

RICCARDO PIRAZZOLI

STRADA MAGGIORE 96, 40125 BOLOGNA

28 MAGGIO 1980

riccardopirazzoli@gmail.com

riccardo.pirazzoli4@unibo.it

+ 39 338 2369982

2009-oggi

ALMA MATER STUDIORUM BOLOGNA

Professore a contratto

Docente di:

- Economia e gestione delle imprese, Scuola di Lingue e Letterature, Traduzione e Interpretazione.
- Laboratorio di Orientamento al lavoro, Scuola di Economia, Management e Statistica
- Comunicazione d'Impresa, Scuola di Economia, Management e Statistica
- Social media e big data, Scuola di Economia, Management e Statistica
- International Marketing of Tourism (lingua inglese), Scuola di Economia, Management e Statistica
- Digital Marketing, Scuola di Economia, Management e Statistica

Collaboratore presso il MIUR come collaboratore scientifico dei progetti RFO della professoressa Adriana Galvani e del progetto PRIN 2007 del prof. Asterio Savelli, Unibo.

Docenza e ricerca. Pubblicazioni:

- L'immagine di una destinazione turistica: vendere place-values, acquistare un luogo, in Tidore (a cura di) (2013), *Città mediterranee nello spazio globale. Mobilità turistica tra crisi e mutamento*, Franco Angeli Milano, ISBN 978-88-204-5615-3
- Expected, Checked, Spread Image, in *Journal of Tourism and Services* 5-6, 2013, ISSN 1804-5650
- Architettura per nuovi paesaggi, in *Italy-China: An Ancient Cultural Heritage And The Challenge For Future Development*, Giraldi Editore, Bologna, ISBN 978-88-6155-515-0
- L'immagine Della Comunità Cinese Tra Cosmopolitismo e Tradizione, in *Italy-China: An Ancient Cultural Heritage And The Challenge For Future Development*, Giraldi Editore, Bologna, ISBN 978-88-6155-515-0
- Abstract: *Landscape As A Symbol Of Power: The High/Low Marker*, atti convegno "Rome EUGEO 2013 – Symbolic Landscapes sessions".
- Landscape as a symbol of power: the high/low marker, in *Observatorio Medioambiental* 2013, vol. 16 99-126, ISSN: 1139-1987 http://dx.doi.org/10.5209/rev_OBMD.2013.v16.43202
- *La forma della città: da Pasolini a Rem Koolhaas*, in "Siamo come eravamo? L'immagine dell'Italia nel tempo" CIRVI Moncalieri 2013 ISSN 9788877601162
- Cultural encounters in accessible spaces: Porticoes in Bologna, in *UNECC – Cultural Encounters The Mosaic of Urban Identities PROCEEDINGS MARSEILLE, FRANCE, 17/18 OCTOBER 2013 UNECC FORUM VOLUME 6* ISSN: 2068-2123
- Ruresidential Lands, in *Uniscape - Quaderni di Careggi Issue 06 / No. 6 – 6/2014* ISSN 2281-3195
- *Planning units of professional learning: the Ecipar experience in Italy*, *Global Educational Research Journal*: ISSN-2360-7963: Vol. 2(8): pp 132-140, September, 2014
- Junk space and Junk time in tourism destination in *Journal of Tourism and Services* 9 2014 V ISSN 1804-5650
- Education for innovative and inclusive economic development, *Global Educational Research Journal*: ISSN-2360-7963 Vol. 3(1): pp 243-246, January, 2015.
- Abstract: Planning units of professional learning: the ecipar experience in Italy, in ICRAE2014, Conference Proceedings ISSN: 2308-0825
- Economic development and biodiversity in new ecosystems in UNISCAPE 2018 Healthy landscapes: green, regeneration, safety conference e-book ISBN 978-88-99838-52-2 December 2018

Pubblicazioni on-line:

Cicogne e Migranti, su www.europacheverra.eu 2010

Su www.formazioneturismo.com: Turismo Responsabile, dal passato gli spunti per far crescere una Destinazione (Maggio 2017) Come creare un'immagine per vendere un luogo (Giugno 2017) Vendere la complessità di uno spazio (Luglio 2017); Il territorio tra coerenza e sostenibilità (Settembre 2017); Turismo, stop alle perturbazioni visive (Ottobre 2017), Marketing territoriale, non fate brutte immagini! (Novembre 2017), Scelta, Genius Loci e Brand (Dicembre 2017), Come

fotografare una destinazione turistica (Gennaio 2018); Scelta, Genius Loci e Brand (Febbraio 2018); Vendere il vuoto al turista? “Niente” di più facile (Marzo 2018); Le storie sulla Storia, come si crea interesse su una destinazione (Aprile 2018); Vendere la natura, le strategie di marketing turistico (Maggio 2018); Alta o bassa stagione? Ai turisti interessa solo essere felici (Giugno 2018); Bologna City Branding: come attirare turismo in una piccola città (Luglio 2018); Come promuovere una destinazione con i video (Ottobre 2018); Strategie di marketing turistico: no ai video wikipediani (Dicembre 2018).

Libri: *Il Mondo È Una Cascata*, ed. Sassoscritto, Firenze, 9788888789781.

Conferenziere:

7th Conference of Sociology of Tourism, Alghero 2011

Meeting Italy-China: An Ancient Cultural Heritage And The Challenge For Future Development, Bologna 2012

Eurogeo 2013, Roma

UNEECC Cultural Encounters: The Mosaic Of Urban Identities 2013 Marsiglia

UNISCAPE 6th Careggi Seminar, “Common Goods from a Landscape Perspective” 2014, Firenze

2nd International Conference On: “RESEARCH And Education -Challenges Towards The Future” Icræ 2014, Skhodra, Albania

Festival ITACA 2017, Festival Turismo Responsabile. Conferenza: Place – Values e Junkspace

UNISCAPE 2018, Healthy landscapes: green, regeneration, safety conference: Economic development and biodiversity in new ecosystems.

BIT 2018, 2019, 2020– Borsa Italiana Turismo, Milano. Conferenza: “Immagine della destinazione: dal luogo all’immagine del luogo” - “Come realizzare video di promozione turistica” - “Instagram Stories e turismo”.

OTTOBRE 2018 ad oggi

IAAD- Istituto Arti Applicate e Design

Docente di marketing, digital marketing, sociologia della comunicazione

Evoluzione del marketing, i social networks, analisi del mercato, posizionamento, pricing, branding, analisi del settore, strategie di comunicazione d'impresa.

CONSULENTE DI COMUNICAZIONE E MARKETING

Consulenza e formazione (Libero professionista)

Docente e consulente marketing e strategia di comunicazione.

Decision making, tecniche di vendita, web marketing, comunicazione efficace, creazione campagne, direzione commerciale, social media marketing, gestione emotività, psicologia comunicazione, visual merchandising, project management, soft skills. Costruzione di un brand e sua comunicazione. Avvio di start-up.

Consulente gestione HR (sia presso agenzie di HeadHunting, sia presso agenzie interinali; recruiting, assessment e gestione HR presso varie aziende).

Tra i clienti: **ITALIANA ASSICURAZIONI, CNA, LAVAZZA, DVP, HERA, ADECCO, TOD'S, BAXI, MELLUSO, PERSIDERA.**

19 Ottobre 2009 fino ad oggi

ECIPAR via Corticella186, 40128 Bologna

CIOFS/CNOS via San Savino35/37, 40128 Bologna - Via Pirandello, 12 40026 IMOLA (BO)

FONDAZIONE ALDINI VALERIANI via Bassanelli 9/11, 40128 Bologna

REBIS SrL Via Borgazzi, 4 20122 Milano

CFI- Centro Formazione Innovazione S.r.l. Via Maverna, 4 - 44122 Ferrara

IFOA - Via Calzoni 6/d 40128 Bologna

DIRECTION SAS via Galliera 40, 40100 Bologna

Executive search e selezione personale

CHANGE SPA via Guerrazzi, 21 - 50132 Firenze

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

2002-2004

ALMA MATER STUDIORUM BOLOGNA

Corso di laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica sociale e politica

Titolo della tesi di laurea: “La comunicazione sociale: scenari e metodologie”

Votazione: 107/110

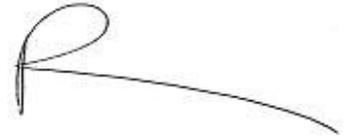
Dottore Magistrale

PRIMA LINGUA **ITALIANO**

	INGLESE SPAGNOLO FRANCESE
• Capacità di lettura	eccellente
• Capacità di scrittura	eccellente
• Capacità di espressione orale	eccellente

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi dell'art. 13 d. lgs. 30 giugno 2003 n°196 – “Codice in materia di protezione dei dati personali” e dell'art. 6* e 13 GDPR 679/16 – “Regolamento europeo sulla protezione dei dati personali”

Data 21/04/2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized capital letter 'P' followed by a long horizontal stroke that tapers to the right.