

## CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA, DIDATTICA E PROFESSIONALE

### TITOLI DI STUDIO FORMALI

---

**Dottorato di ricerca** in Scienze della riproduzione, Indirizzo: Relazionale-educativo, conseguito il 09.04.2013 presso Università degli Studi di Trieste (a.a. 2011/12).  
Progetto di ricerca su: "Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali e pratiche di consumo digitali"  
Settore Scientifico-disciplinare: SECS-P/08 "Economia e gestione delle imprese"  
Afferenza: Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche, Università di Trieste  
Supervisore di tesi: Prof. Claudio Sambri, Ordinario iq di Economia e gestione della imprese, Università di Trieste

**Laurea Specialistica** in Sociologia delle reti territoriali e organizzative (CLS: 89/S), conseguita il 18.10.2007 presso Università degli Studi di Trieste (a.a. 2006/07).  
Tesi in *Sociologia dell'organizzazione*: "I luoghi della cultura organizzativa. Analisi del caso Franke Italia"  
Relatore: Prof. Gabriele Blasutig; correlatore: Prof. Giovanni Delli Zotti  
Votazione: 110/110 e lode.  
Parte della tesi pubblicata in P.Musso (a cura di), *Internal Branding*, Milano, Franco Angeli, 2007, pp. 97-111.

**Master Universitario** in Analisi e gestione della comunicazione, conseguito il 30.10.2004 presso Università degli Studi di Trieste.  
Tesi in *Organizzazione aziendale e marketing*: "Nuove formule distributive e comunicazione al trade".  
Votazione: 110/110 e lode.

**Laurea quadriennale (Vecchio Ordinamento)** in Filosofia, conseguita il 28.02.1989 presso Università degli studi di Trieste (a.a. 1987/88).  
Tesi in *Estetica*: "Il problema del gioco in Hans-Georg Gadamer"  
Relatore: Prof. Maurizio Ferraris; correlatori: Prof. Pier Aldo Rovatti, Dott. Pietro Kobau  
Votazione: 110/110 e lode.  
Parte della tesi pubblicata nella rivista di Sociologia *Fenomenologia e Società*.

### CORSI DI PERFEZIONAMENTO

---

Corso di perfezionamento in "Ricerche e analisi di mercato" frequentato presso l'Università di Bologna, sotto la direzione della Prof.ssa Egeria di Nallo (a.a. 1994/95).

Corso di perfezionamento in "Organizzazione e direzione" frequentato presso l'Università di Bologna, Facoltà di Scienze politiche, sotto la direzione del Prof. Enzo Spaltro (a.a. 1991/92).

### INTERESSI DI RICERCA

---

Processi di branding, con particolare attenzione per i nuovi territori della marca

Consumer brand engagement

Consumi digitali e nuovi media.

Comunicazione e design: ruolo degli artefatti nella comunicazione d'impresa.

## **PREMI E RICONOSCIMENTI**

---

Best Reviewer per la rivista  *Mercati e Competitività*  (ed. FrancoAngeli), rivista scientifica della SIM-Società Italiana Marketing (Università di Cassino, 20 ottobre 2016).

Vincitore borsa di studio "Città di Verona" per tesi di laurea riguardanti studi sulla città di Verona e il suo territorio (per la tesi discussa dal sottoscritto presso l'Università di Trieste il 18.10.2007)

Vincitore premio di laurea dalla Fondazione Benetton.  
(per la tesi discussa dal sottoscritto presso l'Università di Trieste il 28.02.1989)

## **ASSEGNI DI RICERCA, BORSE DI STUDIO ED INCARICHI FINALIZZATI AD ATTIVITÀ DI RICERCA**

---

01.06.2016 -  
in corso Titolare di **Assegno per lo svolgimento di attività di ricerca** (un anno) presso Dipartimento di Lingue e Letterature, Comunicazione, Formazione e Società, Università degli Studi di Udine (concorso bandito con DR n. 152 del 01.04.2016). Da 01.06.2016

**Progetto di ricerca:** "Coinvolgimento del consumatore nei confronti dei *local brand* e valorizzazione dei prodotti e delle eccellenze dell'area isontina", Settore Scientifico-disciplinare M-GGR/01 (Geografia)

**Responsabile Scientifico:** Prof. Mauro Pascolini, Ordinario di Geografia.

01.03.2014 -  
28.02.2015 Titolare di **Assegno per lo svolgimento di attività di ricerca** (un anno) presso Dipartimento di Management, Facoltà di Economia, Università di Roma "La Sapienza" (Bando n. 19/2013). Da 01.03.2014 a 28.02.2015

**Progetto di ricerca:** "Consumatori e social media: il ruolo dell'engagement nella creazione di valore per la marca", settore scientifico disciplinare SECS/P08 (Economia e Gestione delle Imprese).

**Responsabile Scientifico:** Prof.ssa Maria Vernuccio, Associato di Economia e gestione delle imprese.

2010 Assegno per la collaborazione allo svolgimento di attività di ricerca ("**Assegno di ricerca**") presso l'Università degli Studi di Udine (concorso bandito con DR n. 619 del 09 ottobre 2009). Da 02.01.2010 a 30.06.2010.

**Responsabile Scientifico:** Prof. Luca Giovanni Carlo Brusati, Associato di Economia aziendale.

2009 Incarico di lavoro individuale strumentale alla ricerca finalizzato allo sviluppo di una serie di *case history* relative al rapporto tra nuovi media e comunicazione integrata, conferito da Università di Udine, Centro Polifunzionale di Gorizia.

1994 - 1996 Borsa di studio triennale conferita dal Centro Universitario Cattolico, c/o Conferenza Episcopale Italiana, finalizzata allo svolgimento di attività di ricerca presso l'Università degli Studi di Trieste.

1989 - 1994 Borse di studio per la partecipazione a stage e seminari di specializzazione organizzati da Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica presso Università degli Studi di Urbino, Istituto Universitario Sr. Orsola Benincasa di Napoli, Istituto Italiano per gli Studi Filosofici.

## **PARTECIPAZIONE A NETWORK DI ESPERTI, COMITATI DI REDAZIONE E ASSOCIAZIONI**

---

Peer Reviewer per la rivista  *Mercati e Competitività* . *Rivista della Società Italiana di Marketing*, ed. FrancoAngeli, Milano

Peer Reviewer per la rivista *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*.

Socio della SIM-Società Italiana Marketing, associazione di riferimento per studiosi e ricercatori afferenti al Settore Scientifico-Disciplinare SECS-P/08. Presidente: Prof. Alberto Mattiacci, Ordinario di Economia e gestione delle imprese, Università di Roma "La Sapienza".

Membro del Comitato Scientifico dell'*Osservatorio Storytelling*, centro-associazione di ricerca scientifica con sede presso l'Università degli Studi di Pavia (2011 – in corso)

Membro del comitato di redazione di *Brandforum.it* (Milano), osservatorio culturale sul mondo delle marche (2005 – in corso)

Membro del comitato di redazione di *Tigor. Rivista di Scienze della Comunicazione*, EUT – Edizioni Università di Trieste (2009 – in corso)

Membro dell'Osservatorio Design dell'ADI, Associazione per il Disegno Industriale (gennaio 2007 - Dicembre 2009)

Iscritto all'albo degli esperti presso l'Area di Ricerca di Trieste. Aree aziendali di specializzazione: Marketing e Comunicazione; Organizzazione/Risorse umane.

Inserito nell'elenco degli "esperti" (2005/06) presso la Facoltà di Sociologia dell'Università Cattolica di Milano, Corso di laurea magistrale in Scienze sociali applicate.

Membro della giuria della quinta edizione del concorso "Comunicare on line", promosso dal COM-PA, Salone Europeo della Comunicazione Pubblica, dei Servizi al Cittadino e alle Imprese (Milano, 21 – 23 ottobre 2008).

## PRINCIPALI PROGETTI DI RICERCA

Assegnista di ricerca (un anno) presso Dipartimento di Lingue e Letterature, Comunicazione, Formazione e Società, Università degli Studi di Udine. Progetto di ricerca su "Coinvolgimento del consumatore nei confronti dei *local brand* e valorizzazione dei prodotti e delle eccellenze dell'area isontina", settore scientifico disciplinare M-GGR/01 (Geografia). Responsabile Scientifico: Prof. Mauro Pascolini, Ordinario di Geografia (da 01 giugno 2016: in corso).

Assegnista di ricerca (un anno) presso Dipartimento di Management, Facoltà di Economia, Università di Roma "La Sapienza". Progetto di ricerca su "Consumatori e social media: il ruolo dell'engagement nella creazione di valore per la marca", settore scientifico disciplinare SECS/P08 (Economia e Gestione delle Imprese). Responsabile Scientifico: Prof.ssa Maria Vernuccio, Associato di Economia e gestione delle imprese (da 01 marzo 2014 a 28 febbraio 2015).

Progetto di ricerca su "Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali e pratiche di consumo digitali", sviluppato nell'ambito della Scuola di Dottorato in Scienze della Riproduzione – Indirizzo Relazionale Educativo (Università di Trieste) sotto la guida del Prof. Claudio Sambri, Ordinario di Economia e gestione delle imprese (a.a. 2009/10; 2010/11; 2011/12). La parte di ricerca sul campo (*fieldwork*) si è articolata nelle seguenti attività: realizzazione di un'indagine campionaria mediante somministrazione di un questionario semi-strutturato a 514 soggetti di età compresa tra 15 e 24 anni, residenti nella città di Trieste e nel territorio del Friuli Venezia Giulia, elaborazione dei dati mediante software di analisi statistica SPSS PASW Statistics, somministrazione di 25 interviste in profondità a soggetti appartenenti alla medesima fascia di età.

Assegnista di Ricerca all'Università di Udine presso il Dipartimento di Finanza dell'Impresa e dei Mercati Finanziari. Progetto di ricerca su "Analisi della domanda di prodotti promozionali in Italia", sviluppato in collaborazione tra il LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine e OPS di Milano, sotto la direzione scientifica del Prof. Luca Giovanni Carlo Brusati, Associato di Economia aziendale: realizzazione di un'indagine campionaria mediante la somministrazione di un questionario semi-strutturato a titolari e direttori marketing di imprese italiane appartenenti a differenti settori (da 02 gennaio 2010 a 30 giugno 2010).

Collaborazione al progetto di ricerca su "Nuovi media e comunicazione aziendale integrata", coordinato dal Prof. Luca Brusati, Direttore del LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine (2009).

Collaborazione al progetto di ricerca “Caratteristiche della shopping experience all’interno di un Factory Outlet Centre”. Coordinamento scientifico del Prof. Claudio Sambri, Ordinario di Economia e gestione delle imprese all’Università degli studi di Trieste (2009).

Coordinatore Gruppo di studio su “Ambiente, responsabilità d’impresa e comunicazione sostenibile” presso il Dipartimento di Scienze geografiche e storiche dell’Università di Trieste (a.a. 2008/09).

Partecipazione al progetto di ricerca “Internal Branding: strategie di marca per la cultura d’impresa”, coordinato da Patrizia Musso, Università Cattolica di Milano, 2007.

Progetto di ricerca sul ruolo comunicativo degli “immateriali”: analisi di alcune metafore (ombra, specchio, gioco, labirinto) come chiavi interpretative del processo di progressiva dematerializzazione dei prodotti, che nell’attuale contesto socio-economico tendono a trasformarsi in fenomeni comunicativi, occasioni di convivialità e d’incontro, integrando valenze pratiche ed estetiche. Progetto sostenuto da borsa di studio triennale del Centro Universitario Cattolico (vedi sopra), sviluppato presso il Dipartimento di Filosofia dell’Università di Trieste, 1993-1996. Nell’attività di ricerca sono stato seguito dal Prof. Stelio Zeppi, Ordinario di Filosofia morale.

## **RESPONSABILITÀ PRIMARIA NELL’ORGANIZZAZIONE DI INCONTRI, SEMINARI DI STUDIO E CONVEGNI**

*Università di Udine, sede di Gorizia – 30 novembre 2016*

Organizzatore del Workshop *Start up mon amour: la cassetta degli attrezzi per lo startupper*, a chiusura del percorso di formazione per aspiranti imprenditori *Academy, GoLabor 3 (2016)*. Il convegno ha visto la partecipazione, come relatori, di professionisti, consulenti aziendali e ricercatori universitari con interventi dedicati ai temi dell’impact investing, dello storytelling management, della social media strategy e delle nuove forme di “artigianato digitale” ed è stato arricchito dalla presentazione di sette case histories riferite all’universo emergente dei makers. Evento curato e coordinato dal sottoscritto e dalla Prof.ssa Renata Kodilja (Università di Udine).

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 06 aprile 2016*

Presentazione del caso Uelcom.me, società insediata nell’Area Science Park di Trieste, che offre servizi digitali a supporto della shopping experience a una rete di imprese commerciali operanti nel Comune di Gorizia. Relatori: dott. Simone Zancato, Chief Executive Officer di Uelcom.me, e dott. Massimiliano Moschin, responsabile marketing di Uelcom.me

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 05 aprile 2016*

Presentazione del caso “Spirito Nuovo Venezia”, progetto di “marketing territoriale”, basato sulla valorizzazione - in chiave musicale e multi-mediale - di alcune dimore storiche della città lagunare. Relatori: dott.ssa Katia Bordignon, titolare dell’agenzia One-shot Communication, e dott. Matteo Gobbo Trioli, musicista, direttore artistico della manifestazione Spirito Nuovo Venezia

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 22 marzo 2016*

Incontro sul tema “Lo storytelling nel content marketing”. Relatore: Pier Paolo Nascimben, Strategic Planner di Lato C (Milano), agenzia specializzata nell’ideazione di brand generated content per tv e web.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 08 marzo 2016*

Incontro sul tema “Digital Shopping Experience: il caso OVS”. Relatore: dott.ssa Monica Gagliardi, Responsabile e-commerce Gruppo Coin.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 24 febbraio 2016*

Incontro sul tema “Video virali e video storytelling”. Relatori: Ennio Mainetti e Giuseppe Azzaro, Community Manager e Digital Strategist di Zooppa.com, piattaforma di User Generated Advertising.

*Università di Trieste, CdLM in Architettura, sede di Gorizia – 12 dicembre 2015*

Incontro sul tema “Il ritorno del cantastorie. Lo storytelling nel content marketing”. Relatore: Pier Paolo Nascimben, Strategic Planner di Lato C (Milano), agenzia specializzata nell’ideazione di brand generated content per tv e web.

*Università di Trieste, CdLM in Architettura, sede di Gorizia – 11 dicembre 2015*

Incontro sul tema “La progettazione e la comunicazione di eventi culturali”. Relatore: dott.ssa Chiara Aglialoro, Consulente specializzata nella promozione delle arti visive.

*Università di Udine, sede di Gorizia – 09 dicembre 2015*

Presentazione del caso Uelcom.me, società insediata nell'Area Science Park di Trieste, che offre servizi digitali a supporto della shopping experience. Relatore: dott. Simone Zancato, Chief Executive Officer di Uelcom.me.

*Università di Udine, sede di Gorizia – 20 ottobre 2015*

Incontro sul tema "User Generated Advertising: il caso Zooppa". Relatore: dott. Carlo Migotto, Community Manager di Zooppa.com.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 06 marzo 2015*

Incontro sul tema "Facebook come piattaforma di marketing". Relatore: dott.ssa Sandra Covolan, Agency Partner di Facebook Italia.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 19 febbraio 2015*

Incontro sul tema "Viral Videos: cosa sono e come farli". Relatori: Michele Ghedin, Community Manager di Zooppa.com (Venezia e Seattle) e Matteo Zingirian, regista e titolare casa di produzione DollyBell (Genova).

*Università di Udine, sede di Gorizia – 10 dicembre 2014*

Incontro sul tema: "Crowd marketing & community building". Relatore: dott.ssa Federica Scrigner, social media manager dell'agenzia Crowd M (Milano e Trieste).

*Università di Udine, sede di Gorizia – 09 dicembre 2014*

Incontro sul tema: "Brand e multicanalità nella comunicazione banca-cliente". Relatore dott. Gianni Bonessi, Marketing Manager di Deutsche Bank.

*Università degli Studi di Trieste - 29 maggio 2014*

Incontro sul tema "Specializzarsi per distinguersi. Positioning e best practices nell'hotellerie. Presentazione del caso Falkensteiner Hotels & Residences". Relatore: dott.ssa Stefania Amodeo, Responsabile Marketing Italia Falkensteiner Hotels.

*Università degli Studi di Trieste - 9 maggio 2014*

Incontro sul tema "Dal mercato dei bisogni al mercato dei desideri: il fenomeno del lusso accessibile". Relatore: dott. Lorenzo Glavici, Marketing Manager Azienda Brioni – Kering Group.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 19 marzo 2014*

Incontro sul tema "Strategie e strumenti di comunicazione del Gruppo Whirlpool". Relatore: dott. Pierre Ley, Media Relations Manager di Whirlpool EMEA (incontro organizzato in collaborazione con Patrizia Musso, docente di Storia e linguaggi della pubblicità all'Università Cattolica di Milano).

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 06 marzo 2014*

Incontro sul tema "Creatività e ambiente ufficio". Relatore: arch. Danilo Premoli, designer, giornalista di Interni e del Sole 24ore, ideatore del blog "Office Observer"

*Università di Udine, sede di Gorizia – 12 dicembre 2013*

Incontro sul tema: "Slow Places: nuovi scenari per l'Internal Branding". Relatore Maria Rosa Ambroso, titolare dello studio "Camaleonte" (Verona), società di consulenza specializzata in space planning.

*Università di Udine, sede di Gorizia – 05 dicembre 2013*

Incontro sul tema "Dal marketing alla narrazione: un originale esempio di storytelling". Relatori: dott. Paola Lombardini e Marco Zovi (agenzia PiellemediaMix).

*Università degli Studi di Trieste – 31 maggio 2013*

Incontro su "Storytelling e Advertising 2.0: le nuove forme della creatività nel racconto di marca". Relatori: dott. Matteo Zingirian, regista pubblicitario, titolare casa di produzione Dolly Bell (Genova) e dott.ssa Patrizia Musso (collegamento in video-conferenza), docente di Storia e linguaggi della pubblicità all'Università Cattolica di Milano.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 06 marzo 2013*

Incontro su "Storytelling e nuovi metodi comunicativi nell'era multimediale". Relatore: dott.ssa Elena Burighel, Communication Manager dell'Azienda Replay (Gruppo Fashion Box SpA).

*Università di Udine, sede di Gorizia – 12 dicembre 2012*

Incontro su "Spazi sensibili: nuova frontiera dell'Internal Branding". Relatore Maria Rosa Ambroso, titolare dello studio "Camaleonte" (Verona), società di consulenza specializzata in space planning.

*Università di Udine, sede di Gorizia – 07 novembre 2012*

Incontro su "La fabbrica del cult. Lovemarks e passioni vintage: il caso dei Beatles". Relatore: Prof. Eugenio Ambrosi, già Direttore del Co.Re.Com. Friuli Venezia Giulia, docente universitario, autore del libro "B come Beatles".

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 21 marzo 2012*

Incontro su "I trend della comunicazione digitale 2012". Relatore: dott.ssa Martina Casani, Responsabile Marketing di Enter, Milano.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 6 marzo 2012*

Incontro con il dott. Matteo Zingirian, regista pubblicitario e creativo, titolare della casa di produzione Dolly Bell (Genova) e autore dello spot PosteMobile.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 23 febbraio 2012*

Incontro su "Comunicazione non convenzionale: il caso Havaianas". Relatore: dott. Alberto Regis, imprenditore che ha lanciato in Italia il brand Havaianas.

*Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 14 dicembre 2011*

Presentazione in video-conferenza del volume "Brand Reloading", curato da Patrizia Musso, docente di Storia e linguaggi della pubblicità all'Università Cattolica di Milano.

*Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 24 novembre 2011*

Incontro su "Spot: dalla teoria alla pratica". Relatore: dott. Marcello Terranova, regista pubblicitario. Incontro organizzato in collaborazione con UniFerpi e con la Prof.ssa Renata Kodilja, Associato di Psicologia sociale all'Università di Udine.

*Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 26 ottobre 2011*

Incontro sul tema "Cross-marketing: tecniche e strategie". Relatore: dott.ssa Stefania Amodeo, Responsabile Marketing Italia catena Falkensteiner Hotels & Residences.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 23 febbraio 2011*

Incontro su "Piattaforme cross-mediali per comunicare la cultura: il caso Biennale di Venezia". Relatore: dott.ssa Giulia Pozzobon, responsabile marketing dell'agenzia Log607 (Gruppo Rizzoli-Corriere della Sera).

*Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 13 gennaio 2011*

Incontro su "La creatività nei mercati post-pubblicitari". Relatore: dott. Alessandro Cappellotto, community manager di Zooppa.com, piattaforma di user generated advertising.

*Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 12 gennaio 2011*

Incontro su "Spazi d'acquisto e linguaggi del consumo". Relatore: dott. Chiara Endrigo, socio fondatore e project manager di Visual Display.

*Accademia di Belle Arti di Brera – Milano, 17 giugno 2010*

Incontro con il dott. Andrea Fontana, docente dell'Università di Pavia, autore del volume *Manuale di Storytelling*, Milano, Etas, 2009. Tema: *Storytelling/Storyselling. La strategia del racconto nelle relazioni pubbliche e nella comunicazione d'impresa.*

*Università degli Studi di Trieste, Master in Analisi e gestione della comunicazione, 21 maggio 2010*

Seminario di studio su "Marketing non convenzionale? Una realtà in continua evoluzione": interventi di Stefano Foroni, Laura Bof e Laura Casagrande, rispettivamente AD, responsabile marketing e art director dell'agenzia di comunicazione Polaris Warm Ideas. Introduce i lavori il Prof. Marco Cossutta, Associato di Filosofia del diritto e Direttore del Master.

*Accademia di Belle Arti di Brera – Milano, 16 aprile 2010*

Incontro con la dott.ssa Giusi Scandroglio, Presidente di Envirocell Europe (Milano). Tema: *Dalla parte dello shopper: estetica, emozioni e polisensualismo.*

*Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 25 marzo 2010*

Presentazione del libro di Francesco Gallucci, *La strategia della semplicità*, edito da Egea. Incontro organizzato in collaborazione con LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale e ADI – Associazione per il Disegno Industriale.

*Università Cattolica del Sacro Cuore – Milano, 23 febbraio 2010*

Presentazione del libro di Giampaolo Colletti, *TV fai da web. Storie italiane di micro Web Tv*, Milano, Il Sole 24 ore.

*AIDEA – Accademia Italiana di Economia Aziendale*

Membro del comitato organizzatore del XIV Convegno annuale di AIDEA Giovani, svoltosi all'Università di Udine, presso la sede di Gorizia, nei giorni 26 e 27 giugno 2009. Tema: *L'azienda e i suoi stakeholder*.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Economia, 24 aprile 2009*

Incontro con il dott. Gianluca Greco (DeltaTeam, Milano), esperto di consulenza strategica ed operativa per il retail e la supply chain. Tema: "Oltre lo shopping, oltre lo store. L'evoluzione del retail nell'era del Web 2.0".

*Università degli Studi di Trieste, Master in Analisi e gestione della comunicazione, 3 aprile 2009*

Seminario di studio su "Marketing non convenzionale? Può essere una scelta etica": interventi di Stefano Foroni, Laura Bof e Laura Casagrande, rispettivamente AD, responsabile marketing e art director dell'agenzia di comunicazione Polaris Warm Ideas. Introduce i lavori il Prof. Marco Cossutta, Associato di Filosofia del diritto e Direttore del Master.

*Università degli Studi di Udine, Facoltà di Economia, 20 febbraio 2009*

Tavola rotonda su "I luoghi e le emozioni, Il disegno del brand e i nuovi territori della comunicazione" con la partecipazione del Dott. Francesco Gallucci, Presidente di 1to1 lab, autore del libro *Marketing dei luoghi e delle emozioni*, Milano, Egea, 2008. Partecipano alla discussione: Prof. Andrea Moretti, Ordinario di Marketing, Direttore del Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università di Udine, Prof. Alberto Pratelli, Ordinario di Composizione architettonica e urbana all'Università di Udine, Dott. Mario de Vivo, Direttore Marketing OVS Industry (Gruppo Coin), Dott. Giuseppe Pittino, Direttore Servizio Clienti agenzia di pubblicità Sintesi, Dott. Tomas Barazza, General Manager Log607. Evento organizzato nel quadro delle attività del LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale, con il patrocinio dell'ADI - Associazione per il Disegno Industriale e in collaborazione con la Facoltà di Lingue e Letterature Straniere.

*LAREM - Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale, Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 20 novembre 2008*

Incontro su "Media Planning e consulenza strategica nella comunicazione d'impresa". Relatore: dott. Vito Papa, Presidente MediaSphaera, già Responsabile Marketing e Comunicazione di Geox e di Stonefly.

*LAREM - Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale, Università di Udine – sede di Gorizia, 15.10.2008 e 26.11.2008*

Incontri su "User generated advertising: il caso Zooppa.com". Relatori: dott.ssa Elisa Perillo, Marketing Manager Zooppa srl, Gruppo H-Farm di Treviso, e dott. Alessandro Cappellotto, Community Manager Zooppa.com

*LAREM - Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale, Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 13 febbraio 2008*

Seminario di studio su "Net TV e Branding on line". Relazioni del dott. Giampaolo Colletti, Internal Communication & Business-Brand TV Manager dell'azienda *Technogym* e co-founder dell'osservatorio sulla Business TV dell'Università Bocconi, e del dott. Francesco Vanin, editore di *PnBox.tv* e docente di "Economia dell'industria digitale" all'Università di Udine.

*Università degli Studi di Trieste, Master in Analisi e gestione della comunicazione, 4 aprile 2008*

Seminario di studio su "L'evoluzione della comunicazione nell'era della trasparenza: dal B2B al P2P. Un caso aziendale di impresa sensibile". Relatori: dott. Stefano Foroni, AD Agenzia di Pubblicità Polaris Warm Ideas, dott. Laura Bof, Responsabile Marketing Agenzia Polaris. Testimonianza dell'imprenditore Pier Antonio Sgambaro, AD Pastificio Jolly Sgambaro. Introduce i lavori il Prof. Marco Cossutta, Associato di Filosofia del diritto all'Università di Trieste.

*LAREM - Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale, Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 28 febbraio 2007*

Incontro con la dott.ssa Isabella Franco, referente per la comunicazione istituzionale Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia. Tema: "Il nuovo marchio del Friuli Venezia Giulia e il progetto del coordinato d'immagine".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 22 febbraio 2007*

Incontro con il dott. Roberto Mosca, Formatore aziendale di Poste Italiane. Tema: "Formazione e percorsi del cambiamento organizzativo".

*LAREM - Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale, Università degli Studi di Udine – sede di Gorizia, 15 febbraio 2007*

Incontro con il dott. Stefano Foroni, Amministratore Delegato Agenzia Polaris Warm Ideas. Tema: "Polaris Warm Ideas e il marchio delle Dolomiti bellunesi. Un caso di strategia Oceano Blu e un caso di lovebrand".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 15 febbraio 2007*

Incontro sul tema: "Progetto di implementazione della comunicazione interna in un gruppo internazionale". Relatore: dott.ssa Maja de' Simoni, Managing Director di AlphaStudio, Presidente sezione italiana di MPI - Meeting Professionals International.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 25 maggio 2006*

Incontro con il dott. ing. Bruno Bigaran, Amministratore Delegato di Franke Italia spa. Tema: "Energy from inside: come sviluppare un mercato. Il caso Franke".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 29 maggio 2006*

Incontro con il dott. Marino Cavallo, Responsabile Ufficio Ricerca e Innovazione della Provincia di Bologna, docente di "Comunicazioni di massa" all'Università di Ferrara. Tema: "La comunicazione ambientale per le imprese".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 8 giugno 2005*

Convegno su "Il design nell'azienda, l'azienda nel design". Relatori: Luigi Molinis, Architetto e designer, docente universitario di Architettura (Università degli Studi di Udine), già Responsabile design di Seleco; Fausto Boscarol, designer, socio dello studio And Partners di Parigi; Luigi Nicodemo, coordinatore regionale di TP-Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti.

*Università degli Studi di Trieste, Master in Analisi e gestione della comunicazione, 21 maggio 2005*

Incontro con il dott. Marino Cavallo, docente di "Comunicazioni di massa" all'Università di Ferrara e Responsabile Sportello Imprese della Provincia di Bologna, sul tema "Comunicazione, ambiente, impresa".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione, 20 maggio 2004*

Incontro con Carlo Alexander Bach, Responsabile artistico progetto Illy Collection sul tema "L'arte in una tazzina. Il caso Illy".

*Università degli Studi di Trieste, Master in Analisi e gestione della comunicazione, giugno 2003*

Incontro con il dott. Giovanni Manisi (Enaip Friuli Venezia Giulia), web designer e formatore, sul tema della web usability.

*Università degli Studi di Trieste, Master in Analisi e gestione della comunicazione, 31 maggio 2003*

Incontro con Federico Poillucci, presidente Friuli Venezia Giulia Film Commission.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della comunicazione, 8 maggio 2003*

Incontro con il dott. Luciano Martinelli, titolare dello Studio Econsulting, sul tema "Dal green marketing alla comunicazione ambientale. Un'esperienza di ricerca sul campo".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 29 marzo e 12 aprile 2003.*

Seminario con il dott. Alessandro Cappellotto (Agenzia Area Marketing & Comunicazione di Pordenone) su "Il focus group come strumento di ricerca per il marketing".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 27 novembre 2002*

Componente del comitato organizzatore del Workshop "Cambiare la formazione per formare nel cambiamento", organizzato in collaborazione con AIF-Associazione Italiana Formatori.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 12 giugno 2002*

Incontro con il dott. Sandro Fasulo, responsabile comunicazione dell'Azienda Stefanel.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 30 maggio 2002*

Incontro su "La marca come scenario e come linguaggio: i casi Geox e Stonefly". Relatore: dott. Vito Papa, direttore marketing strategico dell'Azienda Stonefly, già responsabile pubbliche relazioni dell'Azienda Geox.

*NABA – Nuova Accademia di Belle Arti di Milano, 21 maggio 2002*

Presentazione di Carlo Penati, architetto e designer, autore del volume *Da grande farò il designer*, editore Lupetti, Milano 2002.



*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione, 4 e 11 maggio 2002*

Seminario con il dott. Alessandro Cappellotto (Agenzia Comunicare di Udine) su "Il focus group come strumento di marketing".

*Università degli Studi di Trieste, Master in Analisi e gestione della comunicazione, 10 maggio 2002*

Seminario: "Dentro le case degli Italiani. Un progetto di ricerca e di comunicazione" (presentazione ricerca realizzata da Assarredo Federlegno). Relatore: arch. Patrizia Scarzella, giornalista di Panorama e di Interni (Gruppo Mondadori), già responsabile comunicazione dell'Azienda Zanotta, responsabile ricerche di Assarredo Federlegno, docente di "Metodi di rappresentazione", Università di Genova, Facoltà di Architettura.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 18-20 aprile 2002*

Componente comitato per l'organizzazione di convegni in materia di scienze della comunicazione e formazione: convegno "I giochi tra comunicazione e nuove tecnologie".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, aprile 2002*

Incontro con l'ing. Danilo Fattor, Amministratore Delegato azienda Plastal sul tema "Il capitale intangibile delle organizzazioni".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 4 aprile 2002*

Visita di studio a Fabbrica, centro creativo del Gruppo Benetton di Treviso.

*Università degli Studi di Trieste, Master in Analisi e gestione della comunicazione, 16 marzo 2002*

Incontro con il dott. Marcello Terranova, regista pubblicitario e reporter.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della comunicazione, 10 maggio 2001*

Incontro su "La comunicazione interna come leva strategica del cambiamento". Relatore: dott. Paolo Candotti, Responsabile Risorse Umane c/o Electrolux Zanussi – Pordenone.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione - sede di Portogruaro, 9 maggio 2001*

Presentazione del volume del Prof. Francesco Pira, *Di fronte al cittadino. La comunicazione pubblica in Italia*, ed. Franco Angeli.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione - sede di Portogruaro, 27 aprile 2001*

Conferenza sul tema: "Innovazione e nuove tecnologie: verso un sistema formativo integrato". Relatore: dott. Marino Cavallo, Responsabile Sportello Imprese Provincia di Bologna, docente di Comunicazione istituzionale presso la Scuola di specializzazione in Studi dell'Amministrazione Pubblica dell'Università di Bologna.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione, 24 aprile 2001*

In collaborazione con il Prof. Francesco Pira: presentazione del Prof. Stefano Balassone, membro del Consiglio di Amministrazione della Rai, autore del volume *La TV nel mercato globale*, Roma, Meltemi, 2001.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione, 11 maggio 2000*

Incontro con il designer Roberto Pezzetta, vincitore del compasso d'oro e Responsabile Design Center del Gruppo Electrolux. Tema. "Oggetto, segno, colloquio: forma e comunicazione nel design di prodotto".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione, 4 maggio 2000*

Visita di studio allo stabilimento Electrolux di Porcia (PN) e incontro con il dott. Paolo Candotti, Direttore del personale Divisione Lavabiancheria. Tema: "Presentazione Plant di Porcia: organizzazione e struttura produttiva, gestione delle risorse umane".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione, 4 maggio 2000*

Visita di studio alla sede di "Videoline srl" e incontro con il titolare, dott. Edmondo Pasquetti, docente a contratto di "Tecnica della realizzazione filmica" all'Università di Udine, sul tema "La realizzazione di uno spot pubblicitario: il caso Lavazza".

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione, 19 aprile 2000*

Incontro con il Prof. Guido Cecere, fotografo pubblicitario, docente di fotografia all'ISIA di Urbino e all'Accademia di Belle Arti di Venezia, consulente dell'archivio Alinari di Firenze.

*Università degli Studi di Trieste, Facoltà di Scienze della Formazione, 5 aprile 2000*

Incontro con il dott. Andrea D'Agostini, responsabile Brand Marketing Rex Free Standing di Electrolux Zanussi Italia, sul tema "Il lancio di Jetsy: la nuova macchina di Rex".

## ATTIVITÀ DIDATTICA

### UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE, SEDE DI GORIZIA

---

Docente a contratto presso l'ex Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, ora Dipartimento di Lingue e Letterature, Comunicazione, Formazione e Società, **a partire dall'a.a. 2006/07**, presso la sede di Gorizia, per i seguenti corsi:

- **Economia e gestione della marca (SSD: SECS-P/08)** (6 CFU) nell'ambito del Corso di laurea Specialistica in Relazioni pubbliche d'impresa presso la Sede di Gorizia (a.a. 2006/07; 2007/08; 2008/09; 2009/10);
- **Economia e gestione della marca (SSD: SECS-P/08)** (9 CFU) nell'ambito del Corso di laurea Magistrale in Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni presso la Sede di Gorizia (a.a. 2010/11; 2011/12 mutuaione da "Analisi e pianificazione dei media aziendali"; 2012/13; 2013/14; 2014/15; 2015/16; 2016/17);
- **Analisi e pianificazione dei media aziendali (SSD: SECS-P/08)** (6 CFU) nell'ambito del Corso di laurea Specialistica in Relazioni pubbliche d'impresa presso la Sede di Gorizia (a.a. 2008/09; 2009/10);
- **Analisi e pianificazione dei media aziendali (SSD: SECS-P/08)** (9 CFU) nell'ambito del Corso di laurea Magistrale in Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni presso la Sede di Gorizia (a.a. 2010/11; 2011/12; 2012/13).

Docente nell'ambito del **Corso di perfezionamento Sport News: Teorie e Tecniche del Giornalismo Sportivo**, organizzato dall'Università di Udine presso la sede di Gorizia.

- **Laboratorio di giornalismo** (a.a. 2008/09)

Docente nell'ambito del **Master Universitario di primo livello in "Management dello sviluppo montano"**, organizzato a Tolmezzo dall'Università degli Studi di Udine, per il seguente corso:

- **Marketing e turismo montano (a.a. 2007/08)**

### UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRIESTE

---

Docente "a contratto" presso l'ex Facoltà di Architettura, ora Dipartimento di Ingegneria ed Architettura, Corso di laurea magistrale a ciclo unico in Architettura, per il seguente corso:

- **Tecniche della comunicazione** (4 CFU), presso la sede di Gorizia (a.a. 2015/16)

Docente "a contratto" presso l'ex Facoltà di Scienze della Formazione, ora Dipartimento di Studi Umanistici, Corsi di laurea in Scienze della comunicazione e in Scienze dell'educazione, **a partire dall'a.a. 1999/2000**, per i seguenti corsi:

- **Comunicazione aziendale** (corso annuale, poi 8 CFU) presso la sede di Trieste (a.a. 1999/00; 2000/01; 2001/02; 2002/03; 2003/04; 2004/05; 2005/06)
- **Comunicazione aziendale-Secondo modulo** (6 CFU) presso la sede di Trieste (a.a. 2013/14)
- **Comunicazione aziendale** (corso semestrale) presso la sede di Portogruaro (a.a. 1999/00; 2000/01; 2001/02; 2002/03)
- **Comunicazione aziendale** (corso integrativo) presso la sede di Trieste (a.a. 2010/11)
- **Teoria della comunicazione** (corso semestrale) presso la sede di Portogruaro (a.a. 2000/01; 2001/02; 2002/03)
- **Sociologia dei consumi** (corso annuale 2002/03; corso integrativo 2003/04) presso la sede di Trieste.
- **Marketing avanzato** (6 CFU) presso la sede di Trieste, Dipartimento di Scienze Umanistiche (a.a. 2012/13; 2013/14);
- **Marketing avanzato** (corso integrativo) presso la sede di Trieste (a.a. 2011/12)
- **Marketing** (corso integrativo) presso la sede di Trieste (a.a. 2010/11; 2011/12)
- **Marketing** (secondo modulo) presso la sede di Trieste (a.a. 2016/17)
- **Economia e gestione delle imprese profit e non profit** (secondo modulo) presso la sede di Trieste (a.a. 2016/17)
- **Organizzazione e gestione delle risorse umane** (8 CFU) presso la sede di Trieste (a.a. 2006/07)

- **Organizzazione e gestione delle risorse umane** (4 CFU) presso la sede di Trieste (a.a. 2008/09, 2009/10).
- **Organizzazione e gestione delle risorse umane** (6 CFU) presso la sede di Portogruaro (a.a. 2014/15; 2015/16).

Docente nell'ambito del **Corso di perfezionamento in "Analisi e gestione della comunicazione - Comunicazione pubblica e d'impresa"**, organizzato dalla Facoltà di Scienze della Formazione (ora Dipartimento di Studi Umanistici) per il seguente corso:

- **Comunicazione aziendale** presso la sede di Trieste (a.a. 1999/00; 2000/01; 2001/02)

Docente nell'ambito del **Master Universitario di primo livello in "Analisi e gestione della comunicazione - Comunicazione pubblica e d'impresa"**, organizzato dalla Facoltà di Scienze della Formazione (ora Dipartimento di Studi Umanistici) per il seguente corso:

- **Comunicazione aziendale** presso la sede di Trieste (a.a. 2002/03, 2003/04, 2004/05, 2005/06, 2006/07, 2007/08, 2008/09, 2009/10 e 2010/11)

## **UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE, MILANO**

---

### **ALTA SCUOLA IN MEDIA COMUNICAZIONE E SPETTACOLO**

Docente a contratto nell'ambito del Master Universitario di primo livello in *Comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva*, organizzato in collaborazione con IAB Italia – Interactive Advertising Bureau, **a partire dall'a.a. 2009/2010**, per il seguente corso:

- **Teorie e linguaggi della pubblicità digitale** (a.a. 2009/10, 2010/11, 2011/12, 2012/13, 2013/14, 2014/15; 2015/16; 2016/17)

## **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA, "LA SAPIENZA"**

---

Docente a contratto nell'ambito del **Master Universitario di primo livello in Marketing Management** nel contesto del modulo formativo dedicato alla **Corporate Communication**: a.a. 2013/14; 2014/15; 2015/16

## **ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI BRERA, MILANO**

---

Docente a contratto per il seguente corso:

- **Relazioni Pubbliche**, 6 CFA (a.a. 2009/10; 2010/11)
- Novembre 2011: inserimento al primo posto nella graduatoria per aspiranti ad incarico di insegnamento annuale, **cattedra di "Antropologia culturale"**, presso Accademia di Belle Arti di Brera (Milano) con punti 85/85 alla voce titoli "culturali e professionali": la formalizzazione del rapporto di lavoro è purtroppo mancata in seguito all'entrata in vigore delle norme previste dal "Patto di stabilità" (blocco del beneficio dell'anno sabbatico e conseguente richiamo in servizio del titolare di Cattedra).

## **NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI (L.R.), MILANO**

---

Docente a contratto per i seguenti corsi:

- **Antropologia e cultura materiale** (corso semestrale), a.a. 2001/02
- **Marketing** (corso semestrale), a.a. 2001/02

## IUAV - Istituto Universitario di Architettura di Venezia

---

Assistente alla didattica presso la Cattedra di Estetica (a.a. 1997/98)

### ACCADEMIE DI BELLE ARTI STATALI

---

Inserimento nelle graduatorie nazionali (1998) per incarichi di insegnamento presso le Accademie di Belle Arti Statali:

- 17° posto su base nazionale nella graduatoria per l'insegnamento di **Estetica**
- 15° posto su base nazionale nella graduatoria per l'insegnamento di **Antropologia culturale**.

Nell'a.a. 1998/99 ho ricevuto una prima proposta di incarico di insegnamento (**cattedra di "Estetica"**, in posizione corrispondente all'VIII QF della Pubblica Amministrazione) presso l'Accademia di Belle Arti di Carrara. Ho ricevuto analoghe proposte negli a.a. 1999-2000 e 2000-2001, presso le Accademie di Belle Arti Statali di Firenze, di Carrara e di Reggio Calabria. Ho rinunciato a tali proposte per non interferire con gli impegni professionali già assunti presso l'agenzia di comunicazione Videoline e con i rapporti di collaborazione successivamente avviati con l'Università di Trieste.

### TESI DI LAUREA SEGUITE

Ho finora seguito come relatore oltre 100 tesi di laurea – su temi coerenti con i miei attuali interessi di ricerca – presso le Università degli Studi di Udine e di Trieste (discipline: Economia e gestione della marca, Marketing avanzato, Comunicazione aziendale, Teoria della comunicazione) e oltre 100 come correlatore. Principali casi aziendali studiati: Zara, Benetton, Stefanel, Replay, e-tree, Stroili Oro, Upim, Starbucks, Illycaffè, Vodafone, Moroso, H-Farm, Ikea, Brunello Cucinelli, Molteni, Havaianas, The North Face, Eataly, Eat's, ecc.

### ALTRE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE (ELENCO SINTETICO)

- 2016 *Marketing Academy di Fastweb, Milano*
1. Seminario di formazione su applicazione del metodo "Personas" per la segmentazione del mercato, Milano, 20 settembre
  2. Seminario di formazione su strategie di marketing e brand positioning, Milano, 13 giugno
- Seminari seguiti da oltre cinquanta manager, appartenenti all'area marketing di Fastweb (Gruppo Swiss Telecom).
- 2016-17 *Enaip-Friuli Venezia Giulia, sede di Pordenone*
- Moduli di "Retail marketing e tecniche di allestimento in store" (8 ore) e di "Visual storytelling nel retail" (16 ore) nell'ambito del corso di formazione "When the Stores tell Stories: nuovi approcci al Visual Merchandising".
- 2016 *CFP-Villaggio Formazione, Trieste*
- Moduli di "Pianificazione di strategie promozionali" (20 ore) e di "Allestimento degli spazi espositivi" (28 ore) nell'ambito di un corso di formazione su *Tecniche di Visual merchandising*
- 2016 *Ires - Istituto di Ricerche Economiche e Sociali del Friuli Venezia Giulia, sedi di Udine e di Trieste*
- Moduli di "Visual Storytelling" (25 ore) nell'ambito dei corsi *Impresa commerciale. Tecniche di Visual ed e-merchandising per l'impresa innovativa*.

- 2015 *Arché Formazione - Trieste*  
Modulo di "Visual Merchandising" (31 ore) nell'ambito del corso *Tecniche di Visual Merchandising*, finanziato dal Fondo Sociale Europeo e dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia.
- 2014 *Boscolo srl in collaborazione con Career Counseling - Padova*  
Attività di docenza (16 ore) nell'ambito di corso per "Addetto vendite. Visual Merchandising", finanziato dal Fondo Sociale Europeo e dalla Regione del Veneto (cfr. DGR 702/2013)
- 2013 *Ires - Istituto di Ricerche Economiche e Sociali del Friuli Venezia Giulia, Udine*  
Modulo di "Elementi di Consumer Behaviour e processo d'acquisto" (32 ore) nell'ambito del corso *Tecniche di Visual Merchandising*, finanziato dal Fondo Sociale Europeo e dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia.
- 2013 *Università di Udine, Dipartimento di Scienze Umane in collaborazione con Studio Idee Materia (Portogruaro)*  
Modulo di "Social Media Advertising" (4 ore) nell'ambito di corso di perfezionamento sul Web Marketing
- 2012 *Ordine degli Psicologi della Provincia Autonoma di Trento*  
Modulo di "Strategie di Marketing" (3 ore) nell'ambito di Corso di avviamento alla pratica professionale co-finanziato dalla Provincia Autonoma di Trento (L. 14/07 – Cod: PSI-L1-12.2).
- 2011 - 2012 *Insiel – Infomatica per il Sistema degli Enti Locali (Friuli Venezia Giulia), sede di Udine*  
Attività formativa individualizzata, rivolta alla Responsabile Relazioni esterne e Comunicazione interna di Insiel.  
Ciclo di dieci incontri seminariali sulla "Comunicazione aziendale" per un totale di 40 ore.
- 2010 - 2011 *Inpdap – Istituto Nazionale di Previdenza Dipendenti Amministrazioni Pubbliche in collaborazione con Università Cattolica di Milano*  
Corso di formazione per Responsabili URP – Ufficio Relazioni con il Pubblico  
Docente di "Strategie e tecniche di marketing pubblico" (8 ore), di "Progettazione di un piano di comunicazione" (16 ore) e di "Strategie e tecniche di comunicazione interna" (24 ore).  
(Spoleto, 13-17 dicembre 2010; 17-21 gennaio 2011)
- 2009 *CoReCom – Comitato Regionale per la Comunicazione del Friuli Venezia Giulia*  
Docenza nell'ambito del Seminario di formazione per Amministratori Pubblici sul tema *Gli Amministratori locali e la Comunicazione istituzionale. Informazione e partecipazione dei cittadini nell'era Internet*, in programma a Udine, presso la sede della Regione nei giorni 20-21 novembre 2009.
- 2006 *Cepad - Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano*  
Docenza in videoconferenze su "La comunicazione in caso di crisi". Corso di perfezionamento "Comunicare l'economia", organizzato in collaborazione con la Camera di Commercio di Benevento (Milano, 18.12.2006).
- 2004 *Stogea – Scuola di organizzazione e gestione aziendale, Lucca*  
Docente di "Product image" nell'ambito del Master per professional in "Comunicazione, marketing e relazioni pubbliche", sede di Bologna.
- 2003-2004 *IAL Veneto in collaborazione con Università di Trieste*  
Docente di Comunicazione aziendale nell'ambito del Corso IFTS: "Esperto della comunicazione e dei sistemi multimediali in area e-business". Sede: Portogruaro.
- 2003-2004 *Corte d'Appello di Trieste*  
Docente di "Teorie e tecniche della comunicazione" e di "Marketing dei servizi pubblici: analisi del target" nell'ambito del Corso di formazione in materia di comunicazione per il personale degli Uffici Giudiziari (tre successive edizioni). Sede: Trieste.
- 2003-2004 *Azienda dei Servizi Sanitari n. 1 "Triestina" – Dipartimento di prevenzione*  
Docente di "Comunicazione" nell'ambito del progetto formativo "Educare alla salute: strategie e modalità operative del Dipartimento di Prevenzione" (8 giornate di formazione).

- 2003 *Stogea – Scuola di organizzazione e gestione aziendale, Lucca*  
Docente dei moduli “Brand image” e “Product image” nell’ambito del Master post laurea in  
“Comunicazione, marketing e relazioni pubbliche”, sede di Bologna.
- 2002 *G.A.L. Venezia Orientale*  
Docente di “Comunicazione aziendale” nell’ambito del Master in formazione pubblica (Rif. Ob. 3  
Asse D Misura D2 – FSE) per dirigenti, funzionari ed impiegati delle Pubbliche Amministrazioni.  
Sede: Portogruaro.

## PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

### MONOGRAFIE

---

- Qualizza G. (2013). *Facebook Generation, I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*. Trieste: EUT - Edizioni Università di Trieste, edizione a stampa (ISBN: 978-88-8303-534-0) e in formato e-book (ISBN: 978-88-8303-527-2).
- Qualizza, G. (2013). *Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali e pratiche di consumo digitali*, tesi di dottorato, 294 pp., Università degli Studi di Trieste, XXV Ciclo del Dottorato di Ricerca in Scienze della riproduzione – Indirizzo Relazionale Educativo, Settore Scientifico-Disciplinare SECS-P/08 "Economia e gestione delle imprese", Supervisore di Tesi: Prof. Claudio Sambri.
- Qualizza, G. (2010). *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*. Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788856830767.
- Qualizza, G. (2010). *Nove Granice Šopinga*. Belgrado (Serbia): HesperiaEdu, ISBN: 9788679560179.
- Qualizza, G. (2006). *Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti*. Trieste: Edizioni Goliardiche, ISBN: 9788878730335 (ristampa: 2008).
- Qualizza, G. (2005). *Pensieri/Segnali. Architetture della comunicazione nella nuova "fabbrica delle idee"*. Trieste: Edizioni Goliardiche, ISBN: 8878730114.

### ARTICOLI IN RIVISTA

---

- Qualizza, G. (2016). "Coinvolgimento del consumatore nei confronti del brand: driver motivazionali e ruolo del contesto". TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E DI ARGOMENTAZIONE GIURIDICA, EUT-Edizioni Università di Trieste, Vol. 8, n. 1, pp. 3-17. ISSN: 2035-584X.
- Qualizza, G., Sambri, C. (2014). "Marche e giovani consumatori 'digitali'. Uno studio esplorativo". MERCATI & COMPETITIVITÀ, RIVISTA DELLA SOCIETÀ ITALIANA MARKETING, n. 1, pp. 153-176. ISSN: 1826-7386 **(peer reviewed content)**.
- Qualizza, G. (2013). "Tecnologie comunicative e vita quotidiana: il modello euristico della *domestication*". TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E DI ARGOMENTAZIONE GIURIDICA, EUT-Edizioni Università di Trieste, A. V, n. 1, pp. 186-203. ISSN: 2035-584x
- Qualizza, G., Sambri, C. (2013). "Giovani consumatori e nuovi media: una generazione di nativi digitali?". MERCATI & COMPETITIVITÀ, RIVISTA DELLA SOCIETÀ ITALIANA MARKETING, n. 1, pp. 119-141. ISSN: 1826-7386 **(peer reviewed content)**.
- Qualizza, G. (2013). "Consumer Empowerment: il rapporto tra nuovi media e generazioni digitali". MEDIASCAPES JOURNAL (Casa Editrice Sapienza, Università di Roma "La Sapienza"), n. 1, pp. 119-143. ISSN: 2282-2542 **(peer reviewed content)**.
- Qualizza, G. (2013). "L'ufficio polisensoriale: un luogo d'incontro per generatori di idee". PERSONALE E LAVORO. RIVISTA DI CULTURA DELLE RISORSE UMANE, A. XLIX, n. 2, pp. 17-22.
- Qualizza, G. (2012). "Giovani e nuovi media: pratiche di consumo digitale e dinamiche relazionali". MEDICO & BAMBINO, n. 10, pp. 639-647, ISSN: 1591-3090 **(peer reviewed content)**.
- Qualizza, G. (2012). *Connecting People. Le nuove vie della comunicazione non convenzionale*. TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, A. IV, n. 1, pp. 170-180, ISSN: 2035-584X.
- Qualizza, G. (2010). *Estetiche della vita quotidiana: nuovi scenari del lusso*. TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, A. II, n. 2, pp. 58-74, ISSN: 2035-584X.

- Qualizza, G. (2009). Artefatti simbolici e cambiamento organizzativo. TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, A. I, n. 2, pp. 88-106, ISSN: 2035-584X.
- Qualizza, G. (2009). Lo storytelling nella comunicazione d'impresa. TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, A. I, n. 1, pp. 4-17, ISSN: 2035-584X.
- Qualizza, G. (2006). Eternal Labyrinths. ARIA MAGAZINE, n. 3, pp. 6-15, ISSN: 1826-655X.
- Qualizza, G. (2001). "La comunicazione: ipotesi, tendenze, linee di confine". R & S., n. 3, pp. 44-64, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (2000). "I percorsi del cambiamento. Paradosso, discontinuità e dimensione dell'inatteso nella soluzione dei problemi". R & S., n. 3, pp. 29-36, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1998). "Il gioco tra abbondanza e privazione". FENOMENOLOGIA E SOCIETÀ, A. XXI, n. 3, pp. 124-135, ISSN: 0394-2759.
- Qualizza, G. (1998). "La comunicazione: istruzioni per l'uso". R & S, n. 1, pp. 45-55. ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1998). "Il corpo come linguaggio". R & S., n. 4, pp. 33-41, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1998). "La comunicazione. Un percorso tra comportamenti e parole". R & S, n. 3, pp. 34-41. ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1996). "Continuità e dissolvenze. L'identità personale nelle riflessioni di Williams, Nozick e Parfit". R & S., n. 4, pp. 33-44, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1995). "Hoffmann e Chamisso. I percorsi dell'assenza nelle metafore dell'ombra e dello specchio". EDIZIONE, n. 11, pp. 53-70.
- Qualizza, G. (1995). "Le metafore dell'ombra e dello specchio. Hoffmann e Chamisso". R & S., n. 5, pp. 47-58, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1992). "Il gioco in Gadamer tra rischio e simmetria". FENOMENOLOGIA E SOCIETÀ, A. XV, n. 1, pp. 149-165, ISSN: 0394-2759.

## **CONTRIBUTI IN VOLUME (CAPITOLI O SAGGI)**

---

- Qualizza, G. (in attesa di pubblicazione). "Domesticità nomadi", in AA.VV., *I ragazzi e la rete* (titolo provvisorio), Trieste: Edizioni Goliardiche.
- Qualizza, G. (2012). "Inventing the Space of a Green Factory". In: Battaglia, M., Buckley, J., Caroli, M., Castellò, A., Cecchin, A., Chiellino, G., Iraldo, F., Karabatsos, Ch., Melchiorre, V., Mèndiz, A., Mikelopoulou, P., Musso, P., O' Tuama, S., Paltrinieri, R., Pieretti, G., Pratesi, C.A., Qualizza, G., Sala, E., Sarigiannis, I., Stacchini, V. *Handbook of green communication and marketing*. pp. 208-224, Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788856849370 (**peer reviewed content**).
- Qualizza, G. (2012). "Inventare lo spazio di una green factory". In: Battaglia, M., Buckley, J., Caroli, M., Castellò, A., Cecchin, A., Iraldo, F., Karabatsos, Ch., Konstantinou, K., Melchiorre, V., Mèndiz, A., Mikelopoulou, P., Musso, P., O' Tuama, S., Paltrinieri, R., Pieretti, G., Prantoni, G., Pratesi, C.A., Qualizza, G., Sala, E., Sarigiannis, I., Stacchini, V. *Green marketing per le aree industriali. Metodologie, strumenti e pratiche*. pp. 225-243, Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788820409784 (**peer reviewed content**).
- Qualizza, G. (2012). "Ustvarjanje prostora za zeleno tovarno". In: Cavallo, M., Degli Esposti, P., Konstantinou, K., Nemas, F. (ureditev), Priročnik za zeleno komuniciranje in marketing, Ljubljana (Slovenia), ApE - Agencija za prestrukturiranje energetike. pp. 207-223. ISBN 978-961-92737-3-9
- Qualizza, G. (2012). "Σχεδιάζοντας το χώρο ενός πράσινου εργοστασίου". In: Cavallo, M., Degli Esposti, P., Κωνσταντίνου, Κ. (a cura di), Οδηγός Πράσινου Μάρκετινγκ Για Βιομηχανικές και Επιχειρηματικές περιοχές και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Ecomark, pp. 280-302. ISBN 978-960-93-4638-2



- Qualizza, G. (2012). "Inventer l'Espace d'une Usine Verte". In: Cavallo, M., Degli Esposti, P., Konstantinou, K. (a cura di). *Guide «Marketing vert pour les zones industrielles»*, Ecomark Project, pp. 207-220.
- Qualizza, G. (2012). "Nuove frontiere dello shopping: polisensorialità e coinvolgimento del consumatore". In: Martelli, S., Brusati, L., Kudo, H., Tomsic, M., Prijon, L., Strizzolo, N., Qualizza, G. et alii. *Economia e comunità*. pp. 80-99, Udine: Editrice Universitaria Udinese Forum, ISBN: 9788884207319.
- Qualizza, G. (2012). "Analisi della domanda di prodotti promozionali in Italia. Risultati della ricerca". In: Martelli, S., Brusati, L., Kudo, H., Tomsic, M., Prijon, L., Strizzolo, N., Qualizza, G. et alii. *Economia e comunità*. pp. 209-245, Udine: Editrice Universitaria Udinese Forum, ISBN: 9788884207319.
- Qualizza, G. (2011). "Non chiamatelo negozio, per favore". In: Gallucci, F., *Marketing emozionale e neuroscienze*. pp. 231-233, Milano: EGEA, ISBN: 9788823833098.
- Qualizza, G., Dini, A. (2011). "Brand Trends. Il reloading della marca nella comunicazione digitale". In: Musso, P. (a cura di), *Brand Reloading. Nuove strategie per comunicare, raccontare e rappresentare la marca*. pp. 161-186, Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788856838534.
- Bensi, P., Gambetti, R., Qualizza, G., Sambri, C. (2009). "Lo sviluppo di una campagna pubblicitaria". In: Cristini, G. (a cura di). *La guida del Sole 24 ore al Marketing. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione*. pp. 629-659, Milano: Il Sole 24 Ore, ISBN: 9788863450699.
- Qualizza, G. (2007). "Nuovi scenari per l'ambiente ufficio: il Centro Direzionale di Franke Italia". In: Musso, P. (a cura di), *Internal Branding. Strategie di marca per la cultura d'impresa*. pp. 97-111, Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788846487995.
- Qualizza, G. (2007). "A source of inspiration. Corporate identity: a catalyser of resources". In: AA.VV.. *A brief glimpse. Forty years of Franke Italia seen through the eyes of the protagonists*. pp. 86-91, Peschiera del Garda (VR): Franke SpA.
- Qualizza, G. (2007). "A strategy founded on the knowledge and on the innovation". In: AA.VV.. *A brief glimpse. Forty years of Franke Italia seen through the eyes of the protagonists*. pp. 107-114, Peschiera del Garda (VR): Franke SpA.
- Qualizza, G. (2007). "Una fonte d'ispirazione. La Corporate Identity: un catalizzatore di risorse". In: AA.VV.. *Tracce. Quarant'anni di Franke Italia nel racconto dei protagonisti*. pp. 86-91, Peschiera del Garda (VR): Franke SpA.
- Qualizza, G. (2007). "Una strategia fondata sulla conoscenza e sull'innovazione". In: AA.VV.. *Tracce. Quarant'anni di Franke Italia nel racconto dei protagonisti*. pp. 107-114, Peschiera del Garda (VR): Franke SpA.
- Qualizza, G. (2006). "Dai distretti industriali ai metadistretti della conoscenza". In: Battisti, G., Friolo, R., Giurco, G., Iurman, A., Qualizza, G., Simeon, G., Stoppa, M., Villanova, R., Zovatto, P.. *Nuove sfide per la formazione. Il P.I.D.D.AM. un'avventura che continua*. pp. 27-40, Trieste: Università di Trieste, Dipartimento di Scienze Geografiche e Storiche.
- Qualizza, G. (2005). "Comunicare in azienda: spazio del gioco e strategie d'interazione". In: B. Sidoti, P. Biasi, A. Angiolino, L. Giuliano, E. Kermol, F. Tricoli, M. Tessarolo, L. Gaddi, M. Sclaunich, N. Bet, R. Saracco, M. Cossutta, G. Qualizza, E. Aguglia, G. Austoni. *Gioco & Giochi. Tra comunicazione e nuove tecnologie*. pp. 173-189, Padova: CLEUP Cooperativa libraria Università di Padova, ISBN: 8871788028.
- Qualizza, G. (2001). "Comunità virtuali, città invisibili, non-luoghi". In: Kermol, E., Pira, F. (a cura di). *Dall'e-commerce all'e-government*. pp. 231-241, Padova: CLEUP Cooperativa libraria Università di Padova, ISBN: 8871785371.

## **CONTRIBUTI IN ATTI DI CONVEGNO**

---

- Vernuccio, M., Qualizza, G., Buratti, A. e Ceccotti, F. (2016). "Consumer-Brand Engagament. Delving into the managerial perspectives", *EMAC - European Marketing Academy 2016 Conference*, Oslo, BI Norwegian Business School, 24-27 maggio..

- Vernuccio, M., Qualizza, G. e Buratti, A. (2015). "Consumer Brand Engagement: imprese ed agenzie a confronto", contributo presentato al XII° *Convegno della Società Italiana Marketing*, Sessione parallela *Product & Brand Management*, coordinata dal Prof. Tiziano Vescovi e dalla Prof.ssa Maria Vernuccio. Torino, Università di Torino, Dipartimento di Management, 23 ottobre.
- Qualizza, G., Sambri, C. (2013). "Consumer Empowerment tra vecchie e nuove forme di prosumerismo. Indagine qualitativa tra i 'nativi digitali'", in AA.VV., *Smart life. Dall'innovazione tecnologica al mercato*, X Convegno Annuale della SIM – Società Italiana Marketing, Milano, Università degli Studi di Milano Bicocca, 3 e 4 ottobre. ISBN: 978-88-907662-1-3.
- Musso, P., Qualizza, G., Sala, E., Mussa, S., Rabozzi, R., Tacconi, S. (2012). *New territories of Retail in Italy between on and off line*, dossier presentato nell'ambito del *World Retail Congress*, Londra, 19-21 Settembre.
- Qualizza, G., Sambri, C. (2012). "Rapporto tra marche e giovani consumatori 'digitali'. Uno studio esplorativo". In: AA.VV., *Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin*, IX convegno annuale della SIM - Società Italiana Marketing, Benevento, Università degli Studi del Sannio, 20 e 21 settembre, ISBN: 978-88-907662-0-6.
- Qualizza, G., Sambri, C. (2011). "Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali, consumi digitali e forme di partecipazione in rete. Indagine esplorativa sulla generazione dei Millennials", paper presentato al IX convegno annuale della SIM - Società Italiana Marketing, Roma, Università di Roma "La Sapienza", 22 e 23 settembre.
- Qualizza, G. (2010). "Store of stories: il luogo si fa racconto". In: Fontana, A., Iabichino, P., Sassoon, J., Qualizza, G., Gnasso, S., Siri, G., Batini, F., Parenti, G., Petrucco, C., Ventura, S. et alii. *Narrare il Consumo. Ebook del Secondo Convegno Nazionale sulla Narrazione d'Impresa*. Università di Pavia, 25 ottobre 2010, pp. 18-19, Pavia: Osservatorio Storytelling dell'Università di Pavia.
- Qualizza, G. (2010). "Nove granice šopinga. Multi-osestljivost i učestvovanje potrošača / Nuove frontiere dello shopping. Polisensorialità e coinvolgimento del consumatore". Convegno Internazionale di Studi *Business Excellence Show*, Belgrado (Serbia), 9 novembre.
- Qualizza, G. (2009). "Nuove frontiere della comunicazione tra identità, valori ed etica". In: Caruso, M.P., Del Campo, F., Ambrosi, E., Pira, F., Qualizza, G., Mazzini, G., *Gli amministratori locali e la comunicazione istituzionale. Informazione e partecipazione dei cittadini nell'era Internet*. Udine, novembre 2009, pp. 91-116, Trieste: CoReCom FVG - Comitato Regionale per le Comunicazioni Friuli Venezia Giulia.
- Qualizza, G., "Lo storytelling nella comunicazione d'impresa", paper presentato al XIV Convegno annuale di AIDEA – Giovani (Accademia Italiana di Economia Aziendale), Università di Udine, sede di Gorizia, 26 e 27 giugno 2009.
- Qualizza, G. (2003). "Spazio del gioco e modelli di relazione in azienda". In: Kapor-Stanulovic, N., Farnè, R., Hoefken, C., Sidoti, B., Rizzi, P., Rizzolo, M.C., Qualizza, G. et alii. *Và dove ti porta il gioco. Le nuove frontiere della cultura ludica*. Udine, 24-28 aprile 2002, pp. 96-106, Udine: Associazione Piccoli Passi.

## **RAPPORTI DI RICERCA**

---

- Qualizza, G. (2010). *Analisi della domanda di prodotti promozionali da parte delle imprese italiane*. LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine.
- Sambri, C., Qualizza, G. (2009). *Caratteristiche della shopping experience all'interno di un Factory Outlet Centre. Indagine di Mystery Shopping sul Palmanova Outlet Village*. Università di Trieste, Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale.

## **RECENSIONI IN RIVISTA**

---

- Qualizza, G. (1993). "A. Dal Lago, Descrizione di una battaglia, Bologna, Il Mulino, 1990". FENOMENOLOGIA E SOCIETÀ, vol. A. XVI, pp. 178-180, ISSN: 0394-2759.
- Qualizza, G. (1993). "P.A. Rovatti, L'esercizio del silenzio, Milano, Raffaello Cortina Editore", 1992. FENOMENOLOGIA E SOCIETÀ, vol. A. XVI, pp. 176-178, ISSN: 0394-2759.

## ALTRO

---

- Qualizza, G. (2016). "Shopping experience: approccio 'situazionista' per vincere la crisi". BRANDFORUM, 22 marzo.
- Qualizza, G. (2016). "Retail liquido e flessibile: l'innovazione oltre la crisi". BRANDFORUM, 21 marzo.
- Qualizza, G. (2015). "Rai Pubblicità. 2015 anno luce: presentazione dell'offerta commerciale". BRANDFORUM, 06 marzo.
- Qualizza, G. (2014). "Ambiente ufficio. Uno spazio sensibile". OFFICE OBSERVER, 14 febbraio.
- Qualizza, G. (2009). "New luxury scenarios: creativity, brands and advertising". MYMARKETING.NET, 9 marzo.
- Qualizza, G. (2009). "Nuovi scenari del lusso. Creatività, brand e comunicazione". BRANDFORUM, n. 1.
- Qualizza, G. (2008). "Dalla creazione alla co-creazione. Zooppa, Fluevog, Nikeld: esperienze di marca per consumatori appassionati". BRANDFORUM, n. 3.
- Qualizza, G. (2006). "Thuniversity: emozioni da vivere". BRANDFORUM, n. 4.
- Qualizza, G. (2006). "Nuovi approcci alla Corporate Identity: il caso Franke". BRANDFORUM, n. 3.
- Qualizza, G., Zanella, A. (2006). "Il modello Zara: punto vendita e collezioni vive", in BRANDFORUM, n. 2.
- Donatucci, F., Musso, P., Qualizza, G., Zarantonello, L. (2006). "Segni di marca". BRANDFORUM, n. 1.
- Qualizza, G., Merico, D. (2005). "Un viaggio lungo un gioco: il Telecom Italia Future Centre di Venezia". BRANDFORUM, n. 3.
- Qualizza, G. (2001). "Comunicazione e design: trasparenze di superficie, memoria, progetto". FUCINE MUTE, n. 27 (<http://www.fucine.com/archivio/fm27/qualizza.htm>).
- Qualizza, G. (2000). "Spazio del moderno e metafora del labirinto". FUCINE MUTE, n. 14 (<http://www.fucine.com/archivio/fm14/qualizza.htm>).

## PRESENTAZIONI A SEMINARI E CONVEGNI

---

Qualizza, G. (2017). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, Biblioteca Comunale di Monfalcone (GO), 21 aprile.

Qualizza, G. (2017). Partecipazione - nell'ambito del *Festival della crescita* - alla tavola rotonda *DigiHow: Saperi, Scrittura, Relazioni nel mondo digitale* assieme a Maurizio Masini (Università di Siena), Stefano Moriggi (Università di Milano Bicocca), Renato Quaglia (Friuli Future Forum, Udine), Bruno Restuccia (The Land, Roma). Moderatori: Francesco Morace (Future Concept Lab, Milano) e Daniele Pittèri (Direttore Complesso Museale di S.Maria della Scala, Siena). Siena, 7 aprile.

Qualizza, G. (2017). "Storytelling e shopping experience: when the stores tell stories", relazione presentata nell'ambito di *BeWizard!*, Convegno internazionale dedicato al Web Marketing, PalaCongressi di Rimini, 01 aprile.

Qualizza, G. (2017). "Nativi digitali: tra mito e realtà", relazione presentata nell'ambito del Convegno *Friuli Future Forum*, Camera di Commercio di Udine, 16 febbraio.

Qualizza, G. (2017). "Quando i punti vendita raccontano storie: storytelling ed esperienza digitale nel punto vendita", relazione presentata al Convegno *Il commercio al centro*, organizzato da Confesercenti Emilia-Romagna, Bologna, 26 gennaio.

Qualizza, G. (2016). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, Biblioteca del Comune di Fogliano Redipuglia (GO), 28 novembre.

Qualizza, G. (2016). Partecipazione come relatore al workshop di presentazione del corso di aggiornamento *@PP 2.0: comunicare, insegnare e posizionarsi ai tempi del Web 2.0*, organizzato a Gorizia dal Laboratorio SASWeb dell'Università di Udine, Gorizia, 5 ottobre.

Qualizza, G. (2016). "Storytelling e shopping experience", relazione presentata nell'ambito dell'evento *Social Media Week 2016*, Casa del Cinema - Parco di Villa Borghese, Roma, 15 settembre.

Qualizza, G. (2016). "Consumer Brand Engagement: dal marketing al societing", relazione presentata nell'ambito del ciclo di incontri *Lunedì Digitali*, Biblioteca del Comune di San Giorgio di Nogaro (UD), 9 maggio.

Qualizza, G. (2016). "Consumer Brand Engagement", relazione presentata presso Cooperativa Sociale Giotto, Padova, 4 aprile.

Qualizza, G. (2016). "Dal punto vendita allo store of stories", relazione presentata presso il Samsung District, Milano, 23 febbraio.

Qualizza, G. (2015). "Facebook Generation. Il rapporto con i social media e le nuove tecnologie della comunicazione", relazione presentata al convegno *Sociologia 2020. Nuove sfide sociali e buone pratiche per il Friuli Venezia Giulia negli studi dei sociologi della Regione*, Università di Udine e Università di Trieste, sedi di Gorizia, 3 dicembre.

Qualizza, G. (2015). "Tecniche di visual merchandising per uno store fisico", relazione presentata nell'ambito del seminario *Visual ed e-merchandising per incrementare le vendite*, Organizzato da IRES-FVG nell'ambito del Progetto Imprenderò 4.0, Udine, 12 novembre.

Qualizza, G. (2015). "La messa in scena del prodotto e del brand", relazione presentata nell'ambito del seminario *Visual Merchandising: come attrarre il cliente retail*, Organizzato da Enaip-FVG nell'ambito del Progetto Imprenderò 4.0, Gorizia, 28 ottobre.

Vernuccio, M., Qualizza, G. e Buratti, A. (2015). "Consumer Brand Engagement: imprese ed agenzie a confronto", contributo presentato al XII° *Convegno della Società Italiana Marketing*, Sessione parallela *Product & Brand Management*. Università di Torino, 23 ottobre.

Qualizza, G. (2015). "Il consumatore digitale", relazione presentata presso Centro Italiano di Studi Superiori per la Formazione e l'Aggiornamento in Giornalismo Radiotelevisivo nell'ambito del *Corso di Economia* rivolto a giornalisti della RAI-RadioTelevisione Italiana, Perugia, 22 ottobre.

Qualizza, G. (2015). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, presso Università Cattolica del Sacro Cuore (Milano). Interventi di Prof.ssa Nicoletta Vittadini, Associato di Sociologia della Comunicazione Università Cattolica di Milano, del Prof. Nicola Strizzolo, Ricercatore di Sociologia della Comunicazione Università degli Studi di Udine, della Dott.ssa Patrizia Musso, Direttore di Brandforum, osservatorio culturale sul branding, Milano, 08 aprile.

Qualizza, G. (2015). "It all starts with a story: brand e strategie narrative per la comunicazione dell'offerta alberghiera", relazione presentata al *BeWizard! Human2Human Web Marketing*, Convegno internazionale dedicato al Web Marketing, PalaCongressi di Rimini, 21 marzo.

Qualizza, G. (2015). "Le nuove vie dalla comunicazione non convenzionale: dal marketing al societing", relazione presentata al *BeWizard! Human2Human Web Marketing*, Convegno internazionale dedicato al Web Marketing, PalaCongressi di Rimini, 20 marzo.

Qualizza, G. (2015). Partecipazione alla tavola rotonda sul tema "Affrontiamo i luoghi comuni su giovani e internet. Esperienze, ricerche e riflessioni", sala riunioni del CSM, Palmanova, 9 marzo.

Qualizza, G. (2015). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, presso la Biblioteca del Comune di San Giorgio di Nogaro (UD), 9 febbraio.

Qualizza, G. (2014). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, presso EnaipFVG, Gorizia, 16 dicembre.

Qualizza, G. (2014). Discussant nell'ambito del convegno internazionale di studi "Giovani, cultura e istituzioni", Università degli Studi di Trieste, 20-22 novembre.

Qualizza, G. (2014). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, nell'ambito degli incontri sulla comunicazione d'impresa organizzati dal Gruppo Giovani Imprenditori di Confartigianato Friuli Venezia Giulia, c/o Azienda "La Tunella", Premariacco (UD), 19 giugno.

Qualizza, G. (2014). Seminario sul tema "Tecniche di ricerca standard: l'utilizzo del questionario strutturato come strumento di rilevazione" nell'ambito del Dottorato di Ricerca (PhD) in *Business Studies* (XXVII-XXVIII Cycles), corso di Metodi e Metodologia della Ricerca / Methodology of Research (Prof.ssa Laura Bergnach). Università degli Studi di Udine, DIES - Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche, Udine, 12 giugno.

Qualizza, G. et al. (2014). Partecipazione alla tavola rotonda su *Gli spazi della socialità e dell'identità*, organizzata nell'ambito del progetto *Martignacco 2030. Costruiamo insieme la Martignacco che verrà*, Comune di Martignacco (UD), 12 maggio.

Qualizza, G. (2014). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, presso Libreria Ubik, Piazza della Borsa, Trieste, 8 maggio.

Qualizza, G., Sambri, C. (2013). "Consumer Empowerment tra vecchie e nuove forme di prosumerismo. Indagine qualitativa tra i 'nativi digitali'", contributo presentato al X Convegno Annuale della SIM – Società Italiana Marketing, Sessione parallela *Consumer Behaviour*, coordinata dal Prof. Daniele Dalli, Milano, Università degli Studi di Milano Bicocca, 4 ottobre.

Qualizza, G. (2013). Presentazione del volume *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, di cui sono autore, presso Consorzio Friuli Innovazione, Udine, 26 marzo.

Qualizza, G. (2013), Presentazione del volume *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, di cui sono autore, presso Coworking Login, Milano, 20 marzo.

Qualizza, G. & al. (2012), Partecipazione alla tavola rotonda *Professione salute: tra stereotipi e verità*, organizzata nell'ambito del "Festival delle Professioni", Trento, 19 ottobre.

Qualizza, G., Sambri, C. (2012), "Rapporto tra marche e giovani consumatori digitali. Uno studio esplorativo", contributo presentato al IX° *Convegno della Società Italiana Marketing*, Sessione parallela *Consumer Behaviour*, coordinata dal Prof. Daniele Dalli e dal Prof. Gianluigi Guido. Benevento, Università del Sannio, 20 settembre.

Musso, P., Qualizza, G., Sala, E., Mussa, S., Rabozzi, R., Tacconi, S. (2012), *New territories of Retail in Italy between on and off line*, dossier presentato nell'ambito del convegno internazionale *World Retail Congress*, Londra, 19-21 Settembre.

Qualizza, G. (2012), "Inventare lo spazio di una green factory", relazione presentata al Convegno Internazionale di Studi *Il green marketing come opportunità di rilancio economico e di crescita sostenibile*, organizzato dal Dipartimento di Sociologia dell'Università di Bologna, Bologna, Facoltà di Scienze politiche, 4 aprile.

Qualizza, G. (2012), Presentazione del volume *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, di cui sono autore, presso Università Cattolica del Sacro Cuore, Facoltà di Scienze linguistiche, Milano, 21 marzo.

Qualizza, G. (2012), Presentazione del volume *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, di cui sono autore, nell'ambito del ciclo di incontri *Un libro, un tema, un'idea. Percorso letterario nel mondo della comunicazione*, organizzato da Ferpi Triveneto e da Associazione Comunicazione Pubblica, Belluno, 17 febbraio.

Qualizza, G. (2011), Partecipazione alla Tavola rotonda "Comunicare la professionalità", organizzata dal CERMEG - Centro di Ricerche sulla Metodologia Giuridica, Università di Trento, Facoltà di Giurisprudenza, 20 dicembre.

Qualizza, G. (2011), "Le nuove frontiere dello shopping", relazione presentata al Convegno *Tendenze emergenti nell'interazione tra produttori, commercianti e consumatori*, organizzato dall'Associazione Antica Contea di Gorizia in collaborazione con il LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine, Gradisca, 28 novembre.

Qualizza, G. (2011), "Comunicare nel marketing e nel settore d'impresa", relazione presentata nell'ambito del ciclo di *Incontri di studio e formazione nel settore della comunicazione*, organizzato dal CERMEG – Centro di Ricerche sulla Metodologia Giuridica dell'Università di Trento, Trento, Facoltà di Giurisprudenza, 17 novembre.

Qualizza, G., Sambri, C. (2011), "Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali, consumi digitali e forme di partecipazione in rete. Indagine esplorativa sulla generazione dei "Millennials", relazione presentata all'*VIII° Convegno della Società Italiana Marketing*, Sessione parallela *Marketing e Tecnologie*, Roma, Università La Sapienza, Facoltà di Economia, 23 settembre.

Qualizza, G. (2010), "Nuove frontiere dello shopping. Polisensorialità e coinvolgimento del consumatore", relazione presentata al Convegno Internazionale di Studi *Business Excellence Show*, organizzato da Casa Editrice HesperiaEdu e Università di Belgrado, Belgrado (Serbia), 9 novembre.

Qualizza, G. (2010), "Dalla Brand Identity allo Store of Stories", relazione presentata al Convegno *Narrare il consumo*, Secondo Convegno Nazionale sul Corporate Storytelling, Aula Magna dell'Università degli Studi di Pavia, 25 ottobre.

Qualizza, G. (2010), "Analisi della domanda di prodotti promozionali. Sintesi dei risultati", relazione presentata al Convegno *Le scelte delle imprese utilizzatrici di prodotti promozionali*, Milano, 11 marzo. Altri relatori: Prof. Luca Brusati, Associato di Economia Aziendale dell'Università degli Studi di Udine, dott. Paolo Corno, direttore marketing e new business di Sodexo Motivation solutions.

Qualizza, G. (2010), "Marche e luoghi nella rete. Il web 2.0 a servizio del marketing turistico", relazione presentata al seminario *Web marketing per il settore turistico*, organizzato nell'ambito della manifestazione Expo Gadget, Fiera di Padova, 6 marzo.

Qualizza, G. (2010), "Connecting people. Web marketing e approcci non convenzionali: come cambia la pubblicità?", relazione presentata al convegno *Comunicare. Perché? Con chi? Per chi?*, Consorzio Universitario di Pordenone, 8 febbraio.

Qualizza, G. (2009), "La vetrina in frantumi. Oltre lo shopping, oltre lo store", relazione presentata presso la Facoltà di Architettura dell'Università di Trieste, nell'ambito del Laboratorio di Economia della città e del territorio, coordinato dal Prof. Vittorio Alberto Torbianelli, Associato di Economia Applicata, Trieste, 15 dicembre.

Qualizza, G. (2009), "Nuove frontiere della comunicazione tra identità, valori ed etica", paper presentato al Seminario di formazione su *Gli Amministratori locali e la Comunicazione istituzionale. Informazione e partecipazione dei cittadini nell'era Internet*, organizzato dal CoReCom - Comitato Regionale per le Comunicazioni del Friuli Venezia Giulia, Udine, 21 novembre.

Qualizza, G. (2009), "Lo storytelling nella comunicazione d'impresa", paper presentato al XIV Convegno annuale di AIDEA – Giovani (Accademia Italiana di Economia Aziendale), Università di Udine, sede di Gorizia, 26 giugno.

Qualizza, G. (2009), "Il futuro possibile: la comunicazione cambia, cambia la comunicazione!", relazione presentata presso CNA Modena – Unione Comunicazione e Terziario Avanzato. Modena, 4 maggio.

Qualizza, G. (2009), Presentazione del libro di Francesco Gallucci, *Marketing dei luoghi e delle emozioni* nell'ambito del convegno *Il commercio nei centri urbani: ri-progettare per la persona*, organizzato dalla Facoltà di Architettura dell'Università di Trieste in collaborazione con ConfCommercio. Trieste, 6 aprile.

Qualizza, G. (2009), "Web marketing e branding experience", relazione presentata al convegno *Le professioni e le competenze per la comunicazione e i new media*, Università di Ferrara, Aula Magna del Rettorato, 24 marzo.

Qualizza, G. (2009), "Internal Branding in 3D", relazione presentata al seminario *Strategie di Internal Branding*, organizzato da IED Comunicazione per la presentazione del volume *Internal Branding. Strategie di marca per la cultura d'impresa* (ed. Franco Angeli), curato da Patrizia Musso. Dibattito moderato dal Prof. Aldo Colonetti, Direttore Scientifico Gruppo IED. Milano, 25 febbraio.

Qualizza, G. (2009), "L'incontro tra prodotto ed emozioni. Come rilanciare e qualificare la proposta turistico-commerciale di un territorio", relazione presentata al convegno *Strategie e progetti per la valorizzazione del territorio*, organizzato da Ascom-Confcommercio di Pordenone, 16 febbraio 2009.

Qualizza, G. (2009), Presentazione del libro *Oltre lo shopping*, di cui sono autore, effettuata nell'ambito del Workshop "Progettare per il commercio urbano", organizzato dal Prof. Vittorio Alberto Torbianelli, Facoltà di Architettura, Università di Trieste, 14 gennaio.

Qualizza, G. (2008), "La comunicazione al lavoro. Dalla marca-rete alla web experience", relazione presentata presso la Facoltà di Sociologia dell'Università Cattolica, Milano, 9 dicembre.

Qualizza, G. (2008), "I brand della politica: scenari, posizioni competitive e strategie", relazione presentata nell'ambito della tavola rotonda *La comunicazione ha vinto o perso le elezioni? Analisi e riflessioni su stili, miti e modelli della nuova politica*, Camera di Commercio di Udine, 14 maggio.

Qualizza, G. (2008), Presentazione del libro *Oltre lo shopping*, di cui sono autore, effettuata presso la Facoltà di Scienze linguistiche dell'Università Cattolica, Milano, 23 aprile.

Qualizza, G. (2008), "L'incontro tra prodotto ed emozioni: il cibo e l'immaginario di marca", intervento effettuato nell'ambito del convegno *La pubblicità ingannevole e i reali bisogni alimentari a confronto con l'aspetto socio-psicologico*, organizzato dalla sezione di Trieste della LILT - Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori. Trieste, 19 marzo.

Qualizza, G. (2008), "Uscire dagli schemi: nuove frontiere della comunicazione di marca", relazione presentata nell'ambito della *Spring School of Communications*, organizzata da ALMED – Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica di Milano. Udine, 19 febbraio.

Qualizza, G. (2007), "Gli stili e i comportamenti d'acquisto del nuovo consumatore", relazione presentata nell'ambito del convegno *Il commercio verso il cambiamento: le opportunità nel Friuli Venezia Giulia. L'evoluzione della rete distributiva e i nuovi stili di consumo*, promosso dalla direzione Attività produttive della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia. Udine, 1 ottobre.

Qualizza, G. (2007), "Nuove frontiere dello shopping: multisensorialità e coinvolgimento del consumatore", relazione presentata nell'ambito del *Visual Meeting* del Gruppo Coin. Altri relatori: dott. Stefano Beraldo, AD del Gruppo Coin; dott.ssa Giusi Scandroglio, Managing Director di Envirosell Europe; Elio Fiorucci, imprenditore e stilista. Venezia, 9 luglio.

Qualizza, G. (2007), Presentazione del libro *Oltre lo shopping*, di cui sono autore, effettuata in data 9 maggio presso Palazzo Alvarez di Gorizia nell'ambito delle attività del LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine.

Qualizza, G. (2007), "Organizzazione per processi e comunicazione", relazione presentata presso la Facoltà di Scienze politiche dell'Università di Trieste, corso di Sociologia dell'organizzazione. Trieste, 2 maggio.

Qualizza, G. (2007), Presentazione su Raisat-Gambero Rosso Channel del libro *Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti*, di cui sono autore: intervista a cura del giornalista Alfredo Antonaros nell'ambito della rubrica di approfondimento culturale "Letture golose" (in onda il 6 marzo).

Qualizza, G. (2006), "Gli strumenti di comunicazione in azienda: dalla teoria alla pratica", relazione presentata presso la Facoltà di Sociologia dell'Università Cattolica, Milano, 24 ottobre.

Qualizza, G. (2006), Partecipazione al dibattito televisivo *Espresso o americano? Il caso Starbucks Coffee* in onda su Raisat-Gambero Rosso. Ospiti, assieme al sottoscritto, Daniele Tirelli, Presidente di Popai Italia e docente allo IULM di Milano, e Franco Costa, Presidente di Costa Group. Interviste in video-conferenza agli imprenditori Andrea Illy e Alberto Lavazza, Roma, 29 settembre.

Qualizza, G. (2006), "Nuove frontiere della comunicazione", relazione presentata nell'ambito del convegno *Neolavorandi*, organizzato dall'Università di Trieste presso la sala convegni del Museo Revoltella, Trieste, 5 maggio.

Qualizza, G. (2005), "Corporate identity e cultura: il caso Franke", relazione presentata presso Facoltà di Sociologia dell'Università Cattolica, Milano, 9 novembre.

Qualizza, G. (2005), "Strategie e tecniche di comunicazione audiovisiva. Analisi di casi", relazione presentata presso Università Cattolica di Milano nell'ambito del corso di Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria, Milano, 11 aprile.

Qualizza, G. (2004), "Modalità della comunicazione nelle iniziative di prevenzione", relazione presentata nell'ambito del convegno *Verso l'eliminazione del morbillo e la prevenzione della rosolia congenita*, organizzato dal Dipartimento di Prevenzione dell'Azienda Servizi Sanitari n. 1, Trieste, Auditorium del Lloyd Adriatico, 26 maggio.

Qualizza, G. (2002), "Biblioteche del Nordest: scenari evolutivi e strategie di comunicazione", relazione presentata nell'ambito delle *Giornate delle biblioteche del Veneto*, organizzate dalla Direzione Cultura della Regione Veneto in collaborazione con l'Università degli Studi di Padova, Belluno, 25 ottobre.

Qualizza, G. (2002), "Conquistare la fiducia del cliente. Dalla mission alla marca alla fidelity card", relazione presentata nell'ambito del ciclo di conferenze *Creiamo valore*, organizzato dall'Associazione Viviamo Oderzo, Oderzo, 4 ottobre.

Qualizza, G. (2002), "Spazio del gioco e modelli di relazione in azienda", relazione presentata nell'ambito del convegno *Le nuove frontiere della cultura ludica*, Udine, 26 aprile.

Qualizza, G. (2002), "Comunicazione e metafora del gioco", relazione presentata nell'ambito del convegno *Giochi tra comunicazione e nuove tecnologie*, Università di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 19 aprile.

Qualizza, G. (2001), "Politiche di marca: partiti e aziende", relazione presentata nell'ambito del convegno *La comunicazione politica nell'Italia di oggi*, Università di Trieste, 19 marzo.

Qualizza, G. (2000), Presentazione del volume di Stefano Balassone (membro del Consiglio di amministrazione della RAI), *La TV nel mercato globale*, edito da Meltemi, Roma 2000, effettuata presso la Camera di Commercio di Pordenone, 12 dicembre.

Qualizza, G. (2000), "Video e immagine aziendale", relazione presentata nell'ambito del convegno *Scuola Video Arte: il video e la scuola*, Pordenone, Centro Iniziative Culturali, 7 ottobre.

Qualizza, G. (2000), "Comunicazione d'impresa e nuovi percorsi in ambito pubblicitario", relazione presentata nell'ambito del *Corso di lingua, cultura e attualità italiana* per studenti universitari stranieri, organizzato da IRSE - Istituto Regionale di Studi Europei del Friuli Venezia Giulia con la partecipazione della Direzione scambi giovanili del Ministero degli Affari Esteri, Pordenone, 11 settembre.

Qualizza, G. (2000), "Comunità virtuali, città invisibili, non-luoghi", relazione presentata al convegno *Occupazione, lavoro, nuove tecnologie*, Università di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 15 maggio.



## ESPERIENZA PROFESSIONALE

### ATTIVITÀ NELL'AMBITO DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

---

1995-1997 Collaborazione professionale con **Studio Noun** di Udine, agenzia specializzata in attività di consulenza di direzione aziendale.

*Progetti seguiti: realizzazione materiali di supporto per l'alta direzione del Gruppo Electrolux Zanussi, redazione manuale sulla Qualità Totale, progetto sui comportamenti organizzativi in collaborazione con ISSO e con McKinsey di Milano, redazione newsletter per la comunicazione interna, etc.*

*In particolare, ho curato le testimonianze di parte aziendale (sui temi del Total Quality Management e del Business Process Reengineering) presentate al Convegno dell'Associazione Italiana di Ingegneria Gestionale, svoltosi presso l'Università di Udine il 28-29 novembre 1996, e inoltre testi per articoli a stampa, lezioni universitarie, interventi manageriali nell'ambito di meeting e convegni organizzati da associazioni imprenditoriali.*

1997 - Collaborazione professionale con **Videoline srl** (1997-2006) per la realizzazione di progetti di comunicazione aziendale (interna/esterna), redazione di cataloghi a stampa, testi e sceneggiature di filmati aziendali. Ho seguito oltre 150 progetti di comunicazione, curando anche aspetti di carattere organizzativo.

*Principali clienti: Electrolux, AEG, Franke, Stonefly, Fincantieri, Lotto, Geox, Permasteelisa, BoFrost, Unindustria Pordenone, Assindustria Udine, Glass Idromassaggi, Plastal, Mionetto, Università di Trieste, Knauf, Chimento Gioiellieri, Regione Friuli Venezia Giulia.*

2001 - Attività di **formazione del personale** per conto di enti, aziende e società di consulenza. Temi: processi di branding, comunicazione organizzativa, comportamento d'acquisto del consumatore e strategie distributive.

*Principali committenti: Fastweb (Milano), Ires Friuli Venezia Giulia (Udine), Ikea - Factory School (Milano, Roma, Catania, Padova), InTraining (Milano e Padova), Econsulting di Udine, Insiel - Informatica per il Sistema degli Enti Locali (Trieste), Iper-CittàFiera di Udine (GDO), Enaip - Friuli Venezia Giulia, Gilardi Italia - Gruppo Arena, Direzione Cultura Regione del Veneto, Provincia di Treviso, LED - Laboratorio di Economia della Distribuzione (Trieste), Centro Formazione Lavoro "La Cremeria" di Reggio Emilia, Azienda Servizi Sanitari di Trieste.*

### ALTRE PRECEDENTI ATTIVITÀ

---

1981-1997 Collaborazioni giornalistiche con i quotidiani Messaggero Veneto di Udine e Il Gazzettino di Venezia (1986-1989), intervistatore nell'ambito di ricerche di mercato (1983, 1986), insegnamento di Scienze umane negli Istituti superiori (1989-1997), servizio civile come Vigile del Fuoco Ausiliario - ai sensi delle leggi n. 730 /1976 e n. 546/1977 - presso Biblioteca del Centro Iniziative Culturali di Pordenone (1981/82).

Il sottoscritto Gabriele Qualizza dichiara inoltre di essere informato:

- ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 13 del D.Lgs. 196/03 e della Informativa di cui all'allegato 4, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa;
- ai sensi dell'art. 15 del D.Lgs. 33/2013 il curriculum sarà pubblicato sul sito web dell'Ateneo in caso di conferimento di incarico per la copertura dell'insegnamento oggetto della presente selezione.**

Roma, 27 aprile 2017

FIRMA \_\_\_\_\_

