

## **AIELLO Gaetano**

### **CURRICULUM ACCADEMICO:**

Titolare dell'insegnamento di Retail Marketing presso la Laurea Magistrale in Governo e Direzione d'impresa dell'Università degli studi di Firenze, dal 2009

Titolare dell'insegnamento di Marketing presso la Laurea Triennale in Economia e Management dell'Università degli studi di Firenze, 2010-2014

Membro del Collegio dei docenti del Dottorato in Economia Aziendale e Management dell'Università degli Studi di Pisa, dal 2013

Membro del Senato Accademico dell'Università degli Studi di Firenze, dal 2013

Direttore del Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa dell'Università degli Studi di Firenze, dal 2013

Direttore del Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università degli Studi di Firenze, 2009-2012

Coordinatore del Curriculum di Marketing nella Laurea Magistrale di Governo e Direzione d'Impresa, dal 2009

Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Marketing presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Firenze, 2005-2008;

Professore Ordinario per il settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 presso il Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa dell'Università degli Studi di Firenze, dal 2001;

Professore Associato per il Settore Scientifico Disciplinare SECS-P/08-Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope, 1999-2001;

Ricercatore Universitario per il Settore Scientifico Disciplinare SECS-P/08-Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Parma, 1990-1999;

Cultore della materia di Tecnica Industriale e Commerciale presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Firenze, 1987-1990;

Laurea in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Firenze in data 12.12.1986.

### **AFFILIAZIONI:**

Vice-Presidente dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale;

Membro del Consiglio Direttivo della Società Italiana di Marketing;

Socio della Società Italiana di Management;

Socio della Academy of Marketing Science;

Socio della Korean Scholars of Marketing Sciences;

Socio della European Marketing Academy.

### **PARTECIPAZIONI A COMITATI EDITORIALI ED ATTIVITA' DI REFERAGGIO**

Editor della rivista Luxury Research Journal

Editor del Journal of Global Scholars of Marketing Science;

Editor del Journal of Global Fashion Marketing (Scopus);

Editor della rivista Micro&Macro Marketing;

Editor of Mercati e Competitività.

Reviewer di Journal of Business Research (SSCI), Journal of Fashion Marketing and Management (Scopus), Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic (Scopus), EMAC Conference, Springer Scientific Book, Academy of Marketing Science Conference, International Marketing Trends Conference.

Best Conference paper Award alla 2015 Global Fashion Marketing Conference a Firenze per il paper: Luxury Brand Social Media Efforts: influence on brand equity and Consumer Behaviour;

Best Conference paper Award alla 2010 Global Marketing Conference at Tokyo per il paper: Does the Country of Origin of Brands still Help to Sell Luxury Products in the World? An International Research Investigation on Consumers in 7 Countries;

Marketing Trends Award al VI International Italy-France Congress on Marketing Trends, Paris, 26-27 January 2007 per il paper: Young People's Perception of Luxury Concept: An International Comparative Analysis;

Marketing Trends Award al VII International Italy-France Congress on Marketing Trends, Venice, 17-19 January 2008 per il paper: Luxury brand and country of origin effect: results of an international empirical study.

#### **PRINCIPALI PROGETTI DI RICERCA IN QUALITA' DI COORDINATORE O MEMBRO**

2010-2013: Responsabile nazionale del progetto PRIN 2009 su "Retail and branding strategies in the internationalization process: made in Italy products in different sociocultural contexts";

2010 – 2012 Coordinatore del progetto di ricerca internazionale su "International retailing brand and store personality" con partner di ricerca in Italia, Francia, USA, Giappone, Honk Kong, India, Germania, Australia and Gran Bretagna;

2008-2010: Membro di un unità di ricerca per un progetto PRIN 2007 su "Distribution and sales of Italian products in the Chinese market: competitive advantages and business models". Responsabile nazionale: Prof. Tiziano Vescovi;

2007-2008 Coordinatore del progetto di ricerca internazionale su "Young People's Perception of Luxury Concept: An International Comparative Analysis" con partner di ricerca in Italia, Francia, USA, Giappone, Honk Kong, India e Germania.

2005 - 2007 Coordinatore del progetto di ricerca internazionale su "Luxury brand and country of origin effect: results of an international empirical study" con partner di ricerca in Italia, Francia e Germania.

#### **ARTICOLI SU RIVISTE CON IMPACT FACTOR (ISI Wos)**

C. Han Lee, E. Ko, H. Tikkanen, M.C. Tuan Phan, G. Aiello, R. Donvito, S. Raithel (2014), Marketing mix and customer equity of SPA brands: Cross-cultural perspectives. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, JBR-08084, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.04.025>, No of pages 8;

B.Godey, D.Pederzoli, G.Aiello, R.Donvito, P.Chan, H.Oh, R.Singh, I.Skorobogatykh, J.Tsuchiya, B.Weitz. (2012). Brand and country-of-origin effect on consumers' decision to purchase luxury products. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, vol. 10, pp. 1461-1470, ISSN:0148-2963;

N.Hennigs, K.P.Wiedmann, C.Klarmann, S.Strehlau, B.Godey, D.Pederzoli, A.Neulinger, K.Dave, G.Aiello, R.Donvito, K.Taro, J.Táborecká-Petroviková, C.R.Santos, J.Jung,H.Oh (2012). What is the Value of Luxury? A Cross-Cultural Consumer Perspective. PSYCHOLOGY & MARKETING, pp. 1018-1034, ISSN:0742-6046;

#### **ARTICOLI SU RIVISTE INDICIZZATE SCOPUS**

B. Godey, D. Pederzoli, G. Aiello, R. Donvito, K-P. Wiedmann, N. Hennigs, (2013), A cross-cultural exploratory content analysis of the perception of luxury from six countries, JOURNAL OF PRODUCT & BRAND MANAGEMENT, Volume: 22 Issue: 3 2013, ISSN 1061-0421, DOI: 10.1108/JPBM-02-2013-0254.

N.Kim, J.Park,K.H.Kim, G.Aiello, R.Donvito, (2012). A study on measuring and defining customer equity of complex shopping malls. JOURNAL OF GLOBAL FASHION MARKETING, vol. 2, pp. 71-80, ISSN:2093-2685.

G.Aiello, R.Donvito, B.Godey, D.Pederzoli, K.Wiedmann, N.Hennigs, A.Siebels, P.Chan, J.Tsuchiya, S.Rabino, I.Skorobogatykh, B.Weitz, H.Oh, R.Singh (2009). An international perspective on luxury

brand and country-of-origin effect. JOURNAL OF BRAND MANAGEMENT, vol. 16, p. 323-337, ISSN: 1350-231X

Si autorizza il trattamento dei dati personali ai sensi del D.lgs. 196/2003.  
Si autorizza la pubblicazione del CV in oggetto.