



GABRIELE MORELLO

BIOGRAFIA E PUBBLICAZIONI

www.gmorello.net



Maggio 2017

INDICE

Premessa	pag. 3
CV formato europeo	pag. 4
Biografia professionale	pag. 12
Professional biography	pag. 14
Profiles in executive education: Gabriele Morello	pag. 16
Elenco delle pubblicazioni	Pag. 18

PREMESSA

Il presente documento riguarda alcune note biografiche relative all'attività didattica, scientifica e operativa del prof. dr. Gabriele Morello (www.gmorello.net), nonché l'elenco delle sue pubblicazioni.

Le note biografiche consistono in: C.V. in formato europeo; biografia professionale in italiano; biografia professionale in inglese; articolo di Harper Moulton pubblicato in Business Horizons, rivista dell'Università dell'Indiana, USA.

Le pubblicazioni consistono in 286 scritti di cui 8 volumi, 6 monografie, 2 traduzioni di volumi e 270 articoli, pubblicati dal 1955 ad oggi.

I volumi indicati ai n. 18, 23, 28, 34, 81, 93, 123, 173 e le monografie n. 21, 63, 105, 122, 124 sono consultabili presso la Biblioteca Centrale della Regione Siciliana. I volumi n. 2 e 172, le traduzioni n. 93 e 160, la monografia n. 282 e tutti gli articoli possono essere richiesti a info@gmorello.net.

L'elenco non comprende: a) alcuni scritti giovanili pubblicati prima del 1955, fra cui: **Pizzo Mezzaluna**, in '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 economic backwardness of Southern Italy: historical background**, Master of Arts, Department of Economics, Stanford University, Cal. USA, June 1953. Anche questi scritti possono essere richiesti all'Autore.

Palermo, 8 Maggio 2017



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 (2017)**
1. Libera professione (docenze, consulenze aziendali, ricerche)
 2. Direttore Scientifico, Associazione Metropolis, Ente di formazione professionale, Palermo
 3. Docente, Università de L'Avana, 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)
 - Datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
1. In atto – 1990
Universidad de la Habana, Cuba
Ateneo universitario, Facultad de Economía
Profesor Especial/Invitado (resolución rectoral n. 811/03)
Cattedra di Marketing e Metodologia della Ricerca
 2. Periodi diversi compresi fra il 2017 e il 2004
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
 - 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
 3. 2009 e 2007
American University of Armenia (AUA), School of Business and Management, Yerevan
Ateneo universitario affiliato con University of California, USA
Docente
Titolare della Cattedra di Marketing e Ricerche di Mercato

- Date (da – a) 4. 2004 – 1956
 - Datore di lavoro ISIDA – Istituto Superiore per Imprenditori e Dirigenti di Azienda, Palermo
 - Tipo di azienda o settore Istituto di formazione manageriale (cfr. II.A.3.)
 - Tipo di impiego Docente
 - Principali mansioni e responsabilità didattiche Docenza principale nelle aree: a) Marketing e Ricerche di Mercato; b) Direzione e Strategie Aziendali; partecipazione alle docenze in altri corsi e seminari svolti dall'Istituto; ricerca e assistenza tecnica alle imprese

- Date (da – a) 5. 2000 – 1970
 - Datore di lavoro Università degli Studi di Palermo, Facoltà di Economia
 - Tipo di azienda o settore Ateneo universitario
 - 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
 - Principali mansioni e responsabilità Insegnamento e ricerca

- Date (da – a) 6. 1993 – 1980
 - Datore di lavoro Vrije Universiteit Amsterdam (VU), Facoltà di Economia ed Econometria
 - Tipo di azienda o settore Ateneo universitario
 - Tipo di impiego Professore Ordinario, titolare della Cattedra di Marketing nella Facoltà di Economia ed Econometria
 - Principali mansioni e responsabilità Insegnamento e ricerca

- Date (da – a) 7. 1987 – 1984
 - Datore di lavoro Università degli Studi di Palermo, Facoltà di Magistero, Scuola di Specializzazione in Psicologia
 - Tipo di azienda o settore Ateneo universitario
 - Tipo di impiego Docente di “Tecniche di Studio dell’Opinione Pubblica” e di “Ricerca Motivazionale”
 - Principali mansioni e responsabilità Insegnamento e ricerca

- Date (da – a) 8. 1973 – 1970
 - Datore di lavoro City University, Londra, Facoltà di Economia
 - Tipo di azienda o settore Ateneo universitario
 - Tipo di impiego Professore Ordinario (Dragan Fellow) di International Marketing
 - Principali mansioni e responsabilità Insegnamento e ricerca

- Date (da – a) 9. 1970 – 1960
 - Datore di lavoro Istituto Commercio Estero (ICE), Roma
 - Tipo di azienda o settore Ente pubblico per il Commercio Estero
 - Tipo di impiego Docente di Marketing CORCE
 - Principali mansioni e responsabilità Corsi di aggiornamento in tema di commercio estero: commercializzazione, promozione, negoziazione e contrattualistica, ricerche di mercato, internazionalizzazione

- Date (da – a) 10. 1967 – 1966
- Datore di lavoro Università degli Studi di Torino, Facoltà di Economia e Commercio
- Tipo di azienda o settore Ateneo universitario
- Tipo di impiego Docente incaricato di Ricerche di Mercato
- Principali mansioni e responsabilità Insegnamento e ricerca

- Date (da – a) 11. 1956 – 1953
- Datore di lavoro IPSOA – Istituto Post-universitario per lo Studio dell'Organizzazione Aziendale, Torino
- Tipo di azienda o settore Istituto di formazione manageriale (Soci fondatori: FIAT, Olivetti, Unione Industriali di Torino)
- Tipo di impiego Dipendente, assunto dall'Ing. Adriano Olivetti – Ivrea
- Principali mansioni e responsabilità Assistente ai docenti americani (1953) e docente di Marketing (1954-56)

- Date (da – a) 12. 1953 – 1951
- Datore di lavoro Stanford University, Cal. – USA
- Tipo di azienda o settore Ateneo universitario
- Tipo di impiego Graduate student; teaching assistant; research analyst Hoover Institute
- Principali mansioni e responsabilità Assistenza studenti; analista ricercatore

- Date (da – a) 13. 1950 – 1949
- Datore di lavoro Università degli Studi di Palermo, Facoltà di Giurisprudenza
- Tipo di azienda o settore Ateneo universitario
- Tipo di impiego Assistente, Cattedra di Diritto Pubblico Comparato
- Principali mansioni e responsabilità Assistenza studenti, ricerca

- **II.A CONSULENZA E ASSISTENZA TECNICA PLURIENNALE**
- Date (da – a) 1. In atto – 2004
- Datore di lavoro Azienda Agraria Morello s.r.l.
- Tipo di azienda o settore Azienda agricola in località Sant'Onofrio, Trabia (PA) di proprietà familiare sin dal 1884. Nel 1990, il sottoscritto ha attivato l'impresa di Turismo Rurale "Case Morello" (www.lecasemorello.com)
- Tipo di impiego Titolare
- Principali mansioni e responsabilità gestionali Direzione delle attività produttive e mercantili dell'azienda agricola e delle attività turistico-albeghiere di "Case Morello"

- Date (da – a) 2. 2016 – 1989
- Datore di lavoro GMA (Gabriele Morello & Associati)
- Tipo di azienda o settore Società di consulenza aziendale e di ricerche di mercato, operante su scala internazionale, con sedi a Palermo e ad Amsterdam
- Tipo di impiego Fondatore (1989) e Amministratore (2016 – 1989)
- Principali mansioni e responsabilità gestionali
 - a) coordinamento delle attività degli associati: prof. P.J.D. Drenth, Olanda; prof. T.J. Kikuchi, Giappone; prof. D.L. Pardew, USA; dr. J. Rice, Sudafrica; dr. R. Arencibia, Cuba;
 - b) svolgimento di ricerche, consulenze e assistenza tecnica

- Date (da – a) 3. 2004 – 1956
 - Datore di lavoro ISIDA – Istituto Superiore per Imprenditori e Dirigenti di Azienda, Palermo.
 - Tipo di azienda o settore Istituto di formazione manageriale, dotato di personalità giuridica (D.P.R. n. 19 del 12.01.1971)
 - Tipo di impiego Fondatore (1956) e Direttore (2004-1956)
 - Principali mansioni e responsabilità gestionali 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

- Date (da – a) 4. 1997 – 1996
 - Datore di lavoro BBC World Service, Divisione IBAR(International Broadcasting Audience Research) Londra, Bush House, Strand
 - Tipo di azienda o settore 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)
 - Tipo di impiego Auditor (Garante delle Ricerche)
 - Principali mansioni e responsabilità Verifica e controllo delle tecniche utilizzate e delle procedure seguite per la determinazione degli indici di ascolto e delle tipologie degli utenti

- Date (da – a) 5. 1996 – 1995
 - Datore di lavoro Cantine Sociali Settesoli, Menfi (AG)
 - Tipo di azienda o settore Azienda vitivinicola
 - Tipo di impiego Consulente aziendale
 - Principali mansioni e responsabilità Consulenza su: strategie di prodotto/mercato; penetrazione all'estero; organizzazione reti di vendita; ricerche di mercato; comunicazione pubblicitaria

- Date (da – a) 6. 1994 – 1993
 - Datore di lavoro Regione Sicilia – Assessorato Cooperazione, Commercio, Artigianato e Pesca, Palermo
 - Tipo di azienda o settore Pubblica Amministrazione
 - Tipo di impiego Consulenza ex art. 51, l.r. 29/10/1985 n. 41
 - Principali mansioni e responsabilità 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

- Date (da – a) 7. 1992 – 1991
 - Datore di lavoro Istituto Commercio Estero (ICE), Roma
 - Tipo di azienda o settore Ente Pubblico per il Commercio Estero
 - Tipo di impiego Consulente per la riorganizzazione dei servizi
 - Principali mansioni e responsabilità 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

- Date (da – a) 8. 1990 – 1987
 - Datore di lavoro IRVV – Istituto Regionale della Vite e del Vino, Palermo
 - Tipo di azienda o settore Organismo regionale per il settore vitivinicolo
 - Tipo di impiego Consulente aziendale

<ul style="list-style-type: none"> • Principali mansioni e responsabilità 	<p>Consulente per lo sviluppo della vitivinicoltura siciliana: piani di marketing e problemi gestionali delle aziende del settore; rapporti con ICE e con gli enti di ricerca Doxa, Eurisko, Pragma e GIRA; esportazione e accordi commerciali; partecipazione al Vinitaly e a 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 • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>9. 1990 – 1985 SISPI, Palermo 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 • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>10. 1965 – 1960 Centro per l'Incremento Economico della Sicilia 'Enrico La Loggia', Palermo Centro Studi e Ricerche Consulente con mansioni direttive Organizzazione dei servizi, coordinamento degli studi, supervisione delle attività, pubblicazioni</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>11. 1956 – 1954 Società Italiana per le Ricerche di Mercato (SIRM) e Istituto Italiano per l'Opinione Pubblica (IIOPI), Milano Ricerche demoscopiche e di mercato 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 IIOPI 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 • Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità 	<p>12. 1950 – 1949 EPT - Ente Provinciale Turismo, Palermo 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>Anni diversi compresi fra il 2017 e il 1957 Consulenze direzionali, assistenza alle imprese, ricerche, gestione di progetti, docenze e attività formative in tema di sviluppo socio-economico, management, organizzazione e marketing (sia marketing management che marketing research)</p>
<p>Datori di lavoro/Committenti</p>	<p>Organismi internazionali: ONU; OECD; ILO; UNIDO</p> <p>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,</p>

Madrid; Euro-Arab Management School (EAMS) Cordoba; **Irlanda:** Irish Management Institute (IMI), Dublino; **Danimarca:** Università di Aarhus e di Copenhagen; **Finlandia:** Università di Helsinki; **Norvegia:** Staburet, 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:** Istituto 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 Resources Humaines) Oran; **Marocco:** Progetto OECD per lo sviluppo industriale, realizzato attraverso analisi in loco delle principali attività industriali.

III. ASSOCIAZIONISMO

• Date (da – a)

Principali mansioni e responsabilità

Anni diversi compresi fra il 2017 e il 1957:

a) **Presidente** di:

- Gruppo di Consulenti della Asociación Cubana de Tecnicos Agrícolas y Forestales (ACTAF), La Habana
- European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR), Amsterdam
- European Foundation for Management Development (EFMD, Vice-Presidente), Bruxelles
- European Association Management Training Centres (EAMTC), Bruxelles
- Associazione per la Formazione alla Direzione Aziendale (ASFOR), Milano
- Associazione Italiana per gli Studi di Marketing (AISM), Milano

b) **Socio** di:

- International Academy of Management (IAM, USA)
- Association for the Social Study of Time (ASST, U.K.)
- Ordine Nazionale dei Giornalisti, Roma
- Accademia di Scienze, Lettere e Arti di Palermo
- Fondazione Salvare Palermo onlus
- Associazione Sicilia-Giappone, Palermo
- EFMD (Socio Onorario)
- Rotary Club Palermo (Socio Decano)
- Circolo Tennis Palermo (Socio Vitalizio)
- Circolo Canottieri Roggero di Lauria, Palermo (Socio Benemerito).

IV. BENEMERENZE

Awards, Golden Medals e altre attestazioni di benemerenzza ricevute lungo tutto l'arco dell'attività professionale; ultimo in ordine di tempo (Aprile 2017) il conferimento, da parte della Città di Palermo, della Tesserina Preziosa del Mosaico Palermo "a riconoscimento della brillante carriera universitaria e scientifica, per le svariate attività di ricerca, insegnamento, pubblicazione e consulenza in Italia e all'estero, per i rilevanti incarichi manageriali ricoperti per conto di enti e aziende private e pubbliche e nella qualità di "padre fondatore" della *management education* in Europa".

V. 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.

VI. PUBBLICAZIONI

Nelle lingue suddette ha pubblicato 286 scritti, di cui 8 volumi, 6 monografie, 2 traduzioni di volumi, 270 articoli di carattere scientifico e professionale (cfr. Elenco delle Pubblicazioni).

VII. ISTRUZIONE

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, diploma;
Università di Palermo, Facoltà di Economia, Scuola di Statistica (1959-'60)
Direttore: Prof. Vianelli, diploma;
Stanford University, USA (1953-'51), laurea Master (M.A.) in Economia;
Rutgers University, USA (1952), Corso di Marketing, diploma;
Balliol College, Oxford (UK) (1950), Diploma in Economia;
Università di Palermo: laurea cum laude in Giurisprudenza (1948-'49);
Università di Praga, CSR, Facoltà di Economia (1948, 3 mesi: ricerche e preparazione tesi di laurea "La nuova costituzione della Repubblica cecoslovacca"; 1947, 2 mesi: idem, con partecipazione attiva al Festival Mondiale della Gioventù);
Ginnasio e Liceo (licenza liceale, 1944): Istituto Gonzaga, Palermo;
Elementari: Scuola Tedesca M. Weinen, Palermo.

VIII. ALTRE INFORMAZIONI

Frequente attenzione da parte di giornali e riviste italiane ed estere, fra cui: Giornale di Sicilia, Palermo 13/4/2017 e 02/07/2016; Facce Mani, Nicolodi Ed., Rovereto 2005; EFMD Bulletin, Bruxelles, Winter 2003; Business Horizon, Indiana University, USA May-June 2003; Quotidiano di Sicilia, Catania 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; Le Nouvelliste, Haiti 07/04/1976.

BIOGRAFIA PROFESSIONALE

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 dal 1951 al 1953 con borse di studio Fulbright e Smith Mundt, ha conseguito un Master of Arts in Economia, 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 vicedirettore 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 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, Palermo – il MIDI, Master Internazionale in Direzione delle Imprese.

Ha svolto un'intensa 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). Negli anni '70-80 è stato Consulente dei Ministri dell'Agricoltura e dell'Industria del Governo Italiano nonché del Ministro per il Commercio Estero olandese. Dal 1985 al 1990 ha ricoperto le cariche di vice-presidente di SISPI (Sistema Palermo Informatica) e di Consigliere di Amministrazione della SVIMEZ (Associazione per lo Sviluppo dell'Industria nel Mezzogiorno). Negli anni '90 l'ICE – Istituto Commercio Estero – gli ha affidato l'incarico della riorganizzazione dei propri uffici. Nello stesso periodo, è stato consulente dell'Assessore alla Cooperazione della Regione Siciliana, con l'incarico di attivare azioni di sostegno dell'industria siciliana.

È presidente di GMA, gruppo interdisciplinare 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), ACSG (Associazione Culturale Sicilia-Giappone) nonché del gruppo di consulenza di ACTAF (Associazione Cubana dei Tecnici Agricoli e Forestali). 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 dato vita a 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 286 scritti, di cui 8 volumi, 6 monografie, 2 traduzioni e 270 articoli.

Impegnato nello sviluppo 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). Nel 2017 la Città di Palermo gli ha conferito la Tessera Preziosa del Mosaico Palermo.

La rivista Business Horizons della Indiana University, USA, nell'identificarlo come uno dei dodici esperti che hanno reso i maggiori contributi alla cultura d'impresa e alla formazione manageriale, gli ha dedicato l'allegato articolo a carattere biografico-professionale. Da allora continua: su scala internazionale a svolgere attività di docente, consulente, ricercatore; in Sicilia, a gestire la propria azienda agricola e di turismo rurale.

PROFESSIONAL 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. From 1980 to 1993 he was the professor of Marketing in the Department of Economics and Econometrics of the Vrije Universiteit Amsterdam. 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) and many other universities and management centres.

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), and the Consulting Group of Asociación Cubana de Técnicos Agrícolas y Forestales (ACTAF). 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 8 books, 6 monographs, 2 translations and 270 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. The enclosed article, published in *Business Horizons*, the magazine of Indiana University, USA, gives a narrative profile of his activities up to 2003.

Since then, prof. Morello continued to be active in teaching, consulting and conducting research at international level, while supervising the developments of his own farm in Sicily. In 2017 the City of Palermo granted him the *Tessera Preziosa del Mosaico Palermo* in recognition of his scientific career, his performance in managerial positions, and his role in the development of management education in Europe.

ELENCO DELLE PUBBLICAZIONI^(*)

(*) Vengono indicati come *volume* i testi di 100 pagine e oltre; come *monografia* i testi con un numero di pagine fra 30 e 99; come *trad.* le traduzioni da lingue straniere. Le altre voci riguardano articoli di lunghezza variabile da 1 a 29 pagine.

La dizione *mim* si riferisce a scritti in via di pubblicazione.

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 mim* 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.
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).

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

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. **Higher education for business**, Recensione del volume di R.A. Gordon e J.E. Howell, 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).
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.

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

³Publicato 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.

36. **The One and The Many. The Individual in the Modern World**, interventi alla Second Corning Conference, in Brooks J., 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 '1^a 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. **Progetto di programma di sviluppo economico e sociale della Regione Siciliana per il quinquennio 1966-'70**, intervento su: '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
55. **Esecuzione dell'indagine e stesura del rapporto finale**, Associazione Italiana per gli Studi di Mercato 'Corso sulle Ricerche di

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

- 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**, Atti della '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.

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 69, 73, 76 sono stati ripubblicati in forma monografica nel volume di AA.VV. 'L'evoluzione del Marketing', Milano: Franco Angeli Editore, 1972.

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

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. **'I sondaggi di opinione in campo politico'**, presentazione del volume 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 Turismo, lo Spettacolo e lo Sport, Palermo, 1973.

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

90. **Marketing East-West: a comparative view**, introduzione a ESOMAR / WAPOR congress, Budapest, 1973.
91. **Fondamenti di tecnica delle ricerche di mercato**, Recensione del volume di G. Marbach, 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. **Mafia. Zentrale Herrschaft und lokale Gegenmacht**, trad. dal tedesco in italiano del libro di Henner Hess, pubblicato con il titolo **Mafia**, prefazione di Leonardo Sciascia, Bari: La Terza, 1973 (volume di pagg.264).
94. **Sviluppo della società italiana e formazione dei quadri**, introduzione agli Atti del convegno ASFOR, Milano, 1973.
95. **La formazione dei quadri come investimento**, introduzione a 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. **Cambia ruolo il manager europeo**, intervento alla Tavola Rotonda, 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. **European Research**, editoriali di ESOMAR, n. 6, 1974 e n. 1, 1975.
101. **Linguaggio pubblicitario**, presentazione del volume di A. Di Sparti, 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. **Marketing Research in Europe**, introduzione a: 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 e 2, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 1976.
108. **Annuaire de l'étude de marché en Belgique**, Introduzione a: Association Belge pour l'Étude de Marché, Bruxelles, 1976.
109. **La decisione nel sistema aziendale**, Introduzione a: 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. Tamilia (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. **Sicilia, Mezzogiorno e sviluppo**, Intervento alle 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. **Glossary of Marketing Research**, trad. dall'inglese in italiano di 2343 termini di marketing, 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 strategic 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. **ICE in transizione: verso un internal marketing**, Roma: GMA, maggio 1992 (*volume mim* di pagg. 165 con appendice di pagg. 148).
173. **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).
174. **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.
175. **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.
176. **Atteggiamenti di aziende europee, statunitensi e giapponesi nei confronti del tempo: il caso italiano**, 'ICE in transizione: verso un internal marketing', Roma: ICE, 1993 (*mim*).

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.

177. **The hidden dimensions of marketing**, Vrije Universiteit Amsterdam, Amsterdam: VU Boekhandel Uitgeverij, 1993 (*monografia* di pagg. 43).²⁵
178. **A case for imperfection - The cultural commitment of an MBA**, 'Forum 94/1', EFMD Review, Brussels, 1994.
179. **Sondaggi e competizione elettorale**, 'Orizzonte Sicilia' n. 43, Palermo, 1994.
180. **Passion for action: Het NIMA marketing congress 1994**, 'NIMA Marketing Jaarboek', Deventer: Kluwer Bedrijfswetenschappen, 1995.
181. **Natura, finalità, strategia dell'ASFOR**, 'Lettera ASFOR' n. 1, Milano, 1995.
182. **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
183. **Per un rilancio del turismo in Sicilia**, Rotary Club di Palermo n. 6, 1995/1996.
184. **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.
185. **40 anni di ISIDA**, Irfis, Notiziario n. 60, Palermo, 1996.
186. **Our attitudes towards time**, Forum 96/2, European Foundation for Management Development Review, Brussels, 1996.
187. **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.
188. **Tempo, organizzazione ed efficienza nella P.A.**, Palazzo delle Aquile, Comune di Palermo, 30 maggio 1997 (*mim*).
189. **In margine alla storia delle business schools in Italia**, G. Gemelli (ed.) 'Scuole di management - Origini e primi sviluppi', Bologna: il Mulino, 1997.
190. **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.
191. **Caso ASFOR e sviluppo della formazione manageriale in Italia**, 'Lettera ASFOR' n. 2-3, Milano, 1997.
192. **Formazione e Pubblica Amministrazione in Sicilia: il contributo dell'ISIDA**, 'Azienda Pubblica' n. 1, Rimini: Maggioli Editore, 1998.
193. **Aspettative e motivazione al lavoro**, 'Rivista Italiana di Economia, Demografia e Statistica', SIEDS vol. LI n. 4, Roma, 1998.
194. **Le scuole di formazione per un partenariato nel Mezzogiorno**, 'Laboratorio per il Mezzogiorno', Roma: LUISS, 1998.

²⁵Publicato 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.

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.

195. **Nouns vs. adjectives in country-of-origin communication**, ESOMAR, 'Marketing and Research Today', Vol. 28 n. 1, Amsterdam, 1999.²⁷
196. **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
197. **Valores sociales y comportamientos organizacionales**, 'Economía y Desarrollo', revista de la Facultad de Economía de la Universidad de La Habana, n. 2, 1999.²⁹
198. **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.
199. **Zeitorientierung in der österreichischen Gesellschaft**, Georg Wailand (ed.) 'Unsere Zukunft ist bunt', UNIQA Zukunftsstudie, Wien: Signum Verlag, 1999.
200. 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.
201. **Marketing Congress in Croatia**, 'ESOMAR Newsbrief', vol. 7, 1999.
202. **Gaston Deurinck: a life for management development**, 'EFMD Forum' n. 1, Bruxelles, 2000.
203. **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
204. **The marketing research process**, Q Service/INPS, Roma, dicembre 2000 (*mim*).
205. **Sicilia o Siciliani? Pari non sono**, Giornale di Sicilia del 10 gennaio 2001.
206. **Sicilia: solo se la conosci, la ami**, Giornale di Sicilia del 21 febbraio 2001.
207. **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

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

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 Milà.

208. **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.
209. **Achieving organizations through space-time tradeoffs**, Atti del congresso internazionale 'Spacing and timing: rethinking globalization and standardization', Palermo, 1-3 novembre 2001.
210. **In memory of a friend**, 'Neyzi 'ye Armãgan', Arastirmacilari, Istanbul 2001.
211. **Tijd is ons nieuwe Westen**, Nieuwstribune n.48, Amsterdam, 29 November 2001.
212. **El proceso de internacionalización**, 'Economia y Desarrollo', revista de la Facultad de Economia de la Universidad de la Habana n.2, 2001
213. **Geen tijd te verliezen**, 'Big Deal', Relatiemagazine van de SRM Business Club, Amsterdam, December 2002.
214. **La percezione delle marche del vino siciliano nel canale della ristorazione**, 'Scritti di Statistica Economica' n. 9, Università di Napoli, 2002.³²
215. **Launching a new product with PERT**, SRM Business Club, Amsterdam, January 11, 2002.
216. **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.
217. **La percezione del tempo a Palermo**, Palermo Rotary, gennaio/giugno 2002.
218. **La formazione manageriale nell'Italia che cambia**, Atti del convegno celebrativo del trentennale di ASFOR, 'Lettera ASFOR' n.1-2, 2002.
219. **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.
220. **Questa settimana risponde... Gabriele Morello**, 'Quotidiano di Sicilia' 5 ottobre 2002.³³
221. **La mondialisation, une perspective spatio-temporelle**, Québec, Canada: Université Laval, 6 novembre 2002 (*mim*).
222. **Produttori di vino e ristorazione, una comunicazione asimmetrica**, 'Nuova Sicilia Agricola' n. 1, gennaio 2003.
223. **Culture a confronto: Sicilia e Cuba**, Palermo: Società Siciliana per la Storia Patria, Archivio Storico Siciliano, vol. 29, 2003.
224. **Estrategias de marketing para las plantas medicinales en Cuba**, 'Economia y Desarrollo', revista de la Facultad de Economia de la Universidad de La Habana n. 1, 2004.
225. **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.

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.

³³ Risposte all'intervista, in cui il giornalista Fabio Messina pone le seguenti domande: 1. Quali corsi si tengono all'ISIDA? 2. Intrattenete dei rapporti anche con l'estero? 3. Quali doti deve avere oggi un buon dirigente? 4. Perché l'economia siciliana non ha mai preso il volo come avrebbe dovuto? Mancano dei buoni manager?

226. **Archetipi di università e istituzioni formative**, 'FOR - Rivista per la Formazione', Milano: Franco Angeli Editore n. 59, aprile-giugno 2004.³⁴
227. **L'Università come sistema formativo aperto**, intervento alla Tavola Rotonda, 'FOR - Rivista per la Formazione', Milano: Franco Angeli Editore, supplemento al n. 59/2004 dedicato al Convegno AIF di Venezia.
228. **Tempo e formazione**, 'FOR - Rivista per la Formazione', Milano: Franco Angeli Editore n. 60, luglio-settembre 2004.
229. **Il marketing del turismo culturale**, 'L'isola del tesoro. Le potenzialità del turismo culturale in Sicilia', Palermo: Fondazione Centro Ricerche Economiche Angelo Curella, 2004.
230. **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.
231. **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 2004.³⁵
232. **Per un marketing dei beni culturali**, 'Per Salvare Palermo', Giornale della Fondazione Salvare Palermo Onlus n. 12, 2005.
233. **Research methodologies in current time research**, Prefazione al volume 'In Search of Time', Collana di studi e ricerche ISIDA n. 17, Palermo: Fabio Orlando Editore, 2005.
234. **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.
235. **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.
236. **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).
237. **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*).

³⁴Con 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, Milano-Udine: Mimesis Edizioni, 2015.

³⁵Con 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.

238. **Organizzazione, apprendimento, amore nella esperienza organizzativa contemporanea**, intervento al 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 (*mim*).
239. **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).³⁶
240. **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.
241. **Temporal tensions in organizations**, GMA international seminar on 'Retrosapes and futuresapes – temporal tensions in organizations', Terrasini (PA): 21-23 giugno 2006 (*CD-rom*).
242. **L'internazionalizzazione dell'impresa siciliana**, Palermo Rotary, gennaio-giugno 2006.
243. **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, 2007.³⁷
244. **Made in ¿dónde? El consumidor en tiempos de globalización**, 'Juventud rebelde', La Habana 07 de febrero de 2007.
245. **In search of a new culture of time**, Yerevan: American University of Armenia (AUA), 19 aprile 2007 (*mim*).
246. **Research on time and values: the case of MBA students**, Yerevan: AUA, 20 aprile 2007 (*mim*).
247. **What is a University? The challenge of the Knowledge Society**, Yerevan: AUA, 23 ottobre 2007 (*mim*).
248. **Come ci vedono. Immaginario della Sicilia e dei siciliani nel mondo**, Palermo: Eidos, 2007 (*volume* di pagg. 132).³⁸
249. **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 2008.³⁹
250. **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.
251. **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.

³⁶Il volume contiene, fra gli altri, i seguenti articoli del presente elenco, tutti in lingua inglese: 103, 106, 120, 121, 131, 154, 156, 158, 159, 165, 166, 171, 174, 176, 198, 207, 208, 233, 234, 235.

³⁷Relazione presentata al 'IX Encuentro Internacional de Economistas sobre Globalización y Problemas del Desarrollo', La Habana, 5-9 febbraio 2007.

³⁸ 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.

³⁹Tradotto in inglese con il titolo **The role of time in globalization**(*mim*).

252. **‘Il marketing dell'affettività'**, Prefazione al volume di E. Giammusso, Caltanissetta: Lusso-grafica, 2008.
253. **Time, management and economic development**, Mosca: MIRBIS Study Office, giugno 2008 (*mim*).
254. **Sicilia o siciliani: una questione d'immagine**, Palermo Rotary, anno XXXVIII, luglio/dicembre 2008.
255. **Marketing ideas and images**, Annali della Facoltà di Economia dell'Università di Palermo, anno LXIII, 2009.⁴⁰
256. **Per una teoria della non-decisione**, 'FOR - Rivista per la formazione', Milano: Franco Angeli Editore, n 78, gennaio-marzo 2009.⁴¹
257. **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*).
258. **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*).
259. **The case of Mario Rossi**, Solomon M., Bamossy G.J., Askegaard S. and Hogg M., 'Consumer Behaviour: A European Perspective', Prentice Hall Inc., 2009.
260. **Un antico Paese tutto da scoprire: l'Armenia. Prospettive di cooperazione**, Palermo Rotary, anno XLI, gennaio-giugno 2011.⁴²
261. **La dignità come valore manageriale**, 'FOR - Rivista per la formazione', Milano: Franco Angeli Editore, n 89, ottobre-dicembre 2011.⁴³
262. **Palermo: periferia o crocevia?** intervento sulla relazione del sindaco Leoluca Orlando, 'Palermo Rotary', gennaio-giugno 2012.
263. **L'Impresa etica**, 'Il Bandolo', periodico di cultura edito a Palermo, n. 48, ottobre 2012.
264. **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.
265. **Tempo siciliano. Ricerche sul tempo sociale in Sicilia**, Università di Palermo, 'Rivista di Storia delle Idee', 'www.intrasformazione.com', vol. 2, n. 1, 2013.⁴⁴
266. **Villa Ahrens. Appunti per una storia di famiglia**, 'Per Salvare Palermo', Giornale della Fondazione Salvare Palermo Onlus n. 36, maggio-agosto 2013.

⁴⁰Sintesi di un Seminario tenuto al Master della Moscow International Higher Business School (MIRBIS) nel giugno 2008.

⁴¹ 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.

⁴²Parte 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. 246.

⁴³ 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.


⁴⁴Lezione tenuta il 13 aprile 2012 nel corso di Storia delle Idee Politiche, facoltà di Scienze Politiche, Università di Palermo.

267. **Estrategias de Marketing para las plantas medicinales de Cuba**, in Yisniel Troche Borges 'El otro Sargento Arencibia y la Medicina Verde', La Habana: Minagri 2013 pagg. 45-58.
268. **Tempo e cultura d'impresa**, Università di Palermo, 'Rivista di Storia delle Idee', 'www.intrasformazione.com', ottobre 2013.⁴⁵
269. **L'impresa etica: oltre i confini?** 'www.blogbankpeople.net', 26 giugno 2014.⁴⁶
270. **'Social Media Marketing'**, intervista a Gabriele Morello sul Seminario svolto da Mediolanum Corporate University a Palermo, 1 e 2 luglio 2014, www.blogbankpeople.net, 24 luglio 2014.
271. **Karl Marx poeta**, Università di Palermo, Rivista di Storia delle Idee, www.intrasformazione.com, vol 3, n. 2, 2014.
272. **Palazzo Fatta nella storia della famiglia**, 'Rassegna Siciliana di Storia e Cultura', anno XVIII n. 38-39, maggio-dicembre 2014.
273. **Il caso dell'ing. Ollerom**, 'Le nuove frontiere della scuola' n. 38, La Medusa Editrice, Marsala (TP), 2015.
274. **Si fa presto a dire Master**. 'Le nuove frontiere della scuola' n. 39, La Medusa Editrice, Marsala (TP), 2015.
275. **Management. Da Taylor a Zuckerberg, 150 anni di pensiero e tecniche manageriali**, Università di Palermo, Rivista di Storia delle Idee 'www.intrasformazione.com' vol. 5, n. 1, 2016 (*monografia* di pagg. 31).
276. **Prodotti, Made in, Expo 2015**, Università di Palermo, Rivista di Storia delle Idee 'www.intrasformazione.com' vol. 5, n.1, 2016.
277. **Il ruolo della management education in Sicilia**, 'Fare impresa in Sicilia: il ruolo dei giovani', Quaderno n. 13, ARS-Associazione ex Parlamentari della Regione Siciliana, Palermo 2016, pagg. da 104 a 111.⁴⁷
278. **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.
279. **White space in management: towards a theory of non-decision making**, 12th International Conference on Organizational Discourse, Vrije Universiteit Amsterdam, July 2016.
280. **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*).

⁴⁵ Con alcune varianti, pubblicato anche in Università di Palermo, 'Rivista di Storia delle Idee', 'www.intrasformazione.com' n. 2, 2013.

⁴⁶ 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.

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.

281. **Piante medicinali, un ponte tra Cuba e Sicilia**, intervista a Gabriele Morello sul XVII Evento de Agrotecnologías y Marketing de las Plantas Medicinales svoltosi a Matanzas, Cuba, Giornale di Sicilia, 2 luglio 2016.
282. **Da Taylor a Zuckerberg, 150 anni di pensiero e tecniche manageriali** (*monografia* mim di pagg. 60), Palermo: GMA, gennaio 2017.⁴⁸
283. **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), marzo 2017.
284. **Evolución 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, 2017.
285. **Porque las plantas medicinales en Otoño cambian de color y en Cuba son siempre verdes?** VII Seminario Científico de Sanidad Vegetal, Pinar del Río  23/03/2017; Agricultura Orgànica n. 2, 2017.
286. **Nuovi paradigmi della formazione manageriale**, 'ARS – Associazione ex parlamentari della Regione Siciliana, Quaderno n. 15, 2017.

⁴⁸ Versione ampliata dello scritto n. 275

