

**CURRICULA  
SCIENTIFICO E  
DIDATTICO**



Cognome, Nome **BASILE, GIANPAOLO**

**ISTRUZIONE E  
FORMAZIONE  
SCIENTIFICA E  
PROFESSIONALE**

*si elencano le  
esperienze  
professionali più  
esplicative delle  
competenze*

dal 2017 - ad oggi iscritto all'albo RePrise (Register of Expert Peer Reviewers for Italian Scientific Evaluation), detenuto dal CINECA, nelle sezioni della Ricerca industriale competitiva e per lo sviluppo sociale, Diffusione della cultura scientifica, Valutazione economico-finanziaria e Revisione amministrativo-contabile per il settore: AMMINISTRAZIONE PUBBLICA E DIFESA; ASSICURAZIONE SOCIALE OBBLIGATORIA.

dal 2017 - Revisore dei Conti degli Enti Locali

dal 2014 - ad oggi Presidente dell'AssociazioneEuropa2020 ([www.associazioneeuropa2020.eu](http://www.associazioneeuropa2020.eu)).

L'Associazione nasce dall'esigenza di fornire informazioni e supporto nella progettazione su bandi, opportunità ed attività promosse dall'Unione Europea.

L'Ente sviluppa attività di informazione, formazione, progettazione e coordinamento di attività relative all'utilizzo di bandi europei, a favore di PMI, Istituzioni pubbliche e Università.

Le attività si sostanziano nell'organizzazione di momenti di informazione-incontro con Euro-deputati, responsabili di misure europee sia in Italia che presso il Parlamento Europeo a Bruxelles.

dal 2014 - al 2017

responsabile della pianificazione strategica e della realizzazione dell'area vasta del comune, tra 38 comuni della provincia di Avellino.

Coordinatore e progettista in numerose partecipazioni europee a favore di misure come: SME Instrument, Horizon, UrbactIII, UIA, ErasmusPlus.

dal 2012 - al 2015

revisore monocratico in società *in house* dell'ente Provincia di Avellino operante nel settore dell'ambiente, denominata COSMARI.

dal 2011 - ad oggi presidente di Business Systems Laboratory ([www.bslaboratory.net](http://www.bslaboratory.net))

da 2001 a 2004

Dottorato di Ricerca in Scienze della Comunicazione  
Valutazione della Cultura del Sistema Impresa Secondo un  
Approccio Simbolico

dal 1999 - ad oggi

revisore contabile in numerose società di capitali, operanti in diversi settori come: fabbricazione apparecchiature elettroniche, fabbricazione termocaldaie, case di cura, società calcistiche professionistiche di serie B, imprese di costruzione.

1999

Iscrizione n. 421 albo dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili per la Circostrizione dei Tribunali di Avellino, Ariano Irpino e Sant'Angelo dei Lombardi  
Dottore Commercialista

1999

Ministero della Giustizia, D.M. 15/10/1999, G.U.R.I. Suppl. n.87 - IV Serie Speciale del 2/11/1999  
Revisore Contabile

dal 1993 al 1998

Consulente full time in area finance e controllo di gestione per primaria società di consulenza aziendale.

Attività svolte a favore di PMI operanti nell'area geografica Nord-Est.

dal 1998 al 1999

Componente team di progetto di primaria società di consulenza di marketing strategico, nell'ambito dell'analisi strategica dei mercati on-line relativi al settore bancario e finanziario.

1993

Laurea in Economia e Commercio con tesi in Finanza Aziendale dal titolo "Analisi di bilancio e diagnosi strategica Caso Aziendale: Italdato S.p.a."  
Finanza Aziendale.

LAUREATO

## CURRICULUM SCIENTIFICO

### **Pubblicazioni: Volumi monografici e Contributi in Volumi**

1. Basile, G., Ferri, M.A. (2016), Il sistema culturale del distretto, in Leone, S. (a cura di) *Creatività e Cultura. Le potenzialità della filiera culturale*. ISBN: 978-88-548-9819-9 Aracne, Canterano (Roma).
2. Basile, G., Ferri, M.A. (2016), Spunti di management e marketing, in Leone, S. (a cura di) *Creatività e Cultura. Le potenzialità della filiera culturale*. ISBN: 978-88-548-9819-9 Aracne, Canterano (Roma).
3. Capolupo, N., Basile, G. and Scozzese, G. (2016), Sentiment Analysis as a Tool to Understand the Cultural Relationship between Consumer and Brand, in Kumar, A., Kumar, S. and Panda, K.T., *Handbook of Research on Intelligent Techniques and Modeling Applications in Marketing Analytics*, IGI Global, ISBN: 9781522509974, DOI: 10.4018/978-1-5225-0997-4.
4. Basile G. and Dominici G. (2016). A Complex Adaptive System Framework for Management and Marketing Studies, in S.S. Ercetin (Ed.) *Springer Proceedings in Complexity - Chaos, Complexity and Leadership*, pp. 83-97, Heidelberg: Springer.
5. BASILE G., Diana, P. and Vitale, M.P. a cura di (2016), La definizione identitaria di un territorio rurale. Benessere e antichi mestieri nell'Alta Irpinia, FrancoAngeli, ISBN 978-88-917-2851-7
6. BASILE G. (2014). Consonant, Resonant, and Social Relations between Firm and Consumer. In: Hans Ruediger Kaufmann, Mohammad Fateh Ali Khan Panni. *Handbook of Research on Consumerism in Business and Marketing: Concepts and Practices*. p. 182-200, Hershey, PA: IGI Global, Business Science Reference, ISBN/ISSN: 978-1-4666-5880-6, doi: 10.4018/978-1-4666-5880-6.ch009
7. Palumbo, F., Dominici, G., and, Basile G. (2014), The Culture on the Palm Of Your Hand: How to Design a User Oriented Mobile App for Museums. in *Management of Cultural Products: E-Relationship Marketing and Accessibility, Perspectives*. Hershey, Pennsylvania: IGI-GLOBAL PUBLISHING, ISBN/ISSN: 1466650079, doi: 10.4018/978-1-4666-5007-7
8. Ferri, M.A., Dominici, G., Basile, G., and Aiello, L. (2014), Cultural Product Management from environment to territorial context: configuration of main relationships. in *Management of Cultural Products: E-Relationship Marketing and Accessibility Perspectives*. Hershey, Pennsylvania: IGI-GLOBAL PUBLISHING, ISBN/ISSN: 1466650079, doi: 10.4018/978-1-4666-5007-7
9. Basile G., (2013), *Relazioni tra impresa e individuo-consumatore. Il ruolo sociale del brand*, Franco Angeli, Milano, ISBN:978-88-204-5876-8.
10. Basile G., (2013), Consonant, resonant and social relations between firm and consumer, in Kaufmann, H.R. and Panni M.F.A.K., *Consumerism in Business and Marketing: Concepts and Practices*”, IGI Global, (printing)

11. Basile G., (2012), Developments in Studies on the Relationship between Firm and Consumer: A Structurationist View, in Kaufmann, H.R. and Panni M.F.A.K. *Customer-Centric Marketing Strategies: Tools for Building Organizational Performance* (Editorial Advisory Board), IGI Global, pp. 1-16, ISBN 978-1-4666-2524-2 (hardcover)
12. 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., pp.376-388, ISBN 978-0-9562471-3-1
13. Siano A., Confetto M. G., Vignali G., Basile G. (2009). "The social dimension of buying: Opportunities resulting from new retailing forms, in G. Vignali, C. Viganli, *Fashion Marketing & Theory*, Access Press UK, ISBN 978-0-9562471-1-7, pp. 35-43
14. Basile G. (2006). Attivazione dei Contesti e Sensemaking: Presupposti per il Rilascio di Risorse da parte dei Sovra-Sistemi. In: BARILE S., *L'Impresa come Sistema. Contributi sull'Approccio Sistemico Vitale (ASV)*. pp.183-187, Torino: GIAPPICHELLI, ISBN/ISSN: 88-348-6363-1
15. 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*. pp. 353-369, Milano: Ipsoa, ISBN:8821720314
16. 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: Siano A. a cura di, coautori G. Basile, A. Cicalese, M. G. Confetto, S. Leone, A. Lopaldi, V. Novi. *Il piano di comunicazione aziendale. Elementi costitutivi* - CUSL editore - Salerno

**Articolo in Rivista** 1. Capolupo, N., Basile, G. and Chionna, R. (2017), The role of content analysis in the brand–consumer relationship: a Systemic view. *in corso di pubblicazione*

2. Basile, G., Dominici, G. and M. Tani (2016), A Complex Adaptive Systems view. The Strategic Planning of the City of Avellino, Italy, Systemic Practice and Action Research, ISSN 1094-429X DOI 10.1007/s11213-016-9372-9.

3. BASILE G., Scozzese, G. and Ferri, M.A. (2016), Marketing and management: a complex adaptive system view, *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol.12, Nos.2/3, pp.134-148, Inderscience Enterprises Ltd.

4. BASILE G., Miano, F. and Scozzese, G. (2014). Sustainable Place Marketing and Management: an holistic approach. Two Italian Cases. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT CASES*, vol. 16; p. 59-75, ISSN: 1741-6264

5. Czinkota, M., Kaufmann, H. R. and Basile, G. (2014). "The relationship between legitimacy, reputation, sustainability and branding for companies and their supply chains.", *Industrial Marketing Management*, vol. 01; p. 91-101, ISSN: 0019-8501, doi: 10.1016
6. Dominici G, Basile G., Palumbo, F. (2013). Viable Systems Approach and Consumer Culture Theory: A Conceptual Framework. *Journal of Organisational Transformation & Social Change*, vol. 10; p. 262-285, ISSN: 1477-9633
7. Kaufmann H.R., Louriero S.M.C., Basile G., Vrontis D., (2012), "The increasing dynamics between consumers, social groups and brands", *Qualitative Market Research: An International Journal*; Vol. 15 Iss: 4, pp.404 - 419, DOI: 10.1108/13522751211257088, Publisher: Emerald Group Publishing Limited
8. Basile G. (2011), "Implications of Sociological Theories for Brand and Consumer Relationship Studies", *International Journal of Management Cases*, vol. 13.3; pp. 261-269 ISBN 9789536025404
9. Siano A., Basile G., Vollero A. (2010). "Communication Approaches in Knowledge Development Empirical Evidence from an Italian Industrial District." *International Journal Management Cases*, vol. 12, Issue 3, pp. 49-61, ISSN 1741-6264
10. Basile G., Addeo F., Spagnuolo R. (2010). "Local products as a key for economic development drive by tourism: a case study research in Irpinia." *International Journal of Management Cases*, vol. 12, Issue 2, pp. 387-399, ISSN 1741-6264
11. Ferri A. M., Basile G., Aiello L. (2010). "The Relationship Between Integrated Cultural Product Brand and Individual: a Conceptual Framework." *International Journal of Management Cases*, vol. 12, Issue 2, pp. 121-131, ISSN 1741-6264
12. 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. *International Journal of Management Cases*, vol. 12, Issue 2, pp. 534-547 ISSN 1741-6264
13. 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. *Esperienze d'Impresa*, n.2/2009, pp. 39-60
14. Siano A., Basile G. (2009). "Brand-Consumer relationship: from attractiveness to commitment." *International Journal of Management Cases*, vol. 11 Issue 2; pp. 42-51, ISSN: 1741-6264
15. Basile G. (2007). "Relazioni Sistemiche tra Impresa e Consumatore", *Esperienze D'Impresa*, vol. 2; pp. 43-60, ISSN: 1971-5293
16. Basile G. (2005). "La Cultura d'Impresa: Aspetti Definitivi e Considerazioni in una prospettiva Sistemico-Vitale." *Esperienze d'Impresa*,



**Contributo in Atti di  
Convegno**

1. Basile, G., Cucari, N., Ferri, M.A. and Orlando, B., The For Benefit Company in Italy. A business model able to link the social firm legitimacy with profit investment?, Covegno Sinergie-SIMA, 2017, *Value Co-creation: le sfide di management per le imprese e la società*.
2. Capolupo, N., Basile, G. and Chionna, R. (2017), The role of content analysis in the brand–consumer relationship: a Systemic view. *14<sup>th</sup> Circle International Conference*, Kozminsky University, Warsaw, Poland.
3. Basile G., Diana, P., Bonetti E. (2013). Influenzati ed Influenzatori. Le Relazioni di Dipendenza Reciproca tra Territori, Prodotti Tipici ed Eventi. In: Smart life dall'innovazione tecnologica al mercato. Università degli Studi di Milano Bicocca, SIMKT Conference, 3-4 ottobre 2013, p. 1-14, ISBN/ISSN: 978-88-907662-1-3
4. Dominici G., Palumbo F., Basile G (2012). “La Customer Satisfaction dei Servizi Bibliotecari Universitari. Uno Studio Empirico su Due Biblioteche Universitarie Italiane con il Modello di Kano.” In: *Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin IX Convegno Annuale Società Italiana Marketing*. Benevento, 20-21 Settembre 2012, pp. 1-9, ISBN: 978-88-907662-0-6
5. Basile, G., and Kaufmann, H. (2012). “Legitimacy and Reputation: Key Factors for Corporate Social Status and Competitive Advantage”. In D. Vrontis, Y. Weber, H. Kaufmann, & S. Tarba, *5th Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business Building New Business Models For Success Through Competitiveness and Responsibility*, Cyprus: EuroMed Press, pp. 107-119.
6. 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, pp.173-187, ISBN: 978-9963-711-01-7
7. 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: *3nd Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business. Business Developments Across Countries And Cultures*, pp.566-578, ISBN: 978-9963-634-83-5
8. 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, pp. 215-226, ISBN/ISSN: 978-605-5782-06-1
9. 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
10. Siano A., Kaufmann H. R., Basile G., Kitsios A. (2009). “The Evolution of New Consumer Roles in Branding.” In: *2nd Annual EuroMed Conference*.

**Editorial Boards,  
Reviewer and  
Memberships**

dal 2008- ad oggi membro dell'editorial board di International Journal of Management Cases ([www.ijmc.org/IJMC/Editorial Board.html](http://www.ijmc.org/IJMC/Editorial_Board.html))  
dal 2011- ad oggi membro dell'editorial board di Business Systems Review ([www.Business-Systems-Review.org](http://www.Business-Systems-Review.org))  
dal 2012- ad oggi membro dell'editorial board di WSEAS Review ([www.wseas.org](http://www.wseas.org))  
dal 2013 membro dell'editorial board International Journal of Sales, Retailing and Marketing ([www.ijstrm.com](http://www.ijstrm.com))  
dal 2013- ad oggi membro International Journal of Markets and Business Systems (<http://www.inderscience.com/jhome.php?jcode=IJMABS>)  
dal 2013- ad oggi membro dell'editorial board di International Journal of Electronic Marketing and Retailing (IJEMR)  
dal 2015 - ad oggi reviewer per International Journal of Regional Development (<http://www.macrothink.org/journal/index.php/ijrd>)  
dal 2016 – ad oggi membro dell'Editorial Advisory Board di Kybernetes (The International Journal of Cybernetics, Systems and Management Sciences) [www.emeraldgroupublishing.com/products/journals/editorial\\_team.htm?id=k](http://www.emeraldgroupublishing.com/products/journals/editorial_team.htm?id=k)  
2017 Guest Editor per Special Issue "Governance Change in Organizational and Territorial Systems", Rivista: System (ISSN 2079-8954).

**Attività di Ricerca**

**CISUS** - Centro Interdipartimentale per la diffusione delle Scienze Umane e Sociali e per la costruzione di capitale umano - Università degli Studi di Salerno -

**Periodo:** 2012-2013

1. Studio-Ricerca avente per oggetto Antichi Mestieri, sull'Artigianato Artistico e Tipico.

**Committente:** GAL Irpinia Gruppo di Azione Locale Irpinia Via Del Corso "Villa De Marco" n. 87 83048 Montella (AV)

**Fondi di Finanziamento:** Programma di Sviluppo Rurale della Regione Campania 2007-2013 - Asse 4 - "Approccio LEADER" -

2. Studio-Ricerca avente per oggetto lo Sviluppo delle Conoscenze per il Miglioramento della Qualità della Vita nell'Area del PSL Irpinia.

**Committente:** GAL Irpinia Gruppo di Azione Locale Irpinia Via Del Corso "Villa De Marco" n. 87 83048 Montella (AV)

**Fondi di Finanziamento:** Programma di Sviluppo Rurale della Regione Campania 2007-2013 - Asse 4 - "Approccio LEADER" -

Centro di Ricerca **TECNO-BIOS SRL**, Apollosa (BN)

**Progetto:** Sperimentazione MULTI.BANCA: nuove strategie e strumenti per lo sviluppo di servizi innovativi per multicanalità attraverso il canale web per la banca.

**Attività:** valutazione cella corporate personality, analisi dei valori, della mission e delle strategie aziendali.

**Durata:** 10/07/2012 - 30/11/2013.



2013 Partecipazione al Lifelong Learning Programme Erasmus for Intensive Programmes (IP) dal titolo “Sono un Migrante (SUM)” in qualità di Teacher.

2015 Vincitore della Borsa di Studio e Ricerca presso l’Università degli Studi di Salerno Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione per la seguente attività: “Analisi e ricerche sulla percezione del sistema Irpinia: studio ed individuazione di prospettive di sviluppo del territorio”

## **CURRICULUM DIDATTICO**

### **Università Italiane**

*dal 2016 ad oggi*

Professore a contratto per l’insegnamento di Destination Management, CDT in Scienze del Turismo, Facoltà di Economia, Universitas Mercatorum, Roma.

*dal 2009- al 2015*

Professore a Contratto per l’insegnamento di Marketing del Sistema Territorio Laurea Magistrale in Sociologia e Politiche del Territorio - Dipartimento di Scienze Sociali, Politiche e della Comunicazione - Università degli Studi di Salerno -

*2014*

Professore nell’ambito dell’Erasmus Intensive Programme “SUM: Sono Un Migrante”, tenutosi presso Università degli Studi di Salerno.

*dal 2012-al 2013*

Professore a Contratto per l’insegnamento di Comunicazione Aziendale - Università degli Studi di Palermo - Facoltà di Economia

*dal 2009-al 2010*

Professore a Contratto Laboratorio di Analisi e Ricerche del Territorio - Laurea Triennale in Sociologia - Università degli Studi di Salerno -

*dal 2005-al 2010*

Professore a Contratto per l’insegnamento di Marketing - Laurea Triennale in Sociologia - Università degli Studi di Salerno -

### **Università Straniere**

*dal 2012 ad oggi*

Visiting Professor presso la Vitez University (Bosnia and Herzegovina) nell’ambito del:

- MBA, in International Management
- PhD, in International Management

(<http://unvi.edu.ba/index.php/internacionalni-dl-introductory-remarks>)

## **ISTRUZIONE E FORMAZIONE SCIENTIFICA •**

Date	da 2003– al 2009
• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	SUMMER SCHOOLS
	<i>2009</i>
	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 settembre.
	<i>2009</i>
	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
	<i>2008</i>
	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 settembre.
	<i>2004</i>
	Scuola estiva di “Metodologia della didattica”, organizzata dall'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), Pinerolo, 6-16 settembre.
	<i>2004</i>
	Scuola estiva sul “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 agosto.
	<i>2003</i>
	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 settembre 2003.
	Scuola estiva di “Metodologia della ricerca”, organizzata dall'Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA), Palermo, 14-19 settembre.
• Qualifica conseguita	PARTECIPANTE

**CAPACITÀ E  
COMPETENZE  
PERSONALI**  
*Acquisite nel corso  
della vita e della  
carriera ma non  
necessariamente  
riconosciute da  
certificati e diplomi  
ufficiali.*

MADRELINGUA    **ITALIANO**

ALTRE LINGUA

	<b>INGLESE</b>
• Capacità di lettura	BUONO
• Capacità di scrittura	BUONO
• Capacità di espressione orale	BUONO
	<b>FRANCESE</b>
• Capacità di lettura	BUONO
• Capacità di scrittura	ELEMENTARE
• Capacità di espressione orale	ELEMENTARE

*Ai sensi della L.196/2003 autorizzo al trattamento dei dati personali da  
me trasmessi*

**Avellino, 31 maggio 2017**

**In Fede**