

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

selezione pubblica per n.1 posto di Ricercatore a tempo determinato ai sensi dell'art.24, comma 3, lettera b) della Legge 240/2010 per il settore concorsuale 14/C2 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, settore scientifico-disciplinare SPS/08 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso il Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche, avviso bando pubblicato sulla G.U. – IV serie speciale – Concorsi ed Esami n. 50 del 30.6.2020, Codice concorso 4403

Carlo Nardella **CURRICULUM VITAE**

INFORMAZIONI PERSONALI

Cognome: NARDELLA
Nome: CARLO
Data di nascita: 1.3.1984

ABILITAZIONE SCIENTIFICA

Abilitazione scientifica nazionale per la seconda fascia conseguita ai sensi dell'art. 16 della Legge 240/2010 in data 15.10.2018 per il settore concorsuale 14/C2 Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi.

POSIZIONE ACCADEMICA

Ricercatore a tempo determinato lettera a) ai sensi dell'art. 24 della Legge n. 240/2010 presso il Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche dell'Università degli Studi di Milano nel Settore Scientifico Disciplinare SPS/08 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi. Contratto stipulato a partire dal 1.12.2016 fino al 30.11.2019, prorogato di due anni a partire dal 1.12.2019 fino al 30.11.2021.

Assegnista di ricerca ai sensi dell'art. 22 della Legge n. 240/2010 presso il Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche dell'Università degli Studi di Milano a partire dal 1.4.2015 fino al 31.3.2016.

Assegnista di ricerca ai sensi dell'art. 22 della Legge n. 240/2010 presso il Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata dell'Università degli Studi di Padova a partire dal 1.4.2013 fino al 31.3.2015.

FORMAZIONE

Dottorato di Ricerca in Sociologia conseguito presso la Graduate School in Social, Economic and Political Sciences dell'Università degli Studi di Milano in data 15.3.2012 con giudizio "Ottimo". Tesi: "Where the Sacred Meets the Profane: Religious Symbolism in Italian Magazine Advertising".

Laurea Specialistica in Comunicazione delle Organizzazioni Complesse conseguita presso l'Università degli Studi di Padova in data 1.7.2008 con voto 110/110 e lode. Tesi: "Prassi discorsive e costruzione dell'identità. Il dibattito sulla Turchia e l'Unione Europea".

Laurea Triennale in Scienze della Comunicazione conseguita presso l'Università degli Studi di Padova in data 11.7.2006 con voto 110/110 e lode. Tesi: "Velo islamico e identità nella sfera pubblica".

Diploma di maturità scientifica conseguito presso il Liceo Scientifico Statale Ippolito Nievo di Padova in data 9.7.2003.

PUBBLICAZIONI

Libri

Nardella, C. (forth.), *Symbolic Economy: Advertising, Religion and the Exchange of Symbolic Goods*, London, Routledge.

Nardella, C. (2015), *La migrazione dei simboli. Pubblicità e religione*, Milano, Guerini.

Curatele di numeri monografici su rivista

Gili, G. e Nardella, C. (a cura di) (2019), “Papa Francesco e i media”, *Problemi dell'informazione*, vol. 44, n. 3.

Nardella, C. (a cura di) (2014), “Religion and Marketing”, *Sociologica*, vol. 8, n. 3.

Articoli su rivista

Gili, G. e Nardella, C. (2019), “Introduzione. Dinamiche e mutamenti nel rapporto tra religione e media”, *Problemi dell'informazione*, vol. 44, n. 3, pp. 407-418.

Nardella, C. (2019), “La strategia del quotidiano. Nuove forme della ristrutturazione cattolica”, *Problemi dell'informazione*, vol. 44, n. 3, pp. 491-513.

Nardella, C. (2017), “The Symbolic Legitimation of the European Union: Patterns and Problems”, *Sociologica*, vol. 10, n. 1, pp. 1-18.

Nardella, C. (2014), “Studying Religion and Marketing: An Introduction”, *Sociologica*, vol. 8, n. 3, pp. 1-15.

Nardella, C. (2014), “The Migration of Symbols: Religion and Italian Advertising, 1969-2013”, *Sociologica*, vol. 8, n. 3, pp. 1-23.

Nardella, C. (2012), “Religious Symbols in Italian Advertising: Symbolic Appropriation and the Management of Consent”, *Journal of Contemporary Religion*, vol. 27, n. 2, pp. 217-240.

- Paper vincitore del Taylor & Francis Sociology of Religion Postgraduate Essay Prize della British Sociological Association

Capitoli in volumi

Nardella, C. (forth.), “Public Relations and Advertising” in Y. Cohen e P. Soukup (a cura di), *Handbook on Religion and Communication*, Oxford, UK, Wiley Blackwell.

Nardella, C. (forth.), “Dinamica dei simboli religiosi” in V. Montieri (a cura di) *La manipolazione del sacro*, Milano, Mimesis.

Nardella, C. (2020), “Media e vita quotidiana nella ristrutturazione cattolica” in M. Simeoni (a cura di), *La modernità di Papa Francesco*, Bologna, Dehoniane, pp. 181-204.

Nardella, C. e Orlandi, E.C. (2017), “Giovani e crisi. Alcune tendenze” in P. Rebughini, E. Colombo e L. Leonini (a cura di), *Giovani dentro la crisi*, Milano, Guerini, pp. 163-199.

Nardella, C. (2016), “L'Europa allo specchio. Turchia, Unione Europea e religione” in A. Pin e C. Pellegrini (a cura di), *Europa e islam. Attualità di una relazione*. Venezia, Marsilio, pp. 1-8.

Nardella, C. (2016), “Simboli usati e simboli difesi. Qualche osservazione su islam e pubblicità” in A. Zaccuri (a cura di), *Il tablet e la mezzaluna. Islam e media al tempo del meticcio*, Venezia, Marsilio pp. 1-10.

Nardella, C. (2016), “Religione di mercato in un'epoca di post-secolarizzazione” in G. Salmeri (a cura di), *Troppa religione o troppo poca? Cristiani e musulmani alla prova della secolarizzazione*, Venezia, Marsilio, pp. 1-10.

- Nardella, C. (2014), "Europe's Disputed Symbolic Boundaries: Identity, Religion and Turkey's EU Membership" in M. Topić e S. Sremac (a cura di), *Europe as a Multiple Modernity: Multiplicity of Religious Identities and Belongings*, Newcastle, Cambridge Scholars Publishing, pp. 320-338.
- Nardella, C. (2014), "Medici e fine vita. Esperienze, strategie, tensioni" in G. Guizzardi (a cura di), *Giunti sul passo estremo. Medicina e società di fronte al fine vita*, Milano, Guerini, pp. 39-72.
- Nardella, C. (2014), "La razionalizzazione di un culto. Caravaggio a Fanzolo" in E. Pace, L. Berzano e A. Castegnaro (a cura di), *Religiosità popolare nella società post-secolare. Nuovi approcci teorici e nuovi campi di ricerca*, Padova, Messaggero, p. 247-260.
- Nardella, C. (2013), "Dal marketing alla religione. Ipotesi di lavoro per una ricerca nel contesto latino-americano" in E. Segre e S. Scotti (a cura di), *Immaginari del cambiamento in America latina. Religioni, culture, dinamiche economico-sociali*, Firenze, Mauro Pagliai, pp. 131-142.
- Nardella, C. (2012), "Pubblicità e simboli religiosi. Uso e controllo di un capitale simbolico" in C. Cipolla, G. Boccia Artieri e L. Fassari (a cura di), *Innovazione tecnologica e disuguaglianze territoriali*, Franco Angeli, Milano, pp. 95-106.
- Paper selezionato all'VIII Forum Giovani-IX Convegno Nazionale AIS 2010
- Nardella, C. (2010), "La liberazione delle ossesse. Un rito privatizzato" in M. Bontempi e A. Maturo (a cura di), *Salute e salvezza. I confini mobili tra sfere della vita*, Franco Angeli, Milano, pp. 153-166.
- Nardella, C. (2010), "Capital Transformation: Religious Symbolism in Italian Magazine Advertising" in E. Haley (a cura di), *The Proceedings of the 2010 European Conference of the American Academy of Advertising*, Richmond, VA, American Academy of Advertising, pp. 104-111.

Recensioni

- Nardella, C. (2013), "Review of *Consumption and Spirituality*", *Sociologica*, vol. 7, n. 1, pp. 1-3.
- Nardella, C. (2009), "Review of *Organizing Identity: Persons and Organizations After Theory*", *Sociologica*, vol. 3, n. 2-3, pp. 1-4.
- Nardella, C. (2007), "Recensione di *Quale Europa? Europeizzazione, identità e conflitti*", *Sociologica*, vol. 1, n. 3, pp. 1-4.

ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE COME RELATORE A CONVEGNI SCIENTIFICI

Organizzatore e chair alla International Society for the Sociology of Religion 35th Conference della sessione tematica "Pope Francis, Religious Authority and the Media", Barcellona (Spagna), 9-12 luglio 2019.

Relatore alla International Society for the Sociology of Religion 35th Conference del paper "Pope Francis, News Media and Everyday Life", Barcellona (Spagna), 9-12 luglio 2019.

Organizzatore e chair alla International Society for Media, Religion and Culture Conference del panel "Pope Francis and the Media", Boulder (Stati Uniti), 8-11 agosto 2018.

Relatore alla International Society for Media, Religion and Culture Conference del paper "Behind the Representation: Pope and Journalists", Boulder (Stati Uniti), 8-11 agosto 2018.

Relatore alla International Sociological Association 19th World Congress of Sociology del paper "Religion, Gendered Bodies and Social Roles: An Empirical Study", Toronto (Canada), 15-21 luglio 2018.

Relatore alla International Sociological Association 19th World Congress of Sociology del paper “Performing Religion in Public between Italy and Sri Lanka”, Toronto (Canada), 15-21 luglio 2018.

Relatore alla 7th Annual Ethnographic and Qualitative Research Conference del paper “Religion, Ritual and the Social Construction of Masculinity and Femininity”, Bergamo, 6-9 giugno 2018.

Relatore alla Giornata di studi AIS ‘Sociologia e Vita Quotidiana’ del paper “Religione e vita quotidiana”, Milano, 26 ottobre 2017.

Organizzatore e chair alla International Society for the Sociology of Religion 34th Conference della sessione tematica dal titolo “Pope Francis and the Crisis”, Lausanne (Svizzera), 4-7 luglio 2017.

Relatore alla International Society for the Sociology of Religion 34th Conference del paper “Pope Francis on the World Stage”, Lausanne (Svizzera), 4-7 luglio 2017.

Relatore al XI Convegno Nazionale dell’Associazione Italiana di Sociologia del paper “Sacre differenze. Genere e sessualità in un rito cattolico filippino”, Verona, 10-12 novembre 2016.

Relatore alla Conferenza ‘Women, Religions and Gender Relations’ del paper “The Sacralization of Differences. Gender and Sexuality in a Filipino Catholic Celebration”, Torino, 9-11 novembre 2016.

Relatore alla ‘Researching Religious Controversies’ Conference del paper “A Response to: ‘What is a Controversy and When Does Religion Become Controversial? Insights from Social Problems Theory’”, Sigtuna (Svezia), 31 ottobre-2 novembre 2016.

Relatore alla ‘Religions and Human Rights’ Conference del paper “Commercial Advertising and Human Rights Discourse”, Padova, 14-15 aprile 2016.

Relatore alla International Society for the Sociology of Religion 33rd Conference del paper “The Migration of Symbols: Religion in Commercial Advertising”, Louvain-la-Neuve (Belgio), 2-5 luglio 2015.

Organizzatore del convegno ‘Medicina e società di fronte al fine vita’ e relatore del paper “Medici e fine vita” presso il Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata dell’Università degli Studi di Padova, 15 maggio 2014.

Relatore alla European Sociological Association 11th Conference del paper “Managing Complexity: Doctors’ Perspectives on End-of-Life Decision Making and Care”, Torino, 28-31 agosto 2013.

Relatore alla International Society for the Sociology of Religion 32nd Conference del paper “Healing Possession: A Private Rite”, Turku (Finlandia), 27-30 giugno 2013.

Relatore al Convegno ‘La religione popolare nella società post-secolare’ del paper “Un pellegrinaggio razionalizzato”, Padova, 18-20 ottobre 2012.

Relatore alla European Sociological Association 1st Sociology of Religion Research Network Mid Term Conference del paper “Where the Sacred Meets the Profane”, Potsdam (Germania), 3-5 settembre 2012.

Relatore alla conferenza ‘From Religious Diversity to Religious Pluralism’ del paper “Pluralism that Sells: Print Advertisements as Indicators of Italy’s Religious Pluralism”, Padova, 15-16 febbraio 2012.

Relatore alla ‘Religions as Brands’ Conference del paper “The Religion of Advertising: Using Religious Symbols to Promote Secular Products. Evidence from Italy”, Lausanne (Svizzera), 13-15 ottobre 2011.

Relatore alla European Sociological Association 10th Conference del paper “Boundary Loss: Transcendence, Religious Symbols and Advertising”, Genève (Svizzera), 7-10 settembre 2011.

Relatore alla International Society for the Sociology of Religion 31st Conference del paper “Post-Fordist Religion: Religion as Economic Value in Advertising”, Aix-en-Provence (Francia), 30 giugno-3 luglio 2011.

Relatore alla European Sociological Association Sociology of Culture Conference del paper “Consuming Symbols: Advertising’s Appropriation of Religious Symbolic Capital”, Milano, 7-9 ottobre 2010.

Relatore al IX Convegno Nazionale dell’Associazione Italiana di Sociologia del paper “Tra shock e consenso. Produzione simbolica e pubblicità commerciale”, Milano, 23-25 settembre 2010.

Relatore alla International Sociological Association 17th World Congress of Sociology del paper “Bodies and Thaumaturgical Healings at a Marian Shrine in Northern Italy”, Göteborg (Svezia), 11-17 luglio 2010.

Relatore all’American Academy of Advertising European Conference del paper “Religious Symbolism in Italian Magazine Advertising: A Quantification of its Presence and Exploration of its Nature”, Milano, 4-6 giugno 2010.

Relatore al Convegno Intersezione dell’Associazione Italiana di Sociologia del paper “Un rito privatizzato”, Padova, 5-6 novembre 2009.

INCARICHI DI RICERCA E DI INSEGNAMENTO PRESSO ATENEI ESTERI

Visiting Scholar presso il Center for Media, Religion and Culture della University of Colorado Boulder dal 14.7.2018 al 13.8.2018. Conduzione del progetto di ricerca “Religion and Media Change”.

Visiting Scholar presso il Center for Media, Religion and Culture della University of Colorado Boulder dal 1.9.2017 al 30.9.2017. Conduzione del progetto di ricerca “Advertising and Religion” e incarico di tenere una lezione di due ore sull’argomento presso il College of Media, Communication and Information della University of Colorado Boulder in data 25.9.2017.

Visiting Scholar presso la Annenberg School for Communication della University of Pennsylvania dal 1.2.2010 al 31.5.2010. Conduzione del progetto di ricerca “Religion and Advertising in the United States” selezionato con bando competitivo dal Center for Global Communication Studies’s Visiting Scholar Program e incarico di tenere una lezione di due ore sul progetto in data 27.4.2010.

Visiting Ph.D. Student presso il Documentation and Research Centre on Religion, Culture and Society della Katholieke Universiteit Leuven dal 16.8.2009 al 27.8.2009. Partecipazione alla International Summer School in Research on Religion, Culture and Society in Europe.

CONSEGUIMENTO DI PREMI, RICONOSCIMENTI E BORSE DI STUDIO

Vincitore del ‘2011 Taylor & Francis Sociology of Religion Postgraduate Essay Prize’ della British Sociological Association con paper “Religious Symbols in Italian Advertising: Symbolic Appropriation and the Management of Consent”. Premio in denaro e pubblicazione nel Journal of Contemporary Religion, Routledge.

Selezionato all’VIII Forum Giovani-IX Convegno Nazionale dell’Associazione Italiana di Sociologia 2010 con paper “Pubblicità e simboli religiosi. Uso e controllo di un capitale simbolico” premiato con la pubblicazione nel volume Innovazione tecnologica e disuguaglianze territoriali, Franco Angeli.

Vincitore di una borsa di studio triennale per il 24° ciclo del Dottorato di Ricerca in Sociologia dell’Università degli Studi di Milano.

Vincitore di una borsa di studio triennale per il 24° ciclo del Dottorato di Ricerca in Sociologia e Ricerca Sociale dell’Università degli Studi di Trento.

PARTECIPAZIONE AL COLLEGIO DOCENTI DI DOTTORATI DI RICERCA

Membro del collegio docenti del dottorato di ricerca in Sociology and Methodology of Social Research delle Università degli Studi di Milano e di Torino dal 15.4.2017 a oggi.

PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI DI RIVISTE

Membro dell'Editorial Board della rivista internazionale *Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History* (ISSN 1820-8495), ed. University of Niš, dal 1.2.2014 a oggi.

Membro dell'Editorial Board della rivista *Sociologica* (ISSN 1971-8853), ed. Università di Bologna, dal 28.10.2019 a oggi.

Revisore anonimo per le riviste: *Information, Communication and Society*; *Nordic Journal of Religion and Society*; *Rassegna Italiana di Sociologia*; *Religioni e società*; *Studi Culturali*; *Facta Universitatis*; *Sociologica*.

PARTECIPAZIONE A GRUPPI DI RICERCA

Responsabile di unità e componente del gruppo di ricerca "Simboli contesi. L'uso dei simboli religiosi al tempo dei populismi e della comunicazione mediatica" finanziato con bando competitivo dall'Università degli Studi di Milano, P.I. Luca Vanoni, dal 15.5.2020 al 3.11.2021.

Componente del gruppo di ricerca Prin "Pratiche sostenibili di vita quotidiana nel contesto della crisi: lavoro, consumo, partecipazione" finanziato dal Miur, responsabile scientifico Laura Bovone, dal 1.4.2015 al 12.5.2017.

Componente del gruppo di ricerca "Comunicazione e religione" finanziato dall'Istituto Universitario Salesiano, responsabile scientifico Vittorio Montieri, dal 9.6.2017 al 8.6.2018.

Componente del gruppo di ricerca "Conoscere il meticcio, governare il cambiamento" finanziato dalla Fondazione Internazionale Oasis in collaborazione con Fondazione Cariplo, responsabile scientifico Martino Diez, dal 1.9.2014 al 31.10.2015.

Componente del gruppo di ricerca "Prendersi cura on line. Come Internet trasforma il sapere nel campo della medicina e della salute" finanziato con bando competitivo dall'Università degli Studi di Padova, responsabile scientifico Gustavo Guizzardi, dal 1.4.2013 al 31.3.2015.

Componente del gruppo di ricerca "Medicina e società nella gestione del fine vita" finanziato con bando competitivo dall'Università degli Studi di Padova, responsabile scientifico Gustavo Guizzardi, dal 15.11.2011 al 14.6.2012.

Componente del gruppo di ricerca "Giovani, stereotipi di genere e differenze culturali nel Friuli-Venezia Giulia" finanziato da Regione Friuli-Venezia Giulia in collaborazione con l'Istituto di Ricerca Internazionale Jacques Maritain di Trieste, responsabile scientifico Franca Bimbi, dal 10.10.2005 al 1.6.2006.

RESPONSABILITÀ DI PROGETTI AMMESSI AL FINANZIAMENTO

Co-responsabile del progetto "Simboli contesi. L'uso dei simboli religiosi al tempo dei populismi e della comunicazione mediatica" finanziato dall'Università degli Studi di Milano, Bando Straordinario per Progetti Interdipartimentali.

Assegnatario del Fondo di Finanziamento per le Attività Base di Ricerca 2018 (FFABR-Ricercatori) finanziato dal Miur.

Co-responsabile del progetto “Health and Well-Being on the Internet” finanziato dall’Università degli Studi di Milano, Piano di sostegno alla ricerca 2019, Linea 2-Azione A.

Responsabile del progetto “Media e mutamento sociale” finanziato dall’Università degli Studi di Milano, Piano di sostegno alla ricerca 2018, Linea 2-Azione A: giovani ricercatori.

Responsabile del progetto “Comunicazione, istituzioni, mutamenti” finanziato dall’Università degli Studi di Milano, Piano di sostegno alla ricerca 2017, Linea 2-Azione A: giovani ricercatori.

Responsabile del progetto “Comunicazione, istituzioni, spazi sociali” finanziato dall’Università degli Studi di Milano nell’abito del Piano di sostegno alla ricerca 2016, Linea 2-Azione A: giovani ricercatori.

ATTIVITÀ DIDATTICA A LIVELLO UNIVERSITARIO

Titolare del corso Advertising Strategy tenuto in inglese nell’A.A. 2019/2020 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d’Impresa dell’Università degli Studi di Milano (40 ore).

Titolare del corso Advertising Strategy tenuto in inglese nell’A.A. 2018/2019 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d’Impresa dell’Università degli Studi di Milano (40 ore).

Titolare del corso Advertising Strategy tenuto in inglese nell’A.A. 2017/2018 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d’Impresa dell’Università degli Studi di Milano (40 ore).

Titolare del corso Pubblicità e comunicazione integrata tenuto nell’A.A. 2016/2017 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d’Impresa dell’Università degli Studi di Milano (20 ore).

Professore a contratto del corso Advertising Strategy tenuto in inglese nell’A.A. 2016/2017 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d’Impresa dell’Università degli Studi di Milano (60 ore).

Professore a contratto del modulo ‘Sociologia delle comunicazioni’ del corso Psicologia clinica tenuto nell’A.A. 2016/2017 per il Corso di Laurea Triennale in Tecniche della Riabilitazione Psichiatrica dell’Università degli Studi di Milano (10 ore).

Tutor studenti nell’A.A. 2015/2016 per il Corso di Laurea Triennale in Scienze Sociali per la Globalizzazione dell’Università degli Studi di Milano (35 ore)

Incaricato alla didattica integrativa del corso Sociologia dei consumi tenuto nell’A.A. 2015/2016 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d’Impresa dell’Università degli Studi di Milano (38 ore).

Professore a contratto del modulo ‘Sociologia della cultura’ del corso Sociologia tenuto nell’A.A. 2014/2015 per il Corso di Laurea Triennale in Scienze Politiche dell’Università degli Studi di Milano (20 ore).

Professore a contratto del modulo ‘Sociologia delle comunicazioni’ del corso Psicologia clinica tenuto nell’A.A. 2014/2015 per il Corso di Laurea Triennale in Tecniche della Riabilitazione Psichiatrica dell’Università degli Studi di Milano (10 ore).

Professore a contratto del modulo ‘Sociologia generale’ del corso Scienze pedagogiche e antroposociologiche tenuto nell’A.A. 2014/2015 per il Corso di Laurea Triennale in Terapia della Neuro e Psicomotricità dell’Età Evolutiva dell’Università degli Studi di Milano (10 ore).

Tutor studenti nell’A.A. 2014/2015 per il Corso di Laurea Triennale in Scienze Sociali per la Globalizzazione dell’Università degli Studi di Milano (35 ore)

Incaricato alla didattica integrativa e all’assistenza agli esami di profitto del corso Sociologia dei consumi tenuto nell’A.A. 2014/2015 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d’Impresa dell’Università degli Studi di Milano (20 ore di didattica, 20 ore di assistenza esami).

Professore a contratto del corso Sociology tenuto in inglese nell'A.A. 2013/2014 per il Corso di Laurea Triennale in Scienze Politiche degli Studi di Milano (60 ore).

Professore a contratto del modulo 'Sociologia delle comunicazioni' del corso Psicologia clinica tenuto nell'A.A. 2013/2014 per il Corso di Laurea Triennale in Tecniche della Riabilitazione Psichiatrica dell'Università degli Studi di Milano (10 ore).

Professore a contratto del modulo 'Sociologia generale' del corso Scienze pedagogiche e antroposociologiche tenuto nell'A.A. 2013/2014 per il Corso di Laurea Triennale in Terapia della Neuro e Psicomotricità dell'Età Evolutiva dell'Università degli Studi di Milano (10 ore).

Incaricato alla didattica di supporto del corso Cultural Studies tenuto nell'A.A. 2013/2014 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione dell'Università degli Studi di Padova (15 ore).

Professore a contratto del corso Sociology tenuto in inglese nell'A.A. 2012/2013 per il Corso di Laurea Triennale in Scienze Politiche degli Studi di Milano (60 ore).

Incaricato alla didattica integrativa del corso Comunicazione politica tenuto nell'A.A. 2012/2013 per il Corso di Laurea Triennale in Comunicazione e Società dell'Università degli Studi di Milano (6 ore).

Incaricato alla didattica di supporto del corso Cultural Studies tenuto nell'A.A. 2012/2013 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione dell'Università degli Studi di Padova (20 ore).

Incaricato alla didattica integrativa e all'assistenza agli esami di profitto del corso Sociologia dei consumi tenuto nell'A.A. 2011/2012 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa dell'Università degli Studi di Milano (30 ore didattica, 17 ore assistenza esami).

Incaricato alla didattica di supporto del corso Cultural Studies tenuto nell'A.A. 2011/2012 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione dell'Università degli Studi di Padova (20 ore).

Incaricato alla didattica integrativa e all'assistenza agli esami di profitto del corso Sociologia dei consumi tenuto nell'A.A. 2010/2011 per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa dell'Università degli Studi di Milano (45 ore didattica, 16 ore assistenza esami).

LEZIONI E SEMINARI SU INVITO

Ciclo di tre lezioni presso l'Istituto di Studi Ecumenici San Bernardino di Venezia su "Media e religione", 1-2 luglio 2019.

Lezione presso l'Italart Santa Chiara Study Center di Castiglion Fiorentino su "Pope Francis's Communication Strategy and Framing by International News Media", 16 aprile 2019.

Lezione presso la Facoltà Teologica del Triveneto su "Il pellegrinaggio", 9 gennaio 2018.

Lezione nel Master in Yoga Studies dell'Università Ca' Foscari di Venezia su "Le religioni orientali nelle pubblicità", 6 settembre 2014.

Seminario nel Dottorato in Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Padova su "Il campo pubblicitario", 6 febbraio 2014.

Seminario nel Dottorato in Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Padova su "Bourdieu in Italia", 12 marzo 2013.

Seminario nella XIX International Summer School on Religions di San Gimignano su "Senso e trasformazione di simboli religiosi in Italia e America Latina", 28 agosto 2012.

Tesi magistrali discusse all'Università degli Studi di Milano

Selle Marika, "Religious Symbols in Italian Magazine Advertising: New Insights from an Up-To-Date Sample".

Eshun Araba, "The Importance of Effective Crisis Communication: A Case Study of Volkswagen Emission Scandal and the Southwest Airlines Controversies".

Gerelli Alice, "Religious Publishing and Commercial Advertising: A Case Study of Famiglia Cristiana".

Zucchelli Alice, "Islam e mercato. La certificazione Halal".

Rashdan Amna, "The Role of Emotions in Contemporary Cause and Environmental Marketing Communications: The Case Studies of Patagonia and North Face".

Casagrande Martina, "Pierre Bourdieu's Field Theory: Concepts and Applications in Advertising".

Sperandio Silvia, "Pubblicità e religione in Italia nella prima metà del Novecento".

Fediushina Ekaterina, "Social Networking Use, Concerns, and Commercial Possibilities: Some Recent Trends".

Antonelli Giulia, "Advertising Appeals and Cultural Values: The Case Study of Vogue Magazin.

Nguyen Tam, "Evaluating the Influence of YouTube Advertising for Attraction of Young Customers: Evidence from the Cosmetic Industry".

Gallotti Martina, "Politics, Propaganda and Religion: Political Billboards and Religious Symbols in Interwar Italy".

Karimabadi Aida, "Challenges and Opportunities for Change in Food and Beverage Advertising: Evidence from the United States".

Arcando Federica, "Best Practices in Crisis Communication: The Ryanair Case Study".

Oropallo Letizia, "The Use of Social and Political Themes in Corporate Social Responsibility Campaigns: A New Role for Global Firms".

Marchitelli Rosa, "Let Me Tell You a Story: Storytelling as a Powerful Tool for Corporate Communication Strategy".

Damiani Flavia, "Negative Political Advertising in American Campaigns: A Comparison between Barack Obama and Alexandria Ocasio-Cortez".

Isella Alessandra, "Events Marketing Management: Theory and Practice".

Omarov Orkhan, "Sensory Marketing: Theoretical and Empirical Grounds".

Nguyen Anh, "When Brands and Consumers Talk: The Cases of Coca-Cola and Nike".

Roncalli Aura, "Artistic Appropriation Strategies: An Analysis of Three Post-Modern Artists".

D'alesio Francesca, "Corporate Crisis Communication: The Importance of the Right Choice of Media".

Trinh Hai, "Co-Branding as a Tool For Strategic Brand Activation: A Case Study in the Fashion and Design Sector".

Zappa Beatrice, "Corporate Social Responsibility in the Cosmetic Industry: A Study of Corporate Social Responsibility and its Influence on Customer Choice".

Timchenko Olga, "Social Media Advertising: A Study on Usage and Impact".

Congiu Ivan, "Customer Relationship Management and Viral Advertising: Trends and Practices".

Colombo Simone, "Content Marketing and Artificial Intelligence: Practical Applications and Future Trends".

Grande Verdiana, "Gender Inclusive Advertising and Symbolic Violence: An Exploration of Consumer Acceptance of Inclusive Depictions of Women in Advertising".

Zambelli Chiara, "How Millennials Perceive the Persuasiveness of Consumer-Generated Advertising?".

Parvanehjalili Seyedmojtaba, "Advertising and Storytelling: An Empirical Analysis".

Dudko Krystsina, "Black Branding: Selling Blackness Through Sport".

Giussani Virginia, "Repositioning a Brand: The Case of Regina and Amaro Montenegro".

Betz Valerie, "Apple as a Lovemark: The Creation of a Brand Through Emotional Engagement in Television Commercials".

De Luca Ilaria, "Motherhood-A Story to Sell: Representations of Mothers in P&G and American Greetings Advertising Campaigns".

Merlino Michela, "Gender Stereotyping in Advertisements: Goffman Revisited".

Serafini Valeria, "Pubblicità controverse. Consumatori, rappresentazioni, gruppi sociali. I casi Melegatti e Barilla".

Dognini Sara, "Advertising Goes Green: The Promotion of Big Brands through Environmental Discourse".

Tesi triennali discusse all'Università degli Studi di Milano

Mascetti Serena, "La comunicazione d'impresa tra sostenibilità ambientale e greenwashing. I casi H&M, McDonalds e Fiji".

Acquaviva Carolina, "Media food. La comunicazione del cibo sui social media".

INCARICHI AMMINISTRATIVI

Responsabile del Programma Erasmus+ Study per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa dell'Università degli Studi di Milano, dal 12.12.2016 a oggi.

Responsabile del Programma Erasmus+ Traineeship per il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa dell'Università degli Studi di Milano, dal 12.4.2018 a oggi.

Rappresentate dei docenti del Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa nella Commissione Paritetica Docenti-Studenti del Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche dell'Università degli Studi di Milano, dal 22.2.2017 a oggi.

Rappresentante degli assegnisti di ricerca del Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata dell'Università degli Studi di Padova, dal 15.10.2014 al 31.3.2015.

ATTIVITÀ DI PUBLIC ENGAGEMENT - TERZA MISSIONE

Interventi

Intervista a Radio24 trasmessa in data 23.2.2020 dedicata al numero monografico Papa Francesco e i media.

Intervista a Radio24 trasmessa in data 4.2.2018 dedicata alla monografia La migrazione dei simboli.

Contributo al blog norvegese Religion Going Public pubblicato in data 14.3.2017 con titolo “Who’s Afraid of Religious Controversies? A Case of Conflict over Symbol Use”.

Intervista a O Clarim-Macau Catholic Weekly pubblicata in data 4.3.2016 con titolo “God and Advertising”.

Copertura giornalistica di ricerche

Mario, T. (8.3.2020), “7 anni con Francesco”, La Difesa del Popolo, pp. 28-29.

Menniti-Ippolito, N. (10.2.2016), “Santi consumi, la religione è uno spot”, Il Mattino di Padova, p. 36

Cozzi, P.G. (gennaio-febbraio 2016), “Pubblicità e religione”, Promotion Magazine, p. 35.

Ventura, M. (27.12.2015), “La fede è pubblica, anzi pubblicitaria”, La Lettura del Corriere della Sera, p. 11.

AFFILIAZIONI PROFESSIONALI

International Sociological Association; International Society for the Sociology of Religion; International Society for Media, Religion and Culture; Associazione Italiana di Sociologia; Società Scientifica Italiana di Sociologia, Cultura e Comunicazione.

SOFTWARE SCIENTIFICI

SPSS; Atlas.ti; Nvivo; TaLTaC.

Data

9.7.2020

Luogo

Milano