

MILENA VIASSONE

Milena Viassone, Ph.D. ESCP Europe-Parigi è Professore Associato (con Abilitazione scientifica nazionale per le funzioni di Professore di I fascia) di Economia e gestione delle imprese – Università di Torino. È Coordinatore del Campus di Management ed Economia – Università di Torino, Sede di Cuneo e Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Direzione delle imprese, Marketing e Strategia - Scuola di Management ed Economia, Università di Torino. La Prof.ssa Viassone è Coordinatore (per la parte italiana) della Laurea binazionale in Economia Aziendale/Licence en Économie-Gestion tra l'Università degli Studi di Torino – Scuola di Management ed Economia e l'Université de Nice Sophia-Antipolis – ISEM, Membro del Collegio Docenti del Dottorato in Business and Management –Università di Torino e Membro del Comitato Scientifico del Master Universitario in Business and Management (Dipartimento di Management – Università di Torino e SAA). La Prof.ssa Viassone è Coordinatore Scientifico, per l'Università di Torino, dei programmi di cooperazione internazionale, finanziati dall'Unione Europea, con 15 Università europee. È inoltre Membro dell'Editorial Board di qualificate riviste scientifiche internazionali tra cui l'International Journal of Digital Contents Technology and its applications, l'Universal Journal of Management, il Journal of Communications and Information Sciences, l'International Journal of Networked Computing and Advanced Information Management.

Per quanto concerne l'attività didattica la Prof.ssa Viassone è titolare dei corsi triennali in Economia e gestione delle imprese di servizi, Strategie d'impresa e Economia e gestione delle imprese presso la Sede di Cuneo del Campus di Management ed Economia e del corso (magistrale) di Economia e gestione dello sviluppo locale. La Prof.ssa Viassone è inoltre docente di numerosi corsi presso qualificati Master attivati presso la Scuola di Management ed Economia dell'Università di Torino. La Prof.ssa Viassone ha insegnato in numerose Università Europee ed internazionali tra le quali la Middlesex University Business School (Londra), l'ISEM – Università di Nizza, la Kedge Business School – Bordeaux, l'IAE-Università di Nizza e l'ESCP Europe.

Nell'ambito della ricerca la Prof.ssa Viassone si è focalizzata prevalentemente sulle tematiche della promozione e gestione delle destinazioni turistiche, dell'innovazione tecnologica nei canali retail, del brand territoriale e del management delle imprese di servizi. È Rappresentante del Dipartimento di Management nel Consiglio Direttivo del Centro di ricerca su Impresa, Strategie, Turismo e Territorio (CERISTT) e Membro del C.d.A. del Centro Imprenditorialità e Management (CIMA) (Soci Fondatori: UniCredit, Unioncamere Piemonte, EuroMed e CDVM Cuneo). La Prof.ssa Viassone è inoltre stata Coordinatore di numerosi progetti di ricerca universitari e presso qualificati centri di ricerca. Ha inoltre partecipato a importanti Gruppi di ricerca nazionali ed internazionali tra cui il Gruppo di Ricerca EuroMed in tema di Turismo (EuroMed, Nicosia, Cipro), il GSA (Gruppo di Studio e Attenzione) AIDEA in tema di "Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni", il Gruppo di ricerca internazionale ESCP Europe - Parigi in tema di "Développement International de l'entreprise". La Prof.ssa Viassone è inoltre EMAB Fellow (Nicosia, Cipro), Socio della Società Italiana di Management (SIMA), Socio della Società Italiana di Marketing (SIM), Socio dell'Accademia Italiana di Economia (AIDEA). Alla Prof.ssa Viassone sono stati conferiti numerosi premi nell'ambito della ricerca tra i quali il Conference Best Reviewer Award – The 9th Annual EuroMed Academy of Business (EMAB) Conference, Varsavia, Polonia; il Premio Annuale "Luciana Falotico", assegnato dalla Camera di Commercio Italiana a Nizza per la miglior tesi di Dottorato, con la relativa pubblicazione della tesi di Dottorato e il Premio "Optime" assegnato dall'Unione Industriale di Torino ai migliori neolaureati.

La Prof.ssa Viassone associa all'attività accademica anche un'intensa attività professionale. Dal 20/05/2018 è infatti Membro del C.d.A. della Banca Alpi Marittime Credito Cooperativo Carrù. È inoltre Vice Presidente dell'Associazione Il Rosa e il Grigio.

È autrice di otto monografie e di numerosi articoli su prestigiose riviste nazionali ed internazionali tra cui *Journal of Retailing and Consumer Services*, *British Food Journal*, *Sinergie*, *Mercati e Competitività*. È inoltre Coordinatore della rubrica New Finance sulla rivista BancaFinanza. La Prof.ssa Viassone vanta infine un'intensa attività di partecipazione in qualità di Relatore a qualificati Convegni Scientifici in Italia e all'estero.

PUBBLICAZIONI

A) MONOGRAFIE ED EDITED BOOK

- 1) Viassone M. (2016), Il circolo virtuoso a sostegno della competitività della destinazione turistica, *Collana Referata AIDEA "Gestione d'Impresa"*, Franco Angeli, Milano, ISBN 978-88-917-5101-0.
- 2) Andriolo M., Viassone M. (2016), Donne e Management: una questione di opportunità, Franco Angeli, Milano, ISBN 9788891750617.
- 3) Tardivo G., Viassone M., Vico M. (a cura di) (2014), Il Ruolo Economico del Turismo Culturale nella Regione Transfrontaliera, Franco Angeli, Milano, (Atti di convegno), ISBN: 978-88-917-0873-1. (non inserito nelle pubblicazioni ASN)
- 4) Tardivo G., Damilano M., Viassone M. (2013), La gestione dei mercati finanziari internazionali, Franco Angeli, Milano, ISBN: 9788820458607.
- 5) Tardivo G., Deandreis M., Ferri M.A., Viassone M. (2012), Il Turismo Montano come Vantaggio Competitivo Territoriale, Giappichelli, Torino, Ottobre 2012, ISBN: 9788834829066.
- 6) Tardivo G., Viassone M. (2011), Finanza Aziendale Internazionale. La Gestione Finanziaria dell'Impresa Multinazionale. p. V-663, Isedi, Torino, Febbraio 2011, ISBN: 9788880083597.
- 7) Viassone M. (2011), Competere nell'Era dei Servizi: Modelli, Misure e Strategie, pp. V-381, Isedi, Torino, Ottobre 2011, ISBN: 9788880083627.
- 8) Viassone M., (2008), La Gestione del Vantaggio Competitivo Territoriale in un Contesto di Apertura Internazionale, Giappichelli, Torino, Aprile 2008, ISBN 978-88-348-8455-3.

B) ARTICOLI SU RIVISTE INTERNAZIONALI CON "PEER REVIEW" (DOUBLE-BLIND REVIEW)

- 9) Pantano E., Priporas C.-V., Viassone M., Migliano G. (accepted - in publishing), Does the stakeholder engagement result in new drinks? Evidence from family owned SMEs, *Journal of Business Research*, DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.04.037 (FASCIA A Journal Rating ANVUR).
- 10) Vrontis D., Tardivo, G., Bresciani S., Viassone M. (2018), The Competitiveness of the Italian Manufacturing Industry: an Attempt of Measurement, *Journal of Knowledge Economy*, 9(4), 1087-1103.
- 11) Tardivo G., Bresciani S., Viassone M. (2017), A descriptive framework for an excellent social accountability, *Int. J. Managerial and Financial Accounting*, Vol. 9, No. 2, pp. 166-181.
- 12) Mazzi C., Mazzi F., Passeri R., Viassone M. (2017), Investigating The Influence Of Gender And Religiosity On Attitudes Towards Business Ethics, *Corporate Ownership & Control*,

Vol. 14, Issue 4, pp. 249-261 (Fascia B Journal Rating AIDEA). ISSN Online: 1810-8601; ISSN Print: 1727-9232.

- 13) Tardivo G., Thrassou A., Viassone M., Serravalle F. (2017) Value co-creation in the beverage and food industry, *British Food Journal*, ISSN: 0007-070X (Fascia A Journal Rating ANVUR e AIDEA).
- 14) Grimmer M., Viassone M. (2017), What image for ethical food?, *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(5/6), 542-559.
- 15) Vrontis D., Tardivo G., Bresciani S., Viassone M. (2016), the competitiveness of the Italian manufacturing industry: an attempt of measurement, *Journal of the Knowledge Economy*, pp. 1-17. ISSN: 1868-7865 (print version) ISSN: 1868-7873 (electronic version).
- 16) Viassone M., Vrontis D., Pappasolomou I. (2016), The relationship between wine sector and regional competitiveness, *Global Business and Economic Review*, Vol. 18, No. 4, Inderscience Publishers, Olney, Bucks, UK, pp. 259-276, ISSN online: 1745-1329, ISSN print: 1097-4954.
- 1) Viassone M., Grimmer M. (2015), Ethical Food as a differentiation factor for tourist destinations: the case of “Slow Food”, *Journal of Investment and Management. Special Issue: Attractiveness and Governance of Tourist Destinations*, Vol. 4, No. 1-1, pp. 1-9, Science Publishing Group, New York, ISSN: 2328-7713 (Print), ISSN: 2328-7721 (Online).
- 2) Lemaire J. P., Viassone M. (2015), Tourist destinations positioning: from indexes to managerial implications, *Journal of Investment and Management. Special Issue: Attractiveness and Governance of Tourist Destinations*, Vol. 4, No. 1-1, pp. 30-38, Science Publishing Group, New York, ISSN: 2328-7713 (Print), ISSN: 2328-7721 (Online).
- 3) Pantano E., Viassone M. (2015), Engaging consumers on new integrated multichannel retail settings: challenges for retailers, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Elsevier, Amsterdam, ISSN: 0969-6989, n. 25, pp. 106-114 (FASCIA A - JOURNAL RATING ANVUR E AIDEA)
- 4) Pantano E., Viassone M. (2014), Demand pull and technology push perspective in technology-based innovations for the points of sale: the retailers evaluation, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 21, Issue 1, pp. 43-47, ScienceDirect, Elsevier, Amsterdam, ISSN 0969-6989. (FASCIA A – JOURNAL RATING ANVUR E AIDEA)
- 5) Tardivo, G. Viassone M., Vulpiani M. (2014), Rethinking target’s private equity process in turnaround situations, *Journal of Investment and Management*, Vol. 3, No. 3, pp. 42-50, Science Publishing Group, New York, ISSN: 2328-7713.
- 6) Tardivo G., Viassone M., Gola G.L. (2014), Young customers' perception of the quality of m-banking services, *Universal Journal of Industrial and Business Management*, Vol. 2, No. 8, pp. 200-209, Horizon Research Publishing Corporation, Alhambra, CA, USA, doi: 10.13189/ujibm.2014.020802. 2014, ISSN: 2332-3310 (Print), ISSN: 2332-3329 (Online).
- 7) Tardivo G., Scilla A., Viassone M. (2014), How to become a benchmark sustainable tourist destination? A descriptive model, *Business Systems Review, Special Issue - Selected papers of the 2nd B.S.Lab International Symposium*, Vol. 3, Issue 2, pp. 207-230, Business Systems

Laboratory, Avellino, Agosto 2014, ISSN: 2280-3866.

- 8) Tardivo G., Lipinska K., Viassone M. (2012), Managing cultural diversity in international business: the case of an Italian consulting company for Computer Science on the Polish market, *International Journal Of Science, Innovation & New Technology*, Vol. 1, No. 3, pp. 45-52, ASET, Tirana, ISSN: 2223-2257.
- 9) Viassone M. (2012), On the choice of a mountain tourist destination. The evaluation of drivers by young people, *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, Vol. 2, No. 2, pp. 26-46, Universidad de Huelva, Huelva, ISSN 2174-548X.
- 10) Pantano E., Viassone M. (2012), Consumers' expectation of innovation: shift retail strategies for more attractive points of sale, *International Journal of Digital Content Technology and its Applications*, AICIT, Corea, Vol. 6, No. 21, pp. 455-461, ISSN 1975-9339.
- 11) Pantano E., Servidio R., Viassone M. (2011), An exploratory study of the tourist-computer interaction: the role of web site usability on hotel quality perception, *International Journal of Digital Content Technology and Its Applications*, Vol. 5, No. 5, pp. 208-216, AICIT, Corea, ISSN: 1975-9339.
- 12) Viassone M., Casalegno C. (2011), Does a correlation between provincial and district competitiveness exist? The study of Italian areas, *World Journal of Social Sciences*, Vol. 1, No. 5, pp. 36-53, World Business Institute Research for Growth, Dandenong, Victoria, Australia, ISSN: 1838-3785.
- 13) Tardivo G., Viassone M. (2010), Creating an innovative social assistential performance management system: beyond the economic-financial perspective: empirical research findings, *Journal of Financial Management and Analysis*, Vol. 23, No. 2, pp. 99-110, Centre for Financial Management Research, Mumbai, India, ISSN: 0970-4205.
- 14) Viassone M. (2009), The regional competitive index as a tool to improve regional forecasting: theory and evidence from two Western European regions, *Oxford Journal*, Vol. 8, No. 1, pp. 49-64, Association for Business and Economics Research (ABER), U.S.A., Settembre 2009, ISSN 1551-4498.
- 15) Tardivo G., Viassone M. (2009), How attractive are Italian regions for foreign investment? Methodological approach, *Journal of Financial Management and Analysis*, Vol. 22, No. 1, pp. 48-60, Centre for Financial Management Research, Mumbai, India, ISSN 0970-4205.

ARTICOLI SU RIVISTE ITALIANE

- 16) Serravalle F., Vanheems R., Viassone M. (2019), Consumers' perception of Augmented Reality: An application to the "Made in Italy" brand, *Impresa Progetto*, Vol. 2, pp. 1-30 (FASCIA A –RATING RIVISTE ITALIANE ACCREDITATE AIDEA).
- 17) Ben Youssef K., Viassone M., Kitchen P. (2018), Exploring the relationship between customer education and customer satisfaction, *Sinergie*, Vol. 36, No. 105, pp. 43-60. (FASCIA A –RATING RIVISTE ITALIANE ACCREDITATE AIDEA).
- 18) Tindara Abbate & Angelo Presenza & Milena Viassone, 2017. "The development of sustainable tourism through market-based sources of innovation in the "albergo

diffuso", *Mercati e Competitività*, FrancoAngeli Editore, vol. 2017(3), pages 41-60. (FASCIA A –RATING RIVISTE ITALIANE ACCREDITATE AIDEA).

- 19) Passeri R., Mazzi C., Viassone M. (2015), *Le regioni italiane tra valorizzazione del brand e attrattività*, *Microimpresa*, n. 38, pp. 11-39.
- 20) Vrontis D., Viassone M., Thrassou, A. (2015), *The role and potential of social networks sites in tertiary education*, *Sinergie – Italian Journal of Management*, Vol. 33, No. 97, pp. 55-81. ISSN: 0393-5108 (FASCIA A –RATING RIVISTE ITALIANE ACCREDITATE AIDEA).
- 21) Passeri R., Mazzi C., Viassone M. (2014), *Il circolo virtuoso tra regional brand e attrattività regionale: prime evidenze dalle regioni italiane*, *Piccola Impresa/Small Business*, No. 1, pp. 13-37, Aspi, Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo", Urbino, (pubblicato da Editrice Montefeltro, Fermignano (PU)), Settembre 2014, ISSN: 0394-7947. (FASCIA A – RATING RIVISTE ITALIANE ACCREDITATE AIDEA).
- 22) Grimmer M., Cugno M., Viassone M. (2012), *Vecchie e nuove prospettive di sviluppo del turismo in Italia*, *Rassegna Economica*, No. 1, pp. 45-73, SRM – Studi e Ricerche per il Mezzogiorno, Napoli, Settembre 2012, ISSN: 0390-010X.
- 23) Bradley F., Tardivo G., Viassone M. (2010), *Misurazione del livello di internazionalizzazione delle Regioni italiane*, *Sinergie*, No. 83, pp. 159-177, Sinergie, Verona, Settembre-Dicembre 2010, ISSN: 0393-5108. (FASCIA A – RATING RIVISTE ITALIANE ACCREDITATE AIDEA).
- 24) Viassone M., (2006), *Il ruolo del territorio e della territorialità nello sviluppo locale sostenibile*, *Esperienze d'Impresa*, Arti Grafiche Boccia, Vol. 1, No. 06, pp. 65-90, Arti Grafiche Boccia S.p.a., Salerno (con il contributo del Dipartimento di Studi e Ricerche Aziendali), ISSN: 1971-5293.
- 25) Viassone M., (2006), *Il livello di internazionalizzazione nelle zone di frontiera*, *AF-Analisi Finanziaria*, Vol. 62, pp. 50-63, IFAF, Milano ISSN: 1974-8078.
- 26) Viassone M., Pesce E., (2005), *Perché alcune BSC hanno successo mentre altre falliscono?*, *Budget*, pp. 29-40, IFAF, Milano, ISSN: 1974-8086.

CAPITOLI DI LIBRI

- 27) Scuotto V.; Serravalle F. ; Murray A.; Viassone M. (2019), *The Shift Towards a Digital Business Model: A Strategic Decision for the Female Entrepreneur*. In: *Women Entrepreneurs and Strategic Decision Making in the Global Economy*, IGI Global, pp. 120-143, ISBN: 9781522574798.
- 28) Barbasso L., Tardivo G., Viassone M., Serravalle F. (2018), *Neuromarketing in Customer Behaviour—Customers' Diencephalic and Mid-Brain Implications in Purchase Dynamics*. In *Innovation and Capacity Building*, Palgrave Macmillan, pp. 11-29. ISBN: 978-3-319-90944-8
- 29) Viassone M. (2015). *Il Total Quality Management*. In: Tardivo G. Battisti E. Bresciani S. Buchi G. Cugno M. Miglietta N. Schiesari R. Scilla A. Viassone M.. (a cura di): Tardivo G., *Economia e gestione delle imprese*. p. 295-313, TORINO:Giappichelli, ISBN:

9788834859247.

- 30) Viassone M. (2015). L'outsourcing. In: Tardivo G. Battisti E. Bresciani S. Buchi G. Cugno M. Miglietta N. Schiesari R. Scilla A. Viassone M. (a cura di): Tardivo G., *Economia e gestione delle imprese*. p. 261-276, TORINO:Giappichelli, ISBN: 9788834859247
- 31) Viassone M. (2015), "Towards a benchmark in the innovation of the retail channel", In: Pantano E., *Successful Technological Integration for Competitive Advantage in Retail Settings*, Business Science Reference, IGI Global, Hershey PA, U.S.A., pp. 220-238. Web. 24 Apr. 2015. doi:10.4018/978-1-4666-8297-9.ch010, ISBN: 978-1-4666-8297-9 (hardcover), ISBN: 978-1-4666-8298-6 (ebook).
- 32) Pantano E., Viassone M., Vrontis D. (2015), *Innovation management for retailing: From clients' to sellers' perspective for competing*, In: Vrontis D., Sakka G., Amirkhanpourpp M., *Management Innovation and Entrepreneurship*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle upon Tyne, UK, pp. 111-128, ISBN (10): 1-4438-7464-7, ISBN (13): 978-1-4438-7464-9
- 33) Viassone M. (2014), "Una specificità del sistema produttivo cuneese: "il modello imprenditoriale familiare", In: Tardivo G., Gibello P. *L'imprenditorialità Cuneese e il Sistema Produttivo della «Provincia Granda»*. Studi e Testimonianze, Il Mulino, Bologna, Novembre 2014, pp. 77-106, ISBN: 978-88-15-25468-9.
- 34) Tardivo G., Scilla A., Viassone M. (2014), "A new frontier in the satisfaction of the cultural tourist: the QR code", In Aiello L., *Handbook of Research on Management of Cultural Products. E-Relationship Marketing and Accessibility Perspectives*, Business Science Reference, IGI Global, Hershey, pp. 348-366. DOI: 10.4018/978-1-4666-5007-7, ISBN: 978-1-4666-5007-7 (hardcover), ISBN: 978-1-4666-5008-4 (ebook); ISBN: 978-1-4666-5009-1(print & perpetual access).
- 35) Viassone M. (2013), *Approfondimento: applicazione di modelli e misure di competitività territoriale*, In Tardivo G., Quaglia G. *La Creazione di Valore Vol. II - La Creazione di Valore per il Territorio*, Franco Angeli, Milano, pp. 114-128, ISBN: 9788820457778.
- 36) Quaglia G., Viassone M. (2013), *La competitività territoriale: aspetti definatori*, In Tardivo G., Quaglia G., *La Creazione di Valore Vol. II - La Creazione di Valore per il Territorio*, Franco Angeli, Milano, pp. 28-44, ISBN: 9788820457778.
- 37) Tardivo G., Viassone M. (2013), *La misura della competitività territoriale*, In Tardivo G., Quaglia G., *La Creazione di Valore Vol. II - La Creazione di Valore per il Territorio*, Franco Angeli, Milano, pp. 97-113, ISBN: 9788820457778.
- 38) Viassone M. (2013), *Un caso particolare di difesa del valore: le strategie di turnaround*, In Tardivo G., Quaglia G., *La creazione di valore Vol. 1 - La Creazione di Valore per l'Impresa*, Franco Angeli, Milano, pp. 209-219, ISBN: 9788820457730.
- 39) Viassone M. (2013), *Misura e management della competitività di una destinazione turistica montana: il caso della provincia di Cuneo*, In: Franch M., Martini U., *Management per la Sostenibilità dello Sviluppo Turistico e la Competitività delle Destinazioni*, Il Mulino, Bologna (Collana Referata AIDEA), pp. 489-514, ISBN: 8815247580, ISBN-13: 9788815247582.
- 40) Tardivo G., Viassone M. (2012), *Crisi d'impresa e processi di turnaround*. In: Tardivo G., Schiesari R., Miglietta N. *Corporate Finance*, pp. 409-428, Isedi, Torino, Febbraio, 2012, ISBN: 9788880083641.

CONVEGNI CON ATTI PUBBLICATI

- 41) Ben Youssef Kamel, Viassone Milena, Kitchen Philippe (2016). *HOW CAN CUSTOMER EDUCATION IN THE COFFEE SECTOR INCREASE CUSTOMER SATISFACTION?*. In:

9th EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business CONFERENCE READINGS BOOK PROCEEDINGS Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems. p. 169-183, -:EuroMed Press, ISBN: 978-9963-711-43-7, Varsavia, Polonia, 14-16 Settembre 2016.

- 42) Abbate Tindara, Presenza Angelo, Viassone Milena (2016). A NEW CONCEPTUAL MODEL FOR THE HOTEL INDUSTRY: SUSTAINABILITY VS OPEN INNOVATION. In: 9th EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business CONFERENCE READINGS BOOK PROCEEDINGS Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems. p. 30-43, -:EuroMed Press, ISBN: 978-9963-711-43-7, Varsavia, Polonia, 14-16 Settembre 2016.
- 43) Viassone M. (2016). THE MEASURE OF CULTURAL TOURIST DESTINATION SUSTAINABILITY. In: CONFERENCE PROCEEDINGS (ABSTRACTS) OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM (ICOT 2016) New Challenges and Boundaries in Tourism: Policies, Innovations and Strategies. p. 320-333, Grecia:International Association for Tourism Policy, ISBN: 978-618-81503-1-7, Napoli, 29/06/2016-2/07/2016
- 44) Martin G., Viassone M. (2015), Measuring the image of Ethical Food. In Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., 8th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Value Chain in a Dynamic Environment Conference Readings Book Proceedings, pp. 824-836, EuroMed Press, Cipro, ISBN: 978-9963-711-37-6, Verona, 16-18 Settembre 2015.
- 45) Vrontis D., Tardivo, G., Bresciani, S., Viassone M. (2015), The measurement of competitiveness of the Italian manufacturing industry, In Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., 8th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Value Chain in a Dynamic Environment Conference Readings Book Proceedings, pp. 1899-1911, EuroMed Press, Cipro, ISBN: 978-9963-711-37-6, Verona, 16-18 Settembre 2015.
- 46) Viassone M. (2015), How can citizens develop and evaluate local tourist services? The case of the province of Cuneo (Italy), In Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., 8th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Value Chain in a Dynamic Environment Conference Readings Book Proceedings, pp. 1851-1863, EuroMed Press, Cipro, ISBN: 978-9963-711-37-6, Verona, 16-18 Settembre 2015.
- 47) Tardivo G., Scilla A., Viassone M. (2014), "The path of sustainability starts from benchmark destinations". In Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E. 7th Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business. Conference Readings Book Proceedings. The Future of Entrepreneurship, Kristiansand, Norvegia, 18-19 Settembre 2014, Euromed Press, Nicosia, Cipro, pp. 1809-1819, ISBN: 978-9963-711-27-7.
- 48) Viassone M. (2014), "Communication for educational purposes throughout Social Network Sites". In Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E. 7th Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business. Conference Readings Book Proceedings. The Future of Entrepreneurship, Kristiansand, Norvegia, 18-19 Settembre, Euromed Press, Nicosia, Cipro, pp. 1919-1930. ISBN: 978-9963-711-27-7.
- 49) Viassone M. (2014). Il turismo gastronomico a sostegno del vantaggio competitivo

territoriale. In: Tardivo G. Viassone M. Vico M.. (a cura di): Tardivo G. Viassone M. Vico M., *Il ruolo economico del turismo culturale nella regione transfrontaliera*. p. 45-54, Milano: Franco Angeli, ISBN: 9788891708731

- 50) Tardivo G., Scilla A., Viassone M. (2014). A benchmarking model for sustainable tourist destinations. In: *Proceedings 2nd B.S. Lab International Symposium-Systems thinking for a sustainable economy*. p. 1-20, Rome: Universitas Mercatorum, ISBN: 9788890824203, Roma, 23-24 January 2014
- 51) Vrontis D., Viassone M. (2013), When wine meets territory, In: Vrontis D., Weber Y., Tsoukatos E., *6th Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business. Conference Readings Book Proceedings. Confronting Contemporary Business Challenges through Management Innovation (Estoril, Cascais, 23 - 24 Settembre 2013)*, pp. 1898-1909, EuroMed Press, Nicosia, Cipro, ISBN: 978-9963-711-16-1
- 52) Tardivo G., Scilla A., Viassone M. (2013), "Codice QR": una risposta innovativa per la comunicazione e la soddisfazione del cliente, In: *Referred Electronic Conference Proceeding, XXV Convegno Annuale Sinergie, L'Innovazione per la Competitività delle Imprese*, Università Politecnica delle Marche, Ancona, 24-25 Ottobre 2013, pp. 429-444, Sinergie, Verona, ISBN: 978-88-90-7394-3-9.
- 53) Cugno M., Grimmer M., Viassone M. (2012), Measuring Local Tourism Attractiveness: The Case of Italy, In: *Proceedings 26th Annual Australian/New Zealand Academy of Management Conference 2012*, Perth, Australia, 5-7 Dicembre 2012, pp. 1-22, Anzam, Perth, Australia, ISBN: 9780987415806.
- 54) Casalegno C., Viassone M. (2012), The measure of a destination image: the case of Turin. In: -. *Proceedings della 1^a Enlightening Tourism Conference 2012*, Napoli, 13-14 Settembre 2012, pp. 209-229, Enzo Albano Editore, Napoli, ISBN: 9788889677889.
- 55) Passeri R., Mazzi C., Viassone M. (2012), Analisi e modelli per la misura della relazione tra attrattività regionale e regional brand: il caso italiano, In: -. *Referred Electronic Conference Proceedings XXIV Convegno Annuale Sinergie "Il Territorio Come Giacimento di Vitalità per l'Impresa"*, Università del Salento, Lecce, 18-19 Novembre 2012, pp. 207-220, Sinergie, Verona, ISBN: 9788890739408.
- 56) Tardivo G., Viassone M. (2011), La ricerca di nuovi mercati come soluzione innovativa per superare la crisi: l'esperienza delle PMI italiane, In: *Proceedings del 3° Workshop internazionale "I Processi Innovativi nelle Piccole Imprese. Le Sfide Oltre la Crisi"*, Urbino, 16-17 Settembre 2011, pp. 1-20, Università di Urbino Carlo Bo-Facoltà di Economia, Urbino, ISBN: 9788885363564.
- 57) Viassone M. (2010), Towards a benchmark of social accountability and reporting: the Italian experience. In: Vrontis D, Weber Y., Kaufmann R., Tarba S., *3rd Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business. Conference Readings Book Proceedings. Business Developments Across Countries and Cultures*, Nicosia, Cipro, 4-5 Novembre 2010, EuroMed Press, Nicosia, Cipro, pp. 1019-1032, ISBN: 9789963634835.
- 58) Pantano E., Tavernise A., Viassone M. (2010), Consumer perception of computer-mediated communication in a social network, In: -. *Niss 2010 4th International Conference on New Trends in*

Information Science and Service Science, Vol. II, Gyeongu, Corea, pp. 609-614, Yuan C., Tsay L.S., Wang F.Y., Ko F., Zhan J., Na Y., Choi E., Jo Y., Gomes A., Shi J.Y., Lin H.Y., Sohn Y., Gyeongu, Corea, 11-13 Maggio 2010, ISBN: 978-89-88678-18-3.

- 59) Tardivo G., Viassone M. (2010), The identification of a performance indicator for the construction sector: the case of the province of Cuneo, In: Gupta A., Grant J., Proceedings 2010 Oxford Business Economics & Conference, St. Hugj's College, Oxford University, Oxford, UK, 28-29 Giugno 2010, pp. 1-26, Oxford University, Oxford, ISSN: 978-0-9742114-1-9.
- 60) Viassone M., (2009), What makes Piedmont catching up?, In: Vrontis, D., Weber, Y., Kaufmann, R., Tarba, S. (2009), Managerial and Entrepreneurial Developments in the Mediterranean Area. 2nd Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business. Conference Readings Book Proceedings, EuroMed Press, Nicosia, Cipro, pp. 1825-1837. ISBN 978-9963-634-76-7.
- 61) Viassone M. (2008). Regional Competitive Index as a tool to improve regional foresight: theory and evidence from two Western-Europe Regions. In: 8th Global Conference on Business & Economics Proceedings. p. 1-29, Lynchburg, VA, USA:ABER & International Journal of Business & Economics, ISBN: 978-0-9742114-5-9, Firenze, 18-19 ottobre

SENZA ISBN

- 62) Tardivo G., Viassone M. (2009), A local competitive index to face global challenges: the case of Italian Provinces, paper accettato alla ASECU 5th International Conference "Market Functionality and Institutional Reforms", Tirana, 21-22 Maggio 2009.
- 63) Viassone M., (2009), Il marketing sociale e l'uso del direct marketing nel fundraising, In: Atti del Convegno Nozze d'Argento con la prevenzione, Torino, 17 novembre 2009, CD, pp. 26-40, Associazione per la prevenzione e la cura dei tumori in Piemonte – Onlus, Torino.
- 64) Tardivo G., Viassone M. (2009), Towards an innovative provincial model of measure of performances and competitiveness: a ranking of Italian Provinces, paper accettato e presentato alla "5th conference on performance measurement and management control", Nizza, 23-25 settembre 2009 e pubblicato sugli atti del convegno (CD), EIASM, Bruxelles.
- 65) Viassone M. (2014), Mobile Banking al servizio del cliente, BancaFinanza, No. di Ottobre, p. 56, Newspaper, Milano.

CAPITOLI IN RAPPORTI DI RICERCA (SENZA ISBN)

- 66) Viassone M. (2009), "Capitolo 3. Analisi SWOT del settore edile cuneese". In Tardivo G., Monge F., Bresciani S., Cattaneo D., Cugno M., Viassone M., (2009), "Il settore edile nella Provincia di Cuneo: l'andamento e gli effetti sul tessuto imprenditoriale locale" in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dall'Ente Scuola per l'Addestramento Professionale Edile, Ance Cuneo, Fondazione CRC e CCIAA-Cuneo, Cuneo, pp. 81-119.
- 67) Viassone M. (2009), "Capitolo 6. Formazione". In Tardivo G., Monge F., Bresciani S., Cattaneo D., Cugno M., Viassone M., (2009), "Il settore edile nella Provincia di Cuneo: l'andamento e gli effetti sul tessuto imprenditoriale locale" in collaborazione con CRESAM

e sponsorizzata dall'Ente Scuola per l'Addestramento Professionale Edile, Ance Cuneo, Fondazione CRC e CCIAA-Cuneo, Cuneo, pp. 177-217.

- 68) Viassone M. (2009), "Capitolo 7. I finanziamenti al settore edile cuneese". In Tardivo G., Monge F., Bresciani S., Cattaneo D., Cugno M., Viassone M. (2009) "Il settore edile nella Provincia di Cuneo: l'andamento e gli effetti sul tessuto imprenditoriale locale" in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dall'Ente Scuola per l'Addestramento Professionale Edile, Ance Cuneo, Fondazione CRC e CCIAA-Cuneo, Cuneo, pp. 219-250.
- 69) Viassone M., (2009), "Capitolo 1. La distribuzione geografica dell'offerta di servizi socio-assistenziali piemontesi". In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), "Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo", in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 2-11.
- 70) Viassone M., (2009), "Capitolo 2. Vecchiaia e disabilità: composizione della popolazione piemontese". In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), "Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo", in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 12-20.
- 71) Viassone M., (2009), "Capitolo 3. Tipologia di servizio". In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), "Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo", in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 21-55.
- 72) Viassone M., (2009), "Capitolo 4. Patenti di disabilità". In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), "Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo", in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 56-57.
- 73) Viassone M., (2009), "Capitolo 5. Tipologia di utente dei servizi socio-assistenziali". In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), "Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo", in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 58-73.
- 74) Viassone M., (2009), "Capitolo 6. Personale". In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), "Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo", in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 74-79.
- 75) Viassone M., (2009), "Capitolo 7. Presidi" In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), "Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo", in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 80-86.
- 76) Viassone M., (2009), "Capitolo 8. Le cooperative sociali". In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), "Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo", in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 86-89.
- 77) Viassone M., (2009), "Capitolo 9. Il servizio socio-assistenziale: analisi comparativa con

regioni italiane ed estere”. In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), “Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo”, in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 89-118.

TESI DI DOTTORATO

- 78) Viassone M. (2008), Tesi di Dottorato (in inglese) dal titolo "Regional competitive drivers definition and measurement in a context of international opening: a comparative application to Piedmont and to PACA (Provence Alpes Côte d'Azur) regions". Tutor francese: Jean Paul Lemaire.
- 79) Viassone M., (2009), “Capitolo 10. Verso un modello di valutazione delle performance del sistema socio-assistenziale piemontese: lo schema di riferimento”. In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), “Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo”, in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 119-125.
- 80) Viassone M., (2009), “Capitolo 11. Il livello di apprendimento del sistema socio-assistenziale piemontese”. In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), “Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo”, in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 126-141.
- 81) Viassone M., (2009), “Capitolo 12. Prospettiva economico-finanziaria”. In Tardivo G., Cimino S., Crudo S., Olivetta E., Viassone M., (2009), “Anziani e disabili. Analisi del sistema socio-assistenziale piemontese e prospettive di sviluppo”, in collaborazione con CRESAM e sponsorizzata dalla Fondazione CRT, Fondazione CRT, Torino, pp. 142-163.
- 82) Viassone M., (2008), “Popolazione residente”. In Tardivo G., Bollani L., Bresciani S., Cugno M., Pironti M., Viassone M., (2008), “Il Bilancio Socio-Economico di area del Piemonte Sud-Occidentale. Volume I-Province di Alessandria, Asti e Cuneo” in collaborazione con FEEM (Fondazione Eni Enrico Mattei), Politecnico di Milano e CRESAM e sponsorizzata da UniCredit Group, UniCredit Group, Milano, pp. 69-87.
- 83) Viassone M., (2008), “Grado di istruzione”. In Tardivo G., Bollani L., Bresciani S., Cugno M., Pironti M., Viassone M., (2008), “Il Bilancio Socio-Economico di area del Piemonte Sud-Occidentale. Volume I-Province di Alessandria, Asti e Cuneo” in collaborazione con FEEM (Fondazione Eni Enrico Mattei), Politecnico di Milano e CRESAM e sponsorizzata da UniCredit Group, UniCredit Group, Milano, pp. 97-102.
- 84) Viassone M., (2008), “Pendolarismo”. In Tardivo G., Bollani L., Bresciani S., Cugno M., Pironti M., Viassone M., (2008), “Il Bilancio Socio-Economico di area del Piemonte Sud-Occidentale. Volume I-Province di Alessandria, Asti e Cuneo” in collaborazione con FEEM (Fondazione Eni Enrico Mattei), Politecnico di Milano e CRESAM e sponsorizzata da UniCredit Group, UniCredit Group, Milano, pp. 143-146.
- 85) Viassone M., (2008), “Rifiuti”. In Tardivo G., Bollani L., Bresciani S., Cugno M., Pironti M., Viassone M., (2008), “Il Bilancio Socio-Economico di area del Piemonte Sud-Occidentale. Volume I-Province di Alessandria, Asti e Cuneo” in collaborazione con FEEM (Fondazione Eni Enrico Mattei), Politecnico di Milano e CRESAM e sponsorizzata da UniCredit Group,

UniCredit Group, Milano, pp. 151-156.

86) Viassone M., (2008), "Turismo". In Tardivo G., Bollani L., Bresciani S., Cugno M., Pironti M., Viassone M., (2008), "Il Bilancio Socio-Economico di area del Piemonte Sud-Occidentale. Volume I-Province di Alessandria, Asti e Cuneo" in collaborazione con FEEM (Fondazione Eni Enrico Mattei), Politecnico di Milano e CRESAM e sponsorizzata da UniCredit Group, UniCredit Group, Milano, pp. 345-363.

87) Viassone M., (2007), How to increase regional competitiveness in a context of international opening?, In: Proceedings della 33rd EIBA Annual Conference "International Business, Local Development and Science-Technology Relationships", Catania, 13-15 Dicembre 2007, pp. 1-30, Eiba, Bruxelles.

88) Viassone M., (2006), Investigating the level of internationalization of the border areas: the Euroregion Cuneo-Imperia-Nizza, paper accettato alla Conferenza annuale EIBA 2006, In: Proceedings della 32nd EIBA Annual Conference "Regional and National Drivers of Business Location and Competitiveness", Friburgo, 7-9 Dicembre 2006, pp. 1-23, Eiba, Bruxelles.

Torino, 14/11/2019

Milena Viassone