

## CURRICULUM VITAE LUCA PETRUZZELLIS

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese

Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa, Università degli Studi di Bari  
Aldo Moro

Largo Abbazia Santa Scolastica 53, Bari 70124

tel. 080.50.49.186, Fax 080.50.49.116

e-mail: [luca.petruzzellis@uniba.it](mailto:luca.petruzzellis@uniba.it)

### TITOLI ACCADEMICI

- 2021-2024 **Componente del Consiglio di Presidenza** Società Italiana Marketing
- 2019 - **Componente del Comitato Internazionalizzazione** Società Italiana Marketing
- 2019 **Adjunct Professor** presso New York University (USA), Stern School of Business
- 2017 (set) - **Professore Ordinario** di Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
- 2017 - 2019 **Referente** del network APEnet (Atenei e Centri di ricerca per il public engagement) per l'Università degli Studi di Bari Aldo Moro
- 2017 - 2019 **Delegato del Rettore** alla valorizzazione e promozione delle strategie di marketing dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro
- 2016 - 2019 **National Coordinator** per l'Italia presso l'EMAC Executive Committee
- 2016 - 2018 **Delegato alla Comunicazione**, Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa, Università di Bari Aldo Moro
- 2015 - 2018 **Coordinatore Corso di laurea interclasse** in Marketing, Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
- 2016 **Adjunct Professor** presso New York University (USA), School of Professional Studies
- 2015 - 2016 **Adjunct Professor** presso Baruch College, City University of New York (USA), Zicklin Business School, Department of Marketing and International Business
- 2014 - **Visiting Research Professor** presso New York University (USA), The Stern School of Business, Department of Marketing
- 2013 **Abilitazione a Professore di I fascia** ASN 2012,  
<https://abilitazione.cineca.it/ministero.php/public/esitoAbilitati/settore/13%252FB2/fascia/1>
- 2013 **Visiting Faculty Scholar** presso New York University (USA), The Stern School of Business, Department of Marketing
- 2013 **Delegato** del Direttore all'Orientamento, Dipartimento di Studi aziendali e giusprivatistici, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
- 2012 **Visiting professor** di International Marketing (14 hrs) presso la Université de Bourgogne, Auxerre, France
- 2012 **Presidente Commissione Orientamento Facoltà** di Economia dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro
- 2011 **Visiting Faculty Scholar** presso New York University (USA), The Stern School of Business, Department of Marketing
- 2011 - 2013 **Institutional & Academic Coordinator** per il programma LLP/Erasmus con: University of Tampere (Finlandia), University of Rennes (Francia), Université de Bourgogne (Francia), Université de Montpellier III (Francia), London Metropolitan University (UK)
- 2010 - **Referente programmi di double degree ed exchange** con la Florida International University (USA), Sup de Co di Montpellier (FR), Universidad de Chile (Cile), Shandong University (Cina) e NDHU (Taiwan)
- 2009 - 2012 **Sostituto del direttore** del Dipartimento di Studi aziendali e giusprivatistici

|             |  |
|-------------|--|
| 2009        | <b>Visiting Faculty Scholar</b> presso New York University (USA), The Stern School of Business, Department of Marketing  |
| 2009 - 2013 | <b>Presidente Corso di Laurea Interclasse</b> in Marketing dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro   |
| 2009        | <b>Visiting Professor</b> presso HEC Montreal (Canada), cattedra di Commercial Spaces and Customer Service Management, Prof. Jean-Charles Chebat   |
| 2008        | <b>Visiting Professor</b> presso University of Glasgow (UK), Dipartimento di Management  |
| 2008 - 2011 | <b>Direttore della Summer School</b> in Advanced Marketing, Università degli Studi di Bari Aldo Moro   |
| 2007 - 2017 | <b>Professore Associato</b> di Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Bari Aldo Moro   |
| 2007 - 2009 | <b>Presidente Corso di Laurea Specialistica</b> in Marketing, Università degli Studi di Bari   |
| 2007 - 2013 | <b>Componente del Comitato Tecnico Scientifico</b> dell'Agenzia per le Relazioni con l'Esterno, Università degli Studi di Bari Aldo Moro   |
| 2002 - 2003 | <b>Visiting scholar</b> presso University of Glasgow (UK), Dipartimento di Business and Management   |
| 2001 - 2003 | <b>Direttore dell'area Marketing</b> , Master in Culture d'Impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Bari   |
| 1999 - 2007 | <b>Ricercatore</b> di Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Bari  |
| 2002        | Abilitazione all'esercizio della professione di <b>dottore commercialista</b> e di <b>revisore dei conti</b> presso l'Ordine dei Dottori Commercialisti di Bari.   |
| 1997        | <b>Laurea in Economia e Commercio</b> presso l'Università degli Studi di Bari con votazione 110 e lode, discutendo una tesi dal titolo "Due nuovi aspetti del marketing: marketing urbano e marketing pubblico" (relatore Prof. M. Passaro). |

#### ATTIVITA' DIDATTICA

|             |  |  |
|-------------|--|--|
| 2019        | Adjunct Professor, NYU Stern   | MBA part-time  |
|             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumer behavior</li> </ul>  |  |
| 2017        | Professore ordinario   |  |
|             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondamenti di marketing (2017 - )</li> <li>• Consumer behavior (2017 - )</li> <li>• Special Topics in Marketing (2017)</li> </ul>   | Laurea triennale in Marketing e comunicazione d'azienda<br>Laurea magistrale in Marketing (in inglese)   |
| 2016        | Adjunct Professor, NYU, School of Professional Studies   | MSc in Integrated Marketing  |
|             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumer behaviour (1 section)</li> </ul>   |  |
| 2015 - 2016 | Adjunct Professor, Baruch College, Zicklin Business School, CUNY (USA)   | BA in Business Administration  |
|             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing Foundations MKT3000 (2 sections, 2015)</li> <li>• Consumer Behavior (2 sections, 2016)</li> </ul>   |  |
| 2012        | Visiting Professor, IUT, Université de Bourgogne (FR)  | 3rd year   |
|             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• International Marketing (14 hrs)</li> </ul>   |  |
| 2007-2017   | Professore Associato   |  |
|             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondamenti di Marketing (2013, 2015 - )</li> <li>• Marketing Operativo (2007 - 2014)</li> <li>• Consumer Behaviour (2010 - )</li> <li>• Marketing Strategico (2013)</li> <li>• Global branding (2012)</li> <li>• Competitive Analysis (2010)</li> </ul> | LT in Marketing e Comunicazione d'azienda<br>LT in Marketing e Comunicazione<br>LM in Marketing<br>LT in Marketing e Comunicazione<br>LM in Marketing<br>LM in Marketing |

|           |  |   |
|-----------|--|---|
|           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing Territoriale (2007 - 2010)</li> <li>• Marketing Quantitativo (2010 - 2012)</li> </ul>   | <p>LS in Marketing</p> <p>LS in Statistica per le decisioni finanziarie</p>   |
| 1999-2007 | Ricercatore  |   |
|           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing operativo (2001-)</li> <li>• Marketing Territoriale (2003-)</li> <li>• Marketing della moda (2003)</li> <li>• Marketing Industriale (2002)</li> </ul> | <p>LT in Marketing e Comunicazione</p> <p>LS in Marketing</p> <p>LT in Scienze e Tecnologie della moda</p> <p>D.U. in Marketing e Comunicazione d'Azienda</p> |
|           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing (2001-2003)</li> <li>• Marketing Territoriale (2005)</li> </ul>   | <p>LQ in Economia Aziendale</p> <p>Master in Economia e Management del Turismo Culturale</p>  |
|           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• International attraction Marketing (2006)</li> </ul>  | <p>Master in International Business and Economic Cooperation</p>  |
|           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enterprise internationalization processes and International attraction marketing (2007)</li> </ul>  | <p>Master in International Business and Economic Cooperation</p>  |

#### AREE DI RICERCA

- Sensory Branding;
- Consumer behaviour;
- Mass Customization;
- Destination branding;
- Network di imprese.

#### *Progetti di ricerca*

- 1999** progetto CNR "Evoluzione del controllo direzionale negli enti locali", coordinatori Prof. R. Mele (Università di Salerno) e Prof. F. Canaletti (Università di Bari).
- 2000** progetto Ateneo "L'impatto delle tecniche di marketing nell'analisi territoriale", responsabile scientifico Prof. M. Passaro (Università di Bari)
- 2001** progetto Ateneo "Il ruolo del marketing nello sviluppo del territorio nella new economy", responsabile scientifico Prof. M. Passaro (Università di Bari).
- 2001** progetto "Giovani Ricercatori" "Problemi gestionali e prospettive di sviluppo delle imprese alberghiere pugliesi nell'era di Internet", in collaborazione con Mario Carrassi (Università di Bari).
- 2002** progetto Ateneo "L'attività di marketing delle istituzioni pubbliche per lo sviluppo locale", responsabile scientifico Prof. M. Passaro (Università di Bari).
- 2003** progetto Ateneo "Analisi della competitività dei sistemi infrastrutturali dell'accessibilità", responsabile scientifico Prof. M. Marzo (Università di Bari).
- 2004** progetto Ateneo "Strategie di marca di un territorio", responsabile scientifico Prof. L. Petruzzellis.
- 2005** progetto Ateneo "Modelli di collaborazione territoriali: alla ricerca di una supply chain nel turismo", responsabile scientifico Prof. L. Petruzzellis.
- 2006** progetto Ateneo "Il ruolo dei sistemi di supporto alle decisioni (Decision Support Systems-DSS) nella gestione d'impresa, dagli Acquisti al Supply Chain Management", responsabile scientifico Prof. M. Scicutella (Università di Bari).
- 2007 e 2008** progetto Ateneo "Mass Customization, Bundling and Competition", responsabile scientifico Prof. E. Somma (Università di Bari).
- 2007** PRIN "Nuove potenze economiche regionali e sistemi locali di produzione: emergere di nuove minacce o di opportunità?", responsabile scientifico Prof. R. Leoncini (Università di Bologna).
- 2009** progetto Ateneo "Branding in Mass Customised environment", responsabile scientifico Prof. L. Petruzzellis.
- 2010** progetto Ateneo "Marca e mass customization: sensory branding", responsabile scientifico Prof. L. Petruzzellis.

**2017 Grant Ricerca SIM** “Come migliorare le strategie di social media marketing delle aziende del lusso: immagini o testi?” con C. Amatulli e P. Passaro (Università di Bari).

*Progetti in corso*

- Branding in mass customized environment (with R. Winer, NYU)
- The Mediterraneanity scale (with C. S. Craig, NYU) – Scale testing
- Brand networks: the laws of attraction (with Yongcheol Shinand, University of York L. Serlenga, University of Bari) – conceptual development
- Brand purpose in commercials: a neuroscience perspective (with V. Mazzoli, University of Florence, L. Piper, University of Salento and T. Kolster, GoodVertising agency)
- Brand neuro networks. Brain prints – conceptual development
- Cross-Gender brand extensions (with A. Bonezzi, NYU and M. Lisjiak, ASU)
- The effect of social causes on brand reputation (with D. Korschun, Drexel University and D. Acuti, University of Portsmouth).
- VR and its impact on in-store customer experience for Mediterranean brands (with M. Visentin and G. Pizzi, Alma Mater University of Bologna)
- The effect of music notoriety on consumer behavior
- University experience: the role of brands (with A. Pezzi and D. Magni, University of Roma Tre) – conceptual development
- A Stochastic Model of the Intention to Purchase EEMs (with L. Piper, University of Salento and A. Rubino, University of Bari) – model building.
- How sweet taste changes when we see what we drink: a Neuromarketing Study (with L. Piper, University of Salento) – data analysis
- The use of visual and/or textual statements in alcohol warnings (with L. Piper L., University of Salento) – data analysis
- Effect of mobile messaging chatbots and beacon bluetooth on behavioral responses through generations" (with L. de Cosmo, University of Bari and L. Piper, University of Salento) – data analysis
- The effect of corporate reputation in the Energy industry (with A. Rubino, University of Bari and L. Piper, University of Salento) - conceptual development
- The circuit of gratification – conceptual development
- The Mediterranean mindset and consumption (with J. Mourey, DePaul University)

**ALTRE ATTIVITA'**

- **Referente scientifico** del progetto “L’impatto degli eventi sportivi sul brand della Regione Puglia: Road to Tokyo 2020” (EUR 40.000)
- **Referente Scientifico** del progetto “Percorsi innovativi di Digital Marketing - Digital Marketing 2.0”, Avviso pubblico n. 3/PAC/2017 - Piano di Azione e Coesione, approvato con Decisione C(2016)1417 del 3/03/2016 “Azioni aggiuntive per il rafforzamento dei corsi di studio innovativi erogati dalle Università pugliesi” (EUR 300.000)
- **Componente Commissione** per la procedura di gara “Ideazione e realizzazione di un sistema di identità della Città di Bari” nel 2016.
- **Vice Presidente, Direttore Marketing** del Comitato Organizzatore Locale Bari 2014 per i Mondiali di Pallavolo Femminile Italia 2014 (2013 – 2014) (EUR 650.000)
- **Content manager** del Museo dello Sport – Comune di Bari e CONI Puglia nel 2013 (EUR 200.000).
- **Coordinatore Scuola regionale dello Sport** del CONI Puglia (2011-2015).
- **Project coordinator** progetto Cooperlink 2010 (EUR 75.000)
- **Responsabile scientifico** della Summer School in Advanced Marketing dell’Università degli Studi di Bari.
- **Componente del Comitato organizzatore** dell’Open Day Economia Orienta della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi di Bari.
- **Responsabile** della campagna stampa della Facoltà di Economia dell’Università degli Studi di Bari (anno 2007).

- **Responsabile scientifico** dell'Osservatorio sulle dinamiche strutturali e congiunturali dell'economia della Provincia di Bari (2005).
- **Membro del Gruppo di lavoro "Governance e Istituzioni"** per la redazione del Piano di Coordinamento Territoriale Provinciale della Provincia di Bari, coordinatore Prof. Sergio Barile (2005).
- **Consulente** della McGraw Hill Company per l'indagine sull'adozione dei testi nella Facoltà di Economia di Bari (2003).
- **Componente del gruppo di lavoro** sui tirocini formativi "Bari – Catania: buone prassi integrative tra università ed imprese", organizzato da C.O.F., Università degli Studi di Catania, Ifoa, AsseforCamere e Università degli Studi di Bari.
- **Esperto** (di Marketing) componente della commissione giudicatrice del "Parco Progetti: una rete per lo sviluppo locale", organizzato dall'ATI costituita dall'Università degli Studi di Bari, Ifoa e Ifoc (1999).

## PUBBLICAZIONI

### Monografie

1. Petruzzellis L. (1998), *L'economia delle amministrazioni pubbliche e la funzione di marketing*, Bari, Cacucci Editore.
2. Petruzzellis L. (1999), *Le nuove opportunità della comunicazione aziendale: Internet*, Bari, Mario Adda Editore.
3. Petruzzellis L. (2002), *Aspetti evolutivi del marketing. Dall'impresa al territorio*, Bari, Cacucci.
4. Petruzzellis L., Chebat J.-C. (2010), *Comportamento del consumatore. Teoria e casi di studio*, Milano, Pearson.
5. Petruzzellis, L., Winer, R.S. (2016), *Rediscovering the Essentiality of Marketing. Proceedings of the 2015 Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress*, Springer.

### Articoli su riviste nazionali

1. Petruzzellis L. (1998), "Considerazioni e spunti sul marketing nella pubblica amministrazione", *Amministrazione e politica*, 4, pp. 445-493.
2. Petruzzellis L. (2001), "L'utilizzo dell'Information & Communication Technology come acceleratore di sviluppo delle aziende e del territorio nell'era della conoscenza", *Economia, Società e Istituzioni*, anno XIII, 3, pp. 497-524.
3. Petruzzellis L. (2003), "La fiera come strumento di marketing territoriale. La Fiera del Levante di Bari", *Economia, Società e Istituzioni*, anno XV, 1, pp. 65-83.
4. Petruzzellis L., Ravazzoni R. (2004), "Strategie di *vertical branding* del sistema-moda italiano di alta gamma", *Esperienze d'Impresa*, 1, pp. 19-50.
5. Gurrieri A.R., Lorzio M., Petruzzellis L. (2004), "Il ruolo delle variabili territoriali nell'evoluzione della struttura produttiva pugliese", *Economia Marche*, n. 2, pp. 25-57.
6. Petruzzellis, L., Falcone, V.M. (2005), "Le dimensioni spaziali del consumo: le vie dello shopping", *Micro&MacroMarketing*, 3, pp. 391-412.
7. Petruzzellis, L., Trunfio, M. (2006), "Caratteri e problematiche di governo dei sistemi turistici. Un possibile modello di sviluppo", *Small Business*, 1, pp. 113-143.
8. Petruzzellis L. (2012), "Sensory branding e comportamento del consumatore", *Finanza Marketing e Produzione*, 4, pp. 133-152.
9. Petruzzellis L., Chebat J.-C., Palumbo A. (2015), "A ciascuno la sua musica. L'effetto della notorietà della musica di sottofondo sul comportamento d'acquisto nei punti vendita", *Mercati & Competitività*, 3, pp. 15-37.

### Articoli su riviste internazionali

1. Gurrieri, A.R., Petruzzellis, L. (2006), "Local networks to compete in the global era. The Italian SMEs experience", *FEEM Note di Lavoro*, No. 134.06, <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>.

2. Trunfio, M., Petruzzellis, L., Nigro, C. (2006), "Tour operators and alternative tourism in Italy: exploiting niche market to increase international competitiveness", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(5), pp. 426-438.  
*Emerald Literati Network Highly Commended Paper 2007.*  
IF5 = 1.963; H-Index: 31; Indicizzata su Scopus; Citazioni: 51
3. Petruzzellis, L., D'Uggento, A.M., Romanazzi, S. (2006), "Student Satisfaction and Quality of Service in Italian Universities", *Managing Service Quality*, 16(4), pp. 349-364.  
*Finalista Emerald Literati Network Highly Commended Paper 2007.*  
IF5 = 1.477; H-index = 30; Indicizzata su Scopus; Citazioni: 210
4. Petruzzellis L., & Gurrieri A.R. (2008), "Does network matter in international expansion? Evidence from Italian SMEs", *FEEM Note di Lavoro*, No. 65.08,  
<http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>.
5. Petruzzellis, L. (2010), "Mobile Phone Choice: Technology Vs Marketing. The Brand Effect in the Italian Market", *European Journal of Marketing*, 44(5), pp. 610-634.  
IF5 = 1.659; H-index = 40; Indicizzata su Scopus; Citazioni: 60
6. Petruzzellis, L., Romanazzi, S. (2010), "Educational value: how students choose University. Evidence from an Italian University", *International Journal of Educational Management*, 24(3), pp. 139-158.  
H-index = 21; Indicizzata su Scopus; Citazioni: 55
7. Petruzzellis, L., Romanazzi, S., Tassiello, V. (2010), "Branding relationship in financial services. paradigm shift in Mediterranean countries", *Journal of Brand Management*, 18(3), pp. 1-17.  
H-index = 28; Indicizzata su Scopus; Citazioni: 18
8. Romanazzi, S., Petruzzellis, L., Iannuzzi, E. (2011), "Click & experience. Just be virtually there": the effect of destination web site on tourist choice. Evidence from Italy", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(7), pp. 791-813.  
H-index = 22; Indicizzata su Scopus; Citazioni: 17
9. Petruzzellis L., Chebat J.-C., Palumbo A. (2014), "Hey dee-jay let's play that song and keep me shopping all day long. The effect of background music on consumer shopping behavior", *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 8(2), pp. 38-49.  
*Featured in The Atlantic, December 2015 Issue*
10. Petruzzellis L., Craig C.S. (2016), "Separate but Together: Mediterranean Identity in Three Countries", *Journal of Consumer Marketing*, 33(1), pp. 9-19.  
H-index = 55; Indicizzata su Scopus
11. Passaro P., Salomone S., Petruzzellis L. (2016), "Retail Concentration: The Shopping Streets", *European Scientific Journal*, 12(16), pp. 122-135.
12. Petruzzellis L., Gurrieri A.R., Pezzi A., Lenoci M. (2016), "Strategic alliances between Japanese-Western firms: A Win-Win or Win-Lose relationship? The case of the automobile industry", *International Journal of Business and Management*, 11(11), pp. 1-12.
13. Petruzzellis L., Craig C.S., Palumbo A. (2017), "MED scale: Regional Variation in Values and Beliefs", *EuroMed Journal of Business*, 12(1), pp. 1-18.
14. Petruzzellis L., Chebat J.-C. & Palumbo A. (2018), "Paradoxical effects of famous music in retail venues", *Journal of Consumer Behaviour*, 17(2), pp. 161-174, DOI 10.1002/cb.1701.
15. Seger-Guttmann, T., Vilnai-Yavetz, I., Wang, C., & Petruzzellis, L. (2018), "Illegitimate returns as a trigger for customers' ethical dissonance", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 45, 120-131.
16. Grazzini, L., Acuti, D., Mazzoli, V., Petruzzellis, L. & Korschun, D.(2020), "Standing for politics: What consequences for brands?", *Italian Journal of Marketing*, 1, 49-65,  
<https://doi.org/10.1007/s43039-020-00001-w>
17. Petruzzellis, L., Fronzetti Colladon, A., Visentin, M., Chebat, J.-C. (2021), "Tell me a story about yourself: The words of shopping experience and self-satisfaction", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102703,  
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102703>

#### Capitoli di libri

1. Gurrieri A.R., Lorizio M., Petruzzellis L., Ravazzoni R. (2004), "The Apulia SMEs local approach to the global market", in Veloutsou C. & Papanikos G.T. (eds), *The Modern Business Function and Environment*, Athens, ATINER, pp. 619-634.
2. Petruzzellis L., Trunfio M. (2006), "Configurazioni e modelli di governance dei sistemi turistici: il ruolo dell'organo di governo composito", in Barile S. (a cura di), *L'impresa sistema vitale*, Torino, Giappichelli, pp. 295-398.
3. Petruzzellis, L. (2007), "I sistemi di *Vertical Branding*", in Mastroberardino P., Nigro C. (a cura di), *Economia e gestione delle Imprese Commerciali*, Napoli, ESI, pp. 312-323.
4. Petruzzellis L., Ravazzoni R., Romanazzi S. (2007), "L'evoluzione dei consumi: scenari micro e macro economici", in Lobbuono M., Lorizio M. (a cura di), *Credito al consumo e sovraindebitamento del consumatore. Scenari economici e profili giuridici*, Torino Giappichelli, pp. 21-52.
5. Petruzzellis, L., Gurrieri, A.R. (2008), "Does Network matter in internationalisation decision? Evidence from Italian SMEs", Sisodiya, A.S. & Rao, N.J. (eds), *Small and Medium Enterprises -Cases and Experiences*, Punjagutta, ICFAI University Press, pp. 91-107.
6. Petruzzellis, L., Somma, E. (2009), "Bundling, Mass Customization and Competition under Consumption Uncertainty", in Piller, F.T. & Tseng, M.M. (eds.), *Handbook of Research in Mass Customization and Personalization*, World Scientific Press, pp. 275-294.
7. Gurrieri, A.R., Petruzzellis, L. (2009), "Knowledge network in unconventional industries. The case of the agri-tourism network", in Bernhard, I. (ed.), *Uddevalla Symposium 2009 The Geography of Innovation and Entrepreneurship*, Trollhattan, University West, pp. 545-556.
8. Baldassarre F, Petruzzellis L., Santovito S. (2009), "L'analisi delle forze concorrenziali", in: Cristini G. (a cura di), *La guida del Sole 24 Ore al Marketing. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione*, Milano, Il Sole 24 Ore, pp. 223-248.
9. Gurrieri A.R., Petruzzellis L. (2011), "Family entrepreneurship: opportunity or threat to network formation? Lessons learnt from agri-tourism", in Fairchild R. (ed.), *Entrepreneurship. Motivation, performance and risk*, New York, Nova Publishers, pp. 111-124.
10. Petruzzellis L. (2011), "Place Branding: Sensing the Difference?", in Campbell C.L. (ed.), *The Customer is NOT Always Right? Marketing Orientations in a Dynamic Business World*, Cham, Springer, pp. 359-360, ISBN 978-3-319-50006-5
11. Petruzzellis L., Chebat J.-C., Palumbo A. (2013), "Hey Dee-Jay Let's Play that Song and Keep me Shopping All Day Long". The Effect of Famous Background Music on Consumer Shopping Behavior, in Kubacki K. (ed.), *Ideas in Marketing: Finding the New and Polishing the Old*, Cham, Springer, pp. 756-765, ISBN 978-3-319-10950-3
12. Romanazzi S., Petruzzellis L., Aguiari R. (2014), "Impression management: a multicultural approach to annual report", in AA.VV., *Proceedings of 14th annual conference of the European Academy of Management*, Valencia, 4-6 June, ISBN: 978-84-697-0377-9
13. Gurrieri A.R., Petruzzellis L. (2016), "Gender and Brain in the Female Entrepreneurial Process", in Walsh A. (Ed.), *Entrepreneurship and Firm Performance*, New York, Nova Publishers.
14. Romanazzi S., Petruzzellis L., Aguiari R. (2016), "A cross cultural approach to annual report through impression management" in Petruzzellis, L., Winer, R.S., *Rediscovering the Essentiality of Marketing*, Springer.
15. De Cosmo L., Petruzzellis, L., Passaro, P. (2016), "Il format diffuso: analisi dell'impatto della circolarità sulla brand retail experience", in AA.VV., *Marketing & Retail nei mercati che cambiano. XIII Convegno Società Italiana di Marketing*, ISBN 978-88-907662-6-8.

16. Morresi, O., Pezzi, A., Petruzzellis, L. (2016), "Educational value: Do university choices affect company performance?", in AA.VV., *Proceedings of the Global Marketing Conference 2016*, p. 1250-1257, ISSN: 1976-8699, doi:10.15444/GMC2016.09.05.03
17. Mauri M., Pezzi A., Petruzzellis L., Chiappa M., Ciceri A., Russo V. (2016), "Sense Effects about Wine Consumption by Means of Self-Reports and Neuromarketing Methods", in AA.VV., *Proceedings of 7th European Business Research Conference*. ISBN: 978-1-925488-234
18. Sfodera, F., Nosi, C., Mattiacci, A., Petruzzellis L. (2016), "The Mediterranean diet storytelling an inquiry into an intangible marketing asset", in AA.VV., *Proceedings of the 2016 Global Marketing Conference*, pp. 1214-1219, <http://dx.doi.org/10.15444/GMC2016.08.09.01>
19. Pezzi A., Petruzzellis L., Mauri M. (2017), "Communication Effects about Balance Sheets by Means of Self-Reports Methods", in AA.VV., *Proceedings of the 10th European Business Research Conference*, ISBN: 978-1-925488-58-6
20. Romanazzi R., Petruzzellis L. (2017), "The multisensory experience of taste. The effects of senses and brand in wine consumption", in Vrontis D., Weber Y., and Tsoukatos E. (eds.), *Global and national business theories and practice: bridging the past with the future*, EuroMed Press, ISBN: 978-9963-711-56-7
21. Aguiari R., Romanazzi S., Pezzi A., Petruzzellis L. (2017), "L'annual report come strumento di marketing: un'analisi empirica", in Mattiacci A., Ceccotti F. (a cura di), *Non c'è più il marketing di una volta. Scritti in ricordo di Gennaro Cuomo*, Milanofiori Assago, Wolters Kluwer Italia, 2017, pp. 5-20.
22. Magni, D., Pezzi, A., Petruzzellis, L. (2018), "Indagine sul comportamento di Co-Creazione degli studenti: il ruolo della Web Communication e delle tecnologie digitali come driver per l'Università 4.0. Una review sistematica della letteratura". In AA.VV., *I percorsi identitari di Marketing. XV Convegno Società Italiana di Marketing*. ISBN 978-88-943918-2-4.
23. Amatulli, C., Peluso, A., Petruzzellis, L. & Guido, G. (2020), "Sociodemographic Antecedents of Psychological Flow: Evidence from Outdoor Adventure Tourism", in Pantoja, F., Wu, S. & Krey, N., *Enlightened Marketing in Challenging Times*, Proceedings of the 22nd AMS World Marketing Congress, Springer, ISBN: 978-3-030-42544-9, 978-3-030-42545-6.
24. Pichierri, M. & Petruzzellis, L. (2020), "Diving into the past, forgetting about the future? Nostalgic advertising and sustainable food consumption behavior", in AA.VV., *Il Marketing per una società migliore. XVII Convegno Società Italiana di Marketing*, ISBN 978-88-943918-4-8.

#### *Work in progress*

- Petruzzellis L., Visentin M., Piper L., Rubino A., "Experiencing the place or enjoying the event? From travel motivation to revisit intention".
- Petruzzellis L., Craig C.S. & Piper L., "Mediterranean Identity's effect on brand authenticity and shopping behavior", in referaggio su *European Journal of Marketing*.
- Grazzini L., Mazzoli V., Acuti D., Petruzzellis L. & Korschun D., "The mediating roles of genuine concern attributions and perceived corporate hypocrisy in consumers' reactions to corporate political activity".
- Amatulli, C., Peluso, A., Petruzzellis, L., Sestino, A. & Guido, G., "Psychological flow in outdoor adventure tourism: sociodemographic antecedents and consequences on word of mouth and life satisfaction".
- Petruzzellis L., Romanazzi S., Matthyssens P. & Qmseih G., "The multisensory experience of taste. The effects of senses and brand in wine consumption".
- Petruzzellis L., Winer R.S. & Colicev, A., "Branding in mass customized environment".

#### *Papers di conferenze nazionali e internazionali*

1. Petruzzellis L. (2003), "Place regeneration towards a customer-based approach", *Regional Studies Association International Conference "Reinventing Regions in the*



- Global Economy*", Pisa, 12-15 Aprile (<http://www.regional-studies-assoc.ac.uk/events/120403papers.asp>).
2. Petruzzellis L., Ravazzoni R. (2003), "Sistemi di Vertical branding del sistema-moda italiano di alta gamma", *Convegno Industria & Distribuzione e Osservatorio Permanente Franchising "I sistemi a rete nel retailing: modelli di relazione, regole e creazione di valore"*, Roma, 21-22 Novembre.
  3. Gurrieri A.R., Lorzio M., Petruzzellis L., Ravazzoni R. (2004), "The Apulia SMEs local approach to the global market", *ATINER International Conference "Small and Medium Sized Enterprises: Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats"*, Lefkada, Grecia, 29 Agosto – 1 Settembre.
  4. Intonti M., Nigro C., Petruzzellis L., Senatore M. (2005), "The impact of venture capital on the Italian SMEs development. In the search for a Comprehensive model", *Workshop Financing Regional Economies*, University of Paisley, UK, 12 Maggio 2005.
  5. Petruzzellis L., Gurrieri A.R., Lorzio M. (2005), "The Apulian Agribusiness: typicality vs globalisation in consumer perception", *9th International Conference on Global Business and Economic Development "Management Challenges in Times of Global Change and Uncertainty"*, Seoul, Corea, 25-28 Maggio, pp. 81-93.
  6. Petruzzellis L. (2005), "Affecting consumer behaviour through retail concentration: the shopping streets", *9th International Conference on Global Business and Economic Development "Management Challenges in Times of Global Change and Uncertainty"*, Seoul, Corea, 25-28 Maggio, pp. 1587-1596.
  7. Petruzzellis L., D'Uggento A.M. (2005), "Revitalising Strategy in Urban Marketing: Measuring the Effects through Perceptual Mapping", *34th EMAC Conference "Rejuvenating Marketing: contamination, innovation, integration"*, Università Bocconi, Milano, 24-27 Maggio.
  8. Petruzzellis L., Gurrieri A. (2005), "Mass Customisation Strategies In Italian SMEs: Opportunity Or Threat? A Framework Analysis", *International Conference "Managing Global Trends and Challenges in a Turbulent Economy"*, University of the Aegean, Chios, 13-15 ottobre.
  9. D'Uggento A.M., Petruzzellis L., Romanazzi S. (2005), "Student Satisfaction and Quality of Service in Italian Universities. The Case of The University of Bari", *International Conference "Managing Global Trends and Challenges in a Turbulent Economy"*, University of the Aegean, Chios, 13-15 ottobre.
  10. Trunfio M., Nigro C., Petruzzellis L. (2005), "The Impact of Tour Operators on Developing New Typologies of Tourism in Italy", *EuroCHRIE Conference 2005 "Facing change in tourism and hospitality"*, Parigi, 26-28 Ottobre.
  11. Petruzzellis L., Gurrieri A.R., Romanazzi S. (2006), "Local networks to compete in the global era. The Italian SMEs experience", *22nd Industrial Marketing and Purchasing Conference*, Milano, 7-9 Settembre.
  12. Petruzzellis L., Trunfio M. (2006), "The low cost option in destination competitiveness. The search for excellence: the Apulian experience", *EuroCHRIE Conference 2006 "In search for excellence for tomorrow's tourism, travel and hospitality"*, Salonicco, 25-28 Ottobre.
  13. Petruzzellis L., Somma E. (2007), "Bundling, Mass Customization and Competition under Consumption Uncertainty", *MCPC 2007: Extreme Customization*, Cambridge, USA, Massachusetts Institute of Technology, 7-12 Ottobre.
  14. Petruzzellis L., Romanazzi S., Gurrieri A.R. (2008), "Loyalty And Customer Satisfaction In Retail Banking. The Role Of Social Network", *7th International Congress on Marketing Trends*, Venezia, 17-19 Gennaio.
  15. Petruzzellis L., Romanazzi S., Iannuzzi E. (2008), "Place Web Promotion: The Case of the Apulian Web Portal", *2<sup>nd</sup> International Scientific Conference of the E-Business Forum "E-Business in Travel, Tourism and Hospitality"*, Atene, 14 Marzo.
  16. Romanazzi S., Petruzzellis L., Tassiello V. (2008), "Typical Wine Choice and Consumption in Apulia", *4th International Conference of the Academy of Wine Business Research*, Siena, 17-19 Luglio.

17. Qumsieh G., Trunfio M., Golinelli C., Petruzzellis L. (2008), "The role of professional conference organizations in attracting tourism: Evidence from Italy", *EuroCHRIE 2008 "Building a Legacy, Living the Dream: 2020 Vision for Hospitality and Tourism"*, Dubai, Emirati Arabi, 11-14 Ottobre.
18. Petruzzellis L., Somma E. (2008), "Destination 'Focus Pocus' strategies. Mass customisation to reposition sun-and-sand destinations", *EuroCHRIE 2008 "Building a Legacy, Living the Dream: 2020 Vision for Hospitality and Tourism"*, Dubai, Emirati Arabi, 11-14 Ottobre.
19. Gurrieri A.R., Petruzzellis L., Romanazzi, S. (2009), "Knowledge network in unconventional industries. The case of the agri-tourism network", *12th Uddevalla Symposium 2009*, Bari, 11-13 Giugno.
20. Petruzzellis L., Iudice D. (2009), "To brand or not to brand? That is the question. Branding issues in mass customized environments", *5th Mass Customization and Personalization Conference 2009*, Helsinki, Finlandia, 4-8 Ottobre.
21. Petruzzellis L., Romanazzi R., Qumsieh G. (2010), "Does taste only matter in wine consumption? Sensory branding in the wine industry", *6th International Colloquium of the Academy of Marketing Brand, Identity and Corporate Reputation SIG*, Barcellona, Spagna, 9-11 Aprile.
22. Petruzzellis L., Lenoci M. (2010), "Strategic alliances between Japanese-Western firms: A win-win or win-lose relationship? The case of the automobile industry", *Strategic Management Society 30th Annual International Conference*, Roma, Italia, 12-15 Settembre.
23. Petruzzellis L., Michon, R., Chebat, J.-C., Gélinas-Chebat, C. (2011), "To be or not to be: this is shopping Sensory branding and self-satisfaction", *7th Global Conference of the AM Brand, Corporate Identity and Reputation SIG*, Oxford, UK, 4-5 Aprile.
24. Petruzzellis, L. (2011), "From Hi-tech to Hi-touch. The emotional way to technology", *AMS annual conference*, Miami, USA, 24-27 Maggio.
25. Petruzzellis, L. (2011), "Place Branding: sensing the difference?", *2011 Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, Reims, France, 19-23 Luglio.
26. Petruzzellis L., Chebat J.-C., Palumbo A. (2013), "Hey dee-jay let's play that song and keep me shopping all day long. The effect of background music on consumer shopping behavior", *42nd Academy of Marketing Science Conference Annual Conference*, Monterey Bay, 15-18 Maggio 2013.
27. Petruzzellis L., Aguiari, R., Romanazzi S. (2015), "Impression management. Annual reports as a marketing tool", *18th Academy of Marketing Science World Marketing Congress 2015*, Bari, 14-18 Luglio.
28. Pezzi, A., Petruzzellis, L., Morresi, O. (2016), "Education value: do University choices affect company performance?", *2016 Global Marketing conference*, Hong Kong, Cina, 21-24 Luglio.
29. Sfodera, F., Nosi, C., Mattiacci, A., Petruzzellis L. (2016), "The Mediterranean diet storytelling an inquiry into an intangible marketing asset", *2016 Global Marketing Conference*, Hong Kong, Cina, 21-24 Luglio.
30. De Cosmo L., Petruzzellis, L., Passaro, P. (2016), "Il format diffuso: analisi dell'impatto della circolarità sulla brand retail experience", *XIII Convegno Società Italiana di Marketing*, Cassino, 20-21 Ottobre.
31. Magni, D., Pezzi, A., Petruzzellis, L. (2018), "Indagine sul comportamento di Co-Creazione degli studenti: il ruolo della Web Communication e delle tecnologie digitali come driver per l'Università 4.0. Una review sistematica della letteratura", *XV Convegno Società Italiana di Marketing*, Bari, 18-19 ottobre.
- Piper, L., Petruzzellis, L. & Rubino, A. (2019), "A Stochastic Model for the Evaluation of Intention to Purchase EEMs", *INFORMS Marketing Science 2019*, Roma, 20-22 Giugno.
32. Amatulli, C., Peluso, A., Petruzzellis, L. & Guido, G. (2019), "Sociodemographic Antecedents of Psychological Flow: Evidence from Outdoor Adventure Tourism", *22nd AMS World Marketing Congress*, Edimburgo, UK, 9-12 Luglio.

33. Grazzini, L., Acuti, D., Mazzoli, V., Petruzzellis, L. & Korschun, D. (2019), "Standing for politics: what consequences for brands?", *XVI Convegno Società Italiana di Marketing*, Piacenza, 24-25 Ottobre.
34. Petruzzellis, L., Piper, L., Rubino, A. & Visentin, M. (2019), "Experiencing the place or enjoying the event? The mediated path between travel motivation and revisit intention and word-of-mouth", *XVI Convegno Società Italiana di Marketing*, Piacenza, 24-25 Ottobre.
35. Pichierri, M. & Petruzzellis, L. (2020), "Diving into the past, forgetting about the future? Nostalgic advertising and sustainable food consumption behavior", *XVII Convegno Società Italiana di Marketing*, Castellanza, 29-30 Ottobre.

#### *Premi*

1. **Emerald Literati Network Highly Commended Paper 2007** for the paper "Tour operators and alternative tourism in Italy: exploiting niche market to increase international competitiveness", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2006.
2. **SIM 2019 Best Conference paper award** for the paper "Standing for politics: what consequences for brands?".

#### *Press coverage*

The Place Brand Observer (2019)  
 The Atlantic, December Issue (2015)  
 University World News (21.3.2012)  
 La Repubblica (2019)  
 L'Avvenire (2018)  
 L'Espresso (2016)  
 Largo Consumo (4/2013)  
 La Gazzetta del Mezzogiorno (23.1.2012)  
 Rai 3, Telenorba, Antenna Sud, Telebari

#### *Invited speaker*

- Petruzzellis L., "Sounds mood. The effect of music on consumers", *Neuromarketing Coach*, TIM Space, Milano, 11-12 Novembre 2016.
- Petruzzellis L., Craig C.S., "Separate but Together: Mediterranean Identity in Three Countries", discussant: Shawn Grain Carter, Fashion Institute of Technology, *Market Cultures Group NYC*, Fashion Institute of Technology, New York, 18 Marzo 2015.
- Petruzzellis L., Palumbo A., Chebat J.-C., "Meno la musica è famosa, migliori sono gli acquisti. Analisi sperimentale dell' influenza della musica sul comportamento d'acquisto", *Convegno Sistema Moda Italia "Canali digitali e persuasori di acquisto nel Retail"*, Milano, 15 Maggio 2012.
- Petruzzellis L., Palumbo A., Chebat J.-C., "Meno la musica è famosa, migliori sono gli acquisti. Analisi sperimentale dell' influenza della musica sul comportamento d'acquisto", *Marca 2012 - Convegno Soundreef: La musica di sottofondo e il comportamento d'acquisto*, Bologna, 18 Gennaio 2012.
- Petruzzellis L., Ravazzoni R., "L'evoluzione dei consumi: scenari micro e macro economici", *Incontro di studio Credito al consumo e sovraindebitamento del consumatore: aspetti economici e giuridici*, Università di Foggia, 8 Giugno 2006.

#### *Comitati scientifici, Editorial board e reviewer*

- Membro dell'**Editorial Board** di *Italian Journal of Marketing*
- **Program chair** del 2019 *INFORMS Marketing Science Conference*, Roma, Italia
- **Chair** del *Convegno Nazionale della Società Italiana di Marketing 2018*, Bari, Italia,
- **Track chair** dell'*Academy of Marketing Science 21th World Marketing Congress 2018*, Porto, Portogallo.

- **Track chair** dell'Academy of Marketing Science 20th World Marketing Congress 2017, Christchurch, Nuova Zelanda.
- **Program chair** dell'Academy of Marketing Science 18th World Marketing Congress 2015, Bari, 14-18 Luglio 2015.
- Membro dell'**Editorial Review Board** di Journal of Product and Brand Management dal 2013.
- **Componente del Comitato Scientifico** della *2<sup>nd</sup> International Scientific Conference of the E-Business Forum "E-Business in Travel, Tourism and Hospitality"*.
- **Track chair** per la International Conference "Managing Global Trends and Challenges in a Turbulent Economy", Chios, 13-15 ottobre 2005.
- **Ad hoc reviewer** per Decision Management, Journal of Interactive Marketing, Journal of Product and Brand Management, California Management Review, Journal of Consumer Marketing, Journal of Brand Management, Managing Service Quality, Journal of Marketing Management, EuroMed Journal of Business, Sinergie.

*Supervisione di dottorandi*

2003-2008 Doriana Rapio.

2012-2015 Ada Palumbo

2017-2020 Marius Huber

*Affiliazioni di società scientifiche*

- Società Italiana di Marketing (SIM)
- European Marketing Academy (EMAC)
- Academy of Marketing Science (AMS)
- Strategic Management Society (SMS)
- Association of Consumer Research (ACR)