

Curriculum Vitae

Monia Melia

7

POSIZIONE ATTUALE

- Da Ottobre 2018 ad oggi Abilitata al ruolo di seconda fascia (Professore Associato) per il settore concorsuale 13/B2, Economia e Gestione delle imprese.
- Da Maggio 2019 Co-direttore del Master in Marketing Management UMMM, Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro.
- Dal 2013 ad oggi Docente di Marketing, Corso di Laurea in Economia Aziendale, Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro.
- Dal 2009 ad oggi Componente del gruppo di ricerca di Economia e Gestione delle Imprese, SECS-P/08, coordinato dalla Prof.ssa Maria Colurcio, Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro.

STUDI E FORMAZIONE

- 7 luglio 2013 Partecipa alla Giornata della Scuola SIM (Società Italiana Marketing) Tema "Come si scrive una monografia, La Network Analysis" Sede: Università degli Studi Federico II di Napoli
- 2012 Consegue la certificazione ECDL – (POR CALABRIA FSE 2007-2013, Asse III. Obiettivo Formativo G1. Voucher formativi. Art. 1 L.R. n.19/2009)
- 6 ottobre 2011 Consegue il Titolo di Dottore di Ricerca; Dottorato di Ricerca: Economia e Management in Sanità - XXIII Ciclo; Ateneo: Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro, DOPES; Tesi: Co-creazione del valore ed integrazione delle risorse nel nuovo assetto del mercato farmaceutico; Supervisor: Prof. Maria Colurcio.
- Dal 5 al 18 settembre 2010 Frequenta la scuola nazionale di metodologia della didattica dell'Accademia italiana di economia aziendale (AIDEA) Pinerolo
- Dal 20 al 24 luglio 2009 Frequenta la scuola estiva SDIPA Metodologie per la ricerca sociale: Analisi multivariata per la ricerca sociale Scuola di direzione per le imprese e la Pubblica Amministrazione, Università della Calabria
- 2006 Consegue la laurea specialistica in Management e Consulenza aziendale con votazione 110/110 con lode, mezione alla carriera, diritto di pubblicazione tesi. Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro.
- 2004 Consegue la laurea triennale in Economia Aziendale con votazione 110/110 con lode. Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro.

2001 Consegue il diploma di Ragioneria e perito commerciale indirizzo amministrativo I.G.E.A con votazione 100/100
Istituto Tecnico Commerciale "A. Calabretta" - Soverato

POSIZIONE ACCADEMICA

Novembre 2018 – Assegnista di ricerca post-doc.
Luglio 2019 Titolo del progetto di ricerca: La generazione di valore in periodi di crisi.
Dipartimento di Giurisprudenza, economia e Sociologia (DiGES).
Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro.
Borsa post-doc di Ateneo.
Responsabile scientifico: Prof. Maria Colurcio.

Dicembre 2012 - Assegnista di ricerca post-doc.
Ottobre 2018 Titolo del progetto di ricerca: La generazione di valore in periodi di crisi.
Dipartimento di Scienze Giuridiche Storiche Economiche e Sociali - DSGSES. Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro.
Borsa post-doc di Ateneo.
Responsabile scientifico: Prof. Nicola Ostuni.

Dal 24 novembre 2010 ad oggi Cultore della materia per gli insegnamenti di SECS-P/08 nell'ambito dei corsi di laurea in Economia Aziendale e Economia Aziendale e Management - Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro

INCARICHI DI INSEGNAMENTO PRESSO ATENEI ITALIANI

a.a. 2019-2020 Ruolo: Docente a contratto;
Insegnamento: Marketing (9 CFU).
Corso di Laurea: Economia Aziendale;
Università degli studi Magna Græcia di Catanzaro.

a.a. 2017-2019 Ruolo: Docente a contratto;
Insegnamento: Marketing (7 CFU).
Corso di Laurea: Economia Aziendale;
Università degli studi Magna Græcia di Catanzaro.

a.a. 2015 - 2017 Ruolo: Docente a contratto;
Insegnamento: Marketing e strategie d'impresa (7 CFU).
Corso di Laurea: Economia Aziendale;
Università degli studi Magna Græcia di Catanzaro.

a.a. 2013-2015 Ruolo: Docente a contratto;
Insegnamento: Marketing e strategie d'impresa (2 CFU).
Corso di Laurea: Economia Aziendale;
Università degli studi Magna Græcia di Catanzaro.

a.a. 2010 – 2011 Ruolo: Docente a contratto;
Insegnamento: Organizzazione e Gestione delle Attività Sportive;
Corso di laurea: Scienze Motorie;
Università degli studi Magna Græcia di Catanzaro.

a.a. 2012 – 2013 Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Marketing Territoriale;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Maria Colurcio;

- Corso di laurea specialistica: Management e Consulenza Aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- a.a. 2012 – 2013 Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Marketing e strategie d'impresa;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Maria Colurcio;
Corso di laurea: Economia Aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- a.a. 2009 – 2010 Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Management e Marketing Sportivo;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Maria Colurcio;
Corso di laurea: Scienze Motorie;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- a.a. 2008 – 2012 Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Economia e Gestione delle imprese: marketing e gestione delle PMI;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Tiziana Russo Spena;
Corso di laurea: Economia Aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- a.a. 2010 - 2013 Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Gestione delle Imprese sanitarie;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Maria Colurcio;
Corso di laurea specialistica: Management e consulenza aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- Dal 2008 ad oggi Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Economia e Gestione delle Imprese;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Maria Colurcio;
Corso di laurea: Economia Aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- a.a. 2007-2008 Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Economia e Gestione delle Imprese;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Francesco Bifulco;
Corso di laurea: Economia Aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- a.a. 2008-2010 Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Analisi di settore;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Maria Colurcio;
Corso di laurea specialistica: Management e consulenza aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- a.a. 2007-2009 Ruolo: Collaboratore di Cattedra;
Insegnamento: Economia e Gestione delle Imprese sanitarie;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Francesco Bifulco;
Corso di laurea specialistica: Management e consulenza aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- a.a. 2006 – 2008 Ruolo: Tutor (Titolare di contratto di Tutorato);
Insegnamento: Economia e Gestione delle Imprese: Marketing e gestione delle PMI;
Docente Titolare di Cattedra: Prof. Tiziana Russo Spena;

Corso di laurea: Economia Aziendale;
Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.

INCARICHI DI INSEGNAMENTO PRESSO ATENEI E ISTITUTI DI RICERCA, ESTERI E INTERNAZIONALI

Dal 20 al 22
Settembre
2016

Ruolo: Visiting Professor;
Corsi: Business Administration e Business Economics.
Argomento seminario: Value co-creation and companies behaviors in times of crisis;
Programma: LLP/Erasmus Teaching Staff Mobility a.a. 2015-2016;
Responsabile Erasmus Università Complutense di Madrid: Prof. Manuel García-Gofí;
Facoltà: Economics and Business;
Ateneo: Università Complutense di Madrid - UCM.
Nazione: Spagna.

ORGANIZZAZIONE DI WORKSHOP, SEMINARI E LABORATORI

29 e 30
Novembre 2018

Ruolo: Chair e Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Percorsi di marketing in Calabria, VI edizione;
Corso: Marketing; a.a. 2018-2019;
Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro, Dipartimento di Giurisprudenza, Economia e Sociologia (DiGES)

Dal 1 Novembre
al 4 dicembre
2017

Ruolo: Chair e Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Percorsi di marketing in Calabria, V edizione;
Corso: Marketing; a.a. 2017-2018;
Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro, Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES

Dal 10
Novembre al 1
Dicembre 2016

Ruolo: Chair e Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Percorsi di marketing e Innovazione in Calabria, IV edizione;
Corso: Marketing e strategie d'impresa; a.a. 2016-2017;
Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro, Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES.

3 Maggio
2016

Ruolo: Chair e Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Calabreasy, la Calabria a portata di mano. Smart solution per la promozione del territorio;
Corso: Marketing e strategie d'impresa; AA.: 2015-2016;
Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro, Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES.

24 aprile 2016

Ruolo: Chair e Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Il settore televisivo e la tecnologia digitale: nuove strategie per competere in un mercato che si rinnova;
Corso: Marketing e strategie d'impresa; AA.: 2015-2016;
Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro, Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES.

Dal 31 Marzo al

Ruolo: Chair e Organizzatore;

- 19 Aprile 2016 Attività Seminari e di Laboratorio: Percorsi di marketing in Calabria, III edizione;
Corso: Marketing e strategie d'impresa; AA.: 2015-2016;
Sede: Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro, Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES.
- Dal 18 marzo all'8 Maggio 2015 Ruolo: Chair e Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Percorsi di marketing in Calabria, II edizione;
Corso: Marketing e strategie d'impresa; a.a. 2014-2015;
Sede: Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro, Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES.
- Dal 16 Aprile all'8 Maggio 2014 Ruolo: Chair e Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Percorsi di marketing in Calabria, I edizione;
Corso: Marketing e strategie d'impresa; a.a. 2013-2014;
Sede: Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro, Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES.
- 16 Aprile 2014 Ruolo: Chair e Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Collaborative Consumption;
Keynote Speaker: Prof Marco Galvagno, Università degli Studi di Catania
Corso: Marketing e strategia d'impresa (Percorsi di Marketing in Calabria, I edizione); a.a. 2013-2014;
Sede: Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro;
Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES.
- 16 Ottobre 2013 Ruolo: Organizzatore;
Attività Seminari e di Laboratorio: Disegnare nuovi modelli di business nell'epoca digitale: Formabilio.com;
Keynote speaker: A. Andali, A. Carbone, fondatori Formabilio;
Corso: Marketing e strategie d'impresa; AA.: 2013-2014;
Sede: Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro, Dipartimento di Scienze, Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali-DSGSES.
- Dal 1 febbraio al 30 Settembre 2013 Ruolo: Membro Comitato Organizzatore;
Evento: 1st Workshop on Service Innovation Research;
Key note speaker: proff. Robert Lusch, Bo Edvardsson, Tor W. Andreassen;
Partner: Prof. Bo Edvardsson - Professore e Direttore del CTF-Service Research Center, Università di Karlstad, Svezia;
Partner: Prof. Lars Witell - Professore di marketing presso il CTF, Service Research Center, Università di Karlstad, e presso l'Università di Linköping University, Svezia.
Sede: Dipartimento di Scienze Giuridiche Storiche Economiche e Sociali - DSGSES. Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro, Italy.

ESAMI DI PROFITTO

Dal 2018 ad oggi	Presidente di commissione dell'esame di profitto per l'insegnamento di Marketing
Dal 2014 al 2017	Presidente di commissione e membro di commissione degli esami di profitto per gli insegnamenti di Economia e Gestione delle Imprese; Marketing e Strategie d'Impresa/Marketing; Gestione delle Imprese Sanitarie; Gestione dell'innovazione aziendale Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro
a.a. 2014-2015	Presidente di commissione degli esami di profitto per l'insegnamento di Finanza Aziendale Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro
Dal 2010 ad oggi	Membro di commissione degli esami di profitto per gli insegnamenti di Economia e Gestione delle Imprese; Economia e Gestione delle Imprese (AOPP); Marketing e Strategie d'Impresa/Marketing; Gestione delle Imprese Sanitarie; Gestione dell'innovazione aziendale Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro

ATTIVITÀ ACCADEMICHE ED ISTITUZIONALI

Da settembre 2019	Componente della Commissione Terza Missione (UMG)
2018	Componente gruppo AQ

COMMISSIONI DI LAUREA

Da Luglio 2016 ad oggi	Segue e presenta come relatore 53 tesi di laurea nell'insegnamento di Marketing e strategie d'impresa/Marketing nelle sedute di Laurea in Economia aziendale Università degli Studi "Magna Græcia" di Catanzaro
2010-2011	Segue e presenta come relatore 3 tesi nell'insegnamento di "Il Bilancio di Sostenibilità Ambientale", Master in Economia dello sviluppo sostenibile Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro
2010-2011	Segue e presenta come relatore 2 tesi di laurea nell'insegnamento di Management e Marketing sportivo nelle sedute di Laurea in Scienze Motorie Università degli Studi "Magna Græcia" di Catanzaro

DOCENZE A MASTER E CORSI DI FORMAZIONE

Dal 19 settembre al 22 novembre	Ruolo: Docente Moduli seminariali; Insegnamento: La redazione del Piano di Marketing (32 ore); Master di I livello in Marketing Management – UMMM; Organizzatori: Gruppo di ricerca in Economia e Gestione delle imprese SECS-P/08 - UMG coordinato dalla Prof.ssa Maria Colurcio; Sede: Scuola dell'Alta Formazione - Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro
Dal 9 maggio al 27	Ruolo: Docente Moduli seminariali;

- giugno
 Insegnamento: Brand Management (16 ore);
 Master di I livello in Marketing Management – UMMM;
 Organizzatori: Gruppo di ricerca in Economia e Gestione delle imprese SECS-P/08 - UMG coordinato dalla Prof.ssa Maria Colurcio;
 Sede: Scuola dell'Alta Formazione - Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro
- Dal 9 maggio al 27 giugno
 Ruolo: Docente Moduli seminariali;
 Insegnamento: Il Marketing nelle PMI (8);
 Master di I livello in Marketing Management – UMMM
 Organizzatori: Gruppo di ricerca in Economia e Gestione delle imprese SECS-P/08 - UMG coordinato dalla Prof.ssa Maria Colurcio;
 Sede: Scuola dell'Alta Formazione - Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro
- Dal 3 giugno al 20 dicembre 2014
 Ruolo: Docente Moduli seminariali;
 Insegnamento: Il sistema media e la comunicazione;
 Progetto: PON "Ricerca & Competitività" (PON "R&C") 2007-2013, BIOMEDPARK@UMG--Ambito 2 Esperto Tecnico-Commerciale per laureati; Organizzatori: Fondazione UMG e Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro;
 Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- Dal 3 giugno al 20 dicembre 2014
 Ruolo: Docente Moduli seminariali;
 Insegnamento: Le relazioni distributive;
 Progetto: PON "Ricerca & Competitività" (PON "R&C") 2007-2013, BIOMEDPARK@UMG – Ambito 2 Esperto Tecnico-Commerciale per laureati;
 Organizzatori: Fondazione UMG e Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro;
 Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro
- Dal 1 settembre 2010 al 30 agosto 2011
 Ruolo: Docente Moduli Seminariali;
 Insegnamento: Il Bilancio di sostenibilità ambientale;
 Master di II livello in Economia dello sviluppo sostenibile-ESSO;
 Organizzatore: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro;
 Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- Dal 1 settembre 2011 al 30 agosto 2012
 Ruolo: Docente Moduli Seminariali;
 Insegnamento: Economia delle aziende sanitarie;
 Master di I livello in Management integrato dei servizi sociali e sanitari;
 Organizzatore: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro;
 Sede: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.

ESPERIENZE PROFESSIONALI

- Dal 1 settembre 2015 ad oggi
 Ruolo: Tutor ufficiale per la sede di Catanzaro (Università degli Studi Magna Graecia, Corso di laurea in Economia Aziendale) della 28^a Edizione Premio Marketing per l'Università (Caso "FOX Channels Italia"); 29^a Edizione Premio Marketing per l'Università (Caso "BNP PARIBAS. Millennial Mon Amour"); 30^a Edizione Premio Marketing per l'Università (Caso "National Geographic"); 31^a Edizione Premio Marketing per l'Università (Caso

- “Frecciarossa. Veloci verso il futuro”); 32^a Edizione Premio Marketing per l’Università (Caso “Il Pastificio Di Martino e Antonio Amato”);
 Promotore: Società Italiana Marketing c/o Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale – CORIS Sapienza, Università di Roma
- Dal 1 giugno al 30 settembre 2018
 Ruolo: Responsabile della stesura del caso “Frecciarossa: Veloci verso il futuro. *Vincere la concorrenza nella mobilità rapida, sostenibile e connessa*” della 31a Edizione del Premio Marketing per l’Università;
 Promotore: Società Italiana Marketing c/o Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale – CORIS Sapienza, Università di Roma
- Dal 6 ottobre 2008 al 28 febbraio 2009
 Ruolo: Docente formatore
 Insegnamento: Marketing territoriale (28 ore)
 Corso di formazione professionale “Esperto alla creazione d’impresa per lo sviluppo locale”
 Progetto: PIT – POR Calabria 2000-2006
 Promotore: Società di formazione Formaconsult Soc, Catanzaro.

PARTECIPAZIONE SCIENTIFICA A PROGETTI DI RICERCA INTERNAZIONALI E NAZIONALI

- Dal 1 gennaio 2013 ad oggi
 Ruolo: Componente gruppo di ricerca;
 Progetto di ricerca: “Business Model Innovation”;
 Rilevanza: Progetto di ricerca internazionale n. 324448;
 Enti Finanziatori: European Union - FP7 Marie Curie Industry-Academia Partnerships and Pathways Programme;
 Ateneo/Istituto di ricerca promotore: Reykjavik University's School of Business e Center for Research on Innovation and Entrepreneurship, University of Reykjavik, Islanda (Responsabile scientifico Prof. Marina Candi; componenti: Kjartan Sigurdsson, Aldis Sigurdardottir);
 Atenei/Istituti di ricerca partner: Wyzsza Szkoła Biznesu - National-Louis University (componenti: Michal Jasiensky, Anna Ujwary-Gil e Magdalena Rzeznik) e Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro (Responsabile scientifico Prof. Maria Colurcio).
- Dal 01 Aprile 2013 al 30 marzo 2017
 Ruolo: Componente Gruppo di ricerca;
 Progetto di ricerca: Smart Service Ecosystem: Designing a sustainable innovation practice;
 Rilevanza: Progetto di ricerca internazionale;
 Ateneo/Istituto di ricerca promotore: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro;
 Atenei/Istituti di ricerca partner: i) CTF- Università di Karlstad, Svezia; ii) Reykjavik University Center for Research - Islanda; iii) Università di Caxias do Sul - Brasile;
 Resp. Scientifico e coordinatore del progetto: Prof.ssa Maria Colurcio, Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro (Italia)
 Resp. Atenei/Istituti di ricerca partner: Prof. Bo Edvardsson (CTF-Università di Karlstad - Svezia); Prof.ssa Marina Candi (Reykjavik

- University Center for Research - Islanda); Janaina Macke (Università di Caxias do Soul)
- Dal 2013 ad oggi Ruolo: Componente gruppo di ricerca;
Progetto di ricerca: “La generazione di valore in periodi di crisi”
Rilevanza: Progetto di ricerca nazionale
Ateneo/Istituto di ricerca promotore: Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro.
- Dal 20 febbraio 2014 al 20 aprile 2014 Ruolo: Componente gruppo di ricerca;
Progetto di ricerca: Sviluppo di nuovi prodotti a base di frutta e ortaggi e promozione del consumo attraverso la diffusione di distributori automatici. Frutta snack in Campania,
Rilevanza: Progetto di ricerca nazionale
Promotore: Centro di Ateneo per l'innovazione e lo Sviluppo dell'industria agroalimentare - CAISIAL, Università degli Studi di Napoli Federico II.
Resp. Scientifico e coordinatore del progetto: Prof. P Masi CAISIAL, Università degli Studi di Napoli Federico II.
- Dal 1 Gennaio 2007 al 20 dicembre 2012 Ruolo: Componente gruppo di Ricerca;
Progetto di ricerca: “Value co-creation e mercato farmaceutico”
Rilevanza: Progetto di ricerca nazionale
Resp. Scientifico e coordinatore del progetto: Prof.ssa Maria Colurcio; Università degli Studi Magna Graecia di Catanzaro

PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI DI RIVISTE DI RICONOSCIUTO PRESTIGIO

- Dal 4 aprile 2016 al 30 settembre 2016 Ruolo: Reviewer;
Convegno: 26th Annual Reser Conference 2016;
Rilevanza: Internazionale.
- Dal 1 gennaio 2015 ad oggi Ruolo: Reviewer;
Journal: European Journal of Marketing;
Rilevanza: Internazionale.
- Dal 1 gennaio 2015 al 30 giugno 2015 Ruolo: Reviewer;
Convegno: 10th International Forum of Knowledge asset dynamics (IFKAD 2015)
Rilevanza: Internazionale.
- Dal 1 gennaio 2013 al 31 dicembre 2013 Ruolo: Reviewer;
Volume: Multi-Perspective Analysis of Retailer-Consumer Relationships
Editor: Fabio Musso e Elena Druica;
Rilevanza: Internazionale.
- Dal 1 gennaio 2012 ad oggi Ruolo: Reviewer;
Journal: Mercati & Competitività, The Journal of the Italian Marketing Association,
Edizioni Franco Angeli
Rilevanza: Nazionale.

AFFILIAZIONI AD ASSOCIAZIONI ACCADEMICHE

- Dal 1 novembre 2009 ad oggi Membro della Società Italiana Marketing (SIM)
- Dal 1 gennaio 2018 Membro della Società Italiana di Management (SIMA)
- Dal 1 gennaio 2018 Membro dell'Accademia Italiana di Economia aziendale (AIDEA)

PREMI E RICONOSCIMENTI PER L'ATTIVITÀ DI RICERCA SCIENTIFICA

- 14 Novembre 2014 Premio: Selected paper;
Paper: Caridà A., Colurcio M., Melia M. (2015), Designing a collaborative business model for SMEs, Sinergie Italian Journal of Management 33(98):235-255, ISSN 0393-5108;
Convegno Internazionale: XXVI Convegno annuale di Sinergie
Ente assegnante: Sinergie Italian Journal of Management-CUEIM;
Nazione ente assegnante: Italia;
Rilevanza: Nazionale.
Descrizione Premio: Il premio individua i migliori paper e le migliori presentazioni nell'ambito del convegno annuale Sinergie. I selected papers (5) vengono premiati con la pubblicazione in una special issue di Sinergie Italian Journal of Management.
- 10 Giugno 2013 Premio: Outstanding Paper Award-Emerald Literati Network Awards for Excellence 2013
Paper: Russo Spena T., Caridà A., Colurcio M., Melia M. (2012), Store experience and co-creation: the case of temporary shop, International Journal of Retail & Distribution Management, 40(1): 21-40;
Ente Assegnante: Emerald Literati Network;
Nazione Ente Assegnante: UK;
Rilevanza: Internazionale.
Motivazione: The award winning papers are chosen following consultation amongst the journal's Editorial Team, many of whom are eminent academics or practitioners. Your paper has been selected as it was one of the most impressive pieces of work the team has seen throughout 2012.

RELAZIONI/INTERVENTI A CONFERENZE NAZIONALI ED INTERNAZIONALI

- XV Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Bari), Italia
- XIV Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Bergamo), Italia
- XXVI Convegno annuale di Sinergie – (Napoli) Italia
- XIII Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Cassino), Italia
- 14th Annual International Conference on Marketing 2016 (Atene), Grecia
- R&D Management Conference 2015 (Pisa), Italia
- Naples Forum on Service 2015 (Napoli) Italia
- X Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Milano), Italia
- 1st Workshp on Service Innovation Research, Catanzaro, Italia
- Naples Forum on Service 2013 (Ischia), Italia
- 42th Emac International Conference (Istanbul), Turchia
- AMA SERVSIG International Service Research Conference (Helsinki), Finlandia
- 41th Emac International Conference (Lisbona), Portogallo
- VIII Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Roma), Italia
- Naples Forum on Service 2011 (Capri) Italia
- 40th Emac International Conference (Ljubljana), Slovenia
- VII Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Ancona), Italia
- 39th Emac International Conference (Copenhagen), Danimarca
- VI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (Firenze), Italia
- 13° Convegno annuale AIES (Matera), Italia

PUBBLICAZIONI

Monografie

1. MELIA M. 2018. Le strategie di branding nelle PMI. Wolters Kluwer. Cedam. Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro Collana del Dipartimento di Scienze Giuridiche, Storiche, Economiche e Sociali. ISBN: 978 88 13 365554.
2. MELIA M. 2018. Percorsi di Marketing in Calabria. Collana Marketing e Innovazione. Studi ed esperienze d'impresa. Pacini Editore. ISBN 978-88-6995-425-2.

Capitoli in libri

3. MELIA M., CARIDÀ A., "Designing in-store atmosphere for a holistic customer experience" in F. Musso, E. Druica, Handbook of Research on Retailing Techniques for Optimal Consumer Engagement and Experiences, IGI Global (in corso di pubblicazione).
4. MELIA M., CARIDÀ A., "Il crowdsourcing come pratica di creazione del valore. Quando la brand community diventa una pratica per creare valore insieme alla folla. Il caso Nel Mulino che vorrei" in M. Colurcio, Nuove dinamiche relazionali per la co-creazione di valore. Il crowdsourcing, pp. 67-99. Aracne editrice: Roma (2017) ISBN: 978-88-255-0335-7.
5. COLURCIO, M., MELIA, M., "Harmont & Blaine: a successful dachshund to build the values and brand identity" in Byoungho Jin and Elena Cedrola, Fashion Branding and Communication: Core strategies of European Luxury Brands. Palgrave Macmillan 2017, ISBN 978-1-137-52342-6, DOI 10.1057/978-1-137-52343-3.
6. CARIDÀ, A., MELIA, M., COLURCIO, M., "Business model design and value co-creation: Looking for a new pattern" in T. Russo Spena, C. Mele, M Nuutinen, Innovating in practice. Perspectives and Experiences. pp. 339-364. Springer International Publishing: Switzerland (2017) ISBN 978-3-319-43380-6. (DOI 10.1007/978-3-319-43380-6_15).

7. RUSSO SPENA, T., COLURCIO, M., MELIA, M., "Framing the new social-service innovation Mindset" in T. Russo Spena, C. Mele, M Nuutinen, *Innovating in practice. Perspectives and Experiences*. pp 205-235. Springer International Publishing: Switzerland (2017) ISBN 978-3-319-43380-6. (DOI 10.1007/978-3-319-43380-6_10).
8. CARIDÀ, A., MELIA, M., COLURCIO, M., "Interactive technologies to enhance collaborative practice for innovation", in L. Freund and W. Cellary, *Advances in the Human Side of Service Engineering*, AHFE International, 2014, ISBN: 978-1-4951-2091-6.
9. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., "Rethinking and improving the Health care service through Interactive web technologies" in E. Baglieri e U. Karmarkar, *Managing Consumer Services: Factory or Theater?*, Springer International Publishing, 2014. Prin ISBN: 978-3-319-04288-6; eBook ISBN: 978-3-319-04289-3, DOI 10.1007/978-3-319-04289-3.
10. COLURCIO, M., TREGUA, M., MELIA, M., CARIDÀ, A., "Social networks for outsourcing and developing a Firm's creativity, chapter 6, in J.C, Spohrer e L.E. Freund, *Advances in the Human Side of Service Engineering*, CRC Press, 2012. Print ISBN: 978-1-4398-7026-6; eBook ISBN: 978-1-4398-7027-3.

Articoli in riviste nazionali

11. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., "Designing a collaborative business model for SMEs", *Sinergie Italian Journal of Management*, Vol. 33, No.98, pp. 235-255, 2015. DOI: 10.7433/s98.2015.14
12. CARIDÀ, A., RUSSO SPENA, T., MELIA, M., COLURCIO, M., "Tempo e spazio per la value co creation: il temporary shop", *Mercati e Competitività*, 3, 2010 (ISSN 1826-7386).
13. RUSSO SPENA, T., COLURCIO, M., MELIA, M., "Storytelling e web communication", *Mercati e Competitività*, Vol. 1, pp. 99-119, 2013 (ISSN 1826-7386).

Articoli in riviste internazionali

14. CANDI M., MELIA M., COLURCIO M., "Two Birds with one stones: the quest for addressing both business goals and social needs with Innovation", *Journal of Business Ethics*, ISSN: 0167-4544 (Print) 1573-0697 (Online), **FASCIA A ANVUR, Impact Factor 2016 2.354**. Doi.org/10.1007/s10551-018-3853-y
15. MELIA, M., "Value co-creation during times of crisis: a framework proposal", *Archives of Business Research*, Vol. 4, n. 3, 2016. (ISSN 2054-7404; DOI: org/10.14738/abr.43.2016)
16. COLURCIO M, CARÈ S, CARIDÀ A, MELIA M. (2016). Crowdsourcing: Looking for a Pattern. *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, vol. 1, p. 259-271, ISSN: 2537-5865
17. TOMASELLI, G., MELIA, M., GARG, L., GUPTA, V., XUERE, P., BUTTIGEG, S. Digital and Traditional Tools for Communicating Corporate Social Responsibility: A Literature Review. *International Journal of Business Data Communications and Networking (IJBDCN)*, 12(2), 1-15, 2016. DOI: 10.4018/IJBDCN.2016070101.
18. TOMASELLI, G., MELIA, M., "The role of interactive technologies for CSR communication", *Economy & Business*, Vol. 8, 314-340, 2014 (ISSN: 1313-2555)
19. MELIA, M., COLURCIO M., CARIDÀ A., "In-store communication to improve the customer experience", *International Journal of Applied Behavioral Economics* Vol.3, n.4, pp. 55-70, 2014 ISSN: 2160-9802, e-ISSN: 2160-9810, DOI: 10.4018/ijabe.2014100104.
20. RUSSO SPENA, T., CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., "Store experience

and co-creation: the case of temporary shop” - International Journal of Retail & Distribution Management, Vol.40, n. 1, 2012. **FASCIA A, ANVUR.**

Publicazioni in atti di convegni

(selezionati con processo di referaggio ed inseriti nei Proceedings)

21. CARIDÀ A., COLURCIO M., EDVARDSSON B., PASTORE A., MELIA M., “Engagement platforms and Service Ecosystem Emergence: A resource orchestrating perspective”, 10th International Research Symposium in Service Management-IRSSM, 6-9 Ottobre 2019, Dubai.
22. PASTORE A., CARIDÀ A., COLURCIO M., EDVARDSSON B., MELIA M., “Fueling Novel and Sustainable Service Ecosystems: The Orchestrating Role of the Engagement Platforms”, XXIX International RESER Conference “Services and the future of the workforces”, 12-14, Settembre 2019, Ceuta, Spagna.
21. SEBASTIANI R., CARIDÀ A., ANZIVINO A., MELIA M., “The transformative effect of digital technologies on the healthcare service ecosystem”, Advancing Service Research and Practice, QUIS 2019, Karlstad (Svezia) 10-13 giugno 2019 (ISBN 978-91-7063-506-9).
22. CARIDÀ A., COLURCIO M., EDVARDSSON B., MELIA M., PASTORE A. “Exploring the role of service platforms in shaping new service ecosystems”, in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (Eds.) The 10 years Naples forum on service. Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science, Proceedings of the Naples Forum on Service 2019, 4-7 giugno Ischia, Italia. ISBN: 78-88-31622-19-6.
23. SEBASTIANI R., ANZIVINO A., CARIDÀ A., MELIA M., “Digital-mediated healthcare: defining a new, emerging and valuable service ecosystems”, in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (Eds.) The 10 years Naples forum on service. Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science, Proceedings of the Naples Forum on Service 2019, 4-7 giugno Ischia, Italia. ISBN: 78-88-31622-19-6.
24. CARIDÀ A., MELIA M., “Expanding understanding of interactive value formation” XIV Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Simktg) – Bergamo, 26-27 ottobre 2017 – Italy - ISBN: 978-88-907662-9-9.
25. COLURCIO M., MELIA M., CARÈ S., VERRE A. “Value co-creation in the IoT Era”, in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (Eds.) Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda, Proceedings of the Naples Forum on Service 2017, 6-9 giugno Sorrento, Italia. ISBN: 978-88-92667-57-0.
26. CARÈ S., COLURCIO M., MELIA M. (2017). Crowdsourcing a new collaboration form for value creation and resources integration. 12th International Forum on Knowledge Asset Dynamics (IFKAD), 7-9 giugno 2017 San Pietroburgo (Russia). ISBN 978-88-96687-10-9.
27. MELIA M. (2016). Le smart vending machine: da canali di vendita a fornitori di esperienze. XIII Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Simktg) – Cassino, 20-21 ottobre 2016 – Italy - ISBN: 978-88-907662-6-8.
28. COLURCIO M., CARÈ S., CARIDÀ A., MELIA M., Crowdsourcing: Looking for a pattern. Proceedings of 1st Annual Emerging Trends in Marketing and Management International Conference, 22-24 Settembre 2016, Bucharest, Romania. Bucarest University of Economic Studies Publishing House ISBN: 978-606-34-01084.
29. COLURCIO M., MELIA M., CARIDÀ A., CARÈ S., “Enabling a resource integration practice through the crowd” Proceedings of XXVI International Conference

- of Reser, 8-10 Settembre 2016, Napoli, Italia. ISBN:979-12-200-1384-0.
30. MELIA M., CARIDÀ A., CARÈ S., COLURCIO, M., “Not just new product development: mapping trends and effects of crowdsourcing practices” in Papanikos G. T. (Eds.), Proceedings of 14th Annual International Conference on Marketing, 27-30 June 2016, Athens, Greece. ISBN: 978-960-598-080-1.
 31. TOMASELLI G., MELIA M., GARG L., GUPTA V., XUERE B P., BUTTIGIEG S., “Digital and Traditional Tools for Communicating Corporate Social Responsibility: A Literature Review” – International Conference on Computational Technologies (ICCT), Jaipur, India, 26-27 marzo 2016.
 32. CANDI, M., COLURCIO, M., MELIA M., “Can business models both make money and benefit society?” - The ISPIM Innovation Forum, Boston, MA, USA, 13-16 Marzo 2016.
 33. CANDI, M., COLURCIO, M., MELIA M., “Service business models. Considering the social dimension” - R&D Management Conference, Scuola Superiore Sant’Anna, Pisa, 23-26 giugno 2015.
 34. MELIA M., CANDI, M., COLURCIO, M., “Wellbeing: a new dimension to address in business model”, in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (Eds.) Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda, Proceedings of the Naples Forum on Service 2015, 9-12 giugno Napoli, Italia. ISBN: 979-12-200-0486-2.
 35. CARIDÀ, A., COLURCIO M., MELIA, M. “Designing a collaborative business model for SMEs” – XXVI Convegno annuale di Sinergie – Cassino (Italia) 13-14 novembre 2014 (ISBN 978-88-907394-4-6 DOI 10.7433/SRCP.2014.26)
 36. MELIA, M., COLURCIO, M., CARIDÀ, A., “La comunicazione in tempo di crisi: un’indagine sui migliori brand italiani” - X Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Simktg) – Milano, 3-4 ottobre 2013 – Italy, ISBN 978-88-907662-1-3.
 37. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., “Pratiche di co-creazione e di co-distruzione di valore. Focus sulle tecnologie web” - X Convegno Annuale della Società italiana Marketing (Simktg) – Milano, 3-4 ottobre 2013 – Italy, ISBN 978-88-907662-1-3.
 38. COLURCIO, M., CARIDÀ, A., RUSSO SPENA, T., MELIA, M., “Innovation management: a bybliometric analysis of research traditions”. 1st workshop on Service Innovation Research, Catanzaro, 18-20 settembre 2013 – Italy, ISBN 978-88-548-6301-9.
 39. MELIA, M., COLURCIO, M., CARIDÀ, A., “Value co-creation: a useful approach to cope with crisis” in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (Eds.) Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda, Proceedings of the Naples Forum on Service 2013, 18-21 giugno Ischia, ISBN 978-88-7431-684-7.
 40. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., “Interactive technologies and value co-creation: the Mayo Clinic experience” in Gummesson, E., Mele, C., Polese, F. (Eds.) Service Dominant Logic, Network and Systems Theory and Service Science: Integrating three Perspectives for a New Service Agenda, Proceedings of the Naples Forum on Service 2013, 18-21 giugno Ischia, ISBN 978-88-7431-684-7.
 41. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., “Web practice to enhance value co-creation. Focus on healthcare context” - “The 13th International Research Symposium on Service Excellence in Management, Karlstad (Svezia) 10-13 giugno 2013, ISBN 978-91-7063-506-9.
 42. MELIA, M., CARIDÀ, A., COLURCIO, M., “The Virtual brand community’s design

- to enhance firm's creativity: an italian case" - 42th EMAC Conference, Istanbul (Turchia) 4-9 giugno 2013, ISBN 978-9944-380-10-2.
43. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., "A practice approach to investigate value co-creation in the healthcare context" - 42th EMAC Conference, Istanbul (Turchia) 4-9 giugno 2013, ISBN 978-9944-380-10-2.
 44. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., "Le nuove tecnologie e la co-creazione del valore in sanità" IX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (Simktg) – Benevento– Italy, 20-21 settembre 2012 (ISBN 978-88-907662-0-6).
 45. COLURCIO, M., MELIA, M., CARIDÀ, A., TREGUA, M., "Social networks for outsourcing and developing a Firm's creativity" Session management of ideas and creativity - 13th International CINet Conference, Roma 16-18 settembre 2012 (ISBN 978-90-77360-15-6).
 46. MELIA, M., CARIDÀ, A., COLURCIO, M., "La comunicazione d'impresa in rete: le Virtual Brand Communities" - VIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (Simktg) – Roma – Italy, 22-23 settembre 2011.
 47. MELIA, M., CARIDÀ, A., COLURCIO, M., "Value co-creation and resource integration in Italian Drugs distribution". Session Value co-creation and the changing role of suppliers and customers - "The 2011 Naples Forum on Service", Capri 14-17 giugno 2011, ISBN 13:978-88-7431-525-3.
 48. COLURCIO, M., MELIA, M., CARIDÀ, A., "Virtual Brand communities to integrate resource and experience". Session Brand Communities - "The 2011 Naples Forum on Service", Capri 14-17 giugno 2011, ISBN 13:978-88-7431-525-3.
 49. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., "Viral marketing between communication and entertainment". Session Competitive Paper - 40th EMAC Conference, Ljubliana (Slovenia) 24-27 maggio 2011, ISBN 978-961-240-211-2.
 50. RUSSO SPENA, T., COLURCIO, M., MELIA, M., "La comunicazione interattiva tra narrazione e social network" - VII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (Simktg) – Ancona – Italy, 23-24 settembre 2010.
 51. MELIA, M., COLURCIO, M., CARIDÀ, A., RUSSO SPENA, T., "Value co-creation and experience in drugs distribution: The Coop Health Corner", 39th EMAC Conference – Copenhagen – Denmark, 1-4 giugno 2010, ISBN 978-87-92569-01-1.
 52. CARIDÀ, A., RUSSO SPENA, T., MELIA, M., COLURCIO, M., "Time and space for the value co-creation: Temporary shop" 39th EMAC Conference – Copenhagen – Denmark, 1-4 giugno 2010, ISBN 978-87-92569-01-1.
 53. CARIDÀ, A., MELIA, M., RUSSO SPENA, T., COLURCIO, M., "Tempo e spazio per la value co-creation: i temporary shops", (coautrici), VI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (Simktg) – Firenze – Italy, 6-7 novembre 2009.
 54. MELIA, M., CARIDÀ, A., COLURCIO, M., "Il merchandising farmaceutico tra innovazione e tradizione: il caso dei corner salute Coop", VI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (Simktg) – Firenze – Italy, 6-7 novembre 2009.
 55. CARIDÀ, A., MELIA, M., "Il ruolo delle biotecnologie nei processi di innovazione sanitaria" 13° Convegno Annuale AIES – Matera – Italy, 9-10 ottobre 2008.

Abstract e Poster

1. COLURCIO M., MELIA M., CARIDÀ A., "Rethinking the Business Model for Small Companies: a proposal" Business Systems Laboratory -3rd International Symposium "Advances in Business Management. Towards Systemic Approach". Università per Stranieri di Perugia, Italy, January 21-23, 2015 (e-ISBN: 978-88-908-2422-7).
2. TOMASELLI, G., MELIA, M., "Digital CSR communication", Poster session, 43rd

- EMAC Conference, Valencia (Spagna) 3-6 giugno 2014 (ISBN 978-84-697-0220-8).
3. MELIA, M., COLURCIO, M., CARIDÀ, A., "Looking for value in the new pharmaceutical network" Session Health Service - AMA SERVSIG International Service Research Conference", Helsinki 7-9 giugno 2012 (ISBN 978-952-232-170-1).
 4. CARIDÀ, A., COLURCIO, M., MELIA, M., "The web for value co-creation in Healthcare" Session E-Service and Social Media - AMA SERVSIG International Service Research Conference", Helsinki 7-9 giugno 2012 (ISBN 978-952-232-170-1).
 5. MELIA, M., CARIDÀ, A., COLURCIO, M., "Creating value through virtual brand communities", Poster session, 41th EMAC Conference, Lisbona (Portogallo) 22-25 maggio 2012 (ISBN 978-989-732-004-0).
 6. RUSSO SPENA, T., MELIA, M., COLURCIO, M., CARIDÀ, A., "Storytelling and virtual space. The new frontiers of brand's communication", Poster session, 40th EMAC Conference, Ljubliana (Slovenia) 24-27 maggio 2011 (ISBN 978-961-240-211-2).
 7. MELIA, M., COLURCIO, M., CARIDÀ, A., "Virtual Brand Communities for Resource Integration?", Poster session, 40th EMAC Conference, Ljubliana (Slovenia) 24-27 maggio 2011 (ISBN 978-961-240-211-2).
 8. COLURCIO, M., MELIA, M., CARIDÀ, A., TREGUA, M., "Packaging and experiential benefits. The case of probiotic drinks", Poster session, 39th EMAC Conference - Copenhagen - Denmark, 1-4 giugno 2010. (ISBN 978-87-92569-01-1).

ALTRE PUBBLICAZIONI

9. MELIA M., Il caso "Frecciarossa: Veloci verso il futuro. *Vincere la concorrenza nella mobilità rapida, sostenibile e connessa*". 31a Edizione del Premio Marketing per l'Università (SIM); Roma Ottobre 2018. ISBN 978-88-943918-0-0

TESI DI DOTTORATO

10. "Co-creazione del valore ed integrazione delle risorse nel nuovo assetto del mercato farmaceutico", Tesi di Dottorato, Dottorato di Ricerca in Economia e Management in Sanità XXIII Ciclo, Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro, anno accademico 2010 - 2011.

ALTRI ARTICOLI

MELIA, M., "I consumatori, i farmaci e la GDO". *Largo Consumo*, No. 3 pp.68-69, 2011 (ISSN 1121 - 1385).

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali presenti nel cv ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali", del GDPR (Regolamento UE 2016/679) e del D.Lgs 101/2018 e successive eventuali integrazioni e/o modifiche.

Dichiaro altresì che il presente curriculum è stato redatto per la destinazione "ai fini della pubblicazione" e autorizzo pertanto alla pubblicazione per ottemperare agli obblighi di pubblicità e trasparenza previsti dal D.Lgs n. 165 del 30.3.2001 e dal D.Lgs n.33 del 14.3.2013.

4/11/2019
