

CURRICULUM VITAE DI GIUSEPPE BERTOLI

FORMAZIONE E POSIZIONE ACCADEMICA

Laureato in Economia e Commercio con la votazione di 110/110 e lode, è attualmente professore ordinario di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Economia e management dell'Università degli Studi di Brescia, dove è titolare degli insegnamenti di "Imprese e mercati internazionali" e "Marketing management". Insegna inoltre "Marketing Management - Advanced" presso l'Università Luigi Bocconi di Milano.

CARICHE E INCARICHI RICOPERTI

Presso l'Università degli Studi di Brescia, è attualmente Presidente del Consiglio di corsi di studio aggregato in Economia e management e Vicedirettore del Dipartimento, dopo essere stato in precedenza Vicepresidente della Facoltà di Economia e Direttore del Dipartimento di Economia aziendale della medesima Università.

Ricopre inoltre i seguenti incarichi correlati all'attività accademica: membro del Collegio del Dottorato di ricerca in Business and Law dell'Università di Brescia; direttore della rivista "Micro & Macro Marketing"; - membro dell'editorial board del "Journal of Marketing Trends"; membro del comitato editoriale della rivista "Mercati e competitività"; componente del Consiglio di Presidenza della Società Italiana di Marketing; membro del Consiglio di sorveglianza del Consorzio universitario di economia e industriale e manageriale (Cueim) con sede a Verona; membro del Comitato scientifico dell'Istituto tecnico superiore "Machina Lonati" di Brescia (Nuove tecnologie per il made in Italy); coordinatore dell'area "Marketing del commercio internazionale" dell'Istituto Nazionale per il commercio estero con sede a Roma; coordinatore del modulo di Marketing del Master in Economia e gestione della piccola e media impresa del Consorzio Università & Impresa di Brescia; membro della faculty del Master universitario in Marketing e comunicazione (Mimec) dell'Università Bocconi.

ULTERIORI INFORMAZIONI (Pubblicazioni, Progetti, Conferenze, Seminari, Riconoscimenti e premi, etc.)

E' autore di numerose pubblicazioni scientifiche. Con riferimento all'ultimo quinquennio si ricordano:

a) Libri e capitoli di libro

- - *Marketing internazionale*, Milano, Egea, 2014, pp. 471 (con E. Valdani) (ISBN 978-88-238-2194-1).
- "Il rapporto fra marca e consumatore tra discontinuità e premium price", in D. Dalli e D. Fornari (a cura di), *Le discontinuità d'impresa*, Milano Egea, 2014, pp. 43-71 (ISBN 9788823844391).
- "Il brand manager di fronte alla discontinuità: contenuti del ruolo e tendenze evolutive", in D. Dalli e D. Fornari (a cura di), *Le discontinuità d'impresa*, Milano Egea, 2014, pp. 363-87 (ISBN 9788823844391).
- "Esperienza di visita museale e cultural heritage: un'indagine su Il Vittoriale degli Italiani", in V. Marino e M.R. Napolitano (a cura di), *Cultural Heritage e Made in Italy. Casi ed esperienze di Marketing Internazionale*, Napoli, ESI, 2016, pp. 443-77 (con M. Bonera e A. Codini) (ISBN 9788863428568).
- "I prodotti agroalimentari italiani negli Stati Uniti e il ruolo del marketing", in A. Mattiacci e F. Ceccotti (a cura di), *Non c'è più il marketing di una volta. Scritti in ricordo di Gennaro Cuomo*, Milano, Wolters Kluwer Italia, 2017, pp. 49-58.
- *Customer value. Soddisfazione, fedeltà, valore*, Milano, Egea, 3^a ed. (2017), pp. XIII-439 (ISBN 978-88-238-2251-1) (con B. Busacca).

b) articoli su rivista

- "Made in Italy e Country of Origin Effect", *Mercati e Competitività*, n. 2, 2013, pp. 13-36 (con R. Resciniti) (ISSN 1826-7386).
- "L'impatto degli stimoli artistici e musicali sulle percezioni del consumatore", in *Micro & Macro Marketing*, n. 3, 2014, pp. 415-39 (con B. Busacca e R. Vagliani).
- "Being green: from attitude to actual consumption", *International Journal of Consumer Studies*, 38 (5), 2014, pp. 521-28 (con G. Miniero, A. Codini, M. Bonera, E. Corvi) (ISSN: 1470- 6423).
- "Made in e Made in Italy", in *Micro & Macro Marketing*, n. 2, 2015, pp. 171-76.
- "Le alleanze fra marche industriali e commerciali: un'indagine esplorativa sull'ingredient branding", *Micro & Macro Marketing*, n. 3, 2015, pp. 413-35 (con B. Busacca e M. Parati).
- "Globalizzazione", *ImpresaProgetto, Electronic Journal of Management*, n. 2, 2015, pp. 1-8 (numero monografico in ricordo di Clara Caselli) (ISSN 1824-3576).
- "Corporate museums and brand authenticity: esplorative research of the Gucci Museo", in *Journal of Global Fashion Marketing*, 2016, 7 (3), pp. 181-95 (con B. Busacca, N.C. Ostillio, S. Di Vito) (Print ISSN: 2093-2685; Online ISSN: 2325-4483)
- "Più marketing per conquistare il mercato agroalimentare statunitense", in *Micro & Macro Marketing*, n. 1, 2016, pp. 3-7.
- "Driving International Business Research Forward: Emerging Themes and Insights", in *Mercati e Competitività*, 3, 2016, pp. 18-24 (con M. Matarazzo) (ISSN 1826-7386).

Allegato 2 – Curriculum vitae

- “La marca fra standardizzazione globale e risonanza locale: l’esperienza di Cif in Brasile”, in *Micro & Macro Marketing*, n. 1, 2017, pp. 135-56 (con B. Busacca e A. Macciani) (ISSN 1121-4228).

- “L’export digitale dell’Italia e i social media”, in *Micro&Macro Marketing*, n. 3, 2017, pp. 379-84.

Brescia, 27 marzo 2018

Giuseppe Bertoli