

# Adam Eric Greenberg

---

ASSISTANT PROFESSOR

**Marketing Management**

**ADAM.GREENBERG@UNIBOCCONI.IT**

---

## Biografia

Adam Eric Greenberg è Assistant Professor presso il Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi. Prima di entrare a far parte dell'Università Bocconi, è stato ricercatore post-dottorato in Marketing presso la Anderson School of Management dell'UCLA.

Il suo campo di studio riguarda il comportamento del consumatore e il processo decisionale. La sua ricerca si concentra sulle decisioni finanziarie dei consumatori, sul benessere e sulla formulazione delle scelte. È autore di numerosi articoli sui suoi argomenti di interesse, i quali sono stati pubblicati, tra gli altri, nel Journal of Marketing Research, nell'Organizational Behavior and Human Decision Processes e nel Journal of Behavioral Decision Making.

Ha conseguito una Laurea in Economics (con una specializzazione in religione) presso il Vassar College e un Dottorato in Economics presso l'Università della California.

---

## ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

GREENBERG A. E., HERSHFIELD H. E., SHU S. B., SPILLER S. A.

**What Motivates Social Security Claiming Age Intentions? Testing Behaviorally-Informed Interventions Alongside Individual Differences**

Journal of Marketing Research, 2023, pp.002224372211472

GLADSTONE J. J., JACHIMOWICZ J. M., GREENBERG A. E., GALINSKY A. D.

**Financial shame spirals: How shame intensifies financial hardship**

Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2021, vol.167, pp.42-56

JACHIMOWICZ J. M., MO R., GREENBERG A. E., JERONIMUS B., WHILLANS A. V.

**Income More Reliably Predicts Frequent Than Intense Happiness**

Social Psychological and Personality Science, 2021, vol.12, no. 7, pp.1294-1306

GREENBERG A. E., MOGILNER C.

**Consumer debt and satisfaction in life.**

Journal of Experimental Psychology: Applied, 2021, vol.27, no. 1, pp.57-68

GREENBERG A. E., SUSSMAN A. B., HERSHFIELD H. E.

**Financial product sensitivity predicts financial health**

Journal of Behavioral Decision Making, 2020, vol.33, no. 1, pp.15-26

GREENBERG A. E., HERSHFIELD H. E.

**On shifting consumers from high-interest to low-interest debt**

Financial Planning Review, 2019, vol.2, no. 1, pp.e1035

LUPOLI M. J., LEVINE E. E., GREENBERG A. E.

**Paternalistic lies**

Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2018, vol.146, pp.31-50

GREENBERG A. E., HERSHFIELD H. E.

**Financial decision making**

Consumer Psychology Review, 2018, vol.2, no. 1, pp.17-29

GREENBERG A. E., SPILLER S. A.

**Opportunity Cost Neglect Attenuates the Effect of Choices on Preferences**

Psychological Science, 2016, vol.27, no. 1, pp.103-113

GREENBERG A. E.

**On the complementarity of prosocial norms: The case of restaurant tipping during the holidays**

Journal of Economic Behavior & Organization, 2014, vol.97, pp.103-112

GREENBERG A. E.

**When imagining future wealth influences risky decision making**

Judgment and Decision Making, 2013, vol.8, no. 3, pp.268-277

FLYNN S. M., GREENBERG A. E.

**Does Weather Actually Affect Tipping? An Empirical Analysis of Time-Series Data1**

Journal of Applied Social Psychology, 2012, vol.42, no. 3, pp.702-716

---

## ALTRO

JACHIMOWICZ J. M., GREENBERG A. E.

**Lower Income Translates to Fewer Happy Experiences—Here is How We Can Fix It**

2021, Character & Context – Society for Personality and Social Psychology, Stati Uniti d'America

GREENBERG A. E., LEVINE E. E., LUPOLI M. J.

**When Is It OK to Tell a Well Meaning Lie?**

2018, Harvard Business Review, Stati Uniti d'America

---

## ARTICOLI SU QUOTIDIANI NAZIONALI/INTERNAZIONALI

GLADSTONE J. J., JACHIMOWICZ J. M., GREENBERG A. E., GALINSKY A. D.

**If Money Is Tight, That's Nothing To Be Ashamed of**

The Boston Globe , 27 Ottobre, 2021

---

## Grants & Premi

Excellence in Research Award – Università Commerciale Luigi Bocconi , 2023

