

Silvio Cardinali

Associate Professor Marketing
Vice Rector - Communication

Politecnica delle Marche University
Economics Faculty "Giorgio Fuà"
Piazzale Martelli 1
Tel. 071-2207221
E-mail: s.cardinali@univpm.it



Academic Experience

- Sep 2014 – present* **Professor (Associate) Marketing**
Università Politecnica delle Marche, Department of Management, Economics
Faculty "Giorgio Fuà"
Ancona, Italy
- Sep 2013 – present* **Vice Rector – Communication**
Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italy
- 2007 – present* **Lecturer al LUISS Business School**
Luiss Guido Carli University, Rome, Italy
- April 2013* **Visiting professor**
Upper Austria Univeristy, Steyr, Austria
- 2007 – 2014* **Professor (Assistant) Marketing**
Università Politecnica delle Marche, Department of Management
Ancona, Italy
- 2005 – 2006* **Lecturer**
Università degli Studi di Teramo, Department of Communication
Teramo, Italy
- 2004-2007* **PHD Management**
Università Politecnica delle Marche, Department of Management
Ancona, Italy
- 2003-2004* **PHD Communication (1 year attendance)**
Università degli Studi di Teramo, Department of Communication
Teramo, Italy

Editorial Roles & Memberships

- Jul 2013 – present* **Vice President**
Society of Global Business and Economics Development SGBED,
Montclair, New Jersey, United States
www.sgbed.com

- 2015 **Guest Editor**
Special Issue of International Journal of Sales, Retail and Marketing - Managing the "Intangibles": Business and Entrepreneurship Perspectives in a Global Context - 2015, Vol. 4 No. 4 - ISSN 2045-810X - Access Press UK, 2015
- 2015 **Co-guest Editor**
Special Issue of International Journal of management Cases (IJMC) - 2015 - Volume 17 Issue 4 - ISSN 1741-6264 Access Press UK, 2015
- Since 2010 Reviewer at Sinergie - Italian Journal of Management, Piccola Impresa / Small Business dal 2011 (ASPI - Casa Editrice Montefeltro ISSN 0394 7947).
- Since 2009 Reviewer at Mercati e Competitività (Franco Angeli, ISSN 1826-7386).
- 2012- present Scientific Committee ICEBM "Entrepreneurship e Business Management" - www.icebmuntar.com
- 2009-2014 Scientific Committee TRENDMARCHE (www.trendmarche.it)
- 2011-2015 Scientific Committee EBAM (Ente bilaterale sull'artigianato nelle Marche) <http://www.ebam.marche.it>
- Since 2014 Member of SIMA - Management Italian Society
- Since 2008 Member of SIM - Marketing Italian Society
- Since 2007 Member of SINERGIE - Editor of Italian Journal of Management
- Since 2013 Member of Circle - Centre for International Research in Consumers
- Since 2010 Member of CRIET - Centro di ricerca Interuniversitario sull'economia del Territorio

Awards

- Jul 2011 Award: Best Paper - XII SGBED Congress (Society for Global Business & Economic Development)- SMU School of Business, Singapore, 21-24 Luglio 2011. Building Capabilities for Sustainable Global Business: Balancing Corporate Success & Social Good. Paper "What possible integration is there between business marketing and area development? The Land of Value (LOV) Case" with Gian Luca Gregori, Valerio Temperini, Andrea Perna.
- May 2011 Award: Best Paper - International VCM Conference, UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES - UPPER AUSTRIA, 4 e 5 May, 2011. Paper: "Customer Value

Perspective in Managing Returns: A Case Study from the Italian Footwear Industry" with Ivan Russo.

Teaching experience (University and Business school)

Luiss Business School – Executive Master - EY (Ernst & Young) Sales Management for Senior manager, 2015

CUOA Business School – MBA Full Time – Sales Management 2012-2013

Istao Business School – MBA – Sales Management since 2014

Istao Business School – Master StarUp – Sales Management 2014

Luiss Business School – Executive Master - Alitalia - 2013

Luiss Business School – Executive Master - Wind Accademy since 2013

Luiss Business School – Executive Master - Master MASA - Marketing and sales management from 2010

Luiss Business School – Executive Master - Master Executive Wellness Manager from 2007

Luiss Business School – Executive Master - Master EMIC - Master in real estate management from 2013

Luiss Business School – Executive Master - Master Ford, 2010

Luiss Business School – Executive Master - Master Hospitality Manager

Università di Milano Bicocca – Master 3M – Sales Management since 2013

Università di TorVergata, Roma – Master Sport – Sport Management 2008-2013

Academic Research Projects (coordinator)

Lifelong Learning Programme - ERASMUS "DNDS Developing New Distribution Skills for SMES and HEI Students" – (€60.000)

Department of Management – Università Politecnica delle Marche - Sose, 2015 (€25.000).

Department of Management – Università Politecnica delle Marche - Arkimat, 2015 (€55.000).

Consorzio Universitario CUEIM – Sose – 2012 (€18.000).

Department of Management – Università Politecnica delle Marche - Real Estate, 2012 (€75.000).

Department of Management – Università Politecnica delle Marche – Footwear Industry , 2012 (€25.000).

Non-academic Experience

Since 2007 Partner of LIVE (Laboratorio Invaligibles Valore Economico) - Academic Spin Off UNIVPM ;

I was in charge of the following project:

- Lega del Filo d'Oro Onlus - Marketing Plan - No Profit
- Gruppo Sun (Supermercati Uniti Nazionali) - Market Research - Retailer
- InScientiaFides - Marketing and Sales - Marketing Plan - Services
- Salsubium Terme di Castrocaro - Marketing and communication; Service
- GVM Care and Research - Market Research - Healthcare Services
- Sose Spa (Società per gli studi di Settore) - Market Research - Public
- Magazzini Gabrielli - Market Research - Retailer
- Fileni (Gruppo Simar) - Market Research - Manufacturer
- SH Sistemi - Sales Management and communication - Services
- Garofoli Porte - Market Research - Manufacturer
- Gruppo Famila - Market Research - Retailer
- Fini Spa - Qualitative Market Research - Food Retailer
- Gruppo Tirabasso - Market Research - Manufacturer
- PlastMeccanica - Market Research - Manufacturer
- Hotel Le Grotte - Geomarketing - Services
- Scolaro Industrie Calzaturiere 1890 - Sales Management -Manufacturer

2001-2014 - Lifestyle Company - Market Reseach manager

PUBLICATIONS

Books

CARDINALI S.: *Emerging Issues in Sales Management. New perspectives to research on sales studies.* 01/2014; , ISBN: 9783659542275

Gregori G L., CARDINALI S.: *WELLBEING MARKETING. Profili di ricerca e nuovi strumenti di gestione nel mercato del benessere.* 01/2012; Editore Franco Angeli., ISBN: 9788820418557

CARDINALI S., Danovaro R., Gregori G L., Mea M.: *Blue Economy: l'economia del mare. Analisi e prospettive per la regione Marche.* 01/2012; Societa' Editrice Esculapio., ISBN: 9788874885503

Gregori G L., CARDINALI S., Temperini V.: *Traiettorie di sviluppo delle imprese calzaturiere nel nuovo contesto competitivo.* 01/2012; G. GIAPPICHELLI EDITORE., ISBN: 9788834839416

CARDINALI S: *Geomarketing e nuove metriche per un differente approccio alla competizione. Prospettive di ricerca e strumenti di gestione*. 01/2010; Esculapio., ISBN: 9788874884124

Book Chapters

Gregori G L, CARDINALI S., Temperini V: *Marketing e creazione del valore*. 01/2013: chapter La creazione del valore per il trade: pages 218-227; G. Giappichelli Editore., ISBN: 9788834888681

Gregori G L., CARDINALI S., Temperini V.: *Economia e management delle imprese calzaturiere Prospettive e strumenti per la competitività dell'industria marchigiana*. 01/2012: chapter Sales management e gestione della forza di vendita: pages -; Editore Franco Angeli., ISBN: 9788820410803

CARDINALI S., Russo I.: *Economia e management delle imprese calzaturiere Prospettive e strumenti per la competitività dell'industria marchigiana*. 01/2012: chapter Il customer value nelle imprese calzaturiere: competere creando valore per il cliente: pages 111-128; , ISBN: 9788820410803

Russo I, CARDINALI S: *Product Returns and Customer Value: A Footwear Industry Case*. Modelling Value, Edited by Physica-Verlag HD, 01/2012: chapter Product Returns and Customer Value: A Footwear Industry Case: pages 79-97; , ISBN: 9783790827460

Alunno M.C, CARDINALI S, Fiori E, Rasicci C, Temperini V: *Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche*. 01/2012: chapter Le innovazioni nel commercio: pages -; Franco Angeli., ISBN: 9788820401863

CARDINALI S, Gregori G L: *Marketing internazionale*. 01/2012: chapter Strategie e politiche di prezzo: pages -; , ISBN: 9788838667497

Gregori G.L, CARDINALI S: "L'economia della Piccola Impresa" *Rapporto 2011*. 01/2011: chapter SALES MANAGEMENT E PMI: PROBLEMATICHE E PROSPETTIVE PER LE IMPRESE CALZATURIERE: pages 240-255; Franco Angeli., ISBN: 9788856845235

GREGORI G.L, CARDINALI S: *PICCOLE IMPRESE VITIVINICOLE E UN NUOVO APPROCCIO AL MARKETING INTEGRATO*. 01/2010: chapter Distribuzione dei prodotti vinicoli e capitale relazionale: riflessioni teoriche e strumenti per le piccole imprese: pages 97-110; Franco Angeli., ISBN: 9788856832136

GREGORI G L, CARDINALI S, TEMPERINI V, PERNA A: *Le risorse immateriali nell'economia delle aziende. I. Profili di management*. 01/2010: chapter Forza di vendita indiretta e "Capitale Relazionale": implicazioni gestionali e nuove prospettive di analisi teorica: pages 255-267; Il Mulino., ISBN: 9788815139276

CARDINALI S, TRAINI S: *La semiotica ed il progetto 2. Spazi, oggetti, interfacce*. 01/2010: chapter Comunicare i valori di un ipermercato. Una ricerca interdisciplinare sul brand Oasi.: pages 66-82; Franco Angeli., ISBN: 9788856830439

G GREGORI, CARDINALI S: *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane nell'era globale*. 01/2009: chapter La transizione verso il lusso: Cesare Paciotti: pages 513-527; Franco Angeli., ISBN: 9788856807646

CARDINALI S, TRIO O: *LA GUIDA DEL SOLE 24 ORE AL MARKETING. AMBIENTE, COMPETIZIONE, PROCESSI DI MARKETING, METRICHE E STRUMENTI DI GESTIONE*. 01/2009: chapter Fondamenti del pricing: pages 447-463; Il Sole 24 Ore., ISBN: 9788863450699

- GREGORI G.L, CARDINALI S: *Leisure and Tourism: international perspectives on cultural practice*. 01/2009: chapter Geomarketing in the "wellbeing industry": new analysis model for management service providers: pages 91-106; -, ISBN: 9781905369171
- Gregori G.L, CARDINALI S: *Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche*. 01/2009: chapter Il nuovo ruolo della comunicazione nel turismo del benessere: il caso delle aziende termali: pages 315-328; Franco Angeli., ISBN: 9788856812787
- ALUNNO M C, CARDINALI S, GREGORI G L, RASICCI C: *Strategic Marketing and Retail Thought*. 01/2008: chapter Case Study "Magazzini Gabrielli Ltd.": pages 465-469; Accent., ISBN: 9789539976260
- GREGORI G L, CARDINALI S, MICOZZI G: *Innovazione e risparmio energetico. Le nuove sfide per il cambiamento dell'edilizia abitativa*. 01/2008: chapter Aspetti evolutivi delle imprese nel settore edile: il ricorso al marketing: pages 70-97; Franco Angeli., ISBN: 9788856801644
- CARDINALI S: *Evoluzione del settore termale. Prospettive e modelli di sviluppo per le imprese italiane*. 01/2005: chapter Il caso "Le Terme di Montecatini S.p.A.": dalla privatizzazione un nuovo approccio al marketing: pages 181-193; Franco Angeli., ISBN: 9788846466877
- CARDINALI S: *Imprese calzaturiere e competitività: le nuove frontiere*. 01/2005: chapter Il processo di transizione nelle imprese distrettuali calzaturiere: pages 201-210; Giappichelli., ISBN: 9788834856925

Journal Publications

- 2015 - Valerio Temperini, CARDINALI S., Paola Palanga, Martina Broglietti: How e-learning in sales training can enhance the tour operator-travel agency relationship. *Arethuse. Scientific Journal of Economics and Business Management*, ISBN: 9788874888658
- 2014 - Cardinali S., Palanga P. (2014), Il Ruolo dei Giovani nei Processi di Transizione Imprenditoriale. *PRISMA*, ISSN: 0393-9049
- 2014 - Gregori G.L., Cardinali S., Gigliarano C., Pascucci F. (2014). Fattori influenti sul ricorso ad Internet nei processi gestionali delle micro-imprese. *SINERGIE. RIVISTA DI STUDI E RICERCHE* n. 94, Maggio-Agosto 2014, ISSN 0393-5108
- 2014 - Cardinali S., Gregori G.L., Palanga P. (2014), SFA adoption: empirical evidences from a case study. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND SOCIAL RESEARCH*, ISSN 2164-2540 (Print version).
- 2014 - Gregori G. L., Cardinali S., Palanga P. (2014). How to Create Value for Micro-Businesses Approaching the Green Economy. *GREENER JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT STUDIES*, p. 19-30, ISSN: 2276-7827

2013 - Perna A., Cardinali S., Gregori G.L. (2013). Coping with alternatives in sales organisations: Experiences from an Italian company. JOURNAL OF BUSINESS MARKET MANAGEMENT, vol. 6, p. 107-122, ISSN: 1864-0761

2013 - Gregori G.L., Cardinali S., Travaglini M. (2013). Imprese calzaturiere e competitività nel mercato mondiale: il caso di una media luxury brand company. MERCATI E COMPETITIVITÀ n° 3/2013, ISSN: 1826-7386

2012 - Temperini V., Gregori G.L., Cardinali S., Perna A. (2012). Common Issues in the Development of "Green Marketing" Practices in Tourism. Experiences from Marche Region, Italy. CALITATEA-ACCES LA SUCCES, vol. Vol.13, no. 127/April 2012, p. 103-107, ISSN: 1582-2559

2012 - Temperini V., Gregori G.L., Cardinali S., Perna A. (2012). The Possible Convergence Between Business Marketing and Territorial Marketing: The "Land of Value" (LOV) Case . USA-CHINA BUSINESS REVIEW, vol. 11/2012, p. 654-666, ISSN: 1537-1514

2012 - Cardinali S. (2012). Problematiche di gestione ed opportunità di crescita delle piccole imprese agroalimentari: un'analisi sui vitivinicoltori minori e le alleanze. ARGOMENTI, ISSN: 1125-9116

2011 - Recensione in rivista. Cardinali S. (2011). Forum Convegno SIM 2010 "Marketing & Sales oltre la crisi". MERCATI E COMPETITIVITÀ, vol. 2011, ISSN: 1826-7386

2012 - Cardinali S., Gigliotti M. (2012). The Internationalization of Retailers and Manufacturers in the Footwear Industry: Different Approaches in Different Countries. INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES, p. 60-72, ISSN: 1741-6264

2011 - Russo I., Cardinali S (2011). Il reso crea (o distrugge) valore? Opportunità e sfide per migliorare le performance nella relazione fra fornitore e cliente. PERFORMANCE & MANAGEMENT, p. 36-47, ISSN: 2039-0327

2011 - Cardinali S., Gregori G. L., Palanga P. (2011). Problematiche e prospettive della green economy per le micro e piccole imprese delle Marche. PRISMA, ISSN: 0393-9049

2010 - Gregori G. L, Vignali C, Cardinali S, Rasicci S (2010). The factory outlet format development in Italy: the case of Marche Region retail "district". INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES, vol. 12 issue 2, p. 306-317, ISSN: 1741-6264

2008 - Gregori G. L, Cardinali S. (2008). Aspetti evolutivi dell'"industria del benessere" in Italia: quali nuovi modelli gestionali? ECONOMIA E DIRITTO DEL TERZIARIO, vol. 2, p. 261-289, ISSN: 1593-9464

Conference Proceedings

- Gregori G L., CARDINALI S., Travaglini M.: *Creating a brand strategy for SMEs using licensing: an Italian case study*. Proceedings 11th International CIRCLE Conference; 01/2014
- Stadlmann C., CARDINALI S., Skurczynsky M.: *The perception of future challenges by german speaking, Polish ad Italian automotive dealers*. Cross-Cultural Conference 2013, Steyr (AT); 01/2013
- Gregori G.L., CARDINALI S., Gigliarano C., Pascucci F.: *Fattori influenti sul ricorso ad Internet da parte delle micro-imprese*. Sinergie Referred Electronic Conference Proceedings, Ancona; 01/2013
- Gregori G L., CARDINALI S., Travaglini M.: *IL RICORSO AL LICENSING COME POLITICA DI MARCA: UN'ANALISI NEL SETTORE DELLE CALZATURE.. IX Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing - Marketing internazionale ed effetto Country of origin*, Benevento; 01/2012
- Gregori G.L., CARDINALI S., Travaglini M.: *BUILDING BRAND STRATEGY VIA LICENSING: AN EMPIRICAL ANALYSIS OF THE FOOTWEAR INDUSTRY*. Proceeding of International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2012), Jakarta; 01/2012
- Temperini V, Gregori G.L., CARDINALI S, Perna A: *What possible integration is there between business marketing and area development? The "Land of Value" (LOV) Case*. Building Capabilities for Sustainable Global Business: Balancing Corporate Success & Social Good; 01/2011
- Russo I, CARDINALI S: *Customer value perspective in managing returns: a case study from the Italian footwear industry*. PROCEEDING VCM Conference vol 1; 01/2011
- Temperini V, CARDINALI S, Perna A: *E-learning as a Marketing Tool: The iGuzzini Experience*. Building Capabilities for Sustainable Global Business: Balancing Corporate Success & Social Good; 01/2011
- CARDINALI S, Russo I: *The role of functional integration in managing commercial returns in the fashion industry*. Building Capabilities for Sustainable Global Business: Balancing Corporate Success & Social Good; 01/2011
- GREGORI G L, CARDINALI S, TEMPERINI V, PERNA A: *Forza di vendita indiretta e 'capitale relazionale': implicazioni gestionali e nuove prospettive di analisi teorica*. Atti del 32° convegno AIDEA; 01/2009
- G GREGORI, CARDINALI S, TEMPERINI V: *The Role of the "Factory Outlet" in the Fashion Business: an Empirical Study in the Foot-wear Industry*. Striving for Competitive Advantage & Sustainability: New Challenges of Globalization; 01/2009
- CARDINALI S, ALUNNO M C, GREGORI G L, RASICCI C: *WHAT DEVELOPMENT OPPORTUNITIES ARE THERE FOR A PRIVATE LABEL IN PURCHASING GROUPS?.* EAERCD Conference 2007, 14th International Conference on RESEARCH IN THE DISTRIBUTIVE TRADES; 01/2007
- GREGORI G L, CARDINALI S: *From a new wellness market towards a new well-being manager.. Creativity and Innovation: Imperatives for Global Business and Development*; 01/2007