

Curriculum Vitae of Alessandro Vaglio

Personal data

Born in Milan, 11.5.1959

Dipartimento di Scienze Economiche

Università degli Studi di Bergamo via dei Caniana 2 24127 Bergamo ITALY

Ph. +39(0)35 2052505

+39 3333467253

Email: alessandro.vaglio@unibg.it

Education

1985 Degree in Economics at Università Commerciale "L. Bocconi",

1988 Master of Arts in Economic and Social Sciences at Manchester University.

1990 PhD in Economics from Università Cattolica del Sacro Cuore - Milan.

2013 Degree in Psychological Sciences, University Bicocca, Milan.

Professional activity

1985-1986 Research and Teaching Assistant at Università Commerciale "L. Bocconi"

1989-1995 Professor of Industrial Economics at Scuola di Direzione Aziendale – Un. Bocconi.

1991-92: Adjunct Professor at Università Commerciale "L. Bocconi"

1992-1996: Researcher at the Department of Economics, Università degli Studi - Ancona.

1995-2005 Professor of Introductory Mathematics for Economists in the Master in Economics (MEc) at Università Commerciale "L. Bocconi".

1997-2002: Resercher at Università Commerciale "L. Bocconi"

1996-2011 Teacher of Microeconomics at Eni Corporate University (Milan) – Scuola Superiore Enrico Mattei.

2001-2002 Consultant for Alma Mater Foundation and the Ministry of Environment for the III Italian National Communication to UNFCCC.

2002- : Associate Professor at the Department of Economics - Università degli Studi di Bergamo (Economics, Energy Economics, Macroeconomics, Growth Theory).

2013-2014 Director of the Master Course of Economics and International Markets

2018-2021 Departmental Committee for Disciplinary Matters

2023- Departmental delegate for incoming student orientation

Publications

1. "Static and Dynamic Economies of Scale in Export-led Growth", *Economic Notes*, vol.17 n.2, 1988
2. "Fatti Stilizzati ed interpretazione teorica: il caso della Legge di Verdoorn", *l'Industria*, n.s., anno XI, nr.1 gennaio-marzo 1990.
3. "Alcune proprietà microeconomiche della funzione di apprendimento" *Economia e Politica Industriale*, n.72 1991
4. "Effetti dell'entrata di nuove imprese nel settore televisivo finanziato dalla pubblicità", *Rivista di Politica Economica*, a. LXXXV - s.III n.V maggio 1995 : pp.25-42
5. "A model of the audience for TV broadcasting: implications for advertising competition and regulation", *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, a. XLII, n.1-2, gennaio-febbraio 1995: pp. 33-56.
6. "Potere di mercato, consumi e crescita", *Politica Economica*, a. XI, n.3, dicembre 1995: pp. 443- 472.
7. "Concorrenza per il pubblico, pubblicità e concessioni pubblicitarie", *l'Industria*, n.s., anno XVIII, n.1., gennaio-marzo 1997.
8. "Un modello di aiuti strategici allo sviluppo", *Politica Economica*, a. xiv, n.2 , agosto 1998 (con Alessandra Mori).
9. *Matematica per Economisti*, Apogeo , Milano 2004
10. "Shaping the Beliefs of the Majority. Pluralism and Competition in Mass Information", *International Review of Economics*, vol. 53, n.3 September 2006: 275-301
11. "La stampa quotidiana locale in Italia: un'indagine empirica", *L'Industria* n.4 ottobre-dicembre 2006
- 12 . "Il modello IQual" (con E. Di Giulio, S. Migliavacca, L. Canova, S. Pareglio), in *Sviluppo umano sostenibile e qualità della vita* a cura di Chiappero E.-Pareglio, S.) Carocci , 2009: 97-116
- 13 . "L'impatto delle politiche pubbliche sulla qualità della vita" (con E. Di Giulio e S. Migliavacca), in *Sviluppo umano sostenibile e qualità della vita* a cura di Chiappero E.-Pareglio, S.) Carocci , 2009: 145-158
14. "Economic Growth, Koestler Cycles and the Lock Chamber Effect". *International Review of Economics*, vol. 57, 2010 p. 369-393
15. "The Market for News:A Demand Oriented Analysis" (con M.R. Battaggion) *Economia Politica*, vol. XXIX, 2012 p. 81-110,
16. *Lezioni di Microeconomia*, 2012 Aracne, Roma.
17. "Mezzi di comunicazione di massa e pluralism: un approccio economico" (con M.R. Battaggion) *Economia e Politica Industriale*, Vol. 40 (3), 2013 p. 43-69.
18. *Consumi, incertezza, equilibrio* 2014, Aracne, Roma.
19. "Watchdogs, Platforms and Audience: An Economic Perspective on Media Markets" (con M.R.Battaggion) *Atlantic Economic Journal*, Volume 43, Issue 2, 2015, p. 209-228
20. "Pin-ups and Journalists: A Model of Media Market with News and Entertainment" " (con M.R.Battaggion) *Journal of Media Economics*, Vol. 28, Issue 4, 2015, p. 217-245.
21. Why Do Individuals Use Media? An Empirical Enquiry with *M.R. Battaggion* paper presented at XV Workshop **SIEPI**, 9-10 febbraio 2017, Università degli Studi di Palermo.
22. "Newspapers and public grants: A matter of quality" (con M.R.Battaggion) *Scottish Journal of Political Economy* (February 2018 Volume 65, Issue 1) - Version of Record online: 1 NOV 2017 | DOI: 10.1111/sjpe.12152

23. "TV Advertising Caps and News Quality" con M.R. Battaggion *Economic Bulletin* (2020 v.40, 1: 117-127
24. "TV Watching in the New Millennium: Insights from Europe" (con M.R.Battaggion) *Journal of Industrial and Business Economics* (145)2020 :DOI: 10.1007/s40812-020-00145-y