



## **Studi in Italia**

Diploma di **Maturità Scientifica** conseguito presso il Liceo "F. Lussana" di Bergamo nell'A.S. 1976.

**Laurea in Economia e Commercio** conseguita l'8.07.1980 con votazione 101/110 presso l'Università degli Studi di Bergamo (allora Istituto Universitario).

Tesi di Laurea in Statistica Economica dal titolo: "Metodi d'analisi univariata e multivariata per la previsione di variabili economiche" Relatrice Ch.ma Prof.ssa Silvia Biffignandi, Correlatore Ch.mo Prof. Luigi Filippini

**Laurea in Sociologia** conseguita il 17.12.1993 con votazione 104/110 presso l'Università di Urbino.

Tesi di Laurea in Teoria e Tecnica delle Comunicazioni di Massa dal titolo: "La comunicazione integrata negli anni novanta" Relatore Ch.mo Prof. Carlo Sartori.

## **Studi all'Estero**

**Philadelphia (USA)**, E.L.S. c/o Saint Joseph's University: corsi di Lingua Inglese

\* 16.07 - 07.09.1984: livelli 107/108;

\* Conseguimento del Certificato T.O.E.F.L..

**Philadelphia (USA)**, Saint Joseph's University: corsi di marketing

\* 1.10. - 18.12.1984: "Consumer Behaviour";

\* 1.10.- 12.12.1984: "Marketing Research".

**Ginevra (CH)**,

\* 01.04 - 06.04. 1992: "Dynamic Business Management" (M.D.T.)

## Attività Accademica e Didattica

### Posizione attuale:

Professore Associato confermato presso l'Università degli studi di Bergamo dove afferisce al dipartimento di Scienze Aziendali, Economiche e Metodi Quantitativi (SAEMQ) e

- Responsabile del progetto SBU Summer Business Program che prevede scambi di professori e studenti dell'università del Missouri (USA) dal 2004
- Delegato del Rettore per "immagine e brand" dal 2016
- Direttore del master di I livello "Marketing management per l'impresa internazionale" dal 2004
- Direttore del master di II livello "Il farmacista e i prodotti omeopatici: strategie di marketing" dal 2014
- Direttore del corso di perfezionamento "La gestione della farmacia orientata al mercato che cambia: marketing, comunicazione e aspetti economico-giuridici" dal 2016

e titolare dei seguenti insegnamenti:

Nel corso di laurea triennale in Economia Aziendale:

- Marketing 87107 (6 cfu - 48 ore)
- Marketing Internazionale 87108 (6 cfu - 48 ore)
- International marketing 87063 (6 cfu - 36 ore ENG) collaborazione con Università Missouri (USA)

Nel corso di laurea Magistrale IMEF (International Management, Entrepreneurship and Finance) in lingua inglese:

- Marketing Strategies (ENG) 910008 (6 cfu - 48 ore)

Nel corso di Laurea Magistrale CIE (Comunicazione, Informazione, Editoria) presso il Dipartimento di Lettere:

- Marketing e e-commerce 93147 (5 cfu - 30 ore)

E presso la S.d.M. Scuola di Management della stessa università è docente nei seguenti corsi Master:

- Master di primo livello "Marketing Management per l'Impresa Internazionale" Marketing (ENG) International Marketing (ENG)
- Master di secondo livello "Il farmacista e i prodotti omeopatici: strategie di marketing" (Marketing delle farmacie)
- Master di primo livello "Tecnologia e processi della filiera tessile" (Marketing)
- Corso di Perfezionamento Go.In. (Marketing e Marketing Internazionale)

E presso l'Università Cà Foscari di Venezia è docente di Marketing e Marketing internazionale nel Master di primo Livello GMC "Global management for China" (ora trasferito a Macerata)

## Curriculum accademico

**Dall'A.A. 1983/84: Assistente del Prof. Alberto Marino** presso l'Università degli Studi di Bergamo per la materia "Tecnica delle ricerche di mercato" con particolare interesse per argomenti di: marketing dei servizi (banche e assicurazioni in particolare), comportamento del consumatore e ricerche di mercato.

**Dall'A.A. 1986/87:** Titolare di incarichi annuali per **seminari sul marketing**; Collaboratore per lezioni, esami, ricevimento studenti; correlatore di numerose tesi di laurea. In dettaglio:

* 1986/87 Prot n. 1769/A del 4.11.1986	Seminario Specialistico Marketing
* 1987/88 Prot.n. 3597 del 7.10.1987	Seminario di Base Marketing
* 1988/89 Prot.n. 6860 del 17.1.1989	Seminario Scientifico/Didattico Marketing
* 1989/90 Prot.n. 8226 del 01.7.1989	Seminario Specialistico Marketing
* 1990/91 Prot.n. 11726 del 22.8.1990	Seminario Specialistico Marketing
* 1991/92 Prot n.16122 del 7.11.1991	Seminario Scientifico/Didattico Marketing

1992: Conseguita l' idoneità al VII ciclo del dottorato di ricerca in Economia Aziendale (prova scritta e orale) presso l'Università "Luigi Bocconi" di Milano, ma non ammesso per indisponibilità di posti.

Dal 1992/93 Cultore della materia per "Marketing" Prof. Alberto Marino

**A.A. 1995/96: Professore a contratto** per la materia: "Marketing (raddoppio)" presso l'Università degli Studi di Bergamo (70 ore)

Dal 1995 Relatore di diverse tesi di laurea (circa 15 all'anno)

Dall'A.A. 1996/97 all'A.A. 2003/2004

Professore a contratto per la materia: "Marketing Internazionale" (6 crediti) presso l'Università degli Studi di Bergamo.

**Dall'A.A. 2002/2003** all'A.A. 2003/2004

**Professore a contratto di "International Marketing" (4,5 crediti) corso tenuto in lingua inglese** per un gruppo di studenti della Missouri University (USA) e dell'Università di Bergamo, coordinatore e referente internazionale del progetto di collaborazione tra le due Università.

**Dal 2004 a oggi responsabile per l'Università degli studi di Bergamo degli scambi di professori e studenti dell'università del Missouri (USA), SBU Summer Business Program.** L'attività consiste, oltre alla docenza in inglese del corso "International Marketing", nella gestione e mantenimento delle relazioni con l'università americana, il coordinamento della didattica (metodologie, programmi, visite aziendali e di testimonial, formando 6 classi miste di studenti USA ITA ed Erasmus) di 3 docenti Americani e 3 Italiani, 60/80 studenti USA e 60/80 studenti ITA ed Erasmus: oltre 2.000 studenti formati dall'inizio della collaborazione con l'università americana.

**Dal 1 Febbraio 2005 assunto in ruolo come ricercatore** universitario nel settore scientifico SECS- P/08 presso l'Università degli Studi di Bergamo in quanto vincitore del concorso per

ricercatore con decreto rettorale prot.n.24526 del 22.12.2004 della stessa Università.

**Dal febbraio 2006 nominato Professore Aggregato** presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Bergamo e docente titolare dell'insegnamento di Marketing internazionale (6 cfu) e dell'affidamento di International Marketing (4,5 cfu e dall'A.A. 2010/2011 6cfu) tenuto in lingua inglese.

**Dal 1 Febbraio 2008 Ricercatore confermato** presso l'Università degli studi di Bergamo nel settore scientifico SECS - P/08 con decreto rettorale N.11544/V/007 del 4.06.2008.

Negli A.A.2008/2009 - 2009/2010 – 2010/2011, membro del collegio docenti del dottorato "LOGISTICA E SUPPLY CHAIN MANAGEMENT" dal XXIV al XXVI ciclo presso l'Università degli studi di Bergamo.

L'A.A. 2009-2010 titolare dell'affidamento di Marketing Avanzato (6cfu).

Dal febbraio 2006 nominato Professore Aggregato presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Bergamo e docente titolare dell'insegnamento di Marketing internazionale (6 cfu) e dell'affidamento di International Marketing (4,5 cfu) e dall'AA 2010/2011 (6cfu) tenuto in lingua inglese.

Nell' A.A. 2009-2010, in aggiunta ai precedenti corsi, titolare dell'affidamento di Marketing Avanzato (6cfu).

**Il 16 settembre 2011 ottenuta l'idoneità al concorso per un posto di professore di seconda fascia** al settore disciplinare SECS P08 presso l'Università degli studi di Bergamo, con decreto rettorale prot.n.17919/V/001 del 20.9.2011. Chiamato dalla facoltà di Economia in data 13 Marzo 2012.

**Dal 1 maggio 2012 Professore di seconda fascia** presso l'Università degli studi di Bergamo.

**Dall'A.A. 2012-2013 a oggi docente di Marketing e e-commerce** (5 cfu presso la facoltà di Lingue ora Dipartimento di Lettere), corso di laurea magistrale CIE.

**Dall'A.A. 2013-2014 a oggi docente di Marketing Strategies in lingua inglese** (6 cfu) corso di laurea magistrale IMEF.

**Dal 1 gennaio 2013 al 30 marzo 2016, Direttore del centro d'Ateneo S.d.M. Scuola di Management** dell'Università degli Studi di Bergamo. S.d.M. progetta e eroga tutti e Master e Corsi di Perfezionamento e tutte le attività sull'esterno: corsi aziendali, interaziendali, individuali dell'Università.

Dall' A.A. 2014-2015 a oggi docente di Marketing (9cfu).

**Dal 1 maggio 2015 Professore Associato confermato**

Dal 1 aprile 2016 a oggi Membro di Giunta del centro d'Ateneo S.d.M. Scuola di Management dell'Università degli Studi di Bergamo.

**Dal 26 aprile 2016 ad oggi Delegato dal Rettore per l'attività di Identità e Immagine** (Branding & Identity) dell'Ateneo. L'attività del 2016 si è concretizzata nella nuova Curriculum vitae Mauro Cavallone 7 Agosto 2019

impostazione istituzionale della grafica della didattica adottata sia da tutti corsi dei Dipartimenti dell'Ateneo e della S.d.M. che dai colleghi in occasione di convegni e congressi. Nel 2017 ho svolto e coordinato la ricerca sul valore creato dall'Università. La ricerca è stata realizzata attraverso la raccolta di 4.181 questionari a laureati, genitori, aziende, amministrazioni pubbliche, docenti, successivamente esaminati ed elaborati. Il lavoro concluso e consegnato al Rettore.

**2016/2017** Responsabile dell'organizzazione e del coordinamento del convegno nazionale della Simktg (Società Italiana Marketing) "Il marketing di successo: Imprese, enti persone" tenutosi a Bergamo il 26 e 27 ottobre 2017. L'attività è consistita in particolare nella:

- Gestione delle relazioni e contatti con la Presidenza della SIM e partecipazione a tutte le riunioni del comitato
- Contatto e coinvolgimento delle aziende sponsor per l'ottenimento dei contributi
- Organizzazione e gestione dell'evento (hotel, logistica, aule, cena sociale ecc.)
- Coordinamento del team di ricerca

### **Aprile 2017 ottenuta l'Idoneità a Professore di Prima fascia**

Domanda 24955 primo quadrimestre 2016, bando D.D. 1532/2016

SETTORE CONCORSUALE 13/B2, ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE

Valido dal 04/04/2017 AL 04/04/2023 (art. 16, comma 1, Legge 240/10)

**Ottobre Dicembre 2017** a oggi Responsabile all'interno del progetto "Laboratorio d'impresa: il mondo entra in università" della sessione di Marketing: conoscere e interpretare per governare il mercato.

L'attività ha previsto il coordinamento degli aspetti didattici e di ricerca di cinque team di sei studenti che hanno svolto una reale ricerca di mercato sui temi proposti da cinque aziende del territorio (Brembo, Multi, Sacbo, Tenaris, UBIBanca) da me coinvolte.

**Progettazione, Direzione e Coordinamento di iniziative in campo didattico in ambito nazionale** svolte per la Facoltà di Economia ora Dipartimento SAEMQ e per la Scuola di Management (S.d.M.)

**Mag. – Lug. 1998:** Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario: "**Esperti in Management e Marketing Internazionale**", della durata di 80 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo nel quadro della legge regionale 12.12.94 n.42.

**Gen. – Ott.1999:** Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario in "**Marketing dei Servizi Bancari ed Assicurativi**" della durata di 900 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo/Ministero del Lavoro.

Mag. – Nov.1999: Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario in "**Marketing e Gestione delle Imprese Turistico-Alberghiere**" della durata di 900 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo/Ministero del Lavoro.

Ott.1999 – Mag. 2000: Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario "Marketing dei Servizi Bancari ed Assicurativi – 2.a edizione" della durata di 900 ore,

organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo/Ministero del Lavoro.

**Ott.2002 – Giu.2003:** Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario **“Marketing Management per l’Impresa Internazionale – 1.a edizione”** della durata di 400 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo

**Ott. 2003:** Ideatore e direttore del corso di formazione post-universitario **“Marketing Management per l’impresa internazionale” – 2.a edizione”** della durata di 400 ore, organizzato dall'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Regione Lombardia/Fondo Sociale Europeo.

**Da A.A. 2004/05 a oggi** ideatore e codirettore (con il Prof. Francesco Arcucci) del corso **Master di primo livello “Marketing Management per l’impresa internazionale”**. Master giunto alla XIII edizione continuativa.

**Febbraio 2006** Direttore corso perfezionamento **“Marketing e cultura manageriale per le relazioni commerciali Italo cinesi”**. **Corso tenuto in lingua inglese** (250 ore di lezione e 250 di stage) e rivolto a 10 laureati italiani e 15 cinesi realizzato dall'Università degli studi di Bergamo in collaborazione con Pro Universitate Bergomensis, S.d.M.e I.C.E. il corso è iniziato il 27 marzo 2006 e terminato il 28 luglio 2006.

Settembre 2008 Direttore corso perfezionamento **“Marketing e cultura manageriale per le relazioni commerciali Italo cinesi”**. Corso tenuto in lingua inglese (250 ore di lezione e 250 di stage) e rivolto a 10 laureati italiani e 15 cinesi realizzato dall'Università degli studi di Bergamo in collaborazione con Pro Universitate Bergomensis, Fondazione Cariplo S.D.M. (scuola di management) e I.C.E. il corso è iniziato l'8 settembre e terminato il 22 dicembre 2008.

**2014/2015** Co-ideatore e condirettore del Master di I Livello: **Management, Banking, Contesto & Tendenze nello scenario della complessità** realizzato per UBI Banca e rivolto a Talenti e Alti Potenziali (si è trattato del primo corso master progettato e venduto da S.d.M. ad un'azienda privata)

**2014** Co-ideatore e direttore del Master di secondo livello **“il farmacista e i prodotti omeopatici: strategie di marketing”** (I,II,III edizione) Master tuttora in corso.

I master, i corsi di perfezionamento e i progetti conto terzi (Ricerche) diretti dal sottoscritto dal 2004 in poi, hanno apportato alla Facoltà di Economia /Dipartimento SAEMQ /S.d.M un contributo pari al 10% del totale delle entrate generate dagli stessi.

## **Attività didattiche svolte all'estero e collaborazioni Internazionali** per la Facoltà di Economia ora Dipartimento SAEMQ

### **1996**

Inholland University of Applied Sciences Haarlem (NL) Partecipazione come docente all'International Teaching Week sul tema della fidelizzazione (28.01-02.02)

### **Dal 1996 al 1999**

Metropolitan University of Leeds (UK) Collaborazione con il Prof. Martyn Robertson nel progetto internazionale sulla previsione degli scenari futuri denominato "Global Vision 2020"

### **2007**

University of Missouri (USA) attività di codocenza con i Proff. Shaoming Zou, Peter Bloch, John Bennett dal 10 al 17 Marzo

MBA FH Giessen – Fridberg alumni day relatore "Further empiricals ideas about beyond retention" Giessen (Francoforte) 28-29 settembre 2007 - Master Giessen Alumni association

### **2008**

MBA FH Giessen – Fridberg alumni day: relatore sul tema "The treasure hunt as an outdoor managerial training tool" Giessen (Francoforte) 19 – 20 settembre 2008 - Master MBA Giessen Alumni association

University of Missouri (USA) docente nel corso della Prof.ssa Lisa Scheer della lezione "the international marketing scenario" tra il 22 e il 30 ottobre.

### **2009**

University of Missouri (USA) attività di codocenza con i Proff. Shaoming Zou, John Bennett, Peter Bloch, Srinath Gopalakhrisna, dal 16 al 18 Marzo.

MBA FH Giessen – Fridberg alumni day Worms (Germania) relatore su "New ideas in time of crisis: TES Marketing" (the extra step) 26 settembre 2009 - Giessen Alumni association

**Ulteriori Attività in ambito internazionale** svolte per la facoltà di Economia ora dipartimento di Scienze Aziendali, Economiche e Metodi Quantitativi

Anno 1988: Partecipazione al meeting tra docenti marketing svoltosi a Caen Le Havre (F);

Anno 1989: Collaborazione con il Prof. Marcus Schmidt (Università di Sondeborg – Norvegia) per la creazione di un caso di Marketing paneuropeo nel settore informatico;

Dall'anno 1990: Tutor di diversi studenti Erasmus;

Anno 1997: dall'1 al 7 novembre presso la Saint Joseph's University di Philadelphia (USA) e partecipazione al meeting "Delight the Customer" con il Prof. Richard J.George.

Dall'anno 2002: Collaborazione continuativa con il Prof. Charles Franz (Missouri University U.S.A.) per l'impostazione dell'attività didattica congiunta.

Dal 2004 responsabile per l'Università degli studi di Bergamo degli scambi di professori e studenti dell'università del Missouri (USA), SBU Summer Business Program.

Nel 2005 missione in USA presso l'Università Columbia in Missouri dal 4 all' 11 novembre per la definizione dei programmi di scambi di studenti e professori.

Dall'anno 2005 (tuttora in atto) Collaborazione continuativa con il Prof. Jan Freidank direttore del master MBA FH Giessen – Fridberg per il coordinamento dei rispettivi master con lezioni in inglese, visite aziendali, workshop sia in Italia che in Germania.

Nel 2007 University of Missouri (USA) missione dal 10 al 17 Marzo con un gruppo di studenti del master di primo livello "Marketing Management per l'impresa Internazionale".

Nel 2008 University of Missouri (USA) missione dal 22 al 30 ottobre.

2009 University of Missouri (USA) missione in USA dal 16 al 18 Marzo con un gruppo di studenti del master di primo livello "Marketing Management per l'impresa Internazionale".

## **Partecipazione a progetti di ricerca di rilievo nazionale e internazionale**

**1989:** Collaborazione con il Prof. Marcus Schmidt (Università di Sondeborg – Norvegia) per la creazione di un caso di Marketing paneuropeo nel settore informatico;

**dal 2004 Responsabile**, in qualità di direttore del Master di primo livello "Marketing Management per l'Impresa Internazionale", nel corso degli anni accademici 2004/2005 fino al 2017/2018 **degli studi e delle ricerche di seguito riportati**. Tali lavori sono stati realizzati per conto delle aziende ed enti elencati con un particolare riferimento al marketing (nazionale e internazionale), coordinando un team di laureati.

### **A.A. 2004 2005**

Lombardini Holding spa (Dalmine BG)

"La relazione con il cliente come asset nella grande distribuzione".

Settore della ricerca: Distribuzione Alimentare

### **A.A. 2006 2007**

**Cotonificio Honegger spa** (Albino BG)

"Favorire l'integrazione commerciale tra Cotonificio Honegger e Texmantova"

Settore della ricerca: Tessile

**Lombardini Holding spa** (Dalmine BG)

"A European retailing analysis: studio delle scelte strategiche di offerta delle eccellenze italiane all'estero"

Settore della ricerca: Distribuzione Alimentare

## **A.A. 2007 2008**

**Quippe.it Srl** (Dalmine BG)

“Lancio su scala nazionale di QUIPPE.it nel segmento di mercato “stampa offset low cost”

Settore della ricerca: Cartotecnico - Stampa rapida

## **A.A. 2008 2009**

**Albinoleffe Calcio** (Stezzano BG)

“Come aumentare il numero di tifosi allo stadio e fidelizzarli”

Settore della ricerca : Marketing Sportivo (Calcio)

**Lombardini Holding spa** (Dalmine BG)

“Capire il grado di soddisfazione della clientela dei supermercati Pellicano, sottolineando i punti di forza della catena e le debolezze o mancanze che fanno la differenza se confrontate con la concorrenza”.

## **A.A. 2010 2011**

**Lombardini Holding spa** (Dalmine BG)

“Capire come riposizionare GrossMarket, attraverso uno studio del target e l’individuazione di strumenti di marketing adeguati”

Settore della ricerca: Distribuzione Alimentare

**Agenzia Generali Bergamo Nord** (Bergamo)

“Analisi dei clienti persi o migrati in particolare relativi al “ramo auto” e “linea persona”

Settore della ricerca: Assicurativo

## **A.A. 2012 2013**

**SDM** Scuola di Management, Università di Bergamo (Bergamo)

“Analisi competitiva dello scenario S.d.M.”

Settore della ricerca: Alta Formazione

## **A.A. 2013 2014**

**Banca di Credito Cooperativo di Treviglio** (Treviglio BG)

“Analisi dell’appetibilità del territorio di Treviglio e idee per creare traffico turistico legato alla BreBeMi”

Settore della ricerca: Viabilità

## **A.A. 2014 2015**

**Metalbottoni spa** (Grumello del Monte BG)

“Ricerca altri/nuovi elementi creatori di valore che siano apprezzati dal cliente al fine di aumentare la differenziazione dell’offerta rispetto alla concorrenza e come conseguenza la fidelizzazione della clientela”.

Settore della ricerca: accessori abbigliamento (Bottoni)

## **A.A. 2015 2016**

**FAPA S.a.S.** (Lallio BG)

“È possibile creare un consorzio distributivo di materiale per laboratori e per il settore farmaceutico al fine di ottimizzare i costi? Come questo deve essere impostato a livello di marketing strategico e operativo? ”

Curriculum vitae Mauro Cavallone 7 Agosto 2019

Settore della ricerca: distribuzione di prodotti da laboratorio chimico e farmaceutico

## 2016

**Responsabile del progetto di ricerca “tunrà n’domà”** legato all’acquisto e alla valorizzazione da parte del Comune di Brembilla (BG) dell’ex-padiglione del Kuwait di EXPO 2015: una struttura di pregio architettonico da riadattare e ricollocare definitivamente nel territorio municipale. Tale incarico è stato commissionato alla Scuola di Management da parte della Pro Loco del comune di Brembilla (BG) e attualmente in corso. L’attività consiste nel coordinamento di un team di docenti e laureati della nostra università al fine di indagare le aspettative e le percezioni dei principali stakeholders coinvolti. Il progetto si concretizza tramite un lavoro di ricerca considera, in particolare, i seguenti aspetti:

- ricerca qualitativa attraverso focus group a opinion leader
- ricerca quantitativa sulla base dei precedenti output alla popolazione

Gli output delle ricerche e le relative relazioni finali sono depositati presso gli archivi della Scuola di Management.

## A.A. 2016/2017

### Università degli studi di Bergamo

“Il Valore creato dall’Università degli studi di Bergamo”

Settore della ricerca: Università lavoro svolto nell’ambito della Delega del Rettore su Immagine e Brand.

Coordinatore del team di ricerca (Cavallone M., Magno F., Andreini D., Pedeliento G.)

“Il marketing di successo: Imprese, enti persone” lavoro realizzato come ricerca di sede in occasione del convegno nazionale della Società Italiana Marketing tenutosi a Bergamo il 26 e 27 ottobre 2017. L’attività è consistita in particolare nel:

- Coordinamento del team di ricerca
- Analisi della letteratura e identificazione del modello
- Ricerca sul campo con interviste dirette a opinion leaders
- Definizione dei findings e preparazione della presentazione
- Presentazione in plenaria degli output della ricerca
- Redazione del paper che illustra lavori e risultati

## AA 2017/2018

### SALF SPA Cenate Sotto (BG)

Valutazione delle alternative produttive e analisi di mercato nel settore della cosmesi : analisi strategica e definizione del marketing Mix.

Settore della ricerca : farmaceutico

## AA 2018/2019

**Gilania Srl Gandino ( BG) :** “Aspetti strategici della integrazione assortimentale”

Settore della ricerca : Tessile

**Il Sience Center di Bergamoscienza (BG) :** La definizione del nuovo posizionamento strategico “

Settore della ricerca : informazione scientifica/congressistica

## **2015 Creazione di un gruppo di ricerca internazionale**

Dal Settembre 2015 ho costituito con il Prof. Jan Freidank, le dr.sse Melanie Bowen e Stefanie Wannow della THM Giessen (Germania) un gruppo di ricerca sul tema "Diesel Gate" lo scandalo che ha coinvolto Volkswagen in USA. Ne sono scaturiti due paper:

Effect of perceived crisis response on consumers' behavioral intentions during a company scandal – an intercultural perspective (Bowen M., Cavallone M., Freidank J., Wannow S.) pubblicato nel 2017 sul Journal of International Management - Elsevier

Effects of knowledge of a scandal and personal severity on the perceived ethical behavior and attitude towards a company – an intercultural perspective (Bowen M., Cavallone M., Freidank J., Wannow S.) in revisione presso Journal of Business Research - Elsevier

## **Affiliazione ad Accademie per finalità di ricerca**

**Dal 2014** Afferente al Laboratorio di Ricerca Interuniversitario IMA Lab dell'Università Cà Foscari di Venezia, diretto dal Prof. Tiziano Vescovi. Il laboratorio sviluppa attività di ricerca sui temi del Management internazionale con particolare riferimento ai mercati dell'Asia. (vedasi Allegato 9).

## **Relazioni col territorio**

Sin dall'inizio della mia attività accademica, ma in particolare dal 1998 con la creazione del primo corso post laurea in marketing Internazionale, mi sono relazionato con le Aziende del territorio al fine di procurare gli stages per gli studenti dei corsi da me diretti.

Lo stesso per quanto riguarda studenti tesisti e/o tirocinanti.

A partire dal 1990 ho iniziato a tenere presentazioni nelle scuole superiori sulle opportunità di lavoro create dalla facoltà di Economia per conto di Confindustria Bergamo (coordinato dalla dr.ssa Elena Romelli)

Lo stesso per il Dipartimento/Facoltà su invito dei responsabili dell'orientamento, attività tuttora in corso.

## **Premi e riconoscimenti per l'attività scientifica**

Vincitore del Best Paper Award con gli articoli:

1. Cavallone M., Modena M. E-Tailing as evolution of distribution channel in tourism

Presentato durante la 18 th TOULON – VERONA CONFERENCE - Palermo 31 Agosto – 1 Settembre 2015 ISBN 9788890432750

2. Annarumma C, Palumbo R. Cavallone M.: "Empowering patients by empowering health care organizations: a comparative study" 19 th TOULON – VERONA CONFERENCE

3. Cavallome M.;Palumbo R. : **“turnà a ‘ndomà” when public service co-production meets territorial identity** ESICS conference Parigi Agosto 2018

## **Attività legate a riviste e associazioni accademiche**

Revisore della rivista Mercati & Competitività (F. Angeli) dal 2010

Socio SIMktg  
Socio SINERGIE

## **Pubblicazioni**

### **Libri**

- Il Marketing nel mondo dei servizi  
Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) 1990
- Incontro con il Marketing  
Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) ISBN 88-86285-38-8 1991
- La comunicazione integrata: nuovi strumenti al servizio del mercato  
Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) ISBN 88-86285-26-4 1994
- La catena della fidelizzazione nelle imprese di servizi  
Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) ISBN 88-86285-64-7 1996
- Il Marketing Turistico: la relazione con il cliente  
Editrice San Marco Trescore Balneario (BG) ISBN 88-86285-75-2 1997
- Il Marketing degli enti locali: criticità, strategie, operatività  
Editore Franco Angeli Milano ISBN 88-464-1143-9 1999  
(co-autore con Luca Colleoni)
- Oltre la fidelizzazione: il marketing nell'era della complessità  
Editore Franco Angeli Milano ISBN 88-464-2465-4 2000
- Prospettiva europea e formazione “L'esperienza della Fondazione Annunziata Cocchetti”  
ITL Milano (co-autore con Francesca Buzzi) ISBN 978-88-783-6456-1 2008
- Il T.E.S. Marketing: presupposti strategici ed operativi per andare oltre la fidelizzazione  
Editore Franco Angeli Milano ISBN 978-88-464-9732-1 2008
- Le ricerche di mercato e di marketing: "l'indagine Stetoscopio" coautore con Antonio Di Marco  
F. Angeli Milano ISBN 978-88-204-2031-4 2012
- Le ricerche di mercato e di marketing: "Stetoscopio" il sentire degli Italiani coautore con  
Antonio Di Marco F. Angeli Milano ISBN 9788820420314 2013
- Curriculum vitae Mauro Cavallone 7 Agosto 2019 12

Le ricerche di mercato e di marketing: "Stetoscopio" il sentire degli Italiani e il modello I.T.E.R. marketing coautore con Antonio Di Marco F. Angeli Milano ISBN 978-88-204-8221-3 2014

Stetoscopio 2015: il sentire degli italiani coautore con Antonio Di Marco F. Angeli Milano ISBN 978-88-204-0382-9 2015

L'approccio TES Marketing: dal *delivered mix* alla fidelizzazione F. Angeli Milano ISBN 978-88-917-4477-7 (libro accettato dopo doppia revisione cieca nella collana referata Gestione d'Impresa) 2016

Marketing and Customer Loyalty: The Extra Step Approach - Springer ISBN 978-3-319-51990-6 (libro accettato dopo single blind peer review nella collana referata "International series in Advanced Management studies") 2017

## **Paper**

### **2019**

Cavallone M., Palumbo R. "Engaging citizens in collective co-production — Insights from the Turnà a N'Domà (Back to the Future) project" The TQM Journal, published by Emerald.

### **2018**

Cavallone, M; Andreini, D; Pedeliento, G; Magno, F: [Legitimizing the contribution of marketing to firms' success: An exploratory investigation of marketing professionals](#)  
Mercati e Competitività F. Angeli ISSN 1826-7386

### **2017**

Cavallone M. Magno F. Zucchi A. (2017) "Improving service quality in healthcare organisations through geomarketing statistical tools" TQM Total Quality Management (fascia A), Emeraldinsight, ISSN: 1754-2731

Bowen M., Freidank J., Wannow S., Cavallone M. (2017) "Effect of perceived crisis response on consumers' behavioral intentions during a company scandal – an intercultural perspective" pubblicato sul Journal of International Management (fascia A), Elsevier, <https://doi.org/10.1016/j.intman.2017.12.001>

Palumbo R., Annarumma C., Cavallone M. (2017) "Who empowers whom? The role of organizational health literacy in empowering patients". Sinergie – Italian Journal of Management numero 104 ISSN 0393-5108

### **2016**

Cavallone M., Modena M. (2016) "E-Tailing as evolution of distribution channel in Tourism" Sinergie– Italian Journal of Management N 100 ISSN 0393-5108 (vincitore Best Paper Award al convegno Toulon Verona di Palermo nel 2015) (vedasi allegato 8.A)

### **2013**

Cavallone M. Modena M. (2013) Il ruolo della comunicazione nella relazione tra banca e

Cavallone M. (2013) "From Adaptation to standardization: the positive cycle of cross cultural communication" SBR Southern Business Review (USA), James e. Davis, Jr., Editor, ISSN 0884-1373

Cavallone M. Modina M. (2013) "Customer perception of bank communication: evidence and implications". Corporate Ownership & Control / Volume 10, Issue 4, Continued – 3 pag 299, 307, Sumy : Virtus Interpress , ISSN 1810-3057

## **2012**

Cavallone M. Cassia F. (2012) "Co-design between consumers and companies: roles, created-exchanged value and reward systems" The Marketing Review 2012 vol. 12 N.2 pagg 199 218, Helensburgh : Westburn, 2000- ISSN 1469-347X

Cavallone M.(2012), "La comunicazione culturalmente e cross-culturalmente customizzata: nuovi sviluppi teorici e analisi empirica su target di extracomunitari presenti in Italia", Mercati e Competitività n. 3 2012, Franco Angeli editore, Milano, ISBN 1826-7386

2007

Cavallone M. (2007) Gestire la comunicazione di marketing nella società multiculturale: problemi aperti e implicazioni per il management Mercati e Competitività n. 1 2007, Franco Angeli editore, Milano ISSN 1826-7386

## **Capitoli di libro**

### **2016**

Cavallone M., Magno F. "Prodotti di nicchia e sviluppo dei mercati internazionali. Il caso del consorzio del moscato di Scanzo" in Cultural Heritage e Made in Italy – casi ed esperienze di marketing internazionale (Napolitano MR., Marino V.) , Editoriale Scientifica ISBN 978-88-6342-856-8

## **Proceeding**

Cross cultural communication in the tourist and leisure sector - Atti del convegno "quality in services" Salonicco (GR) 10th Toulon-Verona conference, 3 - 4 settembre 2007 ISDN 978-960-243-642-4

"Beyond retention" in banking services - Atti del convegno "quality in services" Firenze 11 th Toulon-Verona conference, 4-5 settembre 2008 ISDN 978-88-8453-855-0

"Tes marketing THE EXTRA STEP to be effective in the market place" MMA Marketing management association 2009 annual conference Chicago (U.S.A)18-20 Marzo 2009 Proceedings Donald P. Roy and John Cherry, Editors ISSN: 2325-3576

"The marketing of public services: a compared double analysis of the citizens' expectations" atti del convegno internazionale QMOD Verona 27 – 29 Agosto 2009.

“The changing role of customer in the co-design process” (coautore con Fabio Cassia) MMA Marketing management association 2010 annual conference Chicago (U.S.A) 24 marzo 2010 Proceedings Donald P.Roy and John Cherry, Editors ISSN: 2325-3576

“Marketing and Communication: A cross-Cultural Approach” MMA Marketing management association 2010 annual conference Chicago (U.S.A) 24 march 2010 Proceedings Donald P.Roy and John Cherry, Editors ISSN: 2325-3576

“Early findings of the theories of codesign in the public sector: the Gorle case” 13th Toulon-Verona Conference “Organizational Excellence in Services”, Coimbra, Portugal, 2-4 september 2010, (ISBN 978-972-9344-04-6)

Cavallone M., Modena M., (2011). Empirical Evidence of the Effectiveness of a Network in Improving the Quality of Banking Services. In: Proceedings of The 2011 Naples Forum on Service "Service Dominant logic, Network & System Theory and Service Science: integrating three perspectives for a new service agenda". Capri, 14-17 June 2011, ISBN/ISSN: 978-88-7431-525-3

Cavallone M, Modena M., (2011). The Quality of Customer Relationship in Different Clusters of Italian Banks: Evidence and Implications. In: Proceedings of The 15th AMS Biennial World Marketing Congress "The Customer is NOT Always Right?" Marketing Orientations in a Dynamic Business World. Reims, Champagne, France, 19-23 July 2011, vol. XV, p. 880-884, ISBN/ISSN: 0-939783-15-0/0889-3071

Cavallone M, Modena M., (2011) Customers' perception of banking services' quality :an empirical evidence. In: Proceedings of the 14th Toulon-Verona Conference “Organizational Excellence in Services”, Alicante, Spain, 1-3 September, pp. 1-11 (ISBN: 978-88904327-1-2).

Cavallone M, Modena M., (2011) Communication, customer relationship and value creation in the banking system: an empirical evidence In: Proceedings of the Sinergie – Euprera congress Milano 10<sup>th</sup> – 11<sup>th</sup> November 2011

Cavallone M. (2013) Culturally customized communication as a methodological approach to overcome the adaptation vs. standardization dilemma 16th TOULON – VERONA CONFERENCE Ljubljana August 30th and 31 st 2013 ISBN: 9788890432736

Cavallone M. Modena M. (2013) Communication as a key factor in banking customer relationship 16 th TOULON – VERONA CONFERENCE Ljubljana August 30th and 31st 2013 ISBN: 9788890432736

Cavallone M.(2014)The I.T.E.R. Marketing model: a proposal for a new approach to consumer behaviour 17 th TOULON – VERONA CONFERENCE Liverpool August 28th and 29th 2014 ISBN: 9788890432743

Cavallone M.(2014) The marketing of public services: a NEW comparative analysis of citizens' expectations 17 th TOULON – VERONA CONFERENCE Liverpool August 28th and 29th 2014 ISBN: 9788890432743

Cavallone M., Modena M., Bonometti G.M. (2015) La valorizzazione del patrimonio turistico- Curriculum vitae Mauro Cavallone 7 Agosto 2019

culturale: l'analisi delle opportunità offerte dalla Bre.Be.Mi. al territorio Sinergie XXVII convegno annuale. Termoli 9-10 luglio 2015 ISBN 9788890739453

Cavallone M., Modina M. (2015) E-Tailing as evolution of distribution channel in tourism 18 th TOULON – VERONA CONFERENCE - Palermo 31 August 1st September 2015 ISBN 9788890432750 (Vincitore Best Paper Award) (vedasi Allegato 8.A)

Cavallone M., Modina M. (2015) The tourism industry between real and digital world *convegno annuale Simktg 22 e 23 ottobre 2015, Torino, Il marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana* ISBN 978-88-907662-4-4

Cavallone M., Freidank J., Bowen M, Ubiali E.(2016) An Italian perspective of “Dieselgate” related to Volkswagen’s brand image” 19 th TOULON – VERONA CONFERENCE Huelva 5-6 september 2016 ISBN 9788890432767

Annarumma C., Palumbo R., Cavallone M., (2016): “Empowering patients by empowering health care organizations:a comparative study” 19 th TOULON – VERONA CONFERENCE Huelva 5-6 september 2016 ISBN 9788890432767(vincitore Best Paper Award) (Vedasi Allegato 8.B)

Annarumma C. Palumbo R. Cavallone M.(2017) From Drug Dispenser to Health Dispenser: The New Role of Pharmacists in Enabling Patients Convegno Sinergie Napoli 15 e 16 Giugno 2017 ISBN 97888907394-8-4.

Cavallone M., (2017)The role of collaboration in the internationalization of a niche product: the case of “Moscato di Scanzo” wine XX Toulon Verona Conference Verona 7 e 8 Settembre 2017 ISBN 9788890432774

## **Quaderni del dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Bergamo**

Gestire la comunicazione di marketing nella società' multiculturale: problemi aperti e implicazioni per il management n°4/2006  
Stewarding Marketing communication in multicultural settings n°4/2008  
Creazione e scambio di valore nella coprogettazione cliente impresa (con Fabio Cassia) n° 7/2009

## **Articoli diversi**

La Strategia operativa dell'azienda (su "L'Eco di Bergamo" 17.02) 1986  
Le Strategie alternative nelle decisioni aziendali (su "L'Eco di Bergamo" 3.03) 1986  
Organizzazione e Marketing dei servizi (su "S.L. Magazine" Num. 1 Marzo) 1991  
Il presidio marketing nella banca del terzo millennio (Banche e Banchieri) 1997  
Vendere nell'era della complessità  
(su “Direzione del Personale” Rivista A.I.D.P. MI) 2000

## **Partecipazione a Convegni Nazionali e Internazionali**

Relatore ai seguenti convegni:

**“Credit Management e strategie di marketing in un’economia in profonda trasformazione”** con prof. Alberto Marino, prof. Domenico Piatti.

Bergamo 7 aprile 2005 – Convegno Lince Linea di Confine”

**“Cross cultural communication”**

Brescia 19 ottobre 2005

Convegno ADM Associazione italiana direttori marketing – Brescia

**“Turismo in Alta Val Camonica: Turismo = Occupazione = ...”**

Ponte di Legno - Temù (BS) 17 Settembre 2006

Convegno sul settore turistico in alta Val Camonica, organizzato dalla Comunità Montana e Adamello Ski.

**“Gli strumenti di marketing e comunicazione al servizio della comunicazione Interna”**

Università degli Studi di Bergamo 20 Marzo 2007

Relatore insieme a Prof. Alberto Marino e Prof. Renato Fiocca

**“Cross cultural communication in the tourist and leisure sector”**

Salonicco 3-4 settembre 2007

Convegno: “Quality in services” 10th Toulon – Verona conference

**“La comunicazione interna: casi concreti dal mondo della formazione”**

Università degli Studi di Bergamo, 29 maggio 2008

Relatore insieme a Prof. Alberto Marino

**“Beyond retention” in banking services**

Firenze , 4-5 settembre 2008

Convegno “Quality in services” 11 th Toulon-Verona conference

**“Il TES Marketing”**

Brescia, 15 Novembre 2008

Convegno ADM Associazione italiana direttori marketing – Brescia

## **Managing complexity and change in a network world**

**M.M.A. Marketing management association 2009 annual conference Chicago**

(U.S.A)18-20 marzo 2009 presentazione del paper su “Tes marketing THE EXTRA STEP to be effective in the market place”

**QMOD Conference Verona 27-28-29 Agosto 2009** presentazione del paper: “The marketing of public services: a compared double analysis of the citizen satisfaction”

**M.M.A. Marketing management association 2010 annual conference Chicago (U.S.A)**

22-24 marzo 2010 presentazione dei paper:

“The changing role of customer in the co-design process”

“Marketing and Communication: A cross-Cultural Approach”

**Università degli studi di Bergamo** 15 Aprile 2010 Workshop “Il commercio elettronico di successo: Mediaworld e l’elettronica di consumo on line” relatore insieme a Prof. Alberto Marino, Prof.ssa Daniela Andreini, Dr. Pierluigi Bernasconi, Ing. Maurizio Motta.

**“La comunicazione cross culturale: confronti percettivi tra alcune pubblicità italiane”**

Università degli studi di Ancona: VII convegno annuale della Società Italiana Marketing “Marketing&Sales oltre la crisi. Assetti organizzativi e opzioni strategiche per riconquistare il mercato”, Ancona 23 24 Settembre 2010.

**“Early findings of the theories of codesign in the public sector: the Gorle case”** 13th

Toulon-Verona Conference Università di Coimbra (P) 13th Toulon-Verona Conference

“Organizational Excellence in Services”, Coimbra, Portugal, 2-4 settembre 2010

**“Customers’ perception of banking services’ quality: an empirical evidence.** 14th

Toulon-Verona Conference “Organizational Excellence in Services”, Alicante, Spain, 1-3 september 2011.

**“Communication, customer relationship and value creation in the banking system: an empirical evidence”** Sinergie – Euprera congress. Milan, 10th-11th November 2011.

**“Emergenza accoglienza: gli effetti imprevisti della crisi in Bergamasca”** (organizzatore e relatore) Università degli Studi di Bergamo, 8 Giugno 2013.

**“Culturally customized communication as a methodological approach to overcome the adaptation vs. standardization dilemma”** e **“COMMUNICATION AS A KEY FACTOR IN BANKING CUSTOMER RELATIONSHIP** “16 th TOULON – VERONA CONFERENCE Ljubljana (Slovenia)

August 30th and 31° 2013

**The marketing of public services: a NEW comparative analysis of citizens’ expectations, The I.T.E.R. Marketing model: a proposal for a new approach to consumer behaviour** 17 th TOULON – VERONA CONFERENCE Liverpool August 28th and

29th 2014

**“turnà a ‘ndomà” when public service co-production meets territorial identity,** con Palumbo R ESICS conference Paris august 2018

Organizzatore e relatore del convegno **“China Insight” testimonianze e riflessioni su come affrontare il più grande mercato del mondo** Bergamo 29 ottobre 2014

**“Heritage, Management e Impresa: quali sinergie”** Sinergie XXVII convegno annuale.

Termoli 9-10 luglio 2015 presentatore del paper: “La valorizzazione del patrimonio turistico-culturale: l’analisi delle opportunità offerte dalla Bre.Be.Mi.”

Organizzatore e relatore del convegno **“China Insight 2: gli investimenti cinesi in Italia”** testimonianze e riflessioni su come affrontare il più grande mercato del mondo Bergamo 18 novembre 2015

**“Excellence in services”** 19 th TOULON – VERONA CONFERENCE Huelva 5-6 september 2015

Responsabile dell'organizzazione del convegno nazionale della Simktg (Società Italiana Marketing ) tenutosi a Bergamo il 26 e 27 ottobre 2017.

**discussant**

**Aidea giovani work - shop**

“Cambiamento, ristrutturazione, competitività e crescita”

Università degli studi di Bergamo, 5 dicembre 2008

Discussant sui paper dei dott. Fabio Cassia e Francesca Magno

**partecipazione ai seguenti convegni**

**“Management in a digital world: decisions, production, communication”** 28° convegno Sinergie 9-10 Giugno 2016 Udine

**Organizzatore e relatore** del convegno Nazionale SIM (Società Italiana Marketing) Il marketing di successo Imprese, enti persone 26 e 27 Ottobre 2017 Università degli Studi di Bergamo

**Ricerche C.N.R.**

Elemento dei team di ricerca su: "Marketing post '92 nelle aziende italiane" 1993

"Marketing del Terzo Millennio" 1996

coordinati dal Prof. Alberto Marino presso l'università degli studi di Bergamo.

**Esperienze lavorative in Italia oltre a quelle accademiche**

**Credito Bergamasco S.p.A.** (Bergamo) (Banca) 1981 - 1984: due anni, presso una filiale e due anni all'ufficio estero merci (Import/Export);

**Vestro S.p.A.** (Madone BG) 1985 – 1988 (Vendita per corrispondenza): tre anni, come assistente al Direttore Commerciale e responsabile del coordinamento documenti merce (cataloghi);

**Zerowatt S.p.A.** (Alzano Lombardo BG) (Elettrodomestici) 1988: Responsabile Marketing;

**Jack Set S.p.A.** (Albino BG) (Abbigliamento) 1989: un anno in qualità di Direttore Marketing;

**Consulente** nelle aree della Formazione e il Marketing dal 1990 e socio fondatore e docente di Start Up srl Bergamo società che opera nella formazione manageriale.

**Esperienze lavorative all'estero oltre a quelle accademiche**

**Philadelphia (USA)**, First Pennsylvania Bank: (3.10 .1984 - 24.12.1984)

Stage operativo presso l'ufficio Marketing approfondendo le aree: Product Management, Advertising, Marketing Research, Marketing of Investment & Trust.

**Lille (F)**, La Redoute Catalogue: (aprile 1988)

**Amsterdam (NL)**, Stage sul Marketing degli "unbranded products" (1988).

**Altri incarichi/informazioni**

Consigliere d'Amministrazione della Cooperativa Legler di Presezzo (BG) dal 1999 al 2005.

Curriculum vitae Mauro Cavallone 7 Agosto 2019

Membro del Consiglio direttivo del terziario avanzato presso l'Unione degli Industriali di Bergamo dal 1994 e Vice Presidente dal 1999 al 2003.

Membro Rotary Club Bergamo Città Alta dal giugno 2001, presidente nell'anno 2012 - 2013.

Gioco a Rugby negli OLD della Rugby Bergamo 1950 dal 2006.

*Autorizzo il trattamento dei presenti dati personali ai sensi della legge vigente.*

Mauro Cavallone

Bergamo, 7 Agosto 2019