

Marcello Tedeschi

Curriculum della propria attività scientifica e didattica

1. Curriculum degli studi

Laurea in Economia e Commercio conseguita presso l'Università degli studi di Modena nel 1990.

Dottorato di Ricerca in Economia Aziendale (durata triennale) conseguito nel 1994 presso il Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale dell'Università degli Studi di Venezia.

2. Curriculum accademico

Nel Febbraio 1995 ha ottenuto una borsa di studio post – dottorato, presso l'Università degli Studi di Modena, per svolgere attività di ricerca su "Teoria e prassi nei processi decisionali strategici delle piccole e medie imprese".

Nel Novembre 1995 ha preso servizio come ricercatore (P02B) presso il Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università di Modena.

Visiting Resercher (settembre - novembre 1997) presso la Fuqua Business School (Department of Marketing), Duke University (Durham - North Carolina) per approfondire il tema di ricerca “Comportamento del consumatore e processi decisionali”

Dal Novembre 1998 è ricercatore confermato presso il Dipartimento di Economia Aziendale dell' Università di Modena

Dal 2001 è professore associato di Economia e Gestione delle imprese (SECS-P/08) presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia

Nel settembre 2006 ha ricevuto la conferma nel ruolo di Professore Associato in Economia e Gestione delle Imprese

Dal 2018 è professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08) presso il Dipartimento di Comunicazione ed Economia.

3. Attività didattica

Nel corso degli anni Marcello Tedeschi ha collaborato ed è stato responsabile di diversi insegnamenti impartiti nei Corsi di studio della Facoltà di Economia “Marco Biagi” e della Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia

A.A. dal 1994/95 al 1999/2000.

- Svolge attività didattica nei corsi di:

Tecnica industriale e commerciale (Diploma Universitario in Economia e Amministrazione delle imprese);
Marketing nel corso di laurea in Economia Aziendale (VOD).

Economia e Gestione delle Imprese di Servizi nel corso di laurea in Economia Aziendale (VOD).

A.A. 2000/01

- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* nel Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione (VOD) , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.

- Supplente dell'insegnamento di *Economia e gestione delle imprese di servizi* nel Corso di Laurea in Economia e Gestione delle Imprese di Servizi, Facoltà di Economia (VOD), Sede di Reggio Emilia

- Docente nel Master in Gestione dei Servizi, istituito presso la Facoltà di Economia dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia

A.A. 2001/02

- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* nel Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione (VOD), Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.

- Supplente dell'insegnamento di *Economia e gestione delle imprese di servizi* nel Corso di Laurea in Economia e Gestione delle Imprese di Servizi (VOD), Facoltà di Economia, Sede di Reggio Emilia

- Docente nel Master in Gestione dei Servizi, istituito presso la Facoltà di Economia dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia

A.A. 2002/03

- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* nel Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione (VOD), Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Supplente dell'insegnamento di *Marketing* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia .
- Supplente dell'insegnamento di *Marketing dei beni di consumo* nell'ambito del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Facoltà di Economia, Sede di Modena.

A.A. 2003/04

- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Strategie di Marketing e comportamento del consumatore* (II Modulo) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Supplente dell'insegnamento di *Marketing* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Supplente per l'A.A. 2003/04 dell'insegnamento di *Marketing dei beni di consumo* nell'ambito del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Facoltà di Economia, Sede di Modena.

A.A. 2004/05

- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* (corso M-Z) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Strategie di Marketing e Comportamento del consumatore* (modulo M2) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Strategie di Marketing e Comportamento del consumatore* (modulo M2 – Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.

A.A. 2005/06

- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* (corso M-Z) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Comportamento del consumatore* nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia, Sede di Reggio Emilia.
- Titolare dell'insegnamento di *Comportamento del consumatore* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Strategia e Gestione delle Relazioni tra Imprese* nell'ambito del Corso di Laurea specialistica in Programmazione e Gestione della Comunicazione d'Impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.

A.A. 2006/07

- Co-titolare dell'insegnamento di *Marketing* (II modulo) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Comportamento del consumatore* nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia, Sede di Reggio Emilia.

- Titolare dell'insegnamento di *Comportamento del consumatore* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Strategia e Gestione delle Relazioni tra Imprese* nell'ambito del Corso di Laurea specialistica in Programmazione e Gestione della Comunicazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.

A.A. 2007/08

- Co-titolare dell'insegnamento di *Marketing* (II modulo) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Marketing* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Comportamento del consumatore* nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia, Sede di Reggio Emilia.
- Titolare dell'insegnamento di *Comportamento del consumatore* (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing , Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Titolare dell'insegnamento di *Strategia e Gestione delle Relazioni tra Imprese* nell'ambito del Corso di Laurea specialistica in Programmazione e Gestione della Comunicazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Docente nel Dottorato di Scienze Aziendali Dottorato in Scienze Aziendali, Dipartimento di Finanza dell'Impresa e dei Mercati Finanziari, Università di Udine XXIII° ciclo (2008)

A.A. 2008/09

- Titolare dell'insegnamento di *Economia e Sistemi d'impresa* nell'ambito del Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Titolare dell'insegnamento di *Economia e Sistemi d'impresa* (formazione a distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Titolare dell'insegnamento di *Strategia e Gestione delle Relazioni tra Imprese* nell'ambito del Corso di Laurea specialistica in Programmazione e Gestione della Comunicazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia

A.A. 2009/10

- Titolare dell'insegnamento di *Economia e Sistemi d'impresa* nell'ambito del Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Titolare dell'insegnamento di *Economia e Sistemi d'impresa* (formazione a distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Titolare dell'insegnamento di *Pianificazione della comunicazione d'impresa* nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Strategia e comunicazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia

A.A. 2010/11

- Titolare dell'insegnamento di *Economia e Sistemi d'impresa* (con integrazione nella formazione a distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Titolare dell'insegnamento di *Pianificazione della comunicazione d'impresa* nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Strategia e Comunicazione d'Impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Titolare dell'insegnamento di *Gestione delle imprese internazionali* nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia

A.A. 2011/12

- Titolare dell'insegnamento di *Economia e Sistemi d'impresa* nell'ambito del Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione d'impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Titolare dell'insegnamento di *Pianificazione della comunicazione d'impresa* nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Strategia e Comunicazione d'Impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia

Dal A.A. 2012/13 al A.A. 2017/18

- Titolare dell'insegnamento di *Economia e Sistemi d'impresa* nell'ambito del Corso di Laurea in Marketing e Organizzazione d'impresa, Dipartimento di Comunicazione e dell'Economia
- Titolare dell'insegnamento di *Pianificazione della comunicazione d'impresa* nell'ambito del Corso di Laurea Magistrale in Strategia e Comunicazione d'Impresa, Dipartimento di Comunicazione e dell'Economia

4. Affidamenti di insegnamenti ufficiali presso l'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia

A.A. 2003/04

- Supplente dell'insegnamento di Marketing (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia.
- Supplente per l'A.A. dell'insegnamento di Marketing dei beni di consumo nell'ambito del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Facoltà di Economia, Sede di Modena.

A.A. 2002/03

- Supplente dell'insegnamento di Marketing" (Formazione a Distanza) nell'ambito del Corso di Laurea in Comunicazione e Marketing, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia
- Supplente dell'insegnamento di Marketing dei beni di consumo nell'ambito del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Facoltà di Economia, Sede di Modena.

A.A. 2000/01

- Supplente dell'insegnamento di Economia e gestione delle imprese di servizi nel Corso di Laurea in Economia e Gestione delle Imprese di Servizi, Facoltà di Economia (VOD), Sede di Reggio Emilia

5. Incarichi di docenza presso corsi di perfezionamento Post Laurea e Master Universitari

A.A. 2010/11

- Docente nel Master in "Cultura dell'innovazione, mercati e creazione di imprese", organizzato da Fondazione Ama Mater Bologna.

A.A. 2001/02

- Docente nel Master in Gestione dei Servizi, istituito presso la Facoltà di Economia dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia.

A.A. 2000/01

- Docente nel Master in Gestione dei Servizi, istituito presso la Facoltà di Economia dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia.

6. Incarichi e attività inerenti dottorati di ricerca, assegni di ricerca.

A.A. 2013 – 2018

- Membro del Collegio Docenti del Dottorato di Ricerca in "Economia e Management dell'Innovazione e della Sostenibilità (EMIS)" (2013-2017)

.A.A. 2009

- Tutor per la tesi di Dottorato in Economia (2006_09) dell'Università degli Studi di Venezia della Dott.ssa Ilaria Baghi.

A.A. 2007/08

- Docente nel Dottorato di Scienze Aziendali Dottorato in Scienze Aziendali, Dipartimento di Finanza dell'Impresa e dei Mercati Finanziari, Università di Udine XXIII° ciclo (2008)

A.A. 2006/07

- Docente nell'ambito del Corso avanzato di Dottorato in Economia e Management, Centro Interdipartimentale per la Formazione alla Ricerca in Economia e Management dell'Università di Trento, modulo in Organization and Marketing Applications of Experimental Economics XXII° ciclo (2007)

A.A. 2004

- Tutor per la tesi di Dottorato in Economia (2001_04) dell'Università degli Studi di Bologna della Dott.ssa Silvia Grappi

- Responsabile Scientifico del programma di ricerca inerente alla borsa post Doc dal titolo "Decision making: attitude and behavioral interactions", S.S.D. SECS-P/08 Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

A.A. dal 2001 al 2008

- Membro della Collegio dei docenti del dottorato di Ricerca in Scienze Sociali Teoriche ed Applicate Dipartimento DI Scienze Sociali Cognitive e Quantitative, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

7. Incarichi e attività nell'Ateneo di appartenenza

Dal 2014 ad oggi

- Delegato del Rettore alla Comunicazione dell'Università di Modena e Reggio Emilia

2012

- incarico per la realizzazione del "Manuale di corporate brand" per l'università di Modena e Reggio Emilia Triennio 2008/09 2009/2010 2010/11

- presidente del Consiglio di Interclasse dei corsi di Laurea in Marketing e Organizzazione d'Impresa, e in Comunicazione e Marketing, e dei corsi di laurea Specialistica in Progettazione e Gestione della Comunicazione d'Impresa e in Strategia e Comunicazione d'Impresa della Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia

- Membro della commissione Trasferimenti (Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia)

- Membro della "Commissione Riconoscimento Carriere" (Ricostruzione carriere piano degli studi per studenti provenienti da percorsi secondari o corsi di laurea che non consentono l'accesso automatico, riconoscimento precedente attività formative)

- Membro della "Commissione Progetto Re.Web" (Ridefinizione dello stile grafico, del linguaggio e dei contenuti dei siti delle Facoltà; definizione dei contenuti minimi necessari per il rispetto degli indicatori e requisiti di trasparenza a norma del documento 7/07 del CNVSU e dei requisiti necessari per l'attivazione dei nuovi corsi di studio universitari)

- Membro della "Commissione orario delle lezioni" (Definizione dell'orario delle lezioni con relativa gestione delle aule, attività ordinaria sui cambi orari/aule durante l'attività dei docenti)

Dal 2009 al 2011

- Membro della "Commissione Progettazione Didattica Paritetica" (predisposizione dei piani dell'offerta formativa, dei criteri di integrazione degli insegnamenti, predisposizione e proposta del manifesto degli studi, adempimenti di legge relativi alla banca dati dell'offerta formativa)

Dal 2006 ad oggi

- Direttore Del Centro di Ricerca in Marketing e Comunicazione d'Impresa "Marketing Research and Lab"

Dal 2001 al 2008

- Membro della Collegio dei docenti del dottorato di Ricerca in Scienze Sociali Teoriche ed Applicate Dipartimento Scienze Sociali Cognitive e Quantitative, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

Dal 2001 al 2003

- Membro della Commissione Cultura (Facoltà di Scienze della comunicazione e dell'Economia)

Dal 1998 al 2001

- Rappresentante dei ricercatori e degli assistenti del ruolo ad esaurimento nel Consiglio di Facoltà di Economia per il triennio.

8. Partecipazione a commissioni giudicatrici

Membro della commissione giudicatrice nel concorso ad un posto da ricercatore universitario presso la Facoltà di SCIENZE STATISTICHE, settore disciplinare P02B: Economia e Gestione delle Imprese (G. U., n. 75 del 21/09/1999)

Membro della commissione giudicatrice nel concorso ad un posto da ricercatore universitario presso la Facoltà di ECONOMIA, settore disciplinare SECS-P/08: Economia e Gestione delle Imprese (G.U., n. 19 del 07/03/2008)

9. Attività per la comunità accademica

dal 2011 ad oggi

- Attività di referaggio per la rivista "Mercati e Competitività"

dal 2012 ad oggi

- Attività di referaggio per la rivista "Management Decision"

- Attività di referaggio per la casa editrice "Franco Angeli"

10. Partecipazione a convegni accademici nazionali ed internazionali con presentazioni orali o con poster

2017

Tedeschi, M.; Galli, G.; Martini, M., C. (2017). On and Off-line Purchase Intention: the Role of Brand Trust as Moderator of Risk Perception. European Trends in Marketing and Management International conference, Bucarest, (Romania) settembre 2017

2010

- Baghi I., Tedeschi M. (2010). Cause Related Marketing And Country Of Origin Effect. EMAC, "39th Emac Conference: "The Six Senses- The Essential of Marketing", Copenhagen (Denmark).

- Baghi I., Tedeschi M. (2010). L'effetto paese d'origine sul comportamento del consumatore verso i prodotti Cause related: Intenzioni all'acquisto, disponibilità a pagare e valutazione delle iniziative di Cause Related Marketing. Convegno annuale Società Italiana di Marketing (SIM) "Assetti organizzativi e opzioni strategiche per riconquistare il mercato" Ancona 2010, (Italy)

2009

- Baghi I., Tedeschi M., Rubaltelli E. (2009) Cause related marketing: The role of mental accounting, price and product type. 38th Emac Conference: Marketing and the Core Discipline. Audencia Nantes School of Management, Nantes, (France).

- Baghi I., Rubaltelli E., Tedeschi M. (2009). Fattori emotivi e cognitivi nella percezione delle iniziative di cause related marketing. VIII International Conference Marketing Trends. Università Cà Foscari, ESCAP-EIAP European school of management, Paris (France).

- Tedeschi M., Baghi I., Rubaltelli E. (2009). How Previous Experiences of Choice and Rejection Influence Consumer Behavior. European Association of Decision Making (EADM) "Subjective Probabiliy, Utility, and Decision Making", Rovereto (Trento)

2008

- Galli G., Tedeschi M. (2008) Impact of situational factors on brand repurchase intentions. VII International Congress Marketing Trends, January 2008, Venice (Italy)

2007

- Baghi I., Tedeschi M., Rubaltelli E., Cause Related Marketing and Fund Raising Campaigns. Advances in Consumer Research (ACR) 2007 North American Conference, October 2007 Memphis, TN (USA).

- Galli G., Tedeschi M., La fiducia nei confronti dell'insegna: uno studio preliminare Convegno annuale Società Italiana di Marketing (SIM) "Il marketing dei Talenti" Roma 2007, (Italy).

- Tedeschi, M., Baghi, I., Rubaltelli, E., Le decisioni dei consumatori tra ragione ed emozione:l'effetto alone. Convegno annuale Società Italiana di Marketing (SIM) "Il marketing dei Talenti", Roma 2007, (Italy).
 - Baghi, I., Tedeschi, M., Rubaltelli, E., Improving people willingness to donate by selling them a product. 36th EMAC Conference May 2007, Reykjavik, (Iceland).
 - Baghi, I., Rubaltelli, E., Tedeschi, M., Ruminati, R., People reaction to different cause related marketing programs. Joint workshop of the European Association of Decision Making (EADM) and International Association for Research in Economic Psychology (IAREP) "Cognition and Emotion in Economic Decision Making", Rovereto 2007, (Italy).
- 2006
- Tedeschi M., Baghi I., Rubaltelli E., Decisioni rimandate ed effetti di contesto. Convegno annuale Società Italiana di Marketing (SIM) "Il Marketing delle Medie Imprese Leader di mercato", Parma 2006, (Italy).
 - Rubaltelli, E., Baghi, I., Tedeschi, M., Rumiati, R., Context effects based on the tendency to postpone decisions, Conference Society of Judgement and Decision Making (SJDM), Annual Conference, November 2006, Houston, (USA),.
 - Baghi, I., Tedeschi, M., Rubaltelli, E., People willingness to support groups versus single victims in joint versus separate evaluations of cause related marketing programs, Workshop "Emotional an cognitive aspects in clinical and economic decision making", Giugno 2006 Rovereto, (Italy)
- 2005
- Tedeschi, M., Rubaltelli, E., Rubichi, S., Baghi, I. Effetti di contesto e pressione temporale: l'effetto attrazione dipende da un processo non-compensatorio? Workshop "Comunicazione, rappresentazione e decisione" Venice International University, San Servolo, Giugno 2005 Venezia (Italy).
 - Tedeschi, M. Rubaltelli, E., Baghi, I., Savadori, L., Rumiati, R., Le decisioni paradossali: selezionare e scartare lo stesso candidato al ruolo di manager. Workshop "Comunicazione, rappresentazione e decisione" Venice International University, San Servolo, Giugno 2005 Venezia (Italy).
 - Rubaltelli, E., Rubichi, S., Savadori, L., Tedeschi, M. Ferretti, R. Comunicazione del rendimento degli investimenti: Effetto della magnitudine assoluta del numero. Convegno su "Rischi e Comunicazione dei Rischi". Giugno 2005, Padova, (Italy).
 - Tedeschi, M., Rubaltelli, E., Baghi, I., Rumiati, R., Vividness Effect: The influence of information format on decision making processes. Society for Judgment and Decision Making – JDM Annual Conference, November 2005, Toronto (Canada)
 - Tedeschi, M., Baghi, I., Bordoni, S., Action and State Verbs: Do they influence the evaluation of an event? Society for Judgment and Decision Making (SJDM), Annual Conference, November 2005, Toronto (Canada)
 - Tedeschi, M., Rubaltelli, E., Baghi, I., Vividness effect: l'influenza del formato delle informazioni sulla scelta e sul giudizio dei consumatori. Le tendenze evolutive del marketing dei servizi - Convegno annuale Società Italiana di Marketing (SIM), Trieste, Dicembre 2005.
- 2004
- Tedeschi, M., Rubaltelli, E., Rubichi, S., e Savadori, L. Scelta e rifiuto di un candidato al ruolo di manager. National Congress of the Experimental Psychology Division of AIP. September 2004, Sciacca (Italy).
 - Tedeschi, M., Rubaltelli, E., Rubichi, S., Savadori, L., Ferretti, R. Numerical information format in investment decisions: Implications for the disposition effect. Society for Judgment and Decision Making – JDM Annual Conference November 2004, Minneapolis, MN, (USA)
 - Tedeschi M., Rubaltelli E., Savadori L., Rubichi S. and Rumiati R. Vividness effect: implications for judgment and choice. Marketing Science Conference 2004, Erasmus University of Rotterdam. June,2004, Rotterdam, (Netherlands).
 - Rubaltelli E., Tedeschi M., Rubichi S., Savadori L. and Rumiati R. Choosing and Rejecting a Candidate for a Managerial Role: The Effect of Enriched and Impoverished Alternatives. 9th Annual Behavioral Decision Research in Management Conference. April, 2004, The Fuqua School of Business, Duke University, Durham, North Carolina, (USA).
 - Tedeschi M., Rubaltelli E., Savadori L. e Rubichi S. Vividness effect: Implications for judgment and choice. Conference on Risk, Decision, and Human Error. January, 2004, Rovereto, (Italy).
 - Rubaltelli E. Tedeschi M., Rubichi S., Savadori L. e Rumiati R. How information format affects financial decision making. Conference on "Risk, Decision, and Human Error". January, 2004, Rovereto, (Italy).
- 2003
- Rubaltelli E., Tedeschi M. e Savadori L. Importance of the affect and price variables in choice tasks. National Congress of the Experimental Psychology Division of AIP. September, 2003, Bari, (Italy).

- Tedeschi M., Attraction effect and time constrain. National Congress of the Experimental Psychology Division of AIP. September, 2003, Bari, Italy.
- Rubaltelli E., Tedeschi M., Rubichi S., Savadori L. e Rumiati R. Effetto del formato delle informazioni sulle decisioni di investimento: Risultati preliminari. Giornata AIP di Psicologia del Pensiero, June 2003, Firenze, Italy.
- Rubaltelli E., Tedeschi M., Rubichi S., Savadori L. e Rumiati R. How information format affects financial decision making: Preliminary results. Seventh CEEL Workshop in Experimental Economics. May, 2003, Trento, Italy.
- 2002
- Tedeschi M., A process tracking methodology to study attraction effect: preliminary results. Workshop organizzato dal Dipartimento di Scienze della Cognizione e della Formazione, Trento, Aprile 2002, (Italy).
- 2000
- Tedeschi M., Effetto attrazione: Euro vs Lira. Convegno nazionale di Psicologia Economica "L'Euro tra Psicologia ed Economia" Padova, (Italy).
- 1998
- Galli G, Tedeschi M., Experience and context effects. Convegno "Consumer Behavior and Decision Making" Modena (Italy).
- 1997
- Galli G, Tedeschi M., Individual perception of social context in consumer decision making: three experimental analysis Convegno annuale dell'EMAC (European Marketing Academy) presso la Warwick Business School (UK)
- 1996
- Dalli, D., Tedeschi, M., Individual perception, social context and consumer decision making. Convegno Cognitive Economics organizzato da LASCOMES (Laboratorio di Scienze Cognitive, Metodologiche, ed Economico Sociali) tenutosi alla Facoltà di Economia L. Bocconi di Milano, (Italy).

11. Progetti di ricerca internazionali e nazionali, ammessi al finanziamento sulla base di bandi competitivi che prevedano la revisione tra pari.

- Prin 2005, membro del gruppo di ricerca: Un approccio sperimentale alle scelte inter temporali e relative conseguenze per il comportamento economico (24 mesi)
- PRIN 2002, responsabile Unità: Razionalità e linguaggio nell'attività manageriale (24 mesi)
- Prin 1998, membro del gruppo di ricerca: Il processo di scelta dei consumatori: esperienza ed effetti di contesto (24 mesi)
- Murst 1999, responsabile scientifico progetto: OMERO' (Open Multimedia Environmental Retrieval Object) progetto realizzato nell'ambito del Programma Nazionale di Ricerca e Formazione nel settore T/A del Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica e Tecnologica, triennio 1999-2001).
- Prin 1996, membro del gruppo di ricerca: Marketing e comportamento del consumatore: analisi empiriche e implicazioni operative (24 mesi).
- Prin 1994, membro del gruppo di ricerca: I processi di internazionalizzazione e rilocalizzazione produttiva (24 mesi).
- CNR 1991, membro del gruppo di ricerca: Servizi e strutture per l'internazionalizzazione delle imprese italiane e sviluppo delle esportazioni (sottoprogetto 4: stato attuale e progetti operativi per l'offerta di specifiche strutture e servizi di supporto per l'internazionalizzazione delle imprese (36 mesi)

12. Partecipazione a ricerche scientifiche finanziate.

2015

- WWLAB: Progetto "Il ruolo del dialetto nella pubblicità a stampa di un prodotto legato alla tradizione locale". Responsabile scientifico e operativo progetto
- Modena Fiere: progetto "Analisi e creazione del bilancio sociale come strumento di comunicazione verso gli stakeholder e il territorio. Responsabile scientifico e operativo progetto

2014.

- FARMACIE COMUNALI RIUNITE DI REGGIO EMILIA; Progetto “immagine del marchio ed effetti sul comportamento dei consumatori”. Responsabile scientifico e operativo progetto 2012.
- CENTRO MEDICO L. SPALLANZANI; Progetto “Ricerca statistica su cosa pensano i reggiani di un servizio sanitario privato a basso costo”. Responsabile scientifico e operativo progetto 2010.
- UNIVERSITÀ DI MODENA E REGGIO EMILIA; Progetto “More for student – progettazione e implementazione della comunicazione e del sito destinato agli studenti stranieri in Unimore”. Responsabile scientifico e operativo progetto. 2008.
- UNIVERSITÀ DI MODENA E REGGIO EMILIA; Progetto “ILO - Creazione immagine coordinata e sistema di comunicazione dell’Industrial Liason Office”. Responsabile scientifico e operativo progetto. 2007/2008.
- UNIVERSITÀ DI MODENA E REGGIO EMILIA; PROGETTO “RE-WEB: Riorganizzazione del sistema di immagine coordinata e di communication mix dell’Università di Modena e Reggio Emilia delle rispettive Facoltà, Dipartimenti e Strutture”. Responsabile scientifico e operativo progetto. 2007/2008.
- CROCE VERDE; Progetto “Comunicazione e identità: re-branding della Croce Verde” Responsabile scientifico e operativo progetto. 2007.
- UNIVERSITÀ DI MODENA E REGGIO EMILIA; Progetto “Sviluppo e implementazione dell’immagine coordinata e della comunicazione della Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell’Economia”. Responsabile scientifico e operativo progetto. 2005/06.
- CIR FOOD Cooperativa Italiana di Ristorazione; Progetto “Il servizio di ristorazione collettiva: tendenze della domanda e intenzioni d’acquisto”. Responsabile scientifico progetto 2003.
- DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia; Progetto “Nella Comunità da protagonisti: la percezione della qualità della vita dei commercianti della provincia di Modena” Membro del gruppo di ricerca 2002.
- INTIMAMODA; Progetto di ricerca industriale “Ricerca statistica su cosa pensano le donne di un certo prodotto”. Responsabile scientifico progetto 2001.
- CAMERA DEL COMMERCIO, DELL’INDUSTRIA E DELL’ARTIGIANATO DI REGGIO EMILIA; Progetto “L’imprenditoria femminile nella Provincia di Reggio Emilia: Evoluzione recente, problemi e opportunità di sviluppo e politiche di intervento”. Responsabile scientifico progetto 1999.
- TEL.CO; Progetto “La valutazione della soddisfazione dei clienti nell’outsourcing di servizi di Information and Communication Technology” (Fondi per la ricerca scientifica – progetti di ricerca applicata). Membro del gruppo di ricerca 1997.
- COOP ESTENSE; Progetto “La distribuzione al dettaglio della città di Modena: il punto di vista del consumatore” coordinato dal prof. Bursi dell’Università degli Studi di Modena. Membro del gruppo di ricerca 1995.
- UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MODENA – Fondi per la ricerca scientifica – progetti di ricerca avanzata; Progetto “I processi di internazionalizzazione delle imprese di nuova costituzione” finanziato - coordinato dal dott. Dalli dell’Università degli Studi di Modena. Membro del gruppo di ricerca. 1993.
- ACIMAC; (Associazione Costruttori Italiani Macchine Attrezzature per Ceramica); Progetto “Elaborazione e stesura della II indagine statistica nazionale. Membro del gruppo di ricerca 1992.
- ACIMAC; (Associazione Costruttori Italiani Macchine Attrezzature per Ceramica); Progetto “Elaborazione e stesura della I indagine statistica nazionale. Membro del gruppo di ricerca

13. Pubblicazioni scientifiche

2018 – Articolo in rivista

LATUSI, S., TEDESCHI, M., ZERBINI, C., (2018). Sexual stimuli in advertising: The opposite sex effect. *MERCATI E COMPETITIVITÀ*, n.1.

2018 – Articolo in rivista

TEDESCHI, M., LUCERI, B., LATUSI, S., VERGURA, T., ZERBINI, C., (2018). Consumer Responses to Explicit Sexual Stimuli in Advertising: Artistic vs Provocative Style. *INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH*

2017 - Articolo in rivista

TEDESCHI, M.; GALLI, G.; MARTINI, M., C. (2017). On and Off-line Purchase Intention: the Role of Brand Trust as Moderator of Risk Perception. *JOURNAL OF EMERGING TRENDS IN MARKETING AND MANAGEMENT*

2017 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

TEDESCHI, M., (2017) Le strategie di scelta. Contenuto in Tedeschi, M., (2017) *Marketing strategico*. Mc Graw Hill, Milano

2017 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

TEDESCHI, M., (2017) L'illusione delle decisioni razionali. Contenuto in Tedeschi, M., (2017) *Marketing strategico*. Mc Graw Hill, Milano

2017 – Libro (Curatela)

TEDESCHI, M., (2017) *Marketing strategico*. Mc Graw Hill, Milano

2016 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2016), *Financial Statement Analysis: European Packaging Machinery Companies: Over 25 MLN. Euro Turnover. (3rd Edition)* Ed. Ucima Research Department, Modena

2016 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2016), *Financial Statement Analysis: World Ceramic and Heavy Clay Machinery Manufacturers and Color & Glaze Manufacturers. (3rd Edition)* Ed. Acimac Research Department, Modena

2016 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2016), *Financial Statement Analysis: World Ceramic Tile Manufacturers. . (2nd Edition)* Ed. Acimac Research Department, Modena.

2015 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2015), *Financial Analysis of budgetary data: World Ceramic and Heavy Clay Machinery Manufacturers and Color & Glaze Manufacturers . (2nd Edition)* Ed. Acimac Research Department, Modena.

2015 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. Curatolo (2015), *Financial Statement Analysis: World Sanitaryware Manufacturers. Ed. Acimac Research Department, Modena.*

2015 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2015), *Financial Statement Analysis: World Ceramic Tile Manufacturers. Ed. Acimac Research Department, Modena.*

2015 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2015), *Financial Statement Analysis: World Heavy Clay Manufacturers. Ed. Acimac Research Department, Modena.*

2015 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2015), *Financial Statement Analysis: European Packaging Machinery Manufacturers (5-25 MLN. EURO TURNOVER). Ucima Research Department, Modena*

2015 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2015), *Financial Statement Analysis: the Biggest European Packaging Machinery Companies. Ucima Research Department, Modena*

2015 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2015), *Packaging Machinery Forecasts 2015-2018: the Cube Model. Ed. Ucima Research Department, Modena*

2014 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2014), Financial Analysis of budgetary data: Main 100 European Packaging Machinery Companies. Ed. Ucima Research Department, Modena.

2014 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2014), Financial Analysis of budgetary data: Italian Packaging Machinery manufacturers. Ed. Ucima Research Department, Modena.

2014 Altro (Report)

M. TEDESCHI, L. BARALDI, S. CURATOLO (2014), Financial Analysis of budgetary data: World Ceramic and Heavy Clay Machinery Manufacturers and Color & Glaze Manufacturers. Ed. Acimac Research Department, Modena.

2013 - Monografia o trattato scientifico

M. TEDESCHI (2013). Decisioni economiche. l'illusione di una scelta. p. 1-146, MILANO:Edizioni Egea, ISBN: 9788823843936

2012 - Articolo in rivista

I.BAGHI, M.TEDESCHI (2012). L'effetto paese d'origine sul comportamento del consumatore verso i prodotti cause related: intenzione all'acquisto, disponibilità a pagare e valutazione delle iniziative di cause related marketing. MERCATI E COMPETITIVITÀ, vol. 1, p. 22-41, ISSN: 1826-7386

2010 - Contributo in Atti di convegno

BAGHI I., TEDESCHI M. (2010). Cause Related Marketing And Country Of Origin Effect . In: Beckman S.C., Ringberg T., Ritter T. The Six Senses - The Essential of Marketing. Copenhagen, 1 - 4 june, vol. 39, p. 01-09, Copenhagen: EMAC, ISBN: 9788792569011

2010 - Articolo in rivista

I.BAGHI, E. RUBALTELLI, M. TEDESCHI (2010). Mental accounting and Cause related marketing strategies. INTERNATIONAL REVIEW ON PUBLIC AND NONPROFIT MARKETING, vol. volume 7, issue 2, p. 145-156, ISSN:1865-1984

2009 - Articolo in rivista

BAGHI I, RUBALTELLI E, M. TEDESCHI (2009). A strategy to communicate corporate social responsibility: Cause related marketing and its dark side. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY & ENVIRONMENTAL MANAGEMENT, vol. 16, p. 15-26, ISSN: 1535-3958, doi: 10.1002/csr.174

2009 - Abstract in Atti di convegno

TEDESCHI M., BAGHI I., RUBALTELLI E. (2009). How Previous Experiences of Choice and Rejection Influence Consumer Behavior. In: aavv. Subjective Probabilily, Utility, and Decision Making. Rovereto (trento), 23-27 august, vol. 22, p. 128, rovereto (Trento):EADM

2009 - Contributo in Atti di convegno

BAGHI I., RUBALTELLI E., TEDESCHI M. (2009). Fattori emotivi e cognitivi nella percezione delle iniziative di cause related marketing. In: aavv. VIII International Conference Marketing Trends. vol. 8, p. 1-27, Paris:Università Cà Foscari, ESCAP-EIAP european school of management, ISBN: 9782953281101, Paris, 15-17 gennaio 2009

2009 - Contributo in Atti di convegno

BAGHI I., TEDESCHI M., RUBALTELLI E. (2009). Cause related marketing: The role of mental accounting, price and product type. In: aavv. 38th Emac Conference: Marketing and the Core Discipline. Nantes, 26-29 may 2009, vol. 1, p. 1-27, Nantes:Audencia Nantes School of Management, ISBN: 9789044123876

2009 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

G. FATTORI, P. ARTONI, M. TEDESCHI (2009). Choose Health in Food Vending Machines: Obesity Prevention and Healthy Lifestyle Promotion in Italy. In: Hong Cheng, Philip Kotler, Nancy Lee. Social Marketing for PublicHealth: Global Trends and Success Stories. p. 149-171, Mississauga (ontario): Jones and Bartlett Publishers, ISBN: 0763757977

2008 - Articolo in rivista

TEDESCHI M., BAGHI I., RUBALTELLI E., (2008). Le decisioni dei consumatori tra ragione ed emozione: l'effetto alone. MERCATI E COMPETITIVITÀ, vol. 2, p. 123-142, ISSN: 1826-7386

2008 - Articolo in rivista

TEDESCHI M., (2008). Alcune idee sulle preferenze dei consumatori. SISTEMI INTELLIGENTI, vol. 1, p. 23-38, ISSN: 1120-9550

2008 - Contributo in Atti di convegno

BAGHI I, M. TEDESCHI, RUBALTELLI E (2008). Cause related marketing improving people willingness to donate by selling them a product. In: ANGELA Y. LEE; DILIP SOMAN. Proceedings of the 2007 annual ACR Conference. Memphis , 25-28 october 2007, vol. XXXV, p. 922-923, Duluth, MN :Advances in consumer research

2008 - Contributo in Atti di convegno

GALLI G., TEDESCHI M. (2008). The impact of situational factors on brand repurchase intention. In: Collese Umberto, Andreani Jean-Claude. Atti del VII Congresso Internazionale Marketing. trend, Venezia: ESCP-EAP/Università Ca' Foscari Venezia, ISBN: 8890245921, VENEZIA, 17-18 GENNAIO

2008 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

M. TEDESCHI (2008). Marketing e psicologia del consumatore. In: RUMIATI R.; MISTRI M.; RUBALTELLI E. Manuale di psicologia economica. p. 107-120, ROMA: Carocci Editore, ISBN: 9788843044290

2008 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

G. GALLI, TEDESCHI M, GABRIELLI V, NERI M (2008). L'integrazione tra marketing e gestione delle risorse umane: l'approccio del marketing interno. In: NERI M.. Studi e ricerche sul tema delle relazioni di lavoro. p. 153-188, BOLOGNA: Pitagora, ISBN: 9788837117214

2007 - Contributo in Atti di convegno

BAGHI I, M. TEDESCHI, RUBALTELLI E (2007). Improving people willingness to donate by selling them a product. In: aavv. Proceedings 36th EMAC Conference 2007. Reykjavik, Iceland, 22-25 May 2007, vol. 1, p. 1-5, Reykjavik: Reykjavik University, ISBN: 9789979948353

2007 - Abstract in Atti di convegno

Tedeschi M., Baghi I., Rubaltelli E. (2007). Le decisioni dei consumatori tra ragione ed emozione: l'effetto alone. In: aavv. Il marketing dei Talenti. Roma, 5-6 ottobre, Società Italiana di marketing

2006 - Monografia o trattato scientifico

M. TEDESCHI (2006). Le decisioni degli agenti economici: razionalità contesto ed emozioni. p. 1-198, Milano: Franco Angeli, ISBN: 8846480163

2006 - Articolo in rivista

M. TEDESCHI, BAGHI I, RUBALTELLI E (2006). Il cause related Marketing e l'influenza della vividezza sul processo decisionale del consumatore. MERCATI E COMPETITIVITÀ, vol. 3, p. 46-69, ISSN: 1826-7386

2005 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

RUBALTELLI E, RUBICHI S, TEDESCHI M, RUMIATI R (2005). Comunicazione del rendimento degli investimenti: effetti della magnitudine assoluta del numero. In: LOTTO L., RUMIATI R., SAVADORI L., Il rischio e la comunicazione dei rischi. PADOVA: Clueb.

2005 - Articolo in rivista

E. RUBALTELLI, S. RUBICHI, L. SALVADORI, M. TEDESCHI, R. FERRETTI (2005). Numerical information format and investment decisions: implications for the disposition effect and the status quo bias.. JOURNAL OF BEHAVIORAL FINANCE, vol. 6, p. 19-26, ISSN: 1542-7560

2005 - Articolo in rivista

RUBALTELLI E, SAVADORI L, RUBICHI S, M. TEDESCHI (2005). Modelli mentali e processi di selezione dei manager. SVILUPPO & ORGANIZZAZIONE, vol. luglio-agosto, p. 85-95, ISSN: 0391-7045

2004 - Abstract in Atti di convegno

Tedeschi M., Rubaltelli E., Savadori L., Rubichi S., Rumiati R. (2004). Vividness effect: implications for judgement and choice. In: aavv. Marketing Science Conference. Rotterdam, June 2004, vol. 00, p. 78, Rotterdam: Erin.

2001 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

M. TEDESCHI (2001). Effetto Attrazione: Euro Contro Lira. In: RUMIATI R. L'euro tra psicologia ed economia. p. 47-57, Padova, Cleup (PADOVA), ISBN: 9788871791906

2000 - Monografia o trattato scientifico

TEDESCHI M. (2000). Il processo decisionale del consumatore. Effetti di contesto e implicazioni di marketing. p. 1-209, Milano: Franco Angeli, ISBN: 8846426231

1999 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

M. TEDESCHI, GALLI GIOVANNA (1999). Experience and context effects: the role of conflict. In: TEDESCHI M. Consumer behavior and decision making. p. 85-107, MODENA:Mucchi Editore, ISBN: 0000000000.
1999 - Curatela

M. TEDESCHI (a cura di) (1999). CONSUMER BEHAVIOR AND DECISION MAKING. Di AA.VV. p. 1-257, MODENA, Mucchi Editore
1997 - Contributo in Atti di convegno

G.GALLI, M. TEDESCHI (1997). Individual perception and social context in consumer decision making: three experimental analysis. In: European Marketing Academy Annual Conference (EMAC) Proceedings, 21-23 May 1997.
1997 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

Dalli D., Tedeschi M. (1997). Individual perception, social context and consumer decision making: experimental analysis. In: Riccardo Viale. Cognitive Economics. p. 69-90, Torino:La Rosa , ISBN: 8872190304
1996 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

G. GALLI, M. TEDESCHI (1996). L'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese: forme di presenza e percorsi di crescita. In: T. Bursi, V. Bevini, G. Galli, G. Marchi, G. Nardin, M. Tedeschi. I processi di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese modenesi. p. 217-295, MODENA, Mucchi Editore, ISBN: 0000000000
1994 - Altro

G.GALLI, M.TEDESCHI (1994). L'evoluzione dei processi di crescita esterna delle imprese dell'industria Tessile -Abbigliamento.
1992 - Contributo in volume (Capitolo o Saggio)

T. Bursi, M. Tedeschi (1992). Acquisizioni e alleanze nell'industria tessile-abbigliamento italiana:tipologie, finalità, ambiti competitivi. In: T. Bursi, G.Lorenzoni, M. Tedeschi. L. Piatti, G. Vitali, R. Marchionatti, G. Rossini. Acquisizioni e alleanze nell'industria tessile abbigliamento. p. 20-64, Milano:Franco Angeli, ISBN: 8820475383

Il sottoscritto Marcello Tedeschi, nata a Modena (MO), il 10.07.1962, residente a Modena (MO), Via Ramazzini 25, (consapevole delle sanzioni penali nel caso di dichiarazioni non veritiere, di formazione o uso di atti falsi, richiamate dall'art. 76 del D.P.R. n. 445/2000) secondo quanto stabilito nell'art. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000:

DICHIARA

Che tutte le informazioni contenute nel presente documento corrispondo al vero

Reggio Emilia 21 giugno 2018

Il dichiarante Marcello Tedeschi