

GIOVANNA PADULA

Curriculum Vitae

May 30th, 2024

1. Name Surname/ Nome Cognome

Giovanna Padula, Ph.D.

Associate Professor of Marketing

Director, MSc in Marketing Management

Universita' Bocconi

Milan, Italy

2. Degrees / Formazione

- Ph.D. in Business Administration & Management, Universita' Bocconi, 1999
- Degree in Business Administration, Universita' Bocconi, 1994

3. Previous employment positions / Esperienze professionali pregresse

- Assistant Professor, Department of Management, Universita' Bocconi, 2001-2008
- "Assegnista di ricerca", IEGl (Institute of Corporate Economics & Management), Università Bocconi, 2000-2001
- Relationship Manager, JP Morgan, 1994-1995

4. Articles in refereed journals / Articoli in riviste con referaggio

- "Developing Effective Customer Solutions: An Associative Learning Perspective", *Sinergie – Italian Journal of Management*, 41(1), 2013, pp. 179-196.
- "SMEs Inventive Performance and Profitability in the Markets for Technology", *Technovation*, 41-42, 2015, pp. 38-50 (with E. Novelli and R. Conti).
- "Selfie, Big Data e Customer Intelligence", *Economia & Management*, 1, 2015, pp. 19-22 (with G. Rubera)

- “Enhancing the Innovation Performance of Firms by Balancing Cohesiveness and Bridging Ties”, *Long Range Planning*, 41(4), 2008, pp. 395-419.
- “Investigating the Microstructure of Network Evolution. Alliance Formation in the Mobile Communications Industry”, *Organization Science*, 19(5), 2008, pp. 669-687 (with L. Rosenkopf) – Lead article (also recipient of SDA Bocconi Best Management Paper Award 2007).
- “Untangling the Rise of Coopetition: The Intrusion of Competition in a Cooperative Game Structure”, *International Studies of Management and Organization*, 37(2), 2007, pp. 32-52 (with G. Dagnino)
- “Understanding the Relationship between Attribute Performance and Overall Satisfaction. Theory, Measurement and Implications”, *Marketing Intelligence & Planning*, 23(6), 2005, pp. 543-561 (with B. Busacca)
- “The Asymmetric Impact of Price-Attribute Performance on Overall Price Evaluation”, *International Journal of Service Industry Management*, 16(1), 2005, pp.28-54 (with B. Busacca)
- “How You Can Really Improve Your Customer Satisfaction Management. Implications from the Three Factor Theory of Customer Satisfaction”, *Finanza, Marketing e Produzione*, 23(1), 2005, pp. 7-22 (with B. Busacca)
- “Governance Structures of Cooperation and Learning”, *Finanza, Marketing e Produzione*, 20(3), 2002, pp. 26-52
- “La Market Orientation nel Business-to-Business”, *Micro & Macro Marketing*, 10(1), 2001, pp. 171-194 (with P. Cillo)
- “L’Evoluzione della Cooperazione Inter-Organizzativa. Una Proposta Interpretativa dell’Influenza delle Strutture Reticolari sui Processi di Cooperazione”, *Finanza, Marketing e Produzione*, 18(4), 2000, pp.103-135
- “Reti di Imprese, Know-How Collaborativo e Apprendimento”, *Finanza, Marketing e Produzione*, 18(3), 2000, pp. 55-90
- “La Modernizzazione del Commercio tra Selezione Naturale e Adattamento. Uno Studio Empirico della Distribuzione Commerciale nella Provincia di Milano”, *Commercio*, n. 59, 1997, pp. 91-128

5. Case Studies

- “Holcim (Italia) SpA. Segmenting and Targeting Business Markets, *European Case Clearing House*, n. 27/04, 2004.

6. Books / Libri

- *Reti di Imprese e Apprendimento*. Milano, Egea, 2002.

7. Book Chapters / Capitoli di libri

- “Valore per il cliente e ‘business delle soluzioni’”. In B. Busacca e M. Costabile (a cura di). *Marketing. Una disciplina fantastica. Omaggio a Enrico Valdani*. Milano, Egea, 2018, pp. 413-424.
- “Il cliente B2B: il comportamento d’acquisto di beni industriali”. In E. Valdani (a cura di). *Marketing@Bocconi: progettare e trasferire valore al cliente*. Milano, Egea, 2016, cap. 3 (with S. Borghini)
- “Conoscere i concorrenti per affrontarli”. In E. Valdani (a cura di). *Marketing@Bocconi: progettare e trasferire valore al cliente*. Milano, Egea, 2016, cap. 25 (with C. Chizzoli)
- “Coopetition: Nature, Challenges and Implications for Firms’ Strategic Behavior and Managerial Mindset”. In G.B. Dagnino (ed.). *Handbook of Research on Competitive Strategy*. Cheltenham UK, Edward Elgar, 2012, pp. 492-511 (with G. Dagnino and C. Di Guardo).
- “La Determinazione dei *Point of Parity* e dei *Point of Difference* per il Posizionamento della Marca. Il Contributo della ‘Three Factor Theory of Customer Satisfaction’”, In F. Golfetto (a cura di). *Prodotto, Consumatore, Politiche di Mercato. Quarant’anni dopo. Scritti in Onore di Stefano Podesta’*. Milano, Egea, 2012, pp. 171-182. (with B. Busacca).
- “Conoscere i Concorrenti per Affrontarli: Competitive Intelligence”, In E. Valdani (a cura di). *M@rketng Management*, Milano, Egea, 2011, pp. 209-236 (with C. Chizzoli).
- “Cliente BtoB: Processo di Acquisto e Comportamento di Consumo”. In E. Valdani (a cura di). *M@rketng Management*, Milano, Egea, 2011, pp. 121-146 (with S. Borghini).
- “Innovazione, Governo della Conoscenza e Comportamento Acquisitivo”. In A. Capasso and O. Meglio (a cura di). *Fusioni e Acquisizioni. Teorie, Metodi, Esperienze*. Milano, Franco Angeli, 2009, pp. 134-148 (with A. Capasso).
- “Coopetition Strategy: A New View of Inter-Firm Dynamics for Value Creation”. In D. Caseby (ed.), *Management Education in the Euro-Mediterranean Area*. Palermo, ISIDA, 2006, p. 231-248 (with G. Dagnino).
- “Reti di Imprese e Processi Competitivi”. In S. Podestà e F. Golfetto (a cura di), *La nuova Concorrenza. Contesti di Interazione, Strumenti di Azione, Approcci di Analisi*. Milano, Egea, 2000, p. 221-258.

8. Editorial activities /Attività pubblicistica

- Associate Editor, *Long Range Planning*, Jan 1st 2009 – Dec. 31st 2017

9. Scientific Committee membership / Affiliazione a comitati e associazioni scientifiche

- Member of American Marketing Association
- Member of Academy of Management

- Member of Strategic Management Society

10. Main Bocconi teaching activities / Principali impegni didattici in Bocconi

- Marketing – CLEAM (Bachelor of Business Administration and Management)
- Industrial Marketing – MSc in Marketing Management
- Industrial Buyers and Business Markets – MiMeC (Master in Marketing & Comunicazione)

11. Awards

- Excellence in Research Award, Università Bocconi, 2008
- Best Management Paper Award, SDA Bocconi School of Management, 2007
- Best Reviewer Award, Economia & Management, 2007