

Note biografiche

Nazionalità: italiana

Esperienze professionali

Oggi – 2015

- Attività libero professionale legata ad analisi e sviluppo di brand nell'area IT, moda e servizi culturali (Mibact)

2015-2006 Trade Marketing Studio – TMS (Bologna)

- Sviluppo di linee di prodotti a marchio: Analisi di mercato, def del posizionamento, analisi degli assortimenti (Crai, Sigma, Federfarma)
- Analisi di mercato e ricerche ad hoc finalizzate alla verifica di fattibilità del lancio di nuovi prodotti sul territorio nazionale
- Analisi di mercato e benchmark internazionale finalizzato allo sviluppo di nuovi modelli di farmacie (Federfarma)

2019-2015 Bologna Business School (Bologna)

- Coordinamento MGIncontri: contatto, presentazione e coinvolgimento di aziende nell'ambito del Master in Gestione di impresa.

2015-2010 Scouting Spa - (Bologna)

- Senior consultant area Marketing, e comunicazione con particolare riferimento ad analisi di settore, ricerche di mercato, branding e sviluppo business plan.

2009-2003 Valore impresa (Bologna)

- Attività di consulenza sui temi di: Analisi di mercato e ricerche e marketing territoriale

2009-2008 Cp Consulting Group (Milano)

- Sviluppo ricerche di mercato esplorative finalizzate alla realizzazione di nuovi insediamenti immobiliari.
- realizzazione di indagini di mercato ad hoc.

2007-2003 StageUp.com (Bologna)

- Collaborazione e sviluppo divisione FAD del gruppo Stageup:

AC NIELSEN (Milano – stage mm. 6)

2002 Area Analisi di mercato

Esperienze di insegnamento

A.A. 2019/2010 - Bologna Business School

Master in gestione di impresa: Marketing

Executive master in sales e marketing: Branding

Master in management: Marketing (cotitolare)

Master in Marketing e sales: Marketing research (cotitolare)

Tutor con assistenza a distanza su piattaforma moodle (corsi di marketing)

Executive master sales e marketing

Executive MBA imprese cooperative

MBA part time (weekend)

Executive master technology innovation management

A.A. 2014-2010 – Master Publitalia 80

Master in marketing, comunicazione e sales management

Interventi su temi:

- comunicazione d'impresa

- spazio come elemento di comunicazione

2016 Università degli studi di Bologna (professore a contratto)

Corso di laurea Marketing e Management: Modulo comportamento del consumatore (30 ore)

2014-2015 Università degli studi di Bologna (professore a contratto)

Corso di laurea Economia aziendale Corso di marketing (60 ore)

2013-2014 Università degli studi di Bologna (professore a contratto)

Corso di laurea Economia aziendale Corso di marketing (60 ore)

Corso di laurea Marketing e Management Corso di marketing (60 ore)

2012-2013 Università degli studi di Bologna (professore a contratto)

Corso di laurea Economia aziendale Corso di marketing (60 ore)

2011-2012 Università degli studi di bologna (professore a contratto)

Corso di laurea Marketing e Management Corso di marketing (60 ore)

2010-2011 Università degli studi di bologna (professore a contratto)

Corso di laurea Economia aziendale Corso di marketing (60 ore)

A.A 2010-2005

Università degli studi di Bologna

Facoltà di Economia – Sede di Bologna

Facoltà di Psicologia – Sede di Cesena

Professore a contratto

Corso di laurea: Economia Aziendale

Corso di laurea in Psicologia delle organizzazioni e dei servizi Corso di : Marketing

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del DL. 196 - 30/6/2006