

# Tiziana Barone

## Communication & Marketing Research

Motivata e spinta dalla passione per il proprio lavoro, e per la ricerca e l'insegnamento. Ogni attività svolta non è altro che un modo differente di vedere e studiare lo stesso fenomeno; è come entrare in un grande castello con tante stanze e cercare a poco a poco di abitarle tutte.

### SKILLS

- Management e comunicazione;
- Modelli comunicativi del marketing;
- Brand management e semioticsmarketing (in tutti gli ambiti della marca);
- Analisi del brand, della sua identità e scenari di mercato e tendenze;
- Interior design and product design
- Efficacia comunicativa dei punti vendita con tutte le sue caratteristiche (percorsi, layout, interior & exhibit design, windows ecc);
- Strategie di marca;
- Metodi etnosemiotico e qualitativo;

---

## PROJECT MANAGER

Attività di progettazione di un percorso espositivo di arte contemporanea presso i luoghi della salute: come musealizzare uno spazio ospedaliero.

Attività seminariale nell'ambito dell'Healthcare Innovation ed Edilizia Sanitaria presso Forum Salute Firenze.

## MARKETING MANAGER

Attività formativa in partnership con Peolpebranding (semiotica+design thinking);

Attività formativa (semiotica + gamification) per Confindustria Sicilia e suoi associati relativamente alla brand identity;

Analisi, costruzione e implementazione delle strategie di branding e marketing agli spazi del retail per Coaster Cowo (Roma) e suoi associati e seguenti moduli formativi:

- “Mettili in scena lo store”
- “Lo store che funziona: uso efficace degli indicatori di performance”

Consulenza strategica per la costruzione del personal brand del fotografo Michele Di Donato e relativo piano di marketing e comunicazione per i suoi progetti fotografici - Tour Madonita, presentazione Macro (Roma), presentazione Officine Fotografiche Milano)

## PHD & ASSISTENTE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE

### Università la Sapienza (Ottobre 2014 – ad oggi)

Analisi qualitativa degli spazi del retail (semioticsmarketing & marketing retail) presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

La ricerca ha modellizzato la variabilità dei consumi attraverso una migliore performance degli spazi espositivi, con particolare riferimento al retail contaminato dai processi di musealizzazione.

Lo spazio espositivo del retail, non sempre dedicato alla “vendita fisica” dei prodotti, è comunque un luogo di consumo ed uno spazio di esperienza estetica. Questi luoghi presentano oltremodo una congiunzione con lo spazio architettonico e nella maggior parte dei casi, con la collezione di prodotti e la proposta di visione e fruizione degli stessi.

Progetti relativi al project management e marketing:

- 2018/19 Nuovi luoghi di lavoro condiviso: CoasterCowo, Impact Hub Roma, EFM, Talent Garden Poste Italiane. Efficacia e produttività dello spazio tra Innovazione, Invenzione, Tecnologia e passaggio da KPI a KBI
  - 2017/18 Applicazione delle tecniche del retail 4.0 al caso Rinascente Tritone Roma
  - 2016/17 La Terrazza Termini con vista sul viaggio: marketing B2C e la sua efficacia
  - 2015/16 La città, i monumenti e i brand: comunicazione ed heritage marketing
  - 2014/15 Il marketing retail del centro Commerciale Cinecittà2
  - PROGETTI TRASVERSALI: “Visual Merchandiser e Curating”: analisi dei criteri espositivi in luxury store (Luis Vuitton, Hermes, Fendi), alta gamma store (Bagagli, Carmina Campus).
  - PROGETTI TRASVERSALI: “La metro C a San Giovanni”: analisi dei percorsi della metro C (fermata san Giovanni Roma) per una migliore fruizione culturale durante il tragitto cittadino.
-

- 
- PROGETTI TRASVERSALI: “Analisi del metodo formativo nelle scuole e presso le aziende: dalla frontiera del Design Thinking al Semiogame”. (Associazione Italianisti, People Branding).
  - PROGETTI TRASVERSALI: “La comunicazione fotografica e fotogiornalistica di 258 Minutes di Angelo Ferrillo”: uno strumento della memoria e in memoria dell’attentato al Bataclan di Parigi (giornata di studi al Macro Asilo di Roma).
1. PROGETTI TRASVERSALI: “GOT: storytelling accross brand strategies”: attività relative alla giornata studi tra cultura visuale e brand strategy (Storytelling di Game of Thrones nelle ADS di alcuni brand globali)

**The University of Chicago – New York University (Settembre – novembre 2016)**  
Visiting research at Division at the Humanities.

**Libera Università di Bolzano (Ottobre 2013 a Dicembre 2013)**

Analisi della Brand identity di alcuni punti vendita della GDO (Auchan e Carrefour) e di alcune enoteche attraverso l’analisi comparativa tra le regioni Lombardia e Sicilia, con particolare riferimento del packaging dei vini, merchandising e marketing retail.

---

**LA SAPIENZA (Ottobre 2014 – febbraio 2018)**

Per i corsi di Semiotica della città e dei luoghi di consumo e di Semiotica della moda, e laboratori afferenti a questi insegnamenti sono state impartite docenze su tematiche specifiche che riguardano le attività di brand strategy e marketing retail e sua evoluzione. Tecniche di vendite e motivazionali del personale  
Tutoraggio delle tesi di laurea magistrale.

**Corislab (aprile 2019)**

Laboratorio di analisi etnografica della Metro C – Stazione San Giovanni: il doppio percorso del viaggiatore e del visitatore turistico.

**Collettivo Neuma (agosto 2018 ad oggi)**

Attività di marketing e analisi semiotica delle attività espositive del gruppo artistico siciliano (varie sedi espositive).

**Michele Di Donato Photographer (Dicembre 2018 a Dicembre 2019)**

Attività di marketing e analisi semiotica delle mostre e pubblicazioni del fotografo (varie sedi espositive).

**Franchini & Gallo Photographer (Ottobre- Novembre 2018)**

Lancio del nuovo prodotto dello studio fotografico di Pavia, con attività di consulenza e formazione dei dipendenti.

**Confindustria Sicilia (Dicembre 2018)**

Attività seminariale relativa all'analisi etnosemiotica per la segmentazione del mercato, individuazione del pubblico di riferimento e applicazione del new business modelling per la brand identity construction.

**LUISS (Aprile 2017)**

All'interno del Master in Marketing Retail docenza riguardante la tematica della comunicazione dello spazio di vendita e brand strategy da implementare per aumentare l'engagement.

**Programma Informati di Unicredit (Marzo 2016 a dicembre 2016)****Brand reputation banking**

All'interno dell'alternanza scuola/lavoro sono state fatte lezioni relativamente a Social Media Communication, comunicazione interna ed esterna dell'azienda, funzionale alle attività svolte dagli studenti delle scuole superiori.

**ATTIVITÀ' SCIENTIFICA  
PRINCIPALE****Dicembre 2019 @Macro Asilo**

Inside Out: tra neuroarte e scienze cognitive. Conferenza e presentazione dell'analisi diacronica delle opere del pittore e del un progetto espositivo (Prima Tappa).

**Dicembre 2019 @Macro Asilo**

Workshop sull'Architettura Difensiva: il ruolo delle barriere invisibili all'interno di uno spazio urbano e domestico.

**Ottobre 2019 @Accademia Chigiana - Siena**

Relatore al Congresso AISS 2019 sulla tematica della costruzione del progetto editoriale informativo: Comunicare tramite progetto fotografico un evento terroristico;

**Giugno 2019 @Palacongresso Rimini**

Talk presso Il Web Marketing Festival su: Branding, piattaforme relazionali (offline) e generazione di significati;

**Maggio 2019 @Sapienza e città Metropolitana di Roma**

Presentazione e implementazione progetto scientifico: #Semiolab2019 – analisi degli spazi di lavoro condivisi. Testi e pratiche a confronto per una migliore produttività dell'individuo, antropocentrismo e Umanesimo Digitale;

**Accademia di Brera (Mi)**

Seminari su innesti, installazioni e brandscaping di Fondazione Prada;

**MACRO - Museo d'Arte Contemporanea Roma**

Lectio sulla semiotica del progetto editoriale @258minutes di Angelo Ferrillo;

**MACRO - Museo d'Arte Contemporanea Roma**

Giornata studi visuali al Macro su Brand Strategies across #got#semioticsmarketing;

**Biennale dello Spazio Pubblico @Ex Mattatoio Facoltà di Architettura Roma Tre**

Presentazione dati e risultati della ricerca su MetroC Museum a San Giovanni e lavoro ai tavoli tecnici;

**Febbraio 2019 PWA Rome (@Business School)**

**Wing Lab Session**

Peer to Peer mentoring in hard challenge.

**Gennaio 2019 Macro Asilo Roma**

**Le immagini in rete – presentazione scientifica**

Nuovi paradigmi della visual culture introdotti dalle pratiche d'uso delle nuove tecnologie, sia da parte degli utenti che della brand position di google. Rapporto di inclusione tra spazio online e off-line.

**Maggio 2018 Fondazione Dià Cultura**

**Romarché – Parla l'archeologia**

Nuovi paradigmi museali introdotti dalle pratiche d'uso delle nuove tecnologie. Rapporto tra le nuove figure professionali nel settore del marketing e l'approccio del mixed-method per la misurazione della performance

**Ottobre 2017 Università degli Studi di Cassino**

**XLV congresso Aiss (Il metodo semiotico)**

Scenari di mercato e l'approccio misto di analisi.

Rapporto tra metodologie semiotiche e metodi propri ad altri ambiti disciplinari con particolare riferimento all'analisi dei KPI

**Ottobre 2017 Confcommercio per la collana Le Bussole**

Capitolo su:

Branding retail - Le strategie di brand del negozio per incrementare l'engagement

**Ottobre 2017 Dipartimento Coris La Sapienza Supervisor Mario Morcellini**

Storia e Memoria (Luoghi della memoria e memoria globale: National 9/11 Memorial & Museum NYC)

**Maggio 2017 Inu Lazio Biennale dello Spazio**

Tematica: Arte Pubblica

La rigenerazione del rione Testaccio tramite la street art (tutor di un gruppo di studio)

**Gennaio 2017 Dipartimento Coris La Sapienza Supervisor Isabella Pezzini**  
Spazi partecipati ed espositivi (Il caso Espressamente Illy e Cinecittà2 Arte Contemporanea)

**Gennaio 2017 Dipartimento Coris La Sapienza Supervisor Isabella Pezzini**  
Google pop's up come piattaforma relazionale – Franco Angeli

**Dicembre 2016 Teatro delle Marionette Palermo ed Università degli Studi di Palermo**

Congresso Zoosemiotics 2.0

Dalla selleria al PVC il passo è breve: i materiali come *brand elements* di Fendi e Carmina Campus

**Novembre 2016 Dipartimento Coris La Sapienza Supervisor Isabella Pezzini**  
Branding & city: il caso Fendi Roma – Nuova Cultura

**Novembre 2016 LARS Laboratorio Romano di Studi Semiotici in collaborazione con Lavoro Culturale**

La città, i monumenti e i brand: comunicazione ed heritage marketing

Rivista online [www.lavoroculturale.org](http://www.lavoroculturale.org)

**Maggio 2016 Aiss (Associazione semiotica.it)**

Transmedia branding & retail

L'inversione di tendenza dall'online all'on site – Atti di convegno stampato

**Aprile 2016 Rivista Zone Moda Journal**

Transmedia branding and Exhibition Series 2

At Maison Paris to the temporary exhibition in Rome – Stampato

**Ottobre 2015 Università degli Studi di Bologna**

Relatrice al Convegno AISS con il case study di Google e Ebay

**Maggio 2015 Inu Lazio Biennale dello Spazio**

Tematica: strada e rigenerazione urbana

Tutor di un gruppo di studio sull'analisi di Viale Togliatti a Roma

**Agosto 2015 Osservatorio su Formazione e Lavoro nel campo della Comunicazione**

La denominazione dei corsi di studio: un'analisi delle parole chiave - Rivista online

**Marzo 2015 Ocula**

Controtendenza del retail nella crisi del nuovo millennio – Rivista on line

**Ottobre 2014 Università degli Studi di Teramo**

Convegno AISS – Rappresentazione della natura nel packaging

**Aprile 2014 Associazione Italiana Studi Semiotici**

Spazio, consumo e visual merchandising nel discorso del vino – EC rivista on line

**ISTRUZIONE E  
FORMAZIONE**

**STORE MANAGEMENT**

---

Aprile 2018 – Maggio 2018

**Forma.Temp** Roma

Corso professionalizzante

**PHD COMUNICAZIONE E  
MARKETING**

Ottobre 2014 – Dicembre 2017

**Sapienza Roma**, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale  
(Marketing retail & Branding Management)

Giudizio finale: **Ottimo**

**SOCIAL MEDIA  
MANAGEMENT**

Settembre 2016 – Dicembre 2016

Corsi web Italia

Corso professionalizzante

**LAUREA MAGISTRALE  
COMUNICAZIONE  
D'IMPRESA E PUBBLICITÀ**

Ottobre 2011 – marzo 2014

**Università degli Studi di Palermo**, Facoltà di Scienze della Comunicazione

Votazione **110 Lode/110 Lode**

**ADVANCED ENGLISH  
SCHOOL**

Novembre 2007

World Wide School - Palermo

B2

**LAUREA IN TECNICA  
PUBBLICITARIA**

Settembre 2003 - Marzo 2007

**Università degli Studi di Palermo**, Facoltà di Scienze della Comunicazione cdl

Laurea con votazione 107/110

Si autorizza il trattamento dei dati ai sensi degli artt. 46 e 47 del DPR 445/2000