

CURRICULUM VITAE

Gian Luca Gregori

INFORMAZIONI PERSONALI

Luogo e data di nascita: San Benedetto Del Tronto (AP) il 04/06/1961

Codice Fiscale: GRGGLC61H04H769W

Domicilio Professionale: Piazza Roma, 22 60100 Ancona

Telefono: 071 22 01 Fax: 071 22 02 13

Indirizzo e-mail: g.gregori@univpm.it,

FORMAZIONE E POSIZIONE ACCADEMICA

Laurea presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Ancona nel 1985 con punti 110/110 e dichiarazione di lode.

1998 ha vinto il concorso universitario nazionale per Professore Associato in Economia e Gestione delle Imprese; da novembre 1999 a dicembre 2002 è stato Professore Associato presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Ancona; 2002 ha partecipato al Concorso per Professore di prima fascia raggruppamento SECS P/08 (ruolo degli Ordinari); dopo aver vinto tale concorso è stato chiamato dalla Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Ancona (dal 1° gennaio 2003 Università Politecnica delle Marche).

CARICHE E INCARICHI RICOPERTI

È stato Presidente del Diploma Universitario di Economia ed Amministrazione delle Imprese, continuando a mantenere l'incarico di responsabile dell'Area Manageriale dello stesso Diploma;

nel 2000 è stato nominato nella Giunta di Facoltà, come responsabile dell'attività di Comunicazione

nel 2000 è entrato a far parte dell'A.I.D.E.A. (Accademia Italiana di Economia Aziendale) e della E.A.E.R.C.D. Associazione Internazionale di Studi sulla Distribuzione (composta da Ricercatori e Professori Universitari - con sede a Stirling - UK);

nel luglio 2000 come Presidente ha portato all'acquisizione della Certificazione ISO 9001 il Diploma Universitario di Economia ed Amministrazione delle Imprese, il secondo in Italia;

Dal 2002 è Professore Ordinario in Economia e Gestione delle Imprese presso L'Università Politecnica delle Marche;

Ha svolto differenti studi e ricerche sulle problematiche di gestione d'impresa, con particolare riferimento ai settori calzaturiero, del "benessere" e della distribuzione.

Ha inoltre sviluppato diversi progetti di studio nell'ambito del marketing industriale e dei servizi;

Relatore in numerosi Convegni, sia in Italia che all'estero, relativamente alle problematiche gestionali d'impresa;

Collabora con l'Università LUISS Guido Carli;

Dal 2 novembre 2009 è Preside della Facoltà di Economia "Giorgio Fuà" dell'Università Politecnica delle Marche;

da ottobre 2011 è Vice-Presidente dell'ISTAO – Istituto Adriano Olivetti di studi per la gestione dell'economia e delle aziende ed operante nell'ambito della formazione manageriale.

ATTIVITÀ PROFESSIONALE

Attualmente è docente di Marketing, Business Marketing e Marketing Internazionale (corso progredito) (1° e 2° modulo).

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

- *Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche*, (con T. Pencarelli), (a cura di), Franco Angeli, Milano, 2012.
- “Knowledge transfer between internationalised medium-sized multinationals (MSMs)”, (con M.R. Marcone), in *Le opportunità oltre la crisi. Prospettive manageriali e strategie pubbliche dei paesi dell'Europa del sud*, (a cura di Franco M., Gregori G.L., Marcone M.R.), Società Editrice Esculapio, Bologna, 2012.
- “Aspetti evolutivi del marketing territoriale: analisi di un caso empirico”, (con V. Temperini), in *Place management: città territori marketing*, (a cura di M. Sansone), McGraw-Hill, Milano, 2012.
- *Blue Economy: l'economia del mare. Analisi e prospettive per la regione Marche*, con S. Cardinali, R. Danovaro, Mea M., Società Editrice Esculapio, Bologna, 2012.
- *Il ricorso all'e-marketing intelligence nelle imprese dei settori di forniture “contract”: i principali risultati di una ricerca empirica*, (con V. Temperini), Clua edizioni, Ancona, 2012.
- “L'evoluzione del licensing nelle imprese calzaturiere: prospettive teoriche e strumenti per il management”, (con S. Cardinali, M. Travaglini), in *Economia e management delle imprese calzaturiere*, (a cura di C. Cipriani), Franco Angeli, Milano, 2012.
- *Le opportunità oltre la crisi. Prospettive manageriali e strategie pubbliche dei paesi dell'Europa del sud*, (con M. Franco, M.R. Marcone), Società Editrice Esculapio, Bologna, 2012.
- “Strategie e politiche di prezzo”, (con S. Cardinali), in *Marketing internazionale*, (a cura di T. Bursi, G. Galli, McGraw-Hill, Milano, 2012.
- *Traiettorie di sviluppo delle imprese calzaturiere nel nuovo contesto competitivo*, (con S. Cardinali, V. Temperini), G. Giappichelli Editore, Torino, 2012- *WELLBEING MARKETING. Profili di ricerca e nuovi strumenti di gestione nel mercato del benessere*, (con S. Cardinali), Franco Angeli, Milano, 2012.

Articoli:

- “Issues involved in the development of “green marketing” in the hotel industry: the main results of an exploratory survey in the Marche region”, (con V. Temperini, S. Cardinali, A. Perna), *Servicing the Way out of the Economic Downfall: Exploring the Present and Future Role of Services, Third Biennial International Conference on Services Marketing, Çesme (Turkey) 07-09 September, 2011*.
- “How Changes in Sales Organisation and Processes May Assist Companies to Cope Effectively with the Economic Downturn: A Case Study from the Italian Construction Industry”, con A. Perna, G. Avlonitis, S. Cardinali, *27th IMP-conference in Glasgow, Scotland, 2011*.
- “Common Issues in the Development of ‘Green Marketing’ Practices in Tourism. Experiences from Marche Region, Italy”, (con V. Temperini, S. Cardinali, A. Perna), in *Quality - Access to Success*, vol. 13, n. 127, April 2012.
- “The Possible Convergence Between Business Marketing and Territorial Marketing: The ‘Land of Value’ (LOV) Case”, (con V. Temperini, S. Cardinali, A. Perna), in *China-USA Business Review*, vol. 11, n. 5, May 2012.
- “Exploring the conditions for marketing an innovative and unique customized solution: Mexus case study”, con (A. Perna, E. Baraldi), in *The IMP Journal*, 6 (1), 2012.
- “Discontinuity in interaction. Findings from two cases in the Italian context”, (con A. Runfola, S. Guercini, A. Perna), in *Combining the social and technological aspects of innovation: relationships and networks, proceedings of the 28th IMP-conference, Rome, 2012*.
- “Il ricorso al licensing come politica di marca: un'analisi nel settore delle calzature”, (con S. Cardinali, M. Travaglini), in *XI Convegno annuale della Società Italiana di Marketing - Marketing internazionale ed effetto country of origin, atti del convegno, Benevento 20 e 21 settembre 2012*.
- “A resource network view of relationship beginning: a case analysis in the mechanical industry”, (con A. Perna, A. Runfola, S. Guercini), in *7th Nordic Workshop on Relationship Dynamics (NoRD2012), Umeå School of Business, Umeå, 10-12 October 2012*.
- “Building brand strategy via licensing: an empirical analysis of footwear industry”, (con S. Cardinali, M. Travaglini), in *Entrepreneurship and Managing Business in The Global Economy, Proceedings of International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM), 18-19 October 2012, Tarumanagara University Jakarta, Indonesia*.
- “Lo sviluppo del green marketing nelle imprese alberghiere: i principali risultati di una ricerca esplorativa”, (con V. Temperini, A. Perna), in *Rivista di studi sulla Sostenibilità*, vol. 1, 2012.
- “Discontinuity in interaction. Findings from two cases in the Italian context”, (con A. Runfola, S. Guercini, A. Perna), in *Mercati e Competitività*, n.1, 2013.

- *“Quale possibile ruolo delle PMI nello sviluppo del marketing territoriale? Analisi del caso ‘Land of Value’ (LOV)”*, (con V. Temperini, A. Perna), in *Piccola Impresa/Small Business*, n. 1, 2013.
- *“Shifting CRM system from a tailored to a standard solution: organizational implications and effects”*, (con F. Fraticelli, A. Perna), *22th Nordic Academy of Management Conference (NFF)*, University of Iceland, Reykjavik, 21-23 August 2013.
- *“Sustainable Tourism and Value Creation for the Territory: Towards a Holistic Model of Event Impact Measurement”*, (con T. Pencarelli, S. Splendiani, V. Temperini), in *Quality - Access to Success*, vol. 14, n. 135, August 2013.
- *“Relazioni evolute ‘fornitori-clienti’ nei mercati industriali internazionali”*, (con M.R. Marcone), *ARETHUSE*, uscita 1/2, 2013.
- *“Knowledge Transfer in Multi-Plant Firms: The Case of Medium-Sized Multinationals”*, (con M.R. Marcone), *Proceedings XI A.I.Te.M. Conference Enhancing the Science of Manufacturing*, 9-11 September, San Benedetto del Tronto, 2013.
- *“Coping with alternatives in sales organisations: Experiences from an Italian company”*, (con A. Perna, S. Cardinali), in *Journal of Business Market Management*, n. 3, 2013.

In ottemperanza del D. Lgs. n.33/2013 in materia di obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni ed ai sensi del D.Lgs. n. 196/2013, il sottoscritto Gregori Gian Luca, autorizza al trattamento dei dati personali e alla loro pubblicazione sul sito istituzionale del Cueim (www.cueim.it).

Ancona, 23 ottobre 2013