

ANTONIO MILETI

Curriculum Scientifico e Didattico

Antonio Mileti ha conseguito un Ph.D. in *Law and Economics* presso l'Università di Bologna, un *Master of Science* (MSc, specializzazione in Comunicazione e Marketing) presso il Consorzio Universitario per l'Organizzazione Aziendale di Vicenza (CUOA) ed è stato titolare di assegno presso il Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia e Comunicazione dell'Università di Bari, per la ricerca *Linguistic Pathways to Sentiment Analysis: Shaping new Models Through Online Question and Answers Sites*; presso il Dipartimento di Scienze Umane dell'Università del Salento, per la ricerca: *A Cognitive-Functional Model for the Analysis of Accommodation Strategies in Unequal Migration Contexts, Digital Media Virtual Environments, and Multicultural Classrooms, through Sentiment Analysis*. È stato titolare di insegnamento in Marketing, Economia e Tecnica della Comunicazione, Teoria e Tecnica del Linguaggio RTV presso l'Università di Bari e del Salento, e ha tenuto seminari e lezioni presso numerosi master e corsi. E' docente a contratto di *Heritage Marketing* presso l'Università del Salento, del *Laboratorio di Marketing* presso l'Università Maria SS. Annunziata (LUMSA). Ha, inoltre, ricoperto il ruolo di consulente per attività di marketing e comunicazione per enti pubblici e aziende. Ha prodotto numerose pubblicazioni e partecipato a numerose conferenze nazionali e internazionali sui temi di *consumer behavior*, linguaggio digitale, *sentiment analysis*, *neuromarketing* e marketing territoriale.

INFORMAZIONI PERSONALI

Antonio Mileti

✉ antonio.mileti@unisalento.it

ATTUALE POSIZIONE

- | | |
|---------------|---|
| 2018-in corso | Docente a Contratto per il Laboratorio di Marketing - Università LUMSA (Roma-Palermo) Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche |
| 2018-in corso | Docente a Contratto di Heritage Marketing - Università del Salento , Dipartimento di Beni Culturali Università del Salento |
| 2009–in corso | Assistant Professor e Cultore della Materia e titolare in commissione d'esami
Cattedre di Marketing, Marketing Territoriale ed Economia e Gestione delle Imprese
Dipartimento di Scienze Economiche, Università del Salento, Lecce |
| 1992–in corso | Abilitazione all'esercizio della professione di Dottore Commercialista , conseguita nella Sessione dell'Anno 1992 |
| 2015–in corso | Inserimento nella lista degli idonei per LUISS Guido Carli , Roma |

FORMAZIONE

- | | |
|---------|---|
| 2018 | Assegno di Ricerca
<i>A Cognitive-Functional Model for the Analysis of Accommodation Strategies in Unequal Migration Contexts, Digital Media Virtual Environments, and Multicultural Classrooms, through Sentiment Analysis</i>
Dipartimento d Scienze Umane, Università del Salento |
| 2017 | Summer School “E-Methods e Scienze Sociali” (EMMS) , V edizione, 20-23 settembre, 2017, Università di Verona |
| 2016/17 | Assegno di Ricerca
<i>Linguistic Pathways to Sentiment Analysis: Shaping new Models through Online Question and Answer (Q&A) Sites</i>
Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia e Comunicazione, Università di Bari |

- 2009 **Dottorato di Ricerca in Law and Economics**
Tesi di dottorato: *Il Ruolo della Distribuzione nello Sviluppo Locale. Un'indagine sul Contesto Italiano*
Facoltà di Economia, Università di Bologna
- 1992 **Master in Marketing, Comunicazione e Internazionalizzazione (MIM)**
Consorzio Universitario per l'Organizzazione Aziendale (CUOA), Vicenza
- 1991 **Laurea in Economia e Commercio con votazione 110/110 e Lode**
Tesi di laurea (discussa anche in tedesco): *Il Direct Marketing e la Comunicazione Diretta. Il Caso di Siemens Norimberga*
Facoltà di Economia, Università Di Bari, Bari; Universitaet Augsburg

BORSE DI STUDIO, PREMI E RICONOSCIMENTI POST-LAUREA

- 2018 Best Paper Award per “The effect of non-conscious mimicry and obedience on consumer behavior: the role of conformism”, (coautori Giovanni Pino, Gianluigi Guido, Cristian Rizzo, Alessandro Peluso), XVII International Marketing Trends Conference, Parigi, Gennaio 2018.
- 2005 Borsa di studio triennale del Dottorato di Ricerca in Law and Economics, Facoltà di Economia, Università di Bologna, Bologna
- 1991 Borsa di studio della Fondazione Ugo Foscolo della Banca di Roma per la frequenza del Master MIM, CUOA, Vicenza
- 1991 Premio di laurea di Accademia di Comunicazione e della rivista DM per la migliore tesi di laurea sulla Comunicazione Diretta e Personalizzata e Direct Marketing, Accademia di Comunicazione e DM, Milano
- 1988 Borsa di studio di Deutschland Austauschdienst, per la frequenza dell'Europa Kolleg, Kassel

ATTIVITÀ DIDATTICA

Corsi universitari

- 2019-2020 **Docente a Contratto per il Laboratorio di Marketing - Università LUMSA (Roma-Palermo)** Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche
- 2019-2020 **Docente a Contratto di Heritage Marketing - Università del Salento**, Dipartimento di beni Culturali Università del Salento
- 2011–2013 **Docente titolare di contratto integrativo**
Corso di Economia e Gestione delle Imprese
Facoltà di Economia, Università del Salento
- 2006 **Docente titolare di Marketing**
Corso di Laurea in Economia Aziendale
Facoltà di Economia, Università di Bari, Bari
- 2004 **Docente titolare di Economia e Tecnica della Comunicazione**
Corso di Laurea in Marketing e Comunicazione
Facoltà di Economia, Università di Bari
- 2001–2003 **Docente titolare di Teoria e Tecnica del Linguaggio RadioTV**
Corso di Laurea in Marketing e Comunicazione
Facoltà di Economia, Università di Bari

- 2000-2003 **Docente titolare del Corso Preparatorio di Economia Politica**
Corso di Economia Politica
Facoltà di Giurisprudenza, Università del Salento
- 2000 **Docente titolare di Marketing Internazionale**
Corso di Laurea per Interpreti e Traduttori
Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, Università del Salento
- 2011–in corso **Collaboratore didattico e di ricerca**
Corso di Economia e Gestione delle Imprese
Facoltà di Economia, Università del Salento
- 2009–in corso **Collaboratore didattico e di ricerca**
Corso di Marketing
Facoltà di Economia, Università del Salento
- 2015–2017 **Collaboratore didattico e di ricerca**
Corso di Economia Monetaria
Facoltà di Economia, Università del Salento
- 2009–in corso **Collaboratore didattico e di ricerca**
Corso di Marketing Territoriale
Facoltà di Economia, Università del Salento
- 1999-2008 **Collaboratore didattico e di ricerca**
Corso di Economia Politica
Facoltà di Giurisprudenza, Università del Salento
- 1994-2007 **Collaboratore didattico e di ricerca**
Corso di Marketing
Facoltà di Economia, Università di Bari

Attività Seminariale

- 2019 *La Sentiment Analysis*
 - Seminario nell'ambito Dottorato Internazionale in Lingue, Letterature e Culture Moderne e Classiche, Dipartimento di Studi Umanistici, Università del Salento
- 2018 *Neuromarketing, Nanomarketing, oltre la Ricerca Tradizionale*
 - Seminario nell'ambito Dottorato in Scienza delle Relazioni Umane, Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia e Comunicazione, Università di Bari
- 2017 *Nuovi Sviluppi delle Ricerche Qualitative*
 - Seminario nell'ambito Dottorato Internazionale in Lingue, Letterature e Culture Moderne e Classiche, Dipartimento di Studi Umanistici, Università del Salento
- 2016 *Neuromarketing, Attività Cerebrale e Comportamenti d'Acquisto*
 - Seminario nell'ambito del corso di Corso di Marketing e del corso di Ricerche di Mercato Università del Salento
- 2009–2010 *Il Ruolo della Grande Distribuzione nello Sviluppo Locale*
 - Seminario nell'ambito del corso di Marketing, Università del Salento
- 2007 *Marketing e Territorio*
 - Seminario nell'ambito del corso di Geografia Economica, Università del Salento

- 2004 *Retail Marketing*
- Seminario nell'ambito del Master in "Public Utilities Management", Università del Salento
- 2003 *Marketing Strategico*
- Seminario nell'ambito del Corso di specializzazione post-universitaria in "Agenti di Sviluppo dell'Innovazione per le PMI", Università del Salento

Corsi post-laurea

- 2020 Docente di modulo d'insegnamento
"Sentiment Analysis"
Master (ASFOR) in Digital Marketing, Aforisma Business School
- 2019-2020 Docente di modulo d'insegnamento
"Digital Marketing"
Master in Digital Management, Università Telematica San Raffaele
- 2017-in corso Docente di modulo d'insegnamento
"Il marketing delle aziende sanitarie"
Master MACUP, Università LUM Jean Monnet, Business School & Consulting
- 2017-in corso Docente di modulo d'insegnamento
"Il marketing territoriale"
Master MASIC, Università LUM Jean Monnet, Business School & Consulting
- 2016 Docente di modulo d'insegnamento
"Marketing e Comunicazione"
Master in Management Sanitario, Dipartimento di Studi sull'Uomo, Università del Salento
- 2015 Docente di modulo d'insegnamento
Program and Project Management
PON 2007/2013, Progetto di formazione *Activating MAAT "Ingegneri Innovatori/Imprenditori specializzati in Nanotecnologie Molecolari per l'Ambiente e la Salute dell'Uomo"*, Dipartimento di Matematica e Fisica, Università del Salento
- 2015 Docente di modulo d'insegnamento
Management delle Tecnologie per l'Innovazione; Processi di Internazionalizzazione
PON 2007/2013, Progetto di formazione *HSEPGEST "Tecnologie Italiane per applicazioni avanzate nei Beni Culturali"*, Centro Servizi Grandi Progetti, Università del Salento
- 2015 Docente di modulo d'insegnamento
Il prodotto/Servizio come Value Proposition
PON 2007/2013, Progetto di formazione *VINCENTE "Ingegneri Innovatori/Imprenditori specializzati in Ecosistemi di Imprenditorialità Tecnologica"*, Centro Interdipartimentale Cultura Innovativa di Impresa, Università del Salento
- 2013–2015: Docente di modulo d'insegnamento
Management delle Tecnologie per l'Innovazione; Processi di Internazionalizzazione
PON 2007/2013, Progetto di formazione *IT@CHA "Health Safety, and Environmental Protection Data Manager"*, Centro Servizi Grandi Progetti, Università del Salento
- 2015 Tutor didattico scientifico
PON 2007/2013, Progetto di formazione *Dicet-Inmoto "Formazione in Smart Culture e Turismo"*, Dipartimento di Ingegneria dell'Innovazione, Università del Salento
- 2013-2015 Tutor didattico scientifico
Scuola Superiore ISUFI, Area Scienze Sociali, Università del Salento
- 2012 Docente di moduli d'insegnamento

- Gli strumenti per comunicare la qualità/Marketing*
Master di II livello in Management Sanitario
LUMAS, Lecce
- 2011 Docente di modulo d'insegnamento
Gli strumenti per comunicare la qualità/Marketing
Master di II livello in Management Sanitario
LUMAS, Lecce
- 2010 Docente di modulo d'insegnamento
Green marketing
Master di II livello in Gestione delle Risorse Ambientali
Facoltà di Giurisprudenza, Università del Salento
- 2008-2011 Docente di modulo d'insegnamento
Marketing della Salute/Comunicazione Sanitaria
Master di II livello in Management Sanitario
Facoltà di Giurisprudenza, Università del Salento
- 2008-2011 Docente di modulo d'insegnamento
Comunicazione Interna ed Esterna
Master di I Livello in Organizzazione e Gestione delle Risorse Umane
Consorzio Universitario CSEI, Bari
- 2008-2011 Docente di modulo d'insegnamento
Economia Aziendale
Master di I Livello in Diritto e Pratica Tributaria
Consorzio Universitario CSEI, Bari
- 2008-2011 Docente di modulo d'insegnamento
Strategie di Impresa
Master di I Livello in Bioarchitettura
Consorzio Universitario CSEI, Bari

Componente di commissioni d'esame per i seguenti insegnamenti

- 2011–in corso Economia e Gestione delle Imprese
Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
- 2009–in corso Marketing
Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
- 2009–in corso Marketing Territoriale
Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
- 1999–2008 Economia politica
Facoltà di Giurisprudenza, Università del Salento, Lecce
- 1994–2007 Marketing
Facoltà di Economia, Università di Bari, Bari

ATTIVITÀ DI RICERCA

L'attività di ricerca del Dr. Antonio Mileti riguarda aspetti del marketing e della comunicazione, dall'analisi delle emozioni nel comportamento d'acquisto, al Neuromarketing, all'applicazione della *sentiment analysis* nel linguaggio dei nuovi *social media* in settori differenti (turismo, distribuzione, comparto bancario, ecc.).

In relazione all'area della domanda, i suoi studi recenti si focalizzano sulla *soddisfazione del consumatore* e sulle sue conseguenze comportamentali. Tale attività di analisi ha per oggetto lo sviluppo teorico e la verifica empirica di modelli esplicativi delle modalità di risposta del cliente ad un servizio insoddisfacente, delle variabili predittive dell'abbandono, e della percezione degli stimoli di marketing e, in special modo, la credibilità delle marche e

l'immagine dei prodotti di marca. In tale contesto si innestano anche nuove linee di ricerca relative alle espressioni ed alle strategie linguistiche utilizzate nei *social network* e nelle piattaforme di Q&A, attraverso l'uso della *sentiment analysis*, al fine di analizzare gli stati emotivi degli utilizzatori e la viralità delle risposte. Da ultimo, le modalità innovative di ricerca connesse con il *neuromarketing* e le applicazioni nanotecnologiche e l'analisi delle attività cerebrali del sistema limbico e alle relative espressioni emotive.

Sul versante dell'offerta, l'attività di ricerca riguarda il marketing territoriale e la comunicazione di impresa, con particolare riferimento alle tecniche di *direct marketing* (*mailing*, internet ed *ecommerce*), la distribuzione ed i fenomeni di mercato legati ai canali distributivi. Rispetto a quest'ultimo aspetto, le attività di ricerca sono concentrate sulle imprese al dettaglio della grande distribuzione organizzata (GDO), la cui dimensione permette di esercitare una notevole influenza sullo sviluppo locale da un punto di vista economico, sociale, urbanistico e territoriale, soprattutto nei mercati arretrati. Le ricerche intraprese hanno come obiettivo, inoltre, di verificare e quantificare l'impatto della gdo sul commercio al dettaglio, sull'agricoltura e sui settori industriali del *food* e del *non food*.

Partecipazione a principali progetti di ricerca finanziati

- 2018-2019 **Membro del Comitato Scientifico**
del progetto di Master di I livello "Ricerche di Mercato per le Imprese e il Territorio", Dipartimento di Scienze Economiche, Università del Salento. Finalità: studio e organizzazione di un Master che sia in grado di offrire, in ambito regionale e nazionale, un'offerta completa rispetto alle principali metodologie di ricerca quali-quantitativa. Output: redazione del progetto del Master
- 2016/17 **Membro di unità di ricerca**
Progetto SIR "Investigating the Role of Emotions in Online Question & Answer Sites" – Dipartimento di Computer Science
L'attività nel gruppo di ricerca come assegnista di ricerca ha avuto come punto focale la ricerca di nuovi *language devices* all'interno di un algoritmo di *sentiment analysis*.
- 2013/15 **Membro di unità di ricerca**
Progetto MEDESS – LUISS GUIDO CARLI
L'attività nel gruppo di ricerca come consulente esterno ha avuto come punto focale la messa a punto del piano di comunicazione e dei soggetti interessati al servizio di un *Oil Spill Forecasting System*.
- 2013/14 **Membro di unità di ricerca**
Progetto CUIS – Provincia di Lecce e Università del Salento
Dipartimento di Economia, Matematica e Statistica
L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha avuto come punto focale la ricerca di dati ai fini della creazione di un meta-distretto industriale.
- 2011 **Membro di unità di ricerca**
ERC Advanced Grant 2011, I-MindProject
Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento
L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha avuto come punto focale l'applicazione, ai fini delle ricerche di mercato e del marketing, di nuovi strumenti portatili per monitorare e lo stato emotivo e cognitivo del consumatore.
- 2008 **Membro di unità di ricerca**
Huredepis 2008 – Human Resources and Development Planning on Both Sides of Ionian Sea,
Parco Scientifico e tecnologico della Sicilia, Università di Catania
L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha avuto come focus la ricerca sulle tematiche dello sviluppo territoriale delle Puglia, delle sue infrastrutture, del suo tessuto imprenditoriale e dei principali indicatori socio-economici.
- 2006 **Membro di unità di ricerca**
PRIN 2006 – Nuove Forme di Lavoro, Infrastrutture, Internazionalizzazione e Sviluppo
Facoltà di Giurisprudenza, Università del Salento
L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha avuto come focus la ricerca sulle tematiche

relative a nuove forme di divisione del lavoro, infrastrutture, internazionalizzazione e sviluppo. In particolare, una vasta gamma di problemi che vanno dalle nuove forme di divisione internazionale del lavoro, ai processi di terziarizzazione e dematerializzazione delle economie, alla riorganizzazione dei cicli produttivi all'interno delle imprese.

- 2003 **Membro di unità di ricerca**
PRIN 2003 – Capabilities Dinamiche tra Organizzazione e d'Impresa e Sistemi Locali di Produzione
 Facoltà di Giurisprudenza, Università del Salento
 L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha avuto come obiettivo la ricerca dei dati per la costruzione di un database necessario per lo studio e l'implementazione empirica di un modello per l'identificazione dei Sistemi Locali di Produzione in Puglia, in ragione di fattori economici, spaziali e sociali.
- 2001 **Membro di unità di ricerca**
PRIN 2001 – Conoscenza, Dinamica Tecnologica e Infrastrutture nell'Evoluzione dei Sistemi Locali di Produzione
 Facoltà di Giurisprudenza, Università del Salento
 L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha avuto come obiettivo aspetti quali la globalizzazione, la terziarizzazione e il progresso tecnologico, nonché l'identificazione dell'emergere di una vera e propria nuova economia. Ognuna di queste componenti è stata indagata per cercare di identificare eventuali regolarità e tendenze di fondo che consentano di capire e - almeno in parte - prevedere le tappe dello sviluppo.
- 2001 **Membro di unità di ricerca**
Disag – Progetti Finanziati con Fondi dell'Università di Bari
 Il Ruolo del Marketing nello Sviluppo nel territorio nella New Economy
 L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha avuto come focus lo studio delle principali componenti dello sviluppo territoriale ed il ruolo delle leve del marketing mix, significativamente della leva distributiva, come volano di crescita attraverso *Internet*.

Reviewe per riviste scientifiche

- 2014-in corso Reviewer per *Psychological Reports*
 2014-in corso Reviewer per *Journal of Consumer Behavior*
 2017-in corso Reviewer per *Psychology and Marketing*
 2018-in corso Reviewer per *Journal of Retailing and Consumer Services*

Affiliazione a società e associazioni scientifiche

- 2010–in corso *Società Italiana di Marketing (SIM)*

Organizzazione di Convegni Nazionali/Internazionali

- 2017 *International Colloquium on Language Devices and Communication Strategies in Digital Communities*, Novembre 2017, Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia e Comunicazione, Università di Bari.

PUBBLICAZIONI

Monografie

- [1] *Il Marketing Diretto*, 1997, Fasano: Schena Editori
 [2] *Crisi e Trasformazione dei Distretti Calzaturieri Pugliesi*, 2019, (coautore), Franco Angeli

Articoli pubblicati in riviste scientifiche

- [1] “Online Political Marketing Campaign: A Systematic Review”, (coautore), *Sociologia della Comunicazione*, 2018
 [2] “Elf e Strategie Linguistiche nei Siti di Q&A: Uno Studio Esplorativo sul Linguaggio Emozionale nel Gioco del Golf”, (coautore), *Lingue e Linguaggi*, 2017

- [3] “Determinants of Southern Italian Households’ Intention to Adopt Energy Efficiency Measures In Residential Buildings”, (coautore), *Journal Of Cleaner Production*, 2017
- [4] “Analysis Of The Development And Diffusion Of Technological Innovations In Oil Spill Forecasting: The Medess-4ms Case”, (coautore), *Deep Sea Research Part II*, 2016.
- [5] “Nanomarketing: Extending the Theory of Neuromarketing to Nanodevices,” (coautore), *Psychology & Marketing*, 2016.
- [6] “Distortions on the Perception of Monetary Values and Quantities”, (coautore), *Perceptual and Motor Skills*, 2016.
- [7] “Effects of Blue Lighting in Ambient and Mobile Settings on the Intention to Buy Hedonic Products,” (coautore), *Psychology & Marketing*, 2016.
- [8] “Customer Satisfaction e Qualità delle Informazioni nelle Banche: un’Analisi Empirica”, (coautore), *Bancaria*, 2015.
- [9] “Mix-and-Match” Fashion Trend and Luxury Brand Recognition: An Empirical Test Using Eye-Tracking”, (coautore), *Fashion Theory*, 2015.
- [10] “Effects of Background Music Endings on Consumer Memory in Advertising”, (coautore), *International Journal of Advertising*, 2015.
- [11] “L’applicazione delle Nanotecnologie al Neuromarketing: rassegna e Proposizioni”, (coautore), *Mercati e Competitività*, 2014.
- [12] "Habits and Perception of Self in Shopping Choices in Urban Centers", (coautore), *Territorio*, 2013.
- [13] “The Effects of Opposing Emotion with Varying Credibility”, (coautore), *Psychological Reports*, 2013
- [14] “The Role of New Retailing Formats in The Italian Local Development”, (coautore), *Chinese Business Review*, 2011.
- [15] “La Relazione tra Comportamento di Spesa e Abbandono dei Clienti nel Mercato delle Carte di Credito”, (coautore), *Economia dei Servizi*, 1 (1), 23-30, 2011.
- [16] “L’impatto di Super e Ipermercati sullo Sviluppo Economico Italiano e Pugliese”, (coautore), *Trade* 18 (12), 32-39, 2009.
- [17] "How Super- and Hyper-Markets Contribute to Italian Local Development", (coautore), *International Journal of Management Cases*, 11 (2), 258-271, 2009.
- [18] “Persistenza dei Sistemi Locali e Globalizzazione. Lo Sviluppo di Marchi e di Brevetti come Fattore Competitivo. Il Caso del Distretto Calzaturiero di Casarano – Tricase”, *Economia e Società*, Università di Lecce, 2/3 (12), 47-64, 2001.
- [19] “La Politica di Marca”, *Bari Economica*, Rivista della C.C.I.A.A. di Bari, 5 (9), 45-57, 1998.
- [20] "La Via Diretta alla Comunicazione”, *Economia e Commercio*, Università di Bari, 2(5), 77-92, 1997.
- [21] "Il Direct marketing e le nuove Comunicazioni Multimediali", *Bari Economica*, Rivista della C.C.I.A.A. di Bari, 2(3), 77-88, 1997.

Contributi a volumi in curatela

- [1] “The Relationship between Fast Fashion and Luxury Brands. An Exploratory Study in the UK Market”, (coautore), in *Global Marketing Strategies for the Promotion of Luxury Goods*, a cura di F. Mosca e R. Gallo, Hershey PA USA: Business Science Reference, 244-265, 2016.

- [2] “Le criticità del Terziario Avanzato nello Sviluppo del Salento: una Ricerca Esplorativa”, (coautore), in *Lo sviluppo Sostenibile*, a cura di G. Guido e S. Massari, Milano: Franco Angeli Editore, 344-361, 2013.
- [3] “PMI, Modello Distrettuale Italiano e Sfida Economica Globale”, in *Emozione e Ragione: le Nuove Modalità di Comunicazione nell'Era della Qualità Totale*, a cura di R. Valletta, Milano: Fausto Lupetti Editore, 157-192, 20012.
- [4] “Il Mercato della Cultura in Italia”, in *Comunicazione in Formazione*, a cura di R. Valletta, Milano: Fausto Lupetti Editore, 113-118, 2009.
- [5] “Analisi e Prospettive del Mercato della Cultura”, in *Sistemi Innovativi e Gestione dei Beni Culturali*, a cura di G. De Giorgi, F. Natale, Lecce: Pensa Editore, 285-298, 2008.
- [6] “Caratteristiche Socio-Economiche e Livello di Innovazione in Puglia”, in *Evaluation of Existing and Planning Capabilities and Practices on Innovation Service*, a cura di V. Asero, Catania: Parco Scientifico e Tecnologico della Sicilia, 120- 178, 2008.

Articoli in atti di convegni nazionali e internazionali

- [1] "The Impact of English as a Lingua Franca on Emotions: An Experimental Study through Facereader", (coautori Cristian Rizzo, Marco Pichierri, Virginia Barbarossa, Gianluigi Guido), *PRIN Conference*, 4-6 Dicembre 2019, Lecce
- [2] “Evaluation of Luxury Consumption Experiences in the Tourism Sector”, (Luigi Piper, M. Irene Prete, Pamela Palmi, Ludovica De Rinaldis, Gianluigi Guido), *XIV Convegno Annuale Global Management Perspectives*, Marzo 2019, Lecce.
- [3] “Il Pink Bias: Effetti del Contesto di Consumo, dell’orientamento sessuale e del tipo di Prodotto sulla Scelta dei Prodotti di Colore Rosa”, (coautori Cristian Rizzo, Gianluigi Guido, Alessandro Peluso, M. Prete), *XV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Settembre 2018, Università di Bari.
- [4] “Effects of Sequential Order and Time Constraint on Overall Evaluation of Complex Consumption Experiences”, (coautore), *European ACR Conference (EACR)*, Giugno 2018, Ghent.
- [5] “What does Make You Happy? The Impact of Communication and Language Typologies on Tourists’ Perceived Happiness”, (coautori Cristian Rizzo, Marco Pichierri, Virginia Barbarossa, Gianluigi Guido), *Southern Europe Experimental Team’s Meeting (SEET)*, Febbraio 2018, Università del Salento.
- [6] “The effect of non-conscious mimicry and obedience on consumer behavior: the role of conformism”, (coautori Giovanni Pino, Gianluigi Guido, Cristian Rizzo, Alessandro Peluso), *XVII International Marketing Trends Conference*, Parigi, Gennaio 2018.
- [7] “Specialised Knowledge in Q&A Sites: a Pragmalinguistic Analysis of Golf Tourism through Sentistrength”, (coautrice Annarita Taronna), *Clavier Conference*, Dicembre 2017, Università di Bari
- [8] “Digital Interactions in Q&A Sites: A Research Analysis on the Language of Golf Tourism”, (coautrice Annarita Taronna), *International Colloquium on Language Devices and Communication Strategies in digital Communities*, Novembre 2017, Università di Bari
- [9] “Decline or Survive. A Field Study in Two Italian Footwear Districts”, (coautori Mauro Capestro, Maria Irene Prete, Gianluigi Guido), *IGU – International Geographical Union Conference*, Ottobre 2017, Università del Salento
- [10] “Percorsi Esperienziali di Consumo: Effetti della Sequenza di Fruizione e del Vincolo Temporale sulla Esperienza Complessiva”, (coautori Alessandro Peluso, Giovanni Pino), *XIV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Settembre 2017, Università di Bergamo.
- [11] “Avidità, Materialismo e Stipsi negli Adulti: Effetti sullo Sharing”, (coautore), *Atti del VIII Convegno Nazionale di Psicologia dell’Invecchiamento*, Società Italiana di Psicologia dell’Invecchiamento (SIPI), Luglio 2015, Università di Pavia.

- [12] “Effetti dell’Esposizione alla Luce Blu sullo Stato Motivazionale e sull’Intenzione d’Acquisto dei Beni Edonistici e Utilitaristici”, (coautore), *Proceedings of the XIV International Marketing Trends Conference*, 2015, Parigi.
- [13] “Facts up Front or Image of Content? How Consumers Perceive the Real Content of Fat in Food”, (coautore), *Proceedings of the XIV International Marketing Trends Conference*, 2015, Parigi.
- [14] “How Sweet Taste Changes when We See what We Drink”, (coautore), Eurosense, Copenhagen, 2014.
- [15] “Il Ruolo della Raccolta delle Informazioni nella Customer Satisfaction delle Banche Meridionali”, (coautore), XI *Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Università di Modena Reggio, 2014, Emilia, Modena.
- [16] “Distortion in Consumers’ Money Perception: A Study on Values and Quantity,” (coautore), *X NeuroPsychoEconomics Conference Proceedings*, 2014, Munich.
- [17] Nanomarketing: Applying Nanotechnology to Neuromarketing, (coautore), *Proceedings of the XIII International Marketing Trends Conference*, 2014, Venezia.
- [18] “Attenzione Oculare e Riconoscimento della Marca: Il Fenomeno del ‘Mix-and-Match’ nella Moda”, (coautore), *Proceedings of the XII International Marketing Trends Conference*, 2013, Parigi.
- [19] “Nanomarketing: extending the Theory of Neuromarketing to Nanodevices”, (coautore), *NeuroPsychoEconomics Conference*, 2013, Bonn.
- [20] “Effetti del Finale Tronco, Esatto e in Dissolvenza delle Musiche Pubblicitarie sul Ricordo della Marca e del Messaggio”, (coautore), *IX Convegno SIM*, 2012, Benevento.
- [21] “Perception of Political Hypocrisy in the Government of Local Territorial Systems”, (coautore), XXIII *Convegno di Sinergie - Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa*, 2012, Lecce.
- [22] “The Effects of Emotions on the Positioning and Intention to Purchase Products of Brands with Varying Credibility”, (coautore), *11th International Congress Marketing Trends*, 2012, Venezia.
- [23] “Il Ruolo della Grande Distribuzione nello Sviluppo Economico Italiano”, (coautore), 6° Convegno internazionale SIM su *Fashion Marketing*, Società Italiana di Marketing, Università di Firenze, 2009, Firenze.
- [24] “The Role of New Retailing Formats in the Italian Local Developments”, (coautore), Atti della *4th International Conference on Economics and Management of Networks*, School of Economics and Business, University of Sarajevo, 2009, Sarajevo.
- [25] “How Super- and Hyper-Markets Contribute to the Italian Local Development”, (coautore), Atti della *6th International Conference for Consumer Behavior and Retailing Research*, University of Applied Sciences, 2009, Vorarlberg, Austria.
- [26] “The Role of Super- and Hyper-Markets in Local Development”, (coautore), XVI Convegno internazionale su *Retailing and Consumer Services*, *European Institute of Retailing and Service Studies (EIRASS)*, 2009, Toronto.
- [27] “Le Ferrovie del Sud-Est: Lettura ed Interpretazione dei Dati Statistici 1981-1999”, Convegno su *Globalizzazione e Sviluppo Locale*, 2003, Università di Trento.
- [28] “L’Aeroporto Papola-Casale di Brindisi nelle Statistiche degli Ultimi Trent’Anni”, Convegno su *Globalizzazione e Sviluppo Locale*, 2003, Università di Trento.

Ricerche in corso di pubblicazione

- [1] “Avoiding Pink”, (coautore), articolo da sottoporre a primaria rivista scientifica.

- [2] “Elf and Emotions. an Analysis with Face Reader”, (coautore), articolo da sottoporre a primaria rivista scientifica.
- [3] “Communication Dynamics in Q&A websites: An Empirical Study on *Tripadvisor.com*”, (coautore), articolo da sottoporre a primaria rivista scientifica.
- [4] “Effetti della Sequenza di Fruizione e del Vincolo Temporale sulla Esperienza Complessiva”, (coautore), articolo da sottoporre a primaria rivista scientifica.

ALTRE ESPERIENZE DI LAVORO

- 2018-incorso Responsabile comunicazione del Progetto Europeo "GetupandGoals!" promosso dal CISP, Comitato Internazionale per lo Sviluppo dei Popoli, Roma e da 14 ONG europee. Finalità del Progetto: promuovere attraverso i principali social network, piattaforme digitali ed azioni di Guerrilla Marketing l'educazione allo sviluppo sui principali temi dell'Agenda ONU 2030. Output del progetto: Piano di Comunicazione Digital; Reports redatti attraverso Sendible, Google Analytics, Sentiment e Content Analysis.
- 2017-2018 Coordinatore e Co-responsabile del Progetto comunicazione social e organizzazione di un concorso di idee per Parco Regionale Costiero Otranto-S. Maria di Leuca e Bosco di Tricase. Finalità del Progetto: promuovere attraverso i principali social network, piattaforme digitali ed azioni di Guerrilla Marketing principi di accessibilità del Parco. Creare un network di operatori per lo sviluppo locale. Output del progetto: Piano di Comunicazione Digital; Reports redatti attraverso Google Analytics, Sentiment e Content Analysis
- 2013/15 Consulente Parco Regionale Costiero Otranto-S. Maria di Leuca e Bosco di Tricase
Redazione di un Piano di Marketing e Comunicazione per l'accessibilità Alimentare nel Turismo, Parco Regionale Costiero Otranto-S. Maria di Leuca e Bosco di Tricase.
- 2001-2015 Consulente Comunicazione per Banca Popolare Pugliese
Attività di Comunicazione e Marketing, spot radioTV (Regista Edoardo Whinspeare), affissioni, merchandising, direct marketing, Banca Popolare Pugliese, Matino, Lecce.
- 2011 Consulente di Comunicazione per Svic Informatica
Attività di formazione del personale e di comunicazione del progetto *Seminari Svic*, Svic Informatica, Lecce.
- 2008-2009 Consulente di Marketing APT Lecce
Attività di animazione e di promozione del territorio, Progetto Città Aperte, Salento nel Parco, *Triamet*), Azienda di promozione Turistica, Lecce.
- 2008 Consulente di Marketing per IG Salotti
Attività di consulenza per la il piano di marketing e per il lancio di un nuovo marchio di mobili imbottiti, Pagano Mobili Imbotti, Vibo Valentia.
- 2007-2008 Consulente Territoriale per il Parco Scientifico e Tecnologico della Sicilia
Attività di ricerca e studio dell'apparato economico-turistico-produttivo della Puglia, Progetto Heuredipes, Parco Scientifico e Tecnologico della Sicilia, Catania.
- 2008-2010 Responsabile per l'analisi e per l'assistenza e la redazione di piani marketing nell'ambito del tutoraggio e avvio di PMI, Dipartimento di Ingegneria dell'Innovazione, Responsabile Scientifico: Prof. Domenico Laforgia, Università del Salento
- 2007 Consulente di Marketing per Confestir
Attività di consulenza per la il piano di marketing e per il lancio di un nuovo marchio di abbigliamento, Confestir, Taurisano, Lecce.
- 2007-2009 Consulente di Marketing per Facoltà di Ingegneria, Università degli Studi di Lecce
Attività di consulenza per piani di marketing per imprese del Sud Italia nell'ambito dei finanziamenti 488, Università degli Studi di Lecce, Lecce.

2007	Consulente di Comunicazione per Agenda 21 Attività di consulenza per animazione e comunicazione di Agenda 21, Comune di Tricase, Lecce.
2005-2006	Consulente Marketing Cooperativa Olearia di Sannicola Attività di consulenza per lo studio di nuovi canali distributivi per il nuovo brand di olio extravergine “Leucade”, Cooperativa Olearia di Sannicola, Lecce.
2003-2005	Consulente di Marketing per Martano Industrie Tipografiche Attività di consulenza per un piano di franchising e campagna di comunicazione per il lancio di una catena di piccoli negozi di stampa digitale, Martano Industrie Tipografiche, Lecce.
2003	Consulente di Comunicazione Comune di Lecce Attività di consulenza per la promozione del progetto di valorizzazione delle aree umide <i>Wetland</i> , Comune di Lecce.
2001-2002	Consulente per Formaper Attività di docenza e tutoraggio nella fase di start up di imprese rientranti nel prestito d’onore, Formaper-Camera di Commercio di Milano, Milano.
2001-2002	Consulente per Cisp Attività di consulenza per la campagna di comunicazione per l’Organizzazione Mondiale della Sanità, relativa alla vaccinazione contro l’epatite b in Albania, Cisp, Roma.
2001	Consulente per GAL Alto Salento Attività di consulenza per progetti di comunicazione e per la formazione del personale della struttura, GAL Alto Salento, Ostuni, Brindisi.
1999-2002	Consulente per Fondazione Rico Semeraro Attività di docenza e tutoraggio nella fase di start up di imprese rientranti nel prestito d’onore, Fondazione Semeraro, Lecce.
1999-2000	Consulente di Marketing e Comunicazione per Elios Tours Attività di consulenza per un piano di comunicazione e marketing territoriale per i comuni della Grecia Salentina, Elios Tours, Lecce.
1999-1999	Strategic Planner per Orione Comunicazione Strategic Planner e responsabile del reparto di comunicazione per Orione Pubblicità, Lecce.
1992-1993	Impiegato Banca di Roma Impiegato Banca di Roma, con qualifica A.Q., e con destinazione ufficio Marketing, Banca di Roma, Roma.

SOFTWARE STATISTICI E COMPETENZE ANNESSE

Marketing Engineering	Software per la realizzazione di analisi statistiche avanzate. In particolare, le competenze acquisite nell’uso di questo software riguardano l’analisi strategica con modelli matriciali (come le cosiddette matrici McKinsey e Boston Consulting Group).
SPSS/STATA	Software per l’analisi statistica descrittiva di base, inferenziale e multivariata (come l’analisi di affidabilità, l’analisi di correlazione, l’analisi di regressione semplice e multipla, la <i>cluster analysis</i> , la <i>exploratory factor analysis</i> e il <i>multi-dimensional scaling</i>). Le competenze acquisite in questo ambito derivano dall’impiego di queste analisi in molti dei lavori pubblicati e dall’attività didattica svolta.
Sentistrength	Software per l’analisi statistica relativa al rilevamento di pattern emozionali, della

polarity e del sentiment.

CONOSCENZE LINGUISTICHE

Lingua madre

Italiano


Altre lingue

	COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
Inglese	C2	C2	C2	C2	C2
Tedesco	B2	B2	B2	B2	B1

Livelli: A1 e A2: Utente base - B1 e B2: Utente autonomo - C1 e C2: Utente avanzato
Quadro Comune Europeo di Riferimento delle Lingue

Il sottoscritto, consapevole delle sanzioni penali previste dall'Art. 76 del D.P.R. 445/2000, per le ipotesi di falsità in atti e dichiarazioni mendaci, dichiara sotto la propria responsabilità che quanto sopra indicato corrisponde al vero. Il sottoscritto autorizza il trattamento dei dati personali in conformità alla Legge sulla privacy (D.Lgs. 196/2003).

Lecce, 10 gennaio 2020

 Antonio Mileti