

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Procedura di selezione per la chiamata a professore di II fascia da ricoprire ai sensi dell'art. 18, commi 1 e 4, della Legge n. 240/2010 per il settore concorsuale 13/B2 ,
(settore scientifico-disciplinare SECS-P/08)
presso il Dipartimento di ECONOMIA, MANAGEMENT e METODI QUANTITATIVI, Codice concorso: 5461

GIULIA MINIERO

CURRICULUM VITAE

INFORMAZIONI PERSONALI (NON INSERIRE INDIRIZZO PRIVATO E TELEFONO FISSO O CELLULARE)

COGNOME	MINIERO
NOME	GIULIA
DATA DI NASCITA	27/04/1981

TITOLI

Università L. Bocconi, Milano, Italia - Aprile 2011

Ph.D. in Business Administration and Management, Major: Marketing

Rotterdam School of Management, Erasmus University, Olanda

Visiting Ph.D. Student, Ottobre 2008- Marzo 2009

Università L. Bocconi, Milano, Italia – Ottobre 2004

Laurea quadriennale in Economia per l'arte, la cultura e la comunicazione
Voto: 110/110 e lode

Marshall School of Business, Los Angeles, California – Agosto 2002

Semestre di scambio universitario

ALTRI TITOLI CONSEGUITI

SDA Bocconi School of Management, Milan, Italia

- TEP (Teaching for Executive Education Program), programma di una settimana per sviluppare capacità di insegnamento, Gennaio 2013
- TES (Teaching Excellence Seminar Series): "Teaching with case studies", Settembre 2012
- Corso e "Structural Equation Modelling using AMOS: an introduction", Febbraio 2008
- ECCH- European Clearing Case House "Advanced Case Writing Workshop", Giugno 2005

Università della Calabria, Campus di Arcavacata, Rende, Italia

- Summer School, "Structural Equation Modeling – Advanced", Settembre 2009
- Summer School, "Social Network Analysis", Luglio 2008
- Summer School, "Structural Equation Modeling with Lisrel", Luglio 2007

Copenhagen Business School, Copenhagen, Danimarca

- Doctoral Workshop “Writing for Research Purpose”, Marzo 2006

Università L. Bocconi, Milano, Italia

- Centre for the Development of Teaching Capabilities “Learning how to teach”, Maggio 2005

Language Skill: English (fluent), Spanish (intermediate)

Software Skill: SPSS, Atlas Ti, LIWC, SAS, LISREL, AMOS, Nvivo, MAXQDA.

ATTIVITÀ DIDATTICA

Franklin University Switzerland, Lugano, Svizzera

Titolarità di corso insegnati in lingua inglese, da 3 ects (45 ore di insegnamento) a livello di laurea quadriennale e livello master.

Da anno accademico 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021, 2021-2022, 2022-2023, 2023-2024:

- BUS285 Integrated Marketing Communication
- BUS136 Marketing in a Global Context
- BUS286 Product and Service Management
- BUS385 Consumer Behavior
- BUS256 Marketing Research Methods
- BUS383 Digital Marketing and Analytics
- BUS236T Marketing for Movies
- BUS199 Good Game! The Business of Social Gaming
- BUS455W Global Strategic Management (Capstone course)
- BUS274 Brand Management
- BUS342W Green Marketing and CSR
- MGT530 Strategic Marketing
- MGT601 & 602 Practical Experience
- MGT 564 Digital Transformation practices

Università della Svizzera Italiana (USI), Lugano, Svizzera

- A.A.2017: “**Marketing Research**”, (6 ects, Master in Marketing, insegnamento in lingua inglese)
- A.A.2016-2017; 2017 - 2018 “**Tecniche di Ricerche di Mercato**”, (6ects, corso di laurea triennale in Economia, insegnamento in lingua italiana)
- A.A. 2015-16; 2016-17; 2017-18; “**Marketing**”(16 ore) (6 ects, corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, insegnamento in lingua italiana)
- A.A. 2015-16; 2016-17; 2017-18: “**Consumer Behavior**” (16 ore) (6 ects, Master in Marketing, insegnamento in lingua inglese)

Università Commerciale L. Bocconi, Milano, Italy

Da A.A. 2008 a A.A. 2023-2024 “**Integrated Marketing Communication**”, Master in Marketing e Comunicazione, 26 ore, insegnamento in lingua italiana.

Milano Fashion Institute

A.A. 2019-2020; 2020-2021: “**Research Methods**” (16 ore) nel Master in Fashion Direction, insegnamento in lingua inglese

Executive

SDA Bocconi School of Management, Milano, Italia

- a. Da A.A. 2015-2016 a A.A. 2023-2024: “**Communication in the Arts**” per il Master in Arts Administration and Management, insegnamento in lingua inglese
- b. A.A. 2016-2017, 2017-2018: “**Digital Communication**” insegnamento in lingua inglese
- c. Ottobre 2017: “**Marketing**” (Edizione Serale), insegnamento in lingua italiana
- d. Giugno 2014: “**Marketing**” (Edizione Intensiva, insegnamento in lingua italiana)

Innovation Institute, Zagabria, Croazia

Giugno 2016: “**Digital Consumer Behavior**” nel programma intensivo “**Leadership Program**”, (insegnamento in lingua inglese)

Cineteca di Bologna

Anno 2018, 2019, 2020, 2021: “**Comunicare il Cinema**”, (40 ore), corso finanziato dalla Regione Emilia Romagna per professionisti dell'industria del cinema

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTEGRATIVA E DI SERVIZIO AGLI STUDENTI

Attività di relatore/correlatore per tesi di laurea triennale e magistrale

Ateneo	Anno	Relatore tesi Triennale	Relatore tesi Magistrale	Correlatore tesi magistrale
Università Svizzera Italiana	2017	8	3	17
	2016	3	5	17
	2015	3		12
Università L. Bocconi	2010-2012	15	4	12

Franklin University Switzerland

2018-oggi: attività di tutorato e di advising degli studenti dei corsi di laurea di Marketing Management e di Management.

SEMINARI

1. Novembre 2023: “Customer Experience and Data Driven”, organizzato da *Customer Management Insights*, (<https://on.cmi.network/ask/customer-experience-data-driven>)
2. Novembre 2023: “Lifestyle Executive Conference,” organizzato da *The Innovation Group* (<https://www.theinnovationgroup.it/events/lifestyle-executive-conference-2023>)
3. Luglio 2023 “Retail fashion Summit”, Keynote Speaker. Organizzato da *The Innovation Group* (<https://www.theinnovationgroup.it/events/retail-fashion-summit-2023>)

ATTIVITÀ DI RICERCA SCIENTIFICA

Articoli Scientifici

1. Dianova, V., Miniero, G., & Suleiman, (2023) D. "Towards an open innovation ecosystem in the cultural industry: The bright side of trust and the dark side of measurement". *Journal of Philanthropy and Marketing* (prima: *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*) e1784.
2. Bonera, M., Miniero, G., Codini, A. P. (2023) "Generation Z: Values and Motivations Fostering Ethical Consumption." *Micro & Macro Marketing*, vol 1, pp. 121-146, doi: 10.1431/106873
3. Beretta, E., Miniero, G., Ricotta, F (2021) "Consumers' Journey between liquid and solid consumption." *Sustainability*, vol 13, issue 24: 13730.
4. Addis, M., Miniero, G., & Ricotta, F. (2021). "Value co-production made easy: the role of fantastical thinking". *European Journal of Marketing*, 55 (1): 163-192.
5. Bonera, M., Codini, A., Miniero, G. (2020) "The Great Millennials' Trouble: Leading or Confused Green Generation? An Italian insight." *Italian Journal of Marketing*, vol 4. 289-308.
6. Addis, M., Miniero, G., Ricotta, F. (2018) "Building brands through experiential events: when entertainment meets education", *African Journal of Business Management*, vol 12 (20), 596-608.
7. Addis, M., Miniero, G., Soscia, I., (2018) "Facing contradictory Emotions in Event Marketing", *Journal of Consumer Marketing*, vol 35 issue 2, 183-193
8. Codini, A. P., Miniero, G., & Bonera, M. (2018). Why not promote promotion for green consumption? The controversial role of regulatory focus. *European Business Review*, 30(5), 554-570.
9. Caiozzo, P. Cito, MC, Miniero, G (2017) "Venditore si nasce? Il mestiere visto dagli studenti", *Economia e Management*, vol 1
10. Codini, A., Bonera, M, Miniero, G. (2016) "Time horizon and green consumption" *Mercati e Competitività*, vol 1, 49-62
11. Miniero, G. Addis, M., Ricotta, F. (2015) "Personalizzare l'offerta con successo: il ruolo della fantasia", *Economia & Management*, vol 1, 46-66
12. Bonera, M. Codini, A., Miniero, G., Corvi, E., Bertoli, G. (2015) "Stimolare le scelte di consumo green", *Micro e Macro Marketing*, vol 1, 41-64
13. Miniero, G., Addis, M., Rurale, A. (2014) "Effects of arousal, dominance and their interaction on pleasure in cultural environment." *Psychology and Marketing*, vol 31, issue 8, August, 628-634
14. Miniero, G. Codini, A., Bonera, M., Bertoli, G., Corvi, E (2014). "Being green: from attitude to actual consumption." *International Journal of Consumer Studies*, vol 8, issue 5, August, 521-528
15. Miniero, G. Chizzoli, C., Pate, A. (2013) "The impact of product placement on brand equity" *Finanza Marketing e Produzione*, vol 1, Part 2, 63-84
16. Miniero, G. (2012) "Fantastical Thinking, Transportation and Persuasion in Advertising", *Economia & Management*, issue 3
17. Hornik, J., Miniero, G. (2010) "Are advertising appeal effective? Insights from a Meta-Analysis", *Finanza Marketing e Produzione*, vol 4
18. Hornik, J., Miniero, G., (2009) "Synchrony Effect on Customers' Response and Behavior." *International Journal of Research in Marketing*, vol 26, issue 1, 34-40.
19. Jarach, D., Miniero, G., Zerbini, F., (2009) "When legacy carriers converge with low cost: the

- hybrid approach of Brussels Airlines.” *Journal of Air Transportation Management* vol 15, issue 6, 287-293
20. Hornik, J., Miniero, G., (2007) “Synchrony Effect on Customers' Response and Behavior.” *Recanati Business School (Tel Aviv) Working Paper Series*, n°3
 21. Addis, M., Miniero, G., (2007) “Essere “in” quando si sceglie di essere “out”: la gestione delle relazioni nel caso del Teatro Out Off”, *Finanza Marketing e Produzione*, June, vol 2, 1-26.
 22. Ashkenazi, T., Miniero, G., Hornik, J. (2006) “Exploring the Intentional Gap Between Signing an Organ Donor Card and Actual Behavior: Comparing the Jewish State and Christian Italy.” *Journal of International Consumer Marketing*, vol 18, issue 4. 101-121

Monografie

1. Miniero, G. (2017) “Nuove frontiere dell’esperienza di consumo: il ruolo della fantasia”, Egea ISBN: 978-88-238-4576-3

Capitoli di libro

1. Pizzetti, M., Miniero, G. (2022). “Games and Museums: A Novel Approach to Attracting and Retaining Audiences” in *The Oxford Handbook of Arts and Cultural Management*
2. Miniero, G., Pizzetti, M., Ricotta, F., Baccelloni, A. (2021) “*Design Thinking for Food Well Being: an adolescent language perspective*” in *Design Thinking for Food Well Being*, edited by. Batat, W. Springer New York
3. Miniero, G. Holst, C. (2021) “La corporate communication e le arti. L’errore di non saper coinvolgere” in “Gestire le imprese culturali Evitare gli errori, trovare il successo”, edited by M. Addis and A. Rurale, Skira
4. Miniero, G., Holst, C. (2020) “Corporate Communication and the Arts: The Mistake of not engaging”, in *Managing the Cultural Business Avoiding Mistakes, Finding Success*. Edited by Addis, M., Rurale, A, Routledge
5. Ricotta, F. Addis, M., Miniero, G., (2017) “Personalizzazione vs Semplificazione: ottimizzare la differenziazione divertendosi” *Non c’è più il marketing di una volta. Scritti in ricordo di Gennaro Cuomo*, Cedam
6. Addis, M., Miniero, G., Ricotta, F (2012) “Il ruolo della fantasia individuale nei processi di consumo” in “*Prodotto, Consumatore e Politiche di Mercato quarant’anni dopo*”, Borghini, F., Carù, A., Golfetto, F., Pace, S., Rinallo, D., Visconti, L., Zerbini, F (edited by), Egea, Milano, pp 115-132, , ISBN: 978-88-238-1227-7
7. Miniero, G, Rinallo, D. (2011) “Etica della comunicazione di Marketing”, in “*M@arketing Management*” Valdani, E. (a cura di), Egea, Milano, pp: 661-80, ISBN: 9788823821453
8. Addis, M., Miniero, G. (2007) “Il valore competitivo dell’esperienza di consumo” (Competitive value of consumption experience) in Addis M. (2007) *Ad uso e consumo. Il marketing esperienziale per il manager*, Prentice Hall- Financial Times, ISBN: 9788871924274
9. Addis, M., Miniero, G. (2007) “Rendere il caffè un’esperienza straordinaria: il caso Illy”, (“Make coffee an extraordinary experience”) in Addis M (2007) *Ad uso e consumo. Il marketing esperienziale per il manager*, Prentice Hall- Financial Times, ISBN: 9788871924274
10. Addis M., Miniero G., Scopelliti I., Soscia I. (2007) "Una campagna eventi esperienziale: il caso Jägermeister by Compass Italia" (“An experiential event campaign: the Jagermeister case by Compass Italia”) in Addis M. (2007) *Ad uso e consumo. Il marketing esperienziale per il manager*, Prentice Hall- Financial Times, ISBN: 9788871924274

Work in Progress

1. Miniero, G., Pizzetti, M., Codini, A., Bonera, M., Elam, S., "I am not unsustainable, I am on holiday!" Moral disengagement and holiday mindset of young travellers during a cruise", submitted to *Journal of Sustainable Tourism*, third round of revision
2. Addis, M., Miniero, G., Ricotta, F., Holbrook, M. "Unrealistic Advertising and Narrative Transportation: the Role of Fantastical Thinking", submitted to *Journal of Advertising*
3. Pizzetti, M., Miniero, G. "Schadenfreude and Social Justice in Online Firestorms", in preparation for submission to *Journal of Business Research*
4. Miniero, G., Pizzetti, M., Baccelloni, A., Ricotta, F. "Adolescence and the experiential pleasure of food. A design thinking approach", in preparation for submission to *Journal of Business Research*

PARTECIPAZIONE A CENTRI O GRUPPI DI RICERCA NAZIONALI E INTERNAZIONALI

SDA Bocconi School of Management

1. 2016: "*Le percezioni sul mestiere del venditore*", Area Marketing SDA Bocconi School of Management, Milano, Italia for **Customer Excellence Lab**
2. 2016- 2017: "*Customer Orientation in Action: Customer Centricity Index*", Area Marketing, SDA Bocconi School of Management, Italia for **H-Art**
3. 2016-2017: "*Customer Orientation in Action: Happy Experience Index*", Area Marketing SDA Bocconi School of Management, Italia for **H-Art**
4. 2014: "*Analisi della domanda potenziale*" (Potential demand analysis) project for **OCPS** (Osservatorio Consumi Privati in Sanità, SDA Bocconi)
5. 2014: "*Voice of Customer*" SDA Bocconi for **Beckman Coulter**, project for OCPS (Osservatorio Consumi Privati in Sanità, SDA Bocconi)
6. 2012: "*TV branding nello sport*", SDA Bocconi for **FIT (Federazione Italiana Tennis)**

CERMES (Centro di ricerca sui Mercati e Servizi), Università L. Bocconi , Milano, Italia

1. 2012 "Indagine sullo sviluppo futuro della manifestazione fieristica", CERMES-Bocconi for SIMAC
2. 2006: "Studio di fattibilità di un evento per il settore retail", CERMES-Bocconi for Fiera Roma;
3. 2004-2005: "Il riposizionamento del brand Ipack-Ima", CERMES-Bocconi for UCIMA;
4. 2005: "Rafforzare il sistema italiano di industria manifatturiera", CERMES-Bocconi for Comitato Fiere Industria-Confindustria;
5. 2004-2005: "Indagine sul processo di comunicazione delle aziende private label nel settore moda", CERMES-Bocconi for Pitti Immagine;
6. 2005: "Il ruolo della stampa specializzata nell'industria della moda", unpublished research report

ASK (Art, Science and Knowledge), Centro di Ricerca dell'Università Bocconi

1. 2008-2009: "Studio di fattibilità su Museo di Arte Contemporanea di Milano" ASK Bocconi for Triennale di Milano

Università di Roma 3, Roma, Italia

1. 2015: "*I libri e la felicità*", Dipartimento di Economia for GEMS (Gruppo Editoriale Mauri Spagnol.

2. 2010: “Rilevazione della job satisfaction del personale presso le banche italiane e delle relazioni causali sottostanti”; coordinatore del progetto: prof. Daniele Previati, Management and Economics Department Chair University of Roma 3

MEMBRO DELLE SOCIETÀ ACCADEMICHE

- a. European Marketing Academy
- b. Società Italiana Marketing (SIM)
- c. Società Italiana di Management (SIMA)

ATTIVITÀ DI SERVIZIO PER RIVISTE SCIENTIFICHE

Contribuisco con attività di referaggio per le seguenti riviste accademiche: Psychology and Marketing, Journal of Business Research, Journal of Sustainable Tourism, Journal of Product and Brand Management, Advances in Consumer Research, .

PREMI E RICONOSCIMENTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI PER ATTIVITÀ DI RICERCA

1. Best Ph.D. Paper Award

- a. Università L. Bocconi, riconoscimento per la migliore pubblicazione accademica all'interno del programma di Ph.D in Business Administration and Management, Settembre 2009

2. Borsa di ricerca post laurea

- a. Università L. Bocconi, IEGI (Istituto di Economia e Gestione delle Imprese), Gennaio 2005-Giugno 2006

PARTECIPAZIONE IN QUALITÀ DI RELATORE A CONGRESSI E CONVEGNI DI INTERESSE INTERNAZIONALE

1. Dianova, V., Schultz, M., Miniero, G., (2023) “Automation or Intuition? Assessing the landscape of future AI-enabled medical decision-making through a dual process theory perspective” *European Decision Science Institute Conference*, Nantes, France.
2. Miniero, G., Grosso, M., Pizzetti, M., Dianova, V. (2023) “I hate this brand but there is nothing I can do about it”, *European Marketing Academy Regional Conference*, Athens, Greece
3. Grosso, M., Miniero, G., Castaldo, S. (2023) “Leveraging on the customer journey for rethinking customer experience: a multimethod field work in grocery retailers”; *Global Marketing Conference*, Seoul.
4. Pizzetti, M., Miniero, G. “The malicious Joy of others’ misfortune: shades of schandenfreude in brand transgression”, accepted for (virtual) presentation at *Global Marketing Conference 2020* Seoul.
5. Pitardi, V., Miniero, G., & Ricotta, F. (2019, May). Investigating the Effect of Mobile In-store Promotions on Purchase Intention: Is WhatsApp More Effective? An Abstract. In *Academy of Marketing Science Annual Conference* (pp. 391-392). Springer, Cham.
6. Pitardi, V., Miniero, G., Ricotta, F. “Boosting mobile promotion. Exploring the platform effectiveness on in-store promotion”; *European Marketing Academy Conference*, 2019, Hamburg, Germany
7. Miniero, G., Grosso, M. “I don’t love this brand, actually I hate it”, *Global Marketing Conference 2018*, Tokyo, Japan
8. Mendini, M., Miniero, G., Gibbert, M.” The relationship between consumers’ attitude, emotions and words used on Twitter: The case of the masstige collaboration Balmain x H&M,” *Winter America Marketing Association*, New Orleans, Feb 2018

9. Mendini, M., Miniero, G., Gibbert, M. "Cobranded Masstige", *European Marketing Academy Conference (EMAC) 2016*, Oslo, Norway
10. Codini, A., Bonera, M., Miniero, G., "Regulatory focus and green consumption: the controversial role of prevention", *European Marketing Academy Conference*, Lueven, May 2015
11. Pizzetti, M. Miniero, G., Gibbert, M. "You are hot then you are cold: a field study on consumers' response strategies to brand ethical transgressions", *European Marketing Academy Conference*, Leuven, May 2015
12. Miniero, G., Gibbert, M. "Brand Traumas: Why writing about negative brand experiences boosts evaluations more than writing about positive experiences", *Advances in Consumer Research Conference*, Baltimore, October 2014
13. Miniero, G., Gibbert, M. "Complaining vs Expressive Writing in frustrating product Experiences", *European Marketing Academy Conference*, Valencia, June 2014
14. Miniero, G., Addis, M., Ricotta, F. "Getting transported through Magical Thinking: the role of verisimilitude", *Society for Consumer Research Conference, APA convention*, Washington DC, August 2014
15. Miniero, G., Addis, M., Ricotta, F. "Getting transported through Magical Thinking: the role of verisimilitude", Accepted for presentation at *Society for Consumer Research Conference, APA convention*, Washington DC, August 2014
16. Bertoli, G., Codini, A., Miniero, G. "Short time and long time in Green Consumption: the role of time horizon", *13th International Marketing Trends Conference*, Venice, Italy, January 24-25 2014
17. Bonera, M., Codini, A., Miniero, G. "A study on psychological conditions and green consumption", 2nd International Symposium "Systems Thinking for a sustainable Economy. Advancements in Economic and Managerial Theory and Practice", Roma, Italy, January 23-24 2014, ISBN: 9788890824203
18. Bonera, M., Codini, A., Miniero, G. "Consumo sostenibile e tratti della personalità", *X Convegno Annuale della Società Italiana di Marketing*, Milano, 3-4 October 2013
19. Miniero, G., Bertoli, G., Codini, A., Bonera, M., Corvi, E. "Green Behavior: How to encourage it?", 42nd *European Marketing Academy Conference*, Istanbul, Turkey 4-7 June 2013, ISBN: 978-9944-380-10-2
20. Codini A., Bonera M., Miniero G., Consumo sostenibile e tratti della personalità, atti del X *Convegno annuale Società Italiana Marketing*, 3-4 October 2013. ISBN 9788890766213
21. Bertoli, G., Bonera, M., Codini, A., Corvi, E., Miniero, G., (2013) "Striving to promote green consumption: the impact of regulatory focus and time horizon", *Winter American Marketing Association Conference*, Las Vegas, February
22. Corvi E., Bonera M., Miniero G. (2013), "A possible stimulus of the consumers-citizens' sustainable consumption", *12th International Marketing Trends Conference*, Parigi, 17-19 January, pp. 1-19. ISBN: 978-2-9532811-5-6.
23. Bertoli, G., Miniero, G. (2012) "Regulatory Focus e Consumo Sostenibile" in *Marketing Internazionale effetto country of origin. Convegno annuale Società italiana di marketing*, Benevento, 17-19 September 2012, Benevento, Italia; ISBN: 978-88-907662-0-6
24. Miniero, G., Addis, M., Ricotta, F., (2012) "Efficacy and efficiency of mass customization: the role of fantastical thinking", *European Marketing Academy Conference*, Lisbon, May, ISBN: 978-989-732-004-0
25. Miniero, G., Gibbert, M., Addis, M. (2012) "Embarrassment, disclosure and willingness to buy" (poster session) *European Marketing Academy Conference*, Lisbon, May, ISBN: 978-989-732-004-0
26. Miniero, G., Addis, M., Ricotta, F. (2012) "Mass Customization Made Easy: When Individual Fantastical Thinking Matters", *Winter Marketing Association Conference*, Florida, February
27. Miniero, G., Addis, M., Ricotta, F. (2011) "Boosting Co-Production through Fantasy",

European Marketing Academy Conference, Lubiana, May

28. Hornik, J., Miniero, G. "Are advertising appeal effective? Insights from a Meta- Analysis" (2011) *Winter American Marketing Association Conference, Austin, February*
29. Miniero, G., Addis, M., Ricotta, F. (2011) "Fantasy in watching motion pictures. The transportation effect" *Winter American Marketing Association Conference, Austin, February*
30. Miniero, G., Addis, M., Ricotta, F. (2010) "Realism and Fantasy in motion pictures: transportation under debate", *European Marketing Academy Conference, Copenhagen, May*
31. Miniero, G, Smeesters D., "Power and Compromise Choice", (2010) *European Marketing Academy Conference Doctoral Colloquium, Copenhagen, May*
32. Arbore, A., Soscia, I., Miniero, G. (2010) "Computer based lie detection technique", *Summer American Marketing Association Conference, Boston , August*
33. Rurale, A., Miniero, G., Carù, A. (2009) "Measuring Customer satisfaction in a multitarget cultural institution: evidences for "Milano per La Scala" Foundation" 10th *International Conference on Arts and Cultural Management, June*
34. Jarach, D., Miniero, G., Zerbini, F. (2008)"When legacy carriers converge with low cost: the hybrid approach of Brussels Airlines", 12th *Air Transportation Research Society World Conference, Athens, July 6-10*
35. Addis, M., Miniero, G., Scopelliti, I., Soscia, I. (2007) "Enhancing social experiences to build brand image", *European Association for Consumer Research (EACR), Bocconi University, Milan, July*
36. Hornik, J., Miniero, G. (2007) "Individuals' Circadian Cycle and Consumer Behavior", *European Association for Consumer Research (EACR), Bocconi University, Milan, July*
37. Addis, M., Miniero, G., Scopelliti, I., Soscia, I. (2007) "Creating consumption experiences to build brand image measuring its effects through a quasiexperiment", *Thought Leaders International Conference on Brand Management, University of Birmingham, England, April*
38. Addis, M., Miniero, G., Scopelliti, I., Soscia, I. (2006) "The role of experiential marketing in brand repositioning. A quasi-experiment in the spirit industry", 35th *European Marketing Academy Conference, Athens, Greece, May*
39. Addis, M., Miniero, G. (2006) "Relationship Management for a cultural institution: the case of the Out Off Theatre" *ICCPR Fourth International Conference on Cultural Policy Research, Vienna, Austria, July*
40. Pace, S., Miniero, G. (2006) "Does Advertising Communicate Competence in B2B? A content analysis in the fashion industry" *Industrial Marketing and Purchase Conference, Milan, Italy, September*

ATTIVITÀ GESTIONALI, ORGANIZZATIVE E DI SERVIZIO

Franklin University Switzerland

A.A.2023-2024

- a. Direttore del Master of Science in International Management
Supervisione del corpo docente, creazione del curriculum, sviluppo di partnership e collaborazioni esterne con le aziende, coordinamento delle attività di marketing e ammissione;
- b. Direttore della Divisione di Business ed Economics
Supervisione del corpo docente, valutazione e reclutamento del personale accademico, organizzazione dell'offerta formativa, pianificazione di eventi e organizzazione di attività esterne;
- c. Membro del Commissione per gli Standard Accademici
Creazione di politiche e procedure per corsi e esami in collaborazione con colleghi di altre discipline.

A.A.2022-2023

- a. Direttore del Master of Science in International Management
- b. Direttore della Divisione di Business ed Economics
- c. Membro della Commissione Personale
Creazione di politiche e procedure per la gestione del personale accademico, come valutazione e promozione, assegnazione dei fondi per la ricerca.

A.A.2021-2022

- a. Direttore della Divisione di Business ed Economics
- b. Membro della Commissione Personale
- c. Coordinatore di 2 comitati di ricerca per l'assunzione di personale docente in International Management
Gestione e selezione dei candidati (oltre 80 domande ricevute per ogni posizione), colloqui con i candidati, organizzazione delle visite in sede e delle presentazioni, selezione dei candidati.
- d. Membro del comitato di ricerca per l'assunzione di personale docente in Data Science
- e. Membro del comitato di ricerca per l'assunzione di personale docente in Communication Studies

A.A.2020-2021

- a. Direttore Divisione di Business ed Economia
- b. Membro del Commissione Curriculum
Supervisione dell'offerta formativa, revisione e approvazione di programmi e corsi, approvazione di nuovi programmi e corsi.
- c. Membro del Comitato ad hoc di Marketing e Ammissioni

A.A.2019-2020

- a. Co-Direttore del Dipartimento di International Management
- b. Membro della Commissione Curriculum
- c. Membro del Comitato ad hoc di Marketing e Ammissioni
- d. Membro del comitato di ricerca per l'assunzione di personale docente in International Management

A.A.2018-2019

- a. Membro della Commissione ad hoc di Marketing e Ammissioni
- b. Membro della commissione del corso di Laurea Magistrale

Università della Svizzera Italiana (USI)

- a. A.A.2014-2015; 2015-2016: Assistente al Decano della Facoltà di Scienze della Comunicazione

Data

Luogo