

**FORMATO EUROPEO  
PER IL CURRICULUM  
VITAE**



**ESPERIENZA LAVORATIVA**

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
  - Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
  - Tipo di azienda o settore
- Principali mansioni e responsabilità

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
  - Tipo di azienda o settore
  - Tipo di impiego
- Principali mansioni e responsabilità

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
  - Tipo di azienda o settore
  - Tipo di impiego
- Principali mansioni e responsabilità

**2017 - 2020**

**Aterballetto**

**Compagnia di Danza**

**Membro del consiglio di amministrazione**

**2009 - OGGI**

**Tiwi srl, Reggio Emilia**

TIWI è uno studio creativo specializzato nell'ideazione e produzione di contenuti video e interattivi, per il web e la televisione. I principali clienti di TIWI sono: Ferrari, Sky, Enel, Bper...  
Co-fondatore; coordinamento progetti e sviluppo commerciale.

**2007 – 2009**

**Opera Research Center, Università di Modena e Reggio Emilia, Dipartimento di Scienze Sociali, cognitive e quantitative**

Formazione e ricerca

Responsabile del settore "Ricerche sull'economia della cultura" e docente di "Management e comunicazione nelle imprese culturali"

Il centro di ricerca si occupa di studiare e svolgere consulenze sul tema dell'economia della cultura. I principali progetti sviluppati sono :

- Reggio Emilia città creativa : progetto biennale dell'impatto dell'economia della cultura
- Fondazione nazionale della danza : comunicazione e nuovi media
- Collezione Maramotti : arte contemporanea e sviluppo urbano
- Palazzo Strozzi : la strozzina come luogo di creazione di cultura diffusa
- Ricerche e consulenza sul rapporto PA-sponsorizzazioni per il settore cultura e sport
- Ricerche e consulenza sull'organizzazione di eventi culturali e sull'utilizzo dei nuovi media per la promozione

**2007 – 2008**

**University of California Los Angeles (UCLA)**

Formazione

Visiting Researcher - Consultant

Oltre allo sviluppo della tesi di dottorato ho fatto parte di due team di ricerca.

Il primo team era costituito da elementi del dipartimento di comunicazione e filosofia. In questo gruppo ho seguito progetti di consulenza per broadcaster (Hbo, Fox, Showtime, Abc)

Il secondo team era costituito da elementi del dipartimento di antropologia, economia, geografia e urbanistica.

All'interno di questo team ho seguito le seguenti ricerche:

L'approccio di Kevin Lynch come metafora della città – Ucla, NYU

Etnografia e semiotica nella ricerca urbanistica – Ucla

Antropologia del linguaggio e semiotica nella ricerca urbanistica – Ucla

Filosofia della metafora nella ricerca etnografica – Ucla, Humboldt-Universität zu Berlin

Geertz, Bordieau, Eco: un approccio multidisciplinare alla ricerca urbanistica - Ucla

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
  - Tipo di azienda o settore
  - Tipo di impiego
- Principali mansioni e responsabilità

**2005- 2009**

**Università degli studi di Bologna**

Formazione

Dottorato

All'interno del dottorato ho fatto parte dei seguenti gruppi di ricerca:

- Analisi dell'identità delle città mediterranee (UNESCO)
- Implementazione di strumenti per l'analisi della fiction contemporanea (MEDIASET)
- Analisi etnografica della ricezione sui quotidiani
- Nuovi media e comunicazione d'impresa

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
  - Tipo di azienda o settore
  - Tipo di impiego
- Principali mansioni e responsabilità

**2002 – 2007**

**Festival Confusion& di Giovanni Lindo Ferretti**

Eventi culturali

Ufficio stampa, tour manager, realizzazione sito web

I principali compiti riguardano l'organizzazione operativa dei concerti, e l'accompagnamento degli artisti nel loro tour italiano.

**ISTRUZIONE E FORMAZIONE**

- Date (da – a)
- Nome e tipo di istituto di formazione
  - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio
- Qualifica conseguita

**2005- 2009**

**Dottorato in Semiotica**

Il progetto riguarda l'approccio narrativo alla organizzazione, applicato all'analisi di clima nelle aziende

Tutor: Patrizia Violi, Costantino Marmo; Coordinatore SSUB: Umberto Eco

Dottore di Ricerca

- Date (da – a)
- Nome e tipo di istituto di formazione
  - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

- Date (da – a)
- Nome e tipo di istituto di istruzione
  - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

- Date (da – a)
- Nome e tipo di istituto di istruzione
  - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

MADRELINGUA

ALTRE LINGUE

- Capacità di lettura
- Capacità di scrittura
- Capacità di espressione orale

Ulteriori informazioni

**2007**

**New York University, Business School**

Phd workshop su "Making data meaningful": A guide to writing stories about numbers"  
Phd workshop su "Opportunities and challenge merging New Media and the library market"

**2003**

**Université Vincennes-Saint-Denis (Paris VIII)**

Summer school su "strategies and objectives in Cause Related Marketing"

**1998 –2003**

**Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia**

Laurea in Scienze della Comunicazione. Voto 110 e lode. Tesi di laurea in marketing "Soldi in fumo? Imprese e impegno sociale : l'efficacia della comunicazione del cause related marketing relativa ad alcuni casi italiani"

[ Italiano ]

[ Inglese ]

Ottimo

Ottimo

Ottimo

**Principali incarichi didattici**

*Strategie di comunicazione. Editoria e nuovi media*, Università di Modena e Reggio Emilia. Facoltà di Scienze della comunicazione e dell'economia A.A 2009/10

*Social Media per la comunicazione interna ed esterna di una organizzazione*, Master in Cultura dell'Innovazione Mercati e Creazione di Impresa. Fondazione Alma Mater per l'alta formazione, Bologna, 2009

*Management e comunicazione delle imprese editoriali* . Università di Modena e Reggio Emilia. Facoltà di Scienze della comunicazione e dell'economia. A.A 2008/09

*Semiotics of cinema*, UCLA, Los Angeles, 2008

*A theory of general semiotics*, UCLA, Los Angeles, 2008

*Strategie di comunicazione e linguaggi giovanili*. Università di Modena e Reggio Emilia. Facoltà di Scienze della comunicazione e dell'economia. A.A 2007/08

*Anthropology of language*, UCLA Los Angeles, 2007

*Ethnography and urban studies*, NYU, New York

*Semiotica del testo giornalistico*. Università di Bologna. Facoltà di lettere e filosofia. A.A 2006/7

Autorizzo il trattamento dei dati personali contenuti nel mio curriculum vitae in base art. 13 del D. Lgs. 196/2003;

*Semiotica generale*. Corsi in presenza e corsi E-learning. Università di Modena e Reggio Emilia.  
Facoltà di Scienze della comunicazione e dell'economia. Focus su semiotica e nuovi media.  
A.A 2003-06

#### PRINCIPALI PUBBLICAZIONI

Bigi N., Codeluppi E., *Il ruolo dei social media per il branding e le vendite nel fashion*. In Iacobelli G., *Fashion Branding 3.0 La multicanalità come approccio strategico per il marketing della moda*, Franco Angeli Milano, 2010

Bigi N., *Immagine e rappresentazione del Mediterraneo nel web*. In Violi, P. – Lorusso, A. M. *Effetto Mediterraneo*. Milano: Lupetti, 2010

Bigi N., *Kevin Lynch rivisitato: identità e città creativa. il caso del Reggio Film Festival*. *Dialoghi Internazionali*, Bruno Mondadori, 8, 2008

Bigi N., Fabrizio M., *Storytelling, identity and humour: an ethnographic approach*, A cura di AA.VV "Narrative in Organizations", Edward Elgar Publishing, 2008

AA. VV., *Una guida semiotica all'analisi della fiction*, Link, Mediaset, 2008

Bigi, N., *Capitalismo cognitivo e città regione. Un'intervista ad Allen Scott*, *Dialoghi Internazionali*, Bruno Mondadori, 5, 2007

Bigi N., *Storytelling, sensemaking e antropologia del linguaggio. Verso un approccio narrativo all'etnosemiotica*. In "Narrazione ed Esperienza", E/C, giornale dell'associazione semiotica italiana.

Bigi N., Coppock P., *I "segni" intorno al testo. Il DVD traduce e trasporta il film fuori della sala*, in Dusi N., Spaziante L. (a cura di), *Remake-rework: sociosemiotica delle pratiche di replicabilità*, Meltemi, Roma, 2006

Bigi N., Codeluppi E., *"Il mio nome è Bond. James Bond": diventerà slogan? La pubblicità di un film diventa promozione di un evento: l'evoluzione del marketing cinematografico*, *Ocula*, numero monografico n.6, [www.ocula.it](http://www.ocula.it), 2005