

Antonella Carù

MARKETING

FULL PROFESSOR

Marketing Management

ANTONELLA.CARU@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Antonella Carù è Professoressa di Marketing Management presso la SDA Bocconi e l'Università Bocconi, dove dal 2022 è Dean for Development and Alumni Relations. È stata precedentemente Dean della Graduate School (2014-2022), Dean della Undergraduate School (2012-2014) e Direttrice del Master of Science in Marketing Management (2004-2012).

I suoi interessi di ricerca sono relativi al marketing dei servizi, alla prospettiva esperienziale nel consumo e nel marketing e al management dell'arte e della cultura. È autrice di numerose pubblicazioni nazionali e internazionali.

È stata Visiting Professor presso la Copenhagen Business School (2010), la European School of Management ESCP-a Parigi (2003) presso l'Università Jean Moulin Lyon (1988), e Visiting scholar presso l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales - HEC di Montréal (2002). Svolge attività di docenza in corsi undergraduate, graduate, executive e MBA.

È Dottore Commercialista e Revisore dei conti. Ha maturato esperienze significative nell'ambito di organi di amministrazione e controllo di Società quotate e non.

Ha collaborato in termini di advising, consulenza e ricerca applicata negli anni con molte imprese industriali, di servizi e istituzioni finanziarie.

Ambito di insegnamento

Service Marketing

Customer Service Design

Marketing Management

Pubblicazioni recenti

OSTILLIO M. C., CARÙ A.

Value Co-Creation in a Social Purpose Institution: The Case of the Dynamo Camp Art Factory—Between Art Therapy and Artification

Journal of Philanthropy and Marketing, 2024, vol.29, no. 4, pp.e1879

CARÙ A., COVA B., VOOS Z.

Disruptive Audience Performance: The Extremes of the Duet Applauses/Boos
International Journal of Arts Management, 2023, vol.26, no. 1, pp.72-81

PRENESTINI S., BORGHINI S., CARÙ A.

Embracing Diversity and Body Positivity: The Role of Marketing in Fashion Markets and Culture in *Marketing Fashion. Critical Perspectives on the Power of Fashion in Contemporary Culture*
Karin M. Ekström (a cura di), Routledge, chap. 4, pp.59-76, 2023

CIRRINCIONE A., CARÙ A.

Benefici, bisogni e sistema d'offerta in *Management delle Aziende Culturali - II Ed.*
Fabrizio Montanari, Paola Dubini, Armando Cirrincione (a cura di), Egea, chap. 4, pp.139-207, 2022

CARÙ A.

L'esperienza di consumo nelle relazioni fra impresa e mercato in *Innovazione e Management: Omaggio a Salvio Vicari*
G. Bertoli, S. Castaldo, P. Cillo, G. Troilo, G. Verona (a cura di), Egea, pp.219-226, 2022

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

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

Grants & Premi

Best Paper in Marketing Award, XII International Conference on Arts and Cultural Management - AIMAC - The International Association of Arts and Cultural Management , 2013

Teaching Award, Electives Courses (a.a. 2006-07) - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2007

Research Award - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2001
