

Armando Cirrincione

Digital Marketing

ARMANDO.CIRRINCIONE@UNIBOCCONI.IT

Via Roentgen 1, room 4-D1-02

Tel. +39 02 5836.5774 Fax. 02-5836.6893

Curriculum Vitae

Armando Cirrincione is Lecturer of the Department of Marketing at Bocconi University.

His collaboration with SDA Bocconi began in 2004. He conducted numerous workshops and research projects for public and private institutions.

His research activities focus on competitive marketing strategy and digital marketing, with particular interest in marketing metrics. His main interest is analysing creative and entertainments industries for their convergence with technological development.

Throughout his career, he has attended numerous international conferences and published articles on academic and professional journals. He is reviewer for journals and international conventions. He was Visiting Scholar at HEC Montreal and Solvay University Brussels. He is member of the editorial board of *Finanza Marketing e Produzione*. He is the head of a ten-year research project on the economic development of Italian small and medium-sized enterprises in the tertiary sector.

Armando earned a Degree in Economics from Trento University and a Ph.D. in Business Administration and Management from Bocconi University.

Publications

Books

- Economia aziendale e delle istituzioni culturali, P. Dubini, F. Montanari, A. Cirrincione, EGEA 2016
- Bisogni e sistema d'offerta, con A. Carù, in P. Dubini, F. Montanari, A. Cirrincione Economia aziendale e delle istituzioni culturali, EGEA 2016
- Forze ambientali e sistema competitivo, in P. Dubini, F. Montanari, A. Cirrincione Economia aziendale e delle istituzioni culturali, EGEA 2016
- Il valore generato dal cliente, in Bocconi on Marketing, E. Valdani (a cura di), EGEA; 2016
- Identificare il mercato obiettivo: definizione e segmentazione del mercato, con D. Caccagni, in Bocconi on Marketing, E. Valdani (a cura di), EGEA; 2016
- Marketing metrics, con A. Arbore ed E. Valdani, in Bocconi on Marketing, E. Valdani (a cura di), EGEA; 2016
- I mercati dei beni culturali e le nuove generazioni, CD&V Editore, 2013
- Preserving, in F. Golfetto (ed), "Scritti in onore di Stefano Podestà", EGEA, 2012
- La produzione audiovisiva: una prospettiva possibile per la Regione Insubrica?, con M. Nicoli, in Atti del convegno Varese Comunica, FrancoAngeli Editore, 2012
- Marketing metrics, con A. Arbore e E. Valdani, in M@rketiing Management, E. Valdani, EGEA, 2011
- Customer Relationship Marketing, con F. Zerbini, in M@rketiing Management, E. Valdani, EGEA, 2011
- Identificare il mercato obiettivo: segmentazione del mercato, con M. Schrierer, in M@rketiing Management, E. Valdani, EGEA, 2011
- Intuire i trend dei mercati di oggi e di domani, con D. Jarach, in M@rketiing Management, E. Valdani, EGEA, 2011
- La gestione dell'offerta di prodotti artistici e culturali, con A. Carù, in "Management delle Istituzioni Culturali", A. Carù e S. Salvemini, EGEA, 2010
- La fruizione dei prodotti artistici e culturali, con A. Carù, in "Management delle Istituzioni Culturali", A. Carù e S. Salvemini, EGEA, 2010
- Le specificità economiche dei settori artistici e culturali, in "Management delle Istituzioni Culturali", A. Carù e S. Salvemini, EGEA, 2010
- Le istituzioni culturali: definizione e tassonomia, con A. Carù, in "Management delle Istituzioni Culturali", A. Carù e S. Salvemini, EGEA, 2010
- La misurazione delle performance di marketing, in "Corporate Performance Measures" (ed. Anna Pistoni), Hoepli, 2009
- Heuristic and network position: a cognitive and structural framework on innovation, in Strategic Capabilities and Knowledge Transfer Within and Between Organizations. New Perspectives from Acquisitions, Networks, Learning and Evolution, in corso di pubblicazione per Elgar Book (editors: Capasso, Dagnino, Lanza), coautore Stefano Pace
- Store Location, in Store Management, in corso di pubblicazione presso Franco Angeli Editore, (editors Castaldo S. e Mauri C.)
- Il retailing mix nei museum store, in Museum Store, in corso di pubblicazione presso Franco Angeli Editore, (editor Chiara Mauri), coautore Lidia Grimaldi
- Shopping nei musei. Emozioni e acquisti nei museum shop, 2006, co-author Chiara Mauri, FrancoAngeli
- From Online Communities to Immersive Advertising: when Post-Modern Tribes become a marketing tool, (with Ripamonti L.A.), in Encyclopedia of Networked and Virtual Organization, editor Chuna M.M.P., IDEA Group, 2006
- Microfinanza, Nicolodi Editore, Gennaio 2005
- Multimedia Technologies in Education, in Encyclopedia of Multimedia Technology and Networking, I-LAB, Center for Research on Digital Economy Bocconi University (editor: Pagani)
- La creazione di valore tramite le tecnologie multimediali nel settore museale, in L'azienda-Museo, editor Sibilio Parri B., Franco Angeli Editore
- Gli investimenti, in Manuale di Economia e Gestione di Impresa, 2004, CEDAM (editor Benassi M.) Articles Conoscenza organizzativa, linguaggio e razionalità individuale, Economia e Politica Industriale, Ottobre 2004

Articles

- The Effect of Ambient Scent on the Experience of Art: Not as Good as it Smells, with Estes Z. and Carù A., Psychology&Marketing, 2014
- Conoscenza organizzativa, linguaggio e razionalità individuale, Economia e Politica Industriale, Ottobre 2004
- Comportamenti di acquisto nei bookshop dei musei, coautore Lidia Grimaldi, GDOweek Ottobre 2004
- Gli shop dei musei: un canale innovativo per prodotti ricercati, GDOweek Novembre 2003