

ELENCO DELLE PUBBLICAZIONI DEL PROF. AUGUSTO D'AMICO

1. (con L. Pulejo e A. Sarlo), *La tempestiva individuazione dei segnali di crisi come condizione per il «turnaround»: esame di un caso concreto*, in Aa.Vv., *Crisi di impresa e strategie di superamento*, Giuffrè, Milano, 1987, pp. 135-143.
2. *Creatività e stili di direzione*, in Aa.Vv., *Creatività e sviluppo dell'impresa*, Giuffrè, Milano, 1991, pp. 163-181.
3. *Il ruolo degli interlocutori sociali nel processo di ricambio generazionale nella direzione dell'impresa*, estratto da «Quaderni dell'Istituto di Economia Aziendale», vol. I - Anno Accademico 1991-92.
4. *Raccolta di esercitazioni e casi aziendali*, Messina, 1992.
5. *L'«evoluzione prevedibile della gestione» nella relazione degli amministratori*, comunicazione presentata in occasione del Convegno di studi sul tema "Novità fiscali e nuovo bilancio d'esercizio", organizzato dall'Ordine dei Dottori Commercialisti di Messina - Messina, 24 e 25 Marzo 1992.
6. *Una S.p.A. ante litteram sulla rotta Palermo-Napoli*, in "Summa", n. 87, Novembre 1994, pp. 53-56.
7. *Il sistema bilancio-relazione di un'impresa nella prima metà dell'Ottocento: la Società dei Battelli a Vapore Siciliani*, Atti del II Convegno Nazionale di Storia della Ragioneria svoltosi a Messina il 16 e 17 dicembre 1993, Pacini Editore, Pisa, 1996, pp. 191-215.
8. *La funzione armonizzatrice degli interessi convergenti nell'impresa*, Giappichelli, Torino, 1996.
9. *Prime considerazioni sulla struttura e sull'evoluzione dell'industria agrumaria*, Grafo Editor s.r.l., Messina, 1996.
10. *Casi di economia e gestione d'impresa*, Grafo Editor s.r.l., Messina, 1996.
11. *La strategia di demarketing al servizio dell'ambiente*, Atti del XX Convegno Aidea sul tema "Imprese e istituzioni nel governo dell'ambiente" svoltosi a Lecce il 18 e 19 settembre 1997, Clueb, Bologna, 1998, pp. 459-473 (**ISBN: 978-88-49111-48-4**).
12. *Orientamento degli studenti e customer satisfaction nell'Università*, in "Sinergie", n. 48, gennaio-aprile 1999, pp. 245-255 (**ISSN: 0393-5108**).
13. *La storia del citrato di calcio attraverso i dati della Camera Agrumaria*, in Aa.Vv., *La Ragioneria verso il terzo Millennio tra continuità e rinnovamento*, Atti del V Convegno Nazionale di Storia della Ragioneria, Cedam, Padova, 2000, pp. 187-196 (**ISBN: 8813229267**).
14. *La pubblicità comparativa informativa: opportunità e limiti*, in Aa.Vv., *La comunicazione nell'economia d'azienda. Processi, strumenti, tecnologie*, Cedam, Padova, 2000, pp. 545-561 (**ISBN: 978-88-34805-48-0**).
15. *Il "consumerismo" e le imprese. Un utile dialogo per il miglioramento della customer satisfaction*, Giappichelli, Torino, 2000 (**ISBN 978-88-34802-10-6**).
16. *Le associazioni di difesa dei consumatori in Italia*, in "Sinergie", n. 54 gennaio-aprile 2001, pp. 95-120 (**ISSN: 0393-5108**).
17. *La comunicazione sociale nei confronti dei consumatori*, in F. Vermiglio (a cura di), *Nuovi strumenti di comunicazione aziendale*, Giappichelli, Torino, 2001, pp. 329-354 (**ISBN: 978-88-34812-59-4**).
18. *L'uso dei warentest nella pubblicità comparativa*, in J.C. Andreani – U. Collesei (a cura di), *Atti del II Congresso Internazionale sulle tendenze del Marketing*, Venezia, 2002.
19. (con Daniela Baglieri), *Strategie di sviluppo nel settore agro-alimentare: i prodotti tipici tra identità locale e sfide biotecnologiche*, in Aa.Vv., Atti del XXV Convegno Nazionale AIDEA "Competizione globale e sviluppo locale tra etica e innovazione" svoltosi presso l'Università del Piemonte Orientale "Amedeo Avogadro" di Novara il 4 e 5 ottobre 2002, Giuffrè, Milano, 2002, pp. 1773-1791 (già pubblicato in "Annali della Facoltà di Economia dell'Università di Messina", 2002).
20. *Le strategie di marketing per la valorizzazione dei prodotti tipici*, Giappichelli, Torino, 2002. (**ISBN 978-88-34833-10-0**)
21. *L'uso dei warentest nella pubblicità comparativa*, in "Micro & Macro Marketing", n. 3, dicembre 2002, pp. 445-458 (**ISSN: 1121-4228**).



22. *L'utilisation des tests comparatifs «warentest» dans la publicité comparative*, in "Revue Française du Marketing", n. 189/190, 2002, pp. 141-148 (ISSN: 0035-3051).
23. *Il consumatore va preso per il naso: opportunità e rischi del marketing olfattivo*, in J.C. Andreani – U. Collese (a cura di), *Atti del III Congresso Internazionale sulle tendenze del Marketing*, Venezia, 2003.
24. *The enhancement of the typical products value: from commodity to experience. The case of Esperya.com*, in "British Food Journal", vol. 106, n. 10, 2004, pp. 793-805 (ISSN: 0007-070X).
25. *Il ruolo della tecnologia RFID nel processo di trasformazione dell'economia*, in Atti del Forum Italo-Polacco sul tema "Il processo di modificazione dell'economia: aspetti giuridici, economici e sociali", Messina, 2005, pp. 157-179.
26. *I prodotti tipici: una categoria merceologica complessa*, in "Esperienze d'Impresa", serie speciale S/4, 2006, pp. 5-19 (ISSN: 1971-5293).
27. (con Daniela Rupo), *La componente socialware del prodotto: etica, oltre all'estetica*, relazione al IV Congresso Internazionale "Le Tendenze del Marketing", ESCP-EAP, Parigi, 21 e 22 gennaio 2005.
28. *Il retro-marketing tribale: quando globale fa rima con locale*, in Atti del Seminario trilaterale Italia-Polonia-Ucraina sul tema "Impresa e globalizzazione", svoltosi a Messina il 16 maggio 2005, in "Annali della Facoltà di Economia dell'Università di Messina", 2005, pp.195-207.
29. *Nuovi scenari nella comunicazione nel retailing: la tecnologia RFID*, relazione al II Convegno della Società Italiana di Marketing sul tema "Il marketing dei servizi", Trieste 2 e 3 dicembre 2005.
30. (con Luisa Pulejo), *La tipicità come materializzazione del prodotto-territorio: una opportunità di sviluppo ad elevato rischio di inflazione*, in Atti del Convegno Internazionale "Arethuse" sul tema "Il territorio: da risorsa a prodotto" svoltosi a Capo Vaticano (VV) il 23 e 24 settembre 2004, in Franco M. e Reitano A. (a cura di), *Il territorio: da risorsa a prodotto*, Franco Angeli, Milano, 2006, pp. 245-266.
31. *Demarketing e turismo sostenibile, ???* Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Università di Parma, Parma, 24 e 25 novembre 2006.
32. *Demarketing e turismo sostenibile*, in "Mercati & Competitività", n. 1, 2007, pp. 71-93 (ISSN: 1826-7386).
33. *Prime considerazioni sull'impiego della tecnologia RFID nelle imprese commerciali*, Messina, 2008 (ISBN: 978-88-34833-10-0).
34. *Ciak si viaggia: location e flussi turistici*, 7th International Congress Marketing Trends, Venice, January 17th-19th 2008 (ISBN 978-88-90245-92-3).
35. *In ricordo del prof. Antonino Intrieri*, in Giornata di studio in memoria del professore Antonino Intrieri sul tema "Valori, Diritti umani e legalità nell'impresa e nell'economia", Aula Magna della Facoltà di Economia, Università di Messina, 22 aprile 2008.
36. (con Anna Recupero), *Da location a destination: il film come strumento di valorizzazione del territorio*, relazione presentata al Convegno Nazionale sul tema "Turismo culturale e valorizzazione delle risorse ambientali", Villa Pace, Messina, 12 giugno 2008, in Daniela Baglieri (a cura di), *Problematiche di impresa tra considerazioni etiche ed economiche*, Messina, 2009 (ISBN 978-88-904566-1-9).
37. *L'esperienzializzazione dei prodotti tipici*, relazione presentata al Convegno sul tema "Il patrimonio agroalimentare e valorizzazione della produzione di qualità", Messina, 14 luglio 2008, in Augusto D'Amico, *Beni, servizi, esperienze. Nuove sfide nel rapporto impresa-cliente*, Università degli Studi di Messina, 2009 (ISBN 978-88-904566-0-2).
38. *How to foster sustainable tourism? Demarketing!*, Proceeding of the International Conference on Tourism, Messina, April 22nd-25th, 2009, in *Sustainable Tourism within High Risk Areas of Environmental Crisis*, 2009, pp. 231-239 (ISBN 978-88-961116-20-3).
39. (con Gabriella Bartolotta), *La strategia di obsolescenza nello stile fra saturazione del mercato e rispetto dei consumatori*, Proceeding of International Conference on Ethical Fashion, Università Cattolica del S. Cuore, Milano, May 7th-8th 2009 (ISBN 978-88-904566-1-9).
40. (con Anna Recupero e Giuseppe Cappello), *Non è una questione di etic-hetta!*, Proceeding of 9th International Conference on Ethical Fashion, Università Cattolica del S. Cuore, Milano, May 7th-8th 2009 (ISBN 978-88-904566-1-9).




41. *Men vs. women: gli stereotipi di genere in pubblicità*, relazione presentata all'incontro-dibattito sul tema "Le diversità di genere fra valorizzazione e discriminazione", Aula Magna della Facoltà di Economia dell'Università di Messina, 12 maggio 2009, in Baglieri D. (a cura di), *Problematiche d'impresa fra considerazioni etiche ed economiche*, Messina, 2009 (ISBN 978-88-904566-1-9).
42. (con Tindara Abbate e Gabriella Bartolotta), *Problematiche nella gestione di risorse immateriali condivise: il caso dei marchi di tipicità*, XXXII Convegno Annuale dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale, Ancona, 24 e 25 settembre 2009 .
43. (con Gabriella Bartolotta), *Ethics & Aesthetic Obsolescence: Critical Links in Fashion Industry*, International Conference on "Global Fashion: Creative and Innovative Contexts", 9-10-11 November 2009, in Augusto D'Amico, *Beni, servizi, esperienze. Nuove sfide nel rapporto impresa-cliente*, Università degli Studi di Messina, 2009 (ISBN 978-88-904566-0-2).
44. *Glocalization: New Opportunities for Local Firms*, 3rd International Symposium on "Globalization and Convergence in Economic Thought", Bucharest , 11th – 12th of December 2009 (ISBN 978-606-505-293-2).
45. (a cura di), *Beni, servizi, esperienze. Nuove sfide nel rapporto impresa-cliente*, Università degli Studi di Messina, 2009 (ISBN 978-88-904566-0-2).
46. (con Tindara Abbate e Anna Recupero), *Il flusso crocieristico: opportunità e limiti per il territorio*, relazione presentata al VI Convegno SIM - Fashion Marketing, Firenze, 6 e 7 Novembre 2009 e pubblicata in A. D'Amico (a cura di), *Governo delle imprese e complessità ambientale*, Università degli Studi di Messina, 2010 (ISBN 978-88-904566-2-6).
47. *Mediterranean Marketing: an alternative point of view for economic integration*, relazione presentata al Convegno bilaterale "Messina-Cracovia" sul tema *The Community Integration Process Between Eastern and Southern Europe*, svoltosi presso l'Università di Messina il 12, 13 e 14 aprile 2010, M. Lamnfranchi (a cura di), *The Community Integration Process Between Eastern and Southern Europe*, Edas, Messina (ISBN 978-88782033-8-9).
48. *Demarketing e paternalismo libertario*, in A. D'Amico (a cura di), *Governo delle imprese e complessità ambientale*, Università degli Studi di Messina, 2010 (ISBN 978-88-904566-2-6).
49. (con Gabriella Bartolotta), *L'obsolescenza estetica nel settore della moda: implicazioni manageriali ed etiche*, VII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Università Politecnica delle Marche, Ancona, 23 e 24 settembre 2010 e pubblicata in A. D'Amico (a cura di), *Governo delle imprese e complessità ambientale*, Università degli Studi di Messina, 2010 (ISBN 978-88-904566-2-6).
50. (con Gabriella Bartolotta) , *Il contributo delle associazioni di difesa dei consumatori per la creazione di un mercato responsabile e solidale*, in A. D'Amico (a cura di), *Governo delle imprese e complessità ambientale*, Università degli Studi di Messina, 2010 (ISBN 978-88-904566-2-6).
51. *Turismo sostenibile e paternalismo libertario: il contributo del marketing*, relazione al convegno "Mobilità del turismo regionale incoming. Aspetti socio-economici dei comportamenti e delle motivazioni", Università degli Studi di Palermo, 4-5 novembre 2010 (ISBN 979-88-96926-04-8).
52. (a cura di), *Governo delle imprese e complessità ambientale*, Università degli Studi di Messina, 2010 (ISBN 978-88-904566-2-6).
53. *Turista fai da te? Sì, smartphone! Alcune esperienze di realtà aumentata e di time travel nel settore turistico*, in Asero V., D'Agata R., Tomaselli V. (a cura di), *Turisti per caso? ... Il turismo sul territorio: motivazioni e comportamenti di spesa*, Bonanno Editore, Roma, 2011, pp. 219-220 (ISBN 978-88-77968-49-4).
54. *Typical products in the Experience Economy*, in *Knowledge – Economy – Society. Challenges of the Contemporary World*, Edited by R. Oczkowska & B. Mikula, Cracow University of Economics – Foundation of the Cracow University of Economics, Cracow 2011, pp. 257-263 (ISBN 978-83-62511-36-5).
55. *Are planned obsolescence and sustainable development compatible? Business and public policy*, in Calabrò G., D'Amico A., Lanfranchi M., Moschella G., Pulejo L., Salomone R. (a cura di), *Moving from crisis sustainability: Emerging issues in the international context*, Franco Angeli, Milano, 2011, pp. 237-244 (ISBN 978-88-568-4705-5).



56. (a cura di) (con Calabrò G., Lanfranchi M., Moschella G., Pulejo L., Salomone R.), *Moving from crisis sustainability: Emerging issues in the international context*, Franco Angeli, Milano, 2011, (ISBN 978-88-568-4705-5).

Messina, 20 luglio 2012.

(Prof. Augusto D'Amico)

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. D'Amico', written in a cursive style.