

## Marco Galvagno

Dipartimento di Economia e Impresa  
Università degli Studi di Catania  
Corso Italia, 55 - 95129 Catania  
tel. 095 7537644  
fax. 095 7537510  
email: [mgalvagno@unict.it](mailto:mgalvagno@unict.it)

### **POSIZIONE ACCADEMICA**

---

Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese

### **ALTRE POSIZIONI**

---

Responsabile formazione del *Contamination Lab* dell'Università degli Studi di Catania

Componente del Collegio Docenti del Dottorato in *Economics, Management and Statistics*

*Visiting Research Fellow* presso la *Grenoble École de Management*, (F)

*Visiting Scholar* presso Dipartimento di Management della *Mays Business School della Texas A&M University* (USA).

### **TITOLI**

---

2014 Professore Associato – Università di Catania

2013 Abilitazione Scientifica Nazionale a Professore Associato (SECS-P/08)

2007 Ricercatore Universitario Confermato – Università di Catania

2005 Professore Aggregato – Università di Catania

2004 Ricercatore Universitario – Università di Catania

2002 Titolare di Assegno di Ricerca – Università di Catania

2002 Dottore di Ricerca in Economia Aziendale – Università di Catania

1999 Cultore della materia per gli insegnamenti di Marketing, Economia e Gestione delle Imprese, Tecnica Industriale e Commerciale, Economia e Gestione delle Imprese Commerciali, Economia e Gestione delle Imprese di Servizi

1995 Diploma in European Business – Leicester University (UK)

### **FORMAZIONE**

---

2002 Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale

1997 Laurea in Economia e Commercio

1995 Diploma in *European Business* (Leicester University, Northampton Campus, UK)

1989 Maturità Scientifica

### **ALTRE ESPERIENZE FORMATIVE**

---

2014 *Winter School* in Modelli di Equazioni Strutturali (corso avanzato) - Università della Calabria

2009 *Summer School* in Modelli di Equazioni Strutturali - Università della Calabria

2009 *Summer School* in Event History & Survival Analysis - Università di Bologna, Bertinoro

2007 *Summer School* in Analisi multivariata per la ricerca sociale - Università della Calabria

2000 *Seminar on Corporate Learning* – ESADE, Università di Barcellona (Spagna), nell'ambito dell'*EUDOKMA - The European Doctoral School in Knowledge Management*.

Aggiornato: marzo 2016

2000 *Seminar on Rhetoric of* – ESADE, Università di Barcellona (Spagna), nell'ambito dell'*EUDOKMA - The European Doctoral School in Knowledge Management*.

2000 *Doctoral Consortium* in occasione del “60° *Annual Meeting of the Academy of Management*”, Toronto (Canada)

## **PUBBLICAZIONI**

---

2015 - **Galvagno Marco** e Giaccone C. Sonia, “Second-hand shopping. Analisi delle motivazioni d'acquisto e implicazioni per la distribuzione”, in  *Mercati & Competitività*, n. 1, pp.123-147.

2014 - **Galvagno Marco** e Dalli Daniele, “The Theory of Value Co-creation: A Systematic Literature Review” in *Managing Service Quality*, Vol. 24, n. 6, pp. 643-683.

2013 - **Galvagno Marco**, Garraffo Francesco, De Joannon Antonietta e Martina Monachella, “L'influenza dell'età e della dimensione sul grado di internazionalizzazione: una verifica empirica sulle piccole e medie imprese alimentari italiane”, *Finanza, Marketing e Produzione*, XXXI, 4, pp. 41-58.

2013 - Dalli Daniele e **Galvagno Marco** (2013). Co-Creation Theory: The Emergence Of A Field?, in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (a cura di), *Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda*. NAPOLI: Giannini Editore.

2013 - **Galvagno Marco** e Dalli Daniele, “The Rise and Development of Co-Creation Theory: The Role of Influential Publications”, in Karaosmanoğlu E.; Elmadağ Baş A.B. (a cura di), *Lost in Translation. Marketing in an interconnected world*, vol. 42.

2013 - Distefano Alessandra, Pisano Vincenzo, **Marco Galvagno**, “The effect of negative corporate social responsibility on consumers' attitude toward waste treatment facilities”, in *Atti del X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: “Smart Life. Dall'Innovazione Tecnologica al Mercato”*, vol. X.

2013 - Distefano Alessandra, **Galvagno Marco**, Garraffo Francesco, Antonietta De Joannon, “The role of brand quality in the elicitation of emotional aspects in young consumer-global brand relationships”, in *Atti del X Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: “Smart Life. Dall'Innovazione Tecnologica al Mercato”*, vol. X.

2012 - **Galvagno Marco** e Pisano Vincenzo, “Le caratteristiche dell'impresa biotech dotata di capacità dinamica” in Buttà C. (a cura di), *Capacità Dinamica e Imprese Biotech. Strategie e Assetti Competitivi*, Torino: G. Giappichelli, pp. 39-73.

2012 - D'Allura M. Giorgia, **Galvagno Marco** e Arabella Mocciano Li Destri, “Regional Innovation Systems: A Literature Review”, *Business Systems Review*, vol. 1, pp. 139-156.

2012 - Di Guardo M. Chiara, **Galvagno Marco** e Francesca Cabiddu, “Analysing the Intellectual Structure of E-Service Research”, *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, Vol. 4, iss. 2 pp. 19-36.

2012 - Lambin J. Jaques, “Market-driven management. Marketing strategico e operativo”. Edizione italiana a cura di **Galvagno Marco** e Tesser Emanuela, Milano: The McGraw-Hill Companies.

Aggiornato: marzo 2016

2012 - **Galvagno Marco** “Il caso BMW Italia: la comunicazione mobile a supporto del lancio della XI, in Lambin J.J., Galvagno M., Tesser E. (a cura di), *Market-driven management. Marketing strategico e operativo*. Milano: The McGraw-Hill Companies, pp. 556-557.

2012 - **Galvagno Marco** “Il caso Geox. L’innovazione in punta di piedi”, in Lambin J.J., Galvagno M., Tesser E. (a cura di), *Market-driven management. Marketing strategico e operativo*. Milano: The McGraw-Hill Companies, pp. 546-548.

2012 - **Galvagno Marco** “Il caso Ikea: il sistema informativo di marketing”, in Lambin J.J., Galvagno M., Tesser E. (a cura di), *Market-driven management. Marketing strategico e operativo*. Milano: The McGraw-Hill Companies, pp. 527-530.

2012 – **Galvagno Marco**, “Second-hand shopping. Motivazioni d’acquisto e implicazioni per la distribuzione” in Andreani JC, Collese U. (a cura di), *The Proceedings of XI International Marketing Trends Conference*, Paris-Venice: Marketing Trends Association, vol. 11.

2011 - **Galvagno Marco**, “The intellectual structure of the anticonsumption and consumer resistance field: An author co-citation analysis”, *European Journal of Marketing*, Vol. 45, n. 11/12, pp. 1688-1701.

2011 - **Galvagno Marco**, “Anti-consumption research. Analisi bibliometrica della letteratura internazionale”,  *Mercati & Competitività*, n. 2, pp. 55-75.

2011 - **Galvagno Marco**, “L’attaccamento ai luoghi commerciali”, *The Proceedings of X International Marketing Trends Conference, Paris-Venice*: Marketing Trends Association, vol. 10.

2010 - Di Guardo M. Chiara e **Galvagno Marco**, “Information Systems and Service Reseach: a co-citation analysis”, in AA.VV. (a cura di) *Management of the Interconnected World*, Springer, pp. 437-444.

2010 - **Galvagno Marco** e Garraffo Francesco, “The promise of coopetition as a stream of research in strategic management”, in Dagnino G.B., S. Castaldo, F. Le Roy, S. Yami (a cura di), *Coopetition. Winning Strategies for the 21st Century*, Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing, pp. 40-57.

2010 - **Galvagno Marco**, “The Intellectual Structure of the Anticonsumption and Consumer Resistance field: An Author Co-citation Analysis”. ICAR/NACRE *Proceedings. Anti-consumption and Consumer Resistance: Concepts, concerns, conflicts, and convergence*. Euromed Management, Marsiglia 25-25 giugno.

2009 - **Galvagno Marco** e Romano Marco, “Lo sviluppo della grande distribuzione nella prospettiva della Multiple Point Competition” in *Annali della Facoltà di Economia dell’Università di Catania*, vol. 55, p. 93-125.

2009 - Di Guardo M. Chiara e **Galvagno Marco**, “Information Systems and Service Reseach: a cocitation analysis”, *Proceedings of the 6th Conference of the Italian Chapter of AIS*, London: Springer, pp. 1-8.

2007 - **Galvagno Marco**, “Le prospettive teoriche nell’analisi delle relazioni di fedeltà dei clienti”, in Faraci R., Galvagno M., Giaccone S.C. (a cura di), *La fedeltà nelle relazioni tra impresa e mercato. Fondamenti concettuali ed implicazioni manageriali*, Torino: G. Giappichelli, pp. 41-82.

Aggiornato: marzo 2016

2007 - Romano Marco e **Galvagno Marco**, “La struttura della distribuzione moderna nella provincia di Catania”, in Cirelli C. (a cura di), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Bologna: Patron Editore, pp. 257-283.

2007 - Giaccone C. Sonia e **Galvagno Marco**, “La fedeltà nel software e servizi informatici: alcune evidenze empiriche” in Faraci R., Galvagno M., Giaccone S.C. (a cura di) *La fedeltà nelle relazioni tra impresa e mercato. Fondamenti concettuali ed implicazioni manageriali*, Torino: G. Giappichelli, pp. 293-316.

2007 - Faraci Rosario, Galvagno Marco e Sonia C. Giaccone (a cura di), *La fedeltà nelle relazioni tra impresa e mercato. Fondamenti concettuali ed implicazioni manageriali*, Torino: G. Giappichelli

2006 - **Galvagno Marco** e Faraci Rosario, “Il fabbisogno di ICT delle PMI siciliane”, *Sinergie, Nuove tecnologie e modelli di e-business per le Piccole e Medie Imprese nel campo dell'ICT Vol. 1*, Rapporto di ricerca, n.22.

2005 - Di Guardo M. Chiara e **Galvagno Marco** (2005), “On the relationship between knowledge, networks, and local context”, in Capasso A., G.B. Dagnino, A. Lanza (a cura di), *Strategic Capabilities and Knowledge Transfer Within and Between Organizations*, Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing, pp. 176-195.

2004 - **Galvagno Marco** e Faraci Rosario (2004), “La coesistenza fra tecnologie: definizione ed elementi costitutivi”, *Sinergie*, n.65, pp. 207-225.

2002 - Cannella A. Albert e **Galvagno Marco**, “Governance and control for firms in transition”, in Schillaci C.E. e R. Faraci (a cura di), *The Ownership and Governance of Firms in Transition: the Italian Experience*, Torino: G. Giappichelli, pp. 23-46

2002 - **Galvagno Marco**, “La convergenza tecnologica nel settore dell'Information & Communication Technology”, *Tesi di Dottorato – XIII Ciclo*.

#### **PARTECIPAZIONE A CONVEGNI DI RILEVANZA NAZIONALE E INTERNAZIONALE**

2013 - **American Marketing Association (AMA)**, Boston, 9-11 agosto: Galvagno Marco e Daniele Dalli, “The literature on co-creation. Bibliometric analysis and review”.

2013 - **Naples Forum of Service**, Ischia, 18-21 giugno: Galvagno Marco e Daniele Dalli, “Co-creation theory: the emergence of a field?”.

2013 - **European Academy of Marketing (EMAC)**, Istanbul, 4-7 giugno: Galvagno Marco e Daniele Dalli, “The rise and development of co-creation theory: the role of influential publications”.

2013 - **Società Italiana di Marketing (SIM)**, Milano, 3-4 ottobre: Distefano Alessandra, Galvagno Marco e Vincenzo Pisano, “The effect of negative corporate social responsibility on consumers' attitude toward waste treatment facilities”.

2013 - **Società Italiana di Marketing (SIM)**, Milano, 3-4 ottobre: Distefano Alessandra, Galvagno Marco, Garraffo Francesco e Antonietta De Joannon, “The role of brand quality in the elicitation of emotional aspects in young consumer-global brand relationships”.

2012 - **Società Italiana di Marketing (SIM)**, Benevento, 20-21 settembre: De Joannon Antonietta, Galvagno Marco, Garraffo Francesco e Martina Monachella, “L'influenza dell'età e della

Aggiornato: marzo 2016

dimensione sul grado di internazionalizzazione: una verifica empirica sulle piccole e medie imprese alimentari italiane”.

2011 - **Società Italiana di Marketing (SIM)**, Roma, 22-23 settembre: Galvagno Marco e Barbagallo Dario, “Il legame affettivo con il punto vendita. Può l'affetto del cliente influenzare l'atteggiamento nei confronti delle *Private Label*?”.

2011 - **International Marketing Trends Conference**, Parigi, 20-22 gennaio: **Galvagno Marco**, “L'attaccamento ai luoghi commerciali”.

2010 - **Società Italiana di Marketing (SIM)**, Ancona 23-24 settembre: Galvagno Marco, “L'attaccamento ai luoghi commerciali. Una ricerca esplorativa”.

2010 - **Strategic Management Society (SMS)**, Roma, 13-15 ottobre: Galvagno Marco, Garraffo Francesco, “The Proliferation of Coopetition: An Event History Analysis of Antecedents at Firm-, Inter-firm-, and Industry-Level”.

2010 - **Strategic Management Society (SMS)**, Roma, 13-15 ottobre: Faraci Rosario, Galvagno Marco e Francesco Garraffo, “Dropping the Anchor in Regional Innovation and Development: Co-Citation Analysis and Conceptual Extension”.

2010 - **Academy of Management (AoM)**, Montreal 6-10 agosto 2010: D'Allura M. Giorgia, **Galvagno Marco** e Arabella Mocciano Li Destri, “Main Trends in the Study of Regional Innovation Systems: An Author Co-citation Analysis”.

2010 - **ICAR/NACRE**, Euromed Management, Marsiglia 25-25 giugno: Galvagno Marco, “The Intellectual Structure of the Anticonsumption and Consumer Resistance field: An Author Co-citation Analysis”.

2010 - **Academy of International Business – AIB** (UK & Ireland Chapter), Dublino 8-10 aprile: D'Allura M. Giorgia, Galvagno Marco e Arabella Mocciano Li Destri, “Main Trends in the Study of Regional Innovation Systems: An Author Co-citation Analysis”.

2009 - **Società Italiana di Marketing (SIM)**, Firenze, 6-7 novembre: **Galvagno Marco**, “Anticonsumption research. Analisi bibliometrica della letteratura internazionale”.

2009 - **Association of Information Systems – AIS** (Italian Chapter), Costa Smeralda, 2-3 ottobre: Di Guardo M. Chiara e Galvagno Marco, “Information Systems and Service Research: a cocitation analysis”.

2008 - **EIASM - 3° Workshop su Coopetition**. Madrid, 7-8 febbraio: Dagnino Giovanni Battista, Di Guardo Chiara e Marco Galvagno, “Coopetition capabilities in action: the cases of wintel and mactel”.

2007 - **European Academy of Management (EURAM)**, Parigi 16-19 maggio: Galvagno Marco e Garraffo Francesco, “The promise of coopetition as a stream of research in strategic management”.

2006 - **Società Italiana di Marketing (SIM)**, Parma, 24-25 novembre: Galvagno Marco e Romano Marco, “Lo sviluppo della Grande Distribuzione nella prospettiva della Multiple-Point Competition”.

2006 – **EIASM - 2° Workshop on Coopetition**, Milano, 14-15 settembre: Di Guardo M. Chiara e

Aggiornato: marzo 2016

Galvagno Marco, “The Dynamic Capabilities View Of Coopetition: The Case Of Intel, Apple and Microsoft”.

2003 - **European Academy of Management (EURAM)**, Milano, 3-5 aprile: Di Guardo M. Chiara e Galvagno Marco, “Knowledge, networks, and local context”.

2001 - **European Academy of Management (EURAM)**, Barcellona, 19-21 aprile: Butta C., Schillaci C.E., Faraci R., Dagnino G.B., Garraffo F., Baglieri D., Romano M., **Galvagno M.** C. Di Guardo, “Entrepreneurship & Innovation: a critical issue for the european management research”.

#### **PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA INTERNAZIONALI E NAZIONALI**

---

2009-2012 - Componente dell'unità locale di Catania nell'ambito del **progetto di ricerca dell'Unione Europea - VII Programma Quadro** – Tema: *Socioeconomic Sciences and Humanities* dal titolo: “FRIDA (*Fostering Regional Innovation and Development through Anchors and Networks*). Responsabile Scientifico Prof. G.B. Dagnino – Durata: 27 mesi.

2008-2010 - Componente dell'unità locale di Catania nell'ambito del **progetto di ricerca di interesse nazionale PRIN (2007)** dal titolo: “Il ruolo delle capacità dinamiche in ambienti in continua evoluzione e il loro influsso sulle strategie innovative e sui processi organizzativi”. Responsabile Scientifico e Coordinatore Nazionale Prof. C. Buttà – Durata: 24 mesi.

2002-2003 - Componente dell'unità locale di Catania nell'ambito del **progetto di ricerca di interesse nazionale PRIN (2001)** dal titolo:” Il sistema delle risorse immateriali d'impresa: cultura d'impresa, sistema informativo e patrimonio di marca”. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà, Coordinatore Nazionale Prof. S.M. Brondoni – Durata: 24 mesi.

#### **PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA IN AMBITO UNIVERSITARIO**

---

2013 - Progetto di Ricerca del Dipartimento di Economia e Impresa dal titolo: “Il ruolo dello *store attachment* nella relazione tra cliente e punto vendita” - Università degli Studi di Catania. **Responsabile Scientifico Marco Galvagno** (durata 12 mesi).

2012 - PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Il legame affettivo con il punto vendita. Può l'affetto del cliente influenzare l'atteggiamento nei confronti delle Marche Commerciali?” - Università degli Studi di Catania. **Responsabile Scientifico Marco Galvagno** (durata 12 mesi).

2008 - PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Standard tecnologici e competizione inter-intrasettoriale. Un'analisi spazio-temporale” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 12 mesi).

2007 - PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Standard tecnologici: dinamiche competitive a confronto” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 12 mesi).

2006-2007 - PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Innovazione tecnologica e dinamiche competitive” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 24 mesi).

2006 - Componente del progetto di ricerca: “Il commercio al dettaglio in Sicilia”, Dipartimento Impresa, Culture e Società, Università di Catania-Carrefour Italia. Responsabile Scientifico Prof.ssa C.E. Schillaci.

Aggiornato: marzo 2016

2006-2007 - Componente del progetto di ricerca: “Osservatorio Competitività e Sviluppo Imprenditoriale” (OCSI), Consorzio Mediterraneo Universitario per lo Spin Off nelle Alte Tecnologie (MedSpin) dell’Università di Catania, in collaborazione con Confindustria e Banca d’Italia, sedi di Catania. Responsabile Scientifico Prof.ssa C.E. Schillaci.

2004-2006 - Componente del progetto di ricerca: “SpinLab - Laboratorio per lo spin-off accademico nelle tecnologie avanzate, Consorzio Mediterraneo Universitario per lo Spin Off nelle Alte Tecnologie (MedSpin), Università degli Studi di Catania, Sviluppo Italia Sicilia, (Min. Att. Prod. Bando 2.5.2001). Responsabile Scientifico Prof.ssa C.E. Schillaci.

2004-2005 - PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Corporate governance delle imprese familiari e pubbliche in transizione” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. R. Faraci (durata 24 mesi).

2004 - Componente del progetto di ricerca: Sud.it – Nuove Tecnologie e Modelli di E-business per le PMI nel campo dell’ICT del CUEIM e del Dipartimento di Scienze della Gestione d’Impresa dell’Università degli Studi di Roma “La Sapienza”. Responsabile Scientifico Prof. G.M. Golinelli.

2004 - Componente del progetto di ricerca: “Analisi dei fabbisogni di professionalità connessi alle specificità locali nella Provincia di Catania”, Dipartimento Impresa, Culture e Società, in collaborazione con la Provincia Regionale di Catania. Responsabile Scientifico Prof.ssa C.E. Schillaci.

2001-2002 - PRA. Progetto di ricerca di Ateneo dal titolo: “Caratteristiche strutturali e dinamica competitiva fra le imprese nei settori *high-tech*” - Università degli Studi di Catania. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà (durata 24 mesi).

## **PARTECIPAZIONE AD ALTRI PROGETTI DI RICERCA**

---

2006 - **Direttore responsabile** del progetto di ricerca “Turismo rurale” n. 1999 IT.16.1.PO.011 3.02/7.2.4/696, misura 3.02 di Unioncamere Sicilia.

1999-2001 - Ricercatore nell’ambito del Progetto “Innovazione e Qualità. Innovazione tecnologica e nuove opportunità di business” del Parco Scientifico e Tecnologico della Sicilia. Responsabile Scientifico Prof. C. Buttà.

## **ATTIVITÀ DIDATTICA IN CORSI DI LAUREA DI PRIMO E SECONDO LIVELLO**

---

2015-2016

**Digital Marketing & Service Design** (9 CFU), Laurea magistrale in Direzione Aziendale

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2014-2015

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2013-2014

**Imprenditorialità, Nuove Imprese e Business Plan** (9 CFU), Laurea specialistica in Direzione Aziendale

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2012-2013

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2011-2012

Aggiornato: marzo 2016

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2010-2011

**Logistica e Distribuzione Commerciale** (6 CFU), Laurea magistrale in Direzione Aziendale

2009-2010

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2008-2009

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale (sede di Modica)

2007-2008

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

**Marketing** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale (sede di Modica)

2006-2007

**Marketing** (6 CFU), Laurea in Economia Aziendale

**Marketing** (6 CFU), Laurea in Economia Aziendale (sede di Modica)

2005-2006

**Marketing** (6 CFU), Laurea in Economia Aziendale

**Tecnica Industriale e Commerciale** (6 CFU), Laurea in Economia Aziendale (sede di Modica)

**Modelli Organizzativi per le Imprese Turistiche** (3 CFU), Laurea specialistica in Management Turistico

2004-2005

**Tecnica Industriale e Commerciale** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale

2003-2004

**Tecnica Industriale e Commerciale** (9 CFU) Laurea Economia Aziendale (a contratto)

2002-2003

**Tecnica Industriale e Commerciale** (9 CFU), Laurea in Economia Aziendale (a contratto)

## **ATTIVITÀ DIDATTICA IN MASTER E CORSI DI SPECIALIZZAZIONE**

---

2013-2014

**Marketing** (3 CFU), Master di primo livello in Business Administration per le PMI

**Marketing** (6 CFU), Master di primo livello in Marketing Management

**Marketing**, Master di primo livello in Management Sportivo

**Mappe Mentali e Social Network nell'apprendimento dell'Economia e Gestione delle Imprese - PAS**, classe A017, Università degli Studi di Catania

2012-2013

**Marketing** (6 CFU), Master di primo livello in Marketing Management

**Marketing e Comunicazione**, Master di primo livello in Management Sportivo

2008-2009

**Marketing** (3 CFU), Master di primo livello in Customer Care e Tutela dei Consumatori

**Cultura d'Impresa**, Master in "Progettazione di sistemi elettronici integrati su substrati polimerici", Scuola Superiore di Catania, Università degli Studi di Catania.

2006-2007

**Marketing**, SISSIS, Corso di Abilitazione all'Insegnamento per la Scuola Secondaria di 1° e 2° grado – Università degli Studi di Catania.



Aggiornato: marzo 2016

**Operation Management**, Master di Secondo Livello in Logistica Integrata ed Intermodalità, Scuola Superiore di Catania, Università degli Studi di Catania.

**Marketing dei Servizi**, Master in Marketing Management dell'Università Cattolica di Milano.

2004-2005

**Management**, Corso di Specializzazione per Esperto di Internazionalizzazione di Impresa dell'ICE e dell'Università degli Studi di Catania.

**Marketing**, Master in "Job Creator" dell'Università degli Studi di Catania (2004).

**Management**, Master di secondo livello in E-business dell'Università degli Studi di Catania.

**Management**, Master di secondo livello in Management Turistico dell'Università degli Studi di Catania.

## **ATTIVITÀ DIDATTICA IN CORSI DI DOTTORATO DI RICERCA**

---

2013-2014

**Research Methods**, Dottorato in Economics and Management, Università di

2010-2011

**"PhD Instruction Manual"**, Dottorato in Economics and Management, Università di Catania

2004-2005

**Firm Strategy & Research Strategy**, Dottorato in Economia Aziendale, Università di Catania

2003-2004

**Firm Strategy & Research Strategy**, Dottorato in Economia Aziendale, Università di Catania

## **ALTRE ATTIVITÀ DIDATTICHE E SEMINARIALI (SU INVITO)**

---

2014 - Galvagno Marco, "Collaborative Consumption and Sharing Economy", *Corso di "Marketing e Strategia di Impresa"* presso il Dipartimento di Scienze Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali dell'Università di Catanzaro, 16 aprile.

2014 - Galvagno Marco, "Business Model", *Start-Up Academy*, Università degli Studi di Catania.

2014 - Galvagno Marco, "Positioning & Intimization", *LiquidamenteLab 2.0*, Catania, a cura di Lorenzo Guarnera, 23 gennaio.

2013 - Galvagno Marco, "Marketing Turistico: esperienze e strumenti", *Corso di Geografia del Turismo* presso il Dipartimento di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Catania, 23 maggio.

2013 - Galvagno Marco, "Tecniche di apprendimento e gestione del tempo", nell'ambito dei *Seminari Professionalizzanti del Corso di Laurea in Economia Aziendale*, Dipartimento di Economia e Impresa dell'Università degli Studi di Catania, 29 novembre

2012 - Galvagno Marco, "Media Digital R-Evolution. Il Presente è Mobile? Comunicare nell'era dell'iperconnessione", *Creativity in Liquid Advertising*, NAAP Academy, Catania, 28 settembre.

2012 - Galvagno Marco, "StartUp Marketing – Instruction Manual", *Startup Weekend Catania*, 26 maggio.

2012 - Galvagno Marco, "Il consumatore creativo e il marketing collaborativo", *OpenBeasyness. Strategie di successo nell'era della condivisione: idee, etica e social network*, Catania, 12 maggio.

Aggiornato: marzo 2016

2011- Galvagno Marco, "Marketing 2.0: fondamenti concettuali e implicazioni per le imprese", *Web Marketing per le strategie aziendali in Sicilia*, Club Dirigenti di Marketing e Confindustria Sicilia, Catania, 8 novembre.

## **ATTIVITÀ EDITORIALE**

---

### **Associate Editor**

International Journal of Electronic Marketing and Retailing

### **Editorial board**

Business System Review

Caspian Journal of Applied Sciences Research

International Journal of Management, Economics and Social Sciences

### **Reviewer**

Journal of Business Venturing

Journal of Management and Governance

International Journal of E-Services and Mobile Applications

Business System Review

Baltic Journal of Management

Finanza, Marketing e Produzione

Sinergie

### **Ad-hoc reviewer**

Scientometrics

Industrial & Corporate Change

Industrial Marketing Management

### **Revisore per la valutazione dei programmi e prodotti di ricerca ministeriale**

### **Conference Reviewer**

Academy of Management

European Academy of Management

European Academy of Marketing

Strategic Management Society

Sinergie

### **Session Chair e Discussant**

Chair in occasione del II EIASM Workshop on Coopetition, Università Bocconi, Milano, 14-15 settembre, 2006.

Discussant in occasione del Workshop EIASM dal titolo "Coopetition strategy: towards a new kind of interfirm dynamics?" Università degli Studi di Catania, 16-17 settembre, 2004.

## **CONSEGUIMENTO DI PREMI E RICONOSCIMENTI PER L'ATTIVITÀ SCIENTIFICA**

Miglior docente accademico della II edizione del Master Universitario in Marketing Management dell'Università degli Studi di Catania (2014)

Beneficiario di borsa di studio del consorzio universitario europeo "EUDOKMA" (European Doctoral School on Knowledge and Management) presso l'Università ESADE (Escuela Superior De Administración y Dirección De Empresas) Business School - Barcellona, aprile-giugno, 2000.

Aggiornato: marzo 2016

Vincitore della selezione per la partecipazione al Doctoral Consortium in occasione del “60° Annual Meeting of the Academy of Management A new time”, Toronto (Canada), 4-9 Agosto, 2000.

#### **AFFILIAZIONI ACCADEMICHE**

---

EMAC (*European Marketing Academy*)

EURAM (*European Academy of Management*)

SIM (Società Italiana di Marketing)

SIMA (Società Italiana di Management)

#### **ATTIVITÀ DI SERVIZIO**

---

Responsabile della formazione del **Contamination Lab** dell'Università degli Studi di Catania

Componente della **Commissione Brevetti** dell'Università degli Studi di Catania

Componente delle **Giunta del Dipartimento** di Economia e Impresa dell'Università degli Studi di Catania (fino al 2014)

Componente del comitato amministrativo della Cassa di Mutuo Soccorso dei dipendenti dell'Università di Catania (fino al 2014)

#### **CONOSCENZE LINGUISTICHE**

---

Inglese fluente scritto e parlato

**CAE** (Certificate of Advanced English), Cambridge University – Livello C1

**FCE** (First Certificate in English), Cambridge University – Livello B2

#### **ALTRE INFORMAZIONI**

---

Ottima conoscenza dei software *SPSS*, *LISREL* e *UCINET*.

Buona conoscenza del software *STATA*, *E-Views* e *Latent Gold*

Ottima esperienza nell'applicazione del pacchetto *Microsoft Office*