SIMONE GUERCINI (2 luglio 1967)
Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese
Università degli Studi di Firenze, Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa
Via delle Pandette 9, 50127 Firenze
E-mail: simone.guercini@unifi.it; Telefono (ufficio) +39 055 2759704; Mobile +39 329 2315493

Studi

1993	Laurea in Economia e Commercio, Università degli Studi di Firenze, voti 110/110 e lode
1994-1997	Perfezionamento in Economia (Dottorato di Ricerca), Scuola Sant'Anna di Pisa, Pisa, voti 100/100 e lode
1996	Visiting fellowship (TAGs) at the SPRU - University of Sussex (Brighton, Regno Unito)

Qualifica accademica

1997-2001	Ricercatore Universitario di ruolo di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi di Firenze
2001-2005	Professore Associato di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi di Firenze
2005-oggi	Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese, Università degli Studi di Firenze (data delibera di facoltà di Economia Università degli Studi di Firenze: 27/10/2004 – decreto di nomina 26 del 21/01/2005)

Incarichi universitari

1999-2006	Membro della Giunta del Corso i Laurea in Economi 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
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 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
2013-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,

	Università degli Studi di Firenze
2013-2017	Presidente del Corso di laurea in Economia aziendale, Università degli Studi di Firenze
2017-oggi	Membro interno del Nucleo di Valutazione dell'Università degli Studi di Firenze

Esperienze di docenza a ricerca

1998	Docente del corso di Master in Management dell'Innovazione presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa
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
1997-2000	Partecipazione al progetto di ricerca nazionale del Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica (Murst ex 40%) sul tema dei prodotti turistici evoluti nel turismo, coordinato dal prof. Maurizio Rispoli dell'Università Ca' Foscari di Venezia
2000-2003	Docente del corso di Master in Management dei servizi turistici presso l'Università Ca' Foscari di Venezia (CESIT)
2001-2002	Docente nei corsi di dottorato in Impresa e mercato presso l'Università di Parma e presso l'Università di Urbino
2002-2006	Invitato tenere lezioni e seminari presso Hong Kong Polytechnic University (HKPU, Hong Kong, Cina), la Manchester Metropolitan University (MMU, Manchester, Regno Unito), la Stockholm Business School (Stockholm University, Svezia)
2008-2009	Docente a contratto presso la New York University (Academic Programme - Stern Business School – sede di Firenze)
2004-2007	Partecipazione al progetto di ricerca nazionale del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (PRIN) sui temi del marketing internazionale verso la Cina, coordinato dal prof. Tiziano Vescovi dell'Università Ca' Foscari di Venezia
2008-2012	Valutatore di tesi di dottorato per conto della Motilal Nehru National Institute of Technology (MNNIT, Allahabad, India), della Manchester Metropolitan University (Regno Unito), della USI – University of Lugano (Svizzera)
2009-2014	Docente dei corsi di dottorato presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa
2010-oggi	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), ISEM – Universidad de Navarra
2011-2015	Max Planck – Institute for Human Development – ABC Group (Berlino, Germania) – periodi come Visiting Researcher
2012-oggi	Marketing strategico e comunicazione, docente titolare presso la laurea magistrale in Governo e direzione d'impresa dell'Università degli Studi di Firenze
2012-oggi	Marketing internazionale, docente titolare presso la laurea in Economia aziendale

	dell'Università degli Studi di Firenze
2012-2017	Visiting professor presso la Grenoble School of Management, nell'ambito degli insegnamenti del corso di Master in Fashion Design and Luxury Management e del corso di Master in Strategic Marketing; tutor di tesi del Master in International Business (Francia)
2014-oggi	Research Associate presso la Georgia State University – Robinson College of Business – CIBER (Atlanta, Georgia, Stati Uniti)
2016-oggi	Visiting Professor presso ISEM – Universidad de Navarra (University of Navarra) a Pamplona e Madrid (Spagna)
2017-oggi	Visiting Professor presso La Rochelle Ecole de Management (La Rochelle, Francia)
2018	Visiting Indiana University – Kelley School of Business (Bloomington, Indiana, Stati Uniti) – March 20-27

Interessi di Ricerca

Conoscenza di mercato e decisioni manageriali e imprenditoriali

Marketing strategico e pianificazione

Marketing industriale business to business;

Strategia e pianificazione per lo sviluppo di specifici settori (moda, turismo, distribuzione)

Internazionalizzazione delle imprese e marketing e management interculturale

Membro dell'Editorial Board delle seguenti riviste scientifiche

Management Decision (Associate Editor)

Journal of Global Fashion Marketing (Associate Editor)

Journal of Business Research (Associate Editor dal 2015 al 2016)

Industrial Marketing Management (Editorial Review Board)

Journal of Fashion Marketing and Management (Editorial Advisory Board)

IMP Journal (Editorial Advisory Board)

Piccola Impresa – Small Business (Consulente Scientifico)

Mercati e Competitività (co-editor dal 2008 al 2015, poi membro del Comitato Editoriale)

Micro & Macro Marketing (Board scientifico-professionale)

Reviewer per conto delle seguenti rivista scientifiche

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 Managemen

Membro delle seguenti associazioni accademiche

AIDEA – Accademia Italiana di Economia Aziendale

SIMA – Società Italiana di Management

SIM – Società Italiana di Marketing

EGOS – European Group for Organizational Studies

IMP Group

Esperienze come esperto e consulente (tra le altre)

1993-1994	Camera di Commercio di Livorno – Beta formazione di Firenze – attività di docenza in corsi di formazione nel campo della tecnica commerciale e del marketing
1995-oggi	Scuola Scienze Aziendali - attività di docenza nel settore del marketing, con particolare riferimento al marketing dei servizi ed al marketing internazionale
1998-2002	IRIS di Prato – consulente scientifico e responsabile di parti di progetti di ricerca relativi al marketing strategico ed allo sviluppo delle imprese di territori toscani
1999-2005	Unioncamere Toscana – consulente scientifico per l'osservatorio del commercio e componente di gruppi di ricerca e consulenza nel campo della distribuzione commerciale, del marketing strategico e del marketing territoriale
2000-oggi	Progetti IFTS – componente del comitato tecnico scientifico, progettista e coordinatore per il partner Università di Firenze in oltre dieci progetti realizzati nelle province di Firenze, Prato, Livorno, Pistoia e nel comprensorio di Empoli
2001-2002	Regione Toscana – consulente scientifico e responsabile per la realizzazione di studi su indicatori da impiegare nella definizione di politiche e decisioni relative alla programmazione della distribuzione
2002-2003	Apogeo casa editrice – consulenza nella traduzione di volumi nel campo del marketing e del management e cessione diritti di autore su testi
2003-2005	Comune di Bibbiena (Arezzo) – studio di marketing territoriale con contributo per la pianificazione dello sviluppo commerciale e cessione diritti di autore su testi
2002-2004	Istituto e Museo di Storia della Scienza di Firenze (oggi Museo Galileo) – coordinatore scientifico di uno studio per il potenziale di mercato e la fattibilità di una rete di musei scientifici sul territorio fiorentino, e successivamente di uno studio per un museo dedicato a Galileo Galilei
2002-2006	Camera di Commercio di Prato – realizzazione di studi sul commercio nei centri storici, sulla programmazione del town centre management, sul marketing strategico nei mercati industriali della moda
2002-oggi	PIN di Prato – consulente scientifico e coordinatore di gruppi di ricerca in progetti di varia tipologia (finanziati su fondi europei, nazionali, altri enti pubblici e privati) relativi al marketing ed al management strategico, per temi di marketing territoriale, sviluppo locale, con particolare riferimento all'industria della moda
2003	Sistema Moda Italia – consulenza di formazione nel marketing strategico delle imprese del sistema moda
2004-2006	Confcommercio Firenze – studi sul commercio nei centri storici, delle forme di marketing integrato tra organizzazioni commerciali e pianificazione delle iniziative per il marketing delle destinazioni commerciali

2004-2010	Associzione Albergatori Isola d'Elba – realizzazione di studi sul marketing strategico delle imprese alberghiere, sul marketing delle destinazioni turistiche e sullo sviluppo dell'impresa alberghiera all'Isola d'Elba
2006-2010	Fondazione UTILITAS – consulenza di formazione e realizzazione di uno studio per la pianificazione di marketing strategico a seguito di fusione di attori nel settore delle pubbliche utilità
2008-2012	Knowledge Fundation, Stockholm – valutatore di progetti di ricerca presentati da istituzioni di ricerca scientifica scandinave
2008-2009	New York University in Florence – docenza in corsi di marketing rivolti a studenti americani che trascorrono il semestre presso la sede fiorentina dell'università americana
2009-2013	Promofirenze – Camera di Commercio di Firenze – consulente scientifico e responsabile per la realizzazione di progetti di ricerca e per la elaborazione di studi su tematiche relative al marketing territoriale ed alle strategie di promozione di destinazioni turistiche anche in ambito internazionale
2010-2011	IRPET – realizzazione del business plan per lo sviluppo di uno spin off nel settore della consulenza e della ricerca per la programmazione territoriale
2011	FRI Communication – consulenza circa le nuove tendenze del marketing strategico e del marketing farmaceutico
2011-2013	COOPLAT – Coop l'Arca – Lega Coop Toscana Servizi – studio delle problematiche di acquisto dei servizi di facility management da parte delle amministrazioni comunali toscane
2011-oggi	PIN SCRL – Polo Universitario Città di Prato – Consigliere di amministrazione del Consorzio Universitario su designazione dell'Università degli Studi di Firenze – confermato dopo il primo mandato triennale
2012	Sovrani (Ancona) – realizzazione di uno studio per lo sviluppo del marketing strategico e la realizzazione di test di concetto per le nuove iniziative di trade marketing (totem) dei prodotti del settore degli articoli da regalo
2012-2013	Buzz Detector – realizzazione di studi sull'evoluzione della ricerca di marketing attraverso l'utilizzo di nuove tecniche "internet-based", con particolare riferimento all'ascolto online, alla netnografia ed al text-mining
2012-2014	Boerhinger Ingelheim – progetti di ricerca per la formazione di nuove competenze nel settore del marketing farmaceutico
2012-oggi	Grenoble Graduate School of Business – Grenoble Ecole de Management (Francia) – consulenza per la formazione nel campo del marketing del lusso e della moda, del marketing internazionale – tutorship di studenti per la prova finale e per l'inserimento in azienda
2013	Ti Forma – consulenza di formazione in aziende del territorio pratese
2013-2014	Centrale del Latte di Firenze Pistoia e Livorno – studio sul marketing online e ascolto di marketing per il settore lattiero-caseario
2014-oggi	ESTRA – progetti di ricerca e consulenza nel campo della generazione di nuove idee di marketing strategico (referente scientifico progetto "Marketing Idea")
2014-2016	Luisa Via Roma – consulenza e ricerca per la realizzazione di attività per il benchmarking competitivo con altri operatori multibrand nel settore dell'online luxury fashion

2016-2017 Docomo Digital – consulenza e ricerca per il marketing strategico ed il benchmarking competitivo nel campo dei nuovi strumenti di pagamento digitale in Italia

2016-oggi ISEM Univesidad de Navarra (Pamplona e Madrid) – consulenza nella formazione e nella ricerca nel campo del marketing della moda

Elenco delle pubblicazioni (selezione)

H-INDEX SCOPUS = 10

H-INDEX GOOGLE SCHOLAR = 19

ARTICOLI PUBBLICATI SU RIVISTE DI CLASSE A (ANVUR - SSD SECS-P/08)

GUERCINI S., MILANESI M. (forthcoming) Newness and heritage in business networks: Case analysis of University Spin-Offs, Industrial Marketing Management, ISSN: 0019-8501, DOI: 10.1016/j.indmarman.2017.12.013

GUERCINI S., MILANESI M. (2017) Extreme luxury fashion: business model and internationalization process, International Marketing Review, vol. 34, issue 3, pp. 403-424, ISSN: 0265-1335, DOI: 10.1108/IMR-08-2015-0183

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, DOI:10.1016/j.ibusrev.2015.10.003

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

GUERCINI S., LA ROCCA A., RUNFOLA A., SNEHOTA I. (2015) Heuristics in customer-supplier interaction, Industrial Marketing Management, vol. 48, July, pp. 26-37, 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, 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, DOI: 10.1108/JSTP-07-2013-0139

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. 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) Deep authenticity in SCM: a case of action research, Journal of Consumer Behaviour, vol. 13, issue 3, pp. 176-187. DOI: 10.1002/cb.1481

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.

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.

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

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

ARTICOLI SU RIVISTE SCIENTIFICHE (ANVUR SSD SECS-P/08)

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

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, pp. 289-300. ISSN: 2059-1403, DOI 10.1108/IMP-12-2015-0064

GUERCINI S., BECAGLI C., RANFAGNI S. (2017) Conviviality and its impact on business relationships: insights into an entrepreneurial textile-clothing community, Journal of Global Fashion Marketing, vol. 8, issue 3, pp. 235-249, Print ISSN: 2093-2685 Online ISSN: 2325-4483, DOI: 10.1080/20932685.2017.1313124

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., 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

GUERCINI S., MILANESI M. (2016) Interaction approach and liabilities: a case analysis of start-up firms, Journal of Business to Business Marketing, vol. 24, issue 4, pp. 293-309. DOI: 10.1080/1051712X.2016.1250595

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. DOI: 10.1108/IMP-09-2015-0050

GUERCINI S. (2016) Contesti e attori dell'innovazione, Economia e Società Regionale, vol. 34, n. 3, pp. 84-100, ISSN 1827-2479, DOI: 10.3280/ES2016-003006

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

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

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.

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

GUERCINI S. (2014) Profiting from creative performance and business model over time. A case analysis in the Italian design industry, International Studies on Management and Organization, vol. 44, no. 4, pp. 26-42.

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

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. (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.

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.

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.

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.

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. (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.

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

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, vo.3, no. 3, Winter, pp. 305-334.

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

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, vo.5, no.1, pp. 69-79.

MONOGRAFIE

GUERCINI S. (2007) Il marketing delle destinazioni commerciali. Modernità distributiva e ruolo dei promotori, Franco Angeli, Milano.

GUERCINI S. (2003) La conoscenza di mercato del vertice d'impresa. Casi di produttori di tessuti, Franco Angeli, Milano.

CAPITOLI DI LIBRO E ALTRE PUBBLICAZIONI

GUERCINI S. (2017) Local liabilities between immigrant and native entrepreneurship in clusters and global value chains, in De Marchi V., Di Maria E., Gereffi G. (editors) Evolving clusters within global value chains, Routledge, chapter 8, ISBN: 9781138742864

GUERCINI S., TUNISINI A. (2017) Regional development policies, in Håkansson H., Snehota I. (editors) No business is an island: Making sense of the interactive business world, Emerald Publishing, pp. 141-155. ISBN: 978-1-78714-550-4 (Print) ISBN: 978-1-78714-549-8 (Online).

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

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

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. (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

GUERCINI S. (2011) Matching manufacturing and retail models in fashion, in T.-M. Choi (ed.) Fashion Supply Chain Management: Industry and Business Analysis, IGI Global, Harshey PA, pp. 235-250.

GUERCINI S. (2010) (a cura di) Marketing e management interculturale. Attori, politiche e organizzazione, il Mulino, Bologna.

Firenze, 9 luglio 2018, prof. Simone Guercini