

1. Curriculum Vitae:

Prof.dr. Gianpaolo Basile je rođen 29. juna 1969 u Avellino, Italija. Od 2001 godine intenzivno radi na istraživanjima u više ekonomskih pravaca od kojih spominjemo neke; ponašanje potrošača, upravljanje i marketing mjesta (lokacije), marketing i komunikacije i upravljanje i istraživanje tržišta. Trenutno predaje na na Univerzitetu u Palermu i Salernu i drži više ekonomskih predmeta na katedri za sociologiju. Govori, pored maternjeg talijanskog jezika, još dva svjetska jezika od kojih engleski tečno dok francuski govori slabije.

1.2. Obrazovanje

2005 Doktorat komunikacionih nauka na Univerzitetu Salerno

1993 Diplomirani ekonomista na Univerzitetu Salerno

1.3 Profesionalna karijera

2012 Profesor korporativnih komunikacija na Univerzitetu Palermo
2009 Gostujući profesor marketinga lokacija pri katedri Sociologije na Univerzitetu Salerno
2005 Gostujući profesor marketinga pri katedri Sociologije na Univerzitetu Salerno
1995 Konsultant za MSP, Marketing i komunikacije i Chartered računovodstvo

2. Stručni i naučni rad

2.1. Objavljeni naučni radovi i učešće na konferencijama

1. BASILE G. (2012), Developments in studies on the relationship between firm and consumer: a structurationist view. in Customer Centric Marketing Strategies: Tools for Building Organizational Performance; Editorial Advisory Board Member in Book titled: Customer Centric Marketing Strategies: Tools for Building Organizational Performance; published by IGI Global
2. BASILE G. (2011), Relationship Between Brand-Individual: Influences from and to Contexts, in: 4nd Annual Conference of the EuroMed Academy of Business. Elounda, Creta, 20-21 October 2011, ISBN 978-9963-711-01-7
3. BASILE G. (2011), Firm-Brand-Individual Relationship: contextual influences and complexity, *WORLD COMPLEXITY SCIENCE ACADEMY ANNUAL CONFERENCE*, Palermo 26th - 27th September 2011, *publication in progress*
4. BASILE G. (2011), Implications of Sociological Theories for Brand and

Consumer Relationship Studies, 8th International Conference For Consumer Behaviour and Retailing Research. Dubrovnik, Croatia, 27-29/04/2011. In: International Journal of Management Cases, ISBN 9789536025404

5. KAUFMANN H.R., LOURIERO S.M.C., BASILE G., VRONTIS D.(2010), New consumer role in brand community: from attractiveness to an active member and embedded learning, In: 3rd Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business. Business Developments Across Countries And Cultures, ISBN: 978-9963-634-83-5

6. SIANO A., BASILE G., VOLLERO A. (2010). Communication Approaches in Knowledge Development Empirical Evidence from an Italian Industrial District. In: 7th International Conference For Consumer Behaviour and Retailing Research. Estoril, Portugal, 7-9/04/2010. International Journal Management Cases, vol. 12, Issue 3, ISSN 1741-6264

7. SIANO A., BASILE G. (2010). Brand and Consumer Relationship: a Sociological View. In: KAUFMANN H. R.. International Consumer Behavior: A Mosaic of Eclectic Perspectives- Handbook on International Consumer Behavior. Access. UK., ISBN 978-0-9562471-3-1

8. SIANO A., VOLLERO A., BASILE G. (2010). Communication Approaches in Knowledge Development Empirical Evidence from an Italian Industrial District. 7th International Conference For Consumer Behaviour and Retailing Research. Estoril, Portugal, 7-9/04/2010. In: International Journal of Management Cases, vol. 12, Issue 3. ISSN 1741-6264

9. BASILE G., ADDEO F., SPAGNUOLO R. (2010). Local products as a key for economic development drive by tourism: a case study research in Irpinia. 7th International Conference For Consumer Behaviour and Retailing Research. Estoril, Portugal, 7-9/04/2010. In: International Journal of Management Cases, vol. 12, Issue 2, ISSN 1741-6264

10. FERRI A. M., BASILE G., AIELLO L. (2010). The Relationship Between Integrated Cultural Product Brand and Individual: a Conceptual Framework. In: 7th International Conference For Consumer Behaviour and Retailing Research. Estoril, Portugal, 7-9/04/2010. In: International Journal of Management Cases, vol. 12, Issue 2, ISSN 1741-6264

11. PALAZZO M., KAUFMANN H. R., VOLLERO A., BASILE G. (2010). The role played by community in the relationship firm-customer: the online expert investment communities. In: 7th International Conference For Consumer Behaviour and Retailing Research. Estoril, Portugal, 7-9/04/2010. In: International Journal of Management Cases, vol. 12, Issue 2, ISSN 1741-6264

12. SIANO A., VOLLERO A., BASILE G. (2009). Sme Communication Trends in B-TO-B Markets. An Exploratory Survey in an Italian Industrial District. In: ANKARA UNIVERSITY INTERNATIONAL CONFERENCE MARKETING AND ENTERPREUNERSHIP AUMEC 2009. Antalya - TURKEY, 6-9 Aprile 2009, p. 215-226, ISBN/ISSN: 978-605-5782-06-1

13. PICIOCCHI P., BASSANO C., VOLLERO A., BASILE G. (2009). Communication Through Internet-Based Technologies (IBT) for Promoting Competitiveness in Italian Jewelry Districts. In: Proceedings of the 14th International Conference on Corporate and Marketing Communication. University of Nicosia, Cyprus, Aprile 23-24, ISBN/ISSN: 978-9963-634-59-0
14. SIANO A., CONFETTO M. G., VIGNALI G., BASILE G. (2009). The social dimension of buying: Opportunities resulting from new retailing forms. In: 2nd Annual EuroMed Conference. Salerno, October 26-28, doi: 10.3292/EUROMED 2009; in G. Vignali, C. Viganli, *Fashion Marketing & Theory*, Access Press UK, ISBN 978-0-9562471-1-7, pp. 35-43
15. SIANO A., KAUFMANN H. R., BASILE G., KITSIOS A. (2009). The Evolution of New Consumer Roles in Branding. In: 2nd Annual EuroMed Conference. Salerno, October 26-28, doi: 10.3292/EUROMED 2009
16. SIANO A., PICIOCCHI P., VOLLERO A., BASILE G. (2009). *Communication, Cultural Trends, and Competitive Advantage in BTOB Markets. A Survey on Smes in the Province of Avellino*. In: 2nd Annual EuroMed Conference. Salerno, October 26-28, doi: 10.3292/EUROMED 2009; in: Esperienze d'Impresa, n.2/2009
17. SIANO A., BASILE G. (2009). Brand-Consumer relationship: from attractiveness to commitment. In: 6th International Conference For Consumer Behaviour and Retailing Research. University of Applied Sciences Voralberg, Austria, 16-18 Aprile 2009 International Journal of Management Cases, vol. 11 Issue 2; p. 42-51, ISSN: 1741-6264
18. BASILE G. (2007). Relazioni Sistemiche tra Impresa e Consumatore, ESPERIENZE D'IMPRESA, vol. 2; p. 43-60, ISSN: 1971-5293
19. BASILE G. (2006). Attivazione dei Contesti e Sensemaking: Presupposti per il Rilascio di Risorse da parte dei Sovra-Sistemi. In: SERGIO BARILE. L'IMPRESA COME SISTEMA CONTRIBUTI SULL'APPROCCIO SISTEMICO VITALE (ASV). p. 183-187, TORINO: GIAPPICHELLI, ISBN/ISSN: 88-348-6363-1
20. BASILE G. (2005). La Cultura d'Impresa: Aspetti Definitivi e Considerazioni in una prospettiva Sistemico-Vitale. ESPERIENZE D'IMPRESA, vol. 2; p. 123-144, ISSN: 1971-5293
21. SIANO A., BASILE G. (2004). Il Controllo di Gestione delle Imprese Editoriali. In: ANTONELLI V., D'ALESSIO R.. *Casi di Controllo di Gestione*. Metodi, Tecniche, Casi Aziendali di Settore. p. 353-369, MILANO: Ipsoa, ISBN:8821720314
22. BASILE G. (2002). Le decisioni tattiche di comunicazione: la programmazione dei tempi e degli spazi di intervento e la determinazione del budget (Cap. VI); l'implementazione ed il controllo del piano di comunicazione (Cap.VII). In: ALFONSO SIANO A CURA DI, COAUTORI G. BASILE, A.

CICALESE, M. G. CONFETTO, S. LEONE, A. LOPALDI, V. NOVI. Il piano di comunicazione aziendale. Elementi costitutivi

2.2 Predavanja i kursevi u akademskim institucijama – ljetne škole

2009

Sesta Scuola Estiva sul Metodo e la Ricerca Sociale: L'analisi dei gruppi: cluster analysis. Organizzata dalla Paideia e dall'Università degli Studi di Salerno Dipartimenti di Scienze della Comunicazione e di Sociologia e Scienza della Politica, Borgo di Terravecchia Giffoni Valle Piana (Sa), 7-12 september.

2009

Tutorial ARS 2009: Introduction to the Analysis of Network Data via Ucinet;

Workshop ARS 2009: Models and Methods for Relational Data.

University of Salerno on 13-14 July 2009

2008

Quinta Scuola Estiva sul Metodo e la Ricerca Sociale: Analisi dei Reticoli. Organizzata dalla Paideia e dall'Università degli Studi di Salerno Dipartimenti di Scienze della Comunicazione e di Sociologia e Scienza della Politica, Borgo di Terravecchia Giffoni Valle Piana (Sa), 8-11 september.

2004

“Metodologia della didattica”, organizzata dall'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), Pinerolo, 6-16 september.

2004

“Metodo e la ricerca sociale”, organizzata dalla Paideia e dall'Università degli Studi di Salerno Dipartimenti di Scienze della Comunicazione e di Sociologia e Scienza della Politica, Borgo di Terravecchia Giffoni Valle Piana (Sa), 23-27 august.

2003

Workshop sull'“Analisi dei dati censuali”; organizzato dai Dipartimenti di Scienze della Comunicazione e di Sociologia e Scienza della Politica dell'Università degli Studi di Salerno, Gaiano (SA) 22-27 september 2003.

“Metodologia della ricerca”, organizzata dall'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), Palermo, 14-19 september.

2.3. Učešće u projektima(istraživačke aktivnosti)

2.5 Akademске aktivnosti i članstva

2.6. Ostali akademski kursevi i predavanja