UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BERGAMO | Dipartimento di Scienze Aziendali

Prof. GIUSEPPE PEDELIENTO (Ph.D.)

Professore Associato (con abilitazione scientifica nazionale a I Fascia)
SSD - Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08 Area 13/B2)
Dipartimento di Scienze Aziendali
Università degli Studi di Bergamo
Via dei Caniana 2, 24127 – Bergamo
giuseppe.pedeliento@unibg.it
+39.035.2052678
+39.349.0897216
Google Scholar: https://scholar.google.it/citations?user=G90ZN5oAAAAJ&hl=it&oi=ao
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8573-0384

POSIZIONE ACCADEMICA ATTUALE

Da 10/2019	Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08 Area 13/B2) presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.

POSIZIONI ACCADEMICHE PRECEDENTI

10/2016 – 10/2019	Ricercatore a tempo determinato senior (RTD B) di Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08 Area 13/B2) presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
01/2013 - 12/2013	Assegnista di ricerca (Post-Doc) Art. 22 Legge 240/2010 presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
03/2014 - 06/2016	Assegnista di ricerca (Post-Doc) Art. 22 Legge 240/2010 presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.

TITOLI

31.05.2021	Conseguita l'abilitazione scientifica nazionale per le funzioni di professore di I Fascia (professore Ordinario) nel settore scientifico disciplinare SECS-P/08 Area 13/B2.
2011-2013	Titolo di dottore di ricerca (Ph.D.) in Marketing Strategico ed Economia Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo (XXV ciclo).
2007-2009	Titolo di laurea magistrale (a pieni voti, 102/110) in Management per l'impresa ottenuto presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

2004-2007	Titolo di laurea triennale (a pieni voti, 105/110) in Economia aziendale (curriculum marketing e comunicazione) ottenuto presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

INCARICHI ASSOCIATIVI

Da 05.2021	Eletto membro del consiglio di presidenza (collegio dei revisori) della Società Italiana Marketing (SIM) per il triennio 2021-2024.

INCARICHI UNIVERSITARI

Da 2020/2021	Membro del gruppo di gestione assicurazione della qualità della ricerca e seminari dipartimentali del Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
2020/2021	Nominato referente per la VQR 2015-2019 dell'ex Dipartimento di Scienze Aziendali, Economiche e Metodi Quantitativi.
Da 2018/2019	Responsabile dell'assicurazione della qualità per i corsi di laurea magistrale in Management, Finanza e International Business (MAFIB) e International Management, Entrepreneurship and Finance (IMEF) del Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Da 2018/2019	Responsabile del curriculum in Management e gestione aziendale (già Direzione d'impresa) del corso di laurea triennale in Economia Aziendale del Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Da 2018/2019	Membro del collegio dei docenti del Master Universitario di primo livello in Digital Business Development (DBD) presso SdM, la Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo.
Da 2018/2019	Membro del comitato di indirizzo del corso di laurea triennale in Economia Aziendale (EA) e dei corsi di laurea magistrale in Management, Finanza e International Business (MAFIB) e International Management, Entrepreneurship and Finance (IMEF) del Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Da 2018/2019	Membro del gruppo di riesame dei corsi di laurea magistrale in Management, Finanza e International Business (MAFIB) e International Management, Entrepreneurship and Finance (IMEF) del Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Da 2016/2017	Membro del collegio dei docenti del dottorato di ricerca in "Business & Law" presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo (XXXIII ciclo).
Da 2016/2017	Membro della commissione di valutazione e selezione degli studenti UE e Extra-UE per i corsi di laurea IMEF e MAFIB.

Da 2016/2017	Membro dei consigli di corso di studio in Economia Aziendale (Triennale), Management, Finanza e International Business (magistrale) e International Management, Entrepreneurship and Finance (magistrale) del Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Da 2016/2017	Referente per l'orientamento dei piani studio e per la conversione dei voti degli studenti partecipanti ai programmi di mobilità internazionale per i corsi di laurea magistrale Management, Finanza e International Business e International Management, Entrepreneurship and Finance.
Da 2013/2014	Membro dello staff di ricerca di E-Lab (Entrepreneurial Laboratory) e del suo Osservatorio permanente sulle professioni (OPRI) presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.
Da 01/2011	Collaboratore di SdM, la Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo con incarichi di consulenza, formazione manageriale e insegnamento post laurea.

VISITING

07/2012	Visiting scholar presso il Dipartimento di Marketing della University of Washington Business School, Seattle, USA (Bothell Campus), accreditamento AACSB.
01/2010 – 10/2011	Visiting scholar presso il Dipartimento di Marketing della Aalto University School of Business (ex-Aalto School of Economics), Helsinki, Finlandia. La Aalto University School of Business è la top Business School in Scandinavia, accreditamento "Triple Crown" – AACSB, AMBA, EQUIS.

INSEGNAMENTO

Ph.D.

Da 2018-2019	"Fundamentals of Research Design" nell'ambito del dottorato in Business and Law presso l'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: Italiano. Ore: 3.
2017-2018	"Marketing Theory" nell'ambito del dottorato in Business and Law presso l'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: Italiano. Ore: 3.
Da 2017-2018	"The review process" nell'ambito del dottorato in Business and Law presso l'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: Italiano. Ore: 6 (a.a. 2017-2018) 2 (2018-2019) 8 (2020-2021)

All'estero

2015-2016	Visiting professor in "International Management" presso la Johannes Kepler University (Linz, Austria) nell'ambito del Global Business Master Program – Troika - che coinvolge la Johannes Kepler University, la Higher School of Economics (Nizhny Novgorod, Russia) e l'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: Inglese. Ore: 12.
2011-2012	Visiting lecturer in "Product & Brand Management" nell'ambito del bachelor degree in Marketing presso la Aalto University School of Business (Helsinki, Finlandia) – AACSB, AMBA, EQUIS. Lingua di insegnamento: Inglese. Ore: 28.

In Italia

Da 2020-2021	Responsabile della didattica e docente del corso 'Economia e Gestione delle Imprese' nell'ambito della laurea triennale in Economia Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 72 (9 CFU)
Da 2017-2018	Responsabile della didattica e docente del corso 'Marketing Avanzato' nell'ambito del corso di laurea magistrale in Management, Finanza e International Business presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 48. (6 CFU)
Da 2016-2017	Responsabile della didattica e docente del corso 'Business Project' nell'ambito del Global Business Master Program con la Johannes Kepler University (Linz), la Higher School of Economics (Nizhny Novgorod) e l'Università degli Studi di Bergamo. Responsabile della progettazione e dell'esecuzione di progetti di formazione operativi con il coinvolgimento di importanti partner aziendali tra cui CNH Industrial, IBM Italia, Esprinet S.p.A., Celly S.p.A., Serim S.r.l., Smi Group S.p.A., Confida, Ricoh, ecc. Lingua di insegnamento: Inglese. Ore: 16. (2 CFU) (da 2016-2017 a 2019-2020), 24 – 3 CFU (da 2020-2021)
Da 2016-2017	Docente del corso 'Market Research for Business Development and Innovation' (modulo "Qualitative research methods") nell'ambito della laurea magistrale in International Management, Entrepreneurship and Finance presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 24 (3 CFU)
Da 2016-2017 a 2019-2020	Docente del corso 'Logistica e Supply Chain Management' nell'ambito della laurea triennale in Economia Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 16 – 2 CFU (da 2016-2017 a 2018-2019), 24 – 3 CFU (da 2019-2020)
Da 2015-2016 a 2016-2017	Docente del corso 'Marketing Internazionale' nell'ambito della laurea triennale in Economia Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo.

	Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 16 - 2 CFU (2015-2016), 24 – 3 CFU (2016-2017).
2019-2020	Responsabile della didattica e docente del corso 'Contemporary Issues in Management' nell'ambito della laurea triennale in Economia Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 16 (2 CFU)
2019-2020	Docente del corso 'Economia e Marketing' nell'ambito della laurea triennale in Scienze della Comunicazione presso il Dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 15 (2.5 CFU)
Da 2014-2015 a 2016-2017	Docente del corso 'Marketing Avanzato' nell'ambito del corso di laurea magistrale in Management, Finanza e International Business presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 16 – 2 CFU (2014-2015/2015-2016), 24 – 3 CFU (2016-2017).
Da 2013-2014 a 2015-2016	Docente del corso 'Imprenditorialità, private equity e professional service firms' nell'ambito del corso di laurea magistrale in Management, Finanza e International Business presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 16 (2 CFU).
2014-2015	Responsabile della didattica e docente del corso 'Economia e Gestione delle Imprese' nell'ambito del corso di laurea triennale in Economia Aziendale. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 32 (3 CFU).
2013-2014	Docente del corso 'Gestione dei servizi pubblici' nell'ambito del corso di laurea triennale in Economia Aziendale presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 8 (1 CFU).

In master post-laurea

2020-2021	Titolare di contratto per attività di docenza universitaria per il modulo 'Branding' nell'ambito del Master di primo livello in "Digital Marketing" presso l'Università degli Studi di Udine. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 8.
Da 2018-2019	Titolare di contratto per attività di docenza universitaria per il modulo 'Marketing Business-to-Business' nell'ambito del Master di primo livello in "Marketing management" presso l'Università degli Studi di Pisa. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 8.
Da 2018-2019	Titolare di contratto per attività di docenza universitaria per i corsi 'Basi di Marketing' e 'Digital Branding' nell'ambito del master di primo livello "Digital Business Development" (DBD). Il corso è organizzato da SdM, la Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 32 (2018-2019), 24 (2019-2020).

Da 2013-2014 a 2018-2019	Titolare di contratto per attività di docenza universitaria per il modulo 'Category Management' nell'ambito del Master di secondo livello "Il farmacista e i prodotti omeopatici: strategie di marketing". Il corso è rivolto a farmacisti laureati ed è organizzato da SdM, la Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 12 (2013-2014/2017-2018), 16 (2018-2019).
Da 2012-2013	Titolare di contratto per attività di docenza universitaria per il modulo 'Marketing dei beni industriali' nell'ambito del Master di primo livello "Marketing management per l'impresa internazionale". Il corso è organizzato da SdM, la Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: inglese. Ore: 9.
Da 2015-2016 a 2016-2017	Titolare di contratto per attività di docenza universitaria nell'ambito del corso di 'Strategie aziendali e competitività globale' nel master di primo livello in "Gestione e sviluppo delle risorse umane". Il corso è organizzato da SdM, la Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 9 (2015-2016); 6 (2016-2017).

In programmi di alta formazione imprenditoriale

Da 2016-2017	Titolare di contratto per attività di docenza per il modulo 'Marketing e vendite' nell'ambito del programma "Start me Up - percorso di alta formazione per lo sviluppo di autoimprenditorialità". Iniziativa finanziata dalla Camera di Commercio di Bergamo e realizzata dall'Azienda Speciale Bergamo Sviluppo con il supporto tecnico-scientifico del Centro di Ateneo CYFE dell'Università degli Studi di Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 16 (2016-2017/2017-2018), 15 (2018-2019), 6 (2019-2020) 6 (2020-2021).
2019-2020	Titolare di contratto per attività di docenza per il modulo 'Strategie di approccio al mercato e ai mercati internazionali' nell'ambito di 'Figli d'impresa' - corso di alta formazione in gestione di impresa familiare per giovani neolaureati o diplomati promosso da Confindustria Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 4

In programmi di alta formazione manageriale

Da 2019-2020	Titolare di contratto per attività di docenza in 'Procurement e gestione del magazzino' nell'ambito del corso di alta formazione manageriale in 'Management e direzione della farmacia' organizzato da SdM, la Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo in collaborazione con Federfarma Bergamo. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 15.
Da 2018-2019	Titolare di contratto per attività di docenza nel corso di formazione e rivalidazione manageriale rivolto ai dirigenti di struttura complessa presso l'Università degli Studi di Bergamo per conto di Polis - Lombardia, l'ente di diritto pubblico della regione Lombardia per la formazione dei dipendenti pubblici. Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 8.

In Istituti Tecnici Superiori (ITS) (ex legge 40, art. 13, comma 2)

Da 2012-2013 a 2014-2015	Titolare di contratto di insegnamento per il corso 'Marketing Strategico' presso la Fondazione JAC – Jobs Academy (ex Fondazione ITS) di San Paolo d'Argon (Bergamo). Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 48.
Da 2014-2015 a 2015-2016	Titolare di contratto di insegnamento per il corso di 'Strategie innovative nella gestione d'impresa' presso la Fondazione JAC – Jobs Academy (ex Fondazione ITS) di San Paolo d'Argon (Bergamo). Lingua di insegnamento: italiano. Lingua di insegnamento: italiano. Ore:16.
2014-2015	Titolare di contratto di insegnamento per il corso di Strategie d'impresa' presso la Fondazione JAC – Jobs Academy (ex Fondazione ITS) di San Paolo d'Argon (Bergamo). Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 42.

In altri programmi di formazione

2019-2020	Titolare di contratto di insegnamento per un seminario dal titolo 'Violenza di genere e social network' presso il dipartimento di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Bergamo. Il seminario è stato erogato nell'ambito del corso "Violenza di genere: profili giuridici e psico-sociali" realizzato nell'ambito dei Piani d'azione volti a promuovere percorsi formativi sperimentali nel sistema universitario lombardo sulle tematiche di prevenzione e contrasto alla violenza contro le donne, finanziati da Regione Lombardia – Direzione Generale Politiche per la famiglia, genitorialità e pari opportunità, Unità operativa Pari opportunità e Prevenzione e contrasto della violenza di genere – ai sensi della d.g.r. XI/1827 del 2 luglio 2019 - D.d.u.o. 22 luglio 2019 - n. 10804 Lingua di insegnamento: italiano. Ore: 8.

GRANT

05/2019	Vincitore del Grant competitivo di ricerca STaRs (Supporting Talented Researchers) erogato dall'Ateneo Università degli Studi di Bergamo per l'arruolamento di un assegnista di ricerca (post-doctoral researcher) senior per complessivi 36 mesi (90.000 €).
12/2017	Grant di ricerca FFABR - Fondo per le attività base di ricerca – erogato dall'Agenzia Nazionale di Valutazione del sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR), sulla base di criteri qualitativi della produzione scientifica prodotta dal 2012 al 2016 (3.000 €).
05/2016	Grant di ricerca erogato dal Marketing Science Institute (MSI) nell'ambito della priorità di ricerca triennio 2014-2016 Research Initiative on Customer Experience. Il grant è stato erogato a seguito della presentazione del progetto

di ricerca "Defining Brand Experience: a Systematic Literature Review" con Daniela Andreini, Lia Zarantonello e Chiara Solerio (1.000 €).

07/2012 — Vincitore del grant di ricerca "FYRE" Fostering Young REsearchers – Promuovere la formazione di capitale umano di eccellenza – promosso della Fondazione Cariplo. Il grant mi ha consentito di svolgere un periodo di ricerca come visiting scholar presso la University of Washington Bothell (Seattle, USA).

Da 2016-2017 — Assegnatario quota premiale fondi di ricerca distribuiti dal Dipartimento di Scienze Aziendali Economiche e Metodi Quantitativi (in aggiunta a quelli 'a pioggia') per i risultati di ricerca raggiunti in ciascun anno accademico. 2017 (2.381,50 €) - 2018 (2.088 €) - 2019 (2.340 €) – 2020 (3.460 €).

AWARD/RICONOSCIMENTI

10/2020 — Best paper award della track 'Marketing Communication and Branding' della XVII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM). Università LIUC, Castellanza con il paper 'Branding rhetoric in times of a global pandemic: a text-mining analysis of tweets before, during and after the lockdown' (con Mangiò, F. e Andreini, D).

06/2018 — "Outstanding Reviewer Award" (anno 2017) della rivista Journal of Product & Brand Management (Emerald). Impact Factor 2.757. Indicizzato in Thomson Routers. ISSN: 1061-0421.

10/2017 — "Best Reviewer Award" (anno 2016) della rivista Mercati & Competitività (ora Italian Journal of Marketing), la rivista ufficiale della Società Italiana Marketing (SIM).

AREE DI RICERCA

- Branding (B2B e B2C) & Place branding
- Consumer behavior
- Category studies & market system dynamics
- Industrial marketing & Organizational buying behavior
- Marketing theory
- Research methods in marketing

METODI

- Metodi quantitativi: Structural Equation Modeling e Multigroup Analysis. Ho ottenuto un certificato di "Structural Equation Modeling Practice" a seguito della frequenza di un corso intensivo tenuto da Research Training (Prof. John Cadogan & Prof. Nick Lee) nel 2011 presso la Hanken School of Economics (Helsinki, Finlandia). Software utilizzato: LISREL (dalla versione 8.0 in poi).

- Metodi qualitativi: interviste in profondità, interviste fenomenologiche, single e multiple case studies, historical research methods.

LINGUE

- Italiano: Madrelingua
- Inglese: Parlato (Fully Proficient); Scritto (Fully Proficient); Comprensione (Fully Proficient).

EDITORSHIP

01/2017-06/2018	European Entrepreneurship and Marketing" Series Editor per SAGE Business Cases.
04/2019-ongoing	Associate Editor e membro del comitato scientifico della collana casi 'Management & Marketing Cases' (MMC) un'iniziativa editoriale delle società scientifiche SIMA (Società Italiana di Management) e SIM (Società Italiana Marketing) per la casa editrice Pearson (da aprile 2019).
10/2020-ongoing	Special Issue Guest Editor "Building Bridges Across Branding Research: Family Business Brands and The Branding Process" per *Journal of Product & Brand Management* (Emerald) con Isabel C. Botero (University of Louisville College of Business, USA), Cristina Bettinelli (Università degli Studi di Bergamo) e Edgar Centeno (EGADE Business School - Tecnólogico de Monterrey, Città del Messico, Messico).
10/2020-ongoing	Special Issue Guest Editor "Covid-19 and Marketing Research in Italy" per Italian Journal of Marketing con Marco Galvagno (Università degli Studi di Catania)

EDITORIAL BOARDS

- Membro dell'Editorial Advisory Board di Management Decision (Emerald), rivista inclusa nel ranking Fascia A Anvur.
- Membro dell'Editorial Board del Journal of Product & Brand Management (Emerald), rivista inclusa nel ranking Fascia A Anvur.
- Membro dell'Editorial Board dell'Italian Journal of Marketing (già Mercati & Competitività) (Springer) (AIDEA A).
- 2015. Dotta International Conference (Firenze). Membro del comitato scientifico internazionale e del volume contenente gli atti del convegno Bosi, F., Ferrulli, P., Fossi, E. (Eds.) "Looking to methods and tools for the Research in Design and Architectural Technology", Firenze University Press. ISBN: 978-88-6655-848-4.

REVIEWER

Riviste

- Organization Studies (ANVUR Fascia A)
- Journal of Business Research (ANVUR Fascia A)
- Management Decision (ANVUR Fascia A)
- The Information Society (ANVUR Fascia A)
- Small Business Economics (ANVUR Fascia A)
- European Journal of Innovation Management (ANVUR Fascia A)
- Small Business Economics (ANVUR Fascia A)
- Psychology & Marketing (ANVUR Fascia A)
- Journal of Family Business Strategy (ANVUR Fascia A)
- Journal of Product & Brand Management (ANVUR Fascia A)
- Italian Journal of Marketing (ex Mercati & Competitività)
- Journal of Customer Behaviour
- Journal of General Management
- Journal of Place Management and Development
- The International Journal of Economic Behavior
- Micro & Macro Marketing

Conferenze

- Dall'a.a. 2014/2015 membro del board internazionale dei revisori per la conferenza dell'International Council for Small Business (ICSB).
- Reviewer per la 21° Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress (WMC) per la track 'Branding and Product Management'.
- Reviewer per la 50° EMAC Conference, ESIC Business & Marketing School, Madrid, Spain per le track 'Product and Brand Management' e 'Consumer behavior'.
- Reviewer per la 49° EMAC Conference, University of Budapest, Hungary per le track 'Product and Brand Management' e 'Consumer behavior'.
- Reviewer per la 48° EMAC Conference, University of Hamburg, Germany per la track 'Product and Brand Management'.
- Reviewer per la 47° EMAC Conference, University of Strathclyde, Glasgow, UK per la track 'Product and Brand Management'.
- Reviewer per la 14° Global Brand Conference 2019 (8-10 Maggio 2019), Berlino (Germania).
- Reviewer per la 2019 IFERA (International Family Enterprise Research Academy) conference.
- Reviewer per la 2019 Global Fashion Management Conference (Paris).

ORGANIZZAZIONE CONFERENZE

- Membro del comitato organizzativo della XIV Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), "Il Marketing di successo. Imprese, Enti e Persone" presso l'Università degli Studi di Bergamo, 26-27 ottobre 2017.

- Membro del comitato organizzativo del workshop "Covid-19 and Marketing Research in Italy. Contributions to theories, methods, and practices". 16 Ottobre 2020.

TRACK CHAIR

- Chair per la track 'Brand Experience' durante la 14th Global Brand Conference Academy of Marketing. Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 8-10 Maggio, Berlin School of Economics and Law, Berlin, Germany.

- Chair per la track 'Employees and consumers' perception of family firms' durante la 2019 IFERA – International family Enterprise Research Academy, 17-21 Giugno, Università degli Studi di Bergamo.

- Da a.a. 2019/2020 referente (con Sebastiano Grandi) della sessione tematica (SIG – Special Interest Group) 'Marketing Cases' per la conferenza annuale della Società Italiana Marketing (SIM).

- Chair per la track 'Brands and Services' nell'ambito del workshop "Covid-19 and Marketing Research in Italy. Contributions to theories, methods, and practices". 16 Ottobre 2020.

SEMINARI/INTERVENTI SU INVITO

- 25.06.2021 – Keynote speech nella sessione plenaria "Developing and using teaching cases in family business", con Marleen Dieleman (National University of Singapore), 2021 IFERA – International Family Enterprise Research Academy – conference.

- 10.06.2021 – Intervento dal titolo "To Tweet or not to Tweet: la comunicazione ai tempi del Covid" nell'ambito di un incontro promosso da SIM (Società Italiana Marketing) e Manageritalia Lombardia.

- 26.05.2020 - Milano Digital Week 2020. Intervento sul tema "Città aumentate e intelligenti: intelligenti per chi?" (con Federico Mangiò).

- 26.09.2018 - Aalto University School of Business, Helsinki. Intervento su "Consumer Entrepreneurship and Cultural Innovation".

- 13.11.2017 - Università degli Studi di Bergamo. Intervento dal titolo "Sustainable vending: challenges for the future of a fast growing sector" nell'ambito dell'incontro "La CSR come valore competitivo: il caso del Vending Sostenibile" in collaborazione con CONFIDA e GITT - Centro per la gestione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico dell'Università degli Studi di Bergamo.

- 16.12.2016 - ITA (Italian Trade Agency), Roma. L'internazionalizzazione delle società di ingegneria. Presentazione del Rapporto 2016 sulla presenza delle società italiane di ingegneria e architettura all'estero.

- 30.11.2016 - Università degli Studi di Udine (campus di Gorizia) workshop finale di chiusura del percorso di Academy Go Labor Percorsi di imprenditorialità giovanile nella provincia di Gorizia. Seminario dal titolo "Story Telling management: come costruire storie di marca".

- 04.11.2015 - ITA (Italian Trade Agency), Roma. L'internazionalizzazione delle società di ingegneria. Presentazione del Rapporto 2015 sulla presenza delle società italiane di ingegneria e architettura all'estero.

- 22.11.2013 - Milano, Museo della Triennale. Intervento dal titolo "La domanda e le prospettive di crescita dell'imprenditoria italiana del progetto" nell'ambito dell'incontro sul tema "Architettura, design, ingegneria – alleanze imprenditoriali Made in Italy".

MEMBERSHIP

- Academy of Marketing
- Società Italiana Marketing (SIM)
- Società Italiana di Management (SIMA)
- Aidea (Associazione italiana di economia aziendale)
- IFERA – International Family Enterprise Research

ALTRE ESPERIENZE

- Dal 2013 advisor scientifico di Guamari S.r.l. società di ricerca focalizzata sul mercato delle costruzioni e dell'imprenditoria del progetto.
- Responsabile di, o partecipante a, gruppi di consulenza strategico-operativa per diverse imprese nazionali e internazionali, associazioni imprenditoriali ed enti operanti in svariati settori di attività quali: industrial manufacturing, automotive, costruzioni, ingegneria e architettura, food & beverage, energy, healthcare, ecc.

PUBBLICAZIONI

Articoli in riviste accademiche referate

1. Mangiò, F., **Pedeliento, G.**, Andreini, D. (2021). Branding rhetoric in times of a global pandemic: a text-mining analysis. *Journal of Advertising.* IF (2020): 5.522. 5Y IF (2020): 8.626. ABS 2021 (***). ISSN: 0091-3367 - Online ISSN: 1557-7805. DOI: 10.1080/00913367.2021.1927912. [ANVUR A]

2. **Pedeliento, G.**, Andreini, A., Dalli, D. (2020). From Mother's ruin to Ginaissance. Emergence, Settlement, and Resettlement of the Gin Category. *Organization Studies*, 41(7), 969-992. IF (2020): 6.306. 5Y IF (2020): 8.041. ABS 2021 (****). ISSN: 0170-8406 - Online ISSN: 1741-3044. FT 50 List. [ANVUR A]

3. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Veloutsou, C. (2020). Brand community integration, participation and commitment: a comparison between consumer-run and company-managed communities. *Journal of Business Research* (forthcoming). IF (2020): 7.55. 5Y IF (2020): 8.488. ABS 2021 (***). ISSN: 0148-2963. [ANVUR A]

4. Andreini, D., Bettinelli, C., **Pedeliento, G.**, Apa, R. (2020). How do consumers see family firms? A review of the literature. *Family Business Review*, 33(1), 18-37. IF (2020): 9.848. 5Y IF (2020): 10.361. ABS 2021 (***). ISSN: 0894-4865 - Online ISSN: 1741-6248. [ANVUR A]

5. **Pedeliento, G.**, Pinchera, V., Andreini, D. (2020). Gin: a marketplace icon. *Consumption, Markets & Culture.* (in press). IF (2020): 2.873. 5Y IF (2020): 3.347. ABS 2021 (**) ISSN: 1025-3866 - Online ISSN: 1477-223X. DOI: 10.1080/10253866.2020.1806066 [ANVUR A]

6. Mangiò, F., Andreini, D., **Pedeliento, G.** (2020). Hands off my data: users' security concerns and intention to adopt privacy enhancing technologies (forthcoming). *Italian Journal of Marketing*. ISSN: 2662-3323 – Online ISSN: 2662-3331. DOI: 10.1007/s43039-020-00017-2.

7. **Pedeliento, G.** (2020). Brembo: un'icona del lusso industriale. *Micro & Macro Marketing* (in press). ISSN: 1121-4228. DOI: 10.1431/97442.

8. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Bergamaschi, M., Salo, J. (2019). End Users' Purchasing Task Involvement, Power, and Influence Strategies in Organizational Buying. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(1), pp.150-165. IF (2020): 3.462. 5Y IF (2020): 3.962. ABS 2021 (**). ISSN: 0885-8624 [DOI 10.1108/JBIM-01-2018-0037] [**ANVUR A**]

9. **Pedeliento, G.**, Kavaratzis, M. (2019). Bridging the gap between culture, identity and image: A structurationist conceptualization of place brands and place branding. *Journal of Product & Brand Management*, 28(3), pp. 348-363. IF (2020): 4.335. 5Y IF (2020): 5.354. ABS 2021 (*). ISSN: 1061-0421. DOI: 10.1108/JPBM-01-2018-1735. [**ANVUR A**]

10. **Pedeliento, G.**, Bettinelli, C., Andreini, D., Bergamaschi, M. (2018). Consumer Entrepreneurship and Cultural Innovation: The Case of Gin012. *Journal of Business Research*, 92, 431-442. IF (2020): 7.55. 5Y IF (2020): 8.488. ABS 2021 (***). ISSN: 0148-2963. DOI: 10.1016/j.jbusres.2010.11.029. [**ANVUR A**].

11. Andreini, D., **Pedeliento, G.**, Zarantonello, L., Solerio, C. (2018). A renaissance of brand experience: advancing the concept through a multi-perspective analysis. *Journal of Business Research*, 91, 123-133. IF (2020): 7.55. 5Y IF (2020): 8.488. ABS 2021 (***). ISSN: 0148-2963. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.05.046. [**ANVUR A**]

12. Cavallone, M., Andreini, D., **Pedeliento, G.**, Magno, F. (2018). Legitimizing the contribution of marketing to firms' success: an exploratory investigation of marketing professionals. *Mercati & Competitività*, (2), 15-36. ISSN 1826-7386.

13. Andreini, D., Rinallo, D., **Pedeliento, G.**, Bergamaschi, M. (2017). Brands and Religion in the Secularized Marketplace and Workplace: Insights from the Case of an Italian Hospital Renamed After a Roman Catholic Pope. *Journal of Business Ethics*, 141(3), 529–550. IF (2020): 6.43. 5Y IF (2020): 7.830. ABS 2021 (***). Online ISSN: 1573-0697. Print ISSN: 0167-4544. DOI 10.1007/s10551-015-2709-y. FT 50 List. [**ANVUR A**]

14. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Bergamaschi, M., Klobas, J. (2017). Trust, Information Asymmetry, and Professional Service Recommender Platforms. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(6), 1081-1104. IF (2020): 3.415. 5Y IF (2020): 4.289. ABS 2021 (*). ISSN: 2055-6225. DOI: 10.1108/JSTP-10-2016-0185. [**ANVUR A**]

15. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Bergamaschi, M., Salo, J. (2016). Brand and Product Attachment in an Industrial Context: The Effects on Brand Loyalty. *Industrial Marketing Management*, 53: 194-206. IF (2020): 6.96. 5Y IF (2020): 8.698. ABS 2021 (***). ISSN: 0019-8501. DOI: 10.1016/j.indmarman.2015.06.007. [**ANVUR A**]

16. Andreini, D., Bergamaschi, M., **Pedeliento, G.**, Salo, J. (2016). Industrial Ingredient Co-branding: A Brand Relationship Approach. *International Journal of Business & Man*agement, 11(7), 23-41. Print ISSN 1833-8119. Online ISSN 1833-3850.

17. Andreini D., **Pedeliento G.**, Salo, J., Bergamaschi, M. (2014). The Cross-Effects of Sponsorship in Non-Professional Sports Communities, *Management Decision*, 52(10), 2044-2068. IF (2020): 4.957. 5Y IF (2020): 4.816. ABS 2021 (**). ISSN: 0025-1747. DOI: 10.1108/MD-07-2013-0395. [**ANVUR A**]

18. Andreini D., **Pedeliento, G.**, Signori, S. (2014). CSR and Service Quality in Nonprofit Organizations: the Case of a Performing Arts Association, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 19(2), 127-142. ABS 2021 (*). DOI: 10.1002/nvsm.1488.

19. Andreini D., **Pedeliento, G.** (2014). The Multichannel Effects of Sponsorship: An Empirical Analysis, *Mercati & Competitività*, (4): 65-83. ISSN 1826-7386.

20. Andreini D., **Pedeliento, G.** (2014). Crowdfunding: A Financing Alternative for New Ventures: The Kickstarter Experience, *IR Top – Journal of Investor Relations*, (1): 26-29. ISSN 2038-1441.

21. Upadhyay A., **Pedeliento, G.** (2014). Understanding Scope and Boundaries of Regional Innovation, InImpact: *The Journal of Innovation Impact*. 7(1): 116-122. ISSN 2051-6002.

22. Andreini D., **Pedeliento G.** (2013). B2B vs B2C: An Empirical Attempt to Bridge the Gap, *Mercati & Competitività*, (1):75-98. ISSN 1826-7386.

23. Andreini D., Bergamaschi M., **Pedeliento G.** (2012). Corporate rebranding di un'azienda ospedaliera pubblica: un'analisi dei fattori critici di successo, *MECOSAN* - Trimestrale di Management ed Economia Sanitaria, 83: 9-22. ISSN 1121-6921. [indicizzato in Scopus].

Casi di studio

1. **Pedeliento, G.**, Mangiò, F. Littlewood, A., Murtas, G. Nicoloso Manfrini, G. (2021). A New Paradigm in the Luxury Fashion Industry: Off-White and the Rise of Luxury Streetwear. *SAGE Business Cases. http://dx.doi.org/10.4135/9781529759211*. Online ISBN: 9781473995925.

2. **Pedeliento, G.**, Mangiò, F. Littlewood, A., Murtas, G. Nicoloso Manfrini, G. (2020). Off-White e la nascita del luxury streetwear. *Pearson Management & Marketing Cases* (in press).

3. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Dalli, D. (2017). The Local(s) as the New Global? Local Brands in the New Premium Market for Spirits: The Case of Gin Mare. *SAGE Business Cases*, DOI: 10.4135/9781473995925. Online ISBN: 9781473995925.

Monografie

1. **Pedeliento, G.**, Sammaciccia, M. (2021). Imprenditorialità e disturbi specifici dell'apprendimento. Pearson Education. ISBN 978-88-919-2587-9. (in press).

2. **Pedeliento, G.**, (2018). Analyzing Attachment and Consumers' Emotions: Emerging Research and Opportunities. Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services Book Series, IGI GLOBAL. Hershey, PA. ISBN: 9781522549840 (hardcover) | ISBN 9781522549857 (ebook) – ISSN: 2327-5502 | eISSN: 2327-5529) | DOI: 10.4018/978-1-5225-4984-0. (monografia soggetta a revisione tra pari).

Capitoli di libro (referati)

1. Mangiò, F., **Pedeliento, G.**, Andreini, D. (2021). Brand experience co-creation at the time of artificial intelligence. In Oriol Iglesias, Nicholas Ind and Majken Schultz (Eds.), The Routledge Companion to Corporate Branding. Routledge (in press).

2. Salo, J., **Pedeliento, G.**, Wendelin, R. (2015). Managing Digital Bonds in the Buyer-Supplier Relationships. In Theodosios Tsiakis (a cura di), Trends and Innovations in Marketing Information Systems (pp. 107-128). IGI Global. Hershey, PA: Business Science Reference. ISBN13: 9781466684591. DOI: 10.4018/978-1-4666-8459-1 [indicizzato in Scopus].

3. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Bergamaschi, M., Magno, F. (2015). Place Branding: Marketing in an s-Low Tourism Perspective. In: Emanuela Casti, Federica Burini (a cura di). Centrality of Territories, pp. 91-103. Bergamo University Press/Sestante Edizioni, Bergamo. ISBN: 978-88-6642.210-5.

4. Andreini, D., **Pedeliento, G.** (2014). Is Multichannel Integration in Retailing a Source of Competitive Advantage? A Consumer Perspective. In Fabio Musso & Elena Druica (a cura di) Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development (pp. 471-489). IGI Global. Hershey, PA: Business Science Reference. DOI:10.4018/978-1-4666-6074-8.ch025 [indicizzato in Scopus].

Capitoli di libro (non referati)

1. **Pedeliento, G.**, Andreini, D. (2015). La collaborazione nella supply chain. In: Mara Bergamaschi & Angelo Renoldi (a cura di) Logistica e Supply Chain Management, pp. 137-166. Pearson, Milano. ISBN: 978-88-6518-36-63.

2. Andreini, D., **Pedeliento, G.** (2015). E-business e supply chain management. In: Mara Bergamaschi & Angelo Renoldi (a cura di) Logistica e Supply Chain Management, pp. 189-216. Pearson, Milano. ISBN: 978-88-6518-36-63.

3. **Pedeliento, G.** (2012). La pianificazione economica e il controllo di gestione nell'attività concertistica. In. Andrea Pontiroli (a cura di) Un concerto da manuale – soluzioni semplici per organizzare concerti, pp. 227-246. NdA Press, Rimini. ISBN: 978-88-89035-73-3.

Atti di convegno (con referaggio double-blind)

1. Mangiò, F., Murtas, G., **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Bettinelli, C. (2021). What do we really know about market system dynamics? A comprehensive literature review. Sinergie-SIMA 2020 Conference, Leveraging intersections in management theory and practice, 10-11 Giugno, Università degli Studi di Palermo.

2. Mangiò, F., **Pedeliento, G.**, Andreini, D. (2021). Branding rhetoric in times of a global pandemic: a text-mining analysis. Online Global Brand Meeting - Academy of Marketing - Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 27 Maggio 2021.

3. Mangiò, F., Andreini, D., **Pedeliento, G**. (2020). Branding rhetoric in times of a global pandemic: a text-mining analysis of tweets before, during and after the lockdown, 29-30 Ottobre, 2020. XVII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM). Università LIUC, Castellanza.

4. **Pedeliento, G.**, Murtas, G., Bettinelli, C., Del Bosco, B., Andreini, D. (2020). From the Ghetto to the Stars: How Luxury Streetwear Conquered the Fashion System. 29-30 Ottobre, 2020. XVII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM). Università LIUC, Castellanza.

5. Mangiò, F., Andreini, D., **Pedeliento, G**. (2020). Tweeting during hard times: A text-mining exploration of the rhetorical strategies adopted by brands during Covid-19 lockdown in Italy. Workshop, "Covid-19 and Marketing Research in Italy" (promoted by SIM Società Italiana Marketing) and Italian Journal of Marketing.

6. **Pedeliento, G.**, Pinchera, V., Dalli, D. (2020). Art and business. The history of Campari. Sinergie-SIMA 2020 Conference, Companies and Universities working for a better society, 7-8 settembre 2020 – Università degli Studi di Pisa.

7. **Pedeliento, G**. (2020). Off-White e la nascita del luxury streetwear. Sinergie-SIMA 2020 Conference, Companies and Universities working for a better society, 7-8 settembre 2020 – Università degli Studi di Pisa.

8. **Pedeliento, G.**, Andreini, A, Veloutsou, C., Zarantonello, L. (2020). Fiat Lvx on brand negativity. 22nd ICIG Symposium "FIAT LUX! Advances In Corporate Marketing, Branding, Identity, Image, And Communications", 8-10 Giugno, 2020, Villa Mondragone, Frascati (accettato ma cancellato causa emergenza COVID-19).

9. Mangiò, F., Andreini, D., **Pedeliento, G**. (2019). Stop surveilling me! Consumers' digital rebellion and the phenomenon of Internet anonymous navigation. XVI Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 24-25 Ottobre, Università Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza.

10. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Dalli, D. (2019). A tale of a categorical shift: the Hendrick's revolution and the partitioning of the gin category, 14th Global Brand Conference Academy of Marketing. Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 8-10 Maggio, Berlin School of Economics and Law, Berlin, Germany.

11. Andreini, D., **Pedeliento, G.** (2019). Brand experience! Here we go again, 14th Global Brand Conference Academy of Marketing. Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 8-10 Maggio, Berlin School of Economics and Law, Berlin, Germany. Paper selected for the Science Slam.

12. **Pedeliento, G.**, Andreini, D. (2019). Are accidental entrepreneurs really accidental? A cross comparison of six consumer-established new ventures. Workshop on 'Consumer entrepreneurship and its reflections on branding theory and practice', Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 28 Maggio, 2019.

13. **Pedeliento, G.**, Rombolà, E., Andreini, D. (2018). Carrions and parasites: online consumers' reactions to controversial advertisements. XV Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 17-18 Ottobre, Università Aldo Moro, Bari.

14. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Veloutsou, C., Apa, R. (2018). Integration in and identification with brand communities. A comparison between consumer generated and marketer generated communities, 4th International Colloquium on Corporate Branding, Identity, Image and Reputation (COBIIR) 2018, 3–4 Settembre 2018, Università della Calabria.

15. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Dalli, D. (2018). From mother's ruin to 'ginaissance'. Emergence, settlement, and resettlement of the gin category. XVIII World Economic History Congress, 29 Luglio-3 Agosto, Boston, 'Branding through history' session.

16. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Apa, R. (2018). Integration in brand communities. A comparison between consumer generated and marketer generated communities, 13th Global Brand Conference Academy of Marketing. Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 2-4 Maggio, Northumbria University, Newcastle, England.

17. Andreini, D., **Pedeliento, G.**, Bergamaschi, M. (2018). On the way to business blockchainization: An empirical analysis of successful ICOs, Sinergie-SIMA 2018 Conference, Transformative business strategies and new patterns for value creation, 14-15 giugno 2018 – Università Ca' Foscari Venezia.

18. Andreini, D. Romano, **Pedeliento, G.** (2018). The development of process-based innovation in manufacturing companies: the results of the collaboration between the University of Bergamo and SIAD. The 2018 UIIN (University-Industry Interaction Conference). 20-22 Giugno, London South Bank University, Londra, UK.

19. Andreini, D., Solerio, C., **Pedeliento, G.**, Zarantonello, L. (2017). Brand experience: a multi-perspective analysis, Proceedings of the 12th Global Brand Conference Academy of Marketing. Brand, Identity and Corporate Reputation Special Interest Group (SIG), 26–28 Aprile, School of Business and Economics, Linnaeus University, Kalmar, Sweden. (pp. 36-41). ISBN: 978-91-88357-69-4.

20. **Pedeliento, G.** (2016). Nationalism and autarky in the contemporary (liberal) marketplace: The emergence and rise of Futurist Mixology. XIII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 20-21 Ottobre, Università di Cassino e del Lazio Meridionale. ISBN: 978-88-907662-6-8.

21. **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Bergamaschi, M., Klobas, J. (2016). How online recommendation agents affect consumers' search and post-purchase evaluation of professional services: evidences from the notary sector. XIII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 20-21 Ottobre, Università di Cassino e del Lazio Meridionale. ISBN: 978-88-907662-6-8.

22. **Pedeliento, G.**, Dalli, D., Andreini, D. (2015). Mothers' Ruin and Madame Genève. the troubled past and the shining present of gin. A historical-constructivist perspective. XII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 22-23 Ottobre, Torino. ISBN: 978-88-907662-4-4.

23. **Pedeliento, G.**, Villa E. M. (2015). How Moleskine became a cultural icon: The journey of a brand for contemporary nomads. XII Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM), 22-23 Ottobre, Torino. ISBN: 978-88-907662-4-4.

24. **Pedeliento, G.**, Dalli, D., Andreini, D. (2015). Local David(s) out-localize global Goliath(s): Evidences from the super-premium market for gin. Paper selezionato per il Brand Camp 3. 20-22 Marzo. University of Innsbruck, Innsbruck (Austria). Brand Research Laboratory, Association for Consumer Research (ACR).

25. Salo, J., **Pedeliento, G.** (2015). Mobile game advertising recall in pre-and post-game experience. Journal of International Conference on Marketing & Business Development. 1(1), pp. 261-273. Bucharest (Romania), University of Economic Studies Publishing House - ISSN: 2344 – 5130.

26. **Pedeliento, G.**, Dalli, D., Andreini, D. (2014). The local(s) as the new global? Local brands in the new premium market for spirits: the case of Gin Mare from Spain. Meeting annuale del Network of Mediterranean Marketing, 18-19 Novembre, Università Bocconi, Milano.

27. Upadhyay, A., **Pedeliento, G.** (2014). Understanding scope and boundaries of regional innovation, Innovation KT Conference, Innovation Through Knowledge Transfer, University of Greenwich, Londra, (UK).

28. **Pedeliento, G.**, Andreini, D. (2013). An exploratory investigation of the users' influence in the purchasing process of trucks, XXIX IMP Conference, Georgia State University, Atlanta (USA).

29. Andreini, D., **Pedeliento, G.** (2013). The role of peer-to-peer communication in online sponsorship. Conferenza del Bicentenario AIDEA – Associazione Italiana di Economia Aziendale, Università del Salento, Lecce.

30. Andreini, D., **Pedeliento, G.** (2013). Multi-channel retailing as a source of competitive advantage: a consumer perspective. X Conferenza della Società Italiana Marketing (SIM). Università Bicocca, Milano.

31. **Pedeliento, G.** (2012). Project marketing: a structurationist perspective, XXVIII IMP Conference, 13-15 settembre, Università Cattolica del Sacro Cuore, Roma.

32. Andreini, D., **Pedeliento, G.** (2012). The extended self in a business-to-business context: and inquiry into trucks and truck drivers. XXVIII IMP Conference, 13-15 settembre, Università Cattolica del Sacro Cuore, Roma.

33. **Pedeliento, G.**, Trio, O., Andreini, D. (2012). I processi di internazionalizzazione delle imprese di costruzioni italiane: analisi teorica ed evidenze empiriche. XXIV Convegno Sinergie, Università del Salento, Lecce - ISBN 978-88-907394-0-8.

34. Sihvonen, A., **Pedeliento, G.**, Tikkanen, H., Salo, J., Hietanen, J., Mattila, P., Parvinen, P. (2011). Managerial storytelling: how we write up managerial and academic stories in B2B case study research. XXVII IMP Conference, University of Strathclyde, Glasgow (Scozia).

35. Andreini, D., **Pedeliento, G.**, Signori, S. (2012). The customer satisfaction in a non profit context: the role of social responsibility and its communication. XII EURAM (European Academy of Management) Conference, Rotterdam (Olanda).

36. Andreini, D., **Pedeliento, G.**, Signori, S. (2011). The customer satisfaction in a non profit context: the role of social responsibility and its communication, XXXVII MACROMARKETING Conference, Berlino (Germania) - ISBN 978-3-941240-50-6.

37. Andreini, D., **Pedeliento, G.**, Signori, S. (2011). La customer satisfaction nelle associazioni di promozione sociale: il ruolo della responsabilità sociale e della sua comunicazione. XVI AIDEA, Università degli Studi di Cagliari, Cagliari – ISBN 978 88-906627-06.

38. Upadhyay, A., **Pedeliento, G.** (2010). Regional innovation: a strategic tool. EIASM - European Institute for Advanced Studies in Management - Conference, University of Ghent, Ghent, (Belgio).

39. **Pedeliento, G.**, Norsa, A. (2010). The stakeholder management in real estate. ERES - European Real Estate Society - Conference, Università Bocconi, Milano.

Articoli under review

1. Pantano, E., **Pedeliento, G.**, Christodoulides, G. A strategic framework for technological innovations in support of the customer experience: A focus on luxury retailers. *Journal of Retailing & Consumer Services* (I round) [**ANVUR A**]

2. Siala, H., **Pedeliento, G.**, Andreini, D., Jagger, S. The Effect of Religiosity on Learning Ethics in Serious Gaming Environments. *Business Ethics, the Environment & Responsibility* (I round) [**ANVUR A**]

Articoli in progress

1. **Pedeliento, G.**, Christodoulides, G., Leek, S. Luxury branding in the Business-to-Business market. Target Journal: *Industrial Marketing Managemen*t. [**ANVUR A**]

2. Merlo, E., Pinchera, V. **Pedeliento, G**. Institutionalizing and configuring emerging industries: the case of haute couture. Target Journal: *Journal of Business Venturing*. [**ANVUR A**]

3. Pedeliento, G., Littlewood, A. Conceptualizing oxymoronic brands and oxymoronic brand positioning. *Journal of Product & Brand Management*. [**ANVUR A**]

4. **Pedeliento, G.**, Gambetti, R., Biraghi, S. Black Friday: a marketplace icon. Target Journal: *Consumption, Markets & Culture*.

Rapporti di ricerca

1. **Pedeliento, G.** (2016). Rapporto 2016 sulla presenza delle società italiane di ingegneria e architettura all'estero. Report sviluppato con e per conto di OICE-Confindustria, l'Associazione italiana delle organizzazioni di ingegneria, architettura e consulenza tecnico-economica.

2. **Pedeliento, G.**, Tucci, A., Amato, S. (2015). Rapporto 2015 sulla presenza delle società italiane di ingegneria e architettura all'estero. Report sviluppato con e per conto di OICE-Confindustria, l'Associazione italiana delle organizzazioni di ingegneria, architettura e consulenza tecnico-economica.

3. Report on the Italian Architecture and Engineering Industry (edizioni 2011-2012-2013-2014-2015-2016). Il report (in lingua inglese) è a cura di Aldo Norsa, pubblicato dalla società di ricerca Guamari e allegato a Edilizia e Territorio/Il Sole 24 Ore.

Articoli in stampa generalista

1. **Pedeliento G.** (con Mangiò, F. e Andreini, D.). La vita in quarantena: ecco cosa twittano gli italiani chiusi in casa per il coronavirus, 28 Marzo 2020, La Repubblica.