

INFORMAZIONI PERSONALI

Cognome e nome

GUERCINI Simone**TITOLI ACCADEMICI**

- 1993 – Laurea in Economia e commercio presso l'Università degli Studi di Firenze con votazione 110/110 e lode.
- 1994-1997 – Perfezionamento in Economia (Dottorato di Ricerca) presso la Scuola Sant'Anna di Pisa, con votazione 100/100 e lode
- 1996 – Visiting fellowship (TAGs) allo SPRU – University of Sussex at Brighton, Regno Unito
- 1997-2001 – Ricercatore Universitario di ruolo di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi di Firenze, confermato al termine del primo triennio di servizio;
- 2000 – Idoneità al ruolo di Professore Associato di Economia e gestione delle imprese, conseguita presso l'Università di Bologna
- 2001-2005 – Professore Associato di Economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi di Firenze, confermato al termine del primo triennio di servizio
- 2004 – Idoneità al ruolo di Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, conseguita presso l'Università degli Studi di Firenze
- 2005-2008 – Professore Straordinario di Economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi di Firenze
- 2008 fino ad oggi – Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa dell'Università degli Studi di Firenze

Altri titoli:

- 2011-2015 – Visiting researcher presso Max Planck Institute for Human Development (ABC group) in Berlin, Germania
- 2012 fino ad oggi - Visiting professor presso Grenoble School of Management, Francia, nell'ambito del corso di Master in Fashion Design and Luxury Management (2013-oggi) e del corso di Master in Strategic Marketing (2012-2015)
- 2014 fino ad oggi – Research Associate presso CIBER, Georgia State University in Atlanta, Stati Uniti
- 2016 fino ad oggi – Visiting Professor presso ISEM, Universidad de Navarra, Madrid e Pamplona, Spagna
- 2017 fino ad oggi – Visiting professor presso La Rochelle Business School, Francia.

INTERESSI SCIENTIFICI

Conoscenza di mercato e decisioni imprenditoriali e manageriali
Marketing strategico e pianificazione
Marketing business to business
Marketing nelle piccole e medie imprese
Strategia e pianificazione per lo sviluppo in specifici settori (moda, turismo, distribuzione)
Valutazione del potenziale di mercato nuove tecnologie/prodotti
Internazionalizzazione delle imprese e marketing e management cross-culturale

INCARICHI ISTITUZIONALI

- 1999-2006 – Membro della Giunta del Corso di Laurea in Economia Aziendale, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Firenze
- 2000-2008 – Membro del Comitato Tecnico Scientifico del Consorzio universitario PIN di Prato
- 2001-2008 – Membro della Giunta del Corso di Laurea in Marketing del Tessile e Abbigliamento e del corso di laurea in Marketing e Internazionalizzazione, Sede di Prato, Università degli Studi di Firenze

2005-2008 – Membro del Comitato Scientifico – Tecnico della Biblioteca delle Scienze Sociali, Università degli Studi di Firenze
 2008-2011 – Presidente del Comitato Scientifico – Tecnico della Biblioteca delle Scienze Sociali, Università degli Studi di Firenze
 2008-2013 – Presidente del Corso di Laurea in Management Internazionalizzazione e Qualità, Università degli Studi di Firenze
 2010-2017 – Membro del Comitato di gestione e poi del Consiglio direttivo della Firenze University Press, Università degli Studi di Firenze
 2011-2013 – Componente del Collegio dei docenti del Dottorato in Economia dell'Università degli Studi di Firenze
 2011-2017 – Consigliere di Amministrazione del consorzio PIN S.c.r.l. di Prato, partecipato dall'Università degli Studi di Firenze
 2013 fino ad oggi – Componente del Collegio dei docenti del Dottorato in Development Economics and Local Systems dell'Università degli Studi di Trento e dell'Università degli Studi di Firenze
 2013-2016 – Membro della Giunta del Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa dell'Università degli Studi di Firenze
 2013-2017 – Presidente del Corso di Laurea in Economia Aziendale dell'Università degli Studi di Firenze
 2017 fino ad oggi – Membro interno del Nucleo di Valutazione dell'Università degli Studi di Firenze

ATTIVITA' DIDATTICA ISTITUZIONALE

1999-2012 – Titolare di insegnamenti nell'area del marketing e dell'internazionalizzazione presso l'Università degli Studi di Firenze, tra i quali: Marketing II presso il corso di laurea in Operatore di costume e moda; Marketing delle imprese dei servizi; Marketing (internazionale tessile-abbigliamento) presso il corso di laurea in Marketing del tessile e abbigliamento; Marketing interculturale presso la laurea specialistica in Marketing
 2012 fino ad oggi – Titolare del corso di Marketing strategico e comunicazione presso la laurea magistrale in Governo e Direzione d'Impresa dell'Università degli Studi di Firenze
 2012 fino ad oggi – Titolare del corso di Marketing internazionale presso il corso di laurea in Economia Aziendale dell'Università degli Studi di Firenze

ATTIVITA' DIDATTICA EXTRA ISTITUZIONALE

1993 fino ad oggi - Attività di formazione presso numerosi Enti e strutture tra le quali: Scuola Scienze Aziendali di Firenze; Camera di Commercio di Livorno – Beta Formazione di Firenze; progetti IFTS presso Province di Firenze, Prato, Pistoia, Livorno; PIN di Prato; Sistema Moda Italia; Promofirenze; TI-FORMA; Grenoble Graduate School of Business; New York University sede di Firenze; Ciset – Università Ca' Foscari di Venezia; Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa
 2002-2006 – Invitato a tenere lezioni e seminari presso la Hong Kong Polytechnic University (Hong Kong, Cina), la Manchester Metropolitan University (MMU, Manchester, Regno Unito), la Stockholm Business School (Stockholm University, Svezia)
 2008-2014 – Docente dei corsi di dottorato in Management della Scuola Sant'Anna di Pisa
 2008-2012 – Valutatore di tesi di dottorato per conto della Motilal Nehru National Institute of Technology (Allahabad, India), della Manchester Metropolitan University (Regno Unito) e della USI-University of Lugano (Svizzera)
 2010-2014 – Invitato a tenere lezioni e seminari presso varie sedi universitarie tra le quali: Wake Forrest University (Greensboro, NC, Stati Uniti), Poznan University of Economics (Poznan, Polonia), la Zhejiang Polytechnic University (Hangzhou, Cina), ESC Toulouse – Toulouse Business School (Francia), Università degli Studi di Trieste, Università degli Studi di Bologna, Università degli Studi di Padova, Kedge Business School (Francia)

PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA

1997-2000 – Partecipazione al progetto di ricerca nazionale del Ministeriale (MURST ex 40%) sul tema dei prodotti evoluti nel turismo, coordinato dal prof. Maurizio Rispoli dell'Università Ca' Foscari di Venezia
 2001-2002 – Membro del collegio dei corsi di dottorato in Impresa e mercato presso l'Università di Parma e presso l'Università di Urbino

2004-2007 – Partecipazione al progetto di ricerca nazionale (PRIN) sui temi di marketing internazionale verso la Cina, coordinato dal prof. Tiziano Vescovi dell'Università Ca' Foscari di Venezia

2011-2015 – partecipazioni ad attività dell'Adaptive Behaviour and Cognition group, coordinato dal prof. Gerd Gigerenzer presso il Max Planck – Institute for Human Development – ABC Group (Berlino, Germania) – periodi come Visiting Researcher

2002 fino ad oggi – membro ordinario dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale

2004 fino ad oggi – membro ordinario della Società Italiana di Marketing

2012 fino ad oggi – membro ordinario della Società Italiana di Management – rappresentante di sede per l'Università degli Studi di Firenze

2013-2017 – partecipazione a gruppo di lavoro per ricerca internazionale (componenti da Italia, Australia e Cina) sul rapporto tra imprenditorialità nativa e immigrata nel distretto industriale di Prato

2014 fino ad oggi – partecipazione agli incontri annuali del Consortium for International Marketing Research – CIMaR;

2014 fino ad oggi – Research Associate del CIBER presso la Georgia State University (Atlanta, Stati Uniti)

2016 fino ad oggi – membro del gruppo di ricerca sul marketing della moda presso ISEM – Universidad de Navarra (University of Navarra) a Pamplona e Madrid

Membro dell'Editorial Board delle seguenti riviste accademiche:

- Journal of Fashion Marketing and Management - Editorial Advisory Board (dal 01-01-2001 a oggi)
- Management Decision - Editorial Advisory Board (dal 01-01-2006 al 10-04-2017)
- Piccola Impresa - Small Business - Consulente Scientifico (dal 01-01-2008 a oggi)
- Mercati e Competitività - Rivista della Società Italiana di Marketing – Condirettore (dal 01-01-2008 al 01-01-2015)
- Mercati e Competitività - Rivista della Società Italiana di Marketing - Comitato editoriale (dal 01-01-2008 a oggi)
- Micro & Macro Marketing - Board Scientifico-Professionale (dal 01-01-2010 a oggi)
- Journal of Global Fashion Marketing - Associate Editor (dal 01-01-2011 a oggi)
- Industrial Marketing Management - Editorial Review Board (dal 01-01-2011 a oggi)
- IMP Journal - Editorial Advisory Board (dal 01-01-2011 a oggi)
- Journal of Business Research - Associate Editor (dal 01-05-2015 al 31-12-2015)
- Management Decision - Associate Editor (dal 10-03-2017 a oggi)
- Micro & Macro Marketing – Comitato Editoriale (dal 01-10-2018 a oggi)

Partecipazione a gruppi di revisione per riviste nazionali e internazionali, tra le quali:

Journal of Product Innovation Management (occasional), Research Policy (occasional), California Management Review (occasional), Management Decision, Industrial Marketing Management, International Business Review, European Journal of Marketing, Journal of Business Research, Journal of Business and Industrial Marketing, Marketing Intelligence and Planning, Review of World Economics, Journal of Managerial Psychology, Supply Chain Management, Journal of Business to Business Marketing, Journal of Brand Management, Journal of International Entrepreneurship, Journal of Service Marketing, City, Culture and Society, Cross Cultural Management, Managing Services Quality, Micro & Macro Marketing, International Journal of Arts Management

ATTIVITA' PROFESSIONALE

Consulente da oltre venti anni per attività nelle seguenti aree:

- formazione nel campo del marketing e dell'internazionalizzazione d'impresa
- ricerca di marketing strategico con enti pubblici e privati
- collaborazione a progetti editoriali
- ricerca e realizzazione di piani di marketing e di piani di business

Tali attività si sono svolte in ampia parte nell'ambito di progetti del dipartimento universitario di afferenza, presso il quale ha svolto il ruolo di responsabile delle relative convenzioni con gli enti. Tra i committenti di tali attività:

Scuola Scienze Aziendali; IRIS di Prato; Unioncamere Toscana; Camera di Commercio di Prato; Regione Toscana; Apogeo casa editrice; Comune di Bibbiena (Arezzo); Istituto e Museo di Storia della Scienza (oggi Museo Galileo); PIN di Prato; Confcommercio di Firenze; Associazione Albergatori Isola d'Elba; Fondazione UTILITAS; Knowledge Foundation, Stockholm; Promofirenze – Camera di Commercio di Firenze; IRPET; FRI Communication; COOPLAT, Coop l'Arca, Lega Coop Toscana Servizi; PIN S.c.r.l.; Sovrani; Buzz Detector; Boehringer Ingelheim; Grenoble Graduate School of Business; Centrale del latte di Firenze Pistoia e Livorno; ESTRA; Luisa Via Roma; Docomo Digital.

Volumi e capitoli in collettanee

- RUNFOLA A., RANFAGNI S., GUERCINI S. (2018) The internationalization of Italian luxury brands: The Missoni case, in Chow P.-S., Hung Chiu C., Tang A.K.Y., Yip A.C.Y. (eds.) *Contemporary case studies on fashion production, marketing and operations*, Springer, pp. 73-88, ISBN 978-981-10-7007-5, DOI 10.1007/978-981-10-7007-5_5.
- RANFAGNI S., GUERCINI S. (2018) The face of culturally sustainable luxury: some emerging traits from a case study, In: Miguel Angel Gardetti, Subramanian Senthilkannan Muthu (eds.) *"Sustainable Luxury, Entrepreneurship, and Innovation"*, Springer, Singapore, pp. 1-16 ISBN: 978-981-10-6715-0; DOI 10.1007/978-981-10-6716-7_1
- GUERCINI S., MILANESI M., TUNISINI A. (2017) Il contratto di rete Pelle+, in Lorenza Bullo (a cura di), *I contratti di rete e le nuove frontiere del contratto: modelli giuridici e strutture economiche a confronto*, Cedam-Wolters Kluwer, Padova, pp. 433-450, ISBN 978-88-13-36763-3
- GUERCINI S. (2017) La conoscenza degli attori nell'interazione, in Fiocca R. (a cura di) *La persona non è un'isola. Scritti in onore di Ivan Snehota, Franco Angeli, Milano*. ISBN: 9788891751591
- GUERCINI S., DEI OTTATI G., BALDASSAR L., JOHANSON G. (Eds.) (2017) *Native and Immigrant Entrepreneurship. Lessons for Local Liabilities in Globalization from the Prato Case Study*, Heidelberg, Springer. ISBN: 978-3-319-44110-8
- GUERCINI S., MILANESI M. (2016) Store openings and sourcing strategies in the internationalization of fashion industrial retailers, in Vecchi A. and Buckley C.(eds) *Handbook of research in global fashion management and merchandising*, IGI Global, pp. 374-397. DOI: 10.4018/978-1-5225-0110-7
- RANFAGNI S., GUERCINI S. (2015) Beyond the appearances: the hidden meanings of sustainable luxury, Chapter 4 in Gardetti M.A and Muthu S.S. (Eds): *Handbook of Sustainable Luxury Textiles and Fashion*, Springer (ISBN 978-981-287-741-3), pp. 51-72, DOI 10.1007/978-981-287-742-0_4
- GUERCINI S. (2013) Gli attori di marketing ed il marketing integrato, in Ferrero G. (a cura di) *Marketing e creazione del valore*, G. Giappichelli Editore, Torino, pp. 24-32.
- GUERCINI S. (2012) Teorie dei processi di internazionalizzazione delle imprese e dei mercati, in Bursi T., Galli G. (a cura di) *Marketing Internazionale*, McGraw-Hill, Milano, pp. 27-57.
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2010) Marketing cooperation and public policy in Italian networks of fashion firms, in Johanson M., Lundberg E. (eds.) *Network strategies for regional growth*, Palgrave MacMillan, Basingstoke, England, pp. 163-184.
- GUERCINI S. (2010) (a cura di) *Marketing e management interculturale. Attori, politiche e organizzazione*, il Mulino, Bologna.
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2009) Modelli di business, branding e relazioni di fornitura: Patrizia Pepe Firenze, in Varaldo R., Dalli D., Resciniti R., Tunisini A. (a cura di) *Un tesoro emergente: le medie imprese italiane nell'era globale*, Franco Angeli, Milano, pp. 528-543.
- BURRESI A., AIELLO G., GUERCINI S. (2006) (a cura di) *Marketing per il governo d'impresa*, G. Giappichelli, Torino.
- GUERCINI S. (2005) Specificità del tessile-abbigliamento italiano ed evoluzione dei rapporti acquirente-fornitore, in Burresi A. (a cura di) *Il marketing della moda. Temi emergenti nel tessile-abbigliamento*, Firenze University Press, Firenze.
- GUERCINI S., RUNFOLA A. (2004) La relazione tra orientamento al cliente e offerta culturale nell'innovazione del prodotto museale, in B.Sibilio (a cura di) *Definire la missione e le strategie del museo*, Franco Angeli, Milano.
- GUERCINI S. (2003) La conoscenza di mercato del vertice d'impresa. Casi di produttori di tessuti, Franco Angeli, Milano.
- GUERCINI S., PIOVAN R. (2003) Schemi di negoziato e tecniche di comunicazione per il tessile e abbigliamento, Firenze University Press, Firenze.
- GUERCINI S. (2002) Profilo del vertice, processi di sviluppo e politiche di mercato dell'impresa cinese a Prato, in Colombi A. (a cura di) *L'imprenditoria cinese nel distretto industriale di Prato*, Leo S. Olschki Editore, Firenze, pp. 35-70.
- GUERCINI S., RANFAGNI S., DONVITO R., RUNFOLA A. (2002) Modello distributivo toscano e nuove prospettive di modernizzazione, in Burresi A. (a cura di) *Il cambiamento della distribuzione in Toscana negli anni novanta: verso nuovi profili di modernità*, Franco Angeli, Milano.
- GUERCINI S. (2001) Caratteri degli attori e innovazione nell'offerta turistica, in M. Rispoli (a cura di) *Prodotti turistici evoluti. Casi ed esperienze in Italia*, G. Giappichelli, Torino.
- GUERCINI S. (1999) Processi d'internazionalizzazione della R&S d'impresa, G. Giappichelli, Torino.
- GUERCINI S. (1999) Evoluzione del modello imprenditoriale proprietario e familiare, in Burresi A. (a cura di) *Profili innovativi d'impresa nei settori tipici dell'industria toscana*, Franco Angeli, Milano.

Articoli in riviste scientifiche classificate da Scopus e/o ISI

- GUERCINI S., MILANESI M. (forthcoming) Understanding changes within business networks. Evidences from the international expansion of fashion firms, *Journal of Business & Industrial Marketing*, forthcoming, ISSN: 0885-8624, DOI: 10.1108/JBIM-03-2017-0062
- GUERCINI S., MILANESI M. (forthcoming) Newness and heritage in business networks: Case analysis of University Spin-Offs, *Industrial Marketing Management*, forthcoming, ISSN: 0019-8501, DOI: 10.1016/j.indmarman.2017.12.013
- GUERCINI S., COVA B. (2018) Unconventional entrepreneurship, *Journal of Business Research*, vol. 92, pp. 385-391 DOI 10.1016/j.JBUSRES.2018.06.021

GUERCINI S., MIR P., PRENTICE C. (2018) The new marketing in fashion e-commerce, *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 9, issue 1, pp. 1-8, Print ISSN: 2093-2685 Online ISSN: 2325-4483, DOI: 10.1080/20932685.2018.1407018

MIR P., GUERCINI S., SADABA T. (2018) The role of e-commerce in the internationalization of Spanish luxury fashion multibrand retailers, *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 9, issue 1, pp. 59-72, Print ISSN: 2093-2685 Online ISSN: 2325-4483, DOI: 10.1080/20932685.2017.1399080

GUERCINI S., MILANESI M., DEI OTTATI G. (2017) Paths of evolution for the Chinese migrant entrepreneurship. A multiple case analysis in Italy, *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 15, issue 3, pp. 266-294. DOI: 10.1007/s10843-017-0209-0

GUERCINI S., MILANESI M. (2017) Extreme luxury fashion: business model and internationalization process, *International Marketing Review*, vol. 34, issue 3, ISSN: 0265-1335

PUCCI T., CASPRINI E., GUERCINI S., ZANNI L. (2017) One country, multiple country-related effects: An international comparative analysis among emerging countries on Italian fashion products, *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 8, issue 2, pp. 98-112, Print ISSN: 2093-2685 Online ISSN: 2325-4483, DOI: 10.1080/20932685.2016.1274666

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2016) Conviviality behavior in entrepreneurial communities and business networks, *Journal of Business Research*, vol. 69, issue 2, pp. 770-776, ISSN: 0148-2963, DOI:10.1016/j.jbusres.2015.07.013

GUERCINI S., MILANESI M. (2016) Interaction approach and liabilities: a case analysis of start-up firms, *Journal of Business to Business Marketing*, vol. 23, issue 4, pp. 293-309, ISSN: 1051-712X, DOI: 10.1080/1051712X.2016.1250595

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2016) How western marketers respond to the new middle class in emerging market cities: The case of Italian Fashion Marketers, *International Business Review*, vol. 25, issue 3, pp. 691-702, ISSN: 0969-5931 DOI:10.1016/j.ibusrev.2015.10.003

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015) Internationalization through e-commerce. The case of multi-brand luxury retailers in the fashion industry, *Advances in International Marketing*, vol. 26, pp. 15-31, ISSN: 1474-7979, ISBN: 978-1-78560-233-7; DOI 10.1108/S1474-797920150000026002

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015) Small-medium sized manufacturers internationalization through retail stores openings abroad. A study of the Italian industry, *Advances in International Marketing*, vol. 26, pp. 61-84, ISSN: 1474-7979, ISBN: 978-1-78560-233-7; DOI 10.1108/S1474-797920150000026004

GUERCINI S., LA ROCCA A., RUNFOLA A., SNEHOTA I. (2015) Heuristics in customer-supplier interaction, *Industrial Marketing Management*, vol. 48, July, pp. 26-37, ISSN: 0019-8501, DOI: 10.1016/J.INDMARMAN.2015.03.008

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2015) Actors' roles in interaction and innovation in local systems: a conceptual taxonomy, *Journal of Business and Industrial Marketing*, vol. 30, issue 3/4, pp. 269-278, ISSN: 0885-8624, DOI: 10.1108/JBIM-12-2012-0256

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2015) Buyer-seller interaction in facility services: emerging paradoxes in the outsourcing approach of Italian Municipalities, *Journal of Service Theory and Practice*, vol. 25, issue 2, pp. 162-180, ISSN: 2055-6225, DOI: 10.1108/JSTP-07-2013-0139

GUERCINI S. (2014) Profiting from creative performance and business model over time. A case analysis in the Italian design industry, *International Studies of Management and Organization*, vol. 44, no. 4, Winter, pp. 26-42, DOI: 10.2753/IMO0020-8825440402

GUERCINI S., LA ROCCA A., RUNFOLA A., SNEHOTA I. (2014) Interaction behaviors in business relationships and heuristics: Issues for management and research agenda, *Industrial Marketing Management*, vol. 43, issue 6, pp.929-937, ISSN: 0019-8501, DOI: 10.1016/j.indmarman.2014.05.007

CRAWFORD CAMICIOTTOLI B., RANFAGNI S., GUERCINI S. (2014) Exploring brand associations. an innovative methodological approach, *European Journal of Marketing*, vol. 48, issue 5/6, pp. 1092-1112. DOI 10.1108/EJM-12-2011-0770

GUERCINI S. (2014) New qualitative research methodologies in management, *Management Decision*, vol. 52, issue 4, pp. 662-674. DOI: 10.1108/MD-11-2013-0592

RANFAGNI S., GUERCINI S., CRAWFORD CAMICIOTTOLI B. (2014) An interdisciplinary method for brand association research, *Management Decision*, vol. 52, issue 4, pp. 724-736. DOI: 10.1108/MD-04-2012-0284

RANFAGNI S., GUERCINI S. (2014) On the trail of supply side authenticity: Paradoxes and compromises emerging from an action research, *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 13, issue 3, pp. 176-187. DOI: 10.1002/cb.1481

RANFAGNI S., GUERCINI S. (2014) Guanxi and distribution in China: the case of Ferrero Group, *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 24, issue 3, pp. 294-310. DOI:10.1080/09593969.2013.862506

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2014) Time in business to business interactions. A case analysis in textile and clothing, *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 5, no. 1, pp. 87-102. DOI:10.1080/20932685.2013.863520

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2013) Integrating country-of-origin image and brand image in corporate rebranding: the case of China, *Marketing Intelligence and Planning*, vol. 31, no. 5, pp. 508-521.

RUNFOLA A., GUERCINI S. (2013) Fast fashion companies coping with internationalization. Driving the change or changing the model?, *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol. 17, issue 2, pp. 190-205 – DOI: 10.1108/JFMM-10-2011-0075.

RUNFOLA A., ROSATI M., GUERCINI S. (2013) New business models in online hotel distribution: emerging private sales versus leading IDS, *Service Business*, vol. 7, issue 2, pp.183-205, DOI 10.1007/s11628-012-0150-1

GUERCINI S., WOODSIDE A. (2012) A strategic supply chain approach: consortium marketing in the Italian leatherwear industry, *Marketing Intelligence and Planning*, vol. 30, issue 7, pp. 700-716

GUERCINI S. (2012) New approaches to heuristic processes and entrepreneurial cognition of the market, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, vol. 14, issue 2, pp. 199-213, DOI 10.1108/14715201211271410

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2012) Relational paths in business network dynamics: evidence from the fashion industry, *Industrial Marketing Management*, vol.41, issue 5, July, pp. 807-815, ISSN: 0019-8501.

GUERCINI S. (2012) Integrating design and fashion marketing, *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 3, n. 1, pp. 1-4.

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2012) Creation of fashion trends and role of the bureau de style for textile innovation, *Journal of Global Fashion Marketing*, vol. 3, n. 1, pp. 12-21.

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2010) Business networks and retail internationalization: a case analysis in the fashion industry, *Industrial Marketing Management*, vol. 39, n. 6, August-September, pp. 908-916, ISSN: 0019-8501.

GUERCINI S. (2010) Writing marketing. Literary lessons from academic authorities. Book review, *Journal of Business to Business Marketing*, vol. 17, n. 2, pp. 208-211.

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2009) The integration between marketing and purchasing in the traceability process, *Industrial Marketing Management*, vol. 38, n. 8, November, pp. 883-891, ISSN: 0019-8501, DOI:10.1016/j.indmarman.2009.03.016

GUERCINI S. (2008) Matching format strategy and sourcing strategy in clothing retail. A conceptual representation, *International Journal of Process Management and Benchmarking*, vol 2, n. 3, pp. 185-196. DOI: 10.1504/IJPMB.2008.017959

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2007) Cognitive source and clothing retail: some results from an empirical research in the Italian fashion market, *Journal of Fashion Marketing & Management*, vol. 11, no.3, pp. 398-412

GUERCINI S. (2004) International competitive change and strategic behaviour of Italian textile-apparel firms, *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol.8, no.3, pp. 320-339.

GUERCINI S. (2004) Developing the researcher-manager interface in the case analysis process, *Management Decision*, vol.42, no.3/4, pp. 464-472.

GUERCINI S. (2003) Entrepreneurial image of the demand in the Italian yarn firms, *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol.7, no.3, pp. 272-281

GUERCINI S. (2001) Relation between branding and growth of the firm in new quick fashion formulas: Analysis of an Italian case, *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol.5, no.1, pp. 69-79.

Articoli in altre riviste scientifiche

GUERCINI S., RUNFOLA A., PERNA A., MILANESI M. (2018) Interaction in space – the role of proximity, communities and cross-boundary movements (Editorial), *IMP Journal*, vol. 12, issue 2, pp. 210-215, ISSN: 2059-1403, DOI 10.1108/IMP-06-2018-079

PUCCI T., RUNFOLA A., GUERCINI S., ZANNI L. (2018) The role of actors in interactions between "innovation ecosystems": drivers and implications, *IMP Journal*, vol. 12, issue 2, pp. 333-345, ISSN: 2059-1403, DOI 10.1108/IMP-05-2017-0022

MARTINELLI E., TUNISINI A., GUERCINI S. (2017) Customer-driven supply chains under IMP lens: A systematic literature review and conceptual framework, *IMP Journal*, vol. 11, issue 2, ISSN: 2059-1403.

GUERCINI S., TUNISINI A. (2017) Formalizing in business networks as a tool for industrial policy, *IMP Journal*, vol. 11, issue 1, pp. 91-108, ISSN: 2059-1403, DOI 10.1108/IMP-07-2015-0040

COVA B., GUERCINI S. (2016) Passion et entrepreneuriat: Vers un entrepreneur tribal?, *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 16, n. 2, pp. 15-42. ISBN: 9782807390522, ISSN: 1766-2524. DOI:10.3917/entre.152.0015

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2016) Lo sviluppo nel retail come modalità di internazionalizzazione delle PMI manifatturiere. Il caso della moda, *Piccola Impresa / Small Business*, n. 1, pp. 37-53, ISSN 10394-7947 DOI: 10.14596/pisb.223

MILANESI M., GUERCINI S., WALUSZEWSKI A. (2016) A Black Swan in the district? An IMP perspective on immigrant entrepreneurship and changes in industrial districts, *IMP Journal*, vol. 10, issue 2, pp. 243-259, ISSN 2059-1403, DOI: 10.1108/IMP-09-2015-0050

PERNA A., RUNFOLA A., GUERCINI S., GREGORI G.L. (2015) Relationship beginning and serendipity: insights from Italian case study, *IMP Journal*, vol. 9, issue 3, pp. 233-249, ISSN 2059-1403, DOI 10.1108/IMP-07-2015-0036.

BOCCONCELLI R., GUERCINI S., HÅKANSSON H. (2015) Managing in uncertainty, *IMP Journal*, vol. 9, issue 3, pp. 1-3, ISSN: 2059-1403.

VIANELLI D., REARDON J., GUERCINI S. (2015) Consumer ethnocentrism, national identification and cosmopolitanism, *Micro & Macro Marketing*, anno XXIV, n. 2, agosto, pp. 181-198, ISSN: 1121-4228, DOI: 10.1431/80825

CAVUSGIL T., GUERCINI S. (2014) Trends in middle class as a driver for strategic marketing, *Mercati & Competitività*, n. 3, pp. 7-10, ISSN 1826-7386.

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2013) Sustainability and luxury: the Italian case of a supply chain based on native wools, *Journal of Corporate Citizenship*, issue 52, December, pp. 76-89. DOI: 10.9774/GLEAF.4700.2013.de.00008

FERRUCCI L., GUERCINI S. (2013) Le medie imprese tra continuità strategica e cambiamento nella crisi economica mondiale, *Mercati & Competitività*, n. 3, pp. 11-24.

RUNFOLA A., GUERCINI S., GREGORI G.L., PERNA A. (2013) Discontinuity in interaction. Findings from two cases in the Italian context, *Mercati & Competitività*, n. 1, pp. 55-74.

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2012) Rebranding strategies for the Chinese market, *Finanza Marketing & Produzione*, anno XXIX, n. 4, pp. 153-175.

GUERCINI S. (2012) Processi euristici e marketing imprenditoriale, *Piccola Impresa / Small Business*, n. 3, pp. 9-29.

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2012) Reorganizing business networks and innovation: two cases of Italian textile producers, *The IMP Journal*, vol. 6, issue 1, pp. 38-51, ISSN 2059-1403.

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2012) Defining market approaches in cultural organizations: an analysis of Italian theatres, *Arts Marketing: An International Journal*, vol. 2, issue 1, pp. 52-69.

GUERCINI S., RUNFOLA A., ROSATI M. (2010) Il cambiamento tecnologico nella distribuzione del prodotto alberghiero: nuovi modelli, attori e problemi emergenti, *Micro & Macro Marketing*, anno XIX, n. 3, dicembre, pp. 369-388, ISSN: 1121-4228.

AIELLO G., GUERCINI S. (2010) Relazioni tra brand e punto vendita per lo sviluppo di nuovi mercati per le imprese italiane della moda, *Mercati & Competitività – Rivista della Società Italiana di Marketing*, n. 2, pp. 15-49.

GUERCINI S. (2009) On line media market and new advertising agencies. Analysis of an Italian case, *Journal of Service Science and Management*, vol 2, n. 2, June, pp. 117-128.

GUERCINI S. (2008) Le nuove agenzie di comunicazione nell'on-line media market, *Economia e diritto del terziario*, n. 2, pp. 315-343.

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2007) Rappresentazione delle alternative di acquisto e negoziazione acquirente-fornitore. Approcci a confronto, *Finanza Marketing e Produzione*, anno XXV, n. 4, dicembre, pp. 109-128.

GUERCINI S. (2006) La relazione tra acquirente e fornitore di semilavorati tessili: rappresentazione delle alternative e strategie di negoziazione, *Mercati & Competitività – Rivista della Società Italiana di Marketing*, n.3, pp. 69-94.

GUERCINI S. (2005) Marketing imprenditoriale, marketing manageriale e conoscenza di mercato del vertice d'impresa, *Mercati & Competitività – Rivista della Società Italiana di Marketing*, n.1, pp. 143-164.

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2004) Sourcing strategies in clothing retail firms: product complexity versus overseas supply chain, *Journal of Customer Behaviour*, vol.3, no. 3, Winter, pp. 305-334.

GUERCINI S. (2002) Marketing integrato e offerta di servizi localizzata. Il caso della rete dei musei scientifici fiorentini, *Economia e diritto del terziario*, n. 3, pp. 837-874.

GUERCINI S. (2000) Il potenziamento delle capacità del vertice aziendale nelle piccole e medie imprese, *Piccola Impresa/Small Business*, n. 3.

PAOLI M., GUERCINI S. (1997) L'internazionalizzazione della R&S nei comportamenti strategici d'impresa, *Sinergie*, vol. 42, pp. 273-298.

GUERCINI S. (1997) R&S multinazionale e comportamenti strategici d'impresa: alcune riflessioni preliminari, *Economia e politica industriale*, vol. 94, pp. 163-186.

GUERCINI S. (1995) Strategie di crescita esterna e formazione di complessi multinazionali: realtà aziendali nella componentistica ad alta tecnologia, *Studi & Informazioni*, n. 1, pp. 97-117

Altri lavori (limitatamente a quelli dell'ultimo biennio)

COVA B., GUERCINI S. (2018) Enthusiast communities and their capacity to rejuvenate small businesses, *JPIM Research Forum*, Chicago, 2-4 November.

MILANESI M., RANFAGNI S., GUERCINI S. (2018) Entrepreneurial marketing and digital marketing: emerging interfaces from an explorative research, *Atti del XV Convegno Annuale Società Italiana di Marketing "I percorsi identitati nel marketing"*, Bari, 18-19 ottobre, 2018..

RANFAGNI S., MILANESI M., GUERCINI S. (2018) A combined approach to the study of the multi vocal nature of the brand, *Atti del XV Convegno Annuale Società Italiana di Marketing "I percorsi identitati nel marketing"*, Bari, 18-19 ottobre, 2018.

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2018) The internationalization of Chinese immigrant firms: Emerging taxonomy from the analysis of an Italian case, *CIMAR Conference*, Atlanta 13-15 September.

GUERCINI S., MEDLIN C. (2018) Boundaries in business networks, *34th Annual IMP Conference*, Kedge Business School Marseille, Marseille, France, 4th-7th September.

GUERCINI S., MILANESI M., RANFAGNI S. (2018) Insights into the interface between entrepreneurial and digital marketing, *2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings: 507-510 (July 2018)*, Tokyo, July 26th-29th.

RANFAGNI S., MILANESI M., GUERCINI S. (2018) Consumer-brand knowledge through social media environments: an analytical approach on the multi-vocal nature of the brand, *2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings: 507-510 (July 2018)*, Tokyo, July 26th-29th.

ROVAI S., GUERCINI S. (2018) SMM and luxury fashion brands in the Chinese consumer market: the case of wechat, 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings: 507-510 (July 2018), Tokyo, July 26th-29th.

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2018) Matching business models through adaptation i business relationships: how do suppliers come with fast fashion?, 2018 Global Marketing Conference at Tokyo Proceedings: 507-510 (July 2018), Tokyo, July 26th-29th.

GUERCINI S. (2018) Scope of heuristics in business environment: open versus closed approaches, 34th EGOS Colloquium, "Surprise in and around Organizations: Journeys to the Unexpected", Tallin, Estonia, July 5-7, 2018.

VILALTA-PERDOMO E., HINGLEY M., GUERCINI S. (2018) Building collaborative atmospheres for microbusiness integration: A supply chain discourse, LIBS Research Showcase, Lincoln International Business School, University of Lincoln, 13th June.

GUERCINI S., MILANESI M. (2018) Local liabilities and the liability of separatedness: theoretical background and empirical analysis, workshop "Rethinking Cluster", Florence, 3-4 May.

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2018) Conviviality as a tool for socialization in entrepreneurial communities: main results from an explorative research, workshop "Rethinking Cluster", Florence, 3-4 May.

MILANESI M., TUNISINI A., GUERCINI S. (2018) Networking and proximity for SMEs' qualitative growth. Cases from the Italian fashion industry, paper presented at the Inaugural Industrial Marketing Management Summit, Copenhagen Business School, 24-26 January.

GUERCINI S., MILANESI M. (2017) Heuristics in international business and international marketing: a systematic literature review, 43rd European International Business Academy Conference, EIBA MILAN 2017, "International Business in the Information Age", 14th-16th December, Milan, Italy

GUERCINI S. (2017) The passion as a context for the entrepreneurial actor. Conceptual issues and the case of drones, paper presented at the workshop "The connections between passion and entrepreneurship. Identify and develop a new research agenda", Florence, 9-10 November.

MILANESI M., GUERCINI S., TUNISINI A. (2017) Crescita relazionale e prossimità. Casi contratti di rete nella pelletteria, Atti del XIV Convegno Annuale Società Italiana di Marketing "Il marketing di successo. Imprese enti e persone", Bergamo, 26-27 ottobre, 2017,

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2017) E-commerce come driver di integrazione tra canali online ed offline nei mercati esteri: evidenze nella moda di lusso, Atti del XIV Convegno Annuale Società Italiana di Marketing "Il marketing di successo. Imprese enti e persone", Bergamo, 26-27 ottobre, 2017,

GUERCINI S. (2017) Adoption and scope of heuristics in fashion business to business marketing: An explorative case research, 2017 Global Fashion Management Conference at Vienna Proceedings: 507-510 (July 2017), Vienna, July 6th-8th. ISSN: 2288-825X, DOI: 10.15444/GFMC2017.06.05.03

GUERCINI S., RUNFOLA A. (2017) How do you really know international markets? Heuristics in use in exporting SMEs, CIMAR Conference, Florence 20-23 June.

GUERCINI S., MILANESI M. (2017) Heuristics in international business: a review of the literature, CIMAR Conference, Florence 20-23 June.

SADABA T., SAN MIGUEL ARREGUI P., GUERCINI S. (2017) Online fashion is not a "Flat World"? An analysis about brands and markets behavior, CIMAR Conference, Florence 20-23 June.

GUERCINI S., RANFAGNI S., RUNFOLA A. (2017) E-commerce internationalization and omnichannel orientation: Some strategic issues emerging from the top luxury fashion brands, CIMAR Conference, Florence 20-23 June.

GUERCINI S. (2017) Native and immigrant entrepreneurship between local liabilities and global networks, paper discussed at the workshop "The realm of entrepreneurship: The local perspective", University of Trento, Trento, March 13-14.

GUERCINI S., RANFAGNI S. (2017) Investigating conviviality through an entrepreneurial prospective: Main results from an explorative research, paper for the ANZIBA Conference on "Internationalisation, International Entrepreneurship and the Emerging Markets, University of Southern Australia, Adelaide, Australia, February 15th-17th.