



NOTA BIOGRAFICA DEL PROF. GIANLUIGI GUIDO

Gianluigi Guido (Ph.D. in *Management Sciences* presso l'Università di Cambridge, Inghilterra) dal 2006 è Professore Ordinario in Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento, dove insegna Marketing e Marketing Territoriale. Attualmente, è in anno sabbatico.

Laureato con lode e specializzato in psicologia dei consumi e strategie delle imprese orientate al marketing (*Master in International Business Administration* presso l'USI University di San Diego in California, corsi specialistici presso l'UCLA, Los Angeles, e l'Università di Chicago), dal 2003 al 2010 è stato docente presso la Facoltà di Economia della LUISS di Roma, dove ha insegnato Analisi e Ricerche di Mercato, Sistemi di Elaborazione delle Informazioni, ed Economia e Tecnica della Pubblicità. È stato anche docente di Analisi di Mercato presso la Facoltà di Statistica dell'Università di Padova, dal 1998 al 2000; e docente di Marketing (Comportamento del Consumatore) presso la Facoltà di Psicologia dell'Università "La Sapienza" di Roma, dal 2002 al 2006.

Ha insegnato per molte edizioni nei Master in Marketing dell'Università di Parma/Il Sole 24-Ore e della LUISS Management di Roma, e presso i corsi post-universitari de "La Sapienza" di Roma, Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, Publitalia '80, Università di Padova, Istituto Superiore Universitario per la Formazione Interdisciplinare (ISUFI) di Lecce. È stato *visiting researcher* presso il Dipartimento di Marketing dell'Università della Florida a Gainesville (1999) e *visiting scholar* presso la Facoltà di Psicologia dell'Università di Stanford, California (2001).

Ha fatto parte del Gruppo di Esperti della Valutazione nell'ambito della Valutazione della qualità della Ricerca (VQR 2011-2014) ed è stato nominato dall'Agenzia Nazionale per la Valutazione del Sistema Universitario (ANVUR) membro del Gruppo di Esperti della Valutazione (GEV) per l'Area 13 (Scienze Economiche e Statistiche) ai fini della valutazione della qualità della ricerca universitaria nazionale (VQR 2004-2010). È vincitore del bando AGER 2015 e Direttore dell'Unità di Ricerca dell'Università del Salento nell'ambito del progetto internazionale COMPETITIVE (Capofila Università degli Studi di Napoli "Federico II"). È stato Responsabile nazionale e coordinatore scientifico del Programma interuniversitario PRIN-COFIN 2009 dal titolo: "Il Comportamento di Consumo degli Anziani: Effetti per le Strategie di Marketing delle Imprese" (altra unità locale: Università degli Studi di Padova, Facoltà di Statistica), già responsabile locale dell'unità di ricerca del Programma interuniversitario PRIN-COFIN 2005 dal titolo: "Dinamiche territoriali, forme della conoscenza e reti di impresa nei processi di creazione di un valore di sistema multilocale: fattori competitivi di attrattività e trasferibilità delle risorse identitarie" (Resp. Naz., Prof. L. Pilotti, Università Statale di Milano) e vincitore nel 2013 di un progetto di ricerca della Fondazione Caripuglia su analoghi temi.

È stato Direttore dell'Area delle Scienze Sociali della Scuola Superiore ISUFI dell'Università del Salento (2010-2014) ed ha svolto la carica di Delegato del Rettore per la Comunicazione Istituzionale presso la stessa università (2007-2013). Dal 2016 al 2018, è stato Presidente di Corsi di Laurea di Area Aziendale (L18 e LM77). Attualmente, è componente del Collegio di Dottorato di Ricerca in "Economia, Management e Metodi Quantitativi" (XXXI, XXXII, XXXIII e XXXIV Ciclo) presso il Dipartimento di Scienze dell'Economia dell'Università del Salento.

Ha pubblicato diciotto monografie come autore e cinquantasei capitoli in volumi come co-autore, due volumi in curatela e più di 250 articoli su riviste economiche nazionali e internazionali tra cui: *Advances in Consumer Research, Advances in Management, Amministrazione & Finanza, Bancaria, Cambridge Research Papers, Chinese Business Review, Commercio Internazionale, Economia Agro-*



alimentare, Economia Azienda & Sviluppo, Economia dei Servizi, Economia e Diritto del Terziario, Economia & Management, Economia e Politica Industriale, Economia e Società Regionale, Esperienze d'Impresa, European Advances in Consumer Research, European Journal of Marketing, Fashion Theory, Finanza Marketing & Produzione, Gazzetta Valutaria e del Commercio Internazionale, Giornale Italiano di Psicologia, Industria & Distribuzione, Innovative Marketing, Internal Trade, International Journal of Advertising, International Journal of Business and Management, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, International Journal of Management Cases, International Journal of Marketing Principles and Practices, International Journal of Marketing Studies, International Journal of Market Research, International Journal of Research in Marketing, International Review of Economics, International Review of Retail Distribution and Consumer Research, Journal of Advertising Research, Journal of Brand Management, Journal of Business Ethics, Journal of Business & Industrial Marketing, Journal of Business Research, Journal of Cleaner Production, Journal of Consumer Affairs, Journal of Consumer Behaviour, Journal of Consumer Research, Journal of Current Issues and Research in Advertising, Journal of Fashion Marketing and Management, Journal of Global Scholars of Marketing Science, Journal of Marketing Communications, Journal of Marketing Management, Journal of Marketing Trends, Journal of Public Affairs, Journal of Research for Consumers, Journal of Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Journal of Consumer Marketing, Journal of Economic Psychology, Journal of Euromarketing, Journal of Hospitality Marketing & Management, Journal of Media Business Studies, Journal of Place Management and Development, Journal of Product & Brand Management, Journal of Retailing and Consumer Services, Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, Learning and Individual Differences, L'Impresa, Lingue e Linguaggi, Local Economy, Long Range Planning, Management, Marketing Letters, Marketing Management Journal, Mercati & Competitività, Micro & Macro Marketing, PMI, Perception & Motor Skills, Personality and Individual Differences, Piccola Impresa/Small Business, Problems and Perspectives in Management, Psicologia & Lavoro, Psychological Reports, Psychology & Marketing, Quaderni di Ricerca sull'Artigianato, Recherche et Applications en Marketing, Research Policy, Ricerche di Psicologia, Rivista di Studi sulla Sostenibilità, Rivista Economica del Mezzogiorno, Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale, Salute e Società, Scienze Regionali/Italian Journal of Regional Science, Sinergie, Sustainability, Sviluppo & Organizzazione, Testing Psicometria Metodologia, Territorio, Trade, Trade Marketing, ed altre.

Tra le pubblicazioni monografiche principali, è autore di: *Aspetti Metodologici e Operativi del Processo di Ricerca di Marketing* (Padova: CEDAM, 1999); *The Saliency of Marketing Stimuli* (Boston: Kluwer, 2001); *Complementi e Casi di Marketing Competitivo* (Roma: Kappa 2003); *Behind Ethical Consumption* (Berna: Peter Lang 2009); *La Soddisfazione del Consumatore* (Milano: Angeli 2010); *Economia e Gestione delle Imprese: Principi, Schemi, Modelli* (Milano: Angeli 2011, 4a Ed.); *Il Comportamento di Consumo degli Anziani* (Bologna: Il Mulino, 2014); *Beyond Ethical Consumption* (Berna: Peter Lang 2016); *Sustainable Luxury Brands: Evidence from Research and Implications for Managers* (London: Palgrave Macmillan 2017; Presentazione di R. Bagozzi, Introduzione di P. Kotler), curatore di *Come Cambia il Marketing con l'Euro* (Milano: Angeli, 2002) e *Lo Sviluppo Sostenibile* (Milano: Angeli, 2013); e co-autore di *Euromarketing: Effective Strategies for International Trade and Export* (New York: International Business Press, 1994), *Readings in Global Marketing* (Londra: Dryden Press, 1995), *Il Marketing Territoriale* (Milano: Angeli, 1999), *Nuove Tendenze nelle Strategie di Internazionalizzazione delle Imprese Minori* (Milano: Angeli, 2000), *SMEs, International Markets and the Internet* (Roma: LUISS Ed., 2001), *Apprendimento, Identità e Marketing del Territorio* (Roma: Carocci, 2002), *Distretti Industriali e Distretti Tecnologici* (Milano: Angeli, 2003), *Content and Media Factors in Advertising* (Amsterdam: Het Spinhuis Publishers 2004), *Le Strategie dell'Impresa* (Roma: Carocci, 2005), *I Nuovi Marketing* (Milano: Angeli, 2006), *Marketing Intelligence* (Torino: ISEDI, 2007), *Computer-Mediated Relationships and Trust* (New York: Hershey, 2008), *Virtual Technologies* (New York: Information Sciences Reference,



2009), *La Guida del Sole 24 Ore al Marketing* (Milano: Il Sole-24 Ore, 2010), *Creatività, Innovazione e Territorio* (Bologna: Il Mulino, 2012), *Customer Centric Marketing Strategies: Tools for Building Organizational Performance* (New York: IGI-Global, 2013), *Wiley Encyclopedia of Management, Vol. 9: Marketing* (New York: Wiley, 2014), *Handbook of Research on Global Fashion Management and Merchandising* (New York: IGI-Global, 2016), e *Global Marketing Strategies for the Promotion of Luxury Goods* (New York: IGI-Global, 2016).

È stato scelto come relatore in oltre 130 conferenze in Italia (tra cui *Società Italiana di Marketing*, *Associazione Italiana per gli Studi di Marketing*) ed all'estero (*American Marketing Association*, *Association for Consumer Research*, *Academy of Marketing Science*, *European Marketing Academy* e numerose altre). È risultato vincitore di premi (Marketing Trends Conference's Best Paper; "Best Paper Award" Journal of Global Scholar of Marketing Science; Academy of Marketing Conference's Best Paper in Track; Bocconi "Economia & Management"; ISTAO-Olivetti; Istituto San Paolo di Torino) e borse di ricerca internazionali (United States International University Award, San Diego; INSEAD, Fontainebleau, Francia; British Council, Roma; Oxford University, UK) e *fellowships* (International Rotary Foundation).

È componente del comitato scientifico della collana "Gestione di Impresa" edita dalla Società Editrice Franco Angeli, nonché membro del comitato di redazione della rivista "Micro & Macro Marketing", edita da Il Mulino, della rivista "Finanza, Marketing e Produzione", edita da EGEA per l'Università "Bocconi" di Milano, e della rivista "Global Business & Economic Review". È socio ordinario della Società Italiana di Marketing (SIMkt), dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), della Società Italiana di Psicologia dell'Invecchiamento (SIPI), dell'Associazione Italiana di Scienze Regionali (AISRe), dell'Academy of Management, dell'Association for Consumer Research (ACR), e dell'American Marketing Association (AMA). È inoltre affiliato al Centro Interdipartimentale sul Turismo (TEDAI) e al Centro di ricerca dipartimentale ReCODE dell'Università del Salento, al Centro di Ricerca Interuniversitario per l'Analisi del Territorio (CRIAT) e al Centro Interateneo Industria 4.0 dell'Università di Bari; e al Center for Mature Consumer Studies and the Consumer Life-course Studies Group, Georgia State University, Atlanta, USA.

La sua biografia appare nelle ultime venti edizioni del Marquis' *Who's Who in the World* e nelle ultime nove edizioni del Marquis' *Who's Who in Finance & Business*.



Biographical note of Prof. Gianluigi Guido (in English)

Gianluigi Guido is Full Professor of Economics and Business Management at the Department of Management, Economics, Mathematics and Statistics of the University of Salento, Italy, where he teaches Marketing and Marketing Research.

He holds a Ph.D. in Management Sciences from the Judge Institute of Management Studies of the University of Cambridge (UK); a Master degree (MIBA), *summa cum laude*, from the USI University of San Diego (California); and an Italian laurea (bachelor degree), *summa cum laude*, from the LUISS University of Rome. He also attended specialized courses in Marketing and Advertising at the University of California, Los Angeles (UCLA), and at the University of Chicago, IL.

From 2003 to 2010, he was Professor of Marketing Research, Information Systems, and Advertising at the Faculty of Economics of the LUISS University of Rome. He was also Professor of Market Analysis at the Faculty of Statistics of the University of Padua, Italy, from 1998 to 2000; and Professor of Marketing (Consumer Behavior) at the Faculty of Psychology of Sapienza University of Rome, Italy, from 2002 to 2006.

He has been teaching in several Masters and post-graduate courses in Marketing and Marketing Research at the University of Parma, the LUISS Management School of Rome, the Sapienza University of Rome, the Scuola Superiore Sant'Anna of Pisa, Publitalia '80 Milan, the University of Padua, the Istituto Superiore Universitario per la Formazione Interdisciplinare (ISUFI) of Lecce, Italy. He was *visiting researcher* at the Department of Marketing at the University of Florida at Gainesville (1999) e *visiting scholar* at the Department of Psychology at the University of Stanford, California (2001).

He has been member of the Board of Experts for the Evaluation of Research Quality (from 2011 to 2014) in the University System for the 13th Area (Economic and Statistical Sciences) and he was Member of the Board of Experts for the Evaluation of Research Quality – appointed by the National Agency for the Evaluation of Universities and Research Institutes (ANVUR) in order to assess the quality of the national university research (from 2004 to 2010). He is the winner of the AGER Project 2015 and Director of the Research Unit of the University of Salento for the COMPETITIVE international project on olive oil (Nat. Ref. University of Naples "Federico II") and he was National Supervisor and scientific coordinator of the PRIN-COFIN Inter-University Programme 2009 entitled: "Consumption Behaviour of the Elderly: Effects for the Marketing Strategies of Businesses" (further local research unit: University of Padua, Faculty of Statistics); and Local Supervisor and scientific coordinator of the PRIN-COFIN Inter-University Programme 2005 entitled: "Local benchmarking: Analytical instruments for measuring performances and competitiveness of local territorial systems" (Nat. Sup., Prof. L. Pilotti, University of Milan "Statale") and winner of a competitive research project of Fondazione Caripuglia on the same subject.

He has been Director of the Social Sciences Area of the ISUFI (Istituto Superiore Universitario di Formazione Interdisciplinare) of the University of Salento, Italy (2010-2014), and has been Rector's Deputy for Institutional Communications at the same university (2007-2013). From 2016 to 2018, he has been the President of the Degree Courses in Management Studies (L18: Business economy; LM77: Management). He is currently Member of the Ph.D. School Board in Economics, Management and Quantitative Methods (XXXI, XXXII, XXXIII e XXXIV Editions) at the University of Salento, Italy.

He wrote eighteen books and fifty-six chapters in edited books. His publications in English include: *The Salience of Marketing Stimuli*, Boston: Kluwer, 2001; *Behind Ethical Consumption*, Bern: Peter



Lang, 2009; *Beyond Ethical Consumption*, Bern: Peter Lang, 2016; *Sustainable Luxury Brands: Evidence from Research and Implications for Managers*, London: Palgrave Macmillan 2017 (Preface by Richard Bagozzi, Introduction by Philip Kotler). He has published more than 250 articles on national and international journals, among which: *Advances in Consumer Research*, *Advances in Management*, *Amministrazione & Finanza*, *Bancaria*, *Cambridge Research Papers*, *Chinese Business Review*, *Commercio Internazionale*, *Economia Agro-alimentare*, *Economia Azienda & Sviluppo*, *Economia dei Servizi*, *Economia e Diritto del Terziario*, *Economia & Management*, *Economia e Politica Industriale*, *Economia e Società Regionale*, *Esperienze d'Impresa*, *European Advances in Consumer Research*, *European Journal of Marketing*, *Fashion Theory*, *Finanza Marketing & Produzione*, *Gazzetta Valutaria e del Commercio Internazionale*, *Giornale Italiano di Psicologia*, *Industria & Distribuzione*, *Innovative Marketing*, *Internal Trade*, *International Journal of Advertising*, *International Journal of Business and Management*, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, *International Journal of Management Cases*, *International Journal of Marketing Principles and Practices*, *International Journal of Marketing Studies*, *International Journal of Market Research*, *International Journal of Research in Marketing*, *International Review of Economics*, *International Review of Retail Distribution and Consumer Research*, *Journal of Advertising Research*, *Journal of Brand Management*, *Journal of Business Ethics*, *Journal of Business & Industrial Marketing*, *Journal of Business Research*, *Journal of Cleaner Production*, *Journal of Consumer Affairs*, *Journal of Consumer Behaviour*, *Journal of Consumer Research*, *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, *Journal of Fashion Marketing and Management*, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, *Journal of Marketing Communications*, *Journal of Marketing Management*, *Journal of Marketing Trends*, *Journal of Public Affairs*, *Journal of Research for Consumers*, *Journal of Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, *Journal of Consumer Marketing*, *Journal of Economic Psychology*, *Journal of Euromarketing*, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, *Journal of Media Business Studies*, *Journal of Place Management and Development*, *Journal of Product & Brand Management*, *Journal of Retailing and Consumer Services*, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, *Learning and Individual Differences*, *L'Impresa*, *Lingue e Linguaggi*, *Local Economy*, *Long Range Planning*, *Management*, *Marketing Letters*, *Marketing Management Journal*, *Mercati & Competitività*, *Micro & Macro Marketing*, *PMI*, *Perception & Motor Skills*, *Personality and Individual Differences*, *Piccola Impresa/Small Business*, *Problems and Perspectives in Management*, *Psicologia & Lavoro*, *Psychological Reports*, *Psychology & Marketing*, *Quaderni di Ricerca sull'Artigianato*, *Recherche et Applications en Marketing*, *Research Policy*, *Ricerche di Psicologia*, *Rivista di Studi sulla Sostenibilità*, *Rivista Economica del Mezzogiorno*, *Rivista Italiana di Ragioneria e di Economia Aziendale*, *Salute e Società*, *Scienze Regionali/Italian Journal of Regional Science*, *Sinergie*, *Sustainability*, *Sviluppo & Organizzazione*, *Testing Psicometria Metodologia*, *Territorio*, *Trade*, *Trade Marketing*.

He has been lecturer in more than 130 national and international conferences including those of the American Marketing Association, Association for Consumer Research, Academy of Marketing, Academy of Marketing Science, European Marketing Academy and the winner of awards and fellowships (Marketing Trends Conference's Best Paper; "Best Paper Award" Journal of Global Scholar of Marketing Science; Academy of Marketing Conference's Best Paper in Track; Bocconi "Economia & Management"; ISTAO-Olivetti; Istituto San Paolo of Turin; USIU, San Diego; INSEAD, Fontainebleau, France; British Council, Rome; International Rotary Foundation).

He is member of the Scientific Committee of the Series "Gestione di Impresa" published by Società Editrice Franco Angeli; member of the Scientific Committee of the "Finanza, Marketing & Produzione" Journal, published by the "Bocconi" University, Milan; of the "Micro & Macro Marketing" Journal, published by Il Mulino; and of the "Global Business & Economic Review" (referred journal).



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELL'ECONOMIA
Complesso Ecotekne – Via per Monteroni – 73100 Lecce
Tel. +39 832.298930 fax +39 832.298873

He is full member of: the Italian Marketing Society (SIMkt); the Italian Academy of Business Administration and Management (AIDEA); the Italian Society for the Psychology of Ageing (SIPA); the Italian Society for Regional Sciences (AISRe); the Academy of Management; the Association for Consumer Research (ACR); the American Marketing Association (AMA); the Academy of Marketing Science (AMS). He is also affiliated to the Center for Tourist Experience Development, Assessment & Innovation (TEDAI) and to the departmental research center ReCODE at the University of Salento; and to the Centro Interateneo Industria 4.0 and to the Centro di Ricerca Interuniversitario per l'Analisi del Territorio (CRIAT) at the University of Bari; and to the Center for Mature Consumer Studies and the Consumer Life-course Studies Group, Georgia State University, Atlanta, USA.

He has been listed in the last twenty editions of Marquis *Who's Who in the World* and in the last nine editions of Marquis *Who's Who in Finance & Industry*.