



Dr. FEDERICO MANGIO' (Ph.D.)

Ricercatore a tempo determinato in Tenure-Track (RTT)
SSD - Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08, Econ07/A)
Dipartimento di Scienze Aziendali
Università degli Studi di Bergamo
Via dei Caniana 2, 24127 - Bergamo
✉ federico.mangio@unibg.it
Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=1wbc50kAAAAJ&hl=it&oi=ao>
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3997-4956>

POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

Da 04/2024 Ricercatore a tempo determinato in Tenure-Track (RTT), a tempo pieno (Art. 24 Legge 240/2010; SECS-P/08 Area13/B2) presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.

POSIZIONI ACCADEMICHE PRECEDENTI

01/2023- 01/2024 Assegnista di Ricerca (Post-Doc) (Art. 22 Legge 240/2010; SECS-P/08 Area 13/B2) presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.

TITOLI

2025 Abilitazione Scientifica Nazionale a Professore di Seconda Fascia, Settore Concorsuale 13/B2 Economia e Gestione delle Imprese, Bando D.D. 1796/2023

2019-2022 Dottore di ricerca (Ph.D.) (valutazione "eccellente") in Economia e Diritto dell'Impresa (Business & Law), presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo (XXXV ciclo).

2017-2019 Laurea magistrale (110/110 con lode) in International Management, Entrepreneurship and Finance (curriculum: Management, Entrepreneurship, Marketing and Social change) ottenuto presso l'Università degli Studi di Bergamo.

2014-2017 Laurea triennale (106/110) in Economia e Gestione Aziendale (curriculum international business) ottenuto presso l'Università degli Studi di Brescia.

VISITING

09/2025 - 10/2025 Visiting scholar presso il Dipartimento di Marketing & Strategy, Cardiff Business School, Cardiff (Galles, Regno Unito).

10/2021 - 12/2021 Visiting scholar presso il centro di ricerca Consumption, Culture & Commerce, University of Southern Denmark (SDU), Odense (Danimarca)



INSEGNAMENTI

Da 2023/2024 Docente del corso 'Applied Management Research Methods' nell'ambito della laurea magistrale in Management, Innovazione e Finanza presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 48 (6 CFU).

Docente del corso 'Marketing' nell'ambito della laurea triennale in Economia Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 72 (9 CFU).

In programmi di alta formazione imprenditoriale

2023/24;24/25;25/26 Titolare di contratto per attività di docenza per il modulo 'Marketing e vendite' nell'ambito del programma "Start me Up - percorso di alta formazione per lo sviluppo di autoimprenditorialità". Iniziativa finanziata dalla Camera di Commercio di Bergamo e realizzata dall'Azienda Speciale Bergamo Sviluppo con il supporto tecnico-scientifico del Centro di Ateneo CYFE dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 9.

2023-2024 Titolare di contratto per attività di docenza per il modulo 'Ricerca di mercato' nell'ambito di Startcup Lombardia, la Competition organizzata dalle Università e dagli Incubatori Universitari lombardi, promossa da Regione Lombardia, che favorisce la nascita di nuove imprese ad alto potenziale, nate, ospitate o legate da rapporti di collaborazione con le Università e gli Incubatori Universitari lombardi. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 3.

2023/24; 2025/26 Titolare di contratto per attività di formazione nell'ambito di CREOLAB, laboratori innovativi, partecipativi e multidisciplinari attraverso cui gli studenti e le studentesse dell'Università degli studi di Bergamo siano messi alla prova per affrontare le sfide socio-economiche attuali con soluzioni originali. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 6.

INCARICHI ACCADEMICI

Dal 2025 Responsabile della sede di Bergamo del Joint Degree Program "MERCURI" - European Master in Customer Relationship Marketing, in collaborazione con University of Economics in Katowice, Università degli studi di Bergamo (Dipartimento di Scienze Aziendali), The University of Applied Sciences Aschaffenburg, CEU Cardenal Herrera University. <https://dipsa.unibg.it/it/studiare/opportunita-internazionali/programmi-doppio-titolo-e-joint-degree>

Dal 2025 Membro della Junior Faculty della Società Italiana Marketing: <https://www.simktg.it/sim-junior-faculty/> ; Referente di sede (Bergamo) della Società Italiana Marketing.



Dal 2025	Membro del Collegio di Dottorato in Management, Accounting and Finance, presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Dal 2026	Membro del Collegio di Dottorato "Intelligence Systems for Business Administration" (ISBA), presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo e IMT Lucca.
Dal 2025	Consulente accademico per piani di studio e conversione dei voti per studenti partecipando a programmi di mobilità internazionale a livello di laurea magistrale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Dal 2026	Membro della Commissione per la gestione del Bloomberg Lab presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Dal 2025	Membro del gruppo interdipartimentale dell'Università degli Studi di Bergamo per la progettazione di corsi disciplinari legati all'intelligenza artificiale all'interno di EduNext.
Dal 2025	Membro del gruppo dipartimentale dell'Università degli Studi di Bergamo per la gestione della comunicazione dipartimentale.
2024/25	Membro del gruppo dipartimentale dell'Università degli Studi di Bergamo per l'organizzazione e gestione dei seminari di ricerca "DIPSA research seminar series" (con Carollo, L).
2024/25;2025/26	Contratto di docenza universitaria per il corso 'Metodologia della ricerca quantitativa 1' nell'ambito del corso di Dottorato in Communication, Markets, and Society presso Università IULM, Milano. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 36
2024/25;2025/26	Contratto di docenza universitaria per il corso 'MeGA-Lab' nell'ambito della laurea triennale in Economia Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 10
2023/24; 2022/23	Contratto di docenza universitaria per il corso 'Applied Management Research Methods' nell'ambito della laurea magistrale in Management, Innovazione e Finanza presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 48 (6 CFU; 2022/23); 24 (2023/24)
2022-2023	Contratto di tutorato nell'ambito della E-Sportour Summer & Winter School 2022-2023, organizzata dall'Università degli Studi di Bergamo e Servizi Confindustria Bergamo s.r.l Lingua di insegnamento: italiano.
2022-2023	Contratto di attività didattica integrativa - tutorato didattico a.a. 2022/2023 (Digital Marketing and Analytics) nell'ambito corso di laurea magistrale in Management, Marketing & Finance (MMF) presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 20.



2021-2022	Contratto di collaborazione professionale alla didattica nell'ambito della LM Management, Marketing, & Finance (MMF), a.a. 2021/2022, presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 35.
2021-2022	Contratto attività didattica integrativa - tutorato didattico a.a. 2021/2022 (Business project), nell'ambito del Global Business Program presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 20
2019-2020	Contratto di collaborazione professionale alla didattica "supporto studenti in difficoltà corso di LM IMEF a.a. 2019/2020 (Market Research for Business Development and Innovation)" nell'ambito della laurea magistrale in International Management, Entrepreneurship & Finance presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 18.
2019-2020	Contratto di collaborazione professionale alla didattica "supporto alla didattica svolta dai docenti stranieri a.a. 2019/2020 (Knowledge & marketing management)" nell'ambito del corso di laurea magistrale International Management, Entrepreneurship & Finance presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 32.
2019-2020	Contratto di collaborazione professionale alla didattica "supporto alla didattica svolta dai docenti stranieri a.a. 2019/2020 (Philanthropic strategy, sustainability and management decision)", nell'ambito del corso di laurea magistrale International Management, Entrepreneurship & Finance, presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 21.

Attività di Cultura della Materia

- a.a. 2023/2024: Psychology of consumption and financial behaviour (Prof. Barattucci Massimiliano).
- a.a. 2022/2023: Digital Business Model (Prof. Daniela Andreini); Economia e gestione delle imprese (Prof. Pedeliento Giuseppe); Industrial Trade Marketing (Prof. Pedeliento Giuseppe); Marketing avanzato (Prof. Giuseppe Pedeliento); Market Research and Consumer Marketing (Prof. Giuseppe Pedeliento)
- a.a. 2021/2022: Contemporary Issues in Management (Prof. Daniela Andreini); Digital Business Model (Prof. Daniela Andreini); Economia e gestione delle imprese (Prof. Pedeliento Giuseppe); Industrial Trade Marketing (Prof. Pedeliento Giuseppe); Innovazione e project management (Prof. Mara Bergamaschi); International Business Management (advanced) (Prof. Cristina Bettinelli); Management delle imprese familiari (Prof. Cristina Bettinelli); Management in sanità (Prof. Mara Bergamaschi); Marketing avanzato (Prof. Giuseppe Pedeliento); Market Research and Consumer Marketing (Prof. Giuseppe Pedeliento); Supply chain e logistica (Prof. Mara Bergamaschi); Business Model Innovation (Prof. Daniela Andreini).
- a.a. 2019/2020: Contemporary Issues in Management (Prof. Pedeliento Giuseppe); Imprenditorialità, private equity e Professional Service Firms (Prof. Bergamaschi Mara); International Business Management (Prof. Bettinelli Cristina); Management delle imprese familiari (Prof. Bettinelli Cristina); Management in sanità (Prof. Bergamaschi Mara); Marketing avanzato (Prof. Pedeliento Giuseppe); Supply chain e logistica (Prof. Bergamaschi Mara); Marketing (92097-MOD2; Prof. Andreini Daniela); Knowledge & Marketing Management (Prof. Andreini Daniela); Market Research (Prof. Andreini Daniela).



FORMAZIONE

Partecipazione a scuole e workshop metodologici

- Partecipazione alla SIMA-SIM School of Research Methods: “Inside the Academic Editorial Process. How to improve your skills to perform a “perfect paper review””; in collaborazione con SIMA NEXTGEN; online; 13,19 Febbraio, 14 Marzo 2024.
- Partecipazione alla Winter School “Digital Methods Winter School 2023: Digital investigation with AI”, organizzata da Digital Methods Initiative, University of Amsterdam (Paesi Bassi); 8-12 Gennaio 2024.
- Partecipazione alla Winter School “2021 Seminar On Qualitative Methods And Research Design”, nell’ambito del European Consumer Culture Theorizing doctoral Consortium (organizzato da Bilkent University, Turchia; Université de Lille, Francia; Royal Holloway, University of London, Regno Unito; University of Southern Denmark, Odense, Danimarca) presso Université de Lille (France); 6-10 Dicembre 2021.
- Partecipazione alla Summer School, “Canon of Classics”, nell’ambito del European Consumer Culture Theorizing doctoral Consortium (organizzato da Bilkent University, Turchia; Université de Lille, Francia; Royal Holloway, University of London, Regno Unito; University of Southern Denmark, Odense, Danimarca) presso University of Southern Denmark (Odense, Danimarca); 21-28 Agosto 2021.
- Partecipazione al ciclo di seminari sul tema: “Cybersecurity”, organizzato da SdM, Scuola di Alta Formazione presso Università degli Studi di Bergamo (Prof. Gianluigi Bizioli), 15 gennaio, 19 febbraio 2021.
- Partecipazione al workshop: “Virtual Canon of Classics”, nell’ambito del European Consumer Culture Theorizing doctoral Consortium (organizzato da Bilkent University, Turchia; Université de Lille, Francia; Royal Holloway, University of London, Regno Unito; University of Southern Denmark, Odense, Danimarca); online; Novembre 2020
- Partecipazione al workshop: “Uso di Strumenti Informatici a supporto del Ricercatore (USTIR)”, proposto presso l’Università degli Studi di Bergamo (Dr. Silvia Bonfanti); Università degli Studi di Bergamo, 2,16 Dicembre 2020.
- Partecipazione alla Summer School “Introduction to Quantitative Text Analysis” nell’ambito della Essex Summer School in Social Science Data Analysis, tenuta da Dr. Iulia Cioroianu (Institute for Policy Research, University of Bath, Regno Unito); online, 11-23 Luglio 2020.
- Partecipazione alla Summer School “Ricerche Qualitative”, nell’ambito della Summer School di Metodologia per la Ricerca Sociale, tenuta da Prof. Luca Visconti (Università della Svizzera Italiana), presso l’Università della Calabria; 22-26 Luglio 2019.
- Partecipazione al ciclo di seminari di metodologia della ricerca sul tema “Qualitative research methods: characteristics, strategies, collection and analysis”, tenuti dal Professor Gaetano Miceli (Università della Calabria), presso l’Università degli Studi di Bergamo; 11 Giugno 2019.
- Partecipazione al ciclo di seminari di metodologia della ricerca sul tema “How to Develop a quantitative research, Research Design and Methods”, tenuti dal Professor Gaetano Miceli (Università della Calabria), presso l’Università degli Studi di Bergamo; 10 Giugno 2019.
- Partecipazione al ciclo di seminari di metodologia della ricerca sul tema “Introduction to Data



Science", tenuti dal Professor Rodolfo Baggio (Università Luigi Bocconi), presso l'Università degli Studi di Bergamo; 14, 26 Giugno 2019; 12 Luglio 2019.

GRANT

12/2025	Bando Erasmus+ Mobility Agreement Staff Mobility For Teaching (Call 2024 a.y 2025/26), EQF 7, presso TH Aschaffenburg, University of Applied Sciences. Dal 10.12.2025 al 12.12.2025.
11/2025	Academy of Marketing Research Funding, The Marketing Trust, PI, 2025-6, con il Progetto: "Not Just Banter: How Brand-to-Brand Engagement is Reshaping Public Discourse on Societal Issues in a Polarised Digital Age" (con Denitsa Dineva, Zoe Lee, Cardiff Business School). Valore finanziamento: £5,000. https://academyofmarketing.org/research-funding-recipients/
11/2025	Bando Outgoing Visiting Professor 2025 istituito dall'Università degli Studi di Bergamo, con il progetto: "Affective dynamics and public participation in contemporary market excess" presso l'unità di ricerca Consumption, Culture and Commerce, University of Southern Denmark (Odense). Valore finanziamento: 3.300,00 euro.
03/2025	Membro dello Spoke 5 del partenariato esteso <i>GROWING RESILIENT, INCLUSIVE AND SUSTAINABLE (GRINS)</i> , finanziato dall'Unione Europea nell'ambito del programma <i>NextGenerationEU</i> e del <i>Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)</i> , [in collaborazione con l'Università di Bergamo e l'Università di Torino. Sito web: https://grins.it/spoke/spoke-5]
09/2023	Progetto di Rilevante Interesse Nazionale (PRIN) 2022, con il Progetto: "BUMOLDS: a Business Model for Local Delivery PlatformS" (con Università degli Studi di Bologna, p.i. Prof. Annamaria Tuan; Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano; Università degli Studi di Pisa; Università degli Studi di Bergamo) come membro dell'unità di ricerca presso l'Università degli Studi di Bergamo. Valore co-finanziamento: 249.364 euro [sito web: https://site.unibo.it/bumolds/it/persone]
11/2024	Bando Outgoing Visiting Professor 2024 istituito dall'Università degli Studi di Bergamo, con il progetto: "An Inquiry into the Unintended Consequences of Social Media Networks: The Interplay between Misinformation and Incivility in Marketing" presso Cardiff Business School (Cardiff University). Valore finanziamento: 4.720,00 euro.
Dal 2025	Beneficiario di finanziamenti per la ricerca basati sulle prestazioni assegnati annualmente dal Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo per i risultati di ricerca raggiunti in ogni anno accademico: 2025 (€4.987,00; Q1); 2026 (4.020,00; Q1).



AWARD/RICONOSCIMENTI

10/2024	Best paper award della XXI Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM). Università IULM, Milano, 17-19 Ottobre 2024, con il paper 'From Fake to Hate: The role of social media influencers as gatekeepers of brand-related misinformation and online toxicity' (con Di Domenico, G., e Dineva, D.)
04/2024	Premio SIM-BNL 2024 per la Miglior Tesi di Dottorato, classificato con la 1° posizione con la tesi dal titolo 'The Social Media is the Message: Three Essays on Brand Communication and Consumer Engagement in Social Media'.
05/2022	Best paper award della 15th Global Brand Conference 2020 Academy of Marketing. Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 4-6 Maggio, Sheffield Hallam University, Sheffield, England, con il paper 'Woke brand communication and consumers' social media engagement: a text mining analysis' (con Pedeliento, G., Andreini, D. e Zarantonello, L.)
10/2020	Best paper award della track 'Marketing Communication and Branding' della XVII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM). Università LIUC, Castellanza con il paper 'Branding rhetoric in times of a global pandemic: a text-mining analysis of tweets before, during and after the lockdown' (con Pedeliento, G. e Andreini, D).

AREE DI RICERCA

- Brand communication
- Social Media & Influencer marketing
- Market system dynamics
- Advertising
- Text-as-data methods



PUBBLICAZIONI

Articoli in riviste accademiche referate

1. Di Domenico, G., **Mangiò, F.**, Dineva, D. (2026). Don't you know that you're toxic? How influencer-driven misinformation fuels online toxicity. *Psychology & Marketing* <https://doi.org/10.1002/mar.70106> [ABS***, ANVUR A].
2. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., Wassler, P., & Williams, N. (2025). Discursively negotiating AI: A social representation theory approach to LLM-based chatbots. *Technological Forecasting and Social Change*, 221, 124352. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S004016252500383X> [ABS***, ANVUR A].
3. Funke, C., Rothert-Schnell, C., Walsh, G., **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., & Takahashi, I. (2025). The digital stress scale: cross-cultural application, validation, and development of a short scale. *Review of Managerial Science*, 1-37. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11846-025-00906-w> [ABS**, ANVUR A]
4. Dineva, D., Lee, Z., & **Mangiò, F.**, Unraveling the Dynamics of Brand-to-Brand Engagement on Social Media: Typology and Implications. *Journal of Interactive Marketing*, <https://doi.org/10.1177/10949968241312173> [ABS***, ANVUR A]
5. Murtas, G., **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., Manoli, A.E. (2024). Audience perceptions of athletes' brand self-presentation on social media. *European Sport Management Quarterly*, 1-23. DOI: <https://doi.org/10.1080/16184742.2024.2424299> [ABS***]
6. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., Andreini, D. & Zarantonello, L. (2024). How persuasive is woke brand communication on social media? Evidence from a consumer engagement analysis on Facebook. *Journal of Brand Management*, 31, 345-381. DOI: 10.1057/s41262-023-00347-4 [ABS**, ANVUR A].
7. Broadbridge, V., **Mangiò, F.**, & Di Domenico, G. (2023). How Brand Managers Can Maximize Engagement with ASMR YouTube Content: Influencers Who Give You the “Tingles” through Autonomous Sensory Meridian Response Cues. *Journal of Advertising Research*, 63(4), 313-334. DOI:10.2501/JAR-2023-02 [ABS***, ANVUR A].
8. Murtas, G., Pedeliento, G., **Mangiò, F.** (2023). Luxury fashion brands at the gates of the Web 3.0: An analysis of early experimentations with NFTs and the metaverse. *Journal of Global Fashion Marketing*, published online, DOI: 10.1080/20932685.2023.2249476 [ABS*].
9. Pedeliento, G., **Mangiò, F.**, Murtas, G. & Andreini, D. (2023). Market system dynamics (MSD): a process-oriented review of the literature. *AMS Review*, 1-23, DOI: 10.1007/s13162-023-00260-8 [ABS**].
10. **Mangiò, F.**, Mismetti, M, Lissana, E. & Andreini, D. (2023). That's the Press, Baby! How Journalists Co-create Family Business Brands Meanings: A Mixed Method Analysis. *Journal of Business Research*, Vol. 16, 113842, DOI:10.1016/j.jbusres.2023.113842 [ABS***, ANVUR A].
11. Murtas, G., Pedeliento, G., **Mangiò, F.**, & Andreini, D. (2022). Co-branding strategies in luxury fashion: the Off-White case. *Journal of Strategic Marketing*, 1-20, DOI:10.1080/0965254X.2022.2160484 [ABS**, ANVUR A].
12. **Mangiò, F.** & Di Domenico, G. (2022). All that glitters is not real affiliation: how to handle affiliate



marketing programs in the era of falsity. *Business Horizon*, 65(6), 765-776
DOI:10.1016/j.bushor.2022.07.001 [ABS**; ANVUR A].

13. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G. & Andreini, D. (2021). Branding rhetoric in times of a global pandemic: a text-mining analysis. *Journal of Advertising*, 50 (3), 240-252, DOI: 10.1080/00913367.2021.1927912. [ABS***, ANVUR A].
14. **Mangiò, F.**, Andreini, D., Pedeliento, G. (2020). Hands off my data: users' security concerns and intention to adopt privacy enhancing technologies. *Italian Journal of Marketing*, 309-342 ISSN: 2662-3323 - Online ISSN: 2662-3331. DOI: 10.1007/s43039-020-00017-2.

Casi di studio (referati)

1. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., & Andreini, D., (2023). Unpacking brand communication on social media through top-down and bottom-up text-mining. *Sage Research Methods: Business*. SAGE Publications, Ltd., DOI:10.4135/9781529667516.
2. Pedeliento, G., **Mangiò, F.** Littlewood, A., Murtas, G. Nicoloso Manfrini, G. (2021). A New Paradigm in the Luxury Fashion Industry: Off-White and the Rise of Luxury Streetwear. *SAGE Business Cases*. DOI: 10.4135/9781529759211. Online ISBN: 9781473995925.
3. Pedeliento, G., **Mangiò, F.** Littlewood, A., Murtas, G. Nicoloso Manfrini, G. (2020). Off-White e la nascita del luxury streetwear. *Pearson Management & Marketing Cases*. ISBN: 9788891926692. DOI 10.17464/9788891926692.

Capitoli di libro (referati)

1. **DiDomenico, G.**, Mangiò, F. (forthcoming). Scroll, Like, Deceive: Influencers as Agents of Misinformation. In Rebecca Mardon et al. (Eds.), *The Routledge Companion to Influencer Marketing*, Routledge
2. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., Andreini, D. (2022). Brand experience co-creation at the time of artificial intelligence. In Oriol Iglesias, Nicholas Ind and Majken Schultz (Eds.), *The Routledge Companion to Corporate Branding*. Routledge. ISBN: 978-0-367-47663-2. DOI: 10.4324/9781003035749-15.

Monografie

1. **Mangiò, F.** (2025) La comunicazione di marca nell'ecosistema dei social media. Una prospettiva multi-attore. Aracne (Genzano di Roma). ISBN: 9791221819526



Capitoli di libro (non referati)

2. Andreini, D. *et al.* (2026). Piattaforme globali e piattaforme locali: modelli a confronto nel food delivery; Mangiò, F. *et al.* (2026). Le piattaforme dal punto di vista dei fornitori; Mangiò, F., *et al.* (2026). Comunicazione e sostenibilità delle piattaforme di delivery; Andreini, D. *et al.* (2026). Business Model Canvas delle Local Delivery Platforms in Tuan, A. (2026). Piattaforme globali e piattaforme locali: modelli a confronto nel food delivery. *Franco Angeli*, ISBN: 9788835190417
3. Andreini, D., & Mangiò, F. (2020) Back to the basics in tourism marketing during covid-19, in Burini, F. (2020). Tourism facing a pandemic: from crisis to recovery, *Università degli Studi di Bergamo*, 2020, ISBN: 978-88 97235-04-4; DOI:10.6092/978-88-97235-04-4.

Tesi di Dottorato

1. **Mangiò, F.** (2023). The Social Media is the Message: Three Essays on Brand Communication and Consumer Engagement in Social Media. Tesi di Dottorato in Economia e Diritto dell'Impresa (Business & Law), ciclo XXXV, a.a. 2021/2022, *COLLANA DELLA SCUOLA DI ALTA FORMAZIONE DOTTORALE*, 65. <https://hdl.handle.net/10446/281129>

Atti di convegno (con referaggio double-blind)

1. **Mangiò, F.**, Tuan, A., Visentin, M. (2025). "Order now" or "buy local?" Communication strategies of Local Delivery Platforms on Social Media, In Proceedings XXII SIM Conference 2025 The Marketing Innovation Nexus: Past Insights for Future Challenges. Società Italiana Marketing, pp. 295-301, ISBN 978-88-947829-3-6.
2. Bettinelli, C., Gehman, J. **Mangiò, F.**, Scarlata, M. (2025). Out For The Mission, Or Out For Others: A Values-Based Approach For B Corporation Decertification. *Frontiers of Entrepreneurship Research, BCERC Proceedings*, 5-8 Giugno 2024, Technical University of Munich (Germany); <https://aisberg.unibg.it/handle/10446/296026>
3. Di Domenico, D., **Mangiò F.**, Dineva, D. (2024). From Fake To Hate: Exploring The Interplay Between Brand-related Misinformation And Incivility On Social Media. In C. Strong, Bosangit, C., Koenig-Lewis, N., Lee, Z., Moldes Andres, O., Rosier, E. (Eds.), *Proceedings of Academy of Marketing 2024 Annual Conference and Doctoral Colloquium: Marketing: Fusing resilience and power for public value - igniting marketing's social spirit* ISBN: 978-1-3999-9060-8.
4. Funke, C., Rothert-Schnell, C.; **Mangiò, F.**; Pedeliento, G.; Walsh, G. & Takahashi, I. (2023) Investigating Employee Digital Stress. 83rd Annual Meeting of the Academy of Management, USA, 4 8 Agosto 2023, Boston (Massachusetts), ROI: 10.5465/AMPROC.2023.10443abstract.
5. Funke, C., Rother-Schnell, C., Walsh, G., Pedeliento, G., **Mangiò, F.**, & Takahashi, I. (2023). Short Digital Stress Scale-Psychometric Properties and Cross-Cultural Validation. *European Conference on Information Systems (Kristiansand, Norway) Research-in-Progress Papers*. 30, https://aisel.aisnet.org/ecis2023_rip/30.

Rapporti di ricerca

1. Rapporto di ricerca intitolato "Rinnovare il turismo per una rigenerazione integrata e inclusiva in Lombardia", su commissione di Unioncamere Lombardia (2020). Contributo: "Big Data e Reti sociali: verso un modello digitale per l'analisi turistica" (con Andreini, D.)



2. Rapporto di ricerca intitolato “L’innovazione delle Piccole e Medie Imprese Familiari Italiane: Misurarla, Valorizzarla e Raccontarla” nell’ambito del progetto “IF! Imprese Familiari Innovazione Futuro”, in collaborazione con il Center for Young and Family Enterprise dell’Università degli Studi di Bergamo, il centro Innovation, Strategy and Family Business del Politecnico di Milano, PwC, Assolombarda e Vistage.

Articoli in stampa generalista

1. Woollacott, E. (17 Marzo, 2026). Influencers Spread 'Toxic' Brand Information. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/emmawoollacott/2026/03/17/influencers-spread-toxic-brand-information/>
2. *The Science Matters* (3 Novembre 2025). From Hype to Meaning: Social Representations of AI in Everyday Discourse <https://thesciencematters.org/from-hype-to-meaning-social-representations-of-ai-in-everyday-discourse/>
3. Fumagalli, F. (19 Gennaio, 2025). Le tre facce della sostenibilità: sociale, economica, e digitale. *L'Eco di Bergamo*. https://www.ecodibergamo.it/stories/universo-bergamo/le-tre-facce-della-sostenibilita-sociale-economica-digitale-o_2766872_11/?trk=feed_main-feed-card_feed-article-content
4. Ioppolo, D. (12 Dicembre, 2024). Quando gli influencer mettono a repentaglio la reputazione dei brand. *ItaliaOggi*. https://www.italiaoggi.it/marketing-e-media/marketing/quando-gli-influencer-mettono-a-repentaglio-la-reputazione-dei-brand-g2iuee02?utm_term=Autofeed&utm_medium=io&utm_source=LinkedIn#Echobox=1734019698
5. Judkis, M. (19 Maggio, 2023). Will Amazon Style pick out everyone’s clothes? It’s already happening. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2023/05/17/amazon-style-store-fashion-influencers/>. Intervista e menzione all’articolo: Mangiò, F. & Di Domenico, G. (2022). All that glitters is not real affiliation: how to handle affiliate marketing programs in the era of falsity. *Business Horizon*, 65(6), 765-776 DOI:10.1016/j.bushor.2022.07.001.
6. Mangiò, F. (con Pedeliento, G & Andreini, D.). La vita in quarantena: ecco cosa twittano gli italiani chiusi in casa per il coronavirus, 28 Marzo 2020, *La Repubblica, Economia & Finanza*. https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osserva-italia/stili-di-vita/2020/03/28/news/la_vita_in_quarantena_ecco_cosa_twittano_gli_italiani_chiusi_in_casa_per_il_coronavirus-252536689

Software

1. Creazione della web-app “BUMOLDS Mapper”, la mappa interattiva per scoprire le alternative locali al food delivery, nell’ambito del Progetto di Rilevante Interesse Nazionale (PRIN) 2022, “BUMOLDS: a Business Model for Local Delivery PlatformS”: https://fmangio.shinyapps.io/ita_ldp_mapper/
2. Creazione della web-app “TopicTasseographeR”, applicazione interattiva progettata per supportare l’interpretazione e la validazione degli output di topic modelling: https://github.com/fmangio/topic_tasseographeR?tab=readme-ov-file



Interviste e podcast

1. 27.04.2026- Intervento su invito nel podcast Unibg On Air- Unibg X GRINS: Ep. 4: L'inquinamento digitale: influencer, fake news e disordine informativo (con Di Domenico, G.): <https://www.bergamonews.it/2026/04/27/linquinamento-digitale-influencer-fake-news-e-disordine-informativo/887362/>
2. 13.02.2024- Intervento su invito nel podcast Journal of Advertising Research Insight Studio Podcast Ep. 4: How Brand Managers Can Maximize Engagement with ASMR YouTube Content (con Di Domenico, G.; Broadbridge, V.): <https://www.youtube.com/watch?v=g1jv-1tBUfl>; Q&A: <https://www.youtube.com/watch?v=v3EohBkubi8>

Presentazioni a convegno

1. **Mangiò, F.**, Bajde, D. (2026). Where Are the Missing Masses? Hype in Interpretive Consumer Research. 13th EIASM Interpretive Consumer Research Workshop (16-17 aprile 2026) - Università degli Studi di Pisa
2. Gambicorti, A., **Mangiò, F.**, Nieri, F., Dalli, D. (2025). The Language of Making: How Craft and Industrial Words affect Online Sales. XXII SIM Conference 2025 The Marketing Innovation Nexus: Past Insights for Future Challenges. 10-12 settembre 2025, Università degli Studi Napoli Parthenope.
3. **Mangiò, F.**, Tuan, A., Visentin, M. (2025). "Order now" or "Buy local"? Communication Strategies of Food Delivery Platforms on Social Media. Proceedings XXII SIM Conference 2025 The Marketing Innovation Nexus: Past Insights for Future Challenges. Società Italiana Marketing, p. 205-301, ISBN: 978-88-947829-3-6
4. Scarlata, M., Bettinelli, C., **Mangiò, F.**, Gehman, J. (2025). Out For The Mission, Or Out For Others: A Values-Based Approach For B Corporation Decertification. *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2025, No. 1, p. 14987). Valhalla, NY 10595: Academy of Management.
5. **Mangiò, F.**, Murtas, D., Pedeliento, G., (2025). The discursive constitution of hype by online users: a computational investigation. Workshop on digital data in Management and Organization studies research (15 Giugno 2025, Bocconi University)
6. **Mangiò, F.**, Bajde, D. (2025). The Affective Constitution of Market Hype. 8° Interdisciplinary Market Studies Workshop: Nordic Noir- Exploring the Dark Side of Markets- 15-18 Giugno 2025, Stockholm School of Economics
7. Murtas, G., **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., Manoli, A.E. (2025). The athlete brand is in the eyes of the commenter: Audience perceptions of athletes' self-presentation on social media. Global Brand Conference 2025- Católica Porto Business School 6 - 9 Maggio 2025.
8. **Mangiò, F.**, Valesi, R., Pedeliento, G., Andreini, D., Zarantonello, L. (2025). Between activists and keyboard warriors: who lies behind polarized reactions to brand activist communication on social media? Global Brand Conference 2025- Católica Porto Business School 6 - 9 Maggio 2025.
9. Di Domenico, D., **Mangiò F.**, Dineva, D. (2024). From Fake To Hate: Exploring The Interplay Between Brand-related Misinformation And Incivility On Social Media. In C. Strong, Bosangit, C., Koenig-Lewis, N., Lee, Z., Moldes Andres, O., Rosier, E. (Eds.), Proceedings of Academy of Marketing 2024 Annual Conference and Doctoral Colloquium: Marketing: Fusing resilience and power for public value - igniting marketing's social spirit ISBN: 978-1-3999-9060-8.
10. Bettinelli, C., Gehman, J. **Mangiò, F.**, Scarlata, M. (2024). Out For The Mission, Or Out For Others: A



Values-Based Approach For B Corporation Decertification. *Frontiers of Entrepreneurship Research, BCERC Proceedings*, 5-8 Giugno 2024, Technical University of Munich (Germany)

11. **Mangiò, F.**, Murtas, G., Pedeliento, G. & Colicev, A. (2023). Alert: this scam is so dope! The discursive constitution of market hypes by online communities. XX Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 20-21 Ottobre, 2023, Università degli Studi di Firenze.
12. Funke, C., Rothert-Schnell, C.; **Mangiò, F.**; Pedeliento, G.; Walsh, G. & Takahashi, I. (2023). Perceived digital stress: Measured cross-culturally and parsimoniously. 2023 Royal Bank International Research Seminar, 14-18 Settembre 2023, Concordia University, Montreal (Canada).
13. **Mangiò, F.**, Murtas, G., Pedeliento, G. & Andreini, D. (2023). What are they talking about? A computational multi-platform analysis of consumers' online discourses on NFTs. 24th AMS World Marketing Congress, 11- 14 Luglio 2023, University of Kent (Regno Unito).
14. **Mangiò, F.**, Murtas, G., Pedeliento, G. & Andreini, D. (2023). What the... NFTs!: A multiplatform analysis of online discourses on NFTs. 16th Global Brand Conference, 3 to 5 Maggio 2023, Università degli studi di Bergamo.
15. Funke, C., Rothert-Schnell, C.; **Mangiò, F.**; Pedeliento, G.; Walsh, G. & Takahashi, I. (2023) Investigating Employee Digital Stress. 83rd Annual Meeting of the Academy of Management, USA, 4 8 Agosto 2023, Boston (Massachusetts), ROI: 10.5465/AMPROC.2023.10443abstract.
16. Funke, C., Rother-Schnell, C., Walsh, G., Pedeliento, G., **Mangiò, F.**, & Takahashi, I. (2023). Short Digital Stress Scale-Psychometric Properties and Cross-Cultural Validation. European Conference on Information Systems (Kristiansand, Norway) Research-in-Progress Papers. 30, https://aisel.aisnet.org/ecis2023_rip/30.
17. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G. & Andreini, D. (2022). How markets navigate stigma. XIX Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 20-21 Ottobre, 2022, Università degli Studi di Salerno.
18. Di Domenico, G., Broadbridge, V., **Mangiò, F.** (2022). Ads that give you the “tingle”: an exploratory study of consumer digital engagement with ASMR contents on YouTube. XIX Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 20-21 Ottobre, 2022, Università degli Studi di Salerno.
19. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., Andreini, D., Zarantonello, L. (2022). Woke brand communication and consumers' social media engagement: a text mining analysis. 15th Global Brand Conference, 4- 6 Maggio 2022, Sheffield Hallam University (Regno Unito).
20. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., Andreini, D., (2021). Odi et Amo: Exploring Consumers' Polarized Reactions to Brand-Generated Social Media Content. XVIII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM). 14-15 Ottobre, 2021. Università Politecnica delle Marche, Ancona.
21. **Mangiò, F.**, Murtas, G., Pedeliento, G., Andreini, D. & Bettinelli, C. (2021). What do we really know about market system dynamics? A comprehensive literature review. Sinergie SIMA Management Conference 2021, LEVERAGING INTERSECTIONS IN MANAGEMENT THEORY AND PRACTICE, 10-11 Giugno 2021, Università degli studi di Palermo.
22. **Mangiò, F.**, Pedeliento, G., Andreini, D. (2021). Branding rhetoric in times of a global pandemic: a text- mining analysis. Online Global Brand Meeting - Academy of Marketing - Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 27 Maggio 2021.
23. **Mangiò, F.**, Andreini & D., Pedeliento, G. (2020). Branding rhetoric in times of a global pandemic: a text-mining analysis of tweets before, during and after the lockdown. XVII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 29-30 Ottobre, 2020. Università LIUC, Castellanza.



24. **Mangiò, F., Andreini, D. & Pedeliento, G. (2020).** Tweeting during hard times: A text-mining exploration of the rhetorical strategies adopted by brands during Covid-19 lockdown in Italy. Workshop, "Covid19 and Marketing Research in Italy" (promoted by SIM Società Italiana Marketing) and Italian Journal of Marketing.
25. **Mangiò, F., Andreini, D. & Pedeliento, G. (2019).** Stop surveilling me! Consumers' Digital Rebellion and the phenomenon of Internet anonymous navigation. XVI[^] SIM Conference: "Marketing 4.0: le sfide della multicanalità", Ottobre 24-25, 2019, Università Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza.

Ruoli editoriali

Editorial Review Board

- Italian Journal of Marketing - Membro del Editorial Review Board
<https://link.springer.com/journal/43039/editorial-board> (da Gen 2025)
- Guest Associate Editor per la Special Issue del Journal of Strategic Marketing "Marketing's Role in Public Value: Integrating Resilience, Sustainability, and Social Influence" (con Di Domenico, G.).

Reviewer

Riviste

- Marketing Theory [CABS ***, ANVUR A]
- Business & Society [CABS ***, ANVUR A]
- Journal of Business Research [CABS ***, ANVUR A]
- Entrepreneurship, Theory & Practice [CABS ****+, ANVUR A]
- International Marketing Review [CABS***, ANVUR A]
- Technological Forecasting & Social Change [CABS***, ANVUR A]
- Internet Research [CABS ***]
- International Journal of Advertising [CABS **, ANVUR A]
- Journal of Strategic Marketing [CABS **, ANVUR A]
- Journal of Brand Management [CABS **, ANVUR A]
- Journal of Product & Brand Management [CABS *, ANVUR A]
- Journal of Sustainable Tourism [CABS ***, ANVUR A]
- Journal of Retailing & Consumer Services [CABS **, ANVUR A]
- European Journal of Innovation Management [CABS *, ANVUR A]
- International Journal of Sports Marketing and Sponsorship [CABS*]
- Humanities and Social Sciences Communication
- Italian Journal of Marketing
- Micro & Macro Marketing [ANVUR A]
- Pearson Management & Marketing Cases

Conferenze

- 2026 Sinergie SIMA Conference (28-29 maggio 2026), Pavia (Italia).
- 2025 Association for Consumer Research Conference (9-11 Ottobre 2025), Washington (Stati Uniti).
- 2025 AMSAC (PC member of Social Media and Digital Marketing)
- 2025 Academy of Management (Copenhagen)
- 2024 Academy of Marketing Conference (1-4 Luglio 2024), Cardiff (UK).
- 2024 Association for Consumer Research Conference (26-29 Settembre 2024), Parigi



(Francia).

- 84° Academy of Management Conference 2024 (9-13 Agosto 2024), Chicago (USA).
- 2024 Sinergie SIMA Conference (13-14 Giugno 2024), Parma (Italia).
- 17° Global Brand Conference 2024 (22-24 Aprile 2024), Edimburgo (Scozia).
- 16° Global Brand Conference 2023 (3-5 Maggio 2023), Bergamo (Italia).
- Academy of Marketing Science Conference 2023 per la track 'Public Policy, Non-Profit, and Entrepreneurial Marketing' (17-19 Maggio 2023), New Orleans (Stati Uniti).
- 2° International Symposium on Industrial Engineering and Automation ISIEA 2023 (22-23 Giugno 2023), Bolzano (Italia).

ORGANIZZAZIONE CONFERENZE/PUBLIC ENGAGEMENT

- Membro del comitato organizzativo dell'evento di Public Engagement "Global AI, dall'hype all'impatto reale nelle PMI." - Università degli Studi di Bergamo, 21 maggio 2026 15:00 - 18:30 <https://dipsa.unibg.it/sites/dip06/files/media/documents/2026-04-14/GLOBAL%20AI%20Lhab%20-Locandina21052026.pdf>
- Membro del comitato organizzativo dell'evento di Public Engagement "Società Benefit e B Corp: Il percorso dell'impresa verso l'impatto. Ricerche, scenari e testimonianze sul futuro dell'impresa." - Università degli Studi di Bergamo, 5 dicembre 2025 16:00 - 18:30 <https://dipsa.unibg.it/it/eventi/societa-benefit-e-b-corp-percorso-dellimpresa-verso-limpatto-ricerche-scenari-e-testimonianze>
- Membro del comitato organizzativo del workshop: WORKSHOP SIM JUNIOR FACULTY: "How to navigate Theory in Marketing & Consumer Behavior Research" con Fleura Bardhi, Peeter Verlegh, 12 settembre 2025, 9-11 A.M., Napoli, Palazzo Pacanowski Via G.Parisi 13
- Responsabile dell'evento di Public Engagement: "*Dalle Fake News alla Crisi: come la Disinformazione Minaccia Istituzioni, Brand e Comunicazione*", svoltosi presso Università degli Studi di Bergamo, 28 marzo 2025 09:00 - 13:00. L'iniziativa è realizzata nell'ambito del progetto «Transet - DIPSA Dipartimento di eccellenza», sostenuto dal Ministero dell'Università e della Ricerca per il quinquennio 2023-2027. Progetto finanziato nell'ambito delle iniziative di Public Engagement 2025 dell'Università degli studi di Bergamo. Organizzato con: SdM - Scuola di Alta Formazione & Marketing Lhab - Dipartimento di Scienze Aziendali, Università degli studi di Bergamo. <https://dipsa.unibg.it/it/eventi/dalle-fake-news-crisi-come-disinformazione-minaccia-istituzioni-brand-e-comunicazione>
- Membro del comitato organizzativo della 16th Global Brand Conference 2023 Academy of Marketing. Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), Bergamo, Università degli Studi di Bergamo. 3-5 Maggio 2023.
- Membro del comitato organizzativo del workshop (online) "SIM Webinar: Text Analysis for Marketing Research: Substantive Areas, Theories, Methods", con Grant Packard (Schulich School of Business - York University, Toronto), Francisco Villarroel Ordenes, Luca Cascio Rizzo (Luiss Guido Carli, Roma), Gaetano Nino Miceli, Ernesto Cardamone (Università della Calabria), Annamaria Tuan (Università degli Studi di Bologna). 23 Giugno 2023.



TRACK CHAIR

- Chair della track “Brands and Branding” durante la 2024 Academy of Marketing Conference . 1-4 Luglio 2024, Cardiff Business School (UK).
- Chair della track “Artificial Intelligence and Branding” durante la 16° Global Brand Conference Academy of Marketing.Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 3-5 Maggio 2023, Università degli Studi di Bergamo.

MEMBERSHIP

- Academy of Marketing (MAM2408911)
- Società Italiana Marketing (SIM) - membro della consulta Junior Faculty Climber Community
- AIDEA

SEMINARI/INTERVENTI SU INVITO

- 07.05.2026. Lezione sul tema (online): “Modern AI for Sport Brand Social Media Listening”, nell’ambito di Athens University of Economics and Business Sports Analytics Workshop & Conference 2026.
- 06.03.2026. Seminario di ricerca sul tema: "The consequences of direct and indirect misinformation: a consumer perspective" (con Di Domenico, G.) presso ESCP business school, Torino.
- 26.02.2026. Seminario sul tema: "Reading through tea leaves: Topic modelling for marketing research" nell’ambito del Corso dottorale su Unstructured Data Analytics presso l’Università di Bologna (Prof. Francisco Villaruel)
- 1.12.2025. Lezione sul tema: "Brand communication on the ‘hype machine’ " presso l’Università degli Studi di Udine - Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche
- 6.11.2025. Lezione sul tema: “Brand communication on the hype machine”, nell’ambito del Marketing Guest Lecture Series 2025, John Cabot University, Roma.
<https://calendar.johncabot.edu/event/marketing-lectures-series-3/>
- 10. 10.2025. Lezione sul tema: “Digital Marketing Communication”, nell’ambito del corso Contemporary Marketing Communications, presso University of Bath (UK).
- 11.04.2025. Intervento sul tema: "*FakeNews e disinformazione: impatti per Comunicazione e Branding*" SIM webinar series, organizzata da Prof.sse Daniela Andreini, Michela Mason; con Dr. Giandomenico Di Domenico, Dr. Andrea Girelli
- 20.03.2025. Partecipazione su invito alla 9ª edizione del Milano Marketing Festival, intervento nel panel tematico dal titolo: “*Il futuro del marketing: le idee dei vincitori del Best Paper premiati al XXI Convegno della Società Italiana Marketing*” https://video.milanofinanza.it/video/il-ruolo-del-marketing-tra-innovazione-e-disinformazione-x9giwnu?_gl=1*1rinrny*_up*MQ
- 06.12.2024. Intervento sul tema “*Institutional Logics*” nell’ambito del corso di Laura Magistrale “Marketing Avanzato” a.a 2024/25 (Prof. Giuseppe Pedeliento), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 28.11.2024. Intervento sul tema “*Demystifying AI for Business: Concepts, Functions, and Real-World*



Applications” nell’ambito del Corso di Laurea Triennale “Contemporary Issues in Management”, aa 2024/25 (Prof. Emanuela Rondi), presso l’Università degli Studi di Bergamo.

- 13-14.11.2023. Lezioni sul tema “*Text-as-Data approaches for market research*” nell’ambito del Corso di Laurea Magistrale “Market Research and Consumer Marketing”, aa 2024/25. (Prof. Elisavet Argyro Manoli), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 01.12.2023. Intervento sul tema “*Institutional Logics*” nell’ambito del corso di Laurea Magistrale “Marketing Avanzato” a.a 2023/24 (Prof. Giuseppe Pedeliento), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 23.11.2023. Intervento sul tema “*Demystifying AI for Business: Concepts, Functions, and Real-World Applications*” nell’ambito del Corso di Laurea Triennale “Contemporary Issues in Management”, aa 2023/24 (Prof. Emanuela Rondi), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 8,9.11.2023. Lezioni sul tema “*Text-as-Data approaches for market research*” nell’ambito del Corso di Laurea Magistrale “Market Research and Consumer Marketing”, aa 2023/24. (Prof. Elisavet Argyro Manoli), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 10.07.2023. Intervento sul tema “*Market Research Design*” nell’ambito della 13° StartCup School, presso Bergamo Science Center (Bergamo).
- 9,13.12.2022. Lezioni sul tema “*Text mining*” nell’ambito del Corso di Laurea Magistrale “Market Research and Consumer Marketing”, aa 2022/23. (Prof. Giuseppe Pedeliento), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 22.11.2022. Intervento sul tema “*Artificial Intelligence and its Business Applications*” nell’ambito del Corso di Laurea Triennale “Contemporary Issues in Management”, aa 2022/23 (Prof. Emanuela Rondi), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 10,14.12.2022. Lezioni sul tema “*Text mining*” nell’ambito del Corso di Laurea Magistrale “Market Research for Business Innovation”, aa 2021/22. (Prof. Giuseppe Pedeliento), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 16-18.07.2021. Intervento sul tema “*La retorica di brand ai tempi della pandemia: un’analisi text-mining*” (con Prof. Daniela Andreini) nell’ambito dell’educational program, sezione “brand”, del Web Marketing Festival 2021 (Rimini).
- 27.05.2021. Presentazione dell’elaborato originale dal titolo: “*Branding Rhetoric in Times of a Global Pandemic: A Text-Mining Analysis*” (con Daniela Andreini & Giuseppe Pedeliento), nell’ambito del 1° Online Global Brand Meeting: “Branding in the time of COVID-19: Insights from Academicians and Practitioners”, organized by Academy of Marketing’s Brand Identity and Corporate Reputation SIG.
- 4.12.2020. Intervento sul tema “*Content Analysis in Digital Environments*” nell’ambito del Corso di Laurea Magistrale “Market Research for Business Innovation”, aa 2020/21. (Prof. Giuseppe Pedeliento), presso l’Università degli Studi di Bergamo.
- 26.05.2020 - Milano Digital Week 2020. Intervento sul tema “*Città aumentate e intelligenti: intelligenti per chi?*” (con Giuseppe Pedeliento).

SUPERVISIONE TESI

- Dal 2020 oltre 50 tesi di laurea triennale e magistrale (co) supervisionate in qualità di (co) relatore.



ALTRE ATTIVITA'

Paper Development Workshops

- 6-8.07.2023. Partecipazione al Paper Develop Workshop “Social Evaluations in Organization Studies”, 39th EGOS Colloquium 2023, con il proposal selezionato: “Contested but resilient: how the VPN industry navigates stigma” (con Pedeliento, G.) Università degli Studi di Cagliari.
- 13-14. 06. 2023. Partecipazione al workshop “AMS-SIM GRANT 2023”, organizzato dalla giunta Junior Faculty Climber Community, Società Italiana Marketing (SIM), con il proposal selezionato “From Falsehoods to Hostility: Exploring the Interplay Between Misinformation and Incivility On Social Media Platforms” (con Di Domenico, G., & Dineva, D.). Università degli Studi di Bologna (Campus di Rimini).
- 14-15.10.2021. Partecipazione alla finale del Premio Stefano Pace 2021, con il paper selezionato: “Trust me, I’m fake: an exploratory analysis of deceptive affiliate marketing practices on YouTube” (con Di Domenico, G.). Università Politecnica delle Marche, Ancona.
- 23-25.05. 2020. Partecipazione al European Marketing Academy (EMAC) 2021 Online Doctoral Colloquium, nella sezione Marketing Strategy (Beginner Track) con il progetto selezionato: “Stop surveilling us! Digital rebellion and the rise of privacy-enhancing markets”. Madrid (Spagna).
- 04. 2021. Partecipazione al workshop online “Premio Stefano Pace 2021”, organizzato dalla giunta Junior Faculty Climber Community, Società Italiana Marketing (SIM).
- 07.02.2020. Partecipazione alla 2° Conference on Management and Marketing in the Digital Age: Digital Transformation in Italian SMEs, Società Italiana di Management (SIMA), Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano.

Terza Missione

- 2024: Attività conto terzi per LCS S.p.A. (magazzini automatizzati; con Pedeliento, G.). L’incarico ha avuto per oggetto la fase analitica per la progettazione della strategia e dell’architettura di branding per il gruppo e per le cinque realtà operativa ad esso consociate.
- 2025-2026: Attività conto terzi per Rangoni & Affini S.p.A (concessionario e centro assistenza veicoli commerciali, con Pedeliento, G.). L’incarico ha avuto per oggetto un’analisi di customer satisfaction attraverso la creazione, somministrazione e analisi di uno strumento ad-hoc.
- 2025: Attività conto terzi per ilCommiato.it (portale di gestione annunci funebri, con Blakaj, E.). L’incarico ha incluso un’analisi di mercato per la valutazione delle prospettive di espansione e lo sviluppo della pianificazione strategica per gli investimenti in digital marketing.

METODI

- Metodi quantitativi: statistica ed econometria (ANOVA, OLS, GLM); statistical and machine learning (approcci supervisionati e non-supervisionati); approcci text-as-data (bag-of-words; transformers); web scraping.
- Metodi qualitativi: content analysis; discourse analysis; digital methods (Social Network Analysis).



Software

- R: web scraping; modeling; visualization; Natural Language Processing (NLP).
- Rqda: qualitative content analysis.
- Knime Analytics: modeling; visualization; NLP.
- Altair AI Studio (ex RapidMiner): modeling; visualization; NLP.
- Gephi: Social Network Analysis.
- CrowdTangle (Meta): ottenuto a partire da Dicembre 2021 l'accesso all'API proprietaria, nell'ambito del "Academics & Researchers program", concesso a progetti di ricerca accademica di interesse sociale strettamente legati alle tematiche di disinformazione, elezioni, COVID-19, giustizia razziale, benessere.

LINGUE

- Italiano: Madrelingua
- Inglese: Parlato (Fully Proficient); Scritto (Fully Proficient); Comprensione (Fully Proficient). IELTS ACADEMIC Overall Bandscore: 8 (23 Maggio 2019).

Bergamo, 27.05.2026

Federico Mangiò

Autorizzo il trattamento dei dati personali contenuti nel mio curriculum vitae in base al D. Lgs. 196/2003, coordinato con il D. Lgs. 101/2018, e al Regolamento UE 2016/679. Acconsento al trattamento dei dati personali contenuti nel mio curriculum vitae in base al D. Lgs. 196/2003, integrato con le modifiche introdotte dal il D. Lgs. 101/2018, e all'art. 13 del GDPR (Regolamento UE 2016/679)