

C. V.
ELENCO DELLE PUBBLICAZIONI
NOTA BIOGRAFICA

di

Gabriele Morello

www.gmorello.net



Premessa	pag. 3
C. V. – Curriculum Vitae	pag. 4
Elenco delle Pubblicazioni	pag. 10
Nota Biografica	pag. 26
Biography	pag. 28

PREMESSA

Il presente testo comprende:

- a) il **C.V.** in formato europeo del prof. dr. Gabriele Morello;
- b) l'**elenco delle pubblicazioni**, numerato da 1 a 282. L'elenco è composto da 10 volumi, 8 monografie, 2 traduzioni di volumi e 262 articoli per un totale di 282 scritti pubblicati fra il 1955 e il 2016;
i volumi n. 18, 23, 28, 34, 81, 93, 123, 160, 172, 238, 246 e le monografie n. 21, 63, 105, 106, 122, 124, 176, sono consultabili presso la Biblioteca Centrale della Regione Siciliana, Palermo. Il volume n. 2, le traduzioni n. 93 e 160 e tutti gli articoli possono essere richiesti a: info@gmorello.net;
- c) una **nota biografica** professionale, in italiano e in inglese.

10 Novembre 2016

CURRICULUM VITAE



Nome e Cognome **GABRIELE MORELLO**
Indirizzo Viale Francesco Scaduto, 6/D – 90144 Palermo
Telefono +39 091305 135 – cell. +39 339 661 6881
E-mail – Sito Web info@gmorello.net – www.gmorello.net
Nazionalità **Italiana**
Data di nascita 18.03.1928

- ATTIVITÀ ATTUALE (2016)**
1. Libera professione (docenza, consulenza aziendale, ricerca)
 2. Direttore Scientifico, Associazione Metropolis, Ente di formazione professionale, Palermo
 3. Docente (titolare di Cattedra), Facoltà di Economia, Università de La Habana, Cuba
 4. Titolare dell'Azienda Agraria Morello s.r.l. e della struttura di turismo rurale "Case Morello", Trabia (PA)

ESPERIENZE LAVORATIVE

• I. ATTIVITÀ ACCADEMICA E INSEGNAMENTI PLURIENNALI

- Date (da – a) In atto – 1990
 - Datore di lavoro 1. Universidad de la Habana, Cuba
Ateneo universitario, Facultad de Economía
 - Tipo di azienda o settore Profesor Especial/Invitado (resolución rectoral n. 811/03)
Cattedra di Marketing e Metodologia della Ricerca
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
-
- Date Periodi diversi compresi fra il 2016 e il 2004
 - Datore di lavoro/ committente 2. Università Bocconi: Milano; Centri di management associati ASFOR - Associazione Italiana per la Formazione Manageriale: Milano e città diverse; Centri di management associati EFMD - European Foundation for Management Development: Bruxelles e città diverse; SSPAL - Scuola Superiore Pubblica Amministrazione Locale: Roma e città diverse; FORMEZ: Napoli; TCI Communications: Amsterdam; QService: Roma; Studiofor, Gruppo Randazzo/Optissimo: Palermo; AIF – Associazione Italiana Formatori: Palermo e Catania; Mida Equipe: Trapani.
Libera professione
 - Tipo di impiego a) Progettazione e direzione di Corsi e Seminari.
b) Docenze nelle aree: Direzione e Strategie Aziendali; Management e Organizzazione; Marketing; Statistica Aziendale e Analisi di Mercato.
 - Principali mansioni e responsabilità
-
- Date 2009 e 2007
 - Datore di lavoro 3. American University of Armenia (AUA), School of Business and Management, Yerevan
 - Tipo di azienda o settore Ateneo universitario affiliato con University of California, USA
 - Tipo di impiego Docente

<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità 		<p>Titolare della Cattedra di Marketing e Ricerche di Mercato</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 		2004 – 1956
<ul style="list-style-type: none"> • Datore di lavoro 	4.	ISIDA – Istituto Superiore per Imprenditori e Dirigenti di Azienda, Palermo.
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore 		Istituto di formazione manageriale (cfr. II.A.1.).
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di impiego 		Docente
<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità didattiche 		Docenza principale nelle aree: a) Marketing e Ricerche di Mercato; b) Direzione e Strategie Aziendali; partecipazione alle docenze in tutti i corsi e seminari svolti dall'Istituto; ricerca e assistenza tecnica alle imprese
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 		2000 – 1970
<ul style="list-style-type: none"> • Datore di lavoro 	5.	Università degli Studi di Palermo
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore 		Ateneo universitario
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di impiego 		Professore Incaricato (1983-1970) e Professore Associato (2000-1983) titolare della Cattedra di Statistica Aziendale e Analisi di Mercato, Facoltà di Economia e Commercio.
<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità 		Insegnamento e ricerca.
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 		1993 – 1980
<ul style="list-style-type: none"> • Datore di lavoro 	6.	Free University Amsterdam, de Boulelaan 1105, NL
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore 		Ateneo universitario
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di impiego 		Professore Ordinario, titolare della Cattedra di Marketing nella Facoltà di Economia ed Econometria
<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità 		Insegnamento e ricerca
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 		1987 – 1984
<ul style="list-style-type: none"> • Datore di lavoro 	7.	Università degli Studi di Palermo, Facoltà di Magistero, Scuola di Specializzazione in Psicologia
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore 		Ateneo universitario
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di impiego 		Docente di “Tecniche di Studio dell’Opinione Pubblica” e di “Ricerca Motivazionale”
<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità 		Insegnamento e ricerca
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 		1973 – 1970
<ul style="list-style-type: none"> • Datore di lavoro 	8.	City University, Londra
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore 		Ateneo universitario
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di impiego 		Professore Ordinario (Dragan Fellow) di International Marketing
<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità 		Insegnamento e ricerca
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 		1970 – 1960
<ul style="list-style-type: none"> • Datore di lavoro 	9.	Istituto Commercio Estero (ICE), Roma
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore 		Ente pubblico per il Commercio Estero
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di impiego 		Docente di Marketing CORCE
<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità 		Corsi di aggiornamento in tema di commercio estero (commercializzazione, promozione, negoziazione e contrattualistica, ricerche di mercato, internazionalizzazione)

<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro 	1967 – 1966	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	10.	<p>Università degli Studi di Torino</p> <p>Ateneo universitario</p> <p>Docente incaricato di Ricerche di Mercato, Facoltà di Economia e Commercio</p> <p>Insegnamento e ricerca</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 	1956 – 1953	
<ul style="list-style-type: none"> Nome e indirizzo del datore di lavoro • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	11.	<p>IPSOA – Istituto Post-universitario per lo Studio dell'Organizzazione Aziendale, Torino</p> <p>Istituto di formazione manageriale (Soci fondatori: FIAT, Olivetti, Unione Industriali)</p> <p>Dipendente, assunto dall'Ing. Adriano Olivetti – Ivrea</p> <p>Assistente ai docenti americani (1953) e docente di marketing (1954-56)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 	1953 – 1951	
<ul style="list-style-type: none"> Nome e indirizzo del datore di lavoro • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	12.	<p>Stanford University, Cal. – USA</p> <p>Ateneo universitario</p> <p>Graduate student; teaching assistant; research analyst Hoover Institute</p> <p>Assistenza studenti; analista ricercatore</p>
<p>• II.A CONSULENZA E ASSISTENZA TECNICA PLURIENNALE</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro 	In atto – 2004	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità gestionali 	1.	<p>Azienda Agraria Morello s.r.l., Palermo</p> <p>Azienda agricola familiare operante in località Sant'Onofrio, Trabia (PA) sin dal 1884. Nel 1990, il sottoscritto ha attivato l'impresa di Turismo Rurale "Case Morello" (www.lecasemorello.com)</p> <p>Titolare</p> <p>Direzione delle attività produttive e mercantili dell'azienda agricola e delle attività turistico-albeghiere di "Case Morello"</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro 	2015 – 1989	
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità gestionali 	2.	<p>GMA (IFAS di Gabriele Morello & Associati s.r.l.)</p> <p>Società di consulenza aziendale e di ricerche di mercato, operante su scala internazionale, con sedi a Palermo e ad Amsterdam</p> <p>Fondatore (1989) e Consigliere delegato (2015 – 1989)</p> <p>a) coordinamento delle attività dei Soci: prof. P.J.D. Drenth, Olanda; prof. T.J. Kikuchi, Giappone; D.L. Pardew, USA; dr. J. Rice, Sudafrica; dr. R. Arencibia, Cuba;</p> <p>b) svolgimento di ricerche, consulenze e assistenza tecnica (cfr. II.B)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) 	2004 – 1956	
<ul style="list-style-type: none"> Datore di lavoro • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego 	3.	<p>ISIDA – Istituto Superiore per Imprenditori e Dirigenti di Azienda, Palermo.</p> <p>Istituto di formazione manageriale, dotato di personalità giuridica (D.P.R. n. 19 del 12.01.1971)</p> <p>Fondatore (1956) e Direttore (2004-1956)</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità gestionali 	<p>All'atto della fondazione, predisposizione dello Statuto; aggregazione dei Soci Fondatori: Università di Palermo; Banco di Sicilia; C.C.R.V.E.; IRFIS; Comitato Nazionale Produttività Dal 1956 al 2004, Direzione Generale dell'Istituto con responsabilità scientifica e gestionale di tutte le attività di insegnamento, ricerca e assistenza tecnica alle imprese</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>1997 – 1996</p> <p>4. BBC World Service, Divisione IBAR(International Broadcasting Audience Research) Londra, Bush House, Strand IBAR è una Divisione della BBC specializzata nella misurazione dell'audience dei programmi radiofonici e televisivi che la BBC trasmette in tutto il mondo (nel 1996-'97 in 135 Paesi) Auditor (Garante delle Ricerche) Verifica e controllo delle tecniche utilizzate e delle procedure seguite per la determinazione degli indici di ascolto e delle tipologie degli utenti</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>1996 – 1995</p> <p>5. Cantine Sociali Settesoli, Menfi (AG) Azienda vitivinicola Consulente aziendale Consulenza su: strategie di prodotto/mercato; penetrazione all'estero; organizzazione reti di vendita; segmentazione del mercato; comunicazione pubblicitaria</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>1994 – 1993</p> <p>6. Regione Sicilia – Assessorato Cooperazione, Commercio, Artigianato e Pesca, Palermo Pubblica Amministrazione Consulenza ex art. 51, l.r. 29/10/1985 n. 41 Consulente degli Assessori pro-tempore On. G. Parisi e M. Graziano. Analisi degli aspetti relativi a produzione, distribuzione e mercati dei prodotti siciliani (agroalimentari, marmo, beni strumentali, abbigliamento ecc.); pareri e relazioni, calcoli di convenienza economica, piani di marketing, incontri con operatori</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>1992 – 1991</p> <p>7. Istituto Commercio Estero (ICE) Ente Pubblico per il Commercio Estero Consulente per la riorganizzazione dei servizi Progettazione ed esecuzione della ricerca "ICE in Transizione: Verso un Internal Marketing", vol. I e II, condotta attraverso analisi del lavoro e interviste eseguite nella sede centrale di Roma nonché in tre uffici nazionali (Palermo, Napoli, Milano) e quattro uffici esteri (Amsterdam, Düsseldorf, New York, Tokio). Proposte su organizzazione e funzionamento dei servizi</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego 	<p>1990 – 1987</p> <p>8. IRVV – Istituto Regionale della Vite e del Vino, Palermo Organismo regionale per il settore vitivinicolo Consulente Aziendale</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità 	<p>Consulente generale di marketing per la gestione e lo sviluppo della vitivinicoltura siciliana: piani di marketing e problemi gestionali delle aziende del settore; rapporti con ICE e tematiche su esportazione e accordi commerciali; collaborazioni con gli enti di ricerca Doxa, Eurisko, Pragma e GIRA; partecipazione al Vinitaly e convegni diversi con relazioni e interventi; stesura della "Proposta di Strategia Operativa per la Vitivinicoltura Siciliana", ed. IRVV, 1987</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro 	<p>1990 – 1985 9. SISPI, Palermo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>Azienda municipalizzata per la gestione informatizzata degli uffici e dei servizi comunali Vice Presidente Studi, interventi e partecipazione alle riunioni consiliari aventi per oggetto la gestione dell'Ente e l'informatizzazione degli uffici del Comune di Palermo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro 	<p>1956 – 1954 10. Società Italiana per le Ricerche di Mercato (SIRM) e Istituto Italiano per l'Opinione Pubblica (IOP), Milano</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>Ricerche demoscopiche Rapporto di impiego part-time con qualifica di Vice Direttore (Direttore: E. Norbedo) Progettazione, coordinamento, supervisione, analisi e interpretazione dei risultati di ricerche, prevalentemente campionarie, eseguite per conto di committenti diversi (SIRM e IOP erano, insieme con la DOXA, le principali aziende del settore in Italia)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) • Datore di lavoro 	<p>1950 – 1949 11. EPT - Ente Provinciale Turismo, Palermo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>Organismo pubblico per il turismo Dipendente Interprete e guida turistica</p>
<p>• II.B DOCENZE, CONSULENZA E ASSISTENZA TECNICA ANNUALE E INFRA-ANNUALE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Date (da – a) Principali mansioni e responsabilità 	<p>2016 – 1958 Consulenze direzionali, assistenza alle imprese, ricerche, gestione di progetti, docenze e attività formative in tema di sviluppo socio-economico, management, organizzazione, marketing strategico svolti nelle sedi e per i committenti seguenti:</p>

Organismi internazionali: ONU; OECD; ILO; UNIDO.

Enti e Imprese: Europa Occidentale: Italia: Ministero Agricoltura (Ministro F. Restivo); Ministero Industria (Ministro C. Donat Cattin); ISTAT; INPS; FIAT; ENI; Olivetti & C.; Pirelli; STET; ISVOR-FIAT; IFAP-IRI; CUOA, Padova; **Belgio:** Fondation Industrie Université, Brussels, European Vinyls Co.; Université de Louvain; **Francia:** Université Aix Marseille; INSEAD, Fontainebleau; **Svizzera:** Centre d'Etudes Industrielles (CEI), Ginevra; **Spagna:** IESE, Barcellona; ESADE, Madrid; EAMS, Euro-Arab Management School, Cordoba; **Irlanda:** Irish Management Institute (IMI), Dublino; **Danimarca:** Università di Aarhus e di Copenhagen; **Finlandia:** Università di Helsinki; **Norvegia:** Stabburet, Oslo; **U.K.:** The Administrative Staff College, Henley-on-Thames; London School of Economics; Victoria & Albert Museum, London; **Germania:** Università di Berlino e di Heidelberg; **Austria:** Hernstein Institut für Unternehmensführung, Vienna; Università di Innsbruck; **Olanda:** Ministero Commercio Estero dei Paesi Bassi (Ministro Y. Van Rooj); Bull Nederland NV, Baan; **Portogallo:** Instituto Universitario de Lisboa; **Grecia:** Hellenic Management Association, Atene. **Europa Orientale: URSS:** Camera di Commercio; Accademia delle Scienze dell'Unione Sovietica, Mosca; **Polonia:** Università di Varsavia e di Lodz; **Cecoslovacchia:** Università di Praga e di Brno; **Romania:** Università di Bucarest e di Timisoara; **Ungheria:** Università di Budapest.

Nord America: USA: New York University; Harvard University; MIT, Mass.; Chase Manhattan Bank, New York; Stanford University, Cal.; Università di Rhode Island, N.J.; Campbell Soup, Washington; **Canada:** Università di Laval, Quebec e Università Concordia, Montreal.

Centro e Sud America: Messico: Università di Mexico City e di Monterrey; **Venezuela:** Università Simon Rodriguez, Caracas; **Colombia:** Università di Cali e Los Andes, Bogotá; **Perù:** ESAN, Lima; **Cile:** Università di Santiago; **Argentina:** Università di Buenos Aires; **Brasile:** Fondazione Getulio Vargas, San Paolo e Rio de Janeiro; **Cuba:** Università di Santiago de Cuba; ACTAF Associazione Cubana di Tecnici Agricoli e Forestali.

Medio Oriente: Egitto: Ministero Industria, Alessandria e industrie diverse, Il Cairo; **Iran:** Plan-Org, Teheran; **Yemen:** U.N., Sanaa; **Israele:** Università Recanati e Technion; industrie e organismi economici diversi.

Estremo Oriente: Giappone: Science University, Tokio; Japan Marketing Association, Tokio; NISSAN Automobili, Tokio; Shiseido Cosmetici, Tokio; **Hong Kong** Productivity Center; **India:** Institute of Marketing and Management, New Dehli; **Cina:** Studio di fattibilità per la costituenda International Business School di Pechino/ Shanghai; collaborazioni con China Europe International Business School (CEIBS) e con China International Economic Consultants (CIEC).

Australia: Nestlé; Università di Sidney.

Sud Africa: The South African Breweries, Johannesburg; Transport Links, Pretoria; Università di Cape Town; South African Market Research Association (SAMRA); **Nord Africa: Algeria:** IDRH (Institut Developpement Ressources Humaines) Oran; **Marocco:** Progetto OECD per lo sviluppo industriale, realizzato attraverso analisi in loco delle principali attività industriali.

III. ASSOCIAZIONISMO

Periodi compresi fra il 2016 e il 1958:

a) **Presidente** di:

- Associazione Italiana per gli Studi di Marketing (AISM), Milano;
- Associazione per la Formazione alla Direzione Aziendale (ASFOR), Milano;
- European Association Management Training Centres (EAMTC), Bruxelles;
- European Foundation for Management Development (EFMD, Vice-Presidente), Bruxelles;
- European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR), Amsterdam

b) **Socio** di:

- International Academy of Management (IAM, USA);
- Association for the Social Study of Time (ASST, U.K.);
- Ordine Nazionale dei Giornalisti (I);
- Associazione Sicilia-Giappone (I);
- Rotary Club Palermo (Socio Decano, I)

IV. CONOSCENZE LINGUISTICHE

Oltre l'italiano (madrelingua), ottima conoscenza (comprensione, parlato, scritto), delle seguenti lingue straniere: tedesco, inglese, francese, olandese, spagnolo.

In ciascuna di queste lingue tiene lezioni, seminari e conferenze.

V. PUBBLICAZIONI

Nelle lingue suddette ha pubblicato 283 scritti, di cui 10 volumi, 9 monografie, 2 traduzioni di volumi, 262 articoli di carattere scientifico e professionale (cfr. Elenco delle Pubblicazioni).

VI. ISTRUZIONE

Cattedre universitarie in Italia, Inghilterra, Olanda, Cuba, Armenia, e docenze in Università e Scuole di Management in Paesi diversi (cfr. I. e II.B).

Libera docenza in Tecnica delle Ricerca di Mercato e della Distribuzione Generale (Marketing), D.M. 2/7/1962;

Università di Palermo, Facoltà di Magistero, Scuola di Psicologia (1961-62)
Direttore: Prof. Canziani;

Università di Palermo, Facoltà di Economia, Scuola di Statistica (1959-60)
Direttore: Prof. Vianelli;

Rutgers University, USA (1952), Corso di Marketing;

Stanford University, USA (1953-'51), Master of Arts (M.A.) in Economia;

Balliol College, Oxford (UK) (1949), Diploma in Economia;

Università di Palermo: laurea cum laude in Giurisprudenza (1949);

Ginnasio e Liceo (licenza liceale, 1944): Istituto Gonzaga, Palermo;

Elementari: Scuola Tedesca M. Weinen, Palermo.

VII. ALTRE INFORMAZIONI

Il sottoscritto e alcune delle attività sopra elencate sono state oggetto di articoli pubblicati in quotidiani e periodici nazionali ed esteri, fra cui:

Giornale di Sicilia, Palermo 02/07/2016; Facce Mani, Nicolodi Ed., Rovereto 2005; EFMD Bulletin, Bruxelles, Winter 2003; Business Horizon, Indiana University, USA 05/10/2002; La Repubblica, Roma 22/07/2001; Juventud Rebelde, La Habana 22/07/2001; Uniqa, Vienna 1999 Adformatie, Amsterdam 27/08/1981; Conference Times, Brighton, UK 06/03/1981; Epoca, Milano 24/02/1979.

Autorizzo il trattamento dei suddetti dati personali nel rispetto del D. Lgs. 196/2003 e s.m.i.

Palermo, 10 novembre 2016

Gabriele Morello

ELENCO DELLE PUBBLICAZIONI*

1. **L'assistenza tecnica nelle aree in fase di sviluppo**, Atti del convegno CEPES di Palermo 'Stato ed iniziativa privata per lo sviluppo del Mezzogiorno e delle isole', Milano: Stab. Tip. La Stampa Commerciale, 1955.
2. **Power, politics and propaganda. A study of political dynamics in Sicilian villages**, Roma/Milano: USIS/IIOP, 1955 (*volume* di pagg. 130 con fotografie di Enzo Sellerio).
3. **Gli investimenti nel Mezzogiorno nell'opinione dei dirigenti industriali**, 'Informazioni SVIMEZ' n. 15, Roma, 1956.
4. **Tecnica della distribuzione (marketing)**, Unione degli Industriali della Provincia di Bergamo: Technographis, 1956 (*monografia* di pagg. 42).
5. **Indagine sul grado di organizzazione delle aziende italiane**, 'Organizzazione Aziendale', Milano: ETAS Editrice n. 1, 1956 e n. 1, 1957.¹
6. **Ricerche di mercato**, voce della 'Enciclopedia Pratica di Direzione Aziendale', Milano: Francesco Vallardi Editore, 1956.
7. **Pubblicità**, idem.
8. **Organizzazione del servizio vendite**, idem.
9. **La formazione dei quadri direttivi aziendali nel Mezzogiorno**, 'Produttività' n. 5, Roma, 1957.
10. **Nuovi quadri dirigenti, attrattiva per gli investimenti**, 'Civiltà degli Scambi' n. 1, Bari, 1957.
11. **La ricerca motivazionale**, 'Organizzazione Aziendale' n.3, Milano: ETAS Editrice, 1957.
12. **Considerazioni in merito al rapporto città-campagna in un processo di sviluppo socio-economico**, Atti del primo convegno nazionale di scienze sociali 'L'integrazione delle scienze sociali - città e campagna', Bologna: Società Editrice il Mulino, 1958.
13. **La gamma dei prodotti da vendere**, 'Organizzazione Aziendale' n.6, Milano: ETAS Editrice, 1958.
14. **Presentazione dei prodotti e ricerche di mercato nella politica commerciale delle imprese**, 'Produttività' n. 11, Roma, 1958.
15. **L'analisi della domanda dei generi alimentari**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n.2, 1958.
16. **Attualità di una scuola per dirigenti di azienda nel Mezzogiorno**, 'Istruzione Professionale' n. 1, Palermo, 1959.

*Nel presente elenco vengono indicati come *volume* i testi di 100 pagine e oltre, e come *monografia* i testi con un numero di pagine fra 30 e 99. Tutti gli altri testi riguardano *articoli* di lunghezza variabile da 1 a 29 pagine. Il termine *trad.* sta per traduzione. La dizione *mim* si riferisce a scritti in via di pubblicazione. L'elenco non comprende:

- a) alcune pubblicazioni giovanili, fra cui: **Pizzo Mezzaluna**, 'Sicula' Rivista del Club Alpino Siciliano, Palermo, n. 1 gennaio 1947; **Una voce ti parla, seguila se la comprendi**, idem n. 3-4 novembre 1947;
- b) due tesi di laurea giudicate 'degne di pubblicazione': **La nuova costituzione della Repubblica Cecoslovacca**, Facoltà di Giurisprudenza, Università di Palermo, anno accademico 1948-49; **The economicbackwardness of Southern Italy: historical background**, Master of Arts, Department of Economics, Stanford University, Cal. USA, June 1953.

¹Sintesi dei due articoli pubblicata in 'Bollettino delle Ricerche Sociali', Anno I, n.2, 1961.

17. **La vischiosità dei prezzi nel campo dei generi alimentari**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n.1, 1959.
18. **Petrolio e Sud - Inchiesta a Ragusa**, Milano: ETAS Editrice, 1959 (*volume* di pagg.115).
19. **Pädagogische Prinzipien und Ergebnisse der Methoden aktiven Lernens**, 'Informationstagung über Lehrmethoden für Betriebsführungskräfte', Wien: Haus der Industrie, 1959.
20. **Rendita ubicazionale e distribuzione al dettaglio: un caso concreto**, 'Studi di Mercato' n. 1, Roma, 1960.
21. **Aspetti socio-economici della comunità di Gela**, Banco di Sicilia, Fondazione per l'Incremento Economico, Culturale e Turistico della Sicilia 'Ignazio Mormino', Palermo: Industrie Riunite Editoriali Siciliane, 1960 (*monografia* di pagg.37).
22. **Problemi della distribuzione nelle aree in fase di sviluppo**, 'Studi di Mercato' n.4, Roma, 1960.
23. **Indagine sui costi di distribuzione dei generi alimentari in Italia**, Palermo: Industria Grafica Nazionale, 1960 (*volume* di pagg. 451).
24. **Beni di consumo e beni strumentali nello studio della distribuzione e del comportamento del consumatore**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n.2, 1960.
25. **Le ricerche di mercato come strumento di espansione dei servizi P.T.T.**, idem.²
26. **Direzione aziendale e calcolatori elettronici**, 'Organizzazione Aziendale' n.6, Milano: ETAS Editrice, 1960.
27. Recensione del volume di R.A. Gordon e J.E. Howell **Higher education for business**, idem.
28. **Problemi e tecniche della distribuzione dei generi alimentari**, Milano: Dott. A. Giuffrè Editore, 1961 (*volume* di pagg. 149).
29. **Possibilità di reimpiego di manodopera resa disponibile dalla riorganizzazione del settore solfifero**, Atti del convegno nazionale 'Lo Zolfo in Italia', a cura dell'Ente Zolfi Italiani, Palermo, 1961.³
30. **La pianificazione nei paesi sottosviluppati**, Giornale di Sicilia del 17 maggio 1961.
31. **La formazione dei dirigenti aziendali nel Mezzogiorno**, '24 Ore', numero speciale, Maggio 1961.
32. **Classi sociali e informazione**, 'Rivista Pirelli', n.3, Milano, 1961, e 'Televisione e Cultura', supplemento alla stessa rivista, 1961.
33. **Aspetti sociologici nello sviluppo del Mezzogiorno**, Giornale di Sicilia del 24 maggio 1961.
34. **L'industrializzazione della provincia di Siracusa**, Bologna: Società Editrice il Mulino, 1961 (*volume* di pagg. 183).

²Sintesi pubblicata in 'Poste e Telecomunicazioni', n.4, 1958.

³Pubblicato anche in 'Notiziario IRFIS', Aprile 1961 e in versioni similari con i titoli e nelle sedi seguenti: **Studio per la ricerca di una soluzione razionale in un problema di migrazione operaia**, Atti del 'Convegno nazionale sulle applicazioni del calcolo elettronico nelle ricerche econometriche', Roma, 1961. **La propensione allo spostamento e i problemi del trasferimento di gruppi di minatori siciliani**, 'Immigrazione e Industria', Milano: Edizioni di Comunità, 1962.

35. **A technique for comparing different levels of economic development**, 'Collaborazione Mediterranea', numero speciale sul convegno del Consiglio Mediterraneo di Ricerche Sociali n.1,2,3, Palermo, 1962.
36. Interventi alla Second Corning Conference, in Brooks J. **The One and The Many. The Individual in the Modern World**, New York: Harper & Row Publishers, 1962, pagg. 31, 35, 72-73, 96-97, 99.
37. **Gli studi universitari nel Mezzogiorno**, 'Nuovo Mezzogiorno', n.3, Roma, 1962 e Quaderno n.7 della stessa rivista.
38. **Miracolo no, speranza sì**, L'Ora del 18 luglio 1962.
39. **Riflessioni su programmi e metodi di formazione alla direzione aziendale**, 'Produttività' n. 10, Roma, 1963.
40. **Il PERT come tecnica di programmazione e controllo della distribuzione**, 'Studi di Mercato' n.4, Roma, 1963.
41. **Ricerche di mercato e decisioni aziendali**, 'Studi di Mercato' n. 2, Roma, 1964.
42. **Il PERT-Costi**, 'Studi di Mercato' n.3, Roma, 1964.
43. **Industrial management in Europe**, Atti della USAREUR Conference, Berchtesgaden, 1964.
44. **Il ruolo della Sicilia nel quadro degli scambi economici italo-africani**, Atti del convegno 'L'interscambio fra l'Italia ed i Paesi dell'Africa Mediterranea', Fiera del Mediterraneo, Palermo, 1964.
45. **Il consumo degli agrumi in Italia**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n.2, 1964.
46. Intervento su: **Che fare per la cultura in Sicilia?** 'Cronache Parlamentari Siciliane' n. 12, Palermo, 1964.
47. **La distribuzione della birra italiana**, 'Studies and Research' n.1, Roma, 1965.
48. **Dirigenti e imprenditori nel Sud**, 'Nuovo Mezzogiorno' n.3, Roma, 1965 e Quaderno n. 11 della stessa rivista.
49. **Situazione attuale e prospettive di sviluppo del turismo siciliano**, Regione Siciliana, Assessorato Turismo, Comunicazioni e Trasporti, Atti della '1ª Conferenza Regionale del Turismo', Palermo, 1965.
50. **Ricerche di mercato e politiche aziendali**, 'Studi di Mercato' n.4, Roma, 1965.
51. **Indagine sull'assistenza economica e tecnica alle aziende del Mezzogiorno**, 'Organizzazione Aziendale' n.2, Milano: ETAS Editrice, 1966.
52. **L'impiego di un modello derivato dalla teoria dei grafi nella soluzione dei problemi del traffico urbano**, 'Strade e Traffico' n.145, Milano: ETAS Editrice, 1966.
53. Intervento su: **Progetto di programma di sviluppo economico e sociale della Regione Siciliana per il quinquennio 1966-'70**, 'Documentazioni economiche SOFIS' n.3-4, 1966.
54. **Un'applicazione di ricerca operativa alla circolazione automobilistica di Palermo**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n.1, 1966.⁴

⁴Sintesi pubblicata in 'Rassegna di Viabilità e Traffico', n.6, Roma, 1967.

55. **Esecuzione dell'indagine e stesura del rapporto finale**, Associazione Italiana per gli Studi di Mercato 'Corso sulle Ricerche di Mercato', Milano: Dott. A. Giuffrè Editore, 1966.⁵
56. **Problemi della qualificazione professionale**, 'Quaderni dell'Associazione Italiana di Ricerca Operativa (A.I.R.O.)' fascicolo V, Torino: Boringhieri, 1966.
57. **Teaching the functional approach to the process of management: Marketing**, T.M. Mosson (ed.) 'Teaching the process of management', London: George G. Harrap & Co., 1967.
58. **Die Aus- und Weiterbildung von Führungskräften für den Handel**, Cap.VI del volume: 'Wissenschaft und Handel', Gottlieb Duttweiler - Institut für Wirtschaftliche und Soziale Studien, Zürich: Verlag Paul Haupt Bern und Stuttgart, 1967.
59. **Evoluzione e orientamenti delle ricerche di mercato**, 'Studi di Mercato' n.1, Roma, 1967.
60. **Costi di distribuzione dei prodotti ortofrutticoli**, Atti della 'Conferenza Nazionale per l'Ortoflorofrutticoltura', Bologna: Officine Grafiche Calderini, 1967.
61. **Le ricerche di mercato nelle aziende**, relazione conclusiva del convegno omonimo, Università Bocconi, Milano, 'Studi di Mercato' n.4, Roma, 1967.
62. **Marketing education in Italy**, B. Liander (ed.) 'International study of marketing education', International Marketing Federation, Philadelphia, Penn., 1967.
63. **Indirizzi e dimensioni d'intervento nei settori produttivi della Regione Siciliana per una politica di sviluppo 1966-'70**, Palermo: Tip. Luxograph, 1968 (*monografia* di pagg.68).
64. **Il lavoro femminile nella struttura economica della Sicilia: attualità e prospettive**, 'Mediterraneo' n.7, Palermo, 1968.
65. **Il budget operativo**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n.2, Palermo, 1968.
66. **Alberi decisionali e scelte sotto incertezza**, 'Studi di Mercato' n.2, Roma, 1968.
67. **Cooperative action to improve the transfer of management skills**, Attidella 'World conference on international transfer of management skills', AIESEC, Torino, 1969.
68. **I tre gironi del perfezionamento manageriale**, 'Successo' n.3, Milano, 1969.
69. **Il Nuovo Marketing**, 'Studi di Mercato' n.4, Roma, 1969.⁶
70. **Dall'esportazione all'azienda multinazionale: il ruolo del mercato estero nella dinamica dell'impresa**, 'Il Marketing oltre le frontiere', Quaderno n.16 dell'Associazione Italiana per gli Studi di Mercato, Roma, 1969.
71. **Per un centro di ricerche sul management**, 'Area di ricerca scientifica in Sicilia', Palermo: Industria Grafica Nazionale, 1970.

⁵In questo volume è pubblicato anche lo scritto n. 50.

⁶Publicato anche in lingua spagnola (**El nuevo marketing**, IESE, Barcelona, 1970) e in lingua rumena (**Noul marketing**, Buletin de Marketing n.7, 1973). Gli scritti 68, 75, 76 sono stati ripubblicati in forma monografica nel volume di AA.VV. 'L'evoluzione del Marketing', Milano: Franco Angeli Editore, 1972.

72. **L'importanza delle scuole di specializzazione aziendale nell'insegnamento del marketing**, Atti del IV seminario della International Marketing Federation, 'Il Millimetro', numero speciale 28, Milano, 1970.
73. **La formazione dei dirigenti**, 'I dirigenti di fronte alla nuova società', Milano: Franco Angeli Editore, 1970.
74. **Il ruolo dei dirigenti di azienda di fronte ai problemi della società italiana**, 'Club 2000' n. 5, Milano, 1971.
75. **Marketing problems and business strategies in multi-country operations**, ESOMAR, 'Seminar on multi-country research', Versailles, 1971.⁷⁾
76. **Il marketing nella dinamica della società italiana**, 'Studi di Mercato' n. 1-2, Milano: Franco Angeli Editore, 1971.
77. **Nuovi orientamenti concettuali ed operativi nello sviluppo del Marketing**, 'Studi di Mercato' n. 4, Milano: Franco Angeli Editore, 1971.
78. **Pubblicità e sviluppo aziendale**, Atti del Congresso Nazionale della Pubblicità, Roma, 1971.
79. **Sui rapporti fra pubblicità e sviluppo economico**, 'L'Ufficio Moderno' n. 12, Milano: Arnoldo Mondadori Editore, 1971.
80. **Marketing and the promotion of International economic cooperation**, Atti del V Seminario della International Marketing Federation, Timisoara, Romania, 'Il Millimetro', numero speciale 32, Milano, 1972.
81. **The state of management education in Europe and its relations with the developing countries**, G. Morello e M. B. Brodie (eds.) 'Management development for industrializing countries', Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 1972 (*volume* di pagg. 144).
82. **AIMS: Relazione del Presidente**, 'Il Millimetro' n. 33, Milano, 1972.
83. **L'ISIDA: una Business School per il Mezzogiorno**, 'Produttività' n. 4, Roma, 1972.
84. **Segmentation and typology: an appraisal**, ESOMAR, 'Seminar on market segmentation and typology', Bruxelles, 1972.
85. **Gli obiettivi dell'impresa**, Atti del seminario 'Marketing Est-Ovest', 'Il Millimetro', numero speciale 35, Milano, 1972.
86. **A note on management trends**, Export Promotion Training Course, Roma: ICE, 1972.
87. **Management development through integrating corporate training and higher education systems**, Atti del XVI CIOS World Congress, Monaco di Baviera, 1972.
88. Presentazione del volume **'I sondaggi di opinione in campo politico'**, Collana Associazione Italiana per gli Studi di Marketing, Milano: Franco Angeli Editore, 1973.
89. **L'organizzazione turistica**, 'Un nuovo impegno per il turismo', Assessorato del Turismo, delle Comunicazioni e dei Trasporti della Regione Siciliana, Quaderno n. 7 del Consiglio Regionale per il

⁷⁾Traduzione in lingua rumena pubblicata in M.C. Demetrescu (ed.) 'Concepte, metode si instrumente analitice pentru decizii', Bucaresti: Editura Politica, 1975.

- Turismo, lo Spettacolo e lo Sport, Palermo, 1973.
90. Introduzione a **Marketing East-West: a comparative view**, ESOMAR/WAPOR congress, Budapest, 1973.
 91. Recensione del volume di G. Marbach **Fondamenti di tecnica delle ricerche di mercato**, L'Impresa n. 5, Torino, 1973.
 92. **Prospettive e iniziative per la formazione degli operatori sociali in Sicilia**, 'Politica e Operatori Sociali', Ente Italiano di Servizio Sociale (EISS), Roma, 1973.
 93. Trad. dal tedesco in italiano del libro di Henner Hess: **Mafia. Zentrale Herrschaft und lokale Gegenmacht**, pubblicato con il titolo **Mafia**, prefazione di Leonardo Sciascia, Bari: La Terza, 1973 (volume di pagg.264).
 94. Introduzione a **Sviluppo della società italiana e formazione dei quadri**, Atti del convegno ASFOR, Milano, 1973.
 95. Introduzione a **La formazione dei quadri come investimento**, Giornata di studio ASFOR Milano, 1974.
 96. **Sviluppo dei prodotti e azione di marketing**, Atti del VI seminario della International Marketing Federation, 'Il Millimetro' n. 42, Milano, 1974.
 97. Intervento alla Tavola Rotonda **Cambia ruolo il manager europeo**, Il Globo, 29 maggio 1974.
 98. **The Italian scene in management development**, Atti della III Conferenza Annuale della European Foundation for Management Development (EFMD), Torino, 1974.
 99. 100. Editoriali di ESOMAR, **European Research** n. 6, 1974 e n. 1, 1975.
 101. Presentazione del volume di A. Di Spati **Linguaggio pubblicitario**, Quaderni del Circolo Semiologico Siciliano n. 5, Palermo, 1975.
 102. **Profilo e problemi degli operatori economici**, 'Il Mediterraneo' n. 7-8, Palermo, 1975.
 103. **Time perception and change in management students**, 'Management International Review' vol. 16 n. 1, 1975.⁸
 104. Introduzione a: **Marketing Research in Europe**, ESOMAR Handbook, 1975.
 105. **La Sicilia e il turismo: posizione del problema. Indagine sui turisti in Sicilia**, (monografia di pagg. 30) AA.VV., 'Marketing e Sviluppo del Turismo', Collana di Studi e Ricerche ISIDA n. 2, Palermo, 1976.
 106. 107 **Time orientation in management students: the European case**, 'Management International Review', n. 1, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 1976.
 108. Introduzione a: **Annuaire de l'étude de marché en Belgique**, Association Belge pour l'Étude de Marché, Bruxelles, 1976.
 109. Introduzione a: **La decisione nel sistema aziendale**, Collana di studi e ricerche ISIDA n. 3, Palermo, 1976.
 110. **Marketing, research and change**, NIMA/NIVE, Amsterdam: RAI Gebouw, 4 marzo 1976.

⁸Con alcune varianti, traduzione in lingua italiana con il titolo: **Percezione del tempo e cambiamento**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n. 3-4, 1975.

111. **Marketing research, quo vadis?**, ESOMAR, 'European Research' n. 1, 1976.⁹
112. **Developing marketing professionals for economic growth**, Atti del 'V World Congress on Marketing', New Delhi: Institute of Marketing and Management, 1976.
113. **Changes in personality dimensions after management training and experience**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n. 1, 1976 (parte I); n. 3 - 4, 1978 (parte II).
114. **Palermo - Una prospettiva sociologica**, AA.VV. 'Libro di Palermo', Palermo: S.F. Flaccovio, 1977.
115. **L'ora della recessione**, 'Il Mediterraneo' n. 6, Palermo, 1977.
116. **Understanding the European market**, P.J. La Placa (ed.) 'The new role of the marketing professional', Business Proceedings, American Marketing Association, Chicago, Ill., 1977.¹⁰
117. **Time orientation and its use in social research**, B.M. Adkins (ed.) 'Proceedings of Discoveries', Tokyo: Honda Foundation, 1977.
118. **The university and marketing education**, The City University, London, and Dragan European Foundation, 'Contemporary problems in marketing and management development', Milano: D.E.F., 1978.
119. **Words, motivation and action**, idem.
120. **The impact of time dimensions on marketing management processes**, D.K.Hawes and R.D. Tamilya (eds.) 'Developments in Marketing Sciences', Proceedings of the II Annual Conference of the Academy of Marketing Science, Chicago, Ill., 1978.¹¹
121. **Time perception as a social indicator**, ESOMAR, 'Social research in the public sector', Heidelberg, 1978.
122. **Valutazione della formazione aziendale. Metodologia e risultati di una ricerca internazionale**, Atti del seminario 'Profitto e valutazione', Facoltà di Economia e Commercio, Università di Palermo, 1978 (*monografia* di pagg. 73).
123. **L'ascolto delle radio locali a Palermo**, Collana di studi e ricerche ISIDA n.7, Palermo, 1979 (*volume* di pagg.100).
124. **Indici di soddisfazione del consumatore: problemi e sviluppi**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n. 1, 1979 (*monografia* di pagg. 48).
125. **Responding to the challenge of the eighties**, ESOMAR, 'European Research' n.8, 1980.¹²
126. 127. 128. 129. **Com'è cresciuta la città. Indagine ISIDA**, 'Giornale di Sicilia' 26 e 30 marzo, 2 e 8 aprile 1980.¹³
130. **Marketing is meer dan louter besluitvorming**, Amsterdam: 'Adformatie', 27 agosto 1981.¹⁴

⁹Traduzione in lingua italiana in 'Il Millimetro' n. 50, Milano, 1976.

¹⁰Con alcune varianti, traduzione in lingua italiana con il titolo: **Per capire il mercato europeo**, 'L'Impresa' n. 6, 1977.

¹¹Traduzione in lingua polacca in 'Acta Universitatis Lodziensis', Folia Oeconomica, Łódź, 1985

¹²Traduzione italiana in 'Il Millimetro' n.6, 1980.

¹³26 marzo: **Un palermitano su due vorrebbe vivere altrove**; 30 marzo: **Palermo ha il record di analfabeti e laureati**; 2 aprile: **Con un solo stipendio vivono quattro persone**; 8 aprile: **Ah, se avessi mezzo milione al mese!**

¹⁴Scritto in collaborazione con Karel Slotman.

131. **Time perception as a marketing issue**, 'Economies Bulletin' n. 7, Vrije Universiteit Amsterdam, 1981.¹⁵
132. **Condizionamenti, bisogni e attese nel Mezzogiorno**, 'Psicologia e società italiana', Tomo I, Atti del Congresso degli Psicologi Italiani, Palermo: Edikronos, 1981.
133. **Scenari del cambiamento**, Rotary Club di Palermo n. 4-5-6, Palermo, 1981.
134. **The interaction of research with business and society**, 'Journal of the Market Research Society' n. 24, 1982.
135. **Management, monitahoinen ongelma vaatii kokonaisvaltaisen ratkaisun**, Helsinki: Mark 5, 1982.
136. **Social research revisited**, ESOMAR, 'Social research and prediction', Amsterdam, 1982.
137. Intervento su: **Sicilia, Mezzogiorno e sviluppo**, giornate di studio promosse da IASM e dal Giornale di Sicilia, Napoli: Guida Editori, 1982.
138. **Nations and vacations: a cross cultural analysis of attitudes**, ESOMAR, 'The importance of research in the tourism industry', Helsinki, 1983, e 'Economies Bulletin' n.2, Vrije Universiteit Amsterdam, 1983.¹⁶
139. **La determinazione del prezzo dei posti in un teatro**, 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n.1-2, 1983.¹⁷
140. **La funzione della ricerca di mercato nel design**, 'Design per lo sviluppo', ADS, Quaderni della Facoltà di Architettura dell'Università di Palermo, Firenze: Alinea Editrice, 1983.
141. **Strategic marketing for action and results**, Rotterdam: NIMA National Marketing Congress, 1983.
142. **The 'made in' issue: a comparative research on the image of domestic and foreign products**, ESOMAR, 'European Research' n.1, 1984.¹⁸
143. **Marketing of financial services**, A. Klaassen, L.J. de Man, G.S. Postma and G. Rietkerk (eds.) 'Het financiële systeem', Leiden/Antwerpen: N.E. Stenfert Kroese B.V., 1984.
144. **Il marketing nel mercato del Mezzogiorno**, 'Forum News' n.63/64, Milano, 1984.
145. **Fiori d'Olanda: un esempio di successo economico**, 'Quaderni ISCOT' n.7, Palermo: Mazzone, 1984.
146. **Ricerche di mercato sul turismo tedesco in Sicilia**, 'Promozione del turismo e formazione manageriale', Collana di studi e ricerche ISIDA n.8, Palermo, 1984.
147. **Modelli previsionali nel turismo**, idem.

¹⁵Con alcune varianti, pubblicato in 'Proceedings of the meeting held by the International Academy of Management in Moscow and Yerevan on October 6-13, 1984', Dublin: The Irish Management Institute, 1984.

¹⁶Con alcune varianti, pubblicato in lingua italiana con il titolo: **Perché un Paese attira più di un altro**, 'Marketing Espansione' n.13, Milano, 1983.

¹⁷Con alcune varianti, pubblicato in lingua inglese con il titolo: **Pricing theater seats**, EMAC/ESOMAR Seminar on 'Micro and macro modelling: Research on prices, consumer behaviour and forecasting', Tutzing, RFT, 1987.

¹⁸Con alcune varianti, pubblicato in 'Economies Bulletin' n.8, Vrije Universiteit Amsterdam, 1984.

148. **Quality, financial services and research**, ESOMAR, 'Assessing and improving the quality of financial services: how research can help', Zürich, 1985.
149. **Modern distribution structures and trends as an answer to market developments**, 'Proceedings of the X Intertoto Congress', Basel: Kirschgarten Druckerei AG, 1985.¹⁹
150. **The consumer in world trade**, H.Visser and E. Schoorl (eds.) 'Trade in transit', Doordrecht: MartinusNijhoff Publishers, 1986.
151. **The new barter: possibilities and limitations**, 'Ruilhandel in Nederland', Atti del 'Seminar on Bartering', Amsterdam: World Trade Centre, 1986.
152. **L'impresa giapponese**, Rotary Club di Palermo n.4-5-6, Palermo, 1986.
153. **Dinosaurus and marketing research**, ESOMAR 'European Research' n. 3, 1987.
154. **Business requirements and future expectations in competitive bank services: the issue of time perception**, ESOMAR, 'Research for financial services', Milano, 1988.
155. **Een studie naar effectiviteit van bankreclame: Recall versus T.R.U.E.**, 'Adformatie Symposium Reclameherinnering 2', Amsterdam, 1988.²⁰
156. **Il valore economico del tempo**, 'Analisi costi-benefici', Collana di studi e ricerche ISIDA n.9, Palermo, 1988.
157. **The image of Dutch banks**, 'The International Journal of Bank Marketing' n.2, Bradford: MCB University Press, 1988.
158. **The time dimension in marketing**, Atti della 'XVII National Conference of the Market Research Society of Australia (MRSA)', Gold Coast, Qld., 1988.²¹
159. **'Old is gold'. But who is old?** ESOMAR, 'The untapped goldmine: the growing importance of the over 50's. Implications for marketing, advertising and social policy', Paris, 1989.
160. *Trad. dall'inglese in italiano di 2343 termini di marketing*, **Glossary of Marketing Research**, Amsterdam: ESOMAR, 1989.
161. **Concurrentiepositie en image van 'Made in Italy'**, 'Tijdschrift voor Marketing' n. 6, Amsterdam, 1989.
162. **'Made in' and communication: a case history of 'Made in Italy' in the Netherlands**, ESOMAR 'How to increase the efficiency of marketing communication in a changing Europe', Torino, 1989.²²
163. **Minimum, maximum and optimum communication: the case of the merger NMB Bank/Postbank**, ESOMAR, 'How to market financial services in an increasingly competitive environment', Amsterdam, 1990.

¹⁹Publicato con il titolo: **Modern distribution structures and marketing trends** in 'Annali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo' n.1-2, 1985.

²⁰Scritto in collaborazione con H.D. Levi e M.J. Deurwaarder.

²¹Publicato anche in 'Irish Marketing Research' n.1, Dublin, 1989.

²²Scritto in collaborazione con E.M. Boerema.

164. **Made in Italy and in other countries: a study of competitiveness and images**, L.F. Bruyning e J.Th. Leerssen (eds.) 'Yearbook of European Studies 3, Italy-Europe', University of Amsterdam, Amsterdam: Rodopi B.V., 1990.
165. **South African market researchers are future-oriented**, 'SAMRA (South African Market Research Association) News', Johannesburg, April 1990.
166. **Attitudes towards time in different cultures: African time and European time**, Atti del 'Third symposium on cross-cultural consumer and business studies', University of Hawaii, Honolulu, Hawaii, 1990.
167. **Nieuwe markten, nieuwe mogelijkheden**, P.M. Jellinek (ed.) 'Zaken Doen in Midden en Oost-Europa', Den Haag: Schoonhoven Academic Service, 1990.²³
168. **Southern Europe is catching up fast**, 'Euro Enterprises', interview with Gabriele Morello, Invention Media bv, Rotterdam, June 1990.
169. **Modelling student choices and preferences through 'Perceptor'**, 'Consumer behaviour and strategie marketing: anything new?' 'Collana di studi e ricerche ISIDA n. 10, Palermo, 1991.
170. **La formazione dei dirigenti di azienda nel Mezzogiorno: il caso ISIDA**, Rotary Club di Palermo n.6, 1992.
171. **Research on international cooperation: can time perception help?** Atti dell'incontro internazionale 'Intellectual and scientific cooperation in Europe during the XX Century', Bellagio: Rockefeller Foundation, 1992.²⁴
172. **Ricerche e strategie di marketing per il vino siciliano**, Collana di studi e ricerche ISIDA n. 11, Palermo: Fabio Orlando Editore, 1993 (*volume* di pagg. 260).
173. **International product competitiveness and the 'made in' concept**, N. Papadopoulos and L.A. Heslop (eds.) 'Product-Country images. Impact and role in international marketing', New York: The Haworth Press, 1993.
174. **Attitudes towards time in European, Usa and Japanese companies**, W.F. Van Raaij and G.J. Bamossy (eds.) 'European advances in consumer research', vol.1, Association for Consumer Research, Provo, UT, 1993.
175. **Atteggiamenti di aziende europee, statunitensi e giapponesi nei confronti del tempo: il caso italiano**, 'ICE in transizione: verso un internal marketing', Roma: GMA, 1993 (*mim*).
176. **The hidden dimensions of marketing**, Vrije Universiteit Amsterdam, Amsterdam: VU Boekhandel Uitgeverij, 1993 (*monografia* di pagg. 43).²⁵

²³Con alcune varianti, pubblicato in lingua inglese con il titolo **Modes of entry, business practices and marketing to Eastern European countries**, ESOMAR Conference 'International Marketing Research: New Tasks, New Methods, New Scenarios', Ljubljana, Yugoslavia, February 1991.

²⁴Traduzione in lingua olandese con il titolo: **De rol van tijdsperceptie in International samenwerking**, 'Holland Management Review' n.37,1993. Pubblicato anche in G. Gemelli (ed.) 'Big Culture', Bologna: Editrice Clueb, 1994.

²⁵Pubblicato anche in: Journal of the Market Research Society n. 4, 1993; Università Cattolica del Sacro Cuore, Istituto di Economia Aziendale, Raccolta di Studi e Ricerche n.19, Milano: Vita e Pensiero, 1995.

177. **A case for imperfection - The cultural commitment of an MBA**, 'Forum 94/1', EFMD Review, Brussels, 1994.
178. **Sondaggi e competizione elettorale**, 'Orizzonte Sicilia' n. 43, Palermo, 1994.
179. **Passion for action: Het NIMA marketing congress 1994**, 'NIMA Marketing Jaarboek', Deventer: Kluwer Bedrijfswetenschappen, 1995.
180. **Natura, finalità, strategia dell'ASFOR**, 'Lettera ASFOR' n. 1, Milano, 1995.
181. **La percezione del tempo in Sicilia**, 'Percezione del tempo nel marketing e nelle ricerche sociali', Collana di studi e ricerche ISIDA n. 12, Palermo: Fabio Orlando Editore, 1996.²⁶
182. **Per un rilancio del turismo in Sicilia**, Rotary Club di Palermo n. 6, 1995/1996.
183. **Metodi e nuove tecnologie per lo sviluppo del turismo**, Atti del Forum 'Nuove opportunità per lo sviluppo del turismo in Sicilia', Rotary Club di Palermo, supplemento al n. 2-3, 1996.
184. **40 anni di ISIDA**, Irfis, Notiziario n. 60, Palermo, 1996.
185. **Our attitudes towards time**, Forum 96/2, European Foundation for Management Development Review, Brussels, 1996.
186. **La comunicazione in un grande ente di servizi**, 'Segno, linguaggio e pubblicità', Collana di studi e ricerche ISIDA n. 13, Palermo: Fabio Orlando Editore, 1997.
187. **Tempo, organizzazione ed efficienza nella P.A.**, Palazzo delle Aquile, Comune di Palermo, 30 maggio 1997 (*mim*).
188. **In margine alla storia delle business schools in Italia**, G. Gemelli (ed.) 'Scuole di management - Origini e primi sviluppi', Bologna: il Mulino, 1997.
189. **Attitudes towards time: a survey of Hong Kong managers**, 'Between tradition and innovation: time in a managerial perspective', Collana di studi e ricerche ISIDA n. 14, Palermo: Fabio Orlando Editore, 1997.
190. **Caso ASFOR e sviluppo della formazione manageriale in Italia**, 'Lettera ASFOR' n. 2-3, Milano, 1997.
191. **Formazione e Pubblica Amministrazione in Sicilia: il contributo dell'ISIDA**, 'Azienda Pubblica' n. 1, Rimini: Maggioli Editore, 1998.
192. **Aspettative e motivazione al lavoro**, 'Rivista Italiana di Economia, Demografia e Statistica', SIEDS vol. LI n. 4, Roma, 1998.
193. **Le scuole di formazione per un partenariato nel Mezzogiorno**, 'Laboratorio per il Mezzogiorno', Roma: LUISS, 1998.
194. **Nouns vs. adjectives in country-of-origin communication**, ESO-MAR, 'Marketing and Research Today', Vol. 28 n. 1, Amsterdam, 1999.²⁷

²⁶Con il titolo **Sicilian time**, pubblicato nella versione inglese della Collana di studi e ricerche ISIDA n. 12. Con leggere varianti, pubblicato anche in: Scott M. Smith (ed.) Proceedings of the Fifth Symposium on Cross Cultural Consumer and Business Studies, Brigham Young University, Hong Kong, Dec. 10-13, 1995; Accademia Nazionale di Scienze Lettere e Arti di Palermo, Inaugurazione dell'anno accademico 1996/97; Time & Society, vol. 6 n. 1, London: Sage Publications, 1997.

²⁷Traduzione in lingua italiana con il titolo: **Sicilia o siciliano? Nomi e aggettivi nella comunicazione**, 'Orizzonte Sicilia' n. 59, 1999.

195. **Globalización, desarrollo y formación empresarial**, Encuentro Internacional de Economistas, 'Globalización y problemas del desarrollo', Palacio de las Convenciones de La Habana, Cuba, 18-22 gennaio 1999.²⁸
196. **Valores sociales y comportamientos organizacionales**, 'Economía y Desarrollo', revista de la Facultad de Economía de la Universidad de La Habana, n. 2, 1999.²⁹
197. **Time orientation across cultures: a comparative study in Italy and Cuba**, IX World Marketing Congress, Academy of Marketing Science and the University of Malta, Qawra, Malta, 23-26 giugno 1999; 'Annali della Facoltà di Economia dell'Università di Palermo', 1996-99.
198. **Zeitorientierung in der österreichischen Gesellschaft**, Georg Wailand (ed.) 'Unsere Zukunft ist bunt', UNIQA Zukunftsstudie, Wien: Signum Verlag, 1999.
199. Recensione del volume di G. Paolucci (ed.) **'La città macchina del tempo: politiche del tempo urbano in Italia'**, Time & Society vol. 8 n. 2, London: Sage Publications, 1999.
200. **Marketing Congress in Croatia**, 'ESOMAR Newsbrief', vol. 7, 1999.
201. **Gaston Deurinck: a life for management development**, 'EFMD Forum' n. 1, Bruxelles, 2000.
202. **Time orientation across cultures: a comparative study in Italy, Cuba and Spain**, Atti della '2000 Multicultural Marketing Conference', Academy of Marketing Science and The Hong Kong Polytechnic, University of Hong Kong, 2000.³⁰
203. **The marketing research process**, Q Service/INPS, Roma, dicembre 2000 (mim)
204. **Sicilia o Siciliani? Pari non sono**, Giornale di Sicilia del 10 gennaio 2001.
205. **Sicilia: solo se la conosci, la ami**, Giornale di Sicilia del 21 febbraio 2001.
206. **Time in the workplace: Interruptions and impediments to optimal use**, 'Time and Management', Collana di studi e ricerche ISIDA n. 16. Palermo: Fabio Orlando Editore, 2001.³¹
207. **Different perceptions of time: Consequences for public management, governance and the fabric of society**, XVI Annual EFMD Public Sector Conference 'Managing for good governance in the public sector', Milano, 20-22 settembre 2001.
208. **Achieving organizations through space-time tradeoffs**, Atti del congresso internazionale 'Spacing and timing: rethinking globalization and standardization', Palermo, 1-3 novembre 2001.
209. **In memory of a friend**, 'Neyzi 'ye Armâgan', Arastirmacilari, Istanbul 2001.
210. **Tijd is ons nieuwe Westen**, Nieuwstribune n.48, Amsterdam, 29 November 2001.

²⁸Traduzione in lingua italiana con il titolo: **Globalizzazione, sviluppo e formazione manageriale**, 'Kaleghé', anno VII, n. 4/5, 1999 e 'Lettera ASFOR' n. 1, Milano, 1999.

²⁹Traduzione in lingua italiana con il titolo: **Valori sociali e comportamenti organizzativi. Risultati di una ricerca interculturale**, 'Annali della Facoltà di Economia dell'Università di Palermo', 1996-1999.

³⁰Publicato anche in 'Time and Management', Collana di studi e ricerche ISIDA n.16. Palermo: Fabio Orlando Editore, 2001.

³¹Scritto in collaborazione con Lilliam Calderón Milian.

211. **El proceso de internacionalización**, 'Economía y Desarrollo', revista de la Facultad de Economía de la Universidad de la Habana n.2, 2001
212. **Geen tijd te verliezen**, 'Big Deal', Relatiemagazine van de SRM Business Club, Amsterdam, December 2002.
213. **La percezione delle marche del vino siciliano nel canale della ristorazione**, 'Scritti di Statistica Economica' n. 9, Università di Napoli, 2002.³²
214. **Launching a new product with PERT**, SRM Business Club, Amsterdam, January 11, 2002.
215. **Making time**, introduzione al volume di R. Whipp, B. Adam, and I. Sabelis (eds.) 'Making time: time and management in modern organizations', Oxford: Oxford University Press, 2002.
216. **La percezione del tempo a Palermo**, Palermo Rotary, gennaio/giugno 2002.
217. **La formazione manageriale nell'Italia che cambia**, Atti del convegno celebrativo del trentennale di ASFOR, 'Lettera ASFOR' n.1-2, 2002.
218. **Percezione del tempo e Pubblica Amministrazione. Una ricerca in tre università**, 'Azienda Pubblica - Teoria e Problemi di Management' n. 4-5, Rimini: Maggioli Editore, 2002.
219. **La mondialisation, une perspective spatio-temporelle**, Québec, Canada: Université Laval, 6 novembre 2002 (*mim*).
220. **Produttori di vino e ristorazione, una comunicazione asimmetrica**, 'Nuova Sicilia Agricola' n. 1, gennaio 2003.
221. **Culture a confronto: Sicilia e Cuba**, Palermo: Società Siciliana per la Storia Patria, Archivio Storico Siciliano, vol. 29, 2003.
222. **Estrategias de marketing para las plantas medicinales en Cuba**, 'Economía y Desarrollo', revista de la Facultad de Economía de la Universidad de La Habana n. 1, 2004.
223. **Spacing and timing in leisure activities: International perspectives**, K. Weiermair and C. Mathies (eds.) 'The Tourism and Leisure Industry', New York: The Haworth Hospitality Press, 2004.
224. **Archetipi di università e istituzioni formative**, 'FOR - Rivista per la Formazione', Milano: Franco Angeli Editore n. 59, aprile-giugno 2004.³³
225. Intervento alla Tavola Rotonda: **L'Università come sistema formativo aperto**, 'FOR - Rivista per la Formazione', Milano: Franco Angeli Editore, supplemento al n. 59/2004 dedicato al Convegno AIF di Venezia.
226. **Tempo e formazione**, 'FOR - Rivista per la Formazione', Milano: Franco Angeli Editore n. 60, luglio-settembre 2004.

³²Publicato anche in 'Le strade del vino e le vie dello sviluppo', a cura di S. Costantino e A. Artista. Milano: Franco Angeli Editore, 2003.

³³Con alcune varianti, pubblicato: con il titolo **Istituzioni formative e Università della conoscenza** in 'Lettera ASFOR - Formazione Manageriale per la Competitività' n. 1-2, 2004 e in 'Le Nuove Frontiere della Scuola', n. 12, 2005; con il titolo **L'organizzazione del sapere universitario: scuole di pensiero e strutture operative** in 'Intrasformazione' a cura di D. Castiglione e P. Violante, Mimesis Edizioni Milano-Udine, 2015.

227. **Il marketing del turismo culturale**, 'L'isola del tesoro. Le potenzialità del turismo culturale in Sicilia', Palermo: Fondazione Centro Ricerche Economiche Angelo Curella, 2004.
228. **If you waste your time, you waste your life". The growing awareness of time and temporality**, Atti del convegno di Bolzano 'Leisure futures. Changing character and use of free leisure time', Università di Innsbruck, 10-12 Novembre 2004.
229. **How do you picture Paradise? An excursion into the imagination of two cultures**, Academy of Marketing Science, 'Proceedings of the Annual Conference', Vancouver, Canada, 26-29 maggio 2004.³⁴
230. **Per un marketing dei beni culturali**, 'Per Salvare Palermo', Giornale della Fondazione Salvare Palermo Onlus n. 12, 2005.
231. 232. Prefazione al volume **Research methodologies in current time research**, 'In Search of Time', Collana di studi e ricerche ISIDA n. 17, Palermo: Fabio Orlando Editore, 2005.
233. **Marketing the medical plants of Cuba: organization and time perspective**, Atti del Convegno 'Agro-tecnologia y marketing de las plantas medicinales', SILAE (Società Italo-Latino-Americana di Etnomedicina): Cienfuegos, Cuba, maggio 2005.
234. **Convergences and divergences in leisure and tourism**, Atti del XIII congresso ELRA (European Leisure and Recreation Association), Facoltà di Scienze Applicate, Università di Brema, RFT, 16-18 giugno 2005.
235. **Heritage, economics and marketing. Modelling cultural goods and events in a temporal perspective**, Atti del 'Convegno HICIRA' (Heritage Interpretation Center International Rural Areas), Terrasini (PA), 14-16 settembre 2005 (CD-rom).
236. **Reflections on time studies: an overview of recent directions**, Atti del seminario 'Time, Time, Time...in search for cooperation', Department of Culture, Organization and Management, Faculty of Social Sciences, Vrije Universiteit Amsterdam, 30 settembre 2005 (*mim*).
237. Intervento alla tavola rotonda: **Organizzazione, apprendimento, amore nella esperienza organizzativa contemporanea**, Atti del seminario AIF-ISFOL organizzato con il patrocinio della Conferenza dei Rettori delle Università Italiane (CRUI) sul tema: 'Generare valore nell'Università della Conoscenza', Salò (BS), 6-8 ottobre 2005.
238. **Time and temporality. Research for a new culture of time**, Collana di studi e ricerche ISIDA n. 18, Palermo: Fabio Orlando Editore, 2005 (*volume* di pagg. 384).³⁵

³⁴Con alcune varianti, pubblicato in italiano con il titolo: **Come vedete il Paradiso? Viaggio nell'immaginario di due culture**, in 'Le parole dei giorni', a cura di M.C. Ruta, Palermo: Sellerio Editore, 2006.

³⁵Il volume contiene i seguenti articoli del presente elenco, tutti in lingua inglese: 103, 107, 117, 120, 121, 131, 154, 156, 158, 159, 165, 166, 171, 174, 176, 181, 185, 189, 197, 198, 202, 206, 207, 208, 214, 218, 223, 226, 228, 232, 233, 234, 235.

239. **Führungskompetenz in der Wissensgesellschaft**, relazione di apertura del DAdA international workshop 'Didaktik&Erwachsenenlernen' organizzato da AIF - Delegazione Trentino-Alto Adige-Sudtirolo, Bolzano, 30-31 marzo 2006.
240. **Temporal tensions in organizations**, GMA international seminar on 'Retrosapes and futurescapes – temporal tensions in organizations', Terrasini (PA): 21-23 giugno 2006 (CD-rom).
241. **L'internazionalizzazione dell'impresa siciliana**, Palermo Rotary, gennaio-giugno 2006.
242. **Productos, mercados y la cuestion del 'Made in'**, 'Economia y Desarrollo', revista de la Facultad de Economia de la Universidad de la Habana, n. 2, 2007.³⁶
243. **Made in ¿dónde? El consumidor en tiempos de globalización**, 'Juventud rebelde', La Habana 07 de febrero de 2007.
244. **In search of a new culture of time**, Yerevan: American University of Armenia (AUA), 19 aprile 2007 (*mim*).
245. **Research on time and values: the case of MBA students**, Yerevan: AUA, 20 aprile 2007 (*mim*).
246. **What is a University? The challenge of the Knowledge Society**, Yerevan: AUA, 23 ottobre 2007 (*mim*).
247. **Come ci vedono. Immaginario della Sicilia e dei siciliani nel mondo**, Palermo: Eidos, 2007 (*volume di pagg. 132*).³⁷
248. **El papel del tiempo en la globalización**, X Encuentro Internacional de Economistas sobre Globalización y Problemas del Desarrollo, (Cd-rom), La Habana: ANEC, 3-7 marzo 2008.³⁸
249. **La formazione dei formatori nell'area euro-mediterranea: realtà e prospettive**, relazione di apertura del seminario internazionale AIF 'Il Mediterraneo: un mare di culture da fare incontrare', Trapani, 25 - 27 gennaio, 2008, AIF Learning News n. 5, maggio 2008.
250. **Le ragioni dell'orientamento**, Atti del 1° congresso nazionale dell'Associazione Italiana per l'Orientamento (ASITOR) 'Orientamento come social work', Comune di Tivoli: Villa d'Este, 30-31 maggio 2008.
251. Prefazione al volume di E. Giammusso: **'Il marketing dell'affettività'**, Caltanissetta: Lusso-grafica, 2008.
252. **Time, management and economic development**, Mosca: MIRBIS Study Office, giugno 2008 (*mim*).
253. **Sicilia o siciliani: una questione d'immagine**, Palermo Rotary, anno XXXVIII, luglio/dicembre 2008.
254. **Marketing ideas and images**, Annali della Facoltà di Economia dell'Università di Palermo, anno LXIII, 2009.³⁹

³⁶Relazione presentata al 'IX Encuentro Internacional de Economistas sobre Globalización y Problemas del Desarrollo', La Habana, 5-9 febbraio 2007.

³⁷ Il volume riporta gli articoli pubblicati dal Giornale di Sicilia fra il 3 ottobre 2004 e l'8 dicembre 2007, riguardanti l'immagine della Sicilia e dei siciliani in 22

Paesi diversi.

³⁸Tradotto in inglese con il titolo **The role of time in globalization**(*mim*).

³⁹Sintesi di un Seminario tenuto al Master della Moscow International Higher Business School (MIRBIS) nel giugno 2008.

255. **Per una teoria della non-decisione**, 'FOR - Rivista per la formazione', Milano: Franco Angeli Editore, n. 78, gennaio-marzo 2009.⁴⁰
256. **Risk, decision making and decision avoiding**, conferenze tenute: in Brasile a San Paolo e Rio de Janeiro, Fondazione Getulio Vargas; in Armenia a Yerevan, American University of Armenia (AUA), giugno 2009 (*mim*).
257. **Mercados y organización empresarial de los productos naturales**, Atti dell'VIII Congresso SILAE, Società Italo-Latino-Americana di Etnomedicina, La Habana, 14-18 settembre 2009 (*mim*).
258. **The case of Mario Rossi**, Solomon M., Bamossy G.J., Askegaard S. and Hogg M., 'Consumer Behaviour: A European Perspective', Prentice Hall Inc., 2009.
259. **Un antico Paese tutto da scoprire: l'Armenia. Prospettive di cooperazione**, Palermo Rotary, anno XLI, gennaio-giugno 2011.⁴¹
260. **La dignità come valore manageriale**, 'FOR - Rivista per la formazione', Milano: Franco Angeli Editore, n. 89, ottobre-dicembre 2011.⁴²
261. Intervento su **Palermo: periferia o crocevia?** Relazione del sindaco L.Orlando, Palermo Rotary, gennaio-giugno 2012.
262. **L'Impresa etica**, 'Il Bandolo', periodico di cultura edito a Palermo, n. 48, ottobre 2012.
263. **Alle origini di ASFOR: ricordi di un protagonista**, S. Garbellano (a cura di) '40 anni di formazione manageriale. Ruolo e contributo di ASFOR', Milano: Collana Asfor - Franco Angeli, 2012.
264. **Tempo siciliano. Ricerche sul tempo sociale in Sicilia**, Università di Palermo, 'Rivista di Storia delle Idee', www.intrasformazione.com, vol. 2, n. 1, 2013.⁴³
265. **Villa Ahrens. Appunti per una storia di famiglia**, 'Per Salvare Palermo', Giornale della Fondazione Salvare Palermo Onlus n. 36, maggio-agosto 2013.
266. **Tempo e cultura d'impresa**, Università di Palermo, 'Rivista di Storia delle Idee', www.intrasformazione.com, ottobre 2013.⁴⁴
267. **L'impresa etica: oltre i confini?** www.blogbankpeople.net, 26 giugno 2014.⁴⁵
268. **'Social Media Marketing'**, intervista a Gabriele Morello sul Seminario svolto da Mediolanum Corporate University a Palermo l'1 e 2 luglio 2014, www.blogbankpeople.net, 24 luglio 2014.

⁴⁰ Pubblicato anche in 'Le nuove frontiere della scuola' n. 39, 2015, La Medusa Editrice, Marsala (TP), nonché in Università di Palermo, Rivista di storia delle idee, www.intrasformazione.com vol. IV n. 2, 2015.

⁴¹ Parte seconda della conferenza tenuta dall'Ambasciatore Rouben Karapetian al Rotary di Palermo il 9 giugno 2011. Il testo contiene anche i principali risultati della ricerca di cui al n. 244.

⁴² Con alcune varianti, pubblicato anche in 'Palermo Rotary', anno XLII, gennaio-giugno 2012 nonché, con il titolo: '**Dignity as a managerial value**', in 'Global Responsibility – The GRLI Partner Magazine', giugno 2012.

⁴³ Lezione tenuta il 13 aprile 2012 nel corso di Storia delle Idee Politiche, facoltà di Scienze Politiche, Università di Palermo.

⁴⁴ Con alcune varianti, pubblicato anche in Università di Palermo, 'Rivista di Storia delle Idee', www.intrasformazione.com n. 2, 2013.

⁴⁵ In versione più ampia, relazione presentata al Convegno Nazionale SIDREA: 'La dimensione etico-valoriale nel governo delle aziende', Università di Palermo 25-26/09/2014.

269. **Karl Marx poeta**, Università di Palermo, Rivista di Storia delle Idee, www.intrasformazione.com, vol 3, n. 2, 2014.
270. **Palazzo Fatta nella storia della famiglia**, 'Rassegna Siciliana di Storia e Cultura', anno XVIII n. 38-39, maggio-dicembre 2014.
271. **Il caso dell'ing. Ollerom**, 'Le nuove frontiere della scuola' n. 38, La Medusa Editrice, Marsala (TP), 2015.
272. **Si fa presto a dire Master**. 'Le nuove frontiere della scuola' n. 39, La Medusa Editrice, Marsala (TP), 2015.
273. **Management. Da Taylor a Zuckerberg, 150 anni di pensiero e tecniche manageriali**, Rivista di Storia delle Idee patrocinata dall'Università di Palermo, www.intrasformazione.com vol. 5, n. 1, 2016 (*monografia* di pagg. 31).⁴⁶
274. **Prodotti, made in, Expo 2015**, Rivista di Storia delle Idee patrocinata dall'Università di Palermo, www.intrasformazione.com vol. 5, n.1, 2016.
275. **Il ruolo della management education in Sicilia** in 'Fare impresa in Sicilia: il ruolo dei giovani', relazione presentata al CERISDI, Quaderno n. 13, ARS-Associazione ex Parlamentari della Regione Siciliana, Palermo 2016, pagg. da 104 a 111.⁴⁷
276. **Fare impresa in Sicilia: il ruolo dei giovani**, Interventi diversi, pubblicati nelle pagg. 76, 147, 158, 168 del Quaderno n. 13, ARS – Associazione ex Parlamentari della Regione Siciliana, Palermo 2016.
277. **Il ciclo di vita di una Business School italiana: ISIDA (1956-2012)**, GMA, Palermo 2016 (*mim*).
278. **White space in management: towards a theory of non-decision making**, 12th International Conference on Organizational Discourse, Vrije Universiteit Amsterdam, July 2016.
279. **Medicina verde a Cuba e piante officinali in Sicilia: strategie per lo sviluppo dei settori agro-alimentare, cosmetico e farmaceutico**, relazione presentata al XVII Evento de Agrotecnologías y Marketing de las Plantas Medicinales, ACTAF, Matanzas, Cuba, maggio 2016(*mim*).
280. **Piante medicinali, un ponte tra Cuba e Sicilia**, intervista a Gabriele Morello sul XVII Evento de Agrotecnologías y Marketing de las Plantas Medicinales, ACTAF, Matanzas, Cuba, maggio 2016, Giornale di Sicilia, 2 luglio 2016.
281. **Tendencias del Marketing Management en la sociedad del cambio**, 'Economía y Desarrollo', Revista de la Facultad de Economía de la Universidad de la Habana, n. 2, 2016.
282. **Tests e strumenti analitici per misurare la formazione, la decisione e l'immaginario manageriale**, 'Le nuove frontiere della scuola' n. 43, La Medusa Editrice, Marsala (TP), dicembre 2016.

⁴⁶ Versione riveduta ed ampliata di questo scritto, *mim* con il titolo: "Da Taylor a Zuckerberg, 150 anni di pensiero e tecniche manageriali", pagg. 60, novembre 2016.

⁴⁷ Parte di questo articolo pubblicata con il titolo: "La formazione a Harvard e a Palermo. Identikit del siciliano eccellente", in www.siciliainformazioni.com, 11 marzo 2016.



NOTA BIOGRAFICA

Gabriele Morello Ahrens (Palermo, 1928) ha studiato Giurisprudenza, Economia, Statistica e Psicologia nelle Università di Palermo, Oxford (Balliol College) e Stanford, USA, ottenendo lauree, diplomi e una libera docenza in Tecnica delle Ricerche di Mercato e della Distribuzione Generale. A Stanford, dove ha studiato con borse di studio Fulbright e Smith Mundt, ha conseguito un Master of Arts in Economia, e ha lavorato nel Dipartimento di Sviluppo Economico come assistente dei proff. P. A. Baran e H. B. Chenery e come analista economico al Hoover Institute. Rientrato in Italia, iniziò la carriera di formatore all'IPSOA di Torino come docente di Marketing (1953-'56). Nel contempo a Milano ricopriva la carica di vice-direttore presso la Società Italiana per le Ricerche di Mercato (SIRM) e l'Istituto Italiano per l'Opinione Pubblica (IIOP). Nel 1956 fondava a Palermo la prima scuola di management del Mezzogiorno: l'Istituto Superiore per Imprenditori e Dirigenti di Azienda - ISIDA, di cui è stato il direttore fino al dicembre del 2004. Durante la sua gestione, l'Istituto è stato sempre valutato come una delle migliori business schools europee.

Incaricato di Ricerche di Mercato nell'Università di Torino nel 1966/'67, è stato titolare della cattedra di Statistica Aziendale e Analisi di Mercato nella Facoltà di Economia dell'Università di Palermo dal 1970 al 2000. Ha tenuto il corso di *International Marketing* alla City University di Londra dal 1970 al 1973. È Professore Emerito della Vrije Universiteit (VU) Amsterdam, dove è stato Ordinario di Marketing nella Facoltà di Economia ed Econometria dal 1980 al 1993. Ha insegnato all'INSEAD in Francia, all'Istituto Hernstein in Austria, all'Università di Rhode Island in USA, in alcuni Masters dell'Università Bocconi a Milano (2004/'06), all'American University of Armenia (AUA, 2007/'09) ed in molte altre Università e Centri di management in Italia e all'estero. Dal 1990 è *Docente Especial* nella Facoltà di Economia dell'Università dell'Avana, Cuba, dove è stato anche componente del Consiglio Direttivo dei Masters in Business Administration (MBA). Nel 2015/'16 ha progettato, per conto del CERISDI, Centro Ricerche e Studi Direzionali e dell'Associazione Metropolis, con sede a Palermo – di cui è il Direttore Scientifico – il Master Internazionale in Direzione delle Imprese (MIDI).

Fra il 1953 e il 2016 ha svolto – e tuttora svolge – attività di insegnamento, ricerca e consulenza per conto di enti ed aziende private e pubbliche, nazionali ed internazionali – fra cui ONU, OCSE, ILO e BBC World Service – in quasi tutti i paesi d'Europa e del Sud America, in USA, Canada, Cuba, Algeria,

Marocco, Sud Africa, Egitto, Israele, Turchia, Armenia, Yemen, Russia, Singapore, Cina, India, Giappone e Australia. Il lavoro alla BBC (1996) è consistito nel controllare, in qualità di *Audience Research Auditor*, le attività svolte da IBAR (International Broadcasting Audience Research) e da istituti di ricerca operanti in 135 Paesi. Fra le altre aziende estere per cui ha lavorato figurano: NMB/ AMRO Bank, Baan, Mars in Olanda, Staburett in Norvegia, Intertoto in Svizzera, Nissan e Shiseido in Giappone, Nestlè in Australia.

È stato presidente di AISM (Associazione Italiana per gli Studi di Marketing), ASFOR (Associazione per la Formazione alla Direzione Aziendale, di cui in atto presiede il Collegio dei Probiviri), EAMTC (oggi EFMD, European Foundation for Management Development) ed ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research). Consulente dei Ministri dell'Agricoltura e dell'Industria del Governo Italiano e del Ministro per il Commercio Estero olandese negli anni '70-80, dal 1985 al 1990 è stato vice-presidente di SISPI (Sistema Palermo Informatica) e Consigliere di Amministrazione della SVIMEZ (Associazione per lo Sviluppo dell'Industria nel Mezzogiorno). Negli anni '90 è stato consulente dell'ICE per la riorganizzazione degli uffici nonché dell'Assessorato alla Cooperazione della Regione Siciliana.

È presidente di GMA, gruppo professionale che opera nei settori della formazione manageriale, dei servizi alle imprese e delle ricerche socio-economiche. Iscritto all'albo nazionale dei giornalisti pubblicisti, è membro di IAM (International Academy of Management), ASST (Association for the Social Study of Time) e socio onorario di EFMD, ASFOR, AIF (Associazione Italiana Formatori), AIDP (Associazione Italiana per la Direzione del Personale) e ACSG (Associazione Culturale Sicilia-Giappone). Dal 1961 è socio del Rotary Club Palermo.

Imprenditore agricolo, in territorio di Trabia (Pa) gestisce l'Azienda Agraria Morello s.r.l., dove nel 2010 ha attivato un'impresa di Turismo Rurale (www.lecasemorello.com).

Parla correntemente sei lingue: italiano, tedesco, inglese, francese, olandese e spagnolo. In queste lingue tiene lezioni, conferenze e seminari, e ha pubblicato 282 scritti, di cui 10 volumi, 8 monografie, 2 traduzioni e 262 articoli.

Riconosciuto come uno dei 'padri fondatori' della *management education* in Europa, nel 2003 gli è stato assegnato il primo 'Premio ASFOR alla carriera' per l'attività svolta nel campo della formazione. Analogo riconoscimento gli è stato attribuito da AIF e dal Club UNESCO. Nel 2008 è stato nominato Professore Honoris Causa della International Business School di Mosca (MIRBIS). La rivista *Business Horizons* della Università dell'Indiana, USA, nel dedicargli un articolo biografico, lo identifica come uno degli esperti che ha reso i maggiori contributi alla cultura d'impresa e alla formazione manageriale in Europa.

BIOGRAPHY

Gabriele Morello Ahrens (Palermo, Italy 1928), has been professor of Business Statistics and Market Research in the Faculty of Economics, University of Palermo from 1970 to 2000, and is professor emeritus of the Vrije Universiteit Amsterdam, where he was responsible for the Marketing course in the Faculty of Economics and Econometrics from 1980 to 1993. He is the founder of ISIDA, the first school of management in Southern Italy, where he was the director from 1956 to 2004. During this time ISIDA was one of the best rated European business schools. He is chairman of GMA, a company that provides educational services (courses, seminars, workshops), management consulting and research activities at global level. At present he is the scientific director of Metropolis, a management centre located in Palermo, which offers courses and seminars at graduate level. Gabriele Morello is also chairman of Azienda Agraria Morello ltd, a farm in the Trabia (Pa) area, where in 2010 he started a rural tourism activity (www.lecasemorello.com).

Dr Morello holds degrees in Law and in Economics, as well as diplomas in Statistics and in Psychology. His post-graduate studies - including a *Libera Docenza* (PhD) in Marketing - were completed in Italy, at Balliol College, Oxford, and at Stanford University, Cal. At Stanford (1951-'53) he was a Fulbright fellow, was granted a Master of Arts in Economics, became an Assistant to professors P. A. Baran and H. B. Chenery and worked as an economic analyst at the Hoover Institute. From 1953 to 1956 he taught at IPSOA, Torino, the first Italian post-graduate school of business administration. In the meantime, he was vice-director of the Italian Market Research Institute (SIRM) and of the Italian Institute for Public Opinion (IIOP) in Milan.

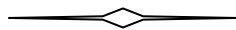
Prof. Morello has lectured and provided consultancy on marketing and management in almost all European and Latin American countries, in the USA, Canada, Russia, Egypt, Israel, Turkey, Armenia, Yemen, India, Hong Kong, Algeria, Morocco, South Africa, China, Japan, Singapore and Australia. Such activities were conducted for private and public companies as well as governments and international organizations, including the UN, ILO and OECD. For 3 years he taught International Marketing at the City University in London. Here in 1996 he held the position of Audience Research Auditor for the BBC World Service. This implied controlling the quality of the surveys conducted by IBAR (International Broadcasting Audience Research) and by research agencies in 135 countries. Since 1998, he has been *docente especial* (Visiting Professor) at the University of La Habana, Cuba, Faculty of Economics. A frequent speaker at international meetings, he has taught at INSEAD, France; Hernstein Institute, Austria; Bocconi University, Italy; University of Rhode Island, USA; American University of Armenia (AUA); other universities and management centre.

Dr. Morello has served as president of the Italian Marketing Association (AISM), the Italian Association of Business Schools (ASFOR), the European Association of Management Training Centres (EAMTC, now EFMD), the European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR). A member of IAM (International Academy of Management) and of ASST (Association for the Social Study of Time), he is honorary member of EFMD, ASFOR, AIF (Associazione Italiana Formatori), AIDP (Associazione Italiana per la Direzione del Personale), ACSG (Associazione Culturale Sicilia-Giappone). He has been a member of Rotary Club Palermo since 1961.

Dr. Morello is fluent in 6 languages: Italian, English, French, German, Dutch and Spanish. He has published 10 books, 8 monographs, 2 translations and 262 articles in scientific and professional journals.

In 2003 he was awarded the ASFOR Career Prize, presented to the most outstanding Italian personality in management development. A similar award was granted to him by AIF and by UNESCO Club. In 2008 he was appointed honorary professor at MIRBIS, the International Academy of Management in Moscow. A survey conducted by Harper Moulton for Business Horizons, the magazine of Indiana University, USA, gives a personal and professional profile of his career. In this survey, dr. Morello is indicated as one of the 12 experts who has contributed most to contemporary management education at international level.

C. V.
Elenco delle Pubblicazioni
Nota Biografica
del prof. dr. Gabriele Morello



Stampato il 10 novembre 2016