

Francesco Guidara

Contact

Francesco.guidara@uniroma1.it

guidara.francesco@bcg.com

www.linkedin.com/in/francescoguidara (LinkedIn)



Note biografiche

Francesco Guidara è nato a Portoferraio (Livorno) il 23 ottobre 1972. E' laureato in Scienze Politiche (università di Pisa) e in Storia (università di Milano). Ha ottenuto il titolo di Executive MBA presso la Sda Bocconi a Milano e la specializzazione in Negotiation & Competitive Decision Making presso la Harvard Business School a Boston.

Giornalista professionista, ha frequentato il IX biennio della scuola di Giornalismo "Walter Tobagi" di Milano.

Professione

Dal 2013 è Director di The Boston Consulting Group con la responsabilità del Marketing e del Business Development per le aree di Italia, Grecia e Turchia.

Precedentemente è stato responsabile delle Corporate Televisions del gruppo Class Editori e caporedattore centrale del canale Class CNBC.

Per 7 anni ha lavorato a Mediaset come giornalista seguendo in particolare la politica, l'economia e la cronaca giudiziaria.

Aree di interesse

L'attività di ricerca si è sviluppata negli ultimi 10 anni intorno allo studio del branding, della comunicazione finanziaria e disclosure e sulla profonda differenza fra comunicazione finanziaria e corporate marketing.

Ha condotto numerosi programmi di training per manager e board member di aziende quotate e non, sui temi di comunicazione finanziaria, crisis management e disclosure verso i mercati finanziari.

E' stato docente di giornalismo e comunicazione finanziaria presso l'Istituto per la Formazione al Giornalismo "Walter Tobagi" e board member del consiglio direttivo della Bocconi Alumni Association.

Pubblicazioni

"La comunicazione finanziaria. Come dialogare e convincere il mercato"

Egea Bocconi, 248 pp, 2011

(Testo adottato come manuale per il corso di "Comunicazione Finanziaria", AA 2012, presso l'università Ca' Foscari di Venezia)

Il diritto all'informazione finanziaria

Harvard Business Review Italia November 10, 2011

Le virtù del Branded Content

Harvard Business Review Italia March 23, 2016

Prefazione per il volume "Il marketing nell'era di internet e dei social media"

Harvard Business Review, 2018