

CURRICULUM PROFESSIONALE

- 2003-oggi **I Chiocciodrilli**, impresa di comunicazione culturale (dal 2011)
www.ichiocciodrilli.it - partner
Consulente di strategie di comunicazione
Docente a corsi, laboratori e master sulla comunicazione
- 1989 -2002 **Metropolis S.r.l. - Milano**
Direttore del Planning Strategico
Attività svolta oltre al planning, alla gestione clienti e al coordinamento del reparto creativo:
• coordinamento per l'Italia nel Network Concord International
(con responsabilità di tutte le attività di New Business a livello internazionale)
• responsabilità delle Relazioni Esterne dell'Agenzia
- 1988 - 1989 **Conquest Europe S.p.A. - Milano**
Client Manager
- 1982 - 1987 **J. Walter Thompson Italia S.p.A. - Milano**
Account Supervisor
- 1979 - 1981 **McCann-Erickson Italiana S.p.A./Universal McCann - Milano**
Senior Account Executive
- 1977 - 1978 **Norman, Craig & Kummel Ltd. - Milano**
Account Executive
- 1975 - 1976 **Polaroid (Italia) S.p.A. - Arcisate (VA)**
Sales Promotion Manager
- 1974 - 1975 **P&T S.p.A. - Milano**
Account Executive
- 1973 - 1974 **Masius & D'Arcy MacManus S.p.A. - Milano**
da Assistente Media Planner a Junior Account Executive
- 1971 - 1972 **Stile Advertising S.r.l. - Milano**
Assistente del Direttore Media

Principali clienti seguiti nel periodo 1973 - 2002

Auguri Mondadori * Buitoni * Ceramica Dolomite * Colgate Palmolive * Comune di Milano (Assessorato alle Politiche Sociali) * Delsey * Dunlop * I.C.&C.C. * Ideal Standard * Interprofessione Latte * Kraft * Plasmon * Pirelli (attuale Nabisco Brands) * Marigold * Peggy Guggenheim Collection * Recordati * Regione Calabria (Assessorato al Turismo) * RCS Periodici * Saipo L'Oreal * Star Black & Decker * Unil-It (Div. Lever) * Vismara * Yomo

Consulenze dal 2003

- Alias (Reggio Emilia) - consulenza strategica e creativa su alcuni clienti dell'agenzia
- Hi! Comunicazione (Milano) - consulenza strategica per Fattoria Scaldasole, Zuegg e per attività di new business dell'agenzia
- Hotel Federico II (Montalbano Elicona - ME) - consulenza strategica e creativa per le attività di comunicazione del ristorante e dell'albergo

PUBBLICAZIONI

LIBRI

curatore di *Il planning strategico in pubblicità*, FrancoAngeli, 2000, edizione italiana di *How to plan advertising* di Alan Cooper (autore dell'introduzione, del glossario, delle note per il lettore italiano e revisore della traduzione), pp. 17-23, 274-278.

curatore di *La visione strategica. Contributi e percorsi per incrementare l'efficacia della pubblicità*, FrancoAngeli, 2002 e autore dell'introduzione e del capitolo *Briefing e brief all'interno dell'agenzia*, pp. 15-19, 149-169.

autore di *Pubblicità*, in AA.VV., *Situazioni e tendenze della comunicazione istituzionale in Italia (2000-2004)*, Rapporto promosso dalla Università IULM di Milano, coordinato da Stefano Rolando, Dipartimento della Funzione Pubblica, 2005, pp. 125-132.

autore di *Le fasi di lavoro di una campagna e La strategia creativa*, in Mauro Ferraresi, Ariela Mortara, Guingo Sylwan, *Manuale di teorie e tecniche della pubblicità*, Carocci, Roma, 2007, con alcune integrazioni nell'edizione 2009, pp. 48-56, 175-205.

autore di *Pubblicità*, in Stefano Rolando (a cura di), *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica*, 3a edizione, Rizzoli Etas, Milano, 2011, pp. 383-393.

curatore, insieme a Federica Ferrari, di *La sfida della comunicazione. Guida pratica al planning della comunicazione*, Franco Angeli, Milano, 2012, edizione italiana di *The communications challenge. A practical guide to media neutral planning* di Julian Saunders (co-autore dell'introduzione e delle note per il lettore italiano e autore del caso *Giuliano Pisapia "La forza gentile"*), pp. 13-19, 206-210.

direttore della collana *Casi di Comunicazione*, FrancoAngeli:

1° volume *Bevande. Otto casi di campagne pubblicitarie di alcolici, succhi, latte, acqua e caffè*, 2005 (curatore, autore dell'introduzione e del caso *Interlat*), pp. 13-15, 93-108.

2° volume *Prodotti turistici. Otto casi di comunicazione turistica*, 2005 (curatore, autore dell'introduzione e del caso *Regione Calabria*) con postfazione del Prof. Niccolò Costa, pp. 13-16, 81-100.

3° volume *Comunicazione pubblica. Otto casi di comunicazione efficace della pubblica amministrazione*, 2005 (curatore e autore dell'introduzione) con prefazione del Prof. Stefano Rolando, pp. 19-22.

4° volume *Event marketing culturale. Nove casi di comunicazione di mostre, eventi e concerti*, 2007 (curatore e autore dell'introduzione) con postfazione della Prof.ssa Nicoletta Buratti, pp. 16-20.

5° volume *Comunicazione politica. Le primarie del 2005 e le politiche del 2006. Sette casi di comunicazione e marketing elettorale*, 2008 (curatore e autore dell'introduzione) con postfazione del Prof. Nicolò Addario, pp. 17-42.

6° volume *Food. Sette casi di comunicazione di marche alimentari*, 2010 (curatore, autore dell'introduzione e del caso *Fattoria Scaldasole*) con postfazione del Prof. Mauro Ferraresi, pp. 15-22, 65-80.

7° volume *Design stories. Cinque casi di aziende e una piattaforma di comunicazione*, a cura di Vittoria Morganti, 2011 (autore della prefazione), pp. 15-17.

8° volume *Regioni e province italiane. Sette casi di comunicazione turistica*, 2011 (curatore, autore dell'introduzione), con una intervista al Prof. Alberto Abruzzese, pp. 15-21.

9° volume *Social advertising. Campagne pubblicitarie per un mondo migliore*, 2011 (curatore, autore dell'introduzione), con postfazione della Prof.ssa Ariela Mortara, pp. 15-22.

10° volume *La rivoluzione gentile. La campagna X Pisapia sindaco di Milano*, 2012 (curatore, autore dell'introduzione), con postfazione del Prof. Michele Sorice, pp. 17-36.

11° volume *Campagne 2012. Ventotto storie di comunicazione testimoni dei nostri giorni*, 2013 (curatore, autore dell'introduzione), pp. 21-24.

12° volume *Campagne 2013. Diciotto storie di comunicazione in un anno vissuto pericolosamente*, 2014 (curatore, autore dell'introduzione), con un saggio del Prof. Mauro Ferraresi, pp. 17-21.

13° volume *Musei di Torino. Nuovi modi di comunicare cultura e bellezza nella prima capitale d'Italia* (curatore e autore dell'introduzione insieme a Vittoria Morganti), 2015, con prefazione del Sindaco di Torino Piero Fassino e postfazione del Prof. Ugo Volli, pp. 15-19.

14° volume *Musei di Milano. Lo spettacolo della cultura e della bellezza al tempo di Expo*, 2015 (curatore e autore dell'introduzione insieme a Vittoria Morganti), con prefazione dell'Assessore alla Cultura di Milano Filippo Del Corno e postfazione del Prof. Stefano Rolando, pp. 17-20.

WORK IN PROGRESS

autore di *Stop Aids. Le campagne pubblicitarie contro l'Aids in Italia e nel mondo*, contenente una ricerca sui linguaggi della pubblicità per la prevenzione del virus Hiv, realizzata su un campione di 823 studenti universitari; in preparazione (uscita prevista giugno 2016).

ARTICOLI SU PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE SOTTOPOSTE A REFERAGGIO

- Un brand di nome Obama, *Comunicazione Politica*, n° 2/2009, Anno X, pp. 297-306.

- La cartellonistica dell'Udc nelle europee 2009 e nelle regionali 2010, *Comunicazione Politica*, n° 3/2010, Anno XI, pp. 435-454.

ARTICOLI ALTRI

- Dall'aprile 2010 al settembre 2013 ha tenuto una rubrica sulla comunicazione pubblicitaria sul mensile *Adv Strategie di comunicazione*.
- Dal maggio 2010 al novembre 2012 ha tenuto una rubrica sulla comunicazione di brand sul mensile *Pubblicità Italia*.
- Articoli sul branding, la pubblicità e di costume sono stati pubblicati su *Pubblico*, *Media Key*, *Global*, *L'impresa di comunicazione*.
- Ideatore e conduttore, insieme a Vittoria Morganti della rubrica *Buzzy Seeds* sul sito di *Adv*.

PARTECIPAZIONE A CONVEGNI E CONFERENZE COME RELATORE

Presentazione, insieme a Massimo Dolcini, del libro *100 manifesti fuori dal comune*, realizzato dal Comune di Modena, Biblioteca Poletti, Modena, 7 marzo 2004

Relatore e coordinatore del workshop *Comunicazione per le Piccole e Medie Imprese*, al convegno *L'evoluzione del mercato e i cambiamenti delle imprese*, organizzato dal Gruppo Imprese Reggiane, Costermano (Verona), 16 e 17 settembre 2005

Relatore sul tema *Essere, apparire, valere: la gestione dell'immagine aziendale* nel corso della serata organizzata dal Club dell'Industria – Gain Club e dalla CNA - Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa – della Provincia di Modena per premiare le imprese eccellenti, Modena, 1 dicembre 2005

Relatore di *Il marketing della tradizione: la pubblicità tra invenzione e realtà* all'interno del convegno *Vendere le piume dell'orso. Réclame e tradizione* organizzato da Ecomuseo dei Terrazzamenti e della Vite – Comune di Cortemilia, Cortemilia (CN) 18 febbraio 2006

Relatore di *L'importanza della formazione in un settore che si muove velocemente e richiede aggiornamento e cultura specifica* all'interno della presentazione *La festa del Redentore. Da Venezia a Verona* organizzata dall'Istituto Design Palladio, Verona, 12 settembre 2007

Relatore di *La comunicazione pubblicitaria in Italia e all'estero. Alcuni spunti di riflessione* all'interno del convegno *La comunicazione turistica per la promozione del territorio* organizzato dalla Provincia di Livorno e dalle APT della Costa degli Etruschi e dell'Arcipelago Toscano, Livorno, 9 novembre 2007

Relatore di *Comunicazione politica. Tattica del messaggio o agguerrita provocazione?* Presentazione del libro *La comunicazione politica. Le primarie del 2005 e le politiche del 2006: sette casi di comunicazione e marketing elettorale*, con la partecipazione di Federica Mogherini, parlamentare, organizzata dall'Istituto Design Palladio presso la Libreria Giunti al Punto, Verona, 5 aprile 2008

Relatore di *Davvero occorre essere grandi per fare grandi campagne?* Conferenza organizzata da TP – Associazione Italiana Tecnici Pubblicitari a Milano, 21 maggio 2009

Relatore di *Basta l'unconventional o serve più creatività nella pubblicità tradizionale?* all'interno del convegno *Unconventional Social Advertising and Active Citizenship. A Challenge for a New World?* Organizzato dal centre for Media and Communication Studies "Massimo Baldini", Università Luiss, Roma, 11 dicembre 2009

Relatore di *Le sfide dell'unconventional* all'interno del convegno *Dalla crisi ci salverà la bellezza!* Organizzato da Poliarte – Centro sperimentale di design, Ancona, 17 giugno 2010

Relatore di *Parmigiano Reggiano: una storia di buona televisione* al Museo del Parmigiano Reggiano, in occasione della Giornata mondiale dell'alimentazione, Soragna (PR), 16 ottobre 2011

Relatore di *Luci e ombre della comunicazione turistica in Italia* all'interno del convegno *Turismo e sostenibilità nell'anno di Rio+20*, Università degli Studi di Milano Bicocca, Milano, 25 gennaio 2012

Moderatore e relatore, insieme al sindaco Giuliano Pisapia e agli autori, alla presentazione del libro *La forza gentile. La campagna X Pisapia sindaco di Milano*, Libreria Feltrinelli di Piazza Piemonte, Milano, 30 maggio 2012

Relatore alla tavola rotonda *Comunicare emozioni con la politica per la città e la cultura del territorio*, durante Ancona Design Week, organizzata da Poliarte, Centro Sperimentale di Design, Ancona, 11 luglio 2012

Relatore alla presentazione del libro *La rivoluzione gentile*, organizzata da Civicom, Milano 12 luglio 2012

Relatore di *I primi 50 anni di pubblicità del Prosciutto di Parma*, al Museo del Prosciutto di Parma, in occasione della Giornata mondiale dell'alimentazione, Langhirano, 14 ottobre 2012

Relatore, con i professori Federica Ferrari e Marcello Tedeschi, alla presentazione del libro *La sfida della comunicazione. Guida pratica al planning della comunicazione*, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Dipartimento di Comunicazione ed Economia, Reggio Emilia, 8 maggio 2013

Relatore di *Il pomodoro pubblicitario*, al Museo del Pomodoro, in occasione della Giornata mondiale dell'alimentazione, Collecchio, 13 ottobre 2013

Relatore di *Comunicazione sociale: luoghi comuni, cattivi esempi e qualche eccellenza* alla quarta edizione del convegno *La nuova comunicazione*, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Dipartimento di Comunicazione ed Economia, Reggio Emilia, 25 marzo 2015

Presentatore del libro *Musei di Torino*, insieme a Vittoria Morganti, co-curatrice del volume, Carla Piro Mander, portavoce del sindaco di Torino, Ugo Volli, ordinario di semiotica, Alberto Sinigaglia, presidente dell'ordine dei giornalisti del Piemonte, Torino, 20 aprile 2015

Relatore di *L'Italia e gli italiani: come li vede la pubblicità* alla conferenza *Lombardia e Cina prima e dopo Expo*. Università Iulm, Milano, 23 aprile 2015

Relatore alla conferenza *I musei milanesi durante Expo. Un'analisi e un consuntivo*, con Filippo Del Como, assessore del Comune di Milano - Cultura, Giulia Amato, direttore centrale del Comune di Milano – Cultura, Vittoria Morganti, co-curatrice del libro *Musei di Milano*, Stefano Rolando, docente di politiche pubbliche per le comunicazioni e presidente del comitato Brand Milano, Museo del Novecento, Milano, 17 novembre 2015

Università di Bergamo

- Dipartimento di Lingue Letterature Straniere e Comunicazione – Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione
"Strategie di comunicazione pubblicitaria" (30 ore) – AA. 2014-2015
- Dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione - CdL in Scienze della Comunicazione
"Pubblicità e strategie di comunicazione d'impresa" (60 ore) – AA- 2015-2016
- Centro di Ateneo SDM School of Management - Master in Marketing Management per l'impresa internazionale: "La comunicazione pubblicitaria come strumento per il branding di nazioni e località turistiche" (lezione di 3 ore il 9/2/2013, e il 19/2/2014)

Università di Bologna – Facoltà di Lingue e Letterature Straniere

"Gestione degli eventi e delle organizzazioni culturali" (45 ore) - AA. 2008-9, 2009-10

Università Cattolica – Facoltà di Economia – Master in Brand Management

"Advertising e branding" (20 ore) – AA. 2004-5, 2005-6

Università di Genova

- Master in Scienze cognitive (lezione di 8 ore 24/2/2006)
- Master Marketing e controllo nell'impresa commerciale (lezione di 8 ore 11/5/2007)
- Master di II livello in Management culturale internazionale (lezione di 8 ore 10-11/4/2008)
- Master in Project Management turistico culturale: "Branding turistico-culturale" (lezione di 6 ore 27/4/2010)
- Corso "Turismo e valorizzazione economica delle risorse culturali del Mediterraneo" per studenti in possesso di laurea magistrale o specialistica: "La comunicazione turistica delle regioni italiane: analisi di casi di eccellenza" (lezione di 4 ore 7/10/2011)

Università IULM

Facoltà di Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Pubblicità

- Corso di Laurea Specialistica in Comunicazione e strategia della marca e del consumatore
"Brand Lab" (60 ore) – AA. 2007-8
- Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche e Comunicazione d'Impresa
"Teoria e tecnica della pubblicità" (poi mutuato in "Linguaggi della pubblicità"): contratti integrativi/seminari a partire dall'AA. 2005-6 a oggi (mediamente 16 ore di lezione l'anno)
- "Teoria e tecniche della comunicazione pubblica": una lezione sulla pubblicità pubblica, AA. 2011-12, 2012-13
- Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità
"Teoria e tecnica della comunicazione pubblica": due lezioni sulla pubblicità pubblica e sociale, A.A. 2011-12, 2012-13
- singole lezioni al Master Maspi – AA. 2005-6, 2006-7 e al Master Food Culture and Marketing – AA. 2007-8
- singole lezioni alla Junior Summer School – AA. 2008-9, 2009-10, 2010-11, 2011-12, 2012-13
- Master specialistico in Copywriting e comunicazione pubblicitaria: una lezione di 4 ore su brief e briefing creativo, AA. 2011-12, 2012-13, di 3 ore A.A: 2013-14, 2014-2015
- Master Food & Wine Communication – AA. 2012-13: 14 ore di lezioni sulla pubblicità di food e beverage, AA. 2013-14: una lezione di 4 ore su case history
- Master Made in Italy – AA. 2013-14: 4 ore di lezione su brand alimentari

Università Luiss

- Facoltà di Economia
Economia e tecniche della pubblicità – 2a parte (modulo di 25 ore) – AA. 2007-8
- Facoltà di Scienze Politiche
Corso di Comunicazione Politica: una lezione sulla campagna di Pisapia il 17/10/2012

Università di Milano Statale

- Facoltà di Lettere e Filosofia

Corso di Laurea in Scienze umanistiche per la comunicazione

Laboratorio "La strategia in pubblicità" (24 ore) – AA. 2007-8

Laboratorio "La pubblicità elettorale" (24 ore) – AA. 2008-9, 2009-10, 2010-11

- Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche

Corso di Laurea in Organizzazione e risorse umane

"Comunicazione d'impresa" (40 ore) – AA. 2013-14, 2014-15

Università di Milano Bicocca

- Facoltà di Sociologia (poi Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale) - Corso di Laurea in Scienze del Turismo e delle comunità locali

"Marketing" (24 ore) - AA. 2004-5

Laboratorio "La comunicazione pubblicitaria nel turismo" (24 ore) – AA. 2006-7, 2007-8 (tenuto 2 volte), ogni anno dal 2008-9 (+ in modalità e-learning per Consorzio Nettuno dall'AA. 2009-10 al 2013-14)

Master "Comunicare il turismo sostenibile" (16 ore), AA. 2012-13

- Facoltà di Psicologia (poi Dipartimento di Psicologia)

Laurea in Comunicazione e Psicologia

"Comunicazione d'impresa" (64 ore) – AA. 2012-13

Laboratorio "Pubblicità" (16 ore) – AA. 2009-10, 2010-11

Laboratorio "Presentazione" (16 ore) – AA. 2009-10, 2010-11

Corso di Laurea Magistrale in Psicologia dei processi sociali, decisionali e dei comportamenti economici

Laboratorio sulla pubblicità sociale all'interno del corso "Comunicazione nelle organizzazioni e comunicazione sociale" (16 ore) dall'AA. 2011-12 al 2014-2015

- Dipartimento di Economia

Master in Marketing Management AA. 2013-14 (lezione di 4 ore sulla copy strategy il 28/02/2014)

Università di Modena e Reggio Emilia – Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia

"Teoria e tecniche della Comunicazione Pubblica" (80 ore) – 2003-4, 2004-5.

Università del Piemonte Orientale

- Facoltà di Economia (sede di Domodossola e successivamente di Stresa)

Corso di Laurea in Promozione e Gestione del Turismo "Marketing operativo di base e dei prodotti turistici" (inizialmente di 40 ore, poi sceso a 32) – dall'AA. 2003-4 al 2008-9

"Marketing" (48 ore) – AA. 2009-10

- Facoltà di Scienze Politiche (Alessandria)

Laboratorio "Tecniche di presentazione" (12 ore) – AA. 2005-6, 2006-7

Università di Torino

- Facoltà di Scienze della Formazione

Corso di Laurea in Multidam

"Marketing" (30 ore) – AA. 2005-6

- Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione (ex Facoltà di Lettere e Filosofia)

Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione e culture dei media

"Tecniche della pubblicità" – dal 2014-15 modificato in "Teorie e tecniche della pubblicità" (36 ore) – dall'AA. 2012-2013 a oggi

- Master Corep in Progettazione e management del Multimedia per la Comunicazione:

"Comunicazione pubblicitaria e comunicazione pubblica" (14 ore + 5 di formazione a distanza) – dall'AA. 2012-2013 a oggi

Università di Verona – Facoltà di Lingue e Letterature Straniere

"Event Marketing e Comunicazione Aziendale" (36 ore) – AA. 2007-8, 2008-9, 2009-10

- singole lezioni al Master in Mediazione Linguistica per la qualità dei servizi al pubblico – (8 ore) AA. 2007-8 e al Master in Front Office nei servizi – (4 ore) AA. 2008-9

Altre attività universitarie

- **Università di Bergamo (da AA. 2014-2015)**
Relatore di tesi di Laurea Triennale (3 tesi)
- **Università di Modena e Reggio Emilia (AA. 2004/2005 e 2005/2006)**
Relatore di tesi di Laurea Vecchio Ordinamento (totale 6 tesi)
- **Università IULM (da A.A. 2005/2006)**
Tutor di tesi di Laurea Triennale (totale 35 tesi)
- **Università di Verona (AA. 2008/2009 e 2009/2010)**
Relatore di tesi di Laurea Magistrale (totale 9 tesi + 1 come correlatore)
- **Università di Milano Bicocca (AA. 2012/2013)**
Tutor di tesi di Laurea Triennale (totale 4 tesi)
- **Università di Torino (da AA. 2012/2013)**
Relatore di tesi di Laurea Magistrale (totale 7 tesi)
- **Università degli Studi di Milano (da AA. 2013/2014 e 2014/2015)**
Relatore di tesi di Laurea Triennale (totale 5 tesi)

MASTER E CORSI PRESSO SCUOLE DI FORMAZIONE

- Accademia di Comunicazione - Master in Innovation Marketing & Creative Communication – “Strategic Planning” - AA. 2006-7 (18 ore), AA. 2007-8 (21 ore)
- Aforisma – Lecce - Master in Marketing and Communications Management – “Comunicazione pubblicitaria” (32 ore) – AA. 2003-4, 2004-5
- Cesma – partecipazione a singole lezioni sulla pubblicità, AA. 2002-3, 2006-7, 2007-8, 2008-9
- Compa – Salone europeo della comunicazione pubblica, workshop “La pubblicità delle politiche 2006 e 2008: dalle campagne strategiche alle campagne improvvisate”, 2008
- European School of Economics – “Advertising planning” (40 ore) - AA. 2002-3
- Irecoop Lombardia – “Marketing strategico per le strutture ricettive” (24 ore)– AA. 2004-5
- Istituto Design Palladio – Verona – “Marketing” - AA. 2007-8, (4 corsi per un totale di 72 ore), AA. 2008-9 (3 corsi per un totale di 83 ore)
- Istituto Europeo di Design – “Marketing” (3 corsi di 18 ore cad.) – AA. 2006-2007, “Strategic planning” (18 ore) - AA. 2006-7 (21 ore), “Strategic Planning” (3 corsi di 18 ore) – AA. 2007-8
- L.UN.A. (Libera Università delle Arti) - Bologna – “Pubblicità” (20 ore) – AA. 2006-2007
- Multijob Net Center – “Marketing strategico e operativo” – all’interno del corso di Tecniche di gestione del turismo e di marketing territoriale (56 ore)– AA. 2003-4
- NABA (Nuova Accademia di Belle Arti) – seminario breve sul brief creativo AA. 2002-3
- Scuola di Palo Alto – corsi brevi sulla pubblicità AA. 2002-3, 2004-5
- Umanitaria - Ciels , Scuola superiore per Mediatori linguistici - “Teorie e tecniche del linguaggio pubblicitario” (30 ore) dall’A.A. 2014-2015

REFERENZE ACCADEMICHE

Prof. Nicolò Addario – Università di Modena e Reggio Emilia
Prof.ssa Nicoletta Buratti - Università di Genova
Prof. Stefano Castelli – Università di Milano Bicocca
Prof. Vanni Codeluppi – Università Iulm
Prof. Elena Dell’Agnese – Università di Milano Bicocca
Prof. Massimo Egidi – Rettore Università Luiss
Prof. Mauro Ferraresi – Università Iulm
Prof.ssa Federica Ferrari – Università di Bologna
Prof. Guido Ferraro – Università di Torino
Prof. Giovanni Fraquelli – Università del Piemonte Orientale
Prof. Piercarlo Grimaldi – Rettore Università di Scienze Gastronomiche
Prof. Vincenzo Lombardo – Università di Torino
Prof. Cesare Massarenti – Università di Milano Bicocca
Prof.ssa Ariela Mortara – Università Iulm
Prof.ssa Maria Angela Polesana – Università Iulm
Prof. Stefano Rolando – Università Iulm
Prof. Stefano Rosso – Università di Bergamo
Prof. Michele Sorice – Università Luiss
Prof.ssa Marta Ugolini – Università di Verona
Prof. Luca Vecchio – Università di Milano Bicocca
Prof.ssa Serena Vicari – Università di Milano Bicocca
Prof. Ugo Volli – Università di Torino