

ATTILIO BRUNI

Summary

Dottore di ricerca in Marketing, laureato in Economia e Commercio alla Sapienza.

Socio SIM dal 2008 e socio SIMA e AIDEA dal 2017.

Svolge attività di ricerca su temi relativi all'economia d'impresa e marketing. In particolare, gli studi sono focalizzati su alcune *keywords*: aspetti quantitativi di gestione, marketing metrics, management turistico, business di nicchia della filiera turistica, sales wine, agrifood business model innovation (BMI).

(2010 - a oggi). Membro della Faculty del Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia (<http://www.mumm.it/faculty/docenti-accademici-master-mumm/>).

(01.09.21 -31.08.24) Ricercatore di Business Management e Marketing presso l'Università LUMSA di Roma - Dipartimento di Scienze Umane.

(01.10.2024 – a oggi) – Titolare del corso di Economia e gestione delle imprese per l'Abilitazione degli insegnanti (A45) - Università LUMSA di Roma.

Attività

Svolge docenza in programmi di laurea e di formazione executive. Nello specifico ha maturato esperienza nel marketing e management.

Posizioni ricoperte

(A.A. 2024-25) – Titolare del corso di Economia e gestione delle imprese per l'Abilitazione degli insegnanti (A45) - Università LUMSA di Roma.

(01.09.21 – 31.08.24) – Ricercatore e docente di Economia e Gestione delle Imprese e Marketing, Dipartimento di Scienze Umane - Università LUMSA di Roma.

(A.A. 2023-24). Docente del corso di *Economia e gestione delle imprese* (Canale A-L), Dipartimento di Scienze Umane - Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale in “Scienze della Comunicazione, Informazione e Marketing.

(A.A. 2023-24). Docente del corso di *Marketing Plan*, Dipartimento di Scienze Umane - Università LUMSA di Roma, Laurea Magistrale in “Marketing & Digital Communication”.

(2010 - a oggi). Docente e Membro della Faculty del Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia (<http://www.mumm.it/faculty/docenti-accademici-master-mumm/>).

ESPERIENZA UNIVERSITARIA

Assegnista di ricerca

(Giugno 2016 - maggio 2017) Assegno di ricerca presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma, con il progetto di ricerca dal titolo: “*Nicchia e Turismo: un connubio naturale? Perimetri teorici e prospettive strategiche*”, Settore Scientifico-Disciplinare: SECS-P/08 (Responsabile Scientifico: Prof. Alberto Mattiacci).

Titolare di insegnamento

(A.A. 2022-23). Titolare del Corso di *Economia e gestione delle imprese* (Canale A-L), Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale in “Scienze della Comunicazione, Informazione e Marketing (6 Cfu, I semestre).

(A.A. 2022-23). Titolare del corso di *Economia e sviluppo dell'innovazione*, Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Magistrale in “Psicologia del lavoro e del benessere organizzativo” (6 Cfu, II semestre).

(A.A. 2021-22). Co-titolare (con il Prof. Gennaro Iasevoli) dei corsi di *Economia e gestione delle imprese* (Canali A-L e M-Z), Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale in “Scienze della Comunicazione, Informazione e Marketing (6 Cfu, I semestre).

(A.A. 2021-22). Titolare del corso di *Economia e sviluppo dell'innovazione*, Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Magistrale in “Psicologia del lavoro e del benessere organizzativo” (6 Cfu, II semestre).

Professore a contratto

(A.A. 2020-21). Docente a contratto di *Marketing* presso il Dipartimento di Scienze Umane – Comunicazione, Formazione e Psicologia - Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale in “Comunicazione d’Impresa, Marketing e Digital Media” (9 Cfu, corso II semestre, durata 40 ore).

(A.A. 2019-20). Docente a contratto di *Marketing Strategico* presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma, Laurea Magistrale in “Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d’Impresa” (3 Cfu, corso II sem., 24 ore).

(A.A. 2018-19) Docente a contratto di *Marketing del turismo* presso il Dipartimento Memotef, Sapienza Università di Roma, Laurea magistrale Ecoturs (6 Cfu, corso semestrale, durata 48 ore).

(A.A. 2017-18) Corso di *Marketing del turismo* presso il Dipartimento Memotef, Facoltà di Economia - Sapienza Università di Roma, Laurea magistrale Ecoturs (6 Cfu, corso semestrale, durata 48 ore).

(A.A. 2015-16) Corso di *Tecniche della Promozione* presso il Dipartimento di Scienze Umane – Università LUMSA di Roma, Laurea Triennale (6 Cfu, corso semestrale, durata 40 ore).

(A.A. 2014-15) Corso di *Tecniche della Promozione* presso il Dipartimento di Scienze Umane – Università LUMSA di Roma, *Laurea Triennale* (6 Cfu, corso semestrale, durata 40 ore).

(A.A. 2013-14) Corso di *Business Planning e Start Up Imprese Multimediali* presso il Dipartimento di Scienze Umane – Università LUMSA di Roma, *Laurea Magistrale* (9 Cfu, corso annuale, durata 70 ore).

(A.A. 2012-13) Corso di *Marketing Avanzato* presso la Facoltà di Economia dell’Università di Roma Tre, Laurea Magistrale (6 Cfu, corso semestrale, durata 60 ore).

Altre attività didattiche

(A.A. 2014-15 - a oggi) Docente del modulo didattico “*Amministrazione e controllo*”, Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

(2011 - a oggi) Docente del modulo didattico “*Marketing Metrics*”, *Executive Course in Marketing Management*, presso l’Università LUISS Business School, Roma.

(A.A. 2014-15) Tutor referente (Dipartimento CORIS, Sapienza Università di Roma) - XXVII ed. del *Premio Marketing per l’Università SIM 2015* - “*Caso DOP & Co. Un valore da diffondere*” (Squadra 2^a classificata -Sezione Università).

(A.A. 2014-15) Tutor referente (Dipartimento di Management, Master MUMM, Sapienza Università di Roma) -XXVII ed. del *Premio Marketing per l’Università SIM 2015*, “*Caso DOP & Co. Un valore da diffondere*” (Squadra 2^a classificata Master MUMM).

(A.A. 2013-14 e 2012-13) Docente per il modulo “*Gli Economics d’Impresa*” nel Master in “*Management, Marketing e Comunicazione della Musica*” (MMCM), VII e VIII edizione, Dipartimento CORIS, Sapienza Università di Roma.

(A.A. 2013-14) Docente del modulo didattico “*Marketing metrics*”, Master Universitario in Marketing Management (MUMM), Sapienza Università di Roma, Facoltà di Economia.

(A.A. 2013-14) Tutor referente (Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma) - XXVI ed. del *Premio Marketing per l’Università SIM 2014*, “*Caso - Friuli Venezia Giulia*” (Squadra 1^a classificata Master MUMM).

(A.A. 2012-13) Docente per il modulo “*Gli Economics d’Impresa*” nel Master di II livello in *Comunicazione Management e Strategie*

Digitali (Digi.Com), Dipartimento CORIS, Sapienza Università di Roma.

(A.A. 2012-13) Collaborazione presso la cattedra di *Strategic Management* del Prof. Alberto Pastore (Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma) - per lo svolgimento di attività didattica e tutoraggio tesi.

(2011) Docente per il modulo “*Marketing per l'arte, la cultura e la realizzazione del territorio*”, nel corso IFTS per *Tecnico Superiore per la Comunicazione e il Multimedia*, Comune di Roma, in collaborazione con il Dipartimento CORIS, Sapienza Università di Roma.

(Dal 2010- al 2014) Docente nel modulo “*Strategic Marketing: produzione e finanza*” nel master in *Marketing & Communication* (dalla XXIV, alla XXIX edizione), presso l'Università LUISS Business School, Roma.

(2009) Relatore sul tema: “*L'ambiente come strategia del marketing territoriale*”, nel Convegno “*Qualità Ambientale e Marketing Territoriale*”, Università di Bologna e Scuola EMAS – Sede di Reggio Emilia, 22 aprile, 2009

Pubblicazioni principali

(2022) Bruni A., Nosi C., “Smart business models: an agrifood system perspective towards a sustainable competitiveness of SMEs”, Electronic Conference Proceeding “Sinergie-SIMA Management Conference”, Boosting knowledge & trust for a sustainable business, 30 June – 1 July 2022 – Bocconi University of Milan (Italy), pp. 695-699 (<https://www.sijmsima.it/previous-conferences/boosting-knowledge-trust-for-a-sustainable-business/>).

(2019) Mattiacci A., Bruni A., Magno F., Cassia F., “Sales Capabilities in the Wine Industry: An Analysis of the Current Scenario and Emerging Trends”, *British Food Journal*, Vol. 121, N.12, pp. 3380-3395

(2018) Mattiacci A., Bruni A., Magno F., Cassia F., Niche marketing: an exploration from the perspective of tourism business, Referred Electronic Conference Proceeding della “Sinergie-SIMA 2018 Conference”, *Sinergie Italian Journal of management*, pp. 127-132

(2018) Magno F., Cassia F., Bruni A., “Please write a (great) online review for my hotel!”. Guests’ reactions to solicited reviews, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 24, N. 2, pp. 148 – 158.

(2017) Magno F., Cassia F., Bruni A., Adoption and impact of marketing performance assessment systems among travel agencies, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 29, n. 4, pp. 1133-1147.

(2017) Bruni A., Cassia F., Magno F., Marketing performance measurement in hotels, travel agencies and tour operators: a study of current practices, *Current Issues in Tourism*, Vol. 20, N. 4, pp. 339-345, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2014.982521>

(2016) Bruni A. (a cura di), *Casi di marketing* (vol. 12), Collana Best in Class - Giorgio Eminente (Master MUMM Sapienza), FrancoAngeli, Milano, pp. 1-164.

(2015) Bruni A., *Metriche di marketing e management turistico. Teoria ed esperienze d'impresa*, Cedam (Wolters Kluwer Italia), pp. 1-285, ISBN 978-88-13-35236-3– Collana di Studi e Ricerche del Dipartimento di Management, Sapienza Università di Roma) (*Monografia referata*).

(2015) Cassia F., Bruni A., Magno F., Heritage preservation: is it a motivation for agritourism entrepreneurship?, “Referred Electronic Conference Proceedings”, XXVII Convegno Annuale di *Sinergie Italian Journal of Management*, “Heritage, Management e Impresa: quali sinergie?”, Termoli, 9-10 luglio 2015, pp. 565-574 (ISBN: 97888907394-5-3; doi:10.7433/SRECP.2015.34).

(2014) Bruni A., *Brand e sostenibilità: un connubio inscindibile?*, in Nosi C. (a cura di), *Casi di Marketing* (vol. 10), Collana Best in Class - Giorgio Eminente (Master Universitario in Marketing Management), FrancoAngeli, pp. 163-174 (*Saggio in volume*).

(2013) Bruni A., *Eserciziario di Marketing* (formato digitale), in Mattiacci A., Pastore A. (2013), *Marketing. Il management orientato al mercato*, Hoepli (<http://editore.hoepli.it/libri/marketing/mattiacci/esercizi.aspx>).

(2013) Bruni A., Le metriche di marketing nel turismo. Un'indagine esplorativa sui comportamenti manageriali delle imprese turistiche profit oriented, *Mercati e Competitività*, n. 2/2013, pp. 105-129.