

INFORMAZIONI PERSONALI

Maria Irene Prete


✉ mariairene.prete@unisalento.it

Sesso F | Nazionalità Italiana

POSIZIONE RICOPERTA

2017-2023	Abilitato Conseguimento dell' Abilitazione Scientifica Nazionale come Professore universitario di II fascia nel settore Economia e Gestione delle Imprese SECS/P08 Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica
2015-2018	Ricercatore in Economia e Gestione delle Imprese Dipartimento di Scienze dell'Economia Università del Salento, Lecce
2017-2018 2016-2017	Docente di Heritage Marketing Facoltà di Lettere, Filosofia, Lingue e Beni Culturali Corso di Laurea Magistrale in Storia dell'Arte e Patrimonio Culturale Università del Salento, Lecce
2017-2018	Docente di International Marketing School of Economics and Finance, Xi'an International Studies University, Xi'an, Cina
2006-in corso	Culture della materia e Titolare in Commissione d'Esame Cattedra di Marketing Territoriale Cattedra di Marketing Cattedra di Economia e Gestione delle Imprese Cattedra di Ricerche di Mercato Dipartimento di Scienze dell'Economia, Università del Salento, Lecce
• Principali mansioni e responsabilità	Attività didattica fino ad un massimo di 560 studenti (lezioni frontali, seminari, esercitazioni, project work) Attività di ricerca, seminari, partecipazione e relazione a conferenze, pubblicazioni Ideazione e realizzazione di progetti di formazione Progettazione e raccolta di dati nelle ricerche basate su questionari (pianificazione e costruzione di indagini mediante questionario) Stesura di business plan, analisi delle tendenze di mercato, analisi dei competitori Stesura di progetti di finanziamento rientranti nei programmi di iniziativa della Comunità Europea (Interreg) e di ricerca (ERC, INTERREG, PRIN, CUIS)

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

Titoli di studio

2008	Dottorato di Ricerca in Metodi Economici e Quantitativi per l'Analisi dei Mercati Tesi di dottorato: <i>Marketing Politico, Credibilità e Nuovi Media</i> (Relatore: Prof. Gianluigi Guido) Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
2005-2006	Master of Science (MSc), Master Recherche in Science de Gestion (specializzazione in Marketing) Tesi: <i>La Credibilità dei Siti Web: Proposizione di un Modello</i> (Relatore: Prof. Staffan Hultén) Ecole Doctorale Economie, Gestion et Espace, Université Paris XII, ESCP-EAP, Ecole Centrale, Parigi, Francia
2000-2001	Master in Banca e Finanza – Gestione del Risparmio Facoltà di Economia, Università Tor Vergata, Roma

2000 **Laurea in Scienze Economiche e Bancarie con votazione 110/110 e lode**
 Tesi di laurea: *Il Modello delle Competenze in Banca: Analisi di un Caso*
 Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce

Corsi di specializzazione post-laurea

2012 Consumer Analytics Advanced Program
 Prof. P. Fader (Warthon School) e Prof. B. Hardie (London Business School)
 Alma Graduate School, Università di Bologna, 28-29 Maggio 2012

2008 Scuola di specializzazione in Modelli di Equazioni Strutturali con LISREL
 Scuola di Direzione per le Imprese e la Pubblica Amministrazione
 Facoltà di Economia, Università della Calabria, 2-6 Settembre 2008

2008 Scuola di specializzazione in Network Analysis con UCINET
 Scuola di Direzione per le Imprese e la Pubblica Amministrazione
 Facoltà di Economia, Università della Calabria, 24-28 Luglio 2008

2007 Scuola di specializzazione in Gestione dei Processi d'Internazionalizzazione
 Dipartimento di Studi Aziendali, Giuridici e Ambientali
 Facoltà di Economia, Università del Salento, 10-16 Settembre 2007

2005 Scuola di specializzazione in Economia Computazionale
 Dipartimento di Scienze Economiche e Matematico-Statistiche
 Facoltà di Economia, Università del Salento, 4-9 Luglio 2004

2001 Corso in Metodi Statistici per l'Analisi Sensoriale
 Scuola della Società Italiana di Statistica (SIS)
 Università Federico II, Napoli, 7-12 Settembre 2001

2001 Corso in Metodi Statistici per la Misurazione della Customer Satisfaction
 Scuola della Società Italiana di Statistica (SIS)
 Università Federico II, Napoli, 25-30 Luglio 2001

ATTIVITA' DIDATTICA E DI RICERCA A LIVELLO UNIVERSITARIO IN ITALIA O ALL'ESTERO

2014–2015 **Assegnista di ricerca**
 Cattedra di Marketing (Prof. Gianluigi Guido)

2011–2012 Programma di ricerca: *La misurazione della credibilità, dell'immagine e della percezione delle entità in gioco (attori, valori, ambiti territoriali e strategici) nel Marketing Politico*

2009–2010 Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce

Corsi universitari

2016-2017 **Docente di Heritage Marketing (in inglese)**
 Facoltà di Lettere, Filosofia, Lingue e Beni Culturali
 Corso di Laurea Magistrale in Storia dell'Arte e Patrimonio Culturale
 Università del Salento, Lecce

2015 **Docente titolare di insegnamento**
 Corso di "Psicologia: Il comportamento di consumo: Un modello di *customer satisfaction*" (3 CFU)
 Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce

2015 **Docente titolare di insegnamento**
 Corso di "Sociologia: Differenze e stili di vita tra i consumatori della terza età" (3 CFU)
 Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce

2015 **Docente a contratto**
 Corso di Recupero e Sostegno in "Economia e Gestione delle Imprese"
 Facoltà di Economia, Sapienza - Università di Roma

2012–2014	Docente titolare di contratto integrativo Corso di Distribution and Sales (in inglese) Facoltà di Economia, LUISS, Roma
2010–in corso	Collaboratore didattico e di ricerca Corso di Economia e Gestione delle Imprese Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
2006–in corso	Docente titolare di contratto integrativo Corso di Marketing Territoriale Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
2012–2013 2011–2012	Docente Laboratorio di Marketing Politico (2 crediti) Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università del Salento, Lecce
2003–in corso	Collaboratore didattico e di ricerca Corso di Marketing Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
2012–in corso	Collaboratore didattico e di ricerca Corso di Ricerche di Mercato Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
2010–2011	Tutor senior <i>Area di Scienze Sociali</i> (120 ore) Attività di tutoraggio nell'ambito del corso ordinario e del corso di II livello Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce
2009–2010 2010-2011	Collaboratore didattico e di ricerca Corso di Scienza e Tecnologie della Moda Facoltà di Scienza della Formazione, Università degli Studi di Bari, Bari
2007–2008	Docente titolare di contratto integrativo Corso di Economia e Tecnica della Pubblicità Facoltà di Economia, LUISS, Roma
2006–2007	Docente titolare di contratto integrativo Corso di Analisi e Ricerche di Mercato Facoltà di Economia, LUISS, Roma
2003–2004	Collaboratore didattico e di ricerca Corso di Comportamento del Consumatore Facoltà di Psicologia, Università La Sapienza, Roma
2001–2002 2002-2003	Collaboratore didattico e di ricerca Corso di Marketing Internazionale Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce

Corsi e Master post-laurea

2017	Docente titolare di modulo d'insegnamento Il Piano di Marketing Turistico (15 ore) Corso in "Marketing e Promozione Turistica", Pietro Manni s.r.l., Lecce.
2015	Docente titolare di modulo d'insegnamento Il Rapporto con il Cliente per la Gestione di un Business Model di Successo (20 ore) PON 2007/2013, Progetto di formazione Activating KHIRA " <i>Ingegneri Innovatori Imprenditori Specializzati in Approcci Integrati alla Gestione del Ciclo Di Vita del Prodotto</i> ", Centro Interdipartimentale Cultura Innovativa d'Impresa, Università del Salento, Lecce.

- 2015 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Tecniche di Marketing e Comunicazione (24 ore)
 PON 2007/2013, Progetto di formazione Activating KHIRA "Ingegneri Innovatori Imprenditori Specializzati in Approcci Integrati alla Gestione del Ciclo di Vita del Prodotto", Centro Interdipartimentale Cultura Innovativa d'Impresa, Università del Salento, Lecce.
- 2015 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Digital Marketing per il Turismo (20 ore)
 PON 2007/2013, Progetto di formazione "Tourism Experience Designer".
 Universus, Consorzio Universitario per la Formazione e l'Innovazione, Martignano (Le).
- 2014 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Organizzazione e Strategia Aziendale per i Processi Evolutivi d'Azienda (30 ore)
 PON 2007/2013, Progetto di formazione HSEPGEST "Gestione di Salute, Sicurezza, Qualità e Protezione Ambientale nei Processi Aziendali", Università del Salento, Lecce.
- 2014 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Marketing dei Beni Culturali (60 ore)
 PON 2007/2013, Azioni integrate per lo sviluppo sostenibile e per lo sviluppo della società dell'informazione – "Smart Cities and Communities and Social Innovation", Progetto di ricerca DICET – INMOTO, Università del Salento, Lecce
- 2014 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Economia e Gestione dei Beni Culturali (60 ore)
 PON 2007/2013, Azioni integrate per lo sviluppo sostenibile e per lo sviluppo della società dell'informazione – "Smart Cities and Communities and Social Innovation", Progetto di ricerca DICET – INMOTO, Università del Salento, Lecce
- 2013 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Marketing e Comunicazione (25 ore)
 Corso di formazione "Tecnologie Avanzate e Cloud per Fare Impresa"
 Universus, Consorzio Universitario per la Formazione e l'Innovazione, Bari
- 2013 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Tecniche di Comunicazione Efficace e Tecniche di Vendita (40 ore)
 Corso di formazione per "Manager per l'Innovazione per lo Sviluppo di Ingegneria Imprenditoriale Sostenibile" – Progetto Center of Entrepreneurial Engineering (CE2) PONa3_00354
 Università del Salento, Lecce
- 2013 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Tecniche di Comunicazione Efficace e Tecniche di Vendita (40 ore)
 Corso di Formazione avanzata per il "Potenziamento del Centro di Ricerche sulla Salute e sull'Ambiente TRAIN2HE"
 PONa3_00334
 Università del Salento, Lecce
- 2013 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Marketing Planning e Comunicazione Aziendale (62 ore)
 Master in Esperti nel Commercio e Internazionalizzazione delle PMI – Progetto SKIPPER, POR Puglia FSE 2007-2013
 Dipartimento di Scienze Giuridiche, Università del Salento, Lecce
- 2011–2012 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Marketing e Marketing Internazionale (160 ore) (in inglese)
 Corso di formazione e aggiornamento didattico-scientifico nell'ambito di un programma di scambio di esperienze, formazione superiore e d'eccellenza, assistenza e tutoraggio per docenti provenienti da Shaanxi Foreign Trade School, Xi'an, e Weinan Industry School, Weinan, Cina
 Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
- 2008 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Rischio Biotecnologico e Strategie Aziendali (10 ore)
 Corso di formazione post-universitaria in "Esperti della Gestione del Rischio Biotecnologico"
 Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali, Università del Salento, Lecce
- 2007 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
 Marketing Territoriale: Network Analysis dei Sistemi Territoriali Locali (10 ore)
 Master PIT 9.4 in "Analisi dei Mercati e Sviluppo Locale"
 Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce

- 2007 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
Marketing Internazionale (16 ore)
 Master PIT 9.5 in "Gestione dei Processi di Internazionalizzazione"
 Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce

Seminari post-laurea

- 2016-2017 *Introduzione all'Analisi Relazionale*
 2013-2014 • Seminario nell'ambito del Dottorato in "Studi Linguistici, Storico-Letterari e Interculturali", Dipartimento di
 2012-2013 Studi Linguistici, Università del Salento, Lecce
- 2009 *Ethical Consumption: The Choice of Organic Food Products and GM Food*
 Relazione nell'ambito di una conferenza in collaborazione con la *Finance Academy* di Mosca (Russia),
 Dipartimento di Scienze dell'Economia, Università del Salento, Lecce
- 2007 *Marketing Territoriale: L'Analisi Relazionale dei Sistemi Territoriali Locali Salentini*
 • Seminario nell'ambito di un progetto di formazione continua del Comune di Brindisi, in collaborazione con la
 LUISS *Business School* (LUISS, Roma), l'Associazione per lo Sviluppo del Territorio "Profeta" (ONLUS) e
 Confindustria-Brindisi
- 2005 *Retail Micro Marketing*
 • Seminario nell'ambito del corso di "**Retailing**," Prof. M. Dupuis, DEA (Diplôme d'Etudes Approfondies)
 Science de Gestion, ESCP-EAP, Parigi, Francia
- 2005 *Influence of Emotions on Advertising Responses*
 • Seminario nell'ambito del Corso di "**Advertising**," Prof. E. Tissier Debordes, DEA (Diplôme d'Etudes
 Approfondies) Science de Gestion, ESCPEAP, Parigi, Francia
- 2005 *Persuasion and Advertising*
 • Seminario nell'ambito del Corso di "**Advertising**," Prof. E. Tissier Debordes, DEA (Diplôme d'Etudes
 Approfondies) Science de Gestion, ESCPEAP, Parigi, Francia
- 2005 *Subculture of Consumption*
 • Seminario nell'ambito del Corso di "**Consumer Behavior**," Prof. A. Amine, DEA (Diplôme d'Etudes
 Approfondies), Science de Gestion, Ecole Doctorale Economie, Gestion et Espace, Università Paris XII,
 Parigi, Francia
- 2005 *Theories of Innovation*
 • Seminario nell'ambito del Corso di "**Innovation and Marketing**," Prof. S. Hultén, DEA (Diplôme d'Etudes
 Approfondies) Science de Gestion, Ecole Centrale, Parigi, Francia
- 2004 *Effect of the Extension of the Family Brand Name*
 • Seminario nell'ambito del Corso di "**Brand Management**," Prof. S. Pontier, DEA (Diplôme d'Etudes
 Approfondies) Science de Gestion, Ecole Doctorale Economie, Gestion et Espace, Università Paris XII,
 Parigi, Francia
- 2004 *Brand Relationship*
 • Seminario nell'ambito del Corso di "**Brand Management**," Prof. S. Pontier, DEA (Diplôme d'Etudes
 Approfondies) Science de Gestion, Ecole Doctorale Economie, Gestion et Espace, Università Paris XII,
 Parigi, Francia
- 2004 *Analisi Statistica con SPSS*
 • Seminari nell'ambito del Dottorato in Metodi Economici e Quantitativi per l'Analisi dei Mercati, XVIII ciclo,
 Università del Salento, Lecce
- 2004 *Segmentazione del Mercato e Posizionamento del Prodotto*
 • Seminario nell'ambito del Master in "Public Utilities Management (PUMA)", Università del Salento, Lecce
- 2003 *Marketing Strategico*
 • Seminario nell'ambito del Corso di specializzazione post-universitaria in "Agenti di Sviluppo
 dell'Innovazione per le PMI", Università del Salento, Lecce

- 2003 *Measurement of Customer Satisfaction in the Banking Sector: The Development of a Scale*
- Relazione nell'ambito di una conferenza in collaborazione con la *Finance Academy* di Mosca (Russia), l'Università del Salento, Lecce

Corsi extra-universitari

- 2008 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
Tecniche di Gestione Economico Finanziaria (25 ore)
 Corso I.F.T.S. per "Tecnico per l'Organizzazione e il Marketing del Turismo Integrato"
 Liceo Scientifico Statale "G. Stampacchia", Tricase (LE)
- 2008 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
Marketing (25 ore)
 Corso I.F.T.S. per "Tecnico per l'Organizzazione e il Marketing del Turismo Integrato"
 Liceo Scientifico Statale "G. Stampacchia", Tricase (LE)
- 2008 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
Marketing e Marketing Internazionale (20 ore)
 Corso di formazione in "Esperto nei Processi Integrati e di Sistemi per uno Sviluppo nel Settore Manifatturiero in una Logica di Filiera"
 FORPUGLIA, Sannicola (LE)
- 2007–2008 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
Fondamenti di Marketing Mix (30 ore)
 Progetto POF di Eccellenza in Discipline Economiche e Aziendali
 I.T.C. "Bachelet", Copertino (LE)
- 2005–2006 **Docente titolare di modulo d'insegnamento**
Ricerche di Mercato (25 ore)
 Corso I.F.T.S. per "Tecnico Marketing di Promozione e Comunicazione Turistica"
 Liceo Scientifico Statale "C. De Giorgi", Lecce

Componente di commissioni d'esame per i seguenti insegnamenti

Presidente di commissione d'esame

- 2016-2017 Corso di Heritage Marketing (6 CFU)
 Facoltà di Lettere e Filosofia, Lingue e Beni Culturali, Università del Salento, Lecce
- 2014-2015 Corso di "Psicologia: Il comportamento di consumo: Un modello di *customer satisfaction*" (3 CFU)
 Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce
- 2014-2015 Corso di "Sociologia: Differenze e stili di vita tra i consumatori della terza età" (3 CFU)
 Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce

Componente di commissione d'esame

- 2006–in corso Marketing Territoriale
 Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
- 2010–in corso Economia e Gestione delle Imprese
 Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
- 2003–in corso Marketing
 Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
- 2011–2013 Laboratorio di Marketing
 Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università del Salento, Lecce

2012-2013	Distribution and Sales (in inglese) Facoltà di Economia, Università LUISS, Roma
2012-2013	Politiche di prodotto Facoltà di Economia, Università LUISS, Roma
2010-2011	Scienza e Tecnologie della Moda Facoltà di Scienza della Formazione, Università degli Studi di Bari, Bari
2007-2009	Analisi e Ricerche di Mercato Facoltà di Economia, Università LUISS, Roma
2007-2009	Economia e Tecnica della Pubblicità Facoltà di Economia, Università LUISS, Roma
2002-2003	Marketing Internazionale Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce

PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA

Progetti di ricerca finanziati

2014-2015	<p>Collaboratore ad attività di ricerca Progetto Puglia@Service – Attività di ricerca nel progetto Puglia@Service sul tema dell'innovazione nei servizi, "L'ingegneria dei servizi Internet-based per lo sviluppo strutturale di un territorio intelligente - Puglia@Service". Progetto di ricerca PON02_00563_3489339 PUGLIA@Service, Soggetto attuatore: DHITECH (Distretto Tecnologico High Tech Scarl). Partner: Università del Salento, Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Engineering Ingegneria Informatica Spa, Exprivia Spa. Responsabile scientifico del progetto di ricerca: Prof.Ssa Giuseppina Passiante, Università del Salento, Lecce. Responsabile del progetto: Ing. Lanfranco Marasso, Direttore dell'Innovazione del Settore Pubblico, Gruppo Engineering. Centro Cultura Innovativa d'Impresa, Università del Salento, Lecce</p>
2014-2015	<p>Membro di unità di ricerca <i>"MEDESS-4MS – Mediterranean Decision Support System for Marine Safety"</i>, Progetto triennale cofinanziato dall'Unione Europea e da European Regional Development Fund (ERDF) nel quadro del Programma MED FESR, Priorità-Obiettivo: 2-3; Asse 2: Protezione dell'ambiente e promozione dello sviluppo di un territorio sostenibile; Obiettivo 2.3: Prevenzione dei rischi marittimi e rafforzamento della sicurezza marittima. dedicato alla prevenzione del rischio e al rafforzamento della sicurezza marittima relativa agli sversamenti di petrolio nel Mediterraneo. Direttore scientifico: Prof. Alberto Marcati LUISS, Libera Università di Scienze Sociali, Roma</p>
2013-2015:	<p>Membro di unità di ricerca e promotore del progetto Progetto CUIS <i>"L'implementazione di un Modello di Marketing Territoriale per l'identificazione, la Creazione e la Gestione di un Meta-Distretto Produttivo Pugliese"</i>. Progetto vincitore della valutazione comparativa da parte del Consorzio Universitario Interprovinciale Salentino (CUIS), cofinanziato dal Dipartimento di Scienze Economiche (Università del Salento, Lecce), Consorzio per l'Area di Sviluppo Industriale (ASI, Lecce), Comune di Galatina (Le). Direttore scientifico: Prof. Gianluigi Guido</p>
2011-2012:	<p>Membro di unità di ricerca <i>PRIN 2009 - Il Comportamento di Consumo degli Anziani: Effetti per le Strategie di Marketing delle Imprese</i> Coordinatore: Prof. Gianluigi Guido Facoltà di Economia, Università del Salento</p>
2010-2011:	<p>Titolare di Borsa di Ricerca in Collaborazione Internazionale (6 mesi) <i>Strategie degli Attori Politici e Comportamento di Voto: Un'Analisi di Marketing Politico in una Prospettiva Cross-Culturale</i> Coordinatore scientifico: Prof. Nicholas O'Shaughnessy</p>

Queen Mary – University of London, Londra, Regno Unito

2005–2006:

Membro di unità di ricerca

PRIN 2005 – Studio dei Cluster, delle Reti e dei Fabbisogni Strategici di un Sistema Territoriale Locale Multi-Vocazionale e Sviluppo dei Distretti Turistici e Industriali Salentini in una Prospettiva di Marketing Strategico

Coordinatore scientifico: Prof. Luciano Pilotti

Facoltà di Economia, Università degli Studi di Milano

2011

Membro di unità di ricerca

Progetto per il riconoscimento del Sistema Turistico di Prodotto *Apulia Congressi* (in corso di valutazione da parte della Regione Puglia)

Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce

- L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha avuto per oggetto lo studio degli aspetti economici, strategici e gestionali relativi al riconoscimento di un sistema turistico di prodotto congressuale, *Apulia Congressi*, che si propone come *mission* il coordinamento, la valorizzazione e la promozione dell'offerta turistica operante nel segmento congressuale, nella *vision* di realizzare un sistema di offerta integrato pubblico-privato per la produzione e la promozione del prodotto congressuale pugliese. L'attività di ricerca riguarderà anche la definizione delle principali linee di intervento progettuale, attraverso la pianificazione di specifiche azioni di sistema, e relative al meta-management della filiera nelle principali funzioni di produzione, valorizzazione delle strutture e dei servizi di segmento e azioni di promozione e marketing sui mercati nazionali ed internazionali.

PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA

2017-in corso

Rete UNITWIN-UNESCO “Cultura, Turismo, Sviluppo”, Università del Salento.

La rete UNITWIN-UNESCO è stata creata nel 2002 su iniziativa della Cattedra UNESCO “Cultura, Turismo, Sviluppo”, di Parigi 1 Pantheon – Sorbona e raccoglie una trentina di università da tutto il mondo. È un sistema integrato di cooperazione nei settori della ricerca, della documentazione e della formazione che assume un ruolo di facilitatore degli scambi e della trasmissione del saper fare tra le università, gli attori pubblici, le ONG, la società civile e le imprese.

2015–in corso

Gruppo di ricerca Prof. Phil Harris (Business Research Institute), University of Chester, Regno Unito.

L'attività individuale nel gruppo di ricerca ha per oggetto la conduzione di studi e indagini nell'ambito del marketing politico e aziendale, con l'obiettivo di rafforzare la competitività territoriale affrontando le questioni chiave che incidono sull'economia regionale. Inoltre, il gruppo risponde alle richieste di programmi di ricerca strategici che possono essere finanziati.

ALTRE ESPERIENZE DI LAVORO

2016-in corso

Consulente aziendale e di marketing ICare srl

Ricerche di marketing, servizi innovativi e consulenza d'impresa
Via Verbania, 4, 00182 Roma

2012–in corso

Esperto nelle aree “Indagini di genere”, “Economico-aziendale”, e “Comunicazione, Marketing e Promozione”

Ufficio Consigliera di Parità, Provincia di Lecce

2012–in corso

Statistico informatico

CAMCOM Universitas Mercatorum, Roma

2005–2008

Tirocinante commercialista

Studio di consulenza Dr. Alessandra Congedo, Lecce

2005

Consulente scientifico

Progetto di misurazione e sviluppo della *customer satisfaction* dei servizi bibliotecari
Biblioteca Settore Economico, Area Economico-Giuridica, Università del Salento

- 2002–2003 **Consulente aziendale**
 Misurazione e sviluppo della *customer satisfaction* dei servizi finanziari e assicurativi
 Banca Popolare Pugliese, Matino (Lecce)
- 2002 **Stagista**
 Progetto di misurazione e sviluppo della *customer satisfaction* dei servizi finanziari e assicurativi
 Banca Popolare Pugliese, Matino (Lecce)

COMPETENZE PERSONALI

Lingua madre	Italiano				
Altre lingue	COMPRESIONE		PARLATO		PRODUZIONE SCRITTA
	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	
Lingua Inglese	C2	C2	C2	C2	C2
TOEIC (TEST OF ENGLISH FOR INTERNATIONAL COMMUNICATION)					
Punteggio: 840 (10/990)					
Lingua Spagnola	C2	C2	C2	C2	C2
DELE (DIPLOMA DE ESPANOL COMO LENGUA EXTRANJERA)					
Punteggio: 89,57 (60/100)					
Lingua Francese	B1	B1	B1	B1	B1

**COMPETENZE INFORMATICHE
 E STATISTICHE**

- AMOS/LISREL:** Software per la stima di modelli di misurazione e strutturali attraverso la *confirmatory factor analysis* e la *path analysis*. Le competenze apprese nell'uso di questi software derivano dalla partecipazione ad un corso di specializzazione sui modelli di equazioni strutturali con LISREL e dall'impiego di questi modelli in ricerche pubblicate su riviste internazionali.
- Marketing Engineering:** Software per la realizzazione di analisi statistiche avanzate. In particolare, le competenze acquisite nell'uso di questo software interessano l'analisi strategica con modelli matriciali (come le matrici McKinsey e Boston Consulting Group).
- UCINET/ NetDraw:** Software per l'analisi qualitativa dei dati *relazionali (Social Network Analysis)*, impiegati per il calcolo degli indici di densità, centralità, distanza. Le competenze acquisite nell'uso di questo software derivano dalla partecipazione ad un corso di specializzazione e dall'impiego di tali indici nell'ambito di ricerche i cui risultati sono in corso di pubblicazione.
- 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 *cluster analysis*, la *exploratory factor analysis* e il *multi-dimensional scaling*). Le competenze apprese in questo ambito risultano dall'impiego di queste analisi in molti degli studi pubblicati e dall'attività didattica svolta sui metodi di ricerca e sulle tecniche di analisi con SPSS.

PUBBLICAZIONI
Monografie

- [1] "Aspetti Metodologici e Strategici dell'Approccio di Marketing Politico", Coordinamento SIBA, Università del Salento, eISBN: 978-88-8305-113-5.

- [2] "Beyond Ethical Consumption Religious-like Behaviours and Marketing Habits: Fervid Attachment to Brands, Shopping Limerence, Political Fanatism", (co-autori: Guido, G., Pichierri, M., Pino, G., e Peluso, A.M.), (2016), London: Peter Lang Publishers. ISBN: 9783035109245

Articoli su riviste nazionali e internazionali

- [1] "Determinants of Southern Italian Households' Intention to Adopt Energy Efficiency Measures in Residential Buildings", (co-autori: Piper, L., Rizzo, C., Pino, G., Capestro, M., Mileti, A., Pichierri, M., Amatulli, C., Peluso, A.M., e Guido, G.) (2017), *Journal of Cleaner Production*, 153, 83-91. DOI: 10.1016/j.jclepro.2017.03.157
- [2] "Effects of Blue Lighting in Ambient and Mobile Settings on the Intention to Buy Hedonic and Utilitarian Products" (co-autori: Guido G., Piper L., Mileti, A., e Trisolini C.M) (2017), *Psychology & Marketing*, Special Issue on Mobile Marketing, 34 (2), 215-226. DOI: 10.1002/mar.20984.
- [3] "Network analysis of local territorial systems in the Salento region, Italy" (co-autori: Guido, G., Rizzo, C., Cazzarò, A., Pino, G.) (2016), *Rivista di Studi sulla Sostenibilità*, 1, 83-101. ISSN 2239-1959, DOI: 10.3280/RISS2016-001008.
- [4] "Quantity Distortion Effect in Consumers' Perception of Different Volumes and Weights of Money - A Pilot Study", (co-autori: Guido G., Piper L., Mileti, A. e Fonda, M.) (2016) *Perceptual and Motor Skills*, 123 (1), 175-189. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0031512516660717>
- [5] "Analysis of the development and diffusion of technological innovations in oil spill forecasting: The MEDESS-4MS case" (co-autori: Marcati, A., Mileti, A., Cortese, M., Gauci, A., Zodiatis, G., Karakolia, A., Drago, A.), (2016), *Deep Sea Research Part II Topical Studies in Oceanography*, DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.dsr2.2016.05.025>
- [6] "Nanomarketing: A New Frontier for Neuromarketing," (co-autori: Mileti, A. e Guido, G.), (2016), *Psychology & Marketing*, 33 (8), 664-674 DOI: 10.1002/mar.20907
- [7] "Explaining the Deterioration of Elderly Consumers' Behavior through the Broken Windows Theory" (co-autori: Pino, G., Guido, G., e Bruno, I.), (2015), *Journal of Research for Consumers*, 28, 1-37.
- [8] "Mix-and-Match" Fashion Trend and Luxury Brand Recognition: An Empirical Test Using Eye-Tracking" (co-autori: C. Amatulli, G. Guido, A. Mileti, C. Tomacelli, A.E. Longo), *Fashion Theory*, doi: 10.1080/1362704X.2015.1082294.
- [9] "Customer Satisfaction e Qualità delle Informazioni al Cliente nelle Banche: Un'Analisi Empirica" (co-autori: G. Guido, A. Mileti e V. Scamandro), *Bancaria*, 6-7, 21-35. ISSN: 0005-4623
- [10] "The Dominant Rationality of Local Stakeholder Networks: The Case of a Southern Italian Province," (co-autori: G. Pino e G. Guido), (2014), *Local Economy*, 29 (6-7), 687-707.
- [11] "L'Applicazione delle Nanotecnologie al Neuromarketing: Rassegna e Proposizioni," (co-autori: A. Mileti e G. Guido), (2014), *Mercati e Competitività*, 1 (14), 17-35. ISSN: 1826-7386.
- [12] "Brand Emotional Credibility: Effects of Mixed Emotion about Branded Products with Varying Credibility", (co-autori: A. Mileti e G. Guido), (2013), *Psychological Reports*, 113 (2), 404-419. ISSN: 0033-2941
- [13] "Consumer Hypnotic-Like Suggestibility: Possible Mechanism in Compulsive Purchasing," (co-autori: G. Guido, e M. Pichierri), *Psychological Reports*, (2013), 113 (1), 1174-1186.
- [14] "The Role of New Retailing Formats in the Italian Local Development," (co-autori: A. Mileti, e G. Guido), *Chinese Business Review* (2011), 10 (8), 1-14.
- [15] "Targeting Direct Marketing Campaigns by Neural Networks," (co-autori: G. Guido, S. Miraglia e I. De Mare), *Journal of Marketing Management* (2011), 27 (9-10), 992-1006.
- [16] "Prototypes vs. Examples: A New Model of Online Credibility for Commercial Websites," (co-autori G. Guido e L. Sammarco), *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* (2010), 18 (1), pp. 3-16.

- [17] "The Role of Ethics and Product Personality in the Intention to Purchase Organic Food Products: A Structural Equation Modeling Approach," (co-autori: G. Guido, A.M. Peluso, R.C. Maloumby-Baka e C. Buffa), *International Review of Economics* (2010), 57 (1), pp. 79-102.
- [18] "Effects of Jewish-Italian Consumer Animosity towards Arab Products: The Role of Personality," (co-autori: G. Guido, P. Tedeschi e L. Dadusc), *Marketing Management Journal* (2010), 20 (1), pp. 3-25.
- [19] "Il Consumo Etico dei Prodotti Alimentari Biologici: Il Ruolo delle Norme Morali," (co-autori P. Tedeschi, L. Franceschini e C. Buffa), *Economia Agro-Alimentare* (2009), 3, pp. 53-77.
- [20] "The Role of Cause-Related Marketing in "Co-opetition with Consumers" Strategies," (co-autori: G. Guido e D. De Santis), *Advances in Management*, (2009), 2 (1), pp. 7-16.
- [21] "The Market for Hydrogen Cars: Consumers' and Experts' Products Images and Determinants of Purchase Intentions", (co-autori: G. Guido, A.M. Peluso, e J. Quarchioni), *The World of New Economy*, (2008) 2, pp. 41-47.
- [22] "M-Politics: Credibility and Effectiveness of Mobile Political Communications," *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, (2007), 16 (1), pp. 48-56.

Contributi a volumi in curatela

- [1] "The Influence of Religiosity on Consumption Behaviour" (2016) (co-autori: G. Pino e A.M. Peluso), In Guido, G., Prete, M.I., Pichierri, M., Pino, G., e Peluso, A.M., (a cura di), *Beyond Ethical Consumption – Religious-Like Behaviors and Marketing Habits: Fervid Attachment to Brands, Shopping Limerence and Political Fanaticism*, London: Peter Lang Publishers. ISBN: 9783035109245.
- [2] "Developing a Scale of Fervid Attachment to Brands in Shopping Behaviour" (2016) (co-autore: G. Guido), In Guido, G., Prete, M.I., Pichierri, M., Pino, G., e Peluso, A.M., (a cura di), *Beyond Ethical Consumption – Religious-Like Behaviors and Marketing Habits: Fervid Attachment to Brands, Shopping Limerence and Political Fanaticism*, London: Peter Lang Publishers. ISBN: 9783035109245.
- [3] "The Sacred and the Secular of Political Ideology", (2016) In Guido, G., Prete, M.I., Pichierri, M., Pino, G., e Peluso, A.M., (a cura di), *Beyond Ethical Consumption – Religious-Like Behaviors and Marketing Habits: Fervid Attachment to Brands, Shopping Limerence and Political Fanaticism* London: Peter Lang Publishers. ISBN: 9783035109245.
- [4] "Political Hypocrisy: Its Measurement and Effects on Voting Intentions" (2016) (co-autori: A.M. Peluso, G. Guido, M. Pichierri e G. Pino), In Guido, G., Prete, M.I., Pichierri, M., Pino, G., e Peluso, A.M., (a cura di), *Beyond Ethical Consumption – Religious-Like Behaviors and Marketing Habits: Fervid Attachment to Brands, Shopping Limerence and Political Fanaticism*, London: Peter Lang Publishers. ISBN: 9783035109245.
- [5] "Attachment" (2014), *Wiley Encyclopedia of Management*, C. Cooper (a cura di), 3rd Edition, John Wiley and Sons Ltd.
- [6] "Below-the-line" (2014), *Wiley Encyclopedia of Management*, C. Cooper (a cura di), 3rd Edition, John Wiley and Sons Ltd.
- [7] "Machiavellism" (2014), *Wiley Encyclopedia of Management*, C. Cooper (a cura di), 3rd Edition, John Wiley and Sons Ltd.
- [8] "Le criticità del terziario avanzato nello sviluppo del Salento: una ricerca esplorativa", (2013) (coautori: G. Guido, G. Pino, M. Capestro, A. Mileti e C. Tomacelli), in *Lo Sviluppo Sostenibile Ambiente, Risorse, Innovazione, Qualità – Scritti in memoria di Michela Specchiarello*, Milano: FrancoAngeli.
- [9] "Customer Perception of Destination Identity and Image: An Application to Four Italian Local Districts," (co-autori: G. Guido, A.M. Peluso, C. Pace e C. Amatulli), (2012), in *Customer Centric Marketing Strategies: Tools for Building Organizational Performance*, H.R. Kauffman e M.F.A. Khan Panni, (a cura di), Hershey: IGI Global.
- [10] "L'Innovazione Creativa e il Fenomeno dell'Exaptation nell'Organizzazione Strategica delle Imprese," (co-autori: G. Guido e G. Pino), (2011) in *Creatività, Innovazione e Territorio - Eco-Sistemi del Valore per la Competizione Globale*, Collana AIDEA di Management, Pilotti, L. (a cura di), Bologna: Il Mulino. ISBN: 978-88-15-23406-3

- [11]“La Scala di Soddisfazione nel Consumo dei Servizi Offerti dalle Assicurazioni”, (co-autori: A. Fino, e A. Tridici), in Guido G., Bassi F. e Peluso, A.M. (a cura di), *La Soddisfazione del Consumatore: La Misura della Customer Satisfaction nelle Esperienze di Consumo*, Milano: Franco Angeli, (2010), pp. 255-272. ISBN: 978-88-568-2251-9
- [12]“La Scala di Soddisfazione nel Consumo dei Servizi Offerti dalle Banche”, in Guido G., Bassi F. e Peluso, A.M. (a cura di), *La Soddisfazione del Consumatore: La Misura della Customer Satisfaction nelle Esperienze di Consumo*, (2010), Milano: Franco Angeli, pp. 235-254. ISBN: 978-88-568-2251-9
- [13]“Vocazione Versus Percezione dei Sistemi Territoriali Locali: Due Studi Sperimentali” (Co-autori: G. Guido, A. M. Peluso e C. Pace), in *Competitività, Ecologie e Territorio: Networks, Creatività e Capitale Sociale nella Co-Generazione del Valore*, a cura di G. Fiscato e L. Pilotti, 2010, Napoli: ScriptaWeb, 93-130. ISBN: 978-88-6381-092-9
- [14]“The Influence of Moral Norms and Self-Identity on the Choice of Organic Food Products,” (co-autori: G. Guido, P. Tedeschi, L. Franceschini e C. Buffa), in *Behind Ethical Consumption – Purchasing Motives and Marketing Strategies for Organic Food Products, Non-GMOs, Bio-Fuels*, G. Guido (a cura di), (2009), London: Peter Lang Publishers, pp. 15-41. ISBN: 978-3034300957
- [15]“Effects of Product Personality, Moral Norms and Moral Disengagement on the Intention to Buy Organic Food Products,” (co-autori: G. Guido, R.C. Maloumy-Mbaka e C. Buffa,) in *Behind Ethical Consumption – Purchasing Motives and Marketing Strategies for Organic Food Products, Non-GMOs, Bio-Fuels*, G. Guido (a cura di), (2009), London: Peter Lang Publishers, pp. 42-71. ISBN: 978-3034300957
- [16]“The Impact of Ethical Self-Identity and Safety Concerns on Attitudes and Purchasing Intentions of Organic Food Products,” (co-autori: G. Guido e G. Pino), in *Behind Ethical Consumption – Purchasing Motives and Marketing Strategies for Organic Food Products, Non-GMOs, Bio-Fuels*, (2009), G. Guido (a cura di), London: Peter Lang Publishers, pp. 73-93. ISBN: 978-3034300957
- [17]“Effects of Attitudes and Personal Values on the Purchase Intention of Genetically Modified Food Products,” (co-autori: G. Guido e G. Pino), in *Behind Ethical Consumption – Purchasing Motives and Marketing Strategies for Organic Food Products, Non-GMOs, Bio-Fuels*, G. Guido (a cura di), (2009), London: Peter Lang Publishers, pp. 95-117. ISBN: 978-3034300957
- [18]“Le Determinanti dell’Intenzione di Fruizione: Atteggiamenti, Pressioni Sociali e Fattori Esterni,” in Guido, G. *Le Determinanti dell’Immagine dell’Ateneo Leccese*, Economia, Azienda & Sviluppo, Quaderno, 2008, No. 7, Dipartimento di Studi Aziendali, Giuridici e Ambientali, Università del Salento, Lecce, pp. 27-34.
- [19]“When Is a Duck not a Duck? When It’S a Euro: Trust-Based Marketing Communications in Virtual Communities”, (co-autori: G. Guido e R. D’Ettore) in “*Computer-Mediated Relationships and Trust: Managerial and Organizational Effects*” (2007), a cura di Brennan, L.L. e Johnson, V., Idea Group Publishing, pp. 194-215. ISBN: 978-1-59904-495-8 (hardcover) ISBN: 978-1-59904-497-2 (ebook)

Organizzazione di seminari, workshop e conferenze nazionali e internazionali

- [1] Membro del comitato organizzativo della Conferenza internazionale annuale “Local Governance in the New Urban Agenda”, International Geographic Union Commission (IGU) “Geography of Governance”, 19-21 Ottobre 2017, Dipartimento di Beni Culturali, Università del Salento, Lecce.
- [2] Membro del comitato organizzativo del ciclo di seminari “Experimental Consumer Research”, tenuti dal Prof. Stefano Puntoni, (Erasmus University Rotterdam, Olanda), Maggio 2014, Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce.
- [3] Membro del comitato organizzativo del ciclo di seminari “Behavior, Emotions and Neuromarketing”, tenuti dalla Prof.ssa Hilke Plassman, (INSEAD, Fontainebleau, Francia), Giugno 2014, Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce.
- [4] Membro del comitato organizzativo del ciclo di seminari “The Power of Brands”, tenuti dal Prof. Rajan Natarajan, (Auburn University, USA), Luglio 2014, Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce.
- [5] Membro del comitato organizzativo di un ciclo di seminari annuale previsti nell’a.a. 2013-2014, Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce.
- [6] Membro del comitato organizzativo di un ciclo di seminari annuale previsti nell’a.a. 2012-2013, Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce.
- [7] Membro del comitato organizzativo di un ciclo di seminari annuale previsti nell’a.a. 2011-2012, Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce.
- [8] Membro del comitato organizzativo di un ciclo di seminari annuale previsti nell’a.a. 2010-2011, Scuola Superiore ISUFI, Università del Salento, Lecce.

Partecipazione a conferenze su invite

- [1] "Negative Emotions in Visual and/or Textual Information Contents: A Food Neuromarketing Study", partecipazione al Workshop "Making People Feel Bad: What is The Role of Negative Appeals in Marketing?" Queen Mary University of London, 23 aprile 2017, Charterhouse Square Campus, London.
- [2] "Cultural Heritage Marketing: Nuovi Trend e Prospettive", Convegno Patrimonio Culturale e Turismo Esperienziale: Nuove Occasioni Di Sviluppo Territoriale, organizzato dall'Associazione Culturale HeArts- Heritage and Arts, Università del Salento (Dipartimento di Beni Culturali - Corso di Laurea Magistrale in Storia dell'Arte e Patrimonio Culturale), MiBACT - Polo Museale della Puglia, Castello Angioino di Copertino, Comune di Copertino, 24 Settembre 2016, Copertino.

Articoli in atti di convegni nazionali e internazionali

- [1] "Modeling Local Development Using Fuzzy Logic and GIS: The Case of a Southern Italian Province" (co-autori: C. Rizzo, G. Pino, T. Pirotti, L. Piper, G. Guido), paper accettato per la presentazione all'International Conference "Local Governance in the New Urban Agenda" IGU, Commission Geography of Governance & University of Salento, 19-20 Ottobre 2017, Lecce, Italia.
- [2] "Decline or Survive. A Field Study in Two Italian Footwear Districts", (co-autori: M. Capestro, A. Mileti, L. Piper, G. Guido), paper accettato per la presentazione all'International Conference "Local Governance in the New Urban Agenda" IGU, Commission Geography of Governance & University of Salento, 19-20 Ottobre 2017, Lecce, Italia.
- [3] "Political Disengagement and Political Hypocrisy: A Hidden Connection?" (co-autori: G. Guido, P. Harris, e L. Piper), paper presentato alla Conferenza Academy of Marketing, The Magic of Marketing, 7-9 Luglio 2015, Limerick, Irlanda.
- [4] "Effetti dell'Esposizione alla Luce Blu sullo Stato Motivazionale e sull'Intenzione d'Acquisto dei Beni Edonistici e Utilitaristici" (Co-autori: G. Guido, L. Piper, A. Mileti, M. Pichierri, C.M. Trisolini, e M. Capestro), Atti della XIV International Conference Marketing Trends, 23-24 Gennaio 2015, ESCP-EAP, Parigi, Francia.
- [5] "La Percezione del Contenuto di Grassi nei Cibi: Differenze nelle Informazioni Verbali o Visive" (Co-autori: L. Piper, A. Mileti, M. Pichierri, E. De Franchis, G. Guido, e S. Pagano), Atti della XIV International Conference Marketing Trends, 23-24 Gennaio 2015, ESCP-EAP, Parigi, Francia.
- [6] "Il Ruolo della Raccolta delle Informazioni nella *Customer Satisfaction* delle Banche Meridionali" (co-autori: A. Mileti, V. Scamandro e G. Guido), 18-19 Settembre 2014, XI Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing.
- [7] "Nanomarketing: Extending the Theory of Neuromarketing to Nanodevices" (Co-autori: A. Mileti, e G. Guido), paper accettato per la presentazione alla XIII International Conference Marketing Trends, 24-25 Gennaio 2014, ESCP-EAP, Venezia.
- [8] Amatulli C., Guido G., Tomacelli C., Mileti A., Prete M.I., Peluso A.M., e Longo A.E., "Mix-and-Match Fashion Trend and Luxury Brand Recognition: An Empirical Test Using Eye-Tracking", 17-19 Gennaio 2013, Atti dell'*International Conference Marketing Trends*, ESCP-EAP, Parigi, Francia.
- [9] "La Percezione dell'Ipocrisia Politica nel Governo dei Sistemi Territoriali Locali", (Co-autori: A. Mileti, M. Capestro e G. Guido), 18-19 Ottobre 2012, Atti del *XIV Convegno Annuale Sinergie, Il Territorio come Giacimento di Vitalità dell'Impresa*, Università del Salento, Lecce.
- [10] "Network Analysis of Local Territorial Systems in Salento: A Strategic Marketing Study", (co-autori: G. Guido e M. Giannuzzi), *Atti della 28° Conferenza IMP (Industrial Marketing and Purchasing Group), Combining the Social and Technological Aspects of Innovation: Relationships and Networks*, 13-14 Settembre 2012, Università Cattolica del Sacro Cuore, Roma.
- [11] "Effects of Social, Environmental and Consumption Contexts on Senior Consumers' Self-Perceived Youthfulness: The Role of Hedonic vs. Utilitarian Goals", (Co-autori: C. Amatulli, A.M. Peluso e G. Guido), 4-6 Settembre 2012, *Atti della Conferenza Internazionale della Royal Statistical Society*, Telford, Regno Unito.
- [12] "La Percezione dell'Ipocrisia dei Politici negli Elettori Anziani" (Co-autori: G. Guido, C. Amatulli e A.M. Peluso), Atti della *V Conferenza Nazionale di Psicologia per l'Invecchiamento, Società Italiana di Psicologia dell'Invecchiamento (SIPI)*, Università di Treviso, 25-26 Maggio 2012, Treviso.

- [13] “Gli Effetti delle Emozioni sul Posizionamento e sull’Intenzione d’Acquisto di prodotti di Marca Diversamente Credibili” (Co-autori: A. Mileti, G. Guido, N. Marra e T. Scarlino), *Proceedings of the 11th International Conference Marketing Trends*, Università Ca’ Foscari, 21-23 Gennaio 2012, Venezia. ISBN: 9782953281132
- [14] “Personality, Values and Voters’ Consumption Behavior in the Italian Political Context,” (co-autore: G. Guido), In: Patterson, A. e Oakes, S. (a cura di) *Proceedings of the Academy of Marketing Conference 2011: Marketing Fields Forever*, Academy of Marketing, 4-7 Luglio 2011, Liverpool. ISBN: 978-0-9561122-34
- [15] “Lo Sviluppo di una Scala dell’Attaccamento Fervido alle Marche nello Shopping,” (co-autori: G. Guido, M. Potenza, e M. Paiano,) *Proceedings of 10th International Conference Marketing Trends*, 2011, J.C. Andreani e U. Collesei (Eds.), Paris-Venice, Marketing Trends Association. ISBN: 978-2-9532811-2-5
- [16] “Addressing Corporate Social Responsibility from a Strategic Marketing Perspective: The Role of Consumers’ Ethics, Beliefs, and Personal Values,” (Co-autori: G. Guido, G. Pino e A.M. Peluso), Convegno annuale dell’Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), XXXIII Edizione, Milano, 21-22 Ottobre 2010 (http://www.stampa.unibocconi.it/editor/archivio_pdf/Programma_Aidea_20101020102322.pdf).
- [17] “Esperienze Ipnótiche in Alcune Situazioni di Consumo: Uno Studio Preliminare sulla Suggestionabilità,” (co-autori: G. Guido, e M. Pichierri), *Atti del VII Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Università degli Studi di Ancona, 24-25 Settembre 2010, Ancona.
- [18] “A Theory of ‘Broken Teeth’: The Broken Windows Theory Applied to the Deterioration of Patterns of Consumptions in Elderly Consumers”, (co-autori: G. Guido, G. Pino, e I. Bruno), in S. Okazaki (Ed.), *Advances in Advertising Research* (Vol. 2), Gabler, 24-26 Giugno 2010, Madrid, (Spagna). ISBN: 3834931349.
- [19] “Purchasing Motivations of Regular and Occasional Organic Food Consumers: The Incidence of Food Safety and Ethical Concerns” (2011), *Proceedings of The European Association for Consumer Research Conference 2010* (co-autori G. Guido, G. Pino, e A.M. Peluso), *European Advances in Consumer Research*, (Eds.) A. Bradshaw, C. Hackley, e P. MacLaran, Vol. 9, Association for Consumer Research: Duluth (MN), p. 442-443. ISBN: 9780915552665
- [20] “Source Credibility: A New Model for Marketing Websites,” (co-autori: G. Guido e L. Sammarco), *Proceedings of the 9th International Conference Marketing Trends*, J.C. Andreani e U. Collesei (Ed.) Università Ca’ Foscari, 21-23 Gennaio 2010, Venezia. ISBN: 9782953281118
- [21] “L’Attaccamento Fanatico allo Shopping dei Consumatori Anziani,” (co-autori: G. Guido e M. Potenza), *Atti del III Convegno Nazionale di Psicologia per l’Invecchiamento, Società Italiana di Psicologia dell’Invecchiamento* (SIPI), Università degli Studi di Brescia, 13-14 Novembre 2009, Brescia.
- [22] “The Role of New Retailing Formats in the Italian Local Development,” (co-autori A. Mileti e G. Guido), *Proceedings of the 2009 EMNet Conference*, Sarajevo, (a cura di) M. Tuunanen, C. Cliquet, G. Hendrikse e J. Windsperger, Berlin: Springer Verlag.
- [23] “Destination Personality as a Strategic Construct for the Development of Districts’ Image,” (co-autori: G. Guido, A.M. Peluso, C. Amatulli e C. Pace), *Proceedings of the International Conference on Tourism Development and Management*, 11-14 Settembre 2009, Kos, Grecia. (<http://www.ictdm.net/Forms/ICTDM%202009%20-%20Detailed%20Conference%20Programme.pdf>). ISBN: 978-9963-9799-0-5
- [24] “How Super- and Hyper- Markets Contribute to the Italian Local Development”, (co-autore A. Mileti.), *International Journal of Management Cases*, Vol. 11 (2), a cura di B.J. Davies, C. Vignali e T. Vranesovic, 2009, 420-432. *Atti dell’International Conference for Consumer Behaviour and Retailing Research*, VI Edizione, organizzata dal *Centre for International Research in Consumers Location and their Environments (CIRCLE)*, 16-18 Aprile 2009, Dornbirn, Austria.
- [25] “L’Utilizzo dei Nuovi Media nella Comunicazione Politica: Credibilità e Persuasione degli SMS,” *Atti del VI Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, “Fashion Marketing”*, Università degli Studi di Firenze, 6-7 Novembre 2009, Firenze. (<http://www.simktg.it/images/convegni/docs/vi%20convegno%20sim%20-%20sessioni%20parallele.pdf>).
- [26] “Animosity of Italian-Jewish Consumers towards Arab Goods: Antecedents and Effects on Their Purchase Intention,” (co-autori: G. Guido, P. Tedeschi e L. Dadusc), in *Proceedings of the 8th International Conference Marketing Trends*, (a cura di) F. Conchon *et al.*, Paris: ESCP-EAP, 24-26 Gennaio 2009. ISBN: 978-2-9532811-0-2

- [27] “The Role of Cause-related Marketing in ‘Coopetition with Consumers’ Strategies,” (co-autori: G. Guido, D. De Santis e T. Rossi), in *“Coopetition” Strategy: Stretching the Boundaries of “Coopetition”*, D. Baglieri, (a cura di) Brussels: EIASM, 2008.
- [28] “Distorsioni nella percezione dei consumatori: Uno studio esplorativo su valori e quantità,” (co-autori: G. Guido e M. Fonda), in *IV Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing, Il Marketing dei Talenti*, Roma: Società Italiana di Marketing, 2007 (<http://www.simktg.it/main.php?pid=80&cid=80>).
- [29] “The Market for Hydrogen Cars: Consumers’ and Experts’ Product Images and Determinants of Purchase Intentions” (Co-autori: G. Guido, I.M. Prete e J. Quarchioni), accettato per la presentazione presso il Convegno internazionale su *Environment: Survival and Sustainability*, Nicosia (Cipro), 19-24 Febbraio 2007.
- [30] “La Customer Satisfaction in Banca: Una Nuova Scala di Misurazione dei Servizi Finanziari,” *Atti della Riunione Scientifica “Valutazione e Customer Satisfaction per la Qualità dei Servizi”*, Facoltà di Economia, Università Tor Vergata, 12-13 Aprile 2007, Roma.
- [31] “Tratti e Caratteristiche degli Elettori Anziani dei Due Poli: Uno Studio di Marketing Politico,” (co-autori: G. Guido e L. Piscopiello), *Atti del I Convegno Nazionale di Psicologia per l’Invecchiamento*, Facoltà di Psicologia, Università degli Studi di Padova, 14-15 Ottobre 2006, Padova.
- [32] “Personalità, Valori e Scelte di Consumo degli Elettori Salentini: Uno Studio di Marketing Politico,” (co-autori: G. Guido, G. Chirizzi e L. Piscopiello), *Atti del VI Convegno Nazionale SIPCO (Società Italiana di Psicologia di Comunità), “Psicologia per la Politica e l’Empowerment Individuale e Sociale. Dalla Teoria alla Pratica”*, Università del Salento, 7-9 Settembre 2006, Lecce.
- [33] “The Competence Model in Banking: Implementation in a Medium Size Italian Bank”, *Proceeding of the International Conference “An Enterprise Odyssey: Economics and Business in the New Millennium 2000”*, Graduate School of Economics and Business, Università di Zagabria, 27-29 Giugno 2002, Zagabria, Croazia.

Attività di Referaggio

2016–in corso:	Journal of Public Affairs
2013–in corso:	European Journal of Marketing
2013–in corso:	Comprehensive Psychology
2013–in corso:	Perceptual and Motor Skills
2009–in corso:	Marketing Management Journal
2013–in corso:	Psychological Reports
2013–in corso:	Sage Open
2013–in corso:	Journal of Public Affairs

Convegni nazionali e internazionali

2010–in corso:	• <i>Academy of Marketing</i>
2007–in corso:	• <i>Marketing Trends</i>

Affiliazione a Società e Associazioni Scientifiche

2010–in corso:	• <i>Academy of Marketing (AM)</i>
2012–in corso:	• <i>Royal Statistical Society</i>
2009–in corso:	• <i>Società Italiana di Psicologia dell’Invecchiamento (SIPI)</i>
2005–in corso:	• <i>Società Italiana di Marketing (SIM)</i>

Premi e Riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca

- 2015 Vincitrice del *Best paper* nella sessione *Political Marketing*, presso la Conferenza dell'*Academy of Marketing 2015 - The Magic of Marketing* con il lavoro "Political Disengagement and Political Hypocrisy: A Hidden Connection", (Co-autori: Guido, G., Harris, P. e Piper, L.), sponsorizzato da Kemmy Business School, University of Limerick (Irlanda).
- 2010–2011 Borsa di ricerca in collaborazione internazionale erogata dalla Regione Puglia Queen Mary, University of London, Londra (Regno Unito)
(Importo 10.000 euro)
- 2003–2006 Borsa di studio triennale per la frequenza del Dottorato di Ricerca in Metodi Economici e Quantitativi per l'Analisi dei Mercati, XVIII Ciclo (2003-2006), Dipartimento di Scienze Economiche e Matematico-Statistiche, Facoltà di Economia, Università del Salento, Lecce
(Importo 30.000 euro)
- 2000–2001 Borsa di studio per la frequenza del Master in Banca e Finanza – Gestione del Risparmio, Università Tor Vergata, Roma
(Importo 7.500 euro)
- 2004–2005 Borsa di studio Erasmus per la frequenza di corsi presso l'Università Paris XII, ESCP-EAP, Ecole Centrale, Parigi (Francia), erogata dalla Comunità Europea (12 mesi)
(Importo: 5.000 euro)

La sottoscritta, 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. La sottoscritta autorizza il trattamento dei dati personali in conformità alla Legge sulla privacy (D.Lgs. 196/2003).

Lecce, 16 Ottobre 2017

Maria Irene Prete

