

PROF. ANDREA RUNFOLA

Posizione accademica

Professore Associato per il settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese, in ruolo presso l'Università degli Studi di Perugia ed afferente al Dipartimento di Economia

Posizione accademica precedente

Ricercatore per il settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese, presso l'Università degli Studi di Perugia

Titoli di studio

Dottorato di ricerca (ciclo XVIII) in "Impresa e Mercato" presso l'Università degli Studi di Urbino, sede consorziata con le Università degli Studi di Firenze, Genova, Parma, Pisa.

Laurea in Economia e Commercio, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Firenze

Attività didattica presso l'Ateneo di appartenenza

A.A.2019/2020

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle imprese (M-Z), (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Triennale LX013 – Economia Aziendale – Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Marketing Strategico e ricerche di mercato, (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea magistrale LM74 - Economia e management internazionale - Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A.2018/2019

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle imprese (M-Z), (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Triennale LX013 – Economia Aziendale – Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Marketing Strategico e ricerche di mercato, (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea magistrale LM74 - Economia e management internazionale - Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2017/2018

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle imprese, (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Triennale LX013 – Economia Aziendale – Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Marketing Strategico e ricerche di mercato, (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea magistrale LM74 - Economia e management internazionale - Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2016/2017

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle imprese (M-Z), (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Triennale LX013 – Economia Aziendale – Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Marketing Strategico e ricerche di mercato, (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea magistrale LM87 - Economia e management - Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2015/2016

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle imprese (M-Z), (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Triennale LX013 – Economia Aziendale – Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Marketing Strategico e ricerche di mercato, (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea magistrale LM87 - Economia e management - Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2014/2015

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle imprese (M-Z), (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Triennale LX013 – Economia Aziendale – Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Management dell'innovazione (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Magistrale LM87 – Economia e Management – Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Didattica di marketing (mod. I), Tirocinio Formativo Attivo A017 – TFA II grado – Discipline economico-aziendali- Perugia, (Totale ore: 6), Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2013/2014

Titolare dell'insegnamento Marketing (6 CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 42), Laurea Triennale L021- Economia Aziendale- Perugia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Marketing Internazionale del turismo (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Triennale L027 – Economia Internazionale del turismo – Assisi, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2012/2013

Titolare dell'insegnamento Marketing (mod. I) (4 CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 28) Laurea Triennale LX013- Economia Aziendale – Perugia, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Marketing Internazionale del turismo (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63) Laurea Triennale L027 – Economia Internazionale del turismo – Assisi, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Didattica di Marketing, Tirocinio Formativo Attivo A017 - TFA II grado - Discipline economico-aziendali – Perugia, (Totale ore attività didattica: 6), (attività svolta nell'a.a. 2012/2013 ma riferita all'a.a. 2011/12), Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2011/2012

Titolare dell'insegnamento Marketing (mod. I) (4 CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 28), Laurea Triennale LX013 - Economia aziendale – Perugia, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Marketing del Turismo (9CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 63), Laurea Triennale LX012 - Economia del turismo – Assisi – Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2010/2011

Titolare dell'insegnamento Marketing del Turismo (8CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 56), Laurea triennale T026 - Economia e gestione dei servizi turistici – Assisi - Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle Imprese – A-L– MOD II (4 CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 28), Laurea triennale: LX016 - Economia e legislazione d'impresa – Perugia - Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2009/2010

Titolare dell'insegnamento Marketing del Turismo (8CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 56) Laurea triennale T026 - Economia e gestione dei servizi turistici – Assisi - Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle Imprese (6CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 42), Laurea triennale T026 - Economia e gestione dei servizi turistici – Assisi - Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Economia e Management delle imprese turistiche – MOD I (3CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 21), Laurea Magistrale LX019 - Economia e Management del Turismo - Assisi - Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

A.A. 2008/2009

Titolare dell'insegnamento Marketing del Turismo (8CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 56), Laurea triennale T026 - Economia e gestione dei servizi turistici – Assisi - Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

Titolare dell'insegnamento Economia e Gestione delle Imprese (6CFU), (SECS-P/08), (Totale ore: 42), Laurea triennale T026 - Economia e gestione dei servizi turistici – Assisi - Facoltà di Economia, Università degli Studi di Perugia

Attività didattica in Corsi di Laurea presso altri Atenei

A.A. 2010/2011

Titolare dell'insegnamento *Marketing interculturale – MOD II* (3CFU) presso il Corso di Laurea Magistrale in Governo e Direzione d'impresa, Università degli Studi di Firenze

A.A. 2009/2010

Titolare dell'insegnamento *Marketing principi e strumenti (Modulo specialistico: marketing dei servizi)* (3CFU) presso il Corso di Laurea Triennale in Economia Aziendale, Università degli Studi di Firenze

A.A. 2008/2009

Titolare dell'insegnamento *Marketing principi e strumenti (Modulo specialistico: marketing dei servizi)* (3CFU) presso il Corso di Laurea Triennale in Economia Aziendale, Università degli Studi di Firenze

A.A. 2007/2008

Titolare dell'insegnamento *Marketing (internazionale tessile-abbigliamento) - MOD II* (3CFU), Corso di Laurea Triennale in Marketing e Internazionalizzazione tessile/abbigliamento (MTA), Facoltà di Economia, Università degli Studi di Firenze, Sede di Prato

A.A. 2006/2007

Titolare dell'insegnamento *Marketing (internazionale tessile-abbigliamento) - MOD II* (3CFU), Corso di Laurea Triennale in Marketing e Internazionalizzazione tessile/abbigliamento (MTA), Facoltà di Economia, Università degli Studi di Firenze, Sede di Prato

Titolare dell'insegnamento *Marketing (principi e strumenti di base) - MOD II* (3CFU), Corso di Laurea Triennale in Marketing e Internazionalizzazione tessile/abbigliamento (MTA), Facoltà di Economia, Università degli Studi di Firenze, Sede di Prato

Titolare dell'insegnamento *Laboratorio di Marketing e Canali Distributivi - MOD II* (3CFU), Corso di Laurea Specialistica in Marketing, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Firenze, Firenze

A.A. 2005/2006

Titolare dell'insegnamento *Marketing (principi e strumenti di base) - MOD II* (3CFU), Corso di Laurea Triennale in Marketing e Internazionalizzazione tessile/abbigliamento (MTA), Facoltà di Economia, Università degli Studi di Firenze, Sede di Prato

Titolare dell'insegnamento *Laboratorio di Marketing e Canali Distributivi - MOD II* (3CFU), Corso di Laurea Specialistica in Marketing, Università degli Studi di Firenze, Facoltà di Economia, Firenze

Visiting presso sedi universitarie estere

Ha svolto attività di Visiting presso: CIBER – Center for International Business Education & Research, Georgia State University, Atlanta (USA); RANEPa - Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration – Institute for Social Science, Mosca, Russia; University of West Attica, Atene, Grecia; TU Dortmund University (Technische Universität Dortmund) – Faculty of Business and Economics, Germania; Universidad De Castilla-La Mancha - Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca, Spagna; Grenoble Ecole de Management, Francia; Uppsala University – Department of Engineering Sciences, Division of Industrial Engineering & Management, Svezia; Department of Public and Business Administration – School of Economics and Management, University of Cyprus, Cipro; Department of Business Studies - Höskolan Kristianstad, Kristianstad, Svezia; IAE - Institut d'Administration des Entreprises- Université des Sciences et Technologies de Lille, Francia; Jönköping International Business School, Svezia

Componente di Dottorati di ricerca

È membro del Collegio dei docenti del Corso di Dottorato di Ricerca “Economia – Istituzioni, Imprese e Metodi quantitativi” presso l'Università degli Studi di Perugia

È stato membro del Collegio dei docenti del Corso di Dottorato di Ricerca "Development Economics And Local Systems - Delos" presso l'Università degli Studi di Trento

È stato membro del Collegio dei docenti del Corso di Dottorato in “Economia” presso l'Università degli Studi di Firenze

Partecipazioni a comunità accademiche

Socio SIM – Società Italiana di Marketing e Referente SIM di Sede per la sede di Perugia

Socio SIMA – Società Italiana di Management

Socio AIDEA - Società Italiana di Economia Aziendale

Membro di EURAM – European Academy of Management (2019)

Membro di EMAC – European Marketing Academy (2013-2014-2015)

Pubblicazioni e comunicazioni a convegni

Monografie

RUNFOLA A., PERNA A. (2017), Relazioni business to business e cambiamenti tecnologici. Una prospettiva di marketing industriale, Franco Angeli, Milano (ISBN: 978-88-917-6277-1)

RUNFOLA A. (2012), Apprendimento e reti nei processi di internazionalizzazione del retail. Il caso del tessile-abbigliamento, Firenze University Press, Firenze (ISBN: 978-88-6655-257-4)

Articoli in riviste scientifiche referate

GUERCINI S., MILANESI M., RUNFOLA A. (2020), Bridges to sustainable health systems: public-private interaction for market access, *JOURNAL OF BUSINESS & INDUSTRIAL MARKETING* (ISSN 0885-8624), <https://doi.org/10.1108/JBIM-11-2019-0475>

MILANESI M., RUNFOLA A., GUERCINI S. (2020), Pharmaceutical industry riding the wave of sustainability: Review and opportunities for future research, *JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION* (ISSN:0959-6526), <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121204>

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2020), E-commerce internationalization for top luxury fashion brands: some emerging strategic issues, *JOURNAL OF MANAGEMENT DEVELOPMENT* (ISSN 0262-1711), <https://doi.org/10.1108/JMD-10-2019-0434>

RUNFOLA A., GIGLIOTTI G., PICCIOTTI A. (2019), Modelli di business emergenti nella moda sostenibile: l'innovazione nel caso di un'organizzazione nonprofit, *PICCOLA IMPRESA/SMALL BUSINESS*, (ISSN 0394-7947), n. 3, pp. 147-174

GIGLIOTTI M., PICCIOTTI A., RUNFOLA A. (2019), Social enterprise and market orientation: roles and relationships for the management of sustainable supply chains, *SINERGIE*, (ISSN 0393-5108), Vol. 37, Issue 2, pp. 167-191

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2019), Developing fashion retail operations to growth in emerging markets, *JOURNAL OF GLOBAL FASHION MARKETING*, (ISSN: 2093-2685), Vol. 10, Issue 2, pp. 145-162

PASCUCCI F., PERNA A., RUNFOLA A., GREGORI, G.L. (2018). The Hidden Side of 3D Printing in Management. *SYMPHONYA. EMERGING ISSUES IN MANAGEMENT* (ISSN 1593-0319), Vol. 2, pp. 91-107

RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2018), Rimanere consumatore per essere imprenditore. Sulle tracce di nuovi connotati della passione imprenditoriale, *MICRO & MACRO MARKETING* (ISSN1121-4228), anno XXVII, n. 3, dicembre 2018, pp. 463-480

RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2018), Connecting passion: Distinctive features from emerging entrepreneurial profiles, *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH* (ISSN: 0148-2963), Vol. 92 (November), pp. 403-411

RANFAGNI S., RUNFOLA A., SARTI D. (2018), International expansion based on a locally authentic brand: issues and findings from Italian case studies, *JOURNAL OF MARKETING DEVELOPMENT AND COMPETITIVENESS*, (ISSN 2155-2843), Vol. 12(1), pp. 124-136

GUERCINI S., RUNFOLA A., PERNA A., MILANESI M., (2018), Editorial. Interaction in space – the role of proximity, communities and cross-boundary movements, *IMP JOURNAL* (ISSN: 2059-1403), Vol. 12, Issue 2, pp.210-215, <https://doi.org/10.1108/IMP-06-2018-079>

PUCCI L., RUNFOLA A., GUERCINI S., ZANNI L. (2018), The role of actors in interactions between “innovation ecosystems”: drivers and implications, *IMP JOURNAL* (ISSN: 2059-1403), Vol. 12, Issue 2, pp. 333-345, <https://doi.org/10.1108/IMP-05-2017-0022>

PERNA A., RUNFOLA A., TEMPERINI V., GREGORI G.L. (2018), Problematizing customization and IT in the fashion industry: A case study of an Italian shoemaker, *JOURNAL OF GLOBAL FASHION MARKETING*, Vol. 9, Issue 1, pp. 73-86 (ISSN: 2093-2685)

FERRUCCI L., GIGLIOTTI M., RUNFOLA A. (2018), Italian firms in emerging markets: relationships and networks for internationalization, *JOURNAL OF SMALL BUSINESS & ENTREPRENEURSHIP* (ISSN: 0827-6331), Vol. 30, Issue 5, pp. 375-395

RUNFOLA A. (2017), Invito alla lettura – Recensione su Guercini S., Dei Ottati G., Baldassar L., Johanson G. (2017), Native and immigrant entrepreneurship. Lessons for local liabilities in globalization from the Prato case study, Springer International Publishing, Switzerland, *L'INDUSTRIA, RIVISTA DI ECONOMIA E POLITICA INDUSTRIALE* (ISSN: 0019-7416), 4/2017, pp. 555-556

RUNFOLA A., PERNA A., BARALDI E., GREGORI G.L. (2017), The use of qualitative case studies in top business and management journals: A quantitative analysis of recent patterns, *EUROPEAN MANAGEMENT JOURNAL*, Vol. 35, n. 1, pp. 116-127, (ISSN 0263-2373)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2016), How western marketers respond to the new middle class in emerging market cities: the case of Italian fashion marketers, *INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW*, Vol. 25, n. 3, pp. 691-702 (ISSN 0969-5931)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2016), Lo sviluppo nel retail come modalità di internazionalizzazione delle pmi manifatturiere. Il caso della moda. *PICCOLA IMPRESA/SMALL BUSINESS*,1, pp. 37-53 (ISSN 0394-7947)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015), Internationalization through e-commerce. The case of multibrand luxury retailers in the fashion industry, *ADVANCES IN INTERNATIONAL MARKETING*, Vol. 26, pp. 15-32 (ISSN: 1474-7979)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015), Small-medium sized manufacturers' internationalization through retail store openings abroad: a study of the Italian fashion industry, *ADVANCES IN INTERNATIONAL MARKETING*, Vol. 26, pp. 59-82 (ISSN: 1474-7979)

PERNA A., RUNFOLA A., GUERCINI S., GREGORI G.L., (2015), Relationship beginning and serendipity: insights from an Italian case study, *IMP Journal*, Vol. 9, Iss. 3, pp. 233 – 249 (ISSN: 2059-1403)

GUERCINI S., LA ROCCA A., RUNFOLA A., SNEHOTA I. (2015), Heuristics in customer supplier interaction, *INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT*, Vol. 48, July, pp. 26–37 (ISSN:0019-8501)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015), Actors' roles in interaction and innovation in local systems: a conceptual taxonomy, *JOURNAL OF BUSINESS AND INDUSTRIAL MARKETING*, Vol. 30, N. 3/4, pp. 269-278, (ISSN: 0885-8624)

WARNIER V., RUNFOLA A. (2014). Guest Editors' Introduction. Why Study Business Models in Creative Industries? *INTERNATIONAL STUDIES OF MANAGEMENT AND ORGANIZATION*, Vol. 44, N. 4, Winter 2014-15, pp. 3-8, (ISSN: 0020-8825)

GUERCINI S., LA ROCCA A., RUNFOLA A., SNEHOTA I. (2014). Interaction behaviors in business relationships and heuristics: Issues for management and research agenda. *INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT*, Vol. 43, N. 6, pp. 929-937, (ISSN:0019-8501)

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2014). Time in business-to-business interactions. A case analysis in textile and clothing. *JOURNAL OF GLOBAL FASHION MARKETING*, Vol. 5, N. 1, pp. 87-102 (ISSN:2093-2685)

RUNFOLA A., GUERCINI S., GREGORI G.L., PERNA A. (2013). Discontinuity in interaction. Findings from two cases in the Italian context. *MERCATI E COMPETITIVITÀ*, pp. 53-72 (ISSN:1826-7386)

RUNFOLA A., GUERCINI S. (2013). Fast fashion companies coping with internationalization: driving the change or changing the model?. *JOURNAL OF FASHION MARKETING AND MANAGEMENT*, Vol. 17, N. 2, pp. 190 – 205 (ISSN:1361-2026)

RUNFOLA A., ROSATI M., GUERCINI S. (2013). New business models in online hotel distribution: emerging private sales versus leading IDS, *SERVICE BUSINESS*, Vol. 7, N. 2, pp. 183-205 (ISSN: 1862-8516)

RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2012). Internazionalizzazione e strategie di marca. Casi d'impresa a confronto nel sistema moda italiano. *FINANZA MARKETING E PRODUZIONE*, vol. 2, pp. 147-176 (ISSN: 1593-2230)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2012). Relational paths in business network dynamics: Evidence from the fashion industry. *INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT*, vol. 41, issue 5, pp. 807-815 (ISSN: 0019-8501)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2012). Reorganizing business networks and innovation: two cases of Italian textile producers. *THE IMP JOURNAL*, vol. 6, issue 1, pp. 38-51 (ISSN: 0809-7259)

FERRUCCI L., RUNFOLA A. (2011). Il centro fieristico come polo di sviluppo locale: un'indagine esplorativa nel contesto umbro. *PICCOLA IMPRESA/SMALL BUSINESS*, n. 2, p. 45-64 (ISSN: 0394-7947)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2010). Business networks and retail internationalization: a case analysis in the fashion industry. *INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT*, vol. 39, issue 6, pp. 908-916 (ISSN: 0019-8501)

GUERCINI S., ROSATI M., RUNFOLA A. (2010). Il cambiamento tecnologico nella distribuzione del prodotto alberghiero: nuovi modelli, attori e problemi emergenti. *MICRO & MACRO MARKETING*, XIX, n. 3, pp.369-388 (ISSN: 1121-4228)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2009). The integration between marketing and purchasing in the traceability process. *INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT*, Vol. 38, N. 8, pp. 883-891 (ISSN:0019-8501)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2007), Rappresentazione delle alternative di acquisto e negoziazione acquirente-fornitore. Approcci a confronto, *FINANZA MARKETING E PRODUZIONE*, n. 4, 2007, pp. 109-128 (ISSN 1593-2230)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2004), Sourcing strategies in clothing retail firms: product complexity versus overseas supply chain, *JOURNAL OF CUSTOMER BEHAVIOUR*, Volume 3, pp. 305-334 (ISSN 1475-3928)

Capitoli in collettanee

GUERCINI S., MILANESI M., MIR-BERNAL P., RUNFOLA A. (2020), Surfing the Waves of New Marketing in Luxury Fashion: The Case of Online Multi-brand Retailers. In: Martínez-López F., D'Alessandro S. (eds) *Advances in Digital Marketing and eCommerce*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, (Print ISBN 978-3-030-47594-9; Online ISBN 978-3-030-47595-6), pp. 203-210.

BOCCONCELLI R., PAGANO A., RUNFOLA A. (2019), La riorganizzazione di marketing: tra vecchie e nuove sfide in GREGORI G.L., PERNA A. (a cura di), BtoB marketing. Il business marketing tra teoria e managerialità, EGEA, Milano (ISBN 978-88-238-3746-1)

RUNFOLA A., RANFAGNI S., GUERCINI S. (2018), The Internationalization of Italian Luxury Brands. The Missoni Case, in Chow P.S., Chiu C.H., C.Y. Yip A., K.Y. Tang A. (eds) "Contemporary Case Studies on Fashion Production, Marketing and Operations. Springer Series in Fashion Business.", Springer, Singapore, first Online: 05 December 2017, pp 73-88 (ISBN 978-981-10-7006-8)

FERRUCCI L., GIGLIOTTI M., RUNFOLA A. (2015), L'internazionalizzazione verso l'Africa: case studies di imprese umbre, in Ferrucci L., Paciullo G. (a cura di) "Internazionalizzazione in Africa tra imprese, istituzioni pubbliche e organizzazioni no profit, FrancoAngeli, Milano, pp. 152-228 (ISBN 978-88-917-1376-6)

RUNFOLA A. (2014), La distribuzione commerciale in Tunisini A., Pencarelli T., Ferrucci L. (a cura di), Economia e Management delle imprese, Hoepli, Milano, pp. 536-552 (ISBN: 978-88-203-6308-6)

FERRUCCI L., GIGLIOTTI M., RUNFOLA A. (2013), I commercianti e gli artigiani del centro storico: i risultati di una ricerca empirica, in Ferrucci L. (a cura di) I centri storici delle città tra ricerca di nuove identità e valorizzazione del commercio. L'esperienza di Perugia, FrancoAngeli, Milano, pp. 243-274 (ISBN 978-88-204-2186-1)

FERRUCCI L. RUNFOLA A. (2013), I residenti nel centro storico e i loro orientamenti di acquisto: i risultati di una ricerca empirica, Ferrucci L. (a cura di) I centri storici delle città tra ricerca di nuove identità e valorizzazione del commercio. L'esperienza di Perugia, FrancoAngeli, Milano, pp. 275-291 (ISBN 978-88-204-2186-1)

RUNFOLA A. (2013), Strumenti e condizioni per l'accessibilità, in Ferrucci L. (a cura di) I centri storici delle città tra ricerca di nuove identità e valorizzazione del commercio. L'esperienza di Perugia, FrancoAngeli, Milano, pp. 161-179 (ISBN 978-88-204-2186-1)

RUNFOLA A. (2012), Strategie e politiche di distribuzione internazionale, in Bursi T., Galli G. (a cura di), Marketing internazionale: strategie, politiche e pratiche operative, McGraw-Hill, Milano, pp. 305-332 (ISBN 9788838667497)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2011), Marketing cooperation and public policy in Italian networks of fashion firms, in Johanson M., Lundberg H. (a cura di), Network strategies for regional growth, Palgrave-Macmillan, Houndmills – Basingstoke, pp. 163-184 (ISBN 978-0-230-27330-6)

RUNFOLA A. (2010), Formati distributivi e marketing interculturale in Guercini S. (a cura di), Marketing e management interculturale, Il Mulino, Bologna, pp. 73-91 (ISBN 978-88-15-13867-5)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2009), Modelli di business, branding e relazioni di fornitura: Patrizia Pepe Firenze in Varaldo R., Resciniti R., Dalli D., Tunisini A. (a cura di), Un tesoro emergente: le medie imprese italiane nell'era globale, FrancoAngeli, Milano, pp. 528-543, (ISBN 978-88-568-0764-6)

FERRUCCI L. RUNFOLA A. (2009), La gestione dello spazio espositivo nel commercio al dettaglio in Sciarelli S., Vona R. (a cura di), Management della distribuzione. Elementi di economia e gestione delle imprese commerciali, McGraw-hill, Milano, pp. 301-317 (ISBN 978-88-386-6629-2)

RUNFOLA A. (2006), Le decisioni sulla distribuzione, in Burresi A., Aiello G., Guercini S. (a cura di), Marketing per il governo d'impresa, Giappichelli, Torino, pp. 389-437 (ISBN 978-88-348-6706-8)

RUNFOLA A., DONVITO R. (2006), L'analisi dell'attrattività e della competitività, in Burresi A., Aiello G., Guercini S. (a cura di), Marketing per il governo d'impresa, Giappichelli, Torino, pp. 171-200 (ISBN 978-88-348-6706-8)

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2005), Aspetti e forme di integrazione di filiera nella distribuzione del tessile/abbigliamento in Burresi A. (a cura di), Il Marketing della moda. Temi emergenti nel tessile-abbigliamento, Firenze University Press, Firenze, pp. 88-94 (ISBN 978-88-845-3349-4)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2005), Le strategie di acquisto della distribuzione di abbigliamento: complessità del prodotto e internazionalizzazione della supply chain, in Burresi A. (a cura di), Il Marketing della moda. Temi emergenti nel tessile-abbigliamento, Firenze University Press, 2005, pp. 121-142 (ISBN 978-88-845-3349-4)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2004), La relazione tra orientamento al cliente e offerta culturale nell'innovazione del prodotto museale in Sibilio B. (a cura di), Definire la missione e le strategie del museo, Franco Angeli, Milano, pp. 109-127 (ISBN 978-88-464-5828-5)

Relazioni presentate a congressi e convegni

GUERCINI S., MILANESI M., RUNFOLA A., VELLA O. (2019), Market access farmaceutico: attori e implicazioni per la sostenibilità del sistema sanitario, XVI Convegno SIM, Università Cattolica del Sacro Cuore, Sede di Piacenza, 24 - 25 Ottobre 2019, ISBN 978 88 943918 3 1

GIGLIOTTI M., RUNFOLA A. (2019), Dalla nicchia al mainstream: il ripensamento del ruolo degli intermediari nel network del fair trade, XVI Convegno SIM, Università Cattolica del Sacro Cuore, Sede di Piacenza, 24 - 25 Ottobre 2019, ISBN 978 88 943918 3 1

RUNFOLA A., GIGLIOTTI M., KYRDODA Y. (2019), New generations and sustainable collections in the fashion industry: effects on intention to buy and brand image from a systematic literature review, XVI Convegno SIM, Università Cattolica del Sacro Cuore, Sede di Piacenza, 24 - 25 Ottobre 2019, ISBN 978 88 943918 3 1

GUERCINI S., MILANESI M., RUNFOLA A. (2019), Bridges to sustainable health systems: public-private interaction for market access, The IMP FORUM SEMINAR, Ancona, 3-4 Ottobre

GUERCINI S., RUNFOLA A., MILANESI M. (2019), Market access through the interplay between public policy makers and business actors in the pharmaceutical industry, 35TH ANNUAL IMP CONFERENCE, Paris, August 27-30

BOCCONCELLI R., CANTU' C., CAPONE F., GUERCINI S., MILANESI M., PAGANO A., PERNA A., PETRUCCI F., RANFAGNI S., RUNFOLA A., SABATINI A. (2019), Passion-based Entrepreneurship as an emerging phenomenon for local development, Sinergie-SIMA Management Conference, Roma, Sapienza Università di Roma, 20-21 giugno 2019

RUNFOLA A. (2019), The Italian fashion industry: features, economic trends and commercial relationships with Russia Conference «Russian-Italian encounters: economics and society in evolution (XX-XXI centuries)», RANEPa, Mosca 27 maggio 2019

RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2019), Within and beyond the brand community: a challenge for growing in consumer entrepreneurship, WORKSHOP & SPECIAL ISSUE OF MERCATI E COMPETITIVITA' Consumer entrepreneurship and its reflections on branding theory and practice, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, May 28, 2019

RANFAGNI S., RUNFOLA A., MILANESI M., GUERCINI S. (2019), Discovering passion through entrepreneurial stories: emerging features from a content analysis, Passion and entrepreneurship Workshop, Milan, April 4th -5th 2019, Catholic university

GIGLIOTTI M., PICCIOTTI A., RUNFOLA A. (2018), Mixing the worlds: architetture e relazioni profit-non profit per la gestione delle supply chains, Adaci Magister V Edizione - 9 Novembre 2018, Tivoli, Roma

RUNFOLA A., PICCIOTTI A., GIGLIOTTI M. (2018), Marketing e impresa sociale: nuove prospettive e percorsi emergenti da una analisi sistematica della letteratura, XV Convegno Annuale Società Italiana Marketing "I Percorsi identitari nel Marketing", Università degli Studi di Bari Aldo Moro, 18 - 19 Ottobre 2018, ISBN 978-88-943918-2-4

RUNFOLA A., NAPIER E., LIU S.Y.H., (2018), Sustainability Projects in 'High-Offender' Industries: The Case of the Fashion Merchandising Industry, 27th ANNUAL CIMaR CONFERENCE Consortium for International Marketing Research, Conference Theme: Disrupting Forces of Globalization – Implications for International Marketing, Atlanta, September 12-15, 2018

GUERCINI S., RUNFOLA A., (2018), The internationalization of Chinese immigrant firms: Emerging taxonomy from the analysis of an Italian case, 27th ANNUAL CIMaR CONFERENCE Consortium for International Marketing Research, Conference Theme: Disrupting Forces of Globalization – Implications for International Marketing, Atlanta, September 12-15, 2018

GUERCINI S., RUNFOLA, A. (2018), Matching business models through adaptation in business relationships: how do suppliers cope with fast fashion?. 2018 Global Marketing Conference at Tokyo, "Bridging Asia and the World: Searching for Academic Excellence and Best Practice in Marketing and Management", 26th– 29th July, 2018, Tokyo, Japan in 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings: 1529, ISSN 1976-8699, <https://doi.org/10.15444/GMC2018.13.02.04>

SARTI D., RUNFOLA A., RANFAGNI S. (2018), Marketing branding and employer branding: Friends or foes?, 2018 Global Marketing Conference at Tokyo, "Bridging Asia and the World: Searching for Academic Excellence and Best Practice in Marketing and Management", 26th– 29th July, 2018, Tokyo, Japan

RUNFOLA A., SARTI D., RANFAGNI S. (2018), Expressing and embedding local authenticity in family firms as a driver of internationalization: case studies of Italian brands, EURAM (European Academy of Management) 2018 "Research in Action", University of Iceland, Reykjavik, 19-22 June, ISBN 9782960219500

RUNFOLA A., RANFAGNI S. (2018), Il ruolo coesivo della passione imprenditoriale: nuove prospettive teoriche e risultati emergenti da un'analisi esplorativa, SINERGIE-SIMA CONFERENCE 2018, "Strategie in trasformazione e nuovi modelli per la creazione di valore", Università Ca' Foscari, Venezia, Dipartimento di Management, Venezia, 14-15 giugno 2018 ISBN 97888943937-2-9

GIGLIOTTI M., PICCIOTTI A., RUNFOLA A. (2018), La competitività dell'impresa sociale: (tra) valori identitari e competenze di marketing, Colloquio Scientifico sull'impresa sociale, Dodicesima Edizione L'impresa Sociale Oltre La Riforma, Università degli Studi di Trento, 25-26 Maggio 2018, Trento, ISBN 978-88-909832-7-6.

RUNFOLA A., RANFAGNI S., MILANESI M., GUERCINI S., (2017), Entrepreneurial passion in online contexts: in search for emerging features, Workshop 'The connections between passion and entrepreneurship. Identify and develop a new research agenda' Florence, 9-10 November 2017

RANFAGNI S., MILANESI M., RUNFOLA A., GUERCINI S. (2017), Is there a dark side of passion? insights on the relation between passion-driven entrepreneurship and growth, Workshop 'The

connections between passion and entrepreneurship. Identify and develop a new research agenda' Florence, 9-10 November 2017

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2017), E-commerce come driver di integrazione tra canali online ed offline nei mercati esteri: evidenze nella moda di lusso, XIV SIM (Società Italiana Marketing) Conference, Università degli Studi di Bergamo, 26-27 Ottobre, ISBN 978-88-907662-9-9

RANFAGNI S., RUNFOLA A., SARTI D. (2017), Investigating international pathways through brand authenticity: findings from an exploratory case study, XIV SIM (Società Italiana Marketing) Conference, Università degli Studi di Bergamo, 26-27 Ottobre, ISBN 978-88-907662-9-9

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2017), How do you really know international markets? Heuristics in use in exporting SMEs, Annual Conference of CIMaR -- Consortium for International Marketing Research, Firenze, 20-23 giugno 2017

GUERCINI S., RUNFOLA A., RANFAGNI S. (2017), E-commerce internationalization in the top luxury fashion brands: some emerging strategic issues, Annual Conference of CIMaR -- Consortium for International Marketing Research, Firenze, 20-23 giugno 2017

HOLZMÜLLER H., GUERCINI S., HEIX S., ROSEMBERG III P.J., RUNFOLA A., SHU C., (2017), To pimp up or not to pimp up your local product with a second language? Effects of Dual-Language Labelling on Product Attractiveness, Annual Conference of CIMaR -- Consortium for International Marketing Research, Firenze, 20-23 giugno 2017

RANFAGNI S., RUNFOLA A., SARTI D., (2017), Beyond the "Made In" effect: authenticity as the joining force of branding and organizational values in international pathways, Annual Conference of CIMaR -- Consortium for International Marketing Research, Firenze, 20-23 giugno 2017

PUCCI T., RUNFOLA A., GUERCINI S., ZANNI L. (2017), The role of the actors in interactions between "innovation eco-systems": drivers and implications, The IMP JOURNAL Seminar, Prato, 18-19 Maggio 2017

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2016), Business network dynamics in cross-border acquisitions by emerging market firms. A case in the luxury yachting industry, 32nd IMP Conference "Change and Transformation of Markets, Networks and Relationships", Poznan, Poznań University of Economics and Business, 30.08-03.09.2016

RUNFOLA A., GIGLIOTTI M. (2016), Business relationships and emerging challenges for intermediaries in the Fair Trade network. Evidence from a leading case, 32nd IMP Conference "Change and Transformation of Markets, Networks and Relationships", Poznan, Poznań University of Economics and Business, 30.08-03.09.2016

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2016), What does happen when Chinese speak Italian? A cross-border acquisition case in the Italian luxury yachting industry, Annual Conference of CIMaR -- Consortium for International Marketing Research, Xi'an, School of Management Xi'an Jiaotong University June, 17-20 June

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015), L'internazionalizzazione attraverso l'e-commerce dei distributori multimarca nella moda. Il caso del lusso, XII Convegno annuale della Società Italiana Marketing, Torino, 22-23 ottobre (ISBN 978-88-907662-4-4)

FERRUCCI L., GIGLIOTTI M., RUNFOLA A. (2015), L'internazionalizzazione delle PMI Italiane in Africa: i risultati di una ricerca esplorativa, XII Convegno annuale della Società Italiana Marketing, Torino, 22-23 ottobre (ISBN 978-88-907662-4-4)

- GUERCINI S., RUNFOLA A., (2015), Lo sviluppo nel retail come modalità di internazionalizzazione delle PMI manifatturiere. Il caso della moda, Workshop "Re-positioning of SMEs in the Global Value System", Università degli Studi di Urbino, Urbino, 24-25 settembre
- GUERCINI S., RUNFOLA A., BARALDI E. (2015), Sustainability and buyer-seller relationships in the fashion supply chain: a research agenda, 2015 Global Fashion Management Conference at Florence, June 25-28
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015), Retail stores openings and customer experience in international markets. The case of Italian luxury manufacturing companies, 2015 Global Fashion Management Conference at Florence, June 25-28
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015), Internationalization through e-commerce. The case of multi-brand luxury retailers in the fashion industry, CIMaR Conference 2015, Consortium for international marketing research, Vienna, May 13-15, 2015
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015), Retail stores openings as a market entry strategy for SMEs. Empirical evidence in the Italian fashion industry, Proceedings of the Business Systems Laboratory 3rd International Symposium "Advances in Business Management. Towards Systemic Approach", Perugia, January 21-23, 2015 (ISBN: 9788890824227)
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2014), Small-medium sized manufacturers internationalization through retail stores openings abroad. A study of the Italian Fashion Industry, CIMaR Conference 2014, Consortium for international marketing research, Victoria, BC, Canada, June 26-29, 2014
- PERNA A., RUNFOLA A., GUERCINI S., GREGORI G.L. (2014), Relationship development and serendipity: insights from an Italian case study, The IMP Journal Seminar, Milan, May 8-9, 2014
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2013), Il ruolo dell'interazione acquirente-fornitore nell'evoluzione dei sistemi locali: tassonomia concettuale ed esperienze nel settore tessile, X Convegno Annuale Società Italiana Marketing "Smart life dall'innovazione tecnologica al mercato", Università degli Studi di Milano-Bicocca, Milano, 3-4 Ottobre 2013, ISBN 9788890766213
- PICCIOTTI A., RUNFOLA A. (2013), Relazioni e network per l'innovazione sociale. Il caso del Consorzio ABN, AIDEA Bicentenary Conference, Lecce, 19 -21 September, 2013
- GUERCINI S., LA ROCCA A., RUNFOLA A., SNEHOTA I. (2013), Heuristics in Business Interactions, The 29th Annual IMP Conference, "Building and Managing Relationships in a Global Network: Challenges and Necessary Capabilities", Atlanta, August 30 – September 2, 2013
- PERNA A., RUNFOLA A., GUERCINI S., GREGORI G.L. (2013), Serendipity in Business Relationship Beginning, The 29th Annual IMP Conference, "Building and Managing Relationships in a Global Network: Challenges and Necessary Capabilities", Atlanta, August 30 – September 2, 2013
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2013), Disruptive Interaction. Emerging Issues and Research Propositions, The 29th Annual IMP Conference, "Building and Managing Relationships in a Global Network: Challenges and Necessary Capabilities", Atlanta, August 30 – September 2, 2013
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2013), Interaction and actor's roles in local systems, 13th Euram (European Academy of Management), Istanbul 26-29 June, 2013
- PERNA A., RUNFOLA A., GUERCINI S., GREGORI G.L. (2012). A resource network view of relationship beginning: a case analysis in the mechanical Industry. In: 7th Nordic Workshop on Relationship Dynamics (NoRD2012). Umeå, 10-12 October 2012
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2012), Business relationship crisis and local entrepreneurial community change. A conceptual framework, 28th Industrial Marketing and Purchasing Conference

"Combining the social and technological aspects of innovation: relationships and networks", Catholic University, Roma, 13-15 September 2012

RUNFOLA A., GUERCINI S., PERNA A., GREGORI G.L. (2012), Discontinuity in interaction. Findings from two cases in the Italian context, 28th Industrial Marketing and Purchasing Conference "Combining the social and technological aspects of innovation: relationships and networks", Catholic University, Roma, 13-15 September 2012

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2011), Le risposte alla crisi nella relazione acquirente-fornitore. Elementi emergenti dallo studio di casi di imprese tessili pratesi, VIII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), "La mobilità nel rispetto dell'ambiente: il ruolo del marketing", Facoltà di Economia, Università La Sapienza, Roma, 22-23 Settembre 2011

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2011), Relational paths in business network dynamics: evidence from the fashion industry, 27th Industrial Marketing and Purchasing Conference "The Impact of Globalization on Networks and Relationship Dynamics", The University of Strathclyde, Glasgow, 31 August-3 September 2011

RUNFOLA A., ELG U. (2011), Network relationships and learning in retail internazionalization, in the proceedings of the 16th European Association for Education and Research in the Commercial Distribution (EAERCD) International Conference, Parma 29-30 June-1 July 2011 (ISBN 978-88-906195-0-2)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2011), Reorganizing business networks and innovation: two cases of Italian textile producers, The IMP Journal seminar 2011, Uppsala University, Uppsala, 31 March-1 April 2011

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2011), La rappresentazione del tempo nelle reti di marketing. Il caso dell'interazione acquirente-fornitore nel sistema moda, Parigi, 20-22 Gennaio, in the proceedings of 10th International Conference Marketing Trends, 2011, Paris-Venise, ed. Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei, Paris-Venise: Marketing Trends Association (ISBN 978-2-9532811-2-5)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2010), Distanza psichica e gatekeeping nell'internazionalizzazione dell'impresa moda, VII Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), "Marketing & Sales oltre la crisi", Facoltà di Economia "G. Fuà", Ancona, 23-24 Settembre 2010

GUERCINI S., RUNFOLA A., ROSATI M. (2010), Electronic channels for small sized hotel businesses: some insights from the Italian case, Coimbra, 2-4 Settembre, in the proceedings of 13th Toulon-Verona International Conference in Quality and Service Science "Organizational Excellence in Service", Editor: Faculdade de Economia de Universidade de Coimbra (ISBN 978-972-9344-04-6)

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2010), Time as process and time as product in business networks, 26th Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Conference "Business networks - Globality, Regionality, Locality", Corvinus University of Budapest, Budapest 2-4 September 2010

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2009), Business networks and retail internationalization: a case analysis in the fashion industry, 25th Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Conference "A quarter century of Development in Industrial and Purchasing", School of Management Euromed, Marsiglia, 3-5 September 2009

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2009), Marketing interculturale ed esportazione del formato distributivo, Parigi, 16-17 Gennaio, in the proceedings of 8th International Conference Marketing Trends, 2011, Paris-Venise, ed. Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei, Paris-Venise: Marketing Trends Association (ISBN 978-2-9532811-0-2)

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2008), Nuove forme di marketing integrato in network locali di imprese del sistema moda, V Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), "Marketing, Competitività e Sviluppo Sostenibile", Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano 3-4 ottobre 2008

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2008), Innovative forms of marketing integration in local networks, 24th Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Conference "Studies on business interaction – consequences for business in theory and business in practice", Uppsala University, 4-6 September 2008

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2008), New integrated marketing forms and implications on buyer-seller relationships in local networks of fashion firms, Workshop "Networks in space and space in networks", Università degli Studi di Padova, Padova, 14 April 2008

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2008), Market power and interorganizational control in the fashion industry: the role of traceability, in the proceedings of 7th International Conference Marketing Trends, 2008, Paris-Venise, ed. Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei, Paris-Venise: Marketing Trends Association

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2007), La tracciabilità e il suo impatto sulle relazioni acquirente-fornitore nel sistema moda, IV Convegno annuale della Società Italiana di Marketing (SIM), "Il marketing dei talenti", Università LUISS, Roma, 5-6 ottobre 2007

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2007), Traceability along the supply chain and its impact on buyer-seller relationships: evidences from the fashion industry, 23rd Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Group Conference, The University of Manchester, Manchester, 30 august-1 september 2007

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2007), Sourcing alternatives as a problem of representation: a conceptual tool and application in textile-apparel supply chain", in the proceedings of 6th International Conference Marketing Trends, 2007, Paris-Venise, ed. Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei, Paris-Venise: Marketing Trends Association

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2006), La rappresentazione delle alternative di acquisto nella negoziazione acquirente-fornitore. Un possibile strumento concettuale e sue applicazioni nel tessile-abbigliamento, III Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing (SIM) "Il Marketing delle medie imprese leader di mercato", Università degli Studi di Parma, Parma 24-25 novembre 2006

GUERCINI S., RUNFOLA A., (2006), Representation of sourcing alternatives and negotiation strategies in the textile-clothing supply chain, 22nd Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Conference "Opening the network. New perspectives in industrial marketing and purchasing", Università Bocconi, Milan, 7-9 September 2006

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2006), Negotiation and sourcing alternatives representation in buyer-seller relationships, Third International Urbino Workshop on Business Markets, Urbino, 27-28 April 2006

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2005), The definition of customer orientation in a new scientific museum: insights from theory and case analysis, 8th Toulon-Verona Conference, Quality in Services, Palermo, 8-9 September 2005

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2005), Format decisions and sourcing strategies in clothing retailing: how product/process innovation affects buyer-seller relationship, 21st Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Group Conference, Rotterdam, 1-3 September 2005

BURRESI A., GUERCINI S., RUNFOLA A. (2005), La competizione tra aggregati specializzati nella distribuzione di abbigliamento, in the proceedings of 5th International Conference Marketing Trends, 2005, Paris-Venise, ed. Jean-Claude Andreani and Umberto Collesei, Paris-Venise: Marketing Trends Association

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2004), Sourcing strategies in clothing retail firms: product complexity versus overseas supply chain, 20th industrial Marketing and Purchasing (IMP) Conference "Interacting, Influencing, Strategizing - Where Are We Heading?", Copenhagen Business School, Copenhagen, 2 - 4 September 2004

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2003), New technologies on the Internet for a network of museum: analysis of an Italian case, SSGRR 2003s International Conference, L'Aquila, July 28-August 3, 2003