 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 (01.04.2015 – 30.11.2015).

ATTIVITÀ PROFESSIONALI E DI CONSULENZA SCIENTIFICA

2022	Giuria scientifica – The Fork Design School Challenge. Barcelona Design Week 2022. 14-06-2022
2022 – presente	Scientific Marketing Advisor per le Startup, Dock3 – The Startup Lab
2020 – presente	Scientific Coordinator – European Institute of Innovation for Sustainability
2019 – presente	Consulenza scientifica e advisor su temi legati a marketing e sostenibilità, Conai, Enel X
2018 – 2019	Chief Marketing Officer, Dock3 – The Startup Lab
2015 – 2018	Business Analyst e PMO, Accenture Consulting

LINGUE STRANIERE

Italiano: Madrelingua

Inglese

Capacità di lettura	OTTIMA
Capacità di scrittura	OTTIMA
Capacità di espressione orale	OTTIMA

Spagnolo

Capacità di lettura	BUONA
Capacità di scrittura	BUONA
Capacità di espressione orale	BUONA

CONOSCENZE INFORMATICHE E SOFTWARE

Software scientifico: SPSS, Maxqda

Uso corrente del sistema operativo Windows e avanzato dei programmi Microsoft Office: Word, Excel, PowerPoint, Access.

