

Armando Cirrincione

MARKETING

LECTURER

Digital Marketing

ARMANDO.CIRRINCIONE@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Armando Cirrincione è Lecturer del Dipartimento di Marketing presso l'Università Bocconi.

La sua collaborazione con SDA Bocconi ha inizio nel 2004. Ha diretto numerosi workshop e progetti di ricerca per istituzioni pubbliche e private.

I suoi interessi di ricerca si concentrano su:

- la convergenza fra tecnologia e strategie competitive, con una particolare attenzione all'applicazione dell'AI e del ML al marketing e allo studio dei modelli di business emergenti e delle metodologie più adatte ad affrontare il cambiamento imposto dall'evoluzione tecnologica (ad esempio il design thinking). In quest'ambito nel 2017 ha pubblicato il libro *Mind the Change*, anticipatore dei modelli di business basati sull'IoT;
- la misurazione, intesa come costruzione di metriche e indicatori in grado di misurare e dare evidenza di fenomeni rilevanti per le attività aziendali, in particolare quelli che impattano sulla relazione fra l'impresa e il suo ambiente (clienti, stakeholder, concorrenti). In questo ambito è stato responsabile scientifico di un progetto di ricerca applicata alla costruzione di un indicatore di corporate reputation basato su analisi di deep learning testuale e visuale;
- il ruolo del marketing all'interno delle strategie per la sostenibilità, inteso come funzione di cerniera fra interno ed esterno, fra efficienza dei processi e impatto sulla sostenibilità nella sua accezione ESG. In quest'ambito è autore del corso online Marketing per la sostenibilità di SDA Bocconi (release primavera 2023).

Nell'arco della sua carriera ha partecipato a numerose conferenze internazionali, pubblicando articoli su journal accademici e professionali. Svolge regolarmente attività di reviewer per riviste e conferenze internazionali. È stato Visiting Scholar presso HEC Montreal e Solvay University Bruxelles.

È stato a capo di un progetto di ricerca di durata decennale riguardante le traiettorie di sviluppo della piccola e media impresa italiana nel settore terziario, commissionato dal Ministero dell'Economia.

È membro di consigli di amministrazione di imprese private e pubbliche.

Ha conseguito la Laurea in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Trento e un Dottorato in Economia Aziendale e Management presso l'Università Bocconi

Ambito di insegnamento

Big Data and AI Marketing

Pubblicazioni recenti

BORGHINI S., CIRRINCIONE A., COLM L., GAUR A., MEDICI B., SORBINO F.

La mobilità urbana nella prospettiva della Generazione Z

Economia & Management, 2024, no. 2, pp.87-96

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

Management delle aziende culturali - II Ed.

Egea, Milano, Italia, 2022

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

CIRRINCIONE A.

Le forze ambientali e il sistema competitivo in *Management delle Aziende Culturali - II Ed.*

Fabrizio Montanari, Paola Dubini, Armando Cirrincione (a cura di), Egea, chap. 5, pp.211-258, 2022

CIRRINCIONE A., CARÙ A.

Benefits, Needs and Offer System in *Management of Cultural Firms - II Ed.*

Fabrizio Montanari, Paola Dubini, Armando Cirrincione (a cura di), Egea, chap. 4, pp.115-166, 2020

CIRRINCIONE A.

Environmental Forces and Competitive Systems in *Management of Cultural Firms - II Ed.*

Fabrizio Montanari, Paola Dubini, Armando Cirrincione (a cura di), Egea, chap. 5, pp.169-204, 2020

Grants & Premi

Teaching Award - Graduate School - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2022
