Andrea Rurale

MARKETING

LECTURER
Sales

ANDREA.RURALE@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Andrea Rurale è Lecturer del Dipartimento di Marketing presso l'Università Bocconi.

Presso SDA Bocconi, è Direttore del Master in Arts Management and Administration (MAMA). Ha gestito progetti di ricerca e formazione con importanti aziende.

Le sue ricerche si concentrano sul marketing culturale, sul consumer behaviour, sul marketing esperienziale, sul CRM e sulla comunicazione di marketing.

Autore di saggi e articoli che riguardano i temi da lui trattati. I suoi lavori sono stati pubblicati su journal importanti quali Psychology and Marketing. È stato Visiting Professor in molte università internazionali, come la Simon Fraser di Vancouver (Canada), la Tinsgua University di Beijing (Cina), la SMU di Dallas (USA), la UTS di Sydney (Australia) e l'Universidad de Aguascalientes (Messico). È Presidente Regionale del FAI Lombardia (Fondo Ambiente Italiano) e Presidente dell'istituto musicale superiore (conservatorio) Monteverdi di Cremona.

Andrea ha conseguito la Laurea presso l'Università Bocconi e un Phd in Marketing presso la Universitat de València.

Ambito di insegnamento

Marketing & Sales Integration

CRM

Event Marketing

Strategic Brand Management

Big Data and AI Marketing

Pubblicazioni recenti

RURALE A.
Valorizzare l'intangibile in *Manager del Futuro*
E. Baglieri (a cura di), Egea, chap. 10, pp.155-165, 2022

RURALE A., CARÙ A., MION DALLE CARBONARE P.

Nuove esperienze di consumo il caso FAI
Economia & Management, 2022, no. 1, pp.30-34

ADDIS M., RURALE A.
Il valore della cultura. 22 esperti per nuove strategie
Skira Editore, Italia, 2021

ADDIS M., RURALE A. (A CURA DI)
Managing the Cultural Business: Avoiding Mistakes, Finding Success
Routledge, Gran Bretagna, 2020

RURALE A., PRESTINI S.
Trussardi Art and Fashion: A Long-Distance Relationship? in *The Artification of Luxury Fashion Brands. Synergies, Contaminations, and Hybridizations*
Massi Marta, Turrini Alex (a cura di), Palgrave Macmillan, chap. 3, pp.63-87, 2020

MASSI M., PIANCATELLI C., RURALE A.
Il marketing come strumento di valorizzazione culturale nei Conservatori musicali. Il caso dell'istituto musicale "Claudio Monteverdi" di Cremona in *I conservatori di musica. Profili normativi, gestionali e contabili*
Carmela De Gennaro, Roberto De Leonardis, Giuseppe Mongelli (a cura di), Aracne Editrice, pp.267-286, 2019