

# Armando Cirrincione

DIGITAL MARKETING

---

## ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

CIRRINCIONE A., ESTES Z., CARÙ A.

**The effect of ambient scent on the experience of art: Not as good as it smells**

Psychology & Marketing, 2014, vol.31, no. 8, pp.615-627

CIRRINCIONE A.

**Emozioni e acquisti nei museum store**

Economia & Management, 2005, no. 4, pp.46-49

CIRRINCIONE A.

**Conoscenza organizzativa, linguaggio e razionalità individuale**

Economia e Politica Industriale - Journal of Industrial and Business Economics, 2004, vol.122, pp.101-133

---

## MONOGRAFIE O TRATTATI SCIENTIFICI

DEL GOBBO G., GALEOTTI G., MANNONI C., BERTOCCHINI A., TRONU P., CIRRINCIONE A., CALAMANDREI D.

**I mercati dei beni culturali e le nuove generazioni: sviluppo e occupazione giovanile nei territori dell'aretino**

CD&V Editore, Italia, 2013

MAURI C., CIRRINCIONE A.

**Shopping nei musei. Emozioni e acquisti nei museum shop**

Franco Angeli, Milano, , 2006

CIRRINCIONE A.

**Microfinanza. Un'introduzione**

Nicolodi Editore, Italia, 2005

---

## MONOGRAFIE AD ALTA DIVULGAZIONE

BABAN A., CIRRINCIONE A., MATTIELLO A.

**Mind the change. Capire il cambiamento per progettare il business del futuro**

Guerini Next, Italia, 2017

---

## CURATELE DI OPERE COLLETTANEE

DUBINI P., MONTANARI F., CIRRINCIONE A. (A CURA DI)

**Management of cultural firms - II Ed.**

Bocconi University Press – BUP, Milano, Italia, 2020

DUBINI P., MONTANARI F., CIRRINCIONE A. (A CURA DI)

**Management delle aziende culturali**

Egea, Milano, Italia, 2017

DUBINI P., MONTANARI F., CIRRINCIONE A. (A CURA DI)

**Management of cultural firms**

Bocconi University Press – BUP, Milano, Italia, 2017

---

## CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

CIRRINCIONE A.

**Innovazione e metriche per il gioco di movimento nel paradigma digitale: dalla quota di mercato alla quota-dati** in *Marketing: Una disciplina fantastica. Omaggio a Enrico Valdani*

B. Busacca, M. Costabile (a cura di), Egea, pp.249-260, 2018

CIRRINCIONE A., RACCAGNI D.

**Identificare il mercato obiettivo: definizione e segmentazione del mercato** in *Marketing@Bocconi*

E. Valdani (a cura di), Egea, chap. 6, pp.139-182, 2016

CIRRINCIONE A.

**Il valore generato dal cliente** in *Marketing@Bocconi*

Valdani (a cura di), Egea, chap. 5, pp.121-136, 2016

ARBORE A., CIRRINCIONE A., VALDANI E.

**Marketing metrics** in *Marketing@Bocconi*

E. Valdani (a cura di), Egea, chap. 23, pp.639-664, 2016

CIRRINCIONE A.

**La conservazione dei beni collettivi** in *Prodotto, Consumatore E Politiche Di Mercato Quarant'Anni Dopo: Scritti In Onore Di Stefano Podestà*

S. Pace, L. M. Visconti, S. Borghini, A. Carù, F. Zerbini, F. Golfetto, D. Rinallo (a cura di), Egea, pp.207-221, 2012

CIRRINCIONE A., ZERBINI F.

**Customer Relationship Marketing** in *M@rketiing Management: Progettare E Generare Valore Per Il Cliente*

E. Valdani (a cura di), Egea, pp.787-820, 2011

CIRRINCIONE A., SCHRIERER M.

**Identificare il mercato obiettivo: segmentazione del mercato** in *M@rketiing Management: Progettare E Generare Valore Per Il Cliente*

E. Valdani (a cura di), Egea, 2011

CARÙ A., CIRRINCIONE A.

**Il management dei servizi al servizio dell'arte** in *Management delle Istituzioni artistiche e culturali*

Caru' A., Salvemini S. (a cura di), Egea, pp.87-112, 2011

CIRRINCIONE A., JARACH D.

**Intuire i trend dei mercati di oggi e di domani** in *M@rketng Management: Progettare E Generare Valore Per Il Cliente*

E. Valdani (a cura di), Egea, 2011

CARÙ A., CIRRINZIONE A.

**La fruizione di prodotti artistici e culturali** in *Management delle Istituzioni artistiche e culturali*

Caru' A., Salvemini S. (a cura di), Egea, pp.65-86, 2011

CARÙ A., CIRRINZIONE A.

**Le istituzioni culturali: definizione e tassonomia** in *Management delle Istituzioni artistiche e culturali*

Caru' A., Salvemini S. (a cura di), Egea, pp.17-33, 2011

ARBORE A., CIRRINZIONE A., VALDANI E.

**Marketing metrics** in *M@rketng Management - Progettare e generare valore per il cliente*

E.Valdani (a cura di), Egea, chap. 23, pp.851-877, 2011

CIRRINZIONE A., D'ASTOUS A., COLBERT F.

**Donating to Arts Institutions as Reciprocating** in *European advances in consumer research*

S.Borghini, M.A.McGrath, C.C.Otnes (a cura di), The Association for Consumer Research, pp.293-296, 2008

CIRRINZIONE A., RIPAMONTI L.

**From Online Communities to Immersive Advertising: When PostModern Tribes become a marketing tool** in *Encyclopedia of Networked and Virtual Organizations*

G.D.Putnik, M.M.Cunha (a cura di), Information Science Reference, pp.1238-1244, 2008

CIRRINZIONE A.

**Location e relazione con il cliente** in *Store Management*

S. Castaldo, C. Mauri (a cura di), Franco Angeli, pp.70-110, 2008

CIRRINZIONE A.

**Multimedia Technologies in Education** in *Encyclopedia of Multimedia Technology and Networking*

M.Pagani (a cura di), Information Science Reference, pp.1017-1022, 2007

CIRRINZIONE A.

**Location e Relazione con il Cliente** in *Store Management*

Castaldo S., Mauri C. (a cura di), Franco Angeli, pp.70-110, 2006

CIRRINZIONE A.

**Gli investimenti** in *Manuale di Economia e Gestione delle Imprese*

Mario Benassi (a cura di), CEDAM, pp.223-234, 2005

CIRRINZIONE A., PACE S.

**Heuristic and Network Position: a Cognitive and Structural Framework on Innovation** in *Strategic Capabilities and Knowledge Transfer Within and Between Organizations. New Perspective From Acquisitions, Networks, Learning and Evolution*

A.Capasso, G.D'Agnino, A.Lanza (a cura di), Edward Elgar Publishing, pp.145-155, 2005

CIRRINZIONE A.

**La creazione di valore tramite le tecnologie multimediali nel settore museale** in *L'Azienda-Museo*

Sibilio Parri B. (a cura di), Franco Angeli, pp.173-196, 2004

---

## ARTICOLI SU INVITO

BABAN A., CIRRINZIONE A., MATTIELLO A.

**I Big Data e il nuovo ruolo per l'HR management**

2018, Direzione del Personale - Rivista dell'Associazione Italiana per la Direzione del Personale, Italia

---

## CASI PUBBLICATI IN COLLANE INTERNAZIONALI

CIRRINCIONE A., MANZONI B.

**Designing the Employee Experience in Edison**

2021, The Case Centre, Gran Bretagna

ANTONELLI L., CIRRINCIONE A., RUTA D.

**The Development of the OTT BROADCASTERS the Sports Market: The SKY SPORT and DAZN Cases**

2020, The Case Centre, Gran Bretagna

---

## PREFAZIONI, POSTFAZIONI, BREVI INTRODUZIONI

CIRRINCIONE A.

**Prefazione** in *Tecnologie dell'intuizione. Liberare il potenziale creativo delle organizzazioni*

Enrico Giraudi (a cura di), Guerini Next, 2019

---

## PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

CIRRINCIONE A., DE SANCTIS R., PITARDI V., REA A.

**The perceptions of millennials in the italian wine purchase experience: an application of the Zaltman metaphor elicitation technique**

*International Conference on Innovation & Trends in Wine Management, 22 June, 2012, Dijon, Francia*

CIRRINCIONE A., PACE S., PAGANI M.

**User-Generated Content Online: Verso una Scala di Misurazione dei Trattati Personali del Contributore**

*Mobilità nel rispetto dell'ambiente: una sfida per il marketing , VIII convegno annuale della Società Italiana Marketing , 22-23 Settembre, 2011, Roma, Italia*

CIRRINCIONE A., PACE S.

**The Role of Governance Structure in the Strategic Resources Development**

*Strategic Management Society Conference, 29 October-1 November, 2006, Wien, Austria*

CARÙ A., CIRRINCIONE A., PODESTA' S.

**Anteo Spazio Cinema: a Mediterranean way of «going to the cinema»**

*1st International Conference on «Management in the Mediterranean Space», June 9-10, 2006, Ecole Superieure des Affaires, Beyrouth, Libano*

CIRRINCIONE A., PACE S.

**The Role of Governance Structure in Trust Development: the Microfinance Case**

*3rd Workshop on Trust Within and Between Organizations - 27-28 October, 2005, Amsterdam, Paesi Bassi*

PACE S., CIRRINCIONE A.

**How Museum's Brand Name Affect the Perception Through Imaginative Experience: an Empirical Investigation**

*8th International Conference on Arts and Cultural Management; AIMAC , 3-6 July, 2005, Montreal, Canada*

CIRRINCIONE A., DUCHINI A., GRIMALDI L., MAURI C., PREMAZZI K.

**Shopping behavior in museum stores: contextualizing the experience**

*AMS International Retailing Conference - 1-2 July, 2005, Reims Management School International, Reims, Francia*

---

