

Il sottoscritto Musso Fabio,
consapevole che le dichiarazioni mendaci sono punite ai sensi del codice penale e delle leggi speciali in
materia (art. 76 del D.P.R. 28.12.2000 n. 445), dichiara:

CURRICULUM VITAE DI FABIO MUSSO

RECAPITI

Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP)
Scuola di Economia

E-mail: fabio.musso@uniurb.it

FORMAZIONE

- Diploma di maturità scientifica presso il Liceo Scientifico Statale "G. Marconi" di Pesaro, 1979.
- Laurea in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Urbino, 1987.
- Master in direzione aziendale presso la Scuola Superiore del Commercio, Turismo e Servizi di Milano, 1991.

POSIZIONE ATTUALE

- Professore Ordinario settore scientifico-disciplinare SECS-P/8 Economia e gestione delle imprese, presso il Dipartimento di Economia, Società e Politica (dal 1994 al 2001 ricercatore, dal 2001 al 2016 Professore Associato).
- Prorettore alle attività di Terza Missione, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, dal 2014.
- Presidente Corso di laurea magistrale in Marketing e comunicazione per le aziende presso la Scuola di Economia dell'Università di Urbino dal 2008.
- Docente presso la Scuola di Economia dell'Università di Urbino dal 1998, corsi attualmente tenuti: Economia e gestione delle imprese internazionali, Marketing internazionale corso progredito.
- Membro del collegio docenti del PhD Programme in Global Studies, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, dal 2017.
- Editor in Chief, International Journal of Economic Behavior (IJEB) (<http://ijeb.faa.ro/>) dal 2012.
- Associate Editor, International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE) (<http://www.igi-global.com/journal/international-journal-applied-behavioral-economics/49170>) (WOS) dal 2011.
- Membro del Consiglio di Amministrazione di Cosmob S.p.A., Pesaro, dal 2019.
- Membro del Comitato di Coordinamento e Gestione del Cluster "In Marche", Ancona, dal 2017.
- Membro del Consiglio Direttivo di Urbino International Centre, Urbino, dal 2016.
- Membro del Consiglio Direttivo di Fondazione UNA, Roma, dal 2015.

- Membro del CRIET Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio, Università degli Studi di Milano-Bicocca (<http://criet.unimib.it/>) dal 2017.
- Membro di Proxenter, Centro di Ricerca in Procurement and Supply Chain – Proxenter, Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”, Dipartimento di Studi Impresa Governo Filosofia (www.proxenter.it) dal 2013.
- Membro di: Società Italiana Di Management (SIMA) dal 2013, European International Business Academy (EIBA) dal 2012, Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA) dal 2003, Società Italiana di Marketing (SIM) dal 2003, Associazione per lo Studio della Piccola e Media Impresa (ASPI) dal 1995.
- Svolge attività di ricerca su temi riguardanti l'internazionalizzazione delle imprese, il marketing, la distribuzione commerciale, i distretti industriali, la logistica, il turismo.
- E' consulente aziendale e docente in scuole di formazione e master post-universitari in tema di marketing e strategia, marketing internazionale, organizzazione aziendale, direzione commerciale.

PRECEDENTI ESPERIENZE

- Collaborazione a contratto presso l'Ufficio di Presidenza del Consiglio Regionale delle Marche, Ancona, con incarico di analisi economico-finanziarie e studi di settore, dal 1987 al 1988.
- Responsabile commerciale, Sigla S.r.l., Pesaro (produzione mobili) dal 1988 al 1990.
- Area Manager presso Citroen Italia S.p.A., Milano, dal 1991 al 1994.
- Visiting research fellow presso l'Institute for Retail Studies dell'Università di Stirling (UK), nel 1995.
- Visiting Professor presso la Technological University of Almaty (KZ) nel 2000.
- Direttore del Master di I livello in Logistica integrata per l'Est Europa e l'Estremo Oriente dell'Università di Urbino, dal 2005 al 2008.
- Direttore del Corso di Alta Specializzazione "Tecnico Commerciale Italia-Estero" dell'Università di Urbino, 2009.
- Direttore del Master di I livello in International Business Negotiation, nel 2010.
- Visiting Professor presso la Dunarea de Jos University of Galati (RO) nel 2011.
- Docente presso la Scuola di Lingue e Letterature Straniere dell'Università di Urbino dal 1999 al 2017. Corsi di: Marketing internazionale e Strategie di internazionalizzazione.
- Membro del Direttivo Nazionale e Responsabile Comunicazione della Società Italiana di Management (SIMA) dal 2014 al 2017.
- Membro del Collegio Docenti del Dottorato in Economia & Management, Università degli Studi di Urbino dal 2007 al 2017.
- Membro del Collegio Docenti del Dottorato in Economia Aziendale (Ph.D. Program in Management), Università degli Studi di Roma Tor Vergata dal 2009 al 2017.
- Visiting Professor presso la “Lucian Blaga” University of Sibiu (RO) nel 2017 e nel 2018.
- Visiting Professor presso la Federal University of Paraná, Curitiba (BR) nel 2018.
- Docente in corsi di dottorato, master e corsi di alta formazione presso Università e Scuole di specializzazione. Fra le principali collaborazioni si ricordano: Università di Bari; Università di Camerino; Università di Catania; Università Macerata; Università di Pavia; Università di Roma

Sapienza; Università di Roma Tor Vergata; Technological University of Almaty (Kazakhstan); CIS (Reggio Emilia); Consorzio Forma Futuro (Parma); Consorzio Roma Ricerche (Roma); Elea (Ivrea); Scuola Superiore di Catania, Università di Catania; SIAF (Scuola Internazionale di Alta Formazione)/Scuola Superiore Sant'Anna (Volterra); Sistema Moda Italia (Milano); Master Il Sole 24 Ore Formazione (Roma); Spegea (Bari); Tecnomarche (Civitanova Marche).

ELENCO PUBBLICAZIONI

a) Monografie e libri

1. Musso F. (1999), *Relazioni di canale e strategie di acquisto delle imprese commerciali. Potere e stabilità nella grande distribuzione britannica*, Lint, Trieste, ISBN: 88-8190-071-8.
2. Musso F. (2000), *Economie distrettuali e canali di distribuzione all'estero. Varietà di percorsi delle imprese pesaresi del mobile*, INS-EDIT, Genova.
3. Musso F. (2003), *Le relazioni con i mercati esteri delle imprese produttrici di mobili. Sistemi distrettuali e canali distributivi*, Edizioni Goliardiche, Trieste, ISBN: 88-88171-30-4.
4. Musso F. (2004), *Le relazioni con i mercati esteri delle imprese produttrici di mobili. Nuova edizione*, Edizioni Goliardiche, Trieste, ISBN: 88-88171-94-0
5. Cerruti C., Musso F. (2004), *L'integrazione dei distretti industriali fra ICT e logistica. Esperienze di imprese marchigiane «eccellenti»*, Edizioni Goliardiche, Trieste, ISBN: 88-88171-82-7.
6. Musso F., Bartolucci F., Pagano A. (2005), *Competere e radicarsi in Cina. Aspetti strategici e operativi*, Franco Angeli, Milano, ISBN 88-464-6862-7.
7. Musso F. (2005), *L'impresa commerciale minore in Italia*, Cedam, Padova, ISBN: 9788813261214.
8. Musso F. (2007), *La modernizzazione del commercio fra centri storici ed entroterra rurale. I cambiamenti della distribuzione al dettaglio nella provincia di Pesaro e Urbino*, Argalia, Urbino, ISBN: 978-88-89731-14-7.
9. Pepe C., Musso F., Risso M. (2010), *SME Food Suppliers versus Large Retailers: Perspectives in the International Supply Chains*, DSI Essays Series, n. 13, McGraw-Hill, Milano, ISBN: 978-88-386-6225-6.
10. Musso F., Cioppi M., Francioni B. (2012), *Il settore armiero per uso sportivo, venatorio e civile in Italia. imprese produttrici, consumi per caccia e tiro, impatto economico e occupazionale*, Franco Angeli, Milano, ISBN 978-88-204-0196-2.
11. Musso F. (2013), *Strategie e competitività internazionale delle piccole e medie imprese. Un'analisi sul settore della meccanica*, Cedam, Padova. ISBN 978-88-13-34409-2.
12. Musso F., Druica E. (2014) (eds.), *Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development*, IGI Global, Hershey, PA pp. 1-589. doi:10.4018/978-1-4666-6074-8. ISBN13: 9781466660748, ISBN10: 1466660740, EISBN13: 9781466660755. Codice SCOPUS: 2-s2.0-84945985670
13. Musso F., Doninotti D., Fulvio F. (2016), *Internazionalizzare l'impresa*, Confcommercio – AICE, Milano.
14. Musso F., Zucchella A., Pissavino P.C. (2016) (a cura di), *Internazionalizzazione e oltre. Le imprese italiane e il Sistema Paese fra strategie e realtà competitiva*, Cacucci, Bari, ISBN: 9788866115359.
15. Fusco G., Musso F. (2018) (eds.), *The Technology Transfer Cycle. Linking Societal Needs and Innovation*. Urbino University Press, Urbino, ISBN: 978-88-31205-00-9.

16. Musso F., Francioni B. (2019), *Marketing per i mercati esteri*, Egea, Milano, ISBN 978-88-238-2281-8.
17. Musso, F., Druica, E. (2020) (eds.). *Handbook of Research on Retailing Techniques for Optimal Consumer Engagement and Experiences* (pp. 1-571). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-7998-1412-2. ISBN13: 9781799814122, ISBN10: 1799814122, EISBN13: 9781799814139.
18. Musso F. (Ed.) (2020), *Strategic Decision-Making in International Context*. Proceedings of the 1st Interdisciplinary Workshop on “Strategic Decision-Making in International Context”, Urbino, 27 February. Urbino University Press, Urbino. ISBN: 978-88-31205-04-7.

b) Articoli su riviste scientifiche

19. Musso F. (1988), “Internazionalizzazione e piccola impresa: la crisi del comparto marchigiano degli strumenti musicali”, *Piccola Impresa - Small Business*, n. 2, pp. 137-148, ISSN: 0394-7947.
20. Musso F. (1993), “La Qualità Totale nel terziario: problemi e prospettive”, *Servizi*, n. 1.
21. Pepe C., Musso F. (1994), “Integrazione europea e distribuzione commerciale: politiche comunitarie ed evoluzione del fenomeno”, *Economia e Diritto del Terziario*, n. 1, ISSN: 1593-9464, pp. 129-175.
22. Musso F. (1996), “Potere e stabilità nei rapporti di fornitura della grande distribuzione britannica”, *Economia e Diritto del Terziario*, n. 3, ISSN: 1593-9464, pp. 971-1011.
23. Musso F. (2000), “La Qualità Totale nell'impresa turistica”, *Prisma*, n. 14/15, ISSN 0393-9049, ISSNc 2036-5063, pp. 48-59.
24. Musso F. (2004), “Il sistema distributivo cinese fra tradizione e modernizzazione”, *China News*, n. 1, Milano, Franco Angeli, pp. 11-31, ISBN/ISSN: 8846460820
25. Musso F., Pedini B. (2004), “Prospettive tecnologiche per l'incontro fra domanda e offerta nel mercato del lavoro locale”, *Prisma*, n. 29, ISSN 0393-9049, ISSNc 2036-5063, pp. 91-102.
26. Cerruti C., Musso F. (2004), “La logistica nei distretti industriali. Scenari di evoluzione per l'integrazione delle filiere”, *Finanza, Marketing e Produzione*, n. 4, vol. 22, ISSN: 1593-2230, pp. 23-40.
27. Musso F. (2005), “Le relazioni di *guanxi* per l'accesso ai business network cinesi”, *China News*, n. 3, pp. 21-39, ISBN/ISSN: 8846469267.
28. Ferrero G., Musso F. (2006), Presentazione del numero monografico di *Sinergie* su “L'internazionalizzazione delle imprese e dei distretti industriali”, *Sinergie*, n. 69, ISSN: 0393-5108, pp. XVII-XXIV.
29. Musso F. (2006), “Strategie di internazionalizzazione fra economie distrettuali e filiere estese”, *Sinergie*, n. 69, ISSN: 0393-5108, pp. 61-85.
30. Musso F., Risso M. (2006), “Responsabilità sociale d'impresa nelle filiere internazionali della grande distribuzione”, *Symphonya: Emerging Issues in Management* (<http://symphonya.unimib.it>), n. 1, ISSN: 1593-0300. ISBN: 978-88-88381-11-4, pp. 91-107.
31. Musso F., Risso M. (2006), “CSR within large retailers international supply chains”, *Symphonya: Emerging Issues in Management* (<http://symphonya.unimib.it>), n. 1, ISSN: 1593-0319, pp 79-92, doi: 10.4468/2006.1.06musso.risso.
32. Consoli D., Musso F. (2010), “Marketing 2.0: A New Marketing Strategy”, *Journal of International Scientific Publications: Economy & Business*, Vol. 4, n. 2, ISSN 1313-2555, pp. 315-325.

33. Consoli D., Musso F. (2010), "Towards the Integration of Enterprise Software: The Business Manufacturing Intelligence", *Journal of International Scientific Publications: Economy & Business*, Vol. 4, n. 2, pp. 326-336. ISSN 1313-2555.
34. Musso F. (2010), "Le nuove frontiere del marketing internazionale fra approccio strategico, contestualizzazione e interculturalità", *Mercati e competitività*, n. 4/2010, pp. 15-19. ISSN: 1826-7386, doi: 10.3280/MC2010-004002.
35. Musso F. (2010), "Innovation in Marketing Channels: Relationships, Technology, Channel Structure", *Symphonya: Emerging Issues in Management* (<http://symphonya.unimib.it>), n. 1, pp. 23-42, ISSN: 1593-0300, EISSN: 1593-0319, doi: 10.4468/2010.1.04musso .
36. Brondoni S., Musso F. (2010), "Ouverture de 'Canali di Marketing e mercati globali'", *Symphonya: Emerging Issues in Management*, n. 1, pp 1-6. ISSN: 1593-0300, EISSN: 1593-0319, doi: 10.4468/2010.1.01ouverture.
37. Pepe C., Musso F., Risso M. (2010), "The social responsibility of retailers and small and medium suppliers in international supply chains", *Finanza, Marketing e Produzione*, n. 3, ISSN: 1593-2230-5, pp. 32-61.
38. Musso F. (2010), "Small Retailing, Town Centres and Inland Territories. An "Extended Town Centre Management" Perspective", *Public Administration & Regional Studies*, 3rd Year, n. 2 (6), Galati University Press, pp. 37-58. ISSN 2065 -1759.
39. Musso F., Risso M., Francioni B., (2011) "Grande distribuzione alimentare e criteri di selezione dei fornitori nella prospettiva dei piccoli e medi produttori", *Mercati e competitività*, n. 1, pp. 73-92, doi: 10.3280/MC2011-001005, ISSN: 1826-7386.
40. Musso F. (2011), "Relational Dynamics within Vertical Business Networks: The Need for a Transdisciplinary Approach", *Analele Universitatii Bucuresti. Seria Stiinte Economice si Administrative, Annals of the University of Bucharest: Economic and Administrative Series*, Issue 5, pp. 131-148, ISSN: 1842-9327.
41. Musso F., Francioni B. (2012), "Foreign Markets Entry Mode Decision for Italian Small and Medium-Sized Enterprises", *International Journal of Business and Management*, Vol. 7, No. 2, January, pp. 3-16. ISSN 1833-3850, E-ISSN 1833-8119, doi:10.5539/ijbm.v7n2p3.
42. Musso F. (2012), "Technology in Marketing Channels: Present and Future Drivers of Innovation", *International Journal of Applied Behavioural Economics (IJABE)*, vol. 1, n. 2, pp. 41-51. doi:10.4018/ijabe.2012040104, ISSN: 2160-9802, EISSN: 2160-9810.
43. Musso F. (2012), "Prospettive di analisi per l'innovazione nei canali di marketing", *Mercati e competitività*, n. 3, pp. 85-106, doi: 10.3280/MC2012-003005 , ISSN: 1826-7386.
44. Musso F. (2012), Guest Editorial Preface, Special Issue on Retailer-Consumer Relationships, *International Journal of Applied Behavioural Economics (IJABE)*, vol. 1, n. 4, pp. I-III, ISSN: 2160-9802, EISSN: 2160-9810.
45. Musso F., Francioni B. (2012), "The Influence of Decision-Maker Characteristics on the International Strategic Decision-Making Process: An SME Perspective", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 58, pp. 279-288, ISSN: 1877-0428, doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.100. WOS:000312875900031.
46. Musso F., Francioni B. (2012), "How Do Smaller Firms Select Foreign Markets?", *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 4, No. 6, pp. 44-53, ISSN 1918-719X(Print) ISSN 1918-7203(Online) , doi: 10.5539/ijms.v4n6p44.
47. Vissak T., Francioni B., Musso F. (2012) "MVM's Nonlinear Internationalization: A Case Study", *Journal of East-West Business*, Vol 18, n. 4, pp. 275-300 , ISSN 1066-9868 (Print), 1528-6959 (Online), doi :10.1080/10669868.2012.736081. Codice SCOPUS: 2-s2.0-84871105215.

48. Musso F. (2012), "Editorial", *International Journal of Economic Behavior (IJEB)*, Vol. 2(1), pp. 1-2, ISSN 2069-5756, EISSN 2285-0430.
49. Francioni B., Musso F., Pagano A. (2012), "Il ruolo dei consorzi per la valorizzazione del Made in Italy nel mercato indiano", *Piccola Impresa/Small Business*, n. 3, pp. 99-123, ISSN: 0394-7947. doi: 10.14596%2Fpi.34.
50. Musso F. (2013), "Is Industrial Districts Logistics suitable for Industrial Parks?", *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, Vol 9, No 4, pp. 221-233. Online ISSN: 2067 – 340X, Print ISSN: 2065-0175.
51. Musso F., Risso M., (2013) "CSR for retailers' led channel relationships: Evidence from Italian SME manufacturers", *International Journal of Information Systems and Social Change (IJISSC)*, Vol. 4, n. 1, January-March, pp.21-36, doi: 10.4018/ijissc.2013010102, ISSN: 1941-868X, EISSN: 1941-8698.
52. Musso F., Francioni B. (2013), "The Decision-Making Process in International Business Strategies. Factors of Influence on Small and Medium Enterprises", *International Journal of Applied Behavioural Economics (IJABE)*, Vol. 2, No. 2, April-June 2013, pp. 1-22. doi: 10.4018/ijabe.2013040101, ISSN: 2160-9802, EISSN: 2160-9810.
53. Francioni B., Musso F., Vardiabasis D. (2013), "Key decisions and changes in internationalization strategies. The case of smaller firms", *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 21, n. 3, pp. 240-259, doi: 10.1080/0965254X.2013.790466, ISSN 0965-254X (Print), 1466-4488 (Online). Codice SCOPUS: 2-s2.0-84879694753.
54. Musso F. (2013), "Editorial", *International Journal of Economic Behavior (IJEB)*, Vol. 3(1), pp. 1-2, ISSN 2069-5756, EISSN 2285-0430.
55. Musso F., Francioni B. (2014), "International Strategy for SMEs: Criteria for Foreign Markets and Entry Modes Selection", *Journal of Small Business and Enterprise Development (JSBED)*, Vol. 21, n. 2, pp. 301-312, ISSN: 1462-6004, doi: 10.1108/JSBED-10-2013-0149. Codice SCOPUS: 2-s2.0-84902524936.
56. Musso F. (2014), "Editorial", *International Journal of Economic Behavior (IJEB)*, Vol. 4(1), pp. 1-2, ISSN 2069-5756, EISSN 2285-0430.
57. Musso F. (2014), "Guest Editorial Preface, Special Issue on Retailer Offer and Consumer Behavior", *International Journal of Applied Behavioral Economics*, Vol. 3(4), pp. i-iii, October-December, ISSN 2069-5756, EISSN 2285-0430. ISSN: 2160-9802, EISSN: 2160-9810.
58. Cioppi M., Musso F., Pencarelli T., Savelli E. (2014), "Economic Crisis and SMEs' behavior: an Analysis on the Furniture Sector in Italy", *International Journal of Economic Behavior (IJEB)*, Vol. 4(1), pp. 115-126, ISSN 2069-5756, EISSN 2285-0430.
59. Musso F. (2014), "La questione dimensionale per le imprese italiane nello scenario competitivo globale", *Economia e Società Regionale*, XXXII (3) 2014, pp. 159-166, DOI: 10.3280/ES2014-003016, ISSN 1827-2479, ISSNe 2038-6745.
60. Musso F., Francioni B. (2015), "Agri-Food Clusters, Wine Tourism and Foreign Markets. The Role of Local Networks for SME's Internationalization", *Procedia Economics and Finance*, 27 (2015), pp. 334-343, ISSN: 2212-5671, doi: 10.1016/S2212-5671(15)01004-7. Codice Science Direct: 1-s2.0-S2212567115010047.
61. Francioni B., Musso F., Cioppi M. (2015), "Decision-maker characteristics and international decisions for SMEs", *Management Decision*, Vol. 53, n. 10, pp. 2226-2249. ISSN: 0025-1747. doi: 10.1108/MD-03-2015-0094. Codice SCOPUS: 2-s2.0-84947260937. WOS:000366645100002.
62. Musso F., Richelieu A., Francioni B. (2016), "The Management of Small Sport Clubs", *Revista Economica*, Vol. 68, n. 5, pp. 121-138, ISSN: 1582-6260.

63. Esposito G.F., Musso F. (2016), "Institutional Sustainability of Industrial Policies for Inequalities Reduction at the Regional Level", *Analele Universitatii Bucuresti. Seria Stiinte Economice si Administrative, Annals of the University of Bucharest: Economic and Administrative Series*, Issue 10, pp. 49-75, ISSN: 1842-9327, E-ISSN: 2458-102x.
64. Musso F., Richelieu A., Francioni B. (2016), "Making small sports clubs manageable and economically sustainable - A study on clay target shooting in Italy", *Managing Sport and Leisure*, Vol. 21 n. 5 , pp. 283-299, ISSN: 2375-0472, eISSN: 2375-0480, doi: 10.1080/23750472.2016.1273791. Codice SCOPUS: 2-s2.0-85012982007. WOS:000395322200002.
65. Vissak T., Francioni B., Musso F. (2017), "The role of network relationships in small wineries' internationalization: a case study from Marche, Italy", *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 29, n. 1, pp. 37 – 57, ISSN: 1751-1062, , E-ISSN: 1751-1070, doi: 10.1108/IJWBR-07-2015-0025. Codice SCOPUS: 2-s2.0-85015819669, WOS:000399072900003.
66. Francioni B., Vissak T. Musso F. (2017), "Small Italian wine producers' internationalization: The role of network relationships in the emergence of late starters", *International Business Review*, vol. 26, n. 1, pp. 12-22, ISSN: 0969-5931, EISSN: 1873-6149. doi:10.1016/j.ibusrev.2016.05.003. Codice SCOPUS: 2-s2.0-84976505188, WOS:000390719400002.
67. Francioni B., Musso F., Cioppi M. (2017), "International decision processes within SMEs: the influence of biological sex and stereotypical gender roles" *International Journal of Globalisation and Small Business*, vol. 9, n. 4, pp. 203-221. doi: 10.1504/IJGSB.2017.10010974. ISSN online: 1479-3067 ISSN print: 1479-3059, Codice SCOPUS: 2-s2.0-85046954363.
68. Angioni M., Musso F. (2018), "Website Adoption for Agritourism Companies: Key Features and Perceptions of Customers", *International Journal of Applied Behavioral Economics (IJABE)*, Vol. 7, n. 4, pp. 54-70. doi: 10.4018/IJABE.2018100104, ISSN: 2160-9802, EISSN: 2160-9810. WOS:000455524200004.
69. Musso F. (2018), "Per un nuovo modello di supporto alla promozione all'estero delle PMI", *Quaderni di ricerca sull'artigianato, Rivista di Economia, Cultura e Ricerca Sociale*, n. 2/2018, pp. 287-308, doi: 10.12830/90957. ISSN: 1590-296X.
70. Musso F., Richelieu A., Francioni B. (2019), "Key factors for ensuring performance and attracting practitioners to small sport clubs", *International Journal of Sport Management and Marketing*, Vol. 19, . 5/6, 2019, pp. 352-370, doi 10.1504/IJSMM.2019.104156. ISSN print 1475-8962, ISSN online 1740-2808, Codice Scopus:
71. Musso F., Esposito G.F., Angioni M. (2019), "Per un modello di valutazione della sostenibilità istituzionale delle politiche di sviluppo locale", *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione*, n. 4, pp. 1-32. doi 10.32049/RTSA.2019.4.01. ISSN 0391-190X, ISSN e 1972-4942.
72. Angioni M., Musso F. (2020) "New perspectives from technology adoption in senior cohousing facilities", *The TQM Journal*, Vol. 32, n. 3, pp. . DOI 10.1108/TQM-10-2019-0250, ISSN: 1754-2731.
73. Angioni M., Băcanu R.M., Musso F. (2020), Perceived Severity of the Coronavirus Disease 2019: An International Comparative Analysis, *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione*, pp. 1-32. doi: 10.32049/RTSA.2020.2.18. ISSN 0391-190X ISSN e 1972-4942.

c) Capitoli di libri

74. Musso F. (1998), "Le piccole e medie imprese nel comparto distributivo: caratteristiche e struttura", in Istituto Guglielmo Tagliacarne, *Rapporto 1997 sull'impresa a le economie locali*, Franco Angeli, Milano, pp. 215-284, ISBN: 88-464-0437-8.

75. Musso F. (2000), “L’impresa commerciale fra politiche difensive e opportunità di rilancio” in Unioncamere, *Le piccole e medie imprese nell’economia italiana. Rapporto 2000*, Franco Angeli, Milano, pp. 169-244, ISBN: 88-464-2221-X.
76. Musso F. (2000), “Cultura collaborativa e varietà di relazioni nei rapporti industria-distribuzione”, in AA.VV., *Relazioni interaziendali nella dinamica competitiva*, McGraw-Hill, Milano, pp. 384-401, ISBN: 88-386-0886-5.
77. Musso F. (2001), “Relazioni di canale e commercio elettronico. Processi di reintermediazione nel settore del mobile-arredamento”, in AA.VV., *La frontiera del commercio elettronico*, Apogeo, Milano, pp. 599-622, ISBN: 88-7303-840-9.
78. Pepe C., Musso F. (2001), “Internazionalizzazione e distretti industriali: costanti e specificità nei percorsi delle imprese del distretto pesarese del mobile (1985-1997)”, in G. Ferrero (a cura di) *Distretti, network, rapporti interaziendali*, Inseedit, Genova, pp. 99-143.
79. Musso F. (2001), “I fattori di competitività delle imprese commerciali minori nella modernizzazione della distribuzione italiana”, in Unioncamere, *Le piccole e medie imprese nell’economia italiana. Rapporto 2001*, pp. 187-268, Franco Angeli, Milano.
80. Pepe C., Musso F. (2003), “Il doppio sistema distretto/canale nei percorsi internazionali delle piccole imprese”, in Esposito G. (a cura di), *La globalizzazione dei piccoli. Fattori di competitività e promozione dell’internazionalizzazione delle PMI*, Franco Angeli, Milano, pp. 108-136, ISBN: 88-464-4556-2.
81. Musso F. (2003), “Percorsi di internazionalizzazione nel turismo” in Pencarelli T. (a cura di) *Lecture di economia e management delle organizzazioni turistiche*, Edizioni Goliardiche, Trieste, pp. 191-230, ISBN: 88-88171-50-9.
82. Musso F. (2006), “Sviluppo e consumo in Cina”, in Marchisio O. (a cura di), *Cina & capitalismo. Ovvero un matrimonio ‘quasi’ riuscito*, Sapere 2000, Roma, pp. 177-196, ISBN: 88-767-3244-6.
83. Musso F. (2006), “Reti e distribuzione in Cina”, in Marchisio O. (a cura di), *Sistemi locali e reti lunghe. Crisi e problemi della geografia dell’industria italiana*, Franco Angeli, Milano, pp. 314-335, ISBN: 88-464-7646-8.
84. Musso F. (2006), “Il ruolo della piccola e media impresa di distribuzione nel commercio modernizzato”, in AA.VV., *Scritti in onore di Isa Marchini*, Franco Angeli, Milano, pp. 572-588, ISBN 88-464-7997-1.
85. Musso F., Risso M. (2007), “Sistemi di supporto alle decisioni di internazionalizzazione commerciale: un modello applicativo per le piccole e medie imprese”, in Ferrero G. (a cura di), *Le ICT per la qualificazione delle Piccole Imprese Marchigiane*, Carocci, Roma, pp. 205-255, ISBN: 9788843040162.
86. Musso F. (2008), “Il marketing internazionale”, in *Master 24 Marketing e Comunicazione*, Vol 14: *Gestire il brand nei mercati globali*, Il Sole 24 Ore, Milano, pp. 14-33.
87. Pepe C., Musso F. (2009), “Piccoli produttori e grandi distributori: prospettive di sviluppo internazionale nei circuiti commerciali e logistici”, in Pepe C, Zucchella A. (a cura di), *Imprese e processi di internazionalizzazione*, Il Mulino, Bologna, pp. 127-155, ISBN: 9788815127723.
88. Musso F. (2009), “Lo sviluppo internazionale”, in Di Bernardo B., Gandolfi V., Tunisini A., *Economia e management delle imprese*, Hoepli, Milano, ISBN: 9788820341565.
89. Musso F. (2009), “Il management dei processi logistici”, in Di Bernardo B., Gandolfi V., Tunisini A., *Economia e management delle imprese*, Hoepli, Milano, pp. 401-414, ISBN: 9788820341565.

90. Bertoli G. Iazzi A, Maizza A. Musso F. (2009), "Mercati globali e marketing internazionale" in Cristini G. (a cura di), *Marketing. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione*, Gruppo 24 Ore, Milano, pp. 69-95, ISBN: 978-88-6345-069-9.
91. Musso F. (2009), "La Cina come mercato: prospettive, vincoli, illusioni", in Beretta S., Pissavino P.C. (a cura di), *Cina e oltre. Piccola e media impresa tra internazionalizzazione e innovazione*, Rubbettino, Soveria Mannelli, ISBN: 9788849825510.
92. Musso F. (2010), "Percorsi di internazionalizzazione nel turismo" in Pencarelli T. (a cura di), *Marketing & Management del Turismo*, Edizioni Goliardiche, Trieste, pp. 317-356, ISBN: 978-88-7873-087-8.
93. Musso F. (2011), "Review" in L.M. MOga, K.M. Nor, N. Misu, E. Mitrica, R.I. Stroe, *Serviziile bancare electronice in Romania. Provocari, factori, modele – Electronic Banking Services in Romania. Challenges, determining factors, models*, Editura ASE, București, ISBN 978-606-505-492-9.
94. Musso F., Risso M. (2012), "Corporate social responsibility in the relationships between large retailers and Italian small and medium food suppliers", in Wagner M. (Ed.), *Entrepreneurship, Innovation and Sustainability*, Greenleaf Publishing, Sheffield, pp. 216-237, ISBN 978-1-906093-73-0. WOS:000353519100012.
95. Musso F. (2012), "Modelli di sviluppo degli insediamenti commerciali e implicazioni per le politiche regionali", in Gregori G.L., Pencarelli, T. (a cura di), *Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche*, ISBN 978-88-204-0186-3, pp 159-182.
96. Musso F. (2012), "L'impresa commerciale minore di fronte alle sfide della modernizzazione del commercio", in Gregori G.L., Pencarelli, T. (a cura di), *Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche*, ISBN 978-88-204-0186-3, pp 183-204.
97. Musso F., Francioni B., Pagano A. (2012), "The role of country of origin in supporting export consortia in emerging markets, in Bertoli G. Resciniti R. (eds), *International Marketing and the Country of Origin Effect: The Global Impact of "Made in Italy"*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK, ISBN 978 1 78195 560 4, pp. 178-198. Codice SCOPUS: 2-s2.0-84881807683. WOS:000324714900010.
98. Musso F., Risso M., (2012), "ICT Innovation for Buyer-Seller Relationships in international Supply Chains", in Department of Management Studies, Indian Institute of Science, Bangalore, *Driving the Economy through Innovation and Entrepreneurship: Emerging Agenda for Technology Management*, Springer India, Heidelberg, ISBN 978-81-322-0745-0, ISBN (e-book) 978-81-322-0746-7, doi 10.1007/978-81-322-0746-7_54, pp. 703-714.
99. Musso F., Risso M. (2012). "Rapporti tra PMI e GDO e innovazione tecnologica", in C. Cerruti (a cura di) *Internazionalizzazione e innovazione. Approcci ed esperienze*, Aracne, Roma, pp. 175-202, ISBN: 9788854854369, doi: 10.4399/97888548543697.
100. Musso F. (2012), "Foreign Trade and Foreign Direct Investments in Yemen", in Medici A.M. (ed), *After the Yemeni Spring. A Survey on the Transition*, Mimesis Edizioni, Milano, pp. 136-146, ISBN 9788857514376.
101. Musso F. (2012), "Households, consumers and consumer goods in Yemen", in Medici A.M. (ed), *After the Yemeni Spring. A Survey on the Transition*, Mimesis Edizioni, Milano, pp. 161-163, ISBN 9788857514376.
102. Musso F. (2012), "The Yemen Logistics infrastructure", in Medici A.M. (ed), *After the Yemeni Spring. A Survey on the Transition*, Mimesis Edizioni, Milano, pp. 164-166, ISBN 9788857514376.

103. Musso F., (2012), 中国零售业现代化进程 (“The modernization process of Chinese retailing”), in Beretta S., Lihong Z., 意大利人眼中的中国 (*Contemporary China through Eyes of Italian Experts*), East China University Press, Shanghai, ISBN 978-7-5620-4524-3, pp. 134-143.
104. Musso F. (2013), "I distretti industriali e i processi di internazionalizzazione delle imprese italiane", in Pissavino P. (a cura di), *Atom, autobiografia di un'impresa metanazionale*, Rubbettino, Soveria Mannelli, pp. 147-160, ISBN: 978-88-498-3818-3.
105. Musso F., Druica E. (2014), "Preface", in Musso F., Druica E. (eds.), *Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development*, IGI Global, Hershey, PA. doi:10.4018/978-1-4666-6074-8. ISBN13: 9781466660748, ISBN10: 1466660740, EISBN13: 9781466660755, pp. XXVI-XXXIII. Codice SCOPUS: 2-s2.0-84946008919.
106. Musso F. (2014), "Lo sviluppo dei mercati esteri", in Tunisini A., Pencarelli T., Ferrucci L. (eds) *Economia e management delle imprese*, Hoepli, Milano, pp. 392-411, ISBN 978-88-203-6308-6.
107. Musso, F., Riso, M. (2015), "CSR for Retailers' Led Channel Relationships: Evidence from Italian SME Manufacturers", in Information Resources Management Association (ed.), *Human Rights and Ethics: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, IGI Global, Hershey, PA, pp. 778-794, doi:10.4018/978-1-4666-6433-3.ch043. ISBN13: 9781466664333, ISBN10: 1466664339, EISBN13: 9781466664340. Codice SCOPUS: 2-s2.0-84945383443.
108. Francioni B., Vissak T., Musso F. (2015), “The influence of wine tourism on the internationalization of Italian SMEs”, in Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., Maizza A. (eds.), *Contemporary Trends and Perspectives in Wine and Agrifood Management*, EuroMed Press, pp. 389-401, ISBN: 978-9963-711-30-7.
109. Musso F., Francioni B. (2016), “Il ruolo del turismo e del territorio nel processo di internazionalizzazione delle PMI vitivinicole”, in Napolitano M.R., Marino V. (eds.), *Cultural Heritage e Made in Italy. Casi ed Esperienze di Marketing Internazionale*, PuntoOrg, Napoli, pp. 479-502, ISBN: 978-88-6342-856-8 doi: 10.19245/25.05.bs.020.
110. Francioni B., Vissak T., Musso F. (2016), “The Role of Wine Tourism in Italian SMES’ Internationalization: Eight Cases”, in Petruzzellis L., Winer R.S. (eds.), *Rediscovering the Essentiality of Marketing*, Springer, New York, pp. 935-939, ISSN 2363-6165, eISSN 2363-6173, ISBN: 978-3-319-29876-4, eISBN: 978-3-319-29877-1, doi 10.1007/978-3-319-29877-1_186, WOS:000392200400186.
111. Zucchella A., Musso F., Pissavino P. (2016), “Piccole imprese e globalizzazione: condizioni di competitività nei mercati esteri e ruolo del sistema Paese”, in Musso F., Zucchella A., Pissavino P.C. (a cura di), *Internazionalizzazione e oltre. Le imprese italiane e il Sistema Paese fra strategie e realtà competitiva*, pp. 7-14, Cacucci, Bari, ISBN: 9788866115359.
112. Musso F. Francioni B., Masili G. (2017), “Born Global Family firms”, in Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E. (eds.), *Global and national business theories and practice: bridging the past with the future, The 10th Annual Euromed Academy of Business Conference*, Università di Roma la Sapienza, September 13-15, pp. 2143-2144. ISBN: 978-9963-711-56-7.
113. Caraganciu A., Musso F., Francioni B. (2018), “The Influence of Business Ecosystems on Innovation-Based Industries: A Research on the Mechanical Sector in Italy”, in Mărginean S., Ogorean C., Orăștean R. (eds), *Emerging Issues in the Global Economy*, Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, pp. 101-111. ISBN: 978-3-319-71875-0, eISBN: 978-3-319-71876-7. doi: 10.1007/978-3-319-71876-7_9.
114. Musso, F. (2018), “Destructuring of marketing channels and growth of multichannelling. In search of a new model for distribution systems”, in Brondoni S. (ed.), *Competitive Business Management. A Global Perspective*, Routledge, New York, pp. 125-136. ISBN: 978-88-921-1609-2 (hbk-G.

Giappichelli Editore), ISBN: 978-1-138-34222-4 (hbk-Routledge), ISBN: 978-0-429-43984-1 (ebk-Routledge). doi: 10.4324/9780429439841. Codice SCOPUS: 2-s2.0-85059416447.

115. Musso, F., Esposito G.F. (2018), "Industrial Policies and Institutional Sustainability. The Case of Inner Areas in Italy" in Mărginean S., Ogorean C., Orăștean R. (eds), *Innovative Business Development – A Global Perspective*, Springer Proceedings in Business and Economics. Springer Nature Switzerland, Cham, pp. 219-239. ISBN 978-3-030-01877-1 ISBN 978-3-030-01878-8 (eBook). doi: 10.1007/978-3-030-01878-8_19.
116. Musso F., Angioni M. (2019), "Grande Distribuzione e Responsabilità Sociale di Impresa. Un Confronto Internazionale", in Pastore A., Testa F., Iasevoli G, Ugolini M. (eds.) *Management and Sustainability: Creating Shared Value in the Digital Era. Referred Electronic Conference Proceeding (20-21 June 2019 – Sapienza University, Rome)*, Fondazione Cueim, Verona, pp. 113-120. ISBN 97888943937-1-2. Doi 10.7433/SRECP.EA.2019.20.
117. Musso F., Druica E. (2020), *Preface*, in Musso F., Druica E. (eds.), *Handbook of Research on Retailing Techniques for Optimal Consumer Engagement and Experiences*, IGI Global, Hershey, PA, pp. XVIII-XXIV. ISBN13: 9781799814122, ISBN10: 1799814122, EISBN13: 9781799814139.
118. Palmeira, M., & Musso, F. (2020). 3Rs of Sustainability Values for Retailing Customers as Factors of Influence on Consumer Behavior. In F. Musso, & E. Druica (Eds.), *Handbook of Research on Retailing Techniques for Optimal Consumer Engagement and Experiences* (pp. 421-444). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-7998-1412-2.ch019
119. Musso, F., & Adam, R. (2020). Retailing 4.0 and Technology-Driven Innovation: A Literature Review. In F. Musso, & E. Druica (Eds.), *Handbook of Research on Retailing Techniques for Optimal Consumer Engagement and Experiences* (pp. 338-354). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-7998-1412-2.ch015

d) *Atti di convegni, working paper e rapporti di ricerca*

120. Musso F., Rizzoni A. (1987), *I processi di ristrutturazione nelle PMI marchigiane del settore degli strumenti musicali*, rapporto finale ricerca CNR "La gestione dei processi di riconversione produttiva nella piccola impresa", Università degli Studi di Urbino.
121. Musso F. (1992), *Dal turismo stagionale al turismo congressuale: analisi di un progetto di riconversione*, working paper, CLUA, Ancona.
122. Musso F. (1997), "The Changing Role of Trade Co-operation in Regional Economies: A Case Study", *37th European Regional Science Association Congress*, Roma, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", Facoltà di Economia, August 26-29.
123. Musso F. (1998), "Case Istories Eurosuole e LC Mobili", in Istud, *La crescita delle P.M.I. nella regione Marche. Dal sistema distrettuale all'impresa distrettuale*, Rapporto di ricerca Adapt, Stresa, aprile, pp 40-50, 80-89.
124. Musso F. (1999), "Il settore del commercio nell'anno del cambiamento: le prospettive per le imprese minori", in Unioncamere - Istituto Guglielmo Tagliacarne, *Sviluppo locale e dinamiche settoriali. L'impresa dal punto di osservazione del sistema camerale*, Roma, luglio.
125. Pepe C., Musso F. (1999), "Imprese distrettuali e rapporto col mercato: potenzialità e limiti dei processi di internazionalizzazione del distretto pesarese del mobile", *Atti del Convegno: Il futuro dei distretti*, Vicenza, 4 giugno. Codice Scopus: 2-s2.0-0001793685.
126. Musso F. (1999), "Il ruolo della piccola impresa nel processo di modernizzazione del commercio" in Istituto Guglielmo Tagliacarne, *Rapporto 1998 sull'impresa a le economie locali*, Roma, dicembre.

127. Musso F. (1999), "Imprese distrettuali e rapporto col mercato. Origine ed evoluzione del distretto pesarese del mobile", *Quaderni di Economia, Matematica e Statistica*, n. 52, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Urbino.
128. Musso F. (2002), "Internet e riconfigurazione dei canali di marketing. Il caso dei beni durevoli", *Quaderni di Economia, Matematica e Statistica*, n. 69, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Urbino.
129. Pepe C., Musso F. (2003), "The International Opening of Small District Firms. Flexibility Vs. Consolidation in Channel Relations", Conference on *Clusters, Industrial Districts and Firms: The Challenge of Globalization*, Modena, September 12-13. ISBN: 88-89427-00-0. Codice Scopus: 2-s2.0-0037353216.
130. Musso F. (2007), "Centri storici, aree rurali e distribuzione al dettaglio. Il ruolo del commercio minore per la valorizzazione del tessuto socio-economico urbano e periferico", *IV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Il Marketing dei Talenti*, Roma, 5-6 ottobre.
131. Pepe C., Musso F., Rizzo M. (2008), "SME food suppliers versus large retailers: perspectives in the international supply chains", *15th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science*, European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS), Zagreb, Croatia, July 14-17. Codice Scopus: 2-s2.0-40549130680.
132. Musso F., Francioni B. (2009), "International Market Selection: an SME Perspective", *7th Workshop On International Strategy And Cross Cultural Management*, European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM), Helsinki, September 25-26.
133. Musso F., Rizzo M., Francioni B. (2009), "Grande distribuzione alimentare e criteri di selezione dei fornitori nella prospettiva dei piccoli e medi produttori", *VI Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Firenze, *Fashion Marketing*, 6-7 novembre.
134. Musso F., Francioni B. (2009), "Foreign markets entry mode decision for SMEs. Key factors and role of industrial districts", *35th European International Business Academy (EIBA) Annual Conference*, Universidad de Valencia/Fundación Universidad-Empresa ADEIT, Valencia, December 13-15.
135. Musso F., Francioni B. (2010), "International Market and Entry Mode Selection: An Sme Perspective", *Proceedings of the 10th European Academy of Management (EURAM) Conference, Tor Vergata University*, Rome, May 19-22.
136. Pepe C., Musso F., Rizzo M. (2010), "Retailer and Small and Medium Supplier Responsibilities in International Supply Chains: Evidences from European and Italian Perspectives", *Proceedings of the 10th European Academy of Management (EURAM) Conference, Tor Vergata University*, Rome, May 19-22 .
137. Musso F., Francioni B. (2010), "International Strategy for SMEs: Criteria for Foreign Markets Selection" *International Conference in Economics and Administration (ICEA - FAA)*, Faculty of Business and Administration, University of Bucharest, June 4-5.
138. Musso F., Consoli D. (2010), "Technology in marketing channels: Present and future drivers of innovation", *International Conference in Economics and Administration (ICEA - FAA)*, Faculty of Business and Administration, University of Bucharest, June 4-5.
139. Musso F., Rizzo M. (2010), "CSR in Large Retailers and Food SME Relations: Evidences from Italian Market", *Proceedings of the International Federation of Scholarly Associations of Management (IFSAM) Congress: Justice and Sustainability in the Global Economy*, Paris, July 8-10.

140. Musso F. (2010), "Prospettive di analisi per l'innovazione nei canali di marketing" Atti del convegno *Marketing & Sales oltre la crisi. VII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Ancona, 23-24 settembre.
141. Consoli D., Musso F. (2010), "A New Model of Supply Chain Management in a Web Service Oriented Architecture", *Proceedings of the V International Conference Business Excellence (ICBE)*, 15-16 October, Brasov, Vol. 1, pp. 117-120, ISBN 978-973-1747-23-1. WOS:000296594400029.
142. Musso F. (2011), "Relational Dynamics within Vertical Business Networks: The Need for a Transdisciplinary Approach", *Proceedings of the International Conference in Economics and Administration (ICEA)*, Faculty of Business and Administration, University of Bucharest, June 3-4, ISBN: 978-606-501-074-1.
143. Pepe C., Musso F., Risso M. (2011), "Innovation in Marketing Channels: The Perspective of SME Suppliers in Large Retailers' Supply Chains", *Proceedings of the 18th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science*, European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS), San Diego, July 15-18, ISBN (print): 978-0-9837898-1-9, (CD): 978-90-6814-185-6. Codice Scopus: 2-s2.0-84973472676
144. Musso F., Risso M. (2011), "CSR for Channel Relationships in the Food Sector: Evidence from Italian SME Manufacturers", *Proceedings of the 12th International Conference of the Society for Global Business & Economic Development (SGBED)*, Lee Kong Chian School of Business, Singapore Management University, Singapore July 21-23, pp. 452-464. ISBN: 978-0-9837898-02
145. Musso F., Francioni B., Pagano A. (2011), "Accordi, alleanze e cooperazioni per la valorizzazione del Made in Italy. Un'indagine sulle esperienze nel mercato indiano", *Atti del 3° Workshop: I processi innovativi nelle piccole imprese. Le sfide oltre la crisi*, Urbino, Facoltà di Economia, 16-17 settembre. ISBN: 978-88-85363-56-4
146. Musso F., Francioni B., Pagano A. (2011), "Alleanze e cooperazioni fra imprese per la valorizzazione del Made in Italy. Un'indagine sulle esperienze nel mercato indiano", *Atti del convegno La mobilità nel rispetto dell'ambiente: il ruolo del marketing. VIII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Roma, 22-23 settembre.
147. Musso F., Francioni B. (2011), "Changes in internationalization strategy of Italian SMEs", *37th European International Business Academy (EIBA) Annual Conference*, Bucharest, December 8-10.
148. Musso F. (2012), "The Influence of Entry Mode Decisions on International Marketing Policies. A Framework", *The International Conference The European Integration - Realities And Perspectives*, *Proceedings of the 7th International Conference on European Integration - Realities and Perspectives (EIRP)*, Danubius University of Galati, Romania, May 18-19, pp. 539-544. ISSN: 2067-9211, Online ISSN: 2069-9344.
149. Musso F., Risso M. (2012), "Small suppliers' selection criteria and logistics innovation within large retailers-led supply chains", in *Proceedings of the 12th European Academy of Management (EURAM) Conference*, Rotterdam, June, 6-8.
150. Musso F., Francioni B. (2012), "The Decision-Making Process in International Business Strategies. Factors of Influence on Small and Medium Enterprises", paper presented at *The International Conference on Economics and Administration (ICEA – FAA)*, Faculty of Administration and Business, University of Bucharest, 8-9th June.
151. Musso F., Francioni B., Pagano A. (2012), "Il ruolo dei consorzi nel settore agroalimentare per lo sviluppo dei mercati emergenti", Paper presentato al *Workshop SIDEA "Il sistema agroalimentare italiano di fronte alle sfide poste dai paesi emergenti"*, Capri, 26 giugno.
152. Musso F., Francioni B. (2012), "Decision-Making Process for SMEs Internationalization. The Influence of Decision-Maker Characteristics", *Proceedings of the 15th McGill International*

Entrepreneurship Conference, Department of Management Studies, University of Pavia, September 21-23, ISBN: 978-88-907861-0-5.

153. Vissak T., Francioni B., Musso F. (2012), "Nonlinear Internationalization: The Case of MVM Meccanica Valle Metauro S.R.L.", *38th EIBA Annual Conference*, Brighton, United Kingdom, 7-9 December, pp. 1-19.
154. Musso F., (2013), "Industrial districts: past, present and future. The Italian experience, the case of Romania, the emergence of new industrial paradigms", *Proceedings of the 5th International Conference in Economics and Administration, ICEA - FAA 2013*, Bucharest, 7 – 8 June, ISSN: 2284-9580.
155. Cioppi M. Musso F., Pencarelli T., Savelli E. (2013), "Crisi economica e comportamenti delle PMI. Un'indagine nel settore consumer della provincia di Pesaro-Urbino", *Atti del convegno Smart Life. Dall'innovazione tecnologica al mercato. X Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Università degli Studi di Milano Bicocca, 3-4 ottobre, pp. 1-15, ISBN: 978-88-907662-1-3.
156. Musso F., (2014), "Regional Business Networks, Business Ecosystems and Extended Value Chains: The Challenge of Globalization", paper presented at the *6th International Conference on Economics and Administration (ICEA – FAA)*, Faculty of Administration and Business, University of Bucharest, 20-21st June.
157. Francioni B., Vissak T., Musso F. (2014), "The role of wine tourism in internationalization of Italian SMEs", paper presented at the *Consumer Behavior in Tourism Symposium 2014 (CBTS 2014)*, held at the Competence Centre in Tourism Management and Tourism Economics (TOMTE) of the Free University of Bozen/Bolzano, December 3 –6, 2014, Bruneck/Brunico, South Tyrol, Italy. <http://www.unibz.it/en/economics/research/cbts2014/default.html>. WOS:000392200400186.
158. Musso F., Rizzo M., Santovito S. (2015), "Agrifood Firms' Responsible Initiatives in the Italian Regions", in Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., Maizza A. (eds.) *Contemporary Trends and Perspectives in Wine and Agrifood Management*, Conference Book of Proceedings, Lecce, January 16-17, EuroMed Press, pp. 384-386, pp. 375-377, ISBN: 978-9963-711-30-7.
159. Francioni B., Vissak T., Musso F. (2015), "The influence of wine tourism on the internationalization of Italian SMEs", in Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., Maizza A. (eds.) *Contemporary Trends and Perspectives in Wine and Agrifood Management*, Conference Book of Proceedings, Lecce, January 16-17, EuroMed Press, ISBN: 978-9963-711-30-7.
160. Vissak T., Francioni B., Musso F. (2015), "The role of network relationships in Italian wine producers' internationalization: Six cases", *Proceedings of the 42nd Academy of International Business UK & Ireland Conference*, Manchester Metropolitan University Business School, Manchester, UK, 16-18 April, pp. 1-29, ISBN 9781910029091.
161. Musso F. (2015), "Agri-Food Clusters, Wine Tourism and Foreign Markets. The Role of Local Networks for SMEs Internationalization", paper presented at the *22nd International Economic Conference - IECS 2015*, May 15-16, Sibiu. WOS:000381115300040.
162. Musso F., Palmeira M. (2015), "Ageism, Sexism, Lookism and Sexual Orientation Prejudice in Retailing. A Comparative Analysis on Tourist Destinations in Brazil and Italy", paper presented at the *7th International Conference on Economics and Administration (ICEA – FAA)*, Faculty of Administration and Business, University of Bucharest, 5-6 June. ISSN: 2284-9580.
163. Palmeira M., Musso F. (2015), "Prejudice and Discrimination in Seaside Retailing", *Conference Proceedings, 22nd Recent Advances in Retailing & Services Science Conference - EIRASS 2015*, July 27-30, 2015, Montreal, ISBN: 978-90-386-3808-9.
164. Palmeira M., Musso F. (2015), "Prejudice and Discrimination in Seaside Retailing. Comparative Analyses between Brazil and Italy", paper presented at the *29th British Academy of management*

Annual Conference (BAM2015), The Value of Pluralism in Advancing Management Research, Education and Practice, University of Portsmouth, 8-10 September.

165. Vissak T., Francioni B., Musso F. (2015), "The Role of Wine Tourism in Italian SMES' Internationalization: Eight Cases", *Proceedings of the 2015 Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, University of Bari Aldo Moro, Bari, Italy, July 14-18.
166. Musso F., Francioni B. (2015), "L'approccio all'internazionalizzazione del piccolo e medio imprenditore: un'analisi sui birrifici artigianali", Paper presentato al *XII Convegno annuale della Società Italiana Marketing*, Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Management, Torino, 22-23 ottobre, pp. 1-6, ISBN: 978-88-907662-4-4 D OI: 10.13140/RG.2.1.2682.5202
167. Musso F., Richelieu A., Francioni B. (2016), "The management of small sport clubs", paper presented at the *23rd International Economic Conference - IECS 2016*, May 20-21, Sibiu.
168. Viganò E., Fastigi M., Esposti R., Francioni B., Musso F. (2016), "The Italian craft beer revolution and the case of Marche", paper presented at the *American Association of Wine Economists (AAWE) 10th Annual Conference*, June 21-25, Bordeaux, France.
169. Caraganciu A., Musso F. Francioni B. (2016), "Industrial Districts and International Supply Chains: The Case of Italy", in Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E. (Eds.), *Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems. Book of Proceedings, 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business*, September 14-16, 2016, Warsaw, Poland, Euromed Press, Nicosia, pp. 1950-1952. ISBN: 978-9963-711-43-7. WOS:000390841500164.
170. Musso F. Francioni B. (2016), "Distretti Industriali e Approvvigionamenti Internazionali" in *Proceedings of the XIII^e SIM Conference "Marketing & Retail Marketing nei mercati che cambiano"*, Università degli Studi di Cassino, 20-21 ottobre, pp. 1-5. ISBN 978-88-907662-6-8.
171. Esposito G.F., Musso F. (2016) "Institutional Sustainability of Industrial Policies for Inequalities Reduction at the Regional Level", paper presented at the *8th International Conference on Economics and Administration (ICEA 2016)*, Faculty of Administration and Business, University of Bucharest, 4-5 November.
172. Caraganciu A., Musso F., Francioni B. (2017), "The Influence of Business Ecosystems on Innovation Based Industries. A Research on the Mechanical Sector in Italy", *Book of Abstracts, 24th International Economic Conference – IECS 2017*, Lucian Blaga University of Sibiu, May 12-13, pp. 42-42. ISSN 2344 – 1682, ISSN-L 2344 – 168.
173. Musso F., Angioni M., Francioni B. (2017), "The Senior Cohousing Model for the Sustainability of the Health Care System in Disadvantaged Areas. A Case Study from Italy", in Ianole-Calin R. (ed.), *Proceedings of the 9th International Conference on Economics and Administration, 9 - 10 June, Bucharest, Romania*, Filodritto, Bologna, pp. 78-84. ISBN 978-88-95922-92-8, WOS:000439623700012.
174. Musso F. Francioni B., Masili G. (2017), "Il processo di internazionalizzazione delle born global a conduzione familiare", *Value co-creation: management challenges for business and society*, Convegno Sinergie-SIMA, Università di Napoli Federico II, Napoli, 15-16 giugno. ISBN:97888907394-9-1.
175. Palmeira M., Musso F. (2017), "3Rs of sustainability and the impact on consumer behavior", *Conference Proceedings, 24th Recent Advances in Retailing & Services Science Conference - EIRASS 2017*, June 26-29, Vancouver.
176. Musso F. Francioni B., Masili G. (2017), "L'internazionalizzazione delle imprese Born global a conduzione familiare: un'indagine esplorativa". In *Il Marketing di successo. Imprese, enti e persone. XIV Convegno Annuale Società Italiana di Marketing*, Università di Bergamo, 26-27 ottobre, pp.1-5. - ISBN:978-88-907662-9-9.

177. Musso F. Francioni B., Masili G. (2017), “Born global family firms: evidence from an exploratory study”, in Proceedings of the 43rd European International Business Academy Conference (EIBA). Milano International Business in the information age, Milano, 14-16 December, ISBN: 978-88-6493-042-8.
178. Angioni M, Musso F. (2018), “On-line channels for agritourism companies. Key features and perceptions of customers”, paper presented at the 10th International Conference on Economics and Administration (ICEA 2018), Faculty of Administration and Business, University of Bucharest, June 8.
179. Musso F. Francioni B. (2018), “Fattori di competitività per le imprese distrettuali nell’economia globalizzata” *Convegno Sinergie-SIMA 2018, Strategie in trasformazione e nuovi modelli per la creazione di valore*, Università Ca’ Foscari, Venezia, 14-15 giugno, pp. 1-7. ISBN 97888943937-0-5.
180. Masili G., Musso F. (2018), “The early and rapid development of Global Startups”, poster presented at the 44th European International Business Academy Conference EIBA 2018, *International Business in a Transforming World – the Changing Role of States and Firms*, Poznań, Poland, December, 13-15.
181. Musso F., Angioni M. (2019), “Grande Distribuzione e Responsabilità Sociale di Impresa. Un Confronto Internazionale”, Atti del *Convegno Sinergie-SIMA: Management and Sustainability: Creating Shared Value in the Digital Era*, 20-21 June, Sapienza University of Rome.
182. Masili G., Musso F. (2019), “Le imprese born global nei settori tradizionali e la sfida delle nuove tecnologie”, paper presented at the 16° *SIM Conference 2019, XVI Convegno Annuale della Società Italiana Marketing “Marketing 4.0: le sfide della multicanalità”*, Piacenza, Università Cattolica del Sacro Cuore, 24- 25 ottobre, pp. 1-7. ISBN 978 -88 -943918-3-1.
183. Musso F. (2019), “Overconfidence in Strategic Decisions: Between Intuition and Rationality”, paper presented at the 11th International Conference on Economics and Administration (ICEA 2018): *Behavioral Sciences in Business and Public Administration*, Bucharest, 8–9 November.
184. Musso F., Francioni B., Tramontana F., Pediconi M.G., Polidori P., Curina I. (2019) “Overconfidence and International Performance: The Role of Intuition for International Strategic Decisions”, paper presented at the 45th Annual Conference of the European International Business Academy (EIBA) “*What Now? International Business in a Confused World Order*”, University of Leeds, 13th – 15th December, Leeds, pp. 1-43.

Urbino, luglio 2020