

Curriculum Vitae di AUGUSTO BARGONI

Email: augusto.bargoni@unito.it

Università di Torino, Dipartimento di Management

Corso Unione Sovietica, 218bis - 10134 Torino, Italy.

A) TITOLI

a) dottorato di ricerca o equipollenti, conseguito in Italia o all'Estero:

1. 2022, 03 novembre. Dottorato di ricerca in Business and Management (XXXV ciclo), conseguito CUM LAUDE con una tesi dal titolo *“To be (family firm) or not to be (family firm): investigating the role of familiness on consumer behaviour”*, presso il Dipartimento di Management, Scuola di Management ed Economia, Università di Torino.
SETTORE SCIENTIFICO-DISCIPLINARE DI AFFERENZA: SECS-P/08
2. 2017. Master in Business Administration (M.B.A.), presso il Collège des Ingénieurs (Parigi).
3. 2015, 24 novembre. Laurea Magistrale in Economia e Direzione delle Imprese, Università degli Studi di Torino, Scuola di Management ed Economia con votazione 110/110. Titolo della tesi: *“Sistema retributivo del Chief Executive officer e performance aziendale: analisi empirica e implicazioni sulla governance dell’impresa”*

b) eventuale attività didattica a livello universitario in Italia o all'Estero:

4. AA 2022/2023, durata del corso: 4 ore. Svolgimento dell’attività di Docente a contratto per il modulo “Business Model Management” nel corso di formazione e promozione in ambito tecnologico denominato “CIM4.0 Academy – terza edizione” organizzato da COMPETENCE INDUSTRY MANUFACTURING 4.0 S.C. A R.L.
5. AA 2021/2022, durata del corso: 20 ore. Svolgimento dell’attività di Docente a contratto del corso “Tecniche di Marketing”, raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso ENFAP Piemonte.
6. 2022, 22 aprile, durata del seminario: 2 ore. Relatore al seminario “Customer persona e Job To Be Done: strumenti per conoscere e profilare il cliente” nel corso di Marketing dei prodotti agroalimentari presso il Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari (DISAFA). Deliberato dal Consiglio di Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari.
7. AA 2022/2023, durata del corso: 20 ore. Svolgimento dell’attività di Docente a contratto per attività integrative connesse all’insegnamento al corso di Marketing (Corso A). Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino – (laurea triennale in Business & Management).

8. AA 2021/2022, durata del corso: 20 ore. Svolgimento dell'attività di Docente a contratto per attività integrative connesse all'insegnamento al corso di Marketing (Corso A). Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino – (laurea triennale in Business & Management).
9. AA 2020/2021, durata del corso: 20 ore. Svolgimento dell'attività di Docente a contratto per attività integrative connesse all'insegnamento al corso di Marketing (Corso A). Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino – (laurea triennale in Business & Management).
10. AA 2020/2021, durata del corso: 20 ore. Svolgimento dell'attività di Docente a contratto per attività integrative connesse all'insegnamento al corso di Strategic Management. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Amministrazione Aziendale (SAA) – Università di Torino.
11. AA 2019/2020, durata del corso: 20 ore. Svolgimento dell'attività di Docente a contratto per attività integrative connesse all'insegnamento al corso di Strategic Management. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Amministrazione Aziendale (SAA) – Università di Torino.
12. AA 2019/2020, durata del corso: 20 ore. Svolgimento dell'attività di Docente a contratto per attività integrative connesse all'insegnamento al corso di Strategic Marketing. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Amministrazione Aziendale (SAA) – Università di Torino.
13. AA 2022/2023. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Marketing (corso A). Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea triennale in Economia Aziendale).
14. AA 2021/2022. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Marketing (corso A). Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea triennale in Economia Aziendale).
15. AA 2020/2021. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Marketing (corso A). Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea triennale in Economia Aziendale).
16. AA 2019/2020. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Marketing (corso A). Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea triennale in Economia Aziendale).
17. AA 2021/2022. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Family Business Strategy. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea magistrale in Direzione d'Impresa, Marketing e Strategia).
18. AA 2020/2021. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Family Business Strategy. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea magistrale in Direzione d'Impresa, Marketing e Strategia).

19. AA 2019/2020. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Family Business Strategy. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea magistrale in Direzione d'Impresa, Marketing e Strategia).
20. AA 2021/2022. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Competitive Analysis. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea magistrale in Direzione d'Impresa, Marketing e Strategia).
21. AA 2020/2021. Attività di tutoraggio per la preparazione di tesi nell'ambito del corso di Competitive Analysis. Raggruppamento disciplinare: SECS-P/08, presso la Scuola di Management ed Economia (Dipartimento di Management) – Università di Torino (laurea magistrale in Direzione d'Impresa, Marketing e Strategia).
22. 2022, gennaio – 2022, aprile. Svolgimento dell'attività di Docente a contratto intitolata “I clienti nell'era digitale ed il fenomeno della platformizzazione” nell'ambito del progetto “Strategie di Marketing per l'Agroalimentare di Qualità FASE IV” (SMAQ) finanziato da Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo (CRC).
23. 2020, aprile – 2020, luglio. Svolgimento dell'attività di Docente a contratto intitolata “Il marketing e la comunicazione digitale” inerente al Progetto “Progetto Agroalimentare 4.0 – Strategie di Marketing territoriale per le imprese agroalimentari del cuneese - Digital transformation Program (SMAQ)” finanziato da Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo (CRC).
24. AA 2019 – oggi. Membro di 2 Commissioni di Laurea Magistrale del Dipartimento di Management presso l'Università di Torino.

c) documentata attività di formazione o di ricerca presso qualificati istituti italiani o stranieri:

25. 2022 – in corso. Svolgimento di attività di ricerca con la qualifica di Associate Researcher presso il European Centre for Business Research (ECBR), Pan-European University, Praga, Repubblica Ceca.
26. 2022, luglio – oggi. Svolgimento di attività di ricerca con la qualifica di Research Fellow presso EuroMed Academy of Business of the EuroMed Research Business Institute (SM-EMAB), Cipro.
27. 2021 – oggi. Svolgimento di attività di ricerca con la qualifica di Membro del Gruppo di Ricerca sul tema “Influencer marketing e brand ownership” in collaborazione con la Columbia Business School e diretto dalla Prof.ssa Gita Johar, Meyer Feldberg Professor of Business, Columbia Business School.
28. 2021, novembre – 2022, maggio. Periodo di Visiting della durata di 6 mesi presso la University of Agder School of Business and Law sotto la supervisione del Prof. Ilan Alon.
29. 2021, novembre. Partecipazione al corso “Bibliometric Literature Review” tenuto dai Proff. Ilan Alon e Ziaul Haque Munim, University of Agder, Norvegia - online.
30. 2021, 23 aprile. Partecipazione al seminario “Dal dottorato al post-doc e oltre: il lungo viaggio verso la cattedra” organizzato dalla Junior Faculty Climber Community della Società Italiana Marketing (SIM), online.

31. 2021, 25 gennaio – 2021, 29 gennaio. Partecipazione alla Scuola di Metodologia della Ricerca, corso “Progettare efficacemente la ricerca per ottimizzare i risultati finali” organizzata da SIM-SIMA, edizione invernale, online.
32. 2020, dicembre – 2021, gennaio. Partecipazione al seminario “How to write great papers in less time” tenuto dalla Prof.ssa Christina Sichtmann – Università di Vienna e ottenimento del Certificate of Attendance, 6 workshops online, durata 18 ore.
33. 2020, 19 novembre. Durata del corso 15 ore. Partecipazione al corso “Publons Academy Practical Peer Review course” e ottenimento della certificazione di “Certified Publons Academy Peer Reviewer”, online.
34. 2020, 28 ottobre. Partecipazione alla Junior Faculty Community Climber della Società Italiana Marketing (SIM) organizzata in concomitanza della XVII conferenza annuale SIM 2020. Online.
35. 2020, 8 luglio. Partecipazione al seminario “How to write a scientific paper” - Springer Nature e ottenimento del Certificate of Attendance, online.
36. 2020, settembre – 2021, giugno. Partecipazioni ai corsi di “Academy of Management (AOM)” – “Consortium for the Advancement of Research Methods and Analysis Research Methods Education for the Global Classroom (CARMA)”. Nello specifico: Design and measurement with quantitative and qualitative data; Recommendation for discouraging, identifying and removing dirty data in survey research; Mixed methods in strategy and organizations research; Theoretical specification and methodological rigor, matching theory methods; Coding for discovery – della durata di 30 ore.
37. 2019, 1 novembre – 2022, 3 novembre. Partecipazione ai corsi per dottorandi nell’ambito del Dottorato in Business and Management (XXXV ciclo) del Dipartimento di Management – Università di Torino.

Attività di reviewer e membro di Editorial Board

38. 2022 – oggi. Membro dell’Editorial Board dell’International Journal of Intellectual Property Management, ISSN 1478-9655, Inderscience (Scopus indexed journal).
39. 2021 – oggi. Membro dell’Editorial Board del Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities- PJSSH (Scopus indexed journal and listed with the JCI of Web of Science)
40. 2022 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “European Journal of Innovation Management”, ISSN: 1460-1060, Emerald.
41. 2022 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “Journal of Management & Organization”, ISSN 1833-3672, Cambridge University Press.
42. 2022 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “International Journal of Consumer Studies”, ISSN 1470-6431, Wiley Online Library.
43. 2022 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “Journal of Business Research”, ISSN 0148-2963, Elsevier.
44. 2022 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “Journal of Small Business Management”, ISSN 1540-627X, Wiley Online Library.
45. 2022 – oggi. Reviewer per la “ACIEK conference”.

46. 2022 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “Qualitative Research in Financial Markets”, ISSN 1755-4179, Emerald.
47. 2021 – oggi. Reviewer per l’editore internazionale “IGI Global”.
48. 2021 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “International Marketing Review”, ISSN 0265-1335, Emerald.
49. 2021 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “Management Decisions”, ISSN 0025-1747, Emerald.
50. 2020 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “British Food Journal”, ISSN 0007-070X, Emerald.
51. 2020 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “International Journal of Business and Emerging Markets”, ISSN 1753-6227, Inderscience Publishers.
52. 2020 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “Journal of Knowledge Management”, ISSN 1367-3270, Emerald.
53. 2020 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “Technological Forecasting and Social Change”, ISSN 0040-1625, Elsevier.
54. 2020 – oggi. Reviewer per la rivista internazionale “Journal of Innovation & Knowledge”, ISSN: 2444-569X, Elsevier.
55. 2019 – oggi. Socio di SIMA (Società Italiana di Management).
56. 2019 – oggi. Socio di SIM (Società Italiana di Marketing).
57. 2019 – oggi. Socio di AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale).

e) realizzazione di attività progettuali relativamente ai settori concorsuali nei quali è prevista:

58. 2021, ottobre – 2022, dicembre. Redazione e realizzazione del progetto di ricerca “Family Business” finanziato da Skillab e promosso da Unione Industriali per la formazione delle aziende associate a Piccola Industria di Torino sui temi del capitalismo familiare.
59. 2022, gennaio – 2022, aprile. Membro del gruppo di ricerca Progetto SMAQ “Strategie di Marketing per l’Agroalimentare di Qualità FASE IV” finanziato da Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo per sostenere la competitività delle imprese della provincia attraverso l’innovazione digitale.
60. 2020 – 2021. Membro del gruppo di ricerca "Progetto Agroalimentare 4.0 – Strategie di Marketing territoriale per le imprese agroalimentari del cuneese - Digital transformation Program (SMAQ)" finanziato da Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo per sostenere la competitività delle imprese della provincia attraverso l’innovazione digitale.
61. 2020 – 2022. Membro del gruppo di ricerca finanziato ex 60% “Business management strategy e competitività”, Dipartimento di Management, Università di Torino.

f) organizzazione, direzione e coordinamento di gruppi di ricerca nazionali e internazionali, o partecipazione agli stessi:

62. 2022. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca nell'ambito "Settore agrifood: assetti competitivi e strategie di crescita" e coordinamento delle attività di ricerca presso l'Università di Torino.
63. 2022. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca nell'ambito "Influencer marketing and crowdfunding" e coordinamento delle attività di ricerca dei membri dell'Università di Torino e dell'Università degli Studi di Chieti-Pescara.
64. 2022. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca nell'ambito "Crowdfunding and new business models" e coordinamento delle attività di ricerca dei membri dell'Università di Torino e dell'Università di Malta.
65. 2022. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca nell'ambito "Branding strategies and family firms" e coordinamento delle attività di ricerca dei membri dell'Università di Torino, della Vrije Universiteit Amsterdam e dell'Università di Nicosia.
66. 2022. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca nell'ambito "Consumer behaviour and family firms" e coordinamento delle attività di ricerca dei membri dell'Università di Torino, dell'Università di Zilina (Slovacchia) e dell'Università di Abu Dhabi.
67. 2022. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca formato dall'Università di Torino e da una start up attiva nel settore della mobilità sostenibile per lo sviluppo di una ricerca sugli scenari evolutivi del mercato e per lo sviluppo di una strategia di internazionalizzazione del business valutandone la scalabilità del business model e la sostenibilità nel lungo termine. Augusto Bargoni si è occupato del coordinamento del gruppo di ricerca, dell'organizzazione delle attività e della divulgazione dei risultati della ricerca.
68. 2021. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca formato dall'Università di Torino e da un partner industriale attivo nella fabbricazione di veicoli commerciali e di movimento terra per lo sviluppo di nuovi strumenti di benchmarking e di business intelligence. Augusto Bargoni si è occupato del coordinamento del gruppo di ricerca, dell'organizzazione delle attività e della divulgazione dei risultati della ricerca.
69. 2020. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca formato dall'Università di Torino e da un'istituzione finanziaria italiana attiva nella promozione dello sviluppo sostenibile dell'Italia per lo sviluppo di un acceleratore per le PMI Italiane volto fornire gli strumenti strategici e formativi necessari a supportarne la crescita e la resilienza. Augusto Bargoni si è occupato del coordinamento del gruppo di ricerca, dell'organizzazione delle attività e della divulgazione dei risultati della ricerca.
70. 2020. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca formato dall'Università di Torino e da una società di investimento estera attiva nel settore del Private Equity per lo sviluppo di un piano strategico pluriennale volto ad assicurarne la crescita sostenibile nel lungo termine. Augusto Bargoni si è occupato del coordinamento del gruppo di ricerca, dell'organizzazione delle attività e della divulgazione dei risultati della ricerca.
71. 2019. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca formato dall'Università di Torino e da una società di investimento estera attiva nel settore del Private Equity per lo sviluppo di una ricerca sulle holding a proprietà familiare volto ad intercettare le best practices in materia di sviluppo strategico e di governance. Augusto Bargoni si è occupato del coordinamento del gruppo di ricerca, dell'organizzazione delle attività e della divulgazione dei risultati della ricerca.
72. 2019. Organizzazione e direzione del gruppo di ricerca formato dall'Università di Torino e da una società attiva nel settore della grande distribuzione organizzata per lo sviluppo di una ricerca sullo scenario competitivo del settore e per l'analisi dei competitors finalizzati a

integrare il piano strategico pluriennale. Augusto Bargoni si è occupato del coordinamento del gruppo di ricerca, dell'organizzazione delle attività e della divulgazione dei risultati della ricerca.

h) Relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali:

73. 2023, 7-9 giugno. Co-chair della track “New technologies and entrepreneurship” presso 18th International Forum on Knowledge Assets Dynamics (IFKAD) sul tema “Managing Knowledge for Sustainability”.
74. 2022, 18-20 dicembre. IX Israel Strategy Conference presso la Arison School of Business, Reichman University. Augusto Bargoni è stato Chair della Paper Session “Strategy & Entrepreneurship in Unusual (Research) Contexts”.
75. 2022, 18-20 dicembre. IX Israel Strategy Conference presso la Arison School of Business, Reichman University. Augusto Bargoni ha presentato il paper “A Systematic Review of Family Business and Consumer Behavior”, co-autorato da Ilan Alon e Alberto Ferraris.
76. 2022, 23-25 novembre. Co-chair della track “Digitalisation and SCM 4.0” presso IEEE International Conference on Technology Management, Operations and Decisions (IEEE ICTMOD). Online
77. 2022, 20-21 ottobre. XIX convegno Società Italiana Marketing (SIM) presso l'Università di Salerno. Augusto Bargoni ha presentato il paper “Is this really me? Investigating the influence of brand personality self-congruity, brand engagement and influencers' emotional attachment on purchase intention”, co-autorato da Chiara Giachino.
78. 2022, 21-23 settembre. 15th Annual Conference of the Euromed Academy of Business presso l'Università di Palermo. Augusto Bargoni ha presentato il paper ““Tell me what you eat, and I tell you what you are”: investigating the impact of entomophagy antecedents on willingness to eat insect-based products”, co-autorato da Chiara Giachino e Gabriele Santoro.
79. 2022, 21-23 settembre. 15th Annual Conference of the Euromed Academy of Business presso l'Università di Palermo. Augusto Bargoni ha presentato il paper “Hands in the cookie jar: investigating the impact of greenwashing on negative online brand engagement”, co-autorato da Martina Fenoglio, Chiara Giachino e Bernardo Bertoldi.
80. 2022, 30 giugno – 1 luglio. Convegno Sinergie SIMA presso l'Università Bocconi (Milano). Augusto Bargoni ha presentato il paper “Virtual Try On technologies and consumer acceptance: comparing Generation X and Generation Z”, co-autorato da Martina Fenoglio, Chiara Giachino e Bernardo Bertoldi.
81. 2022, 28-30 giugno. 16th Academy of Innovation (online), Entrepreneurship, and Knowledge Conference (ACIEK). Augusto Bargoni ha presentato il paper “A digital family affair: do family firms' characteristics enhance willingness to pay of consumers?”, co-autorato da Chiara Giachino, Ciro Troise, Gazi Muhabubul Alam e Roberto Quaglia.
82. 2021, 14-15 ottobre. XVIII convegno Società Italiana Marketing (SIM) presso l'Università Politecnica delle Marche (Ancona). Augusto Bargoni ha presentato il paper “#collabhouse #stardust #influencer #professionalizeyourself: an exploratory study on the rise of new intermediaries in social media”, co-autorato da Bernardo Bertoldi e Chiara Giachino.
83. 2021, 22-24 settembre. 14th Annual Conference of the Euromed Academy of Business (online). Augusto Bargoni ha presentato il paper “Family Firms and consumer behaviour in

the online channel a systematic literature review and research agenda”, co-autorato da Bernardo Bertoldi, Chiara Giachino e Gabriele Santoro.

84. 2020, 9-10 settembre. 13th Annual Conference of the Euromed Academy of Business (online). Augusto Bargoni ha presentato il paper “Biases and heuristics in consumer behaviour comparing generation x and millennial consumers”, co-autorato da Bernardo Bertoldi, Chiara Giachino e Gabriele Santoro.
85. 2020, 7-8 settembre. Convegno Sinergie SIMA (online). Augusto Bargoni ha presentato il paper “Heuristics in family business entrepreneurial decision making: a framework for transgenerational imprinting”, co-autorato da Bernardo Bertoldi e Chiara Giachino.
86. 2019, 24-25 ottobre. XVI convegno Società Italiana Marketing (SIM) presso l’Università Cattolica del Sacro Cuore (Piacenza). Augusto Bargoni ha presentato il paper “New perspectives on the ownership of the point of sale as a source of competitive advantage in the retail industry”, co-autorato da Bernardo Bertoldi e Chiara Giachino.

i) Premi e riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca:

87. 2022, 21-23 settembre. Vincitore del Best Conference Paper Award Euromed (EMRBI) – SIMA dal titolo “Hands in the cookie jar: investigating the impact of greenwashing on negative online brand engagement” co-autorato da Chiara Giachino, Martina Fenoglio e Bernardo Bertoldi. In 15th Annual Conference of the Euromed Academy of Business presso l’Università di Palermo.
88. AA 2019/2020 – 2022/2023. Vincitore della borsa di Dottorato in Business and Management per il XXXV (35° ciclo) presso il Dipartimento di Management, Scuola di Management ed Economia, Università degli studi di Torino.
89. 2019 – oggi: Nomina a Cultore della materia in Economia e direzione delle imprese (SECS-P/08).

B) PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

a) Articoli scientifici su riviste nazionali ed internazionali:

- Bargoni, A., Giachino, C., Troise, C., Alam, G. M., Quaglia, R. (2023), “A digital family affair: Do family firms' characteristics enhance consumers' willingness to pay?”, Technological Forecasting & Social Change, Vol 188, 122289. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122289>
RANKING ABS: 3, RANKING AIDEA: A, RANKING ASN: A.
- Bargoni, A., Kliestik, T., Jabeen, F., Santoro, G. (2023), “Family firms’ characteristics and consumer behaviour: An enquiry into millennials’ purchase intention in the online channel”, Journal of Business Research, Vol 156, 113462. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113462>
RANKING ABS: 3, RANKING AIDEA: A, RANKING ASN: A.

- Bargoni, A., Bertoldi, B., Giachino, C. and Santoro, G. (2022), "Competitive strategies in the agri-food industry in Italy during the COVID-19 pandemic: an application of K-means cluster analysis", *British Food Journal*, Vol. 124 No. 12, pp. 4782-4799. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2021-0738>

RANKING ABS: 1, RANKING AIDEA: A, RANKING ASN: A.

- Bargoni, A., Giachino, C., Battisti, E. and Iaia, L. (2022), "The effects of influencer endorsement services on crowdfunding campaigns", *Journal of Services Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JSM-12-2021-0444>.

RANKING ABS: 2, RANKING AIDEA: A, RANKING ASN: A.

- Bargoni, A., Ferraris, A., Bresciani, S. and Camilleri, M.A. (2022), "Crowdfunding and innovation: a bibliometric review and future research agenda", *European Journal of Innovation Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/EJIM-06-2022-0310>

RANKING ABS: 1, RANKING AIDEA: B, RANKING ASN: A.

- Bargoni, A., Ballerini, J., Vrontis, D., Ferraris, A. (2022), "To be (family) or not to be (family): the familiness effect over brand authenticity posts on social media and consumer engagement relationship", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://dx.doi.org/10.1108/JPBM-11-2021-3722>

RANKING ABS: 1, RANKING AIDEA: A, RANKING ASN: A.

b) Conferences proceedings:

- Bargoni, A., Giachino, C. (2022). "Is this really me? Investigating the influence of brand personality self-congruity, brand engagement and influencers' emotional attachment on purchase intention". In *NEXT GENERATION MARKETING. People, Planet, Place: cooperation & shared value for a new era of critical marketing* (pp. 1-7). Società Italiana Marketing (SIM), ISBN 978-88-943918-8-6
- Bargoni, A., Giachino, C. & Santoro, G. (2022). "“Tell me what you eat, and I tell you what you are”: investigating the impact of entomophagy antecedents on willingness to eat insect-based products". In *Sustainable Business Concepts and Practices* (pp. 887-889). EuroMed Press ISBN 978-9963-711-96-3
- Fenoglio, M., Bargoni, A., Giachino, C. & Bertoldi, B. (2022). "Hands in the cookie jar: investigating the impact of Greenwashing on negative online brand engagement". In *Sustainable Business Concepts and Practices* (pp. 954-956). EuroMed Press ISBN 978-9963-711-96-3
- Fenoglio, M., Bargoni, A., Giachino, C., Bertoldi, B., (2022). "Virtual Try On technologies and consumer acceptance: comparing Generation X and Generation Z". In *Boosting knowledge & trust for a for a sustainable business* (pp. 265-276). Sinergie-SIMA, ISBN 97888943937-8-1
- Bargoni, A., Giachino, C., Bertoldi, B. (2021). "#collabhouse #stardust #influencer #professionalizemyself: an exploratory study on the rise of new intermediaries in social media". In *Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società*. Società Italiana Marketing, ISBN 978-88-943918-6-2

- Bargoni, A., Santoro, G., Giachino, C. & Bertoldi, B. (2021). “Family Firms and consumer behaviour in the online channel: a systematic literature review and research agenda”. In Contemporary Business Concepts and Strategies in the new Era (pp. 820-823). EuroMed Press, ISBN 978-9963-711-90-1
- Bertoldi, B., Bargoni, A. & Giachino, C. (2020). “Heuristics in family business entrepreneurial decision making: a framework for transgenerational imprinting”. In Grand Challenges: Companies and Universities working for a better society. Sinergie-SIMA, ISBN: 97888943937-3-6
- Bargoni, A., Bertoldi, B., Giachino, C. & Santoro, G. (2020). “Biases and heuristics in consumer behavior: comparing generation X and millennial consumers”. In Business Theory and Practice Across Industries and Markets (pp. 138-149). EuroMed Press ISBN 978-9963-711-89-5
- Bertoldi, B., Bargoni, A. & Giachino, C. (2019). “New perspectives on the ownership of the point of sale as a source of competitive advantage in the retail industry”. In Marketing 4.0: le sfide della multicanalità. Società Italiana Marketing ISBN 978-88-943918-3-1

c) **Capitoli di libro**

- Giachino, C., Bertoldi, B., & Bargoni, A. (2021). Generations' Attitudes and Behaviours in the Luxury Sector. In Developing Successful Global Strategies for Marketing Luxury Brands (pp. 214-229). IGI Global. ISBN13: 9781799858829. DOI: 10.4018/978-1-7998-5882-9.ch012. Contributo in volume (capitolo) in collana referata con reviewer internazionali anonimi.
- Giachino, C., & Bargoni, A. (2021). Una buona teoria è la base di una buona strategia. In Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528
- Bargoni, A., & Bertoldi, B. (2021). Modularità e analisi competitiva. In Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528
- Bargoni, A., & Giachino, C. (2021). Modelli di implementazione della strategia. In Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528
- Giachino, C., & Bargoni, A. (2021). Un approccio dinamico alla formulazione della strategia. In Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528
- Bargoni, A., & Giachino, C. (2021). La creazione di valore e la configurazione dell'arena competitiva. In Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528
- Giachino, C., & Bargoni, A. (2021). I diversi livelli della strategia: settore e consumatore. In Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528

- Bargoni, A., & Giachino, C. (2021). Integrazione verticale: gli errori più comuni e come evitarli. In *Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali*. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528
- Bargoni, A., & Giachino, C. (2021). L'importanza del pensiero logico nella formulazione di strategie. In *Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali*. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528
- Bertoldi, B., & Bargoni, A. (2021). La legge del valore e le implicazioni per la strategia. In *Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali*. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528
- Bertoldi, B., & Bargoni, A. (2021). Sostenere il vantaggio competitivo. In *Competitive Analysis: teoria e implicazioni manageriali*. Cacucci Editore. ISBN: 9791259650528

d) Tesi di dottorato

- Bargoni, A. (2022). “To be (family firm) or not to be (family firm): investigating the role of familiness on consumer behavior”.

e) Articoli non scientifici e attività di Public Engagement

- 2022, 30 settembre. Partecipazione alla Maratona della ricerca presso l'Università di Torino organizzata nell'ambito della Notte Europea dei Ricercatori 2022. Presentazione della ricerca: “*Da olio su tela a pixel su schermo: arte digitale, metaverso e comportamento del consumatore*”.
- Bargoni, A., Giachino, C., (2021). Le fabbriche degli Influencer”, intervista per *Il Giornale*
- Bargoni, A., Giachino, C., (2021). Il mercato degli Influencers: scenari competitivi di una nuova economia dei social media. *Management Notes*.
- Bargoni, A., Giachino, C., (2021). Le fabbriche degli Influencer. *Management Notes*.
- Bargoni, A., Giachino, C., (2021). Influencer marketing e i valori del brand: rischi e sviluppi della nuova economia digitale. *Management Notes*.
- Bargoni, A., Giachino, C., (2021). Verba volant: nascita e declino dei social network audio-based? *Management Notes*.
- Bargoni, A., Bertoldi, B., (2021). Care imprese, ecco perché abbiamo bisogno di più «figlie di papà». *Corriere della Sera Sezione Economia*
- 2019, 27 settembre. Partecipazione alla Notte Europea dei Ricercatori 2020 organizzata dall'Università di Torino con Sharper – Sharing Researchers' Passion for Evolving Responsibilities, presentazione delle ricerche.

Informativa ai sensi dell'art.13 del D.Lgs 196/2003:

i dati sopra riportati sono prescritti dalle disposizioni vigenti ai fini del procedimento per il quale sono richiesti e verranno utilizzati esclusivamente per tale scopo.

Torino, dicembre 2022

Firma

N.B.: La dichiarazione ai sensi della legge citata può essere rilasciata dai cittadini italiani, dai cittadini dell'Unione Europea e dai cittadini di Stati non appartenenti all'Unione Europea, autorizzati a soggiornare o regolarmente soggiornanti in Italia, con le limitazioni indicate all'art. 3 del D.P.R. 445/2000.