

Prof. Vincenzo Russo

Professore Associato di Psicologia delle Organizzazioni e del Lavoro

Dottore di ricerca in "Uomo e Ambiente: le culture, i diritti, le teorie e i movimenti". Università degli Studi di Palermo, coordinato dal prof. Giovanni Puglisi. Durante il periodo di Ph.D. si è specializzato presso l'Auburn University (USA) sui processi decisionali e comportamenti organizzativi per la sostenibilità e la sicurezza.

Master in Business Administration (MBA) presso l'ISIDA - Istituto Superiore per Imprenditori e Dirigenti di Azienda di Palermo.

Master in Psicologia di Comunità diretto dalla prof.ssa Donata Francescato

Si occupa di processi cognitivi, percettivi e di apprendimento in relazione ai comportamenti di consumo. In particolare le sue ricerche e consulenze si sono focalizzate sui processi psicosociali di consumo alimentare e sul consumo critico e sostenibile.

Su questi temi ha pubblicato contributi teorici e di ricerca in Journal of Global Information Management, in European Journal of Information Systems, in Risorsa Uomo, e nella Collana di Psicologia, Consumi e Società McGraw-Hill.

Svolge anche attività di formazione sia nel settore pubblico che privato, con particolare riferimento ai seguenti temi: comunicazione interpersonale ed organizzativa; cambiamento organizzativo e qualità delle relazioni.

Vincenzo Russo is Associate Professor of Work and Organizational Psychology at IULM University of Milan and Feltre (BI), Italy. He is the scientific coordinator of an International Executive Master on Strategies, Management and Communication against Drug Addiction. Head of the Department "Society and Health" at IULM University Foundation. He joins in the Scientific Committee of School of Communication of IULM University Foundation and in the Faculty of

the Doctoral School in Human Interactions: psychology of consumer, behaviour and communication. He worked as organizational consultant and management education trainer. His research interests and publications focus on organizational change, quality service and communication, consumer behaviour and organizational communication.

Incarichi istituzionali:

Delega per i rapporti con il Comitato EXPO 2015.

Delega per i rapporti con le Università Telematiche.

Delega per le questioni inerenti la valutazione con particolare riferimento al Nucleo di Valutazione dell'Ateneo.

Delega per le questioni relative al reperimento di finanziamenti europei per tutte le esigenze dell'Ateneo con particolare riguardo alla ricerca scientifica.

Coordinatore dell'Osservatorio sui Consumi Alimentari della Fondazione IULM

Coordinatore dell'Osservatorio della Fondazione IULM su "Bambini e Media: Comunicazione, consumi e stili di vita: responsabilità e strategie per la tutela dell'infanzia e dell'adolescenza" realizzato con il patrocinio del Ministero della Pubblica Istruzione e dell'Università e della Ricerca Scientifica, e del Ministero delle Comunicazioni.

Coordinatore delle attività di ricerca (e membro del comitato scientifico presieduto dal prof. Paolo Moderato) dell'Osservatorio dell'Università IULM sulla "Comunicazione per la Sicurezza Stradale" in collaborazione con l'Istituto Cunicolo di Novara e il Ministero dei Trasporti;

Membro della Commissione ministeriale per la valorizzazione dei prodotti tipici agroalimentari per conto della Commissione Unesco Italia.

Membro del Comitato Scientifico e della Faculty dell'Istituto Superiore per Direttori d'Azienda e Imprenditori ISIDA di Palermo, per la programmazione delle attività formative, con specifico compito di valutare aspetti relativi all'area della gestione delle risorse umane. Il Comitato scientifico è presieduto dal Prof. E. Sgroi.

E' stato membro del consiglio direttivo della Società Italiana per l'Organizzazione Internazionale SIOI sezione Sicilia.

Dal 1999 al 2006 è stato responsabile nazionale dei centri di formazione del Telefono Azzurro (Milano, Bologna, Roma, Treviso e Palermo).

Aree di interesse scientifico:

Corporate Identity, culture organizzative e brand building

Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni (processi formativi, motivazione, tecniche di comunicazione, dinamiche di gruppo e climi affettivi, culture organizzative, orientamento e socializzazione)

L'efficacia della comunicazione sociale