

**FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE**

INFORMAZIONI PERSONALI

Nome	DI FRAIA GUIDO
Cognome	
Indirizzo	
Telefono	
Fax	
E-mail	
Nazionalità	
Data di nascita	

ESPERIENZA LAVORATIVA

- | | | | |
|---|---------------------------------------|----------|--|
| • | Nome e indirizzo del datore di lavoro | Dal 2021 | Ideatore e Coordinatore didattico della laurea Magistrale in Intelligenza Artificiale, impresa e Società |
| | | Dal 2019 | Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1 |
| • | Nome e indirizzo del datore di lavoro | | Prorettore all'Innovazione e all'Intelligenza Artificiale dell'Università IULM |
| | | Dal 2019 | Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1 |
| • | Nome e indirizzo del datore di lavoro | | Prorettore all'Innovazione e all'Intelligenza Artificiale dell'Università IULM |
| | | Dal 2018 | Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1 |
| • | Nome e indirizzo del datore di lavoro | | CEO e Founder del Laboratorio di Intelligenza Artificiale IULM AI Lab |
| | | | Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1 |

- Dal 2018

Progettazione scientifica e direzione dell'Osservatorio sull'uso dell'Intelligenza Artificiale per attività di Marketing e Comunicazione delle aziende italiane
- Nome e indirizzo del datore di lavoro

IULM AI LAB, Milano, via Carlo Bo 1
- 2018

Ideatore e responsabile scientifico Master in Data Management & Business Analytic
- Nome e indirizzo del datore di lavoro

Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1
- Da aprile 2016

Consulente Ufficio di Comunicazione IULM
- Nome e indirizzo del datore di lavoro

Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1
- Dal 2012

Ideatore e Coordinatore Indirizzo Laurea magistrale in Digital Marketing Management
- Nome e indirizzo del datore di lavoro

Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1
- Dal 2011

Progettazione scientifica e direzione dell'Osservatorio sull'uso dei Social Media per attività di marketing e comunicazione aziendale", realizzato dal team dell'Executive Master in Social Media Marketing & Digital Communication di Scuola di Comunicazione IULM. L'osservatorio è attivo dal 2010 e ha generato 4 report.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro

Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1
- 2011 – 2017

Coordinatore Collegio Docenti del Dottorato in Comunicazione e Nuove Tecnologie
- Nome e indirizzo del datore di Lavoro

Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1
- Dal 2008

Ideatore e Direttore Scientifico Executive Master in Social Media Marketing & Digital Communication. Il master è stato attivato nel 2010 ed è giunto alla sua ottava edizione.
- Nome e indirizzo del datore di Lavoro

Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1

- 1998 – alla data attuale
Professore associato Processi Culturali e Comunicativi Attualmente titolare dei corsi di:
Strategia di Ricerca e Data analysis 2.0, Laurea Magistrale in Marketing Consumi e Comunicazione; Content Marketing, Laurea Magistrale in Marketing Consumi e Comunicazione; Metodologia e Tecnica della Ricerca Sociale, Laurea Triennale in Comunicazione Media e Pubblicità, laurea triennale in Comunicazione e Media
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
- gennaio 2013/ luglio 2013
Direttore Scientifico Roche Digital Academy, Scuola di Comunicazione IULM
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1
- 2005/2007
Titolare in qualità di Professore Associato dell'insegnamento di "Ricerche Psico-sociali sul consumatore", attività formativa a scelta presso il Corso di Laurea in "Relazioni pubbliche e pubblicità", Sede di Feltre, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
Università IULM sede di Feltre (BL), Via Lorenzo Luzzo,1
- 2005/2006
Titolare in qualità di Professore Associato dell'insegnamento di "Metodi quantitativi per la ricerca Sociale", attività formativa vincolata presso il Corso di Laurea in Scienza e Tecnologie della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
- 2005/2006
Titolare in qualità di Professore Associato dell'insegnamento di "Il pubblico dei Media", attività formativa vincolata presso il Corso di Laurea Specialistica in Televisione, cinema e produzione multimediale, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
- 2004/2005
Titolare in qualità di Professore Associato dell'insegnamento di "Teoria e ricerca nella comunicazione mediale _ metodologia e tecnica della ricerca sociale", attività formativa vincolata presso il Corso di Laurea in Scienza e Tecnologie della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
- 2004/2005
Titolare in qualità di Professore Associato dell'insegnamento di "Il pubblico dei Media", attività formativa vincolata presso il Corso di Laurea Specialistica in Televisione, cinema e produzione multimediale, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
- 2004/2005
Titolare in qualità di Professore Associato dell'insegnamento di "Sociologia dei Media", attività formativa a scelta presso il Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
Università IULM sede di Feltre (BL), Via Lorenzo Luzzo,1

- 2003/2004 Responsabile del Settore E-Learning del Laboratorio di Communication Research and Tecnology istituito presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università IULM sede di Feltre (BL), Via Lorenzo Luzzo,1
- 2003/2004 Direttore Corsi di Formazione sulla Comunicazione Pubblica (legge 150, 2000) realizzati con il contributo delle Università Milanesi
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Provincia di Milano
- 2002-2004 Responsabile del progetto CampusOne per il Corso di Laurea in Scienze e Tecnologie della Comunicazione della Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello spettacolo
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
- 1999/2004 Vicedirettore Istituto di Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello spettacolo dell'Università IULM di Milano
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Provincia di Milano
- 2003/2004 e 2002/2003 Titolare in qualità di Ricercatore dell'insegnamento di "Teoria e ricerca nella comunicazione mediale _ metodologia e tecnica della ricerca sociale", attività formativa vincolata presso il Corso di Laurea in Scienza e Tecnologie della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
- 2003/2004 e 2002/2003 Titolare in qualità di ricercatore dell'insegnamento di "Il pubblico dei Media", attività formativa vincolata presso il Corso di Laurea Specialistica in Televisione, cinema e produzione multimediale, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
- 2003/2004 e 2002/2003 Titolare in qualità di ricercatore dell'insegnamento di "Sociologia dei Media", attività formativa a scelta presso il Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università IULM sede di Feltre (BL), Via Lorenzo Luzzo,1
- 2002/2003 Titolare in qualità di ricercatore dell'insegnamento di "Metodologia e tecnica della ricerca sociale-Corso progredito", presso il Corso di Laurea in Scienza e Tecnologie della Comunicazione (vecchio ordinamento), Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo.
- Nome e indirizzo del datore di lavoro Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.

•	2002-2003 2001/2002 2000/2001 1999/2000 1998/1999	Titolare in qualità di ricercatore dell'insegnamento di "Metodologia e tecnica della ricerca sociale", presso il Corso di Laurea in Scienza e Tecnologie della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo
•	Nome e indirizzo del datore di lavoro	Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
•	2001/2002	Titolare in qualità di ricercatore dell'insegnamento di "Sociologia della Comunicazione", presso il Corso di Laurea in Scienza e Tecnologie della Comunicazione, Facoltà di Scienze della
•	Nome e indirizzo del datore di lavoro	Università IULM di Milano, via Carlo Bo 1.
•	1989-1994	Assegnatario di contratti a termine quale collaboratore allo svolgimento delle attività didattiche del corso di "Sociologia"
•	Nome e indirizzo del datore di lavoro	Scuola di Relazioni Pubbliche, Via Bertani, Milano
•	1990-1996	Consulente esterno GPF&Associati, responsabile di ricerche di mercato settori: media, beni di largo consumo, auto-moto
•	Nome e indirizzo del datore di lavoro	USSL n. 30 della Toscana (Siena)
•	1989-1991	Consulente come direttore di ricerca per il progetto d'indagine "Sistema informativo e comunicativo della USL"
•	Nome e indirizzo del datore di lavoro	USSL n. 30 della Toscana (Siena)
•	1987-1989	Consulente responsabile del Progetto di ricerca "S.I.T. Sistema Informativo per le Tossicodipendenze e l'alcolismo".
•	Nome e indirizzo del datore di lavoro	Osservatorio Epidemiologico della Regione Toscana
		Oltre 30 anni di attività nell'ambito delle ricerche di mercato, degli studi sui consumatori e i processi di consumo Tra i maggiori clienti: <u>Metropolitana</u> di Milano, Camera di Commercio, Regione Lombardia, Provincia di Milano, Pirelli, Barilla, Vodafone, <u>Fastweb</u> , Telecom, Tim, Mediaset, Axa-Monte dei Paschi, <u>Rcs</u> , ecc.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- 2000-2001 Corso di formazione internazionale on line
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Open University di Londra
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio sviluppo di progetti di E-learning
- 1993 Corso di aggiornamento: "La Psicologia della Comunicazione" condotto da P. Watzlavick realizzato a cura della Federazione Italiana di Psicologia, Milano, settembre 1993.
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Federazione Italiana di Psicologia
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio Psicologia della Comunicazione
- 1993 Vincitore di borsa di studio programma Fulbright per un anno accademico
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione University of California Los Angeles (UCLA)
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio Programma personalizzato di studio comprendente: a) la metodologia della ricerca sociale, con la supervisione del Prof. Kenneth D. Bailey (K. Bailey, Metodi della ricerca sociale, Bologna, Il Mulino, 1985); e b) lo studio della psicologia delle relazioni interpersonali diretto dalla Prof.ssa A. Peplau
- 1984 Laurea in Scienze Politiche, indirizzo Sociologico, presso l'Università Statale di Milano, con una tesi empirica in sociologia generale. Relatore Prof. Francesco Alberoni, correlatore Prof. Salvatore Veca.
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Università Statale Milano
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio Sociologia, Psicologia, Metodologia della Ricerca Sociologica (Tesina, relatore Prof. Stefano Draghi).
Laurea 110/110 e Lode

CAPACITÀ E COMPETENZE

PERSONALI

PRIMA LINGUA

ITALIANO

ALTRE LINGUE

INGLESE

- Capacità di lettura
- Capacità di scrittura
- Capacità di espressione orale

ECCELLENTE

BUONA

ECCELLENTE

CAPACITÀ E COMPETENZE

RELAZIONALI

OTTIME

(ORGANIZZAZIONE, DIREZIONE E GESTIONE DI GRUPPI DI LAVORO E DI RICERCA)

CAPACITÀ E COMPETENZE

ORGANIZZATIVE

OTTIME

PATENTE O PATENTI

B

PUBBLICAZIONI

Di Fraia, G., Fare marketing con l'AI. Intelligenza Artificiale Aumentata per comunicare brand, prodotti e idee, Milano, Hoepli, 2020

Di Fraia, G., Immagini de ll'alterità nell'era della post-verità: atteggiamenti e rappresentazioni dei giovani verso il fenomeno dell'immigrazione. In: Mediascapes Journal, 2018 (under review)

Di Fraia, G., Risi, E., (Over)exposed and un(der)paid knowledge workers in the processes of crowdsourcing. In: Proceedings of 7th Ethnography and Qualitative Research Conference – Abstract Book, 2018

Di Fraia, G., Missaglia, M.C., Risi, E., Young Italians' Media Use And Attitude Towards Immigration. In: Engaging Science, Technology, And Society, (in corso di pubblicazione).

Di Fraia, G., Riflessioni intorno ad un'emozionologia della rete. In: Micalizzi, A. Happy-Net. Il web come tecnologia ad alto potenziale di felicità, pp. 13-26. Palermo, Dario Flaccovonio Editore, 2018. Issues in Communication & Media.

Di Fraia, G., Milano nel trattamento dei media nazionali e internazionali. In: Rolando, S., (a cura di), Brand Milano. Atlante della nuova narrativa identitaria. Milano, Mimesis Edizioni, pp. 138-144, 2017.

Di Fraia, G., Missaglia M.C., Risi, E., Media Consumption and Young Italians' Attitude owards Immigration. In: Isman, A., Eskicumali, A., (a cura di), International Trends and Issues in Communication & Media Conference (ITICAM) Proceedings Book Volume2, pp. 578-592. ITICAM Publications, 2017.

Di Fraia, G., Risi, E., Storie e Percorsi tra tempo e identità. Le aspirazioni dei giovani in una ricerca narrativa. In: Batini, F., Giusti, S., (a cura di), Le Storie siamo noi. Empowerment delle persone e delle comunità, pp. 58-63. Lecce, Pensa MultiMedia, 2017.

Di Fraia, G., Risi, E., La comunicazione aziendale in Italia al tempo del social web. In: Polesana, M. A., (a cura di), La società italiana: cambiamento sociale, consumi e media, 143-160. Milano, Guerini Next, 2016.

- Di Fraia, G., Missaglia, M.C., Two step flow Twitter communication in 2013 Italian political election: a missed opportunity for citizen participation. In: Alex, F., Gilles, B., (a cura di), Citizen Participation and Political Communication in a Digital World (pp. 25-41) UK, Routledge, 2016.
- Di Fraia, G., Lo storytelling aziendale. In: Di Fraia, G., (a cura di), Social media marketing: strategie e tecniche per aziende B2B e B2C, pp.85-114. Milano, Hoepli, 2015.
- Di Fraia, G., È tutta una questione di contenuti. In: Di Fraia, G., (a cura di), Social media marketing: strategie e tecniche per aziende B2B e B2C. WEB & MARKETING 2.0, p. 27-84. Milano, Hoepli, 2015.
- Di Fraia, G., Missaglia, M.C., The Use Of Twitter In 2013 Italian Political Election. In: Pătruț B., Pătruț M., (a cura di), Social Media in Politics. Case Studies on Political Power of Social Media. Springer International Publishing, pp. 63-77. Switzerland, Springer, 2014.
- Di Fraia, G., Social network e processi identitari. In: Minori Giustizia, vol.4, pp.14-20, 2012.
- Di Fraia, G., Le trame del risentimento. In: Di Fraia, G., Risi, E., (a cura di), L'umano risentire. Trame e manifestazioni sociali di un sentimento della tarda modernità. Milano, Ledizioni, 2012.
- Di Fraia, G., Pubblica Amministrazione e uso dei social media. I risultati del primo osservatorio IULM. In: Papini A., De Vivo A., (a cura di), La comunicazione pubblica locale: i cambiamenti organizzativi nei processi di comunicazione dalla legge 150/2000 al DL 78/2010. Milano, Guerini e Associati, 2012.
- Di Fraia, G., Social Media Marketing & Web Communication. Milano, Hoepli, 2011.
- Di Fraia, G., Comunicare l'impresa: la sfida di internet e dei social media. In: Milano Produttiva. Milano, Bruno Mondadori, 2011.
- Di Fraia, G., Micalizzi, A., Risi, E., Modelli mediali e archetipi negli anni '80: tratti socio-narrativi di una generazione. In: Aroldi P., (a cura di), Media + generations: identità generazionali e processi di mediatizzazione. Milano, Il Mulino, 2011.
- Di Fraia, G., Sviluppi tecnologici e processi comunicativi: immagini di una rivoluzione in corso. In: Di Fraia, G., (a cura di), Social media marketing: manuale di comunicazione aziendale 2.0. p. 3-24. Milano, Hoepli, 2011.
- Di Fraia, G., Social media marketing: manuale di comunicazione aziendale 2.0. Milano, Hoepli, 2011. Di Fraia, G., L'etica nelle ricerche di mercato. In: Studi di Sociologia, Vol.3, pp. 309-32, 2010.
- Di Fraia, G., Validità e attendibilità delle ricerche online. In: Micro Macro & Marketing, n. 1, 2010.
- Di Fraia, G., Blog-grafie e scrittura di sé. In: Mancino, E., a cura di), Il futuro della scrittura: dialoghi, visioni, contesti. Milano, Unicopli, 2010.
- Di Fraia, G., Milano (non) vede Milano: considerazioni sull'autonarrazione di Milano. In: Rapporto Milano produttiva 2010: 20. Milano, Bruno Mondadori, 2010.
- Di Fraia, G., Micalizzi, A., Risi, E., Modelli mediali e archetipi degli anni Ottanta: tratti socio-narrativi di una generazione. In: A.V. Media Generation. Milano, Editrice Vita e Pensiero, 2009.
- Di Fraia, G., Internet and the plot of resentment. In: Esa, 2009.
- Di Fraia, G., Nuvolati G., Segre Reinach, S., Florio, S., Comboni, D., Trezzi, M., Pirella, E., Commenti di un panel di analisi sugli esiti dell'indagine e sui profili delle proposte e delle raccomandazioni. Rivista Italiana di Comunicazione Pubblica, 2008.
- Di Fraia, G., Blog-grafie. Identità narrative in rete. Milano, Guerini e Associati 2007.
- Di Fraia, G., I giovani e le marche sportive, In: Codeluppi, V., (a cura di), Il sogno della marca. Immaginario di marca, valori sociali e universo sportivo. Milano, Lupetti, 2007.
- Di Fraia, G., Introduzione. I meccanismi del desiderio. In: Palombi, M., Lo Jacono, R., Murgia, P., Andalò, S., (a cura di), Vita da Blogger. Milano, Splinder, 2007.
- Di Fraia, G., Blog-grafie. Identità narrative in rete. In: Marrone, G., Dusi, N., Lo Feudo, G. (a cura di), Narrazione ed esperienza. Intorno a una semiotica della vita quotidiana. Roma, Meltemi, 2007.
- Di Fraia, G., Risultati della Ricerca la Milano della solidarietà. Mobilità sanitaria e capacità di accoglienza della città di Milano. In: sito Fondazione IULM, reperibile all'indirizzo: www.fondazioneiulm.it/paper.
- Di Fraia, G., Risultati della Ricerca L'Europa vede Milano. L'immagine di Milano nella stampa e nelle guide turistiche straniere. In: sito Fondazione IULM, reperibile all'indirizzo: www.fondazioneiulm.it/paper.
- Di Fraia, G., Televisione e bambini. Stili di consumo e diete mediali. In: Livolsi, M., (a cura di), Dietro il telecomando. Profili dello spettatore televisivo. Milano, Franco Angeli, 2005.
- Di Fraia, G., La rete che riflette. In: "Prima persona", n 14, giugno 2005. Di Fraia, G., La ricerca per la comunicazione pubblica. In: Rapporto al Ministro per la Funzione pubblica sulla situazione e le tendenze della comunicazione istituzionale in Italia. Dipartimento Funzione Pubblica, 2005.
- Di Fraia, G., Storie con-fuse. Pensiero narrativo, sociologia e media. Milano, Franco Angeli, 2004.
- Di Fraia, G., La qualità dei siti internet della pubblica amministrazione. In: De Vivo, A., Pangallo, A., (a cura di), Una amministrazione che pensa. Fare comunicazione e informazione istituzionale. Milano, Lupetti, 2004.
- Di Fraia, G., (a cura di), e-Research: Internet per la ricerca sociale e di mercato. Roma, Laterza, 2004.

- Di Fraia, G., Lo studio dei media tra qualità e quantità. In: Livolsi, M., (a cura di), Il pubblico dei media: la ricerca nell'industria culturale. Studi Superiori. Roma, Carocci, 2003.
- Di Fraia, G., I siti internet della Pubblica Amministrazione. Livello di sviluppo e criteri di valutazione. Milano, Arcipelago Edizioni, 2003.
- Di Fraia, G., Le emozioni. In: Livolsi, M., Manuale di Sociologia della Comunicazione. Bari, Laterza, 2003.
- Di Fraia, G., La ricerca sui media tra qualità e quantità. In: Livolsi, M., Il pubblico dei media. Roma, Carocci, 2003.
- Di Fraia, G., La comunicazione interpersonale. In: Livolsi, M., Manuale di Sociologia della Comunicazione. Bari, Laterza, 2000.
- Di Fraia, G., Costruzione della realtà sociale e media. In: Manuale di sociologia della comunicazione. Bari, Laterza, 2000.
- Di Fraia, G., Narrazioni e rappresentazioni sociali. In: Manuale di sociologia della comunicazione. Roma, Laterza, 2000.
- Di Fraia, G., I mass media e la costruzione sociale della conoscenza. Milano, Arcipelago Edizioni, 1997. Livolsi, M., Volli, U., Di Fraia, G., Le famiglie e l'adozione delle nuove tecnologie della comunicazione. Venezia, Centro Studi di Telecom Italia, 1997.
- Di Fraia, G., Stefanizzi, S., Motivazioni di voto e comunicazione politica: il ruolo dei media. In: Livolsi, M., Volli, U., (a cura di), La comunicazione politica tra prima e seconda repubblica. Milano, F. Angeli, 1995.
- Di Fraia, G., La nuova comunicazione delle istituzioni locali. In: Confronti, n. 6, 1993.
- Cardini, D., Di Fraia, G., Il problema della pubblicità comparativa. Milano, Arcipelago Edizioni, 1993. Alberoni, R.G., Di Fraia, G., Complicità e competizione. Milano, Harlequin Mondadori, 1992.
- Alberoni, F., Di Fraia, G., Erotismo e valori. Milano, Wyeth, 1992.
- Di Fraia, G., Dalla banca alla bancarella. In: AA.VV. Ricerca sulla comunicazione bancaria. Roma, Bancaria Editrice, 1991.
- Di Fraia, G., La passione amorosa. Milano, Harlequin Mondadori, 1991.
- Di Fraia, G., La fedeltà e l'infedeltà. Milano, Harlequin Mondadori, 1990.
- Di Fraia, G., Invidia e risentimento nella genesi dei valori. In: Pietropolli, G., Cecconi, M., (a cura di), L'invidia. Aspetti sociali e culturali. Milano, Libri Scheiwiller, 1990.