

CURRICULUM VITAE LUCA PETRUZZELLIS

Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese (SECS-P/08)

Università degli Studi di Bari Aldo Moro
Dipartimento Interuniversitario di Fisica
Via E. Orabona, 4, Bari 70125
tel. 080.544.2356
e-mail: luca.petruzzellis@uniba.it

TITOLI ACCADEMICI

2024-2030	Componente del Board of Governors Academy of Marketing Science
2024 -	Coordinatore Commissione Terza Missione Dipartimento interuniversitario di Fisica, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
	Componente Gruppo Comunicazione Dipartimento interuniversitario di Fisica, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
2021-	Componente del Consiglio di Presidenza Società Italiana Marketing
2021 -	Membro dell'Advisory Board del Business & Collective Intelligence Lab, Università di Perugia
2021	Responsabile scientifico dello Short Master in Digital economy, Centro di Eccellenza TIRES, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
2019 - 2024	Componente del Comitato Internazionalizzazione Società Italiana Marketing
2019	Adjunct Professor presso New York University (USA), Stern School of Business
2019	Membro del Centro di eccellenza di Tecnologie Innovative per la Rilevazione e l'Elaborazione del Segnale (TIRES), Università degli Studi di Bari Aldo Moro
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
2015-2021	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)
2010-2020	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 2009	Sostituto del direttore del Dipartimento di Studi aziendali e giusprivatistici Visiting Faculty Scholar presso New York University (USA), The Stern School of Business, Department of Marketing
2009-2013	Presidente Corso di Laurea Interclasse in Marketing dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro
2009	Visiting Professor presso HEC Montreal (Canada), cattedra di Commercial Spaces and Customer Service Management, Prof. Jean-Charles Chebat
2008	Visiting Professor presso University of Glasgow (UK), Dipartimento di Management
2008-2011	Direttore della Summer School in Advanced Marketing, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
2007-2017	Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
2007-2009	Presidente Corso di Laurea Specialistica in Marketing, Università degli Studi di Bari
200-2013	Componente del Comitato Tecnico Scientifico dell'Agenzia per le Relazioni con l'Esterno, Università degli Studi di Bari Aldo Moro
2002-2003	Visiting scholar presso University of Glasgow (UK), Dipartimento di Business and Management
2001-2003	Direttore dell'area Marketing , Master in Culture d'Impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Bari
1999-2007	Ricercatore di Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Bari

ATTIVITA' DIDATTICA

2019	Adjunct Professor, NYU Stern	MBA part-time
	Consumer behavior	
2017	Professore ordinario	
	<i>Laurea Triennale</i>	
	Marketing (2023 -)	LT in Scienze della comuni
	Marketing del turismo (2023 - 2025)	LT in Nuovi Turismi
	Fondamenti di marketing (2017 – 2021)	LT in Marketing e comunicazione d'azienda
	<i>Laurea Magistrale</i>	
	Decision Theory and Human Behavior (2025-)	LM in Decision Science (in inglese)
	Consumer behavior (2017-2020)	LM in Marketing (in inglese)
	Special Topics in Marketing (2017)	
	Brand management (2021)	
	<i>Dottorato</i>	
	Marketing	PhD in in Management, Fir Accounting
2016	Adjunct Professor, NYU, School of Professional Studies	MSc in Integrated Marketing
	Consumer behaviour (1 section)	
2015	Adjunct Professor, Baruch College, Zicklin Business School, - CUNY (USA)	BA in Business Administration
2016	- Marketing Foundations MKT3000 (2 sections, 2015) - Consumer Behavior (2 sections, 2016)	
2012	Visiting Professor, IUT, Université de Bourgogne (FR)	3rd year
	International Marketing (14 hrs)	
2007	Professore Associato	
2017	- Fondamenti di Marketing (2013, 2015-2017) - Marketing Operativo (2007 - 2014) - Consumer Behaviour (2010 -) - Marketing Strategico (2013) - Global branding (2012) - Competitive Analysis (2010) - Marketing Territoriale (2007 - 2010) - Marketing Quantitativo (2010 - 2012)	LT in Marketing e Comunicazione d'azienda LT in Marketing e Comunicazione LM in Marketing LT in Marketing e Comunicazione LM in Marketing LM in Marketing LS in Marketing LS in Statistica per le decisioni finanziarie
1999	Ricercatore	
2007	Marketing operativo (2001-)	LT in Marketing e Comunicazione

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

AREE DI RICERCA

- Sensory Branding;
- Consumer behaviour – decision making;
- Mass Customization;
- Brand networks;
- AI e consumatore;
- Destination branding;
- Network di imprese.

Progetti di ricerca

- 2022** PRIN “REVeRT - Relaunching cultural and heritage Experiences through Virtual Reality Tourism”, responsabile scientifico Prof. G. Del Chiappa (Università di Sassari).
- 2021** Grant Horizon Europe Seeds “Cambiare paradigma: insetti allergen-free per uso alimentare” con L. Viggiano, E. Pontonio, L. Macchia, M. Berloco, A. Palazzo, R.M. Marsano, C. De Giovanni, E. de Lillo, F. Caponio, G. Squeo, D. Caccavo, N.M. Pellegrino, P. Passaro, M. Pichierri.
- 2021** Progetto di Ateneo LIUC “Does too much choice confuse consumers? Consumer confusion in front of national brands and their copycats”, responsabile scientifico C. Mauri.
- 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).
- 2010** progetto Ateneo “Marca e mass customization: sensory branding”, responsabile scientifico Prof. L. Petruzzellis.
- 2009** progetto Ateneo “Branding in Mass Customised environment”, responsabile scientifico Prof. L. Petruzzellis.
- 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).
- 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).
- 2005** progetto Ateneo “Modelli di collaborazione territoriali: alla ricerca di una supply chain nel turismo”, responsabile scientifico Prof. L. Petruzzellis.
- 2004** progetto Ateneo “Strategie di marca di un territorio”, responsabile scientifico Prof. L. Petruzzellis.

- 2003** progetto Ateneo "Analisi della competitività dei sistemi infrastrutturali dell'accessibilità", responsabile scientifico Prof. M. Marzo (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).
- 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).
- 2001** progetto Ateneo "Il ruolo del marketing nello sviluppo del territorio nella new economy", responsabile scientifico Prof. M. Passaro (Università di Bari).
- 2000** progetto Ateneo "L'impatto delle tecniche di marketing nell'analisi territoriale", responsabile scientifico Prof. M. Passaro (Università di Bari)
- 1999** progetto CNR "Evoluzione del controllo direzionale negli enti locali", coordinatori Prof. R. Mele (Università di Salerno) e Prof. F. Canaletti (Università di Bari).

Progetti in corso

- The Mediterraneity scale (con C. S. Craig, NYU) – Scale testing
- Brand networks: the laws of attraction (con Yongcheol Shinand, University of York L. Serlenga, Università di Bari) – conceptual development
- Brand purpose in commercials: a neuroscience perspective (con L. Piper, Università del Salento e T. Kolster, GoodVertising agency)
- Brand neuro networks. Brain prints – conceptual development
- Cross-Gender brand extensions (con A. Bonezzi, NYU and M. Lisjiak, ASU)
- The effect of music notoriety on consumer behavior
- University experience: the role of brands (con A. Pezzi, Università di Roma Tre) – conceptual development
- The effect of corporate reputation in the Energy industry (con A. Rubino, Università di Bari and A. Fronzetti Colladon, Università di Perugia) - conceptual development
- The circuit of gratification – conceptual development
- Consumers' AI aided decision-making. Technology effect on cognition (con J. Mourey, DePaul University e C. Hofacker, FSU) – conceptual development e model building
- Consumer confusion (con C. Mauri, LIUC e M. Pichierri, Università di Bari) – conceptual development e model building

ALTRE ATTIVITA'

- **Strategic plan Team leader** del progetto LASTING Programma INTERREG IPA CBC Italy-Albania-Montenegro 2014-2020 (EUR 28.000)
- **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.
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.
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.
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.
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.
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.
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.
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.
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>
18. Amatulli, C., Peluso, A.M., Sestino, A., Petruzzellis, L. & Guido, G. (2021), "The role of psychological flow in adventure tourism: sociodemographic antecedents and consequences on word-of-mouth and life satisfaction", *Journal of Sport & Tourism*, 25(4), 353-369.

19. De Cosmo, L., Piper, L., Natarajan, R. & Petruzzellis, L. (2022), "The effects of circular format on store patronage: An Italian perspective", *Journal of Business Research*, 140, 430-438.
20. Pichierri, M. & Petruzzellis, L. (2022), "The Effects of Companies' Face Mask Usage on Consumers' Reactions in the Service Marketplace", *Journal of Services Marketing*, 36(4), 530-549.
21. Mancini, M., Cherubino, P., Cartocci, G., Martinez, A., Di Flumeri, G., Petruzzellis, L., Cimini, M., Aricò, P., Trettel, A., Babiloni, F. (2022), "Esports and Visual Attention: Evaluating In-Game Advertising through Eye-Tracking during the Game Viewing Experience", *Brain Sciences*, 12(10), 1345. <https://doi.org/10.3390/brainsci12101345>
22. D'Uggento, A.M., Petruzzellis, L., Piper, L. & Gurrieri, A.R. (2023), "In the name of the University: the choice to promote as a tool to influence decision-making", *Quality & Quantity*, 57, 3151-3164.
23. Pichierri, M., Petruzzellis, L. & Passaro P. (2023), "Investigating staycation intention: the influence of risk aversion, community attachment and perceived control during the pandemic", *Current Issues in Tourism*, 26(4), 511-517.
24. Petruzzellis, L., & Winer, R. S. (2023), "The decision to customize and its effect on brand experience", *Psychology & Marketing*, 40(3), 516-530.
25. De Nicolò, F., Bellantuono, L., Borzi, D., Bregonzio, M., Cilli, R., De Marco, L., Lombardi, A., Pantaleo, E., Petruzzellis, L., Shashaj, A., Tangaro, S., Monaco, A., Amoroso, N. & Bellotti, R. (2023), "The verbalization of numbers, an explainable framework for tourism online reviews", *International Journal of Engineering Business Management*, 15, 1-16.
26. Oduro, S., De Nisco, A. & Petruzzellis, L. (2023), "Country-of-origin image and consumer brand evaluation: a meta-analytic review", *Journal of Product & Brand Management*, 33(1), 108-124.
27. Fronzetti Colladon, A., Matarazzo, M., Petruzzellis, L. & Visentin, M. (2024), "Exploring User Reactions to Luxury Brand Videos on YouTube: A Comparative Study of Influencers and Brand-Official Channels", *International Journal of Advertising*, DOI - 10.1080/02650487.2024.2367316
28. Petruzzellis, L., Bortolotti, A., Romanazzi S. & Qumsieh G. (2025): The impact of multisensory cues on experience. assessing the brand role in wine choice, *Journal of Wine Research*, DOI: 10.1080/09571264.2025.2537004

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.
25. Petruzzellis L., Prezioso G. & Visentin M. (2022), "Le frontiere della tecnologia digitale e il marketing: è possibile vendere qualcosa che non esiste?", in Castaldo S, Bertoli G., Cillo P., Troilo G. & Verona G. (eds.), *Innovazione e Management. Omaggio A Salvio Vicari*, Milano, Egea, pp. 589-600.

Work in progress

- The Mediterranean scale (with C. S. Craig, NYU) – Scale testing
- Brand networks: the laws of attraction – conceptual development
- Brand neuro networks. Brain prints – conceptual development
- Cross-Gender brand extensions (with A. Bonezzi, NYU and M. Lisjiak, ASU)
- The effect of music notoriety on consumer behavior
- University experience: the role of brands (with A. Pezzi, University of Roma Tre) – conceptual development
- The circuit of gratification – conceptual development

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", *2nd 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., G  linas-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 circolarit   sulla brand retail experience", *XIII Convegno Societ   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'Universit   4.0. Una review sistematica della letteratura", *XV Convegno Societ   Italiana di Marketing*, Bari, 18-19 ottobre.
 32. 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.
 33. 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.
 34. 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.
 35. 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.
 36. 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.
 37. Pichierri, M., Passaro, P. & Petruzzellis, L. (2021), "Global Risk, Local Attachment: Investigating Tourists' Staycation Intention During a Pandemic", *XVIII Convegno Società Italiana di Marketing*, Ancona, 14-15 Ottobre.
 38. Gurioli, M., Bosio, J., Mauri, C. & Petruzzellis, L. (2021), "Exploring the Academic Debate on Consumer Confusion and Product Imitation: A Systematic Literature Network Analysis", *XVIII Convegno Società Italiana di Marketing*, Ancona, 14-15 Ottobre.
 39. Pichierri, M., Mauri, C. & Petruzzellis, L. (2022). The effects of shelf color and shelf size on consumer confusion. *Recent Advances in Retailing and Consumer Science (RARCS)*, 23-26 luglio 2022, Baveno.

40. Pichierri, M., Petruzzellis, L. e Al Gndi, N. (2022). Advertising focus and the use of label images in the marketing of food supplements. XIX Convegno Annuale della Società Italiana Marketing (SIM), 20-21 ottobre 2022, Salerno.
41. Pichierri, M. e Petruzzellis, L. (2023). Virtual urgency: The role of perceived exclusivity, purchase urgency, and usage barriers in driving Gen Z's purchase intention in the metaverse. AIRSI2023 - The Metaverse Conference, 15-17 maggio 2023.

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

- "L'impatto di un evento sportivo", *Master in Amministrazione e Management delle aziende sportive*, Università di Udine, 22 settembre 2023.
- "Sounds mood. The effect of music on consumers", *Neuromarketing Coach*, TIM Space, Milano, 11-12 Novembre 2016.
- "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.
- "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.
- "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.
- "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

- **Editor-in-chief** di Italian Journal of Marketing dal 2024.
- **Track chair** dell'Academy of Marketing Science 25th World Marketing Congress 2024, Belombre, Mauritius
- **Senior Associate Editor** di Marketing Intelligence & Planning dal 2023.
- **Associate Editor** di Italian Journal of Marketing (fino al 2024).
- **Guest co-editor** Special issue in honor of Jean-Charles Chebat su Journal of Retailing and Consumer Services.
- **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 al 2025.
- **Componente del Comitato Scientifico** della *2nd 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 Journal of Interactive Marketing, International Marketing Review, Journal of Retailing and Consumer Services, California Management Review, Journal of Consumer Marketing, Journal of Brand Management, Journal of Consumer Behaviour, Managing Service Quality, Journal of Marketing Management, Decision Management, EuroMed Journal of Business.

Supervisione di dottorandi

2003-2008 Doriana Rapio (UniBa)

2012-2015 Ada Palumbo (UniBa)

2017-2020 Marius Huber (UniBa)

2018-2022 Stephen Oduro (UNINT)

2023 - Romain Lugand (UniBa)

Affiliazioni di società scientifiche

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