

---

FELLOW

**Marketing Management**

**ANDREA.REA@SDABOCCONI.IT**

---

# Biografia

SDA Fellow

Laurea in Economia e Commercio, Università degli Studi di Napoli Federico II, 1985

Phd in Economia Aziendale, Università degli Studi di Venezia Ca' Foscari, 1992

Professore di Digital Marketing presso la Facoltà di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione dell'Università degli Studi di Roma Sapienza

Aree di Interesse e di Ricerca: Brand Management, Competitive Intelligence, Mercati del Lusso, Mercati Automotive, Mercati Fine Food & Beverage e Made in Italy, Imprenditorialità e Project Management

---

## PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

PITARDI V., REA A.

**Drivers of Consumer Brand Engagement in Social Media Sites**

*12th Annual International Conference on Communication and Mass Media, 2014*

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*

D'ANTONE S., REA A., SPENCER R.

**Rethinking an approach to b2b and b2c branding: a review of the literature, conclusions and future research directions**

*28th IMP Conference - Combining the social and technological aspects of innovation: relationships and networks 2012*

REA A.

**Territorio e vino: sulle tracce di un legame mediterraneo**

*8° Giornata di Studio sul Consumo e sul Marketing Mediterraneo 2011*

---