

**ANGELO MANARESI**

[angelo.manaresi@unibo.it](mailto:angelo.manaresi@unibo.it)

Direttore Scientifico – Master in Gestione d’Impresa  
Bologna Business School  
Università di Bologna

**ACADEMIC POSITIONS**

Dal 2001, Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, Dipartimento di Scienze Aziendali, Scuola di Economia, Management e Statistica (ex "Facoltà di Economia" di Bologna) dove insegna i corsi, in lingua inglese, di "Principles of Management" (Corso di Laurea in Business and Economics) e di "Marketing" (Corso di Laurea in Business and Economics), Università di Bologna.

Direttore della sede dell'Università di Bologna per l'America Latina: Centro di Studi Avanzati di Buenos Aires (Denominazione in Argentina: "Alma Mater Studiorum - Università di Bologna Representacion en la Republica Argentina"), Argentina, Università di Bologna, istituzione accreditata dal Ministerio de Educacion de la Republica Argentina come unica università straniera ad emettere titoli di studio con valore legale in Argentina.

Coordinatore del Corso di Laurea in Business and Economics, Dipartimento di Scienze Aziendali, Scuola di Economia, Management e Statistica (ex "Facoltà di Economia" di Bologna), Università di Bologna.

Direttore scientifico del Master Universitario in Gestione d'Impresa, Dipartimento di Scienze Aziendali e *Alma Graduate School*, Bologna, (Consorzio tra Università di Bologna, Fondazione Marconi, Fondazione Carisbo, Consorzio Profingest).

Coordinatore dell'area post laurea di Design Fashion and Luxury Goods ad *Alma Graduate School*, Bologna (Consorzio tra Università di Bologna, Fondazione Marconi, Fondazione Carisbo, Consorzio Profingest).

Membro dell' Albo dei Revisori per la Valutazione dei Programmi e Prodotti di Ricerca Ministeriale, MIUR

Insegna, in italiano e in inglese, corsi di Channel Management, Business to Business Marketing, Brand Management, Marketing e Marketing Internazionale in Master Universitari e EMBA e in attività di management development all'interno di scuole di management e imprese, principalmente Alma Graduate School di Bologna

Svolge attività di ricerca, docenza e consulenza nella gestione d'impresa e nel marketing management. In particolare, riguardo alla gestione di reti distributive in Italia e all'estero; all'analisi della soddisfazione del consumatore e del comportamento d'acquisto del consumatore; alla creazione, gestione e valutazione delle marche; a problemi di internazionalizzazione e di gestione della presenza internazionale dell'impresa: Fiat Auto, Volkswagen-Audi, Ferrari, Autostrade per l'Italia, Telecom Italia, Credem, Conad, Seat Pagine Gialle, SergioRossi, Furla, Ducati, Vicini-Zanotti, Conserve Italia - Cirio, Alessi.

E' membro della *European Marketing Academy*, dell'*Accademia Italiana di Economia Aziendale* e della *Società Italiana di Marketing*.

E' membro del gruppo redazionale della rivista Sinergie.

## OTHER POSITIONS

Dal 1993 al 1999, è stato Ricercatore di Economia e Gestione delle Imprese nella Facoltà di Economia dell'Università di Bologna.

1994, è stato Human Capital and Mobility Programme Fellow of the European Union presso l'Istituto de Estudios Superiores de Empresa (IESE), Barcellona, Spagna.

1999-2001, è stato Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese nella Facoltà di Scienze Statistiche dell'Università di Bologna.

Ha svolto attività didattica e di ricerca in numerose istituzioni internazionali tra le quali la London Business School (UK), l'Università di Mainz (Germania), L'Istituto de Estudios Superiores de Empresa (IESE) di Barcellona (Spagna), l'Università Cattolica di Porto (Portogallo), Escola de Gestão Empresarial, Porto, Portogallo, LUISS Guido Carli (Roma). Tra i corsi insegnati, in italiano, in inglese e in spagnolo: Channel Management, Business to Business Marketing, Brand Management e Marketing Internazionale.

Ha svolto attività di ricerca, formazione e consulenza in diversi settori industriali per numerose imprese di grandi e medie dimensioni, quali, ad esempio, Fiat Auto Spa, Telecom Italia, Credito Emiliano, Autostrade S.P.A., McDonald's, Ferrari-Maserati, Volkswagen-Audi Italia, Conad, Gruppo Fontana-Mecbolt, svolgendo tra gli altri progetti di analisi del mercato, ridefinizione strategica sia a livello business sia a livello corporate.

dal 1996 alla trasformazione del 2000 in Industria e Distribuzione, è stato membro del comitato editoriale della rivista Trade Marketing.

Dal 2000-2004, è stato membro del comitato editoriale della rivista Industria e Distribuzione.

E' stato docente di Marketing Research nel dottorato di Direzione Aziendale dell'Università di Bologna

E' stato membro del Consiglio di Amministrazione della Datalogic Spa, uno dei principali operatori mondiali nella produzione di sistemi di data capturing and processing con tecnologie di codici a barre e RFID

2013, E' stato Commissario Ad Acta, Parmalat spa, Italia.

## EDUCATION

1986, Si è laureato con 110/110 e lode in Economia e Commercio all'Università di Bologna. E' stato Exchange Researcher on Small Firm development, S.P.R.U., Science Policy Research Unit, University of Sussex, Falmer-Brighton, UK.

1987, ha svolto il servizio militare nel Corpo degli Alpini.

1988, ha seguito il Corso di Didattica per docenti dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale.

1989, ha ottenuto una borsa di studio dal CNR per studi manageriali.

1989-1993, ha svolto e conseguito il PhD in Economics-Marketing alla London Business School della University of London, con una ricerca dal titolo "Interorganizational relationships in Italian and British franchise channels: a cross-country comparison", sotto la guida e la supervisione dei professori Paddy Parwise, Andrew Ehrenberg, Mark Uncles e John Saunders e ottenendo ogni anno lo Student Award della LBS per rendimento nei corsi e nella ricerca.

#### PRINCIPAL PUBLICATIONS

D. Scarpi; F. Dall'Olmo-Riley; A. Manaresi, *The role of brand familiarity, contact, and internet experience when shopping for services online*, «INTERNATIONAL JOURNAL OF VALUE CHAIN MANAGEMENT», 2007, 1/2, pp. 133 - 156 [articolo].