DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE

(art 46 del D.P.R. n.445 del 28/12/2000)

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DELL'ATTO DI NOTORIETA'

(artt. 19 e 47 del D.P.R. n.445 del 28/12/2000)

Il sottoscritto

Cognome **Sestino** Nome **Andrea**

consapevole delle sanzioni penali, nel caso di dichiarazioni non veritiere e falsità negli atti, richiamate dall'art. 76 del D.P.R. 445/2000 e dalle leggi speciali in materia

DICHIARA

- Di possedere tutti i titoli riportati nel Curriculum vitae.
- Che quanto dichiarato nel Curriculum Vitae corrisponde a verità.

Posizione Attuale

- **Research Fellow** (Assegnista di Ricerca) in "Business Management & Marketing" – Università degli Studi di Roma Tre, Roma, Italia – SSD: SECS P/08 – Economia e Gestione delle Imprese

- **Adjunct Professor** of "Competitive Strategy" and "Fundamentals of Management" – Libera Università Internazionale degli Studi Sociali LUISS Guido Carli, Roma, Italia

- **Assistant Researcher** in Healthcare Business Management – Università Cattolica del Sacro Cuore, Roma, Italia – SSD: SECS P/08 – Economia e Gestione delle Imprese

a) dottorato di ricerca o equipollenti, ovvero, per i settori interessati, il diploma di specializzazione medica o equivalente, conseguito in Italia o all'Estero;

1. 31 Ottobre 2022. **Dottorato di Ricerca** in "Diritti, economie e culture del Mediterraneo", nell'area "Economia e Gestione delle Imprese e Marketing" (XXXV Ciclo), conseguito con una tesi dal titolo *Innovation, Digital Transformation and Business Strategies: Exploring Models and New Effects of Innovation in Human Behaviour Perception and Adoption of New Technologies*, in lingua inglese, presso il Dipartimento Jonico in Sistemi Giuridici ed Economici del Mediterraneo: società ambiente e culture, dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro.
   Settore scientifico disciplinare: SECS-P/08

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

2. **Co-titolare del Corso** in "**Economia e Gestione delle Imprese di Servizi**" a.a. 2022/2023 (10 ore) per la tematica "Management delle imprese di servizi", nell'ambito del Modulo *Marketing & Sales,* presso il Master in *Altro apprendistato in Management delle aziende di trasporto pubblico locale e servizi per la mobilità –* Università degli Studi di Torino.
   Direttore dello Short Master: Prof. Stefano Bresciani.

3. **Titolare del Corso (Professore a Contratto)** in "**Competitive Strategy"** (SECS P/08), 8 CFU, nell'ambito del Corso di Laurea in *Economia e Management,* presso l'Undergraduate School, Libera Università degli Studi Sociali (LUISS) Guido Carli, Roma. A.A. 2023/2024.

4. **Titolare del Corso (Professore a Contratto)** in "**Competitive Strategy**" (SECS P/08), 8 CFU, nell'ambito del Corso di Laurea in *Economia e Management*, presso l'Undergraduate School, Libera Università degli Studi Sociali (LUISS) Guido Carli, Roma. A.A. 2022/2023

5. **Seminario** (3 ore) dal titolo "Transizione digitale e intelligenza artificiale. Opportunità per le imprese, effetti per il mercato e i consumatori", tenutosi il 30 Gennaio 2023, presso la Scuola Superiore ISUFI dell'Università del Salento, Lecce.
   Responsabile Scientifico, Prof. Alessandro M. Peluso.

6. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Management and Innovation in Health & Social Services** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in *Management dei servizi*, presso la Facoltà di "Economia, Medicina e Chirurgia A. Gemelli" dell'Università Cattolica del Sacro Cuore a partire dal Novembre, 2022.
   Titolare dell'insegnamento: Prof. Alfredo D'Angelo.

7. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Governo dell'Innovazione Tecnologica** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in *Management dei servizi*, presso la Facoltà di "Economia, Medicina e Chirurgia A. Gemelli" dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, Roma, a partire dal Novembre 2022. Titolare dell'insegnamento: Prof. Alfredo D'Angelo.

8. **Contratto di Tutoraggio e Didattica integrativa** in **Marketing Avanzato** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in *Comunicazione pubblica e d'impresa*, presso il Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche, dell'Università Statale di Milano, con decorrenza 14 febbraio 2022 fino al 30 Settembre 2022.

9. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Marketing** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in *Strategie di Impresa e Management*, presso il Dipartimento Jonico in Sistemi Giuridici ed Economici del Mediterraneo dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, a partire dal Novembre 2021. Titolare dell'insegnamento: Prof. Cesare Amatulli.

10. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Marketing del turismo** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea triennale in *Economia e Amministrazione delle Aziende*, presso il Dipartimento Jonico in Sistemi Giuridici ed Economici del Mediterraneo dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, a partire dal Novembre 2021.
    Titolare dell'insegnamento: Prof. Cesare Amatulli.

11. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Economia e Gestione delle Imprese** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea triennale in *Economia Aziendale*, presso

il Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento, Lecce, a partire dal Novembre 2020.
Titolare dell'insegnamento: Prof. Alessandro M. Peluso.

12. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Marketing** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea triennale in *Economia Aziendale*, presso il Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento, Lecce, a partire dal Novembre 2020.
Titolare dell'insegnamento: Prof. Gianluigi Guido.

13. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Marketing Territoriale** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea triennale in *Economia Aziendale*, presso il Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento, Lecce, a partire dal Novembre 2020.
Titolare dell'insegnamento: Prof. Gianluigi Guido.

14. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Ricerche di Mercato** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in *Economia, Finanza e Assicurazioni*, presso il Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento, Lecce, a partire dal Novembre 2020.
Titolare dell'insegnamento: Prof. Gianluigi Guido.

15. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Management Digitale** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in *Management Digitale*, presso il Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento, Lecce, a partire dal Novembre 2020.
Titolare dell'insegnamento: Prof. Maria Irene Prete.

16. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Marketing Digitale** (SECS P/08) nell'ambito del Corso di laurea magistrale in *Management Digitale*, presso il Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento, Lecce, a partire dal Novembre 2020.
Titolare dell'insegnamento: Prof. Maria Irene Prete.

17. **Cultore della Materia** e supporto all'attività di docenza (Teaching & Research Assistant) in **Diritto Amministrativo** (IUS/10) per la parte speciale dedicata al **Management digitale della PA**, nell'ambito del Corso di laurea triennale in *Economia e Amministrazione delle Aziende*, presso il Dipartimento Jonico in Sistemi Giuridici ed Economici del Mediterraneo dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, a partire dal Novembre 2021.
Titolare dell'insegnamento: Prof. Maria Teresa Paola Caputi Jambrenghi.

18. **Titolare del Corso** in "Technology Analysis & Strategic management" (2 ore) e "Fondamenti di Marketing" (2 ore) nell'ambito dello Short Master in *Digital Reputation Management,* presso il Dipartimento di Formazione, Psicologia e Comunicazione dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, da Maggio 2020 a Luglio 2020, A.A. 2020/2021.
Direttore dello Short Master: Prof. Alberto Fornasari.

19. **Titolare del Corso** in "Technology Analysis & Strategic management" (2 ore) e "Fondamenti di Marketing" (2 ore) nell'ambito dello Short Master in *Digital Reputation Management,* presso il Dipartimento di Formazione, Psicologia e Comunicazione dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, da Maggio 2020 a Luglio 2020, A.A. 2019/2020.
Direttore dello Short Master: Prof. Alberto Fornasari.

20. 10 novembre 2022. **Lezione Seminariale** (4 ore) dal titolo "Market-driven management. The issue of integrating new technological innovations in business and consumers' services", nell'ambito del Corso in "International Management" presso la John Cabot American University, Roma.
Referente. Prof. Marco Valerio Rossi.

21. 10 novembre 2022. **Lezione Seminariale** (2 ore) dal titolo "Market-driven management. The issue of integrating new technological innovations in business and consumers' services", nell'ambito del Corso in "International Business" presso la John Cabot American University, Roma.
Referente. Prof. Marco Valerio Rossi.

22. 21 ottobre 2020. **Lezione Seminariale in Corso di Dottorato** (3 ore) dal titolo "Conducting high-impact scientific research in Big Data, IoT and Business Digitalization Strategies" presso la School of Business, Innovation and Sustainability, Halmstad University, Halmstad, Sweden:
Referente: Prof. Fabio Gama; Dr. Luis Fernando Ingrang

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

23. Dal 1 Dicembre 2022 – **Assegnista di Ricerca** in Economia e Gestione delle Imprese (Area 13/B2 – SSD: SECS P/08 – Economia e Gestione delle Imprese). Titolo dell'Assegno di Ricerca: "Il management della blockchain per la valorizzazione degli ecosistemi digitali nei settori strategici italiani".
Dipartimento di Economia Aziendale – Università degli Studi di Roma Tre.

24. Dal 11 Ottobre 2021 all'11 Ottobre 2022 – **Esperto tecnico del Capo di Gabinetto del Ministro dello Sviluppo Economico**, presso Ministero dello Sviluppo Economico con Decreto del Ministro nr. 19166 del 11/10/21.
L'incarico aveva l'obiettivo di coadiuvare il Capo di Gabinetto e il Ministro in scelte strategiche e di policy, con particolare riferimento alle questioni di avanzamento tecnologico e impatto su imprese e consumatori. Durante la collaborazione si è svolta: 1) **Consulenza tecnico-specialistico** sui temi della trasformazione digitale e dei processi di evoluzione tecnologica (Intelligenza Artificiale, Internet of Things, Data Economy, Blockchain); 2) **Valutazione della bontà scientifica e del contenuto innovativo di progetti di Ricerca e Sviluppo**, progetti di Innovazione di cui ai Contratti per l'innovazione, Contratti di sviluppo, IPCEI proposti da imprese, Università ed Enti di Ricerca; 3) **Supporto a coordinamento e collaborazione** alla stesura per la Strategia Italiana Metaverso (come referente) per conto del Gabinetto del Ministro dello sviluppo economico; 4) Collaborazione alla Strategia Nazionale per Intelligenza Artificiale; Data Economy; Progetto Gaia X; Missioni e Componenti del PNRR di competenza MiSe.

25. Dal 1 Novembre 2017 al 28 Febbraio 2022 – **Research & Development Manager (Specialist)** per lo spin-off denominato Sabacom Engineering s.r.l.
L'attività, svolta tra l'altro in parallelo al Dottorato di Ricerca a caratterizzazione industriale aveva l'obiettivo di coordinare dal punto di vista scientifico, e in veste di *project manager* taluni progetti di sviluppo, ricerca e innovazione commissionati da terzi anche in partnership con Università ed enti di ricerca (es., tramite Contratti di Rete, Accordi per l'innovazione), in taluni – si vedano i sottostanti – anche come Membro di Unità di Ricerca.

26. **Membro di Unità di Ricerca "Sustainable City Logistic Management SCILOMA"** - POR Puglia FESR–FSE 2014–2020, Asse prioritario 1 – Ricerca, sviluppo tecnologico, innovazione, Azione 1.4.b "Supporto alla generazione di soluzioni innovative a specifici problemi di rilevanza sociale", INNOLABS – Sostegno alla creazione di soluzioni innovative finalizzate a specifici problemi di rilevanza sociale, per Sabacom Engineering s.r.l. (*spin-off* di Sabanet s.r.l.).

27. **Membro di Unità di Ricerca "Technologies for Innovative Therapeutic Approaches in the Chronic Patient Care - Tech.in.th.app" -** POR Puglia FESR–FSE 2014–2020, Asse prioritario 1 – Ricerca, sviluppo tecnologico, innovazione, Azione 1.4.b "Supporto alla generazione di soluzioni innovative a specifici problemi di rilevanza sociale", INNOLABS – Sostegno alla creazione di soluzioni innovative finalizzate a specifici problemi di rilevanza sociale, per Sabanet s.r.l.

28. **Collaborazione** a Unità di Ricerca "**Sarcopenia Integrated Management and Measurement System**" POR Puglia FESR–FSE 2014–2020 con IRCSS San Giovanni Rotondo, Università del Salento, Wacebo, Intelle-go s.r.l., Sabacom Engineering s.r.l.

29. **Principal Investigator** per il progetto "Beacon Bluetooth e strategie di marketing in-store nel settore retail per l'Intelligenza Artificiale" – quale vincitore del Grant 2020 promosso dalla Società Italiana Marketing (SIMktg).

Reviewer, Membro di Editorial Board, Guest Editor

30. 2023 – oggi. Membro dell'Editorial Board "European Journal of Management" (Classe A, ANVUR).

31. 2023 – oggi. Membro dell'Editorial Board "British Food Journal" (Classe A, ANVUR).

32. 2021 – oggi. Membro dell'Editorial Board "International Journal of Electronic Trade"

33. 2021 – oggi. Membro del Comitato di Redazione de "Gli Annali del Dipartimento Jonico", edizioni DJSGE.

34. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “Technovation”.

35. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing”.

36. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “Psychology and Marketing”.

37. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “Technology Analysis & Strategic Management”.

38. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “British Food Jorunal”.

39. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “European Journal of Innovation Management”.

40. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “Sustainability”.

41. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “Journal of Financial Service Marketing”.

42. Reviewer per la Rivista Scientifica Internazionale “Journal of Interactive Marketing”.

e) realizzazione di attività progettuale relativamente ai settori concorsuali nei quali è prevista;

43. Co-organizzatore del panel “Metaverso e Sanità” nell’ambito del 1° Festival del Management promosso dalla Società Italiana di Management, tenutosi presso l’Università Commerciale Bocconi, Milano – in collaborazione con il Prof. Alfredo D’Angelo.

44. Co-organizzatore del Convegno “Digital transition e innovation technology. Profili economico giuridici delle opportunità, skills e sfide nel prossimo futuro”, insieme al Dott. Vincenzo Iaia, tenutosi presso l’Università degli Studi di Bari Aldo Moro il 27 Maggio 2021.

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

41. Supervisione del team di ricerca sul tema “Intelligenza Artificiale per il retail” nell’ambito del Grant 2020 della Società Italiana Marketing.

42. 2019 – oggi. Socio di AIDEA (Accademia Italiana di Economia Aziendale).

43. 2019 – oggi. Socio di SIMA (Società Italiana di Management).

44. 2019 – oggi. Socio di SIM (Società Italiana di Marketing).

45. 2019 – oggi. Socio di AIRI (Associazione Italiana per la Ricerca Industriale).

h) relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali;

42. 3-4 febbraio 2023. Relatore per il panel “Le opportunità del Metaverso nel settore healthcare” la sanità”, nell’ambito del 1° Festival del Management promosso dalla Società Italiana di Management – Università Commerciale Luigi Bocconi.

43. 20 – 21 ottobre 2022. XIX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: “Next Generation Marketing. Place, People, Planet: cooperation & shared value for a new era of critical marketing”, Università di Salerno – Andrea Sestino ha presentato lo short paper: Sestino A., Tursi, F., Amatulli, C., Peluso, A. M., Guido, G. (2022). “Strategie di comunicazione degli NFT per i luxury fashion brand. Uno studio sul ruolo dello status e del livello di possesso”.

44. 14 – 15 ottobre 2021. XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: “Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società”, Università Politecnica delle Marche – Andrea Sestino ha presentato lo short paper: Sestino, A., Shehu, E., Guido, G. (2021). “The effects of brand personality appeal on consumers’ willingness to buy deep-tech startup products: A preliminary study”.

45. 14 – 15 ottobre 2021. XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: "Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società", Università Politecnica delle Marche – Andrea Sestino ha presentato lo short paper: Sestino, A., Colella, G., Amatulli, C. (2021). "Tradizionalità percepita e ruolo del materialismo: Uno studio sull'ospitalità di lusso".

46. 15 – 18 giugno 2021. 4th UNICART Interdisciplinary International Conference on Management, Tourism and Development of Territory "Digital transition and sustainable economy", University Sancti Cyrilli A.D. 1669, Valletta (Malta) – Andrea Sestino ha presentato il paper: Sestino A., Simonetti, A., Gastaldi, L. (2021). "COVID-19 and digital acceleration: An investigation about citizens' perception of digitalized public services in Italy" (online).

47. 15 – 18 giugno 2021. 4th UNICART Interdisciplinary International Conference on Management, Tourism and Development of Territory "Digital transition and sustainable economy", University Sancti Cyrilli A.D. 1669, Valletta (Malta) – Andrea Sestino ha presentato il paper: Sestino A., Guido, G. (2021). "Analyzing the innovative start-up opportunity to sustain innovative entrepreneurship in Southern Italy: Evidences from the Apulian area" (online).

48. 27 maggio 2021. Relatore, con un intervento dal titolo "Integrazione dell'IoT e Intelligenza Artificiale nel retail, automotive, hospitality e healthcare" nell'ambito del Convegno "Digital transition e innovation technology. Profili economico giuridici delle opportunità, skills e sfide nel prossimo futuro", insieme al Dott. Vincenzo Iaia, tenutosi presso l'Università degli Studi di Bari Aldo Moro il 27 Maggio 2021.

49. 14 – 16 gennaio 2021. 20th Marketing Trends 20th Conference 2021– Andrea Sestino ha presentato lo short paper: Amatulli, C., Sestino, A., Peluso, A. M. Guido, G. (2020). "New consumption orientations in the COVID-19 era: Preliminary findings from a qualitative investigation".

50. 28 – 30 ottobre 2020. XVI SIM Conference "Marketing 4.0. Le sfide della multicanalità", Società Italiana Marketing 2020, LIUC Univeristà di Castellanza – Andrea Sestino ha presentato lo short paper: Sestino, A., Amatulli, C., Peluso, A. M. Guido, G. (2020). "New technologies in luxury consumption experiences: The role of individual differences".

51. 6 novembre 2019. Sidrea International Workshop 2019 "Corporate Social Responsibility: Theoretical analysis and Practical implications", Università degli Studi di Napoli Federico II – Andrea Sestino ha presentato lo short paper: Sestino, A., Iaffaldano, N. (2019). "Approccio sistemico vitale e innovazione nel Sistema healthcare".

52. 24 ottobre 2019. 3rd International Scientific Conference on IT, Tourism, Economics, Management and Agriculture ITEMA, Bratislava, Slovakia – Andrea Sestino ha presentato (online) lo il paper: Iaffaldano, N., Sestino, A. (2019). "Innovation and aggregation. A governance model to sustain the competitiveness of wine company in South Italy".

i) premi e riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca;

42. **Vincitore** della V Edizione del **Premio "Tesi di Dottorato" 2023 della SIM - Società Italiana Marketing,** istituito con il supporto di BNL main partner dell'Associazione e con il contributo della Consulta Junior.

43. **Vincitore del Grant** della "Società Italiana Marketing" 2020".
(Funding: 10.000 euro) con Domitilla Magni, Università degli Studi di Roma con un progetto nell'ambito della tematica proposta "The use of Artificial Intelligence to provide customized and integrated solutions (multi-product/multi-sector) and dedicated Customer Journeys in the retail sector".
Il Progetto si poneva l'obiettivo di analizzare, studiare e sviluppare sistemi di comunicazione basati sull'Intelligenza Artificiale per mezzo di beacon Bluetooth all'interno del punto vendita (location-based marketing), connessi a una piattaforma di Business Intelligence.

Pubblicazioni scientifiche

Monografie

1) **Sestino, A.,** Guido, G., Peluso, A. M. (2022). *Non-Fungible Tokens (NFTs). Examining the Impact on Consumers and Marketing Strategies*. Palgrave McMillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-07203-1

2) **Sestino, A.,** Amatulli, C. (2023). *New Technologies in Luxury Consumption. Evidence from Research and Implications for Marketing Strategies*. Palgrave McMillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-26082-7

Articoli scientifici su riviste nazionali ed internazionali su riviste di classe A dell'area 13/B2:

1) **Sestino, A.,** Prete, M. I., Piper, L., & Guido, G. (2020). Internet of Things and Big Data as enablers for business digitalization strategies. *Technovation*, p. 102173, https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102173

2) Piper, L., **Sestino, A.,** & Guido, G. (2020). Gluttony as predictor of compulsive buying behaviour. *British Food Journal*, Vol. 123 No. 4, pp. 1345-1361, https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2020-0375

3) **Sestino, A.,** & De Mauro, A. (2021). Leveraging Artificial Intelligence in Business: Implications, Applications and Methods. *Technology Analysis & Strategic Management*, pp. 1-14, https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1883583

4) Piper, L., de Cosmo, L. M., **Sestino, A.,** Giangrande, A., Stabili, L., Longo, C., & Guido, G. (2021). Perceived social welfare as a driver of green products consumption: Evidences from an integrated multi-trophic aquaculture production. *Current Research in Environmental Sustainability*, 3, 100081, https://doi.org/10.1016/j.crsust.2021.100081.

5) **Sestino**, A., Amatulli, C., & Guido, G. (2021). Consumers' innovativeness and conspicuous consumption orientation as predictors of environmentalism: an investigation in the context of smart mobility. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1-14. https://doi.org/10.1080/09537325.2021.2020752

6) **Sestino**, **A**., Peluso, A.M., Amatulli, C., Guido, G. (2022). Let me drive you! The effects of change seeking and behavioural control in Artificial Intelligence based self-driving cars. *Technology in Society*, *70*, https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102017.

7) **Sestino, A**., Giraldi, L., Cedrola, E., Zamani, S. Z., & Guido, G. (2022). The Business Opportunity of Blockchain Value Creation among the Internet of Value. *Global Business Review*, 09721509221115012, https://doi.org/10.1177/09721509221115012

8) **Sestino, A.,** Giraldi, L., Rossi, M. V., Faggioni, F. (2022). Innovative food and sustainable consumption behaviour. The role of consumer-related characteristics in lab-grown meat (LGM) consumption, *British Food Journal,* in press, https:/doi.org/10.1108/BFJ-09-2022-0751

9) **Sestino, A.** & D'Angelo, A. (2023). My Doctor is an Avatar! The Effect of Perceived Virtual Agents Anthropomorphism and Emotional Receptivity on Individuals' Intention to Use Digital-Based Healthcare Service, *Technological Forecasting & Social Change,* in press, https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122505

10) Amatulli, C., Peluso, A.M., **Sestino, A.,** Belk, R., Guido, G. (2023). The Influence of a Lockdown on Consumption: An Explorative Study on Generation Z's Consumers, *Journal of Retailing and Consumer Services,* in press, https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103358

11) **Sestino** A**.,** Amatulli, C., Peluso A.M., Guido, G. (2022). Managing IoT in luxury tourism experiences. The role of individuals' openness and status consumption orientation. *Technology Analysis & Strategic management*, in press, https://doi.org/10.1080/09537325.2023.2216792.

12) **Sestino, A.,** De Mauro, A., Kahlawi, A. (2023). Decoding the Data Economy: A Literature Review of Its Impact on Business, Society, and Digital Transformation. *European Journal of INnvoation Management,* in press, https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2023-0078

Under Review/ In preparation (per riviste scientifiche di classe A)

- **Sestino, A.** & D'Angelo, A. (2023). The effects of gamification-based digital therapeutics (DTx) on elderly patients: The relevance of socialization.
  Submitted to: *Technovation* (A)

- **Sestino, A.** & Amatulli, C., (2023). The challenge of integrating IoT-based technologies to build intelligent luxury shopping environment: Effects on brand personality appeal and the role of consumers' status consumption orientation.
  Submitted to: *International Journal of Retailing and Consumer Services* (A)

- **Sestino, A.,** Rizzo, C., Alam, G. M. (2023). "Look how sustainable I am!". New technologies for sustainable behavior: The effect of sustainability-related communication focus and individuals' differences on intention to use food waste fighting mobile applications.
  Submitted to: *European Journal of Innovation Management* (A)

- Rizzo, C., **Sestino, A.,** Giachino, C. (2023). Sustainability or greenwashing? An examination of firms' intention to adopt digital tools to fight food waste.
  Submitted to: *Industrial Marketing Management* (A)

- Rizzo, C., **Sestino, A.,** Gutuleac, R., Bertoldi, B. (2023). Examining the impact of food waste enablers on the adoption of mobile technologies for food recovery.
  Submitted to: *Management Decision* (A)

- **Sestino, A.**, Amatulli, C., Rossi, M.V., Faggioni, F. (2023). Pay by card or crypto? The effect of traditional vs. crypto-based e-payments and luxury vs. mass-market products, on consumers' brand perception and buying behaviour.
  In preparation for: *Technovation* (A)

- Guido, G., **Sestino, A.,** Barbarossa, V. (2023). The persuasive ability of information sources and the limits of decision-making in elderly consumption behavior.
  Submitted to: *International Journal of Advertising* (A)

- **Sestino, A.,** Piper, L., Amatulli, C., Guido, G. (2023). Consumers' attitude toward technological healthcare products: The effect of Perceived Corporate Social Responsibility on purchase intentions and word-of-mouth.
  Submitted to: *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing* (A)

- **Sestino, A.**., Capestro, M., Amatulli, C. (2023). 8D music in online shopping experience: Effects on arousal and imagery evoking on consumers' word of mouth.
  Submitted to: *Italian Journal of Marketing*

Articoli scientifici su riviste nazionali ed internazionali su altre riviste dell'area 13/B2:

13) Guido, G., Amatulli, C., & **Sestino, A.** (2020). Elderly consumers and financial choices: A systematic review. *Journal of Financial Services Marketing*, pp. 1-10, https://doi.org/10.1057/s41264-020-00077-7

14) Magni, D., & **Sestino, A.** (2021). Students' learning outcomes and satisfaction. An investigation of knowledge transfer during social distancing policies. *International Journal of Learning and Intellectual Capital,* Vol. 18 No. 4, pp. 339-351, https://doi.org/10.1504/IJLIC.2021.10035251

15) **Sestino, A.**, Prete, M. I., Piper, L., Guido, G. (2021). The future of online marketing strategies and digital tools: New challenges and contribution to the RACE framework. *International Journal of Electronic Trade,* in press, http://dx.doi.org/10.1504/IJETRADE.2021.10042594

16) **Sestino, A.,** Pino, G., & Guido, G. (2021). The effect of Fervid Attachment to religious rites on tourism: evidence from the Holy Week in Southern Italy. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, in press, https://doi.org/10.1108/JCHMSD-01-2021-0010

17) **Sestino, A.,** Amatulli, C., (2021). Intention to buy branded versus generic drugs: An exploratory study on the role of self-perceived seriousness of disease. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, https://doi.org/10.1108/IJPHM-10-2020-0090

18) Amatulli, C., Peluso, A. M., **Sestino, A.**, Petruzzellis, L., Guido, G. (2021). The role of psychological flow in adventure tourism: Sociodemographic antecedents and consequences on word-of-mouth and life satisfaction. *Journal of Sport & Tourism*, *25*(4), 353-369. https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1994448.

19) Guido, G., Ugolini, M. M., & **Sestino,** A. (2022). Active ageing and elderly consumers: Insights and opportunities for future business strategies. *SN Business & Economics*, 2(8), 1-24. https://doi.org/10.1007/s43546-021-00180-4

20) Rizzo, C., **Sestino, A**., Pino, G., Guido, G., Nataraajan R., Harnish R., Guido, G. (2022). A Hierarchical Personality Approach Toward a Fuller Understanding of Onychophagia and Compulsive Buying. *Psychological Report*, in press, https://doi.org/10.1177/00332941211061696

21) Colella, G., **Sestino, A.,** Amatulli, C. (2022). The role of consumers' individual differences and perceived product quality in sustainable luxury marketing: An experimental study in a social media context. *International Journal of Marketing Studies*, *14*(1), 34-45. https://doi.org/10.5539/ijms.v14n1p34

22) Giraldi, L., **Sestino, A.**, Cedrola, E. (2022). Emotional analysis in the design of tourist experiences. The role of
uncontrollable variables and atmosphere. *International Journal of Marketing Studies, 14*(1), 114-125. https://doi.org/10.5539/ijms.v14n1p114

23) **Sestino, A.,** Amatulli, C., De Angelis, M. (2021). Retail e nuove tecnologie nel fashion. Effetti su shopping experience e brand "luxuryfication". *Micro & Macro Marketing*, https://doi.org/10.1431/103223

24) **De Mauro, A.,** Sestino, A., Bacconi, A. (2022). Machine learning use in marketing: A general taxonomy. *Italian Journal of Marketing,* https://doi.org/10.1007/s43039-022-00057-w

25) Boccoli, G., **Sestino, A.,** Gastaldi, L., Corso, M. (2022). The impact of autonomy and temporal flexibility on individuals' psychological wellbeing in remote settings. *Italian Journal of Management, 40*(2), 347-349. https://doi.org/10.7433/s118.2022.15

26) **Sestino, A.,** Mantini, C., Amatulli, C. (2022). L'integrazione delle tecnologie di realtà virtuale nell'esperienza turistica. Il ruolo del flusso psicologico, delle emozioni positive, dell'intrusività e dell'utilità percepita. *Micro & Macro Marketing,* 2-32. https:/doi.org/10.1431/104634

27) Faggioni, F., Rossi, M. V., **Sestino, A.** (2023). Supply Chain Resilience in the Pharmaceutical Industry: A Qualitative Analysis from Scholarly and Managerial Perspectives. *International Journal of Business and Management*, *18*(1), 129-146. https://doi.org/10.5539/ijbm.v18n1p129

Contributi in Volume

28) **Sestino, A.,** & D'Angelo, A. (2023). Patients' reactions to anthropomorphic technologies in healthcare. The predictor roles of perceived anthropomorphism and human-like interaction: A preliminarily study. *In* Cesario, A., Auffray, C., Scambia, G. (Eds). *Personalized Medicine Meets Artificial Intelligence – Blitz Along the Paradigm Shift*, Springer (in press).

29) **Sestino, A.,** Giraldi, L., Cedrola, E., Guido, G. (2022). The relevance of individuals' perceived data protection level on intention to use Blockchain-based mobile apps. An experimental study. *In* Al-Emran, M. (Ed.) *Recent Innovations in Artificial Intelligence and Smart Applications*, Springer, pp. 150-170. https://doi.org/ 10.1007/978-3-031-14748-7-9

30) **Sestino A.,** Santarelli, I., Amatulli, C. (2022). Infusing New Technologies in Luxury: A Literature Review and Current Issues on Luxury Fashion, Food, and Tourism. *In* Pettinger, R., Gupta, B. B., Roja, A., Cozmiuc, D. (Eds). *Handbook of Research on Digital Transformation Management and Tools*, IBSN: 9781799897644, pp. 474-488. https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9764-4.ch022

31) **Sestino A.,** Di Matteo S., Amatulli, C. (2022). Fashion brands and emerging markets: A literature review from a consumer behavior perspective In: Brooksworth, F., Mogaji, E., Bosah, G. (eds*) Fashion Marketing in Emerging Economies Volume I.* Palgrave Studies of Marketing in Emerging Economies. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-07326-7_2

32) Iaia, V., **Sestino, A.** (2022). City-pair method and airport-pair method alternatives for assessing the dominant position in the flight market. A multidisciplinary analys from competiton law and marketing perspective. *Annali del Dipartimento Jonico*, IBSN: 9788894503074, pp. 105-121.

33) Amatulli, C., **Sestino, A**., Peluso, A.M., Guido, G. (2022). Luxury Hospitality and the Adoption of Voice Assistants: The Role of Openness to Change and Status Consumption. In Kotur, A.S. and Dixit, S.K. (Eds.) "The Emerald Handbook of Luxury Management for Hospitality and Tourism", Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 285-303. https://doi.org/10.1108/978-1-83982-900-020211014

34) **Sestino A**., Amatulli C., De Angelis M. (2021). Consumers' Attitudes Toward Sustainable Luxury Products: The Role of Perceived Uniqueness and Conspicuous Consumption Orientation. In: Gardetti M.Á., Muthu S.S. (eds) *Handloom Sustainability and Culture. Sustainable Textiles: Production, Processing, Manufacturing & Chemistry*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-5967-6_12

35) **Sestino, A.,** Merlo, V. (2021). Livello percepito di protezione dei dati personali e bisogno di sicurezza dei consumatori come predatori dell'intenzione all'uso di applicazioni mobile per il monitoraggio dei contagi da Covid-19. Uno studio preliminare. *Quaderni del Dipartimento Jonico*, IBSN: 9788894503081, pp. 287 – 300.

36) Amatulli, C., De Angelis, M., **Sestino, A.,** & Guido, G. (2021). Omnichannel Shopping Experiences for Fast Fashion and Luxury Brands: An Exploratory Study. In *Developing Successful Global Strategies for Marketing Luxury Brands* (pp. 22-43). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-7998-5882-9.ch002

37) **Sestino, A.** (2021). Le caratteristiche autentiche dei rituali religiosi come driver di sviluppo dei Sistemi Territoriali Locali: il caso della Settimana Santa Tarantina. *Annali del Dipartimento Jonico,* IBSN: 978-88-945030-4-3 pp. 315-328.

38) Leão De Miranda, R., Carvalho de Souza Domingues, M. J., Irgang dos Santos, L. F., & **Sestino, A.** (2020). Technological Based Incubator and University: A Case Study in the Region of Itajaí Valley. *Revista Ciências Sociais em Perspectiva*, *19*(5), pp. 187-201.

39) **Sestino, A.** (2020). Gli effetti del benessere sociale percepito sull'intenzione di acquisto dei prodotti green. *Quaderni del Dipartimento Jonico*, IBSN: 978-88-945030-2-9, Vol. 16, pp. 269-286.

Atti di Convengo (Conference Proceedings):

1) **Sestino A.,** Tursi, F., Amatulli, C., Peluso, A. M., Guido, G. (2022). Strategie di comunicazione degli NFT per i luxury fashion brand. Uno studio sul ruolo dello status e del livello di possesso, in *XIX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: Next Generation Marketing. Place, People, Planet: cooperation & shared value for a new era of critical marketing*

2) Giraldi, L., Generosi, A., Binci, D., **Sestino, A.**, Cedrola, E. (2022). A preliminary study on the impact of face coding and eye-tracking tools in the automotive sector, in *Proceeding of 21st Marketing Trends Conference, Rome, ISBN: 978-2-490372-11-9*

3) **Sestino, A.,** Guido, G., Shehu, E. (2021). The effects of brand personality appeal on consumers' willingness to buy deep-tech startup products: A preliminary study, in *Proceeding XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: "Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società",* ISBN: 978-88-943918-6-2.

4) **Sestino, A.,** Colella G., Amatulli, C. (2021). Tradizionalità percepita e ruolo del materialismo: Uno studio sull'ospitalità di lusso, in *Proceeding XVIII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing: "Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società",* ISBN: 978-88-943918-6-2.

5) **Sestino, A**., Simonetti, A., Gastaldi, L. (2021). COVID-19 and digital acceleration: An investigation about citizens' perception of digitalized public services in Italy, in *Proceeding of 4th UNICART Interdisciplinary*

International Conference on Management, Tourism and Development of Territory "Digital transition and sustainable economy", ISBN: 978-2-931089-15-6, pp. 141-150.

6) **Sestino, A.,** Guido, G. (2021). Analyzing the innovative start-up opportunity to sustain innovative entrepreneurship in Southern Italy: Evidences from the Apulian area, in *Proceeding of 4th UNICART Interdisciplinary International Conference on Management, Tourism and Development of Territory "Digital transition and sustainable economy"*, ISBN: 978-2-931089-15-6, pp. 125-135.

7) Amatulli, C., Peluso, A.M., **Sestino, A.**, Guido, G. (2021). New consumption orientations in the COVID-19 era: Preliminary findings from a qualitative investigation, in *Proceeding of 20th Marketing Trends 20th Conference 2021*, ISBN: 978-2-490372-11-9

8) **Sestino, A.,** Amatulli, C., Peluso, A.M., Guido, G. (2020). New technologies in luxury consumption experiences: The role of individual differences, in *Proceeding XVI SIM Conference "Marketing 4.0: le sfide della multicanalità", Società Italiana Marketing 2020, LIUC Univeristà di Castellanza*, ISBN: 978-88-943918-3-1.

9) Iaffaldano, N., **Sestino, A.,** (2019). Innovation and aggregation. A governance model to sustain the competitiveness of wine company in South Italy, in *Proceedings of 3rd International Scientific Conference on IT, Tourism, Economics, Management and Agriculture ITEMA*, ISBN: ISBN 978-86-80194-36-3, pp. 109-116.

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.

Roma, 22 Maggio 2023

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.