



INFORMAZIONI PERSONALI

**NOME**

**INDIRIZZO**

**TELEFONO**

**E-MAIL**

**NAZIONALITÀ**

**DATA DI NASCITA**

**ESPERIENZA LAVORATIVA**

- *DATE (DA – A)* GENNAIO 1989 A LUGLIO 1989 – MESI 6
- *NOME DEL DATORE DI LAVORO* **SIEMENS NORIMBERGA**
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* ELETTRONICA
- *TIPO DI IMPIEGO* STAGISTA
- *PRINCIPALI MANSIONI* STAGE NEL SETTORE MARKETING E COMUNICAZIONE, UFFICIO MARKETING DIRETTO
  
- *DATE (DA – A)* LUGLIO 1992 A MAGGIO 1993 - MESI 9
- *NOME DEL DATORE DI LAVORO* **BANCA DI ROMA**
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* CREDITO
- *TIPO DI IMPIEGO* DIPENDENTE
- *PRINCIPALI MANSIONI* MARKETING E COMUNICAZIONE, CORSO FORMATIVO IN VARI UFFICI DELL'ISTITUTO
  
- *DATE (DA – A)* MAGGIO 1993 A MAGGIO 1999 – ANNI 7
- *NOME DEL DATORE DI LAVORO* **ORIONE**
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* AGENZIA DI PUBBLICITA'
- *TIPO DI IMPIEGO* RESPONSABILE REPARTO COMUNICAZIONE E MARKETING E STRATEGIC PLANNER
- *PRINCIPALI MANSIONI* PROGETTAZIONE E PIANIFICAZIONE CAMPAGNE DI MARKETING E COMUNICAZIONE PER AZIENDE ED ENTI SU MERCATI LOCALI, NAZIONALI ED ESTERI (FRA I CLIENTI: HILL'S PET NUTRITION, BANCA POPOLARE PUGLIESE, CAROLI HOTELS, PROVINCIA DI LECCE, ECC.)
  
- *DATE (DA – A)* - DAL 1999 AD OGGI
- *NOME DEL DATORE DI LAVORO* **MILETI ANTONIO CONSULENZA DI MARKETING E COMUNICAZIONE**
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* CONSULENZA
- *TIPO DI IMPIEGO* CONSULENTE

**CONSULENZE CONTINUATIVE DAL 1999 PER:**

- **SECOLARIO** - LECCE (CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE DIGITALE);
- **CISP** – ROMA (CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE EUROPEA DIGITALE SULL'EDUCAZIONE ALLO SVILUPPO; 2018-2020);
- **SAC PORTA D'ORIENTE – LECCE** (PIANO DI COMUNICAZIONE DIGITALE; AGOSTO 2017-SETTEMBRE 2018)
- **UNIVERSITÀ LUISS GUIDO CARLI** – ROMA (PROGETTO MEDESS-4MS, EXPLOITATION PLAN; PIANO DI COMUNICAZIONE PER STRUMENTI DI PREVENZIONE RELATIVI A OIL SPILL DISASTER; MAGGIO-NOVEMBRE 2104-15)
- **PARCO COSTIERO OTRANTO – SANTA MARIA DI LEUCA E BOSCO DI TRICASE** (PIANO DI MARKETING PER L'ACCESSIBILITÀ ALIMENTARE DEL TERRITORIO)
- **BANCA POPOLARE PUGLIESE** – LECCE (STUDI DI GEOMARKETING, CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE);
- **ROUMORSWEB PUBBLICITÀ** - LECCE (CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE E MARKETING TERRITORIALE);
- **FORMAPER** – MILANO (TUTORAGGIO NELLA FASE DI START UP DI IMPRESE RIENTRANTI NEL PRESTITO D'ONORE);
- **STUDIO VALLETTA** - BARI (CAMPAGNE DI MARKETING TERRITORIALE);
- **FACOLTÀ DI INGEGNERIA, UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI LECCE** (PIANI DI MARKETING PER IMPRESE DEL SUD ITALIA NEI MERCATI NAZIONALE ED ESTERI NELL'AMBITO DEI FINANZIAMENTI 488);
- **CISP** – ROMA (CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER L'ORGANIZZAZIONE MONDIALE DELLA SANITA' RELATIVA ALLA VACCINAZIONE CONTRO L'EPATITE B IN ALBANIA);
- **PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO DELLA SICILIA** – CATANIA (STUDIO DELL'APPARATO ECONOMICO-TURISTICO-PRODUTTIVO DELLA PUGLIA IN AMBITO INTERNAZIONALE);
- **APT LECCE** - CAMPAGNE DI PROMOZIONE TERRITORIO, PROGETTO CITTÀ APERTE, CAMPAGNE DI PROMOZIONE TERRITORIO, TRIANET;
- **COMUNE DI TRICASE** – LECCE (PARTECIPAZIONE AD AGENDA 21);
- **CAROLI HOTELS** – GALLIPOLI E LEUCA, CAMPAGNE DI DIRECT MARKETING PER LA PROMOZIONE DELLE STRUTTURE TURISTICHE NEI MERCATI EUROPEI E GIAPPONESE;
- **DISPENSA DI CAROLI** – LEUCA – CAMPAGNE DI PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI TIPICI LOCALI;
- **SVIC INFORMATICA** – LECCE (CONSULENZA PER PROMOZIONE DEI SERVIZI PRESSO GLI ENTI LOCALI);
- **GAL ALTO SALENTO** - BRINDISI (PERCORSI ENO-TURISTICI E CD MULTIMEDIALE PER I MERCATI ESTERI);
- **COMUNE DI LECCE** (PROMOZIONE PROGETTO VALORIZZAZIONE TURISTICA TERRITORIO WETLAND);
- **FONDAZIONE RICO SEMERARO** – LECCE (PROGETTI DI PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO; TUTORAGGIO NELLA FASE DI START UP DI IMPRESE RIENTRANTI NEL PRESTITO D'ONORE);
- **ELIOS TOURS** – LECCE (PIANO DI COMUNICAZIONE E MARKETING TURISTICO PER I COMUNI DELLA GRECÌA SALENTINA E RACCORDO CON I MERCATI ESTERI EUROPEI);
- **COOP. OLEARIA SANNICOLA** - LECCE (STUDIO CANALI DISTRIBUTIVI PER IL COMMERCIO NAZIONALE E INTERNAZIONALE NEI PAESI UE);
- **MARTANO INDUSTRIE TIPOGRAFICHE** – LECCE (STUDIO DI UN PIANO DI FRANCHISING E CAMPAGNA DI MARKETING PER INTERREG).

- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* *DOCENZA, MARKETING E COMUNICAZIONE*
- *TIPO DI IMPIEGO* *DOCENTE A CONTRATTO*
- *PRINCIPALI MANSIONI* *DOCENZA A CONTRATTO PER LE MATERIE PIÙ IN BASSO MENZIONATE, PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA*
  
- *DATE (DA – A)* *- DAL 1999 IN CORSO*
- *NOME DEL DATORE DI LAVORO* ***UNIVERSITA' DEL SALENTO***
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* *DOCENZA, ECONOMIA, MARKETING E COMUNICAZIONE, HERITAGE MARKETING*
- *TIPO DI IMPIEGO* *DOCENTE A CONTRATTO*
- *PRINCIPALI MANSIONI* *DOCENZA A CONTRATTO PER LE MATERIE PIÙ IN BASSO MENZIONATE, PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA*
  
- *DATE (DA – A)* *2016-2017*
- *NOME DATORE DI LAVORO* ***UNIVERSITA' DI BARI (DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA FORMAZIONE, PSICOLOGIA E COMUNICAZIONE)***
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* *ATTIVITÀ DI RICERCA SUL LINGUAGGIO NEI SOCIAL NETWORK*
- *TIPO DI IMPIEGO* *ASSEGNO DI RICERCA*
- *PRINCIPALI MANSIONI* *ATTIVITÀ DI RICERCA SU WORD OF MOUTH E SOLICITED ANSWERS SULLE PIATTAFORME DIGITALI DI Q&A.*
  
- *DATE (DA – A)* *2018-2019*
- *NOME DATORE DI LAVORO* ***UNIVERSITA' DEL SALENTO***
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* *ATTIVITÀ DI RICERCA SULLA SENTIMENT ANALYSIS*
- *TIPO DI IMPIEGO* *ASSEGNO DI RICERCA*
- *PRINCIPALI MANSIONI* *ATTIVITÀ DI RICERCA SULL'APPLICAZIONE DELL'ANALISI DEL SENTIMENT IN CONTESTI TURISTICI*
  
- DATE (DA – A)* *2019 IN CORSO*
- *NOME DATORE DI LAVORO* ***UNIVERSITA' LUMSA***
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* *LABORATORIO INTEGRATO DI MARKETING*
- *TIPO DI IMPIEGO* *DOCENZA A CONTRATTO*
- *PRINCIPALI MANSIONI* *DOCENZA E PROJECT WORK*
  
- DATE (DA – A)* *2020 IN CORSO*
- *NOME DATORE DI LAVORO* ***UNIVERSITA' TELEMATICA SAN RAFFAELE***
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* *MASTER IN ECONOMIA DIGITALE*
- *TIPO DI IMPIEGO* *DOCENZA A CONTRATTO*
- *PRINCIPALI MANSIONI* *DOCENZA E PROJECT WORK*
  
- DATE (DA – A)* *2020 IN CORSO*
- *NOME DATORE DI LAVORO* ***UNIVERSITA' UNINETTUNO***
- *TIPO DI AZIENDA O SETTORE* *MASTER IN ECONOMIA CIRCOLARE*
- *TIPO DI IMPIEGO* *DOCENZA A CONTRATTO*
- *PRINCIPALI MANSIONI* *DOCENZA E PROJECT WORK*

#### **DOCENZE ACCADEMICHE E FORMATIVE**

- TITOLO DELL'INTERVENTO N.1.* **CORSO DI STUDI IN ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE**  
**DOCENZA PER IL LABORATORIO DI MARKETING**  
**UNIVERSITA' LUMSA**  
**A.A 2019- IN CORSO**  
**DURATA IN ORE: 20**  
**EDIZIONI TOTALI: 1**

- TITOLO DELL'INTERVENTO N.2.* MASTER IN ECONOMIA CIRCOLARE  
DOCENZA DI MARKETING  
UNINETTUNO  
A.A. 2019- IN CORSO  
DURATA IN ORE: 20  
EDIZIONI TOTALI: 1
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.3* MASTER IN ECONOMIA DIGITALE  
DOCENZA DI MARKETING DIGITALE  
UNIVERSITA' TELEMATICA SAN RAFFAELE  
A.A. 2019-2020  
DURATA IN ORE: 22  
EDIZIONI TOTALI: 22
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.4* CORSO DI LAUREA IN BENI CULTURALI  
DOCENZA DI HERITAGE MARKETING  
UNIVERSITA' DEL SALENTO  
A.A 2019-2020  
DURATA IN ORE: 42  
EDIZIONI TOTALI: 1
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.5* DOTTORATO IN LINGUE E LETTERATURE MODERNE  
DOCENZE DI RICERCHE QUALITATIVE/SENTIMENT ANALYSIS  
DIP. DI STUDI UMANISTICI – UNIVERSITÀ DEL SALENTO  
A.A. 2015- IN CORSO  
DURATA IN ORE: 8  
EDIZIONI TOTALI 2
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.6* DOTTORATO IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE  
DOCENZE DI NEUROMARKETING  
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA FORMAZIONE,  
PSICOLOGIA E DELLA COMUNICAZIONE – UNIVERSITÀ DI  
BARI  
A.A. 2015-2016  
DURATA IN ORE: 4  
EDIZIONI TOTALI 1
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.7* MASTER IN MANAGEMENT SOCIO SANITARIO  
DOCENZE DI MARKETING E COMUNICAZIONE  
UNIVERSITA' LUM  
A.A. 2017-IN CORSO  
DURATA IN ORE: 34  
EDIZIONI TOTALI: 5

- TITOLO DELL'INTERVENTO N.8* MASTER IN MANAGEMENT SOCIO SANITARIO  
DOCENZE DI MARKETING E COMUNICAZIONE  
LUMAS  
A.A. 2013-2016  
DURATA IN ORE: 34  
EDIZIONI TOTALI: 4
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.9* PROGETTO ITH@CA  
DOCENZE DI MARKETING  
UNIVERSITA' DEL SALENTO – DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI  
A.A. 2014-2015  
DURATA IN ORE: 104  
EDIZIONI TOTALI: 1
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.10* PROGETTO DICET-INMOTO  
TUTOR DIDATTICO SCIENTIFICO  
UNIVERSITA' DEL SALENTO – DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA  
DELL'INNOVAZIONE  
A.A. 2014-2015  
DURATA IN ORE: 670  
EDIZIONI TOTALI: 1
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.11* PROGETTO SKIPPER  
DOCENZE DI MARKETING, MARKETING INTERNAZIONALE  
UNIVERSITA' DI LECCE – FACOLTA' DI GIURISPRUDENZA  
A.A. 2013-2014  
DURATA IN ORE: 80  
EDIZIONI TOTALI: 1
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.12* ISUFI  
TUTOR DIDATTICO SCIENTIFICO AREA SCIENZE SOCIALI  
DEL SALENTO – SCUOLA SUPERIORE ISUFI  
A.A. 2010-2014  
DURATA IN ORE: 670 PER ANNO  
EDIZIONI TOTALI: 3
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.13* CORSO INTEGRATIVO IN ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (CORSO  
M-Z)  
DOCENZA DI ECONOMIA POLITICA  
UNIVERSITA' DEL SALENTO – FACOLTA' DI ECONOMIA  
A.A. 2010-2014  
DURATA IN ORE: 20 PER ANNO  
EDIZIONI TOTALI: 1

- TITOLO DELL'INTERVENTO N.14* MASTER DI II LIVELLO IN MARKETING SANITARIO  
 DOCENZA DI MARKETING PER LA SANITA'  
 UNIVERSITA' DI LECCE – FACOLTA' DI GIURISPRUDENZA  
 A.A. 2009-2013  
 DURATA IN ORE: 34 PER ANNO  
 EDIZIONI TOTALI:3
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.15* MASTER IN RISORSE UMANE  
 DOCENZA DI COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA  
 CSEI-UNIVERSUS BARI  
 A.A. 2009-2010/2010/2011  
 DURATA IN ORE: 35 PER ANNO  
 EDIZIONI TOTALI: 2
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.16* CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA AZIENDALE  
 DOCENTE TITOLARE DI MARKETING  
 UNIVERSITA' DI BARI  
 A.A. 2005-2006  
 DURATA IN ORE: 90 PER ANNO  
 EDIZIONI TOTALI: 1
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.17* CORSO DI LAUREA IN MARKETING E COMUNICAZIONE  
 DOCENTE TITOLARE DI ECONOMIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE  
 UNIVERSITA' DI BARI  
 A.A. 2003-2004  
 DURATA IN ORE: 35 PER ANNO  
 EDIZIONI TOTALI: 1
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.18* DIPLOMA DI MARKETING E COMUNICAZIONE  
 DOCENTE TITOLARE DI TEORIA E TECNICA LINGUAGGIO RADIOTV  
 UNIVERSITA' DI BARI  
 A.A. 2000-2001 E 2001-2002 E 2002-2003  
 DURATA IN ORE: 35 PER ANNO  
 EDIZIONI TOTALI: 3
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.19* CORSO PREPARATORIO DI ECONOMIA DI BASE, CORSO DI LAUREA IN  
 GIURISPRUDENZA  
 DOCENTE TITOLARE DI ECONOMIA POLITICA  
 UNIVERSITA' DI LECCE  
 A.A. – 2000-2003  
 DURATA IN ORE: 35  
 EDIZIONI TOTALI: 2
- TITOLO DELL'INTERVENTO N.20* DIPLOMA PER TRADUTTORI E INTERPRETI  
 DOCENTE TITOLARE DI MARKETING INTERNAZIONALE  
 UNIVERSITA' DI LECCE  
 A.A.- 2000- 2001  
 DURATA IN ORE: 35  
 EDIZIONI TOTALI: 1

MASTER IN GESTIONE DELLE RISORSE AMBIENTALI, FACOLTÀ DI  
GIURISPRUDENZA  
DOCENTE DI GREEN MARKETING  
PROVINCIA DI LECCE  
ANNO 1999  
DURATA IN ORE: 15  
EDIZIONI TOTALI: 2

## ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- *DATE (DA – A)* 2020
- *NOME E TIPO DI ISTITUTO  
DI ISTRUZIONE O  
FORMAZIONE* ASN-MIUR
- *PRINCIPALI MATERIE /  
ABILITÀ PROFESSIONALI  
OGGETTO DELLO STUDIO* SECS-P/08
- *QUALIFICA CONSEGUITA* ABILITAZIONE NAZIONALE A PROFESSORE ASSOCIATO
  
- *DATE (DA – A)* 2018-2019
- *NOME E TIPO DI ISTITUTO  
DI ISTRUZIONE O  
FORMAZIONE* DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANE – UNIVERSITÀ DEL SALENTO
- *PRINCIPALI MATERIE /  
ABILITÀ PROFESSIONALI  
OGGETTO DELLO STUDIO* MARKETING/RICERCHE QUALITATIVE
- *QUALIFICA CONSEGUITA* ASSEGNO DI RICERCA – SENTIMENT ANALYSIS APPLICATIONS
  
- *DATE (DA – A)* 2017
- *NOME E TIPO DI ISTITUTO  
DI ISTRUZIONE O  
FORMAZIONE* DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE – UNIVERSITÀ DI VERONA
- *PRINCIPALI MATERIE /  
ABILITÀ PROFESSIONALI  
OGGETTO DELLO STUDIO* SOCIAL MEDIA/RICERCHE QUALI-QUANTITATIVE
- *QUALIFICA CONSEGUITA* SUMMERS SCHOOL “EMETHODS E RICERCHE SOCIALI” EMMS
  
- *DATE (DA – A)* 2016/2017
- *NOME E TIPO DI ISTITUTO  
DI ISTRUZIONE O  
FORMAZIONE* DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA FORMAZIONE, COMUNICAZIONE E  
PSICOLOGIA - UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI
- *PRINCIPALI MATERIE /  
ABILITÀ PROFESSIONALI  
OGGETTO DELLO STUDIO* MARKETING/PSICOLOGIA/LINGUISTICA
- *QUALIFICA CONSEGUITA* ASSEGNO DI RICERCA – SOCIAL MEDIA ANALYSIS APPLICATIONS
  
- *DATE (DA – A)* 2005-2009
- *NOME E TIPO DI ISTITUTO  
DI ISTRUZIONE O  
FORMAZIONE* DIPARTIMENTO DI DISCIPLINE GIURIDICHE, DELL'ECONOMIA E  
DELL'AZIENDA – UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
- *PRINCIPALI MATERIE /  
ABILITÀ PROFESSIONALI  
OGGETTO DELLO STUDIO* ECONOMIA/MARKETING/RICERCHE QUALITATIVE
- *QUALIFICA CONSEGUITA* DOTTORATO DI RICERCA IN LAW AND ECONOMICS – TESI DI  
DOTTORATO: IL RUOLO DELLA DISTRIBUZIONE SUL SISTEMA  
ECONOMICO LOCALE.
  
- *DATE (DA – A)* 1991/1992 – DURATA 1 ANNO

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>NOME E TIPO DI ISTITUTO DI ISTRUZIONE O FORMAZIONE</i></li> <li>• <i>PRINCIPALI MATERIE / ABILITÀ PROFESSIONALI OGGETTO DELLO STUDIO</i></li> <li>• <i>QUALIFICA CONSEGUITA</i></li> </ul>	<p>MASTER IN MARKETING, COMUNICAZIONE E INTERNAZIONALIZZAZIONE - CONSORZIO UNIVERSITARIO PER L'ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (CUOA) - VICENZA</p> <p>MARKETING, COMUNICAZIONE, STATISTICA, ECONOMIA, ECONOMIA AZIENDALE, ORGANIZZAZIONE</p> <p>DIPLOMA DI MASTER</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>DATE (DA – A)</i></li> <li>• <i>NOME E TIPO DI ISTITUTO DI ISTRUZIONE O FORMAZIONE</i></li> <li>• <i>PRINCIPALI MATERIE / ABILITÀ PROFESSIONALI OGGETTO DELLO STUDIO</i></li> <li>• <i>QUALIFICA CONSEGUITA</i></li> </ul>	<p>1983/1991</p> <p>LAUREA IN ECONOMIA E COMMERCIO – UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI</p> <p>ECONOMIA AZIENDALE, MARKETING, COMUNICAZIONE, STATISTICA, ECONOMIA, DIRITTO, ORGANIZZAZIONE</p> <p>LAUREA IN ECONOMIA CON VOTI 110/110 E LODE</p>



- **PUBBLICAZIONI**

- *MONOGRAFIE*

- *PAPER SU RIVISTE SCIENTIFICHE NAZIONALI ED INTERNAZIONALI*

- "IL MARKETING DIRETTO", SCHENA EDITORE, 1997
- "CRISI E TRASFORMAZIONE DEI DISTRETTI CALZATURIERI PUGLIESI", FRANCO ANGELI, 2019.
- "ONLINE POLITICAL MARKETING CAMPAIGN: A SYSTEMATIC REVIEW", *SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE*, 2018
- "ELF E STRATEGIE LINGUISTICHE NEI SITI DI Q&A: UNO STUDIO ESPLORATIVO SUL LINGUAGGIO EMOZIONALE NEL GIOCO DEL GOLF", *LINGUE E LINGUAGGI*, 2017
- "DETERMINANTS OF SOUTHERN ITALIAN HOUSEHOLDS' INTENTION TO ADOPT ENERGY EFFICIENCY MEASURES IN RESIDENTIAL BUILDINGS", *JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION*, 2017
- "NANOMARKETING: A NEW FRONTIER FOR NEUROMARKETING", *PSYCHOLOGY AND MARKETING*, 2016
- "ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT AND DIFFUSION OF TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN OIL SPILL FORECASTING: THE MEDESS-4MS CASE", *DEEP SEA RESEARCH PART II*, 2016
- "MIX-AND-MATCH. FASHION TREND AND LUXURY BRAND RECOGNITION: AN EMPIRICAL TEST USING EYE-TRACKING", *FASHION THEORY*, 2015.
- "CUSTOMER SATISFACTION E QUALITÀ DELLE INFORMAZIONI AL CLIENTE NELLE BANCHE: UN'ANALISI EMPIRICA", *BANCARIA*, 2015.
- "EFFECTS OF BACKGROUND MUSIC ENDINGS ON CONSUMER MEMORY IN ADVERTISING", *INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVERTISING*, 2015.
- "L'APPLICAZIONE DELLE NANOTECNOLOGIE AL NEUROMARKETING: RASSEGNA E PROPOSIZIONI", *MARKETING TRENDS*, 2014.
- "HABITS AND PERCEPTION OF SELF IN SHOPPING CHOICES IN URBAN CENTERS", *TERRITORIO*, 2013.
- "BRAND EMOTIONAL CREDIBILITY: EFFECTS OF MIXED EMOTIONS ABOUT PRODUCTS WITH VARYING CREDIBILITY", *PSYCHOLOGICAL REPORTS*, 2013.
- "THE ROLE OF NEW RETAILING FORMATS IN THE ITALIAN LOCAL DEVELOPMENT", *CHINESE BUSINESS REVIEW*, 2011.
- "LA RELAZIONE TRA COMPORTAMENTO DI SPESA E ABBANDONO DEI CLIENTI NEL MERCATO DELLE CARTE DI CREDITO", *ECONOMIA DEI SERVIZI*, 2011.
- "HOW SUPER- AND HYPER-MARKETS CONTRIBUTE TO ITALIAN LOCAL DEVELOPMENT", *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES*, 2010.
- "L'IMPATTO DI SUPER E IPER-MERCATI SULLO SVILUPPO ECONOMICO ITALIANO E PUGLIESE", *TRADE*, 2009.
- "LE FERROVIE DEL SUD-EST: LETTURA ED INTERPRETAZIONE DEI DATI STATISTICI 1981-1999", *UNIVERSITA' DI LECCE*, 2002.
- "L'AEROPORTO PAPOLA-CASALE DI BRINDISI NELLE STATISTICHE DEGLI ULTIMI TRENT'ANNI", *UNIVERSITA' DI LECCE*, 2002.
- "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*, UNIVERSITA' DI LECCE, 2001.

- **“PUSH AND PULL FACTOR AS DETERMINANTS OF DESTINATION LOYALTY”**, (COAUTORI LUIGI PIPER, LUCREZIA DE COSMO, MARIA IRENE PRETE), TOURMAN CONFERENCE, 21-23 MAGGIO 2021, THESSALONIKI.
- **“HOW TO MITIGATE THE EFFECTS OF NEGATIVE EVENTS IN TRANSPORT SECTOR ON TOURISM DESTINATION”**, (COAUTORI LUIGI PIPER, LUCREZIA DE COSMO, MARIA IRENE PRETE, GIANLUIGI GUIDO), TOURMAN CONFERENCE, 21-23 MAGGIO 2021, THESSALONIKI.
- **“THE EFFECTIVENESS OF VISUAL AND/OR TEXTUAL STATEMENTS IN ALCOHOL WARNINGS**, (COAUTORI LUIGI PIPER, GIANLUIGI GUIDO, MARIA IRENE PRETE), INTERNATIONAL MARKETING TRENDS CONFERENCE, 14-16 GENNAIO 2021, VENEZIA.
- **“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
- **“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.
- **“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.
- **“EFFECTS OF SEQUENTIAL ORDER AND TIME CONSTRAINT ON OVERALL EVALUATION OF COMPLEX CONSUMPTION EXPERIENCES”**, (COAUTORE), *EUROPEAN ACR CONFERENCE* (EACR), GIUGNO 2018, GHENT.
- **“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.
- **“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.
- **“SPECIALISED KNOWLEDGE IN Q&A SITES: A PRAGMALINGUISTIC ANALYSIS OF GOLF TOURISM THROUGH SENTIMENT STRENGTH”**, (COAUTRICE ANNARITA TARONNA), *CLAVIER CONFERENCE*, DICEMBRE 2017, UNIVERSITÀ DI BARI
- **“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
- **“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
- **“NEGATIVE EMOTIONS IN VISUAL AND/OR TEXTUAL INFORMATION CONTENTS: A FOOD NEUROMARKETING STUDY”**, (COAUTORI PIPER, L., PRETE, M. I. PAGANO, S., GUIDO, G., TRIANNI, G., E HARRIS, P.), WORKSHOP *“MAKING PEOPLE FEEL BAD: WHAT IS THE ROLE OF NEGATIVE APPEALS IN MARKETING?”* QUEEN MARY UNIVERSITY OF LONDON, APRIL 23RD 2017, CHARTERHOUSE SQUARE CAMPUS, LONDON.

- **“PERCORSI ESPERIENZIALI DI CONSUMO: EFFETTI DELLA SEQUENZA DI FRUIZIONE E DEL VINCOLO TEMPORALE SULLA ESPERIENZA COMPLESSIVA”**, (COAUTORIALESSANDRO PELUSO, GIOVANNI PINO), *XIV CONVEGNO ANNUALE DELLA SOCIETÀ ITALIANA DI MARKETING*, SETTEMBRE 2017, UNIVERSITÀ DI BERGAMO.
- **“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.
- **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.
- **“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.
- **“AVIDITÀ, MATERIALISMO E STIPSI NEGLI ADULTI: EFFETTI SULLO SHARING”**, VIII CONVEGNO NAZIONALE DI PSICOLOGIA DELL’INVECCHIAMENTO, PAVIA, 2015.
- **“EFFECTS OF BLUE LIGHTING ON MOTIVATION AND CONSUMER BUYING INTENTION: DIFFERENCES IN HEDONIC VS. UTILITARIAN PURCHASES”**, 15<sup>TH</sup> INTERNATIONAL CONGRESS MARKETING TRENDS, PARIS, 2014
- **“HOW SWEET TASTE CHANGES WHEN WE SEE WHAT WE DRINK”**, EUROSENSE, COPENAGHEN, 2014.
- **“FACTS UP FRONT OR IMAGE OF CONTENT? HOW CONSUMERS PERCEIVE THE REAL CONTENT OF FAT IN FOOD”**, 15<sup>TH</sup> INTERNATIONAL CONGRESS MARKETING TRENDS, PARIS, 2014.
- **“IL RUOLO DELLA RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI NELLA CUSTOMER SATISFACTION NELLE BANCHE DEL SUD ITALIA”**, *ATTI DEL XI CONVEGNO SIM*, SETTEMBRE 2014, MODENA.
- **“DISTORTION IN CONSUMER’S MONEY PERCEPTION: A STUDY ON VALUES AND QUANTITY”**, NEUROPSYCHOECONOMICS CONFERENCE, GENNAIO, 2014, MUNICH
- **“NANOMARKETING: EXTENDING THE THEORY OF NEUROMARKETING TO NANODVICES”**, *ATTI DELLA NEUROPSYCHOECONOMICS CONFERENCE*, GENNAIO, 2013, BONN
- **“EFFETTI DEL FINALE TRONCO, ESATTO E IN DISSOLVENZA DELLE MUSICHE PUBBLICITARIE SUL RICORDO DELLA MARCA E DEL MESSAGGIO”**, *ATTI DELLA IX CONVEGNO SIM*, SETTEMBRE 2012, BENEVENTO.
- **“PERCEPTION OF POLITICAL HYPOCRISY IN THE GOVERNMENT OF LOCAL TERRITORIAL SYSTEMS”**, *ATTI DEL XXIII CONVEGNO DI SINERGIE*, OTTOBRE 2012, LECCE.
- **“THE EFFECTS OF EMOTIONS ON THE POSITIONING AND INTENTION TO PURCHASE PRODUCTS OF BRANDS WITH VARYING CREDIBILITY”**, *ATTI DEL 11<sup>TH</sup> INTERNATIONAL CONGRESS MARKETING TRENDS*, VENEZIA 2012.
- **“IL RUOLO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE NELLO SVILUPPO ECONOMICO ITALIANO”**, *ATTI DEL 6° CONVEGNO INTERNAZIONALE SIM*, UNIVERSITÀ DI FIRENZE, FIRENZE, NOVEMBRE, 2009.
- **“THE ROLE OF NEW RETAILING FORMATS IN THE ITALIAN LOCAL DEVELOPMENTS”**, *ATTI DELLA 4TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON ECONOMICS AND MANAGEMENT OF NETWORKS*, SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY OF SARAJEVO, SARAJEVO, SETTEMBRE 2009.
- **“HOW SUPER- AND HYPER-MARKETS CONTRIBUTE TO THE ITALIAN LOCAL DEVELOPMENT”**, *ATTI DELLA 6TH INTERNATIONAL CONFERENCE FOR CONSUMER BEHAVIOR AND RETAILING RESEARCH*, UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, VORARLBERG, AUSTRIA, APRILE 2009.
- **“PMI, SISTEMI LOCALI E SFIDA ECONOMICA GLOBALE”**, *UNIVERSITA’ DI LECCE*, 2001.

- “**THE RELATIONSHIP BETWEEN FAST FASHION AND LUXURY BRANDS. AN EXPLORATORY STUDY IN THE UK MARKET**”, 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.
- “**LE CRITICITÀ DEL TERZIARIO AVANZATO NELLO SVILUPPO DEL SALENTO: UNA RICERCA ESPLORATIVA**”, IN *LO SVILUPPO SOSTENIBILE*, A CURA DI G. GUIDO E S. MASSARI, MILANO: FRANCO ANGELI EDITORE, 344-361, 2013.
- “**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.
- “**IL MERCATO DELLA CULTURA IN ITALIA**”, IN *COMUNICAZIONE IN FORMAZIONE*, A CURA DI R. VALLETTA, MILANO: FAUSTO LUPETTI EDITORE, 113-118, 2009.
- “**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.
- “**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.

PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI  
RICERCA

**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

**Progetto INTERREG Italia-Albania-Montenegro 2017/19 – Università del Salento. Politecnico di Tirana, Città di Saranda, Kotor e Budva.**

**Responsabile Scientifico: Prof. A. Micelli**

Dipartimento di Ingegneria dell'Innovazione L'attività individuale nel gruppo di ricerca avrà come punto focale il rilancio delle attività turistiche e culturali nella macroregione.

**2016-2017 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*.

**2015-2016 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 Spil Forecasting System*.

**2013-2014 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.

**2006 PRIN – Nuove Forme di Lavoro, Infrastrutture, Internazionalizzazione e Sviluppo**

Responsabile Scientifico: Prof. N. De Liso

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.

**2003 PRIN – Capabilities Dinamiche tra Organizzazione e d'Impresa e Sistemi Locali di Produzione**

Responsabile Scientifico: Prof. N. De Liso

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 PRIN – Conoscenza, Dinamica Tecnologica e Infrastrutture nell'Evoluzione dei Sistemi Locali di Produzione**

Responsabile Scientifico: Prof. N. De Liso

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 Disag – Progetti Finanziati con Fondi dell'Università di Bari**

Responsabile Scientifico: Prof. M. Passaro

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*.

**PREMIE RICONOSCIMENTI**

**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.

**REVIEW 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*

**PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI**

2014 Guest Editor del call for papers “Nanomarketing: A New frontier for Neuromarketing” sulla Rivista “Psychology and Marketing” (classe A Anvur)

**PRIMA LINGUA**

**ITALIANO**

**ALTRE LINGUE**

**TEDESCO INGLESE**

- CAPACITÀ DI LETTURA
- CAPACITÀ DI SCRITTURA
- CAPACITÀ DI ESPRESSIONE ORALE

BUONO BUONO  
BUONO BUONO  
BUONO BUONO

**CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI**

BUONE COMPETENZE DI RELAZIONE E COMUNICAZIONE NELL'AMBIENTE DI LAVORO ACQUISITE SUL POSTO DI LAVORO, COLLABORANDO A PROGETTI MULTICULTURALI ANCHE IN AMBIENTI INTERNAZIONALI.

CAPACITÀ E COMPETENZE  
ORGANIZZATIVE.

BUONE COMPETENZE TECNICHE E ORGANIZZATIVE OTTENUTE  
OCCUPANDO RUOLI DI DIREZIONE E COORDINAMENTO E DI GRUPPI DI  
LAVORO IN ITALIA ED ALL'ESTERO.

PACITÀ COMPETENZE TECNICHE  
CON COMPUTER,  
ATTREZZATURE  
SPECIFICHE, MACCHINARI,  
ECC.

BUONE CAPACITÀ NELL'USO DI SOFTWARE QUALI EXCEL,  
SPSS, SENTISTRENGTH, ECC., NONCHE' WORD PROCESSOR E ALTRE  
UTILITY.

**PATENTE O PATENTI**

PATENTE B

*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).*

DATA 07 maggio 20201

FIRMA \_\_\_\_\_