

Carmela Donato – Curriculum Vitae

SINTESI

Carmela Donato è assistant professor presso l'Università G. D'Annunzio di Chieti-Pescara. Precedentemente è stata lecturer presso il Dipartimento di Impresa e Management dell'Università LUISS Guido Carli, ove è docente titolare del corso di Research Methodology for Marketing. È inoltre titolare presso la Luiss Business School di diversi corsi di Master di primo e secondo livello, tra cui Consumer Insights, Customer Experience e Advanced Marketing Management. In passato è stata assegnista di ricerca presso la LUISS Guido Carli, assegnista presso l'Università della Calabria e lecturer presso l'università di Groningen (NL). La sua ricerca si focalizza sul comportamento del consumatore, con particolare attenzione alle scelte di natura sostenibile sia nell'ambito fashion che alimentare, e con attenzione al ruolo delle emozioni negative nello spiegare le preferenze dei consumatori. Negli ultimi anni, i suoi studi sono stati pubblicati, tra le altre Riviste internazionali, in Psychology & Marketing, Journal of Business Research, Journal of Consumer Behaviour, Journal of Consumer Marketing e British Food Journal, e tra le riviste nazionali, in Micro&Macro Marketing, Mercati & Competitività, Italian Journal of Marketing.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

2009 - 2013 Ph.D. In Economics and Business Administration awarded by the University of Calabria (IT).
Tesi dal titolo: Breaking Through Complexity: Gli Effetti della Complessità Visiva e Concettuale sulla Valutazione dei Loghi. Valutazione dell'elaborato: Eccellente.

2007 - 2008 Laurea Magistrale, 110/110 cum laude – Università della Calabria, Arcavacata di Rende

2004 - 2005 Laurea Triennale, 110/110 cum laude Economia Aziendale – Università della Calabria, Arcavacata di Rende

2002 - Maturità Scientifica – Liceo Scientifico Pitagora di Rende. Voto: 100/100.

CORSI AGGIUNTIVI DI FORMAZIONE

2014: Academic English Writing, University of Groningen

2011-2013: Attendance to Research Master courses – Marketing profile, University of Groningen
Department of Business and Economics (NL)

2012 – Summer School “Experimental Research”, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

2011 – Partecipazione a Eden Doctoral Seminar on Managerial Issues in Marketing, Bruxelles

2011 – Summer School “Experimental Research”, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

2010 – partecipazione a Summer School "Research Design and Methods", Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

2009 – partecipazione a Summer School "Network Analysis"; "Econometric Analysis - advanced course", "Structural Equation Modeling - advanced course", Università della Calabria, Arcavata di Rende (CS)

2008 – partecipazione a Summer School "Multivariate Analysis for Social Research"; "Structural equation modeling with Lisrel" Università della Calabria, Arcavata di Rende (CS)

ESPERIENZA ACCADEMICA

Da Gennaio 2022 ad oggi Ricercatore presso Università G. D'Annunzio Chieti -Pescara

Da Settembre 2019 a Dicembre 2021 Lecturer in Marketing, LUISS Guido Carli, Roma.

Da Gennaio 2020 a Ottobre 2021 Docente per il corso di Consumer Psychology presso Nettuno University – Roma

Da Marzo 2016 ad Agosto 2019 – Titolare di Assegni di Ricerca presso il Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Da Maggio 2013 ad Aprile 2014 – Titolare Assegno di Ricerca presso Università della Calabria, Arcavata di Rende (CS)

ALTRI INCARICHI

2021 Referente LUISS Guido Carli per la Società Italiana Marketing

Membro del centro di ricerca X.ITE, LUISS Guido Carli, Roma.

Membro del progetto di ricerca “La promozione degli Internazionali BNL d’Italia Analisi e Misurazione dell’effetto degli investimenti su Super Tennis”, per conto del centro di ricerca X.ITE, LUISS Guido Carli, Roma.

Membro del progetto di ricerca "The analysis of secondary data for retailing management decisions – SISA Calabria”, per conto di SDIPA.

Membro del progetto di ricerca "Analysis of consumer behavior and determinants of customer satisfaction – CO.GE.IS”, per conto di Mercati Meridionali Sas.

Research Assistant in consumer behavior at University of Groningen (The Netherlands)

Da Marzo 2011 a Marzo 2013 - Tutor premio Marketing per la Società Italiana Marketing

ATTIVITA' DIDATTICA

Luiss Guido Carli Roma:

Settembre 2021 – incaricata per docenza per il corso di Marketing e consumer research per il XXXV Ciclo del Dottorato di Management, corso in inglese; Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Giugno 2021 – docente per il corso di Customer Insight & Customer Behaviour nell’ambito Executive Master in Marketing – Major in Marketing Management (lingua inglese); Luiss Business School

Luglio 2021 – docente per il corso di Marketing del Brand nell’ambito dell’Executive Master in Biomedical; Luiss Business School

Ottobre 2020 – Docente per il corso di Marketing per il XXXV Ciclo del Dottorato di Management, corso in inglese; Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Da Settembre 2019 ad oggi – Docente per il corso Research Methodology for Marketing, canale italiano e inglese; Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Da Marzo 2020 ad oggi – relatore tesi triennali per Marketing e per tesi specialistiche in Research Methodology, Dipartimento di Impresa e Finanza e Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Da March 2020 – Docente per il corso Customer Experience Management, Luiss Business School, Roma

Gennaio 2021 – Docente per il corso Advanced Marketing, Luiss Business School, Roma

Gennaio 2021 – Docente per il corso Digital Communication, International Week Iaelyon, Jean Moulin Lyon 3 – Lyon (FR)

Da Luglio 2020 – Docente per i corsi di Comunicazione di Marketing nell’ambito delle Summer School promosse dal Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Settembre 2019 – Docente per il corso di Marketing (laurea triennale), corso in inglese, Dipartimento Impresa e Finanza, LUISS Guido Carli, Roma.

Da Luglio 2019– docente per il seminario “Food made in Italy” corso in inglese, nell’ambito della Summer University promosse dal Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Da Maggio 2018 a Maggio 2020 – Docente il Green Consumption Lab, Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Settembre 2018 – Titolare del corso di Research Methodology for Marketing, canale italiano, Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Gennaio 2017 e Gennaio 2018 – Docente per il corso “How to develop an International Marketing Business Plain”, International Week Iaelyon, Jean Moulin Lyon 3 – Lyon (FR)

Settembre 2017 – Titolare del corso di Research Methodology for Marketing, canale italiano, Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Settembre 2017 – Co-Docente nel corso di International Marketing, canale italiano, Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

Gennaio 2017 e Gennaio 2018, Docenza per il corso Consumer Behavior, master primo livello, Luiss Business School, Roma

Novembre 2016 e Novembre 2017 – Docenza per il corso di Marketing master primo livello, Luiss Business School, Roma

Da Settembre 2016 a Luglio 2017 – Teaching Assistant per i corsi di Marketing Metrics; Research Methodology for Marketing, Dipartimento di Impresa e Management, LUISS Guido Carli, Roma.

RUG University of Groningen (NL)

Da Settembre 2015 a Febbraio 2016 – Pre-Master Research Paper supervisors, Faculty of Economics and Business, University of Groningen, NL

Da Settembre 2015 a Febbraio 2016 – Bachelor Theses Supervisor, Faculty of Economics and Business, University of Groningen, NL

Da Settembre 2013 ad Agosto 2015 – Teaching Assistant for International Marketing for Business Administration, Faculty of Economics and Business, University of Groningen, NL

Da Settembre 2013 ad Agosto 2015 – Teaching Assistant for Statistics and Methodology for Business, Faculty of Economics and Business, University of Groningen, NL

Università della Calabria, Arcavata di Rende (CS)

Febbraio 2011 – Docente per l'unità didattica "La Comunicazione" nell'ambito del corso di Marketing Marketing, Università della Calabria Arcavacata di Rende (CS)

Gennaio 2011 – Docente per la discussione del caso studio "Gillette Indonesia" nell'ambito del corso di marketing, Università della Calabria Arcavacata di Rende (CS)

Dicembre 2010 – Docente per il progetto "Euro-training Defense", Codice Project No. 19 "Orientation for entrepreneurship" - POR Calabria 2007/2013 Operational Objective A1.

Novembre 2010 – Docente per il caso studio "The launch of X-BOX in Korea" nell'ambito del corso di marketing, Università della Calabria Arcavacata di Rende (CS)

Maggio 2010 – Docente per l'unità didattica "La distribuzione" nell'ambito del corso di Marketing, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

Aprile 2010 e Aprile 2011 – Docente per l'unità didattica "Comunicazione, Community e il web 2.0 negli ambienti digitali" nell'ambito del corso di Digital Marketing, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

Aprile 2010 e Aprile 2009 – Docente per l'unità didattica "Comunicazione nell'ambiente digitale" nell'ambito del corso di Digital Marketing, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

Giugno 2009 – Docente per l'unità didattica "Place and Distribution" nell'ambito del corso di Marketing, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

Maggio 2009 – Docente per il seminario "The fundamental aspects of corporate marketing" per il progetto gestito da Oracle Liaison Office, University of Calabria.

Maggio 2009 e Giugno 2010 – Docente per l'unità didattica "La logistica e la distribuzione" nell'ambito del corso di Marketing, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

Aprile 2009 – Docente per il seminario "Web 2.0" nell'ambito del corso di Marketing, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

2008-2009 Tutor per i corsi di Marketing, Consumer Behavior, Internet Marketing e Distribution e Logistica, Università della Calabria, Arcavacata di Rende (CS)

DETTAGLIO DELLE PUBBLICAZIONI

Monografie

Donato C., (2021), *Il Ruolo del Package nella Percezione dei Cibi Salutari*. Franco Angeli; ISBN: 978-88-351-1824-4

Articoli pubblicati in riviste internazionali

Donato, C., & Adigüzel, F. (2022). Visual complexity of eco-labels and product evaluations in online setting: Is simple always better?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102961.

Donato, C., & Raimondo, M. A. (2021). The effects of online tactile information source for low-touch products on consumer responses. *Journal of Consumer Marketing*, 38/4, 364-373. (Rivista di fascia A secondo i criteri ANVUR per Area 13)

Donato C., Barone A.M., Romani, S., (2021). The Satiating Power of Sustainability: The Effect of Package Sustainability on Perceived Satiation of Healthy Food. *British Food Journal*, 123(13), 162-177 (Rivista di fascia A secondo i criteri ANVUR per Area 13)

Amatulli, C., De Angelis, M., & Donato, C. (2021). The atypicality of sustainable luxury products. *Psychology & Marketing*. 1-16. (Rivista di fascia A secondo i criteri ANVUR per Area 13)

Donato, C., D'Aniello, A. Tell Me More and Make Me Feel Proud: The Role of Eco-Labels and Informational Cues on Consumers' Food Perceptions. *British Food Journal*, DOI 10.1108/BFJ-04-2021-0416; *forthcoming*. (Rivista di fascia A secondo i criteri ANVUR per Area 13)

Barone, A. M., Donato, C., & Romani, S. (2021) Physically processing imperfect produce: The impact of prototypicality. *Journal of Consumer Behaviour*. (Rivista presente nella lista ANVUR, Ranked 2* in ABS; Impact Factor: 3,280)

Adigüzel, F., & Donato, C. (2021). Proud to be sustainable: Upcycled versus recycled luxury products. *Journal of Business Research*, 130, 137-146. (Rivista di fascia A secondo i criteri ANVUR per Area 13)

Amatulli, C., De Angelis, M., & Donato, C. (2020). An investigation on the effectiveness of hedonic versus utilitarian message appeals in luxury product communication. *Psychology & Marketing*; 37: 523–534. (Rivista di fascia A secondo i criteri ANVUR per Area 13)

Donato, C., & Miceli, G. (2020). The effect of disgust on preference for structure: Evidence for a double-sided response. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(1), 68-79. (Rivista presente nella lista ANVUR, Ranked 2* in ABS; Impact Factor: 3,280)

Adıgüzel, F. & Donato, C. (2019), "I like you, but only if not too successful: male spokespersons effectiveness", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 37 No. 1, pp. 110-123. (Rivista di fascia A secondo i criteri ANVUR per Area 13)

Miceli, G., Scopelliti, I., Raimoindo M.A., Donato, C. (2014). "Breaking Through Complexity: Visual and Conceptual Dimensions in Logo Evaluation across Exposures". *Psychology & Marketing*. 31, 886-899 (Rivista di fascia A secondo i criteri ANVUR per Area 13)

Articoli pubblicati in riviste nazionali

Donato, C. (2021). Disgust and preference for familiar brands. *Italian Journal of Marketing*, 1-19.

Donato, C., Barone, A. M., & Romani, S. (2021) L'effetto del package sostenibile sul gusto dei cibi healthy. *Micro & Macro Marketing*, 1-24. DOI: 10.1431/99828

Amatulli, C., De Angelis, M., & Donato, C. (2020). Communicating the luxury dream: The moderating role of brand prominence on the effect of abstract versus concrete language on consumer responses. *Mercati & competitività-Open Access*, (4).

Donato, C., & Raimondo, M. A. (2017). La rilevanza dell'informazione tattile negli acquisti online. *Micro & Macro Marketing*, 26(3), 411-434. ISSN1121-4228

Scopelliti I. , Miceli G. , Raimondo M. A. , Donato C. , " Breaking Through Complexity: gli effetti di complessità visiva e concettuale sulla valutazione dei loghi". *Mercati e competitività*, Nuova Serie, 2011, Vol. 2, pp. 77-97. ISSN 1826-7386

Cosentino N. , Donato C. , Montalto F. , Via A. " Gender diversity in the Corporate Boardroom: do women affect risk?". *Rivista di Politica Economica*, 2012, n. IV-VI, pp. 73-95.

Capitoli e contributi in libri nazionali ed internazionali

Adıgüzel, F., & Donato, C. (2021). Upcycled vs. Recycled Products by Luxury Brands: Status and Environmental Concern Motives. In *Developing Successful Global Strategies for Marketing Luxury Brands* (pp. 197-212). IGI Global.

Donato, C., Buonomo, A., & De Angelis, M. (2020). Environmental and Social Sustainability in Fashion: A Case Study Analysis of Luxury and Mass-Market Brands. In *Sustainability in the Textile and Apparel Industries* (pp. 71-87). Springer, Cham.

Donato, C., & Raimondo, M. A. (2020). Tactile Sensations in E-Retailing: The Role of Web Communities. In *Emotional, Sensory, and Social Dimensions of Consumer Buying Behavior* (pp. 225-247). IGI Global.

Donato, C., De Angelis, M., & Amatulli, C. (2020). Sustainable Luxury: The Effect of Corporate Social Responsibility Strategy on Luxury Consumption Motivations. In *Understanding Luxury Fashion* (pp. 123-146). Palgrave Macmillan, Cham.

Donato, C., Amatulli, C., & De Angelis, M. (2019). Responsible Luxury Development: A Study on Luxury Companies' CSR, Circular Economy, and Entrepreneurship. In *Sustainable Luxury* (pp. 21-38). Springer, Singapore.

Contributi in atti di convegni

Adiguzel F., Donato, C. (2020) Sustainability for Luxury Brands, XVII Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN978-88-943918-4-8

Donato, C., Barone A.M., Romani, S., (2019) "The effect of sustainable packages on consumers' attitude towards healthy foods" In: EMAC Conference Proceedings; ISBN:978-3-9821146-0-6

Barone, A.M., Donato, C., Romani, S., (2019) "Imperfection can become Beauty: The role of Food Processing" 22nd AMS World Marketing Congress, University of Edinburgh, UK

De Angelis, M., Amatulli, C., Donato, C., (2019). "An investigation of the role of conspicuous consumption orientation and brand prominence in luxury brands' communication" In: EMAC Conference Proceedings; ISBN:978-3-9821146-0-6

Donato, C., Raimondo, M., (2018) The Relevance of Tactile Information in Online Environments: The Effects of Information Sources on Consumers' Attitude, In EMAC Conference Proceedings; ISBN: 978-1-5272-1911-3

Barone, A.M., Donato, C., Romani, S., (2018) "Making Imperfection Beautiful: The Role of Product Transformation" In EMAC Conference Proceedings; ISBN: 978-1-5272-1911-3

Donato, C., Amatulli, C., De Angelis, M., (2018). Sustainable Luxury: The Effect of Luxury Consumption Motivations on Corporate Social Responsibilities Strategies. In: Proceedings of the 21st Academy of Marketing Science World Marketing Congress. ISBN : 978-3-030-02567-0

Adiguzel F., Donato, C., (2018). Comparing Advertising Effectiveness: Successful versus Attractive Male Spokesperson In: Proceedings of the 21st Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Month. ISBN : 978-3-030-02567-0

Donato, C., Raimondo M., (2018). Give Me Tactile Information, but Only if Not Diagnostic: The Effects of Online Information Sources on Consumers' Attitude. In: European Advances in Consumer Research Proceedings

Barone, A.M., Donato, C., Romani, S., (2018) "Imperfection can become beauty: the role of food processing" XV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN978-88-943918-2-4

Donato, C., Amatulli, C., De Angelis, M., (2018). "The effect of language in luxury brands' communication: an investigation of the moderating role of consumer and product-related factors". XV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN978-88-943918-2-4

Donato, C., Barone, A.M., Romani, S., (2018) Is sustainability more satiating? XV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN978-88-943918-2-4

Adiguzel., F., Donato, C., (2018) Images of successful and attractive endorsers and advertising effectiveness. XV Convegno Annuale della Società Italiana Marketing, ISBN978-88-943918-2-4

Donato, C., Miceli, G. (2017). A two-edged sword: Immediate and complementary responses to disgust. In *Mercati & Competitività*. ISBN ISBN978-88-907662-9-9

Donato, C., De Angelis, M., & Amatulli, C. (2017). Luxury and sustainability: The role of corporate social responsibility. XIV SIM CONFERENCE, Ottobre 2017, Bergamo. ISBN ISBN978-88-907662-9-9

Scopelliti I, Botti S, Donato C (2014). Exposure to High Mastery and Vicarious Control. In: EMAC Conference. ISBN: 978-84-370-9453-3

Scopelliti I, Botti S., Donato C. (2013), "Vicarious Control: Exposure to High Mastery and Perceived Self-Efficacy", EACR Conference, European Advances in Consumer Research, 10; [Peer Reviewed]

Montalto F., Donato C., Cosentino, N. Via A., "Gender diversity in the corporate boardroom: Do women affect risk?" Conference on Board Diversity and Economic Performance Center for Corporate Governance Copenhagen Business School September 29-30, 2011

Montalto F., Donato C., Cosentino, N. Via A., "Gender diversity in the corporate boardroom: Do women affect risk?" Conference of Italian Society of Economists Matera (Italy) October 18-20, 2012

PREMI

2009 Vincitrice borsa di studio bandita dalla fondazione Bonino-Pulejo di Messina (Italy)

2009 Vincitrice borsa di studio bandita dalla fondazione M. Turano per aziende associate alla camera di commercio a Chicago (USA)

2009 Vincitrice del premio "Tommaso Aceti", per migliore tesi di laurea, Dipartimento di Scienze Aziendali, Università della Calabria

2010 Vincitrice del premio di Laurea "Walter Abramo" conferito da Confindustria of Catanzaro (Italy)

2010 Vincitrice del finanziamento progetto di ricerca "Giovani Ricercatori" Dipartimento di Scienze Aziendali, Università della Calabria

2011 Vincitrice del premio "Alfredo Loverso", conferito da AISM di Milano (Associazione Italiana Sviluppo Marketing) Milano

2012 Vincitrice del premio "Alfredo Loverso", conferito da AISM di Milano (Associazione Italiana Sviluppo Marketing) Milano


2014 Vincitrice del premio "Alfredo Loverso", conferito da AISM di Milano (Associazione Italiana Sviluppo Marketing) Milano

SKILLS

Good knowledge of Microsoft Office, SPSS, Eviews, STATA, Authorware

Fluent knowledge of spoken and written English (TOEFL certification)

Knowledge of spoken and written French

Carmela Donato


14/03/2022