

**FORMATO
EUROPEO PER IL
CURRICULUM
VITAE**



Il sottoscritto Gabriele Qualizza, nato a Monfalcone (GO) il 11.07.1962, residente a Trieste (TS), in via dei Piccardi n. 20, cap 34141, ai sensi degli art. 46 e 47 del DPR n. 445/2000 e s.m.i., consapevole delle sanzioni penali nel caso di dichiarazioni non veritiere, di formazione o uso di atti falsi, richiamate dall'art. 76 del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445

DICHIARA

Che il proprio curriculum vitae risulta essere il seguente:

**INFORMAZIONI
PERSONALI**

Nome QUALIZZA, GABRIELE

**ABILITAZIONE
SCIENTIFICA**

Abilitazione Scientifica Nazionale (ASN) alle funzioni di docente universitario di seconda fascia per il settore 13/B2: Economia e gestione delle imprese (SSD: SECS-P/08) (validità: 19.10.2018 - 19.10.2028)

**ESPERIENZA
LAVORATIVA:
ATTIVITÀ DI RICERCA
IN AMBITO
UNIVERSITARIO**

- Date (da – a) Novembre 2019 - Maggio 2021 (18 mesi)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro **Università di Trieste, DEAMS - Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche**
Via dell'Università, 1

• Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità	34100 - Trieste Ricerca scientifica Assegnista di ricerca Progetto di ricerca su “L’impresa cooperativa nel sistema portuale e retro-portuale del Porto di Trieste. Percorsi di sviluppo strategico in una prospettiva blue thinking”, settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese. Responsabile Scientifico: Prof. Patrizia de Luca, Ordinario di Economia e gestione delle imprese.
• Date (da – a) • Nome e indirizzo del datore di lavoro	01 Giugno 2016 - 31 maggio 2017 (12 mesi) 01 giugno 2017 - 31 maggio 2018 (rinnovato: 12 mesi) 01 giugno 2018 - 31 maggio 2019 (rinnovato: 12 mesi) Università di Udine, DILL - Dipartimento di Lingue e Letterature, Comunicazione, Formazione e Società Palazzo Antonini, Via Petracco, 8 33100 Udine
• Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità	Ricerca scientifica Assegnista di ricerca Progetto di ricerca su “Coinvolgimento del consumatore nei confronti del brand e valorizzazione dei prodotti e delle eccellenze dell’area isontina”, settore scientifico-disciplinare M-GGR/01 Geografia. Responsabile Scientifico: Prof. Mauro Pascolini, Ordinario di Geografia.
• Date (da – a) • Nome e indirizzo del datore di lavoro	Marzo 2014 - febbraio 2015 (12 mesi) Università degli Studi di Roma “La Sapienza”, Dipartimento di Management, Facoltà di Economia Via del Castro Laurenziano, 9 00161 - Roma
• Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità	Ricerca scientifica Assegnista di ricerca Progetto di ricerca su “Consumatori e social media: il ruolo dell’engagement nella creazione di valore per la marca”, settore scientifico disciplinare SECS/P08 (Economia e Gestione delle imprese). Responsabile Scientifico: Prof.ssa Maria Vernuccio, Associato di Economia e gestione delle imprese
• Date (da – a) • Nome e indirizzo del datore di lavoro	gennaio 2010 - giugno 2010 (6 mesi) Università degli Studi di Udine Dipartimento di Finanza dell’Impresa e dei Mercati Finanziari Via Tomadini, 30 33100 - Udine
• Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego • Principali mansioni e responsabilità	Ricerca scientifica Assegnista di ricerca Progetto di ricerca su “Analisi della domanda di prodotti promozionali in Italia”. Progetto sostenuto da AssoProm e finanziato da OPS di Milano, sotto la direzione scientifica del Prof. Luca Brusati, Associato di Economia Aziendale (SSD: SECS-P/07): realizzazione di un’indagine campionaria mediante la somministrazione di un

questionario semi-strutturato a titolari e direttori marketing di imprese italiane appartenenti a differenti settori.

- Date (da – a) 2009
- Nome e indirizzo del datore di lavoro **Università di Udine, Centro Polifunzionale di Gorizia**
Palazzo Alvarez, Via Diaz n. 5
34170 - Gorizia
- Tipo di azienda o settore Ricerca scientifica e alta formazione
- Tipo di impiego **Incarico di lavoro individuale strumentale alla ricerca**
- Principali mansioni e responsabilità Incarico finalizzato allo sviluppo di una serie di *case history* relative al rapporto tra nuovi media e comunicazione aziendale integrata, sotto la direzione scientifica del Prof. Luca Brusati.
- Date (da – a) a.a. 1993/94; 1994/95; 1995/96
- Nome e indirizzo del datore di lavoro **Centro Universitario Cattolico, CEI - Conferenza Episcopale Italiana**
Circonvallazione Aurelia, 50
00165 - Roma
- Tipo di azienda o settore Ricerca scientifica
- Tipo di impiego **Borsa di studio triennale** finalizzata allo svolgimento di attività di ricerca presso il Dipartimento di Filosofia dell'**Università di Trieste**
- Principali mansioni e responsabilità Progetto di ricerca sul ruolo comunicativo degli "immateriali": analisi di alcune metafore (ombra, specchio, gioco, labirinto) come chiavi interpretative del processo di progressiva dematerializzazione dei prodotti, che nell'attuale contesto socio-economico tendono a trasformarsi in fenomeni comunicativi, occasioni di convivialità e d'incontro, integrando valenze pratiche ed estetiche. Nell'attività di ricerca sono stato seguito dal Prof. Stelio Zeppi, Ordinario di Filosofia morale.

ALTRI INCARICHI DI RICERCA CONFERITI DA ENTI PUBBLICI

- Date (da – a) Gennaio 2020 - Gennaio 2021
- Nome e indirizzo del datore di lavoro **Amministrazione Comunale di Sacile (PN)**
Area Edilizia, Urbanistica, Ambiente, Attività Produttive
Piazza del Popolo, Sacile (PN)
- Tipo di azienda o settore Pubblica Amministrazione
- Tipo di impiego **Attività di ricerca**
- Principali mansioni e responsabilità Affidamento di incarico professionale per la realizzazione di un'indagine sui "percorsi dello shopping" nel centro storico del comune. L'indagine, orientata ad identificare i profili di consumo e i percorsi di senso con cui gli utenti si appropriano degli spazi pubblici, si è articolata in tre momenti: 1) osservazione "naturalistica" delle pratiche di consumo attuate dai frequentatori del centro storico (461 soggetti osservati); 2) interviste in profondità (n=9) a consulenti di comunicazione e titolari di punti vendita insediati nel centro storico; 3) analisi dei dati raccolti con il software SPSS, analisi tematica delle interviste in profondità e stesura del rapporto di ricerca (circa 70 pagine di testo).

**ESPERIENZA
LAVORATIVA: ATTIVITÀ
DIDATTICA IN AMBITO
UNIVERSITARIO**

- Date (da – a) 12 giugno 2014
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro

Dottorato di Ricerca in Business Studies
Università degli Studi di Udine
DIES - Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche
Via Tomadini 30/a.
33100 - Udine
 - Tipo di azienda o settore Ricerca scientifica e alta formazione
 - Tipo di impiego Seminario sul tema “Tecniche di ricerca standard: l'utilizzo del questionario strutturato come strumento di rilevazione” nell'ambito del corso di Metodologia della Ricerca (Prof.ssa Laura Bergnach).
 - Principali mansioni e responsabilità Relazione seminariale
-
- Date (da – a) Da a.a. 1999/00 - in corso
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro

Università degli Studi di Trieste
Piazzale Europa 1
34100 - Trieste
 - Tipo di azienda o settore Ricerca Scientifica e alta formazione
 - Tipo di impiego – Qualifica rivestita Docente a contratto per i corsi di seguito elencati:
- Organizzazione aziendale, imprese di servizi, modelli valutativi** (6 CFU): 30 ore presso la sede di Trieste (a.a. 2021/22).
- Management dell'innovazione** (6 CFU): 40 ore presso la sede di Trieste (a.a. 2019/20; 2020/21).
- Marketing**, presso la sede di Trieste (a.a. 2018/19: 45 ore)
- Economia e gestione delle imprese profit e non profit**, presso la sede di Trieste (a.a. 2016/17 = 15 ore; 2017/18 = 30 ore; 2018/19 = 30 ore)
- Marketing**, secondo modulo, 15 ore, sede di Trieste (a.a. 2016/17)
- Tecniche della comunicazione** (4 CFU), presso la sede di Gorizia (a.a. 2015/16: 45 ore di didattica frontale)
- Marketing avanzato** (6 CFU: 30 ore di didattica frontale per ciascun anno accademico), sede di Trieste (a.a. 2012/13; 2013/14);
- Marketing avanzato** (corso integrativo), sede di Trieste (a.a. 2011/12)
- Marketing** (corso integrativo), sede di Trieste (a.a. 2010/11; 2011/12)
- Comunicazione aziendale-Secondo modulo** (6 CFU: 30 ore di didattica frontale), sede di Trieste (a.a. 2013/14)
- Comunicazione aziendale** (corso integrativo di 15 ore), sede di Trieste (a.a. 2010/11)
- Organizzazione e gestione delle risorse umane** (6 CFU: 30 ore di didattica frontale), sede di Portogruaro (a.a. 2014/15; 2015/16).
- Organizzazione e gestione delle risorse umane** (8 CFU: 60 ore di didattica frontale), sede di Trieste (a.a. 2006/07)

Organizzazione e gestione delle risorse umane (4 CFU: 30 ore di didattica frontale), sede di Trieste (a.a. 2008/09, 2009/10).
Comunicazione aziendale (corso annuale, poi 8 CFU: 60 ore di didattica frontale), sede di Trieste (a.a. 1999/00; 2000/01; 2001/02; 2002/03; 2003/04; 2004/05; 2005/06)
Comunicazione aziendale (corso semestrale: 30 ore di didattica frontale), sede di Portogruaro (a.a. 1999/00; 2000/01; 2001/02; 2002/03)
Sociologia dei consumi (corso annuale 2002/03: 60 ore di didattica frontale; corso integrativo di 15 ore 2003/04), sede di Trieste.
Teoria della comunicazione (corso semestrale: 30 ore di didattica frontale), sede di Portogruaro (a.a. 2000/01; 2001/02; 2002/03)

Docente a contratto nell'ambito di Master e corsi di perfezionamento per gli insegnamenti di seguito elencati:

Comunicazione aziendale presso la sede di Trieste (a.a. 2002/03, 2003/04, 2004/05, 2005/06, 2006/07, 2007/08, 2008/09, 2009/10 e 2010/11) nell'ambito del Master Universitario di primo livello in "Analisi e gestione della comunicazione - Comunicazione pubblica e d'impresa"
Comunicazione aziendale presso la sede di Trieste (a.a. 1999/00; 2000/01; 2001/02) nell'ambito del Corso di perfezionamento in "Analisi e gestione della comunicazione - Comunicazione pubblica e d'impresa"

• Principali mansioni e responsabilità	Lezioni frontali, colloqui ed esami con gli studenti, supervisione tesi di laurea, organizzazione di seminari e convegni di studio
• Date (da – a) • Nome e indirizzo del datore di lavoro	Da a.a. 2006/07 - in corso Università degli Studi di Udine Palazzo Florio Via Palladio, 8 33100 – Udine
• Tipo di azienda o settore • Tipo di impiego	Ricerca scientifica e alta formazione Docente a contratto per i corsi di seguito elencati:
	Economia e gestione della marca (SSD: SECS-P/08) (9 CFU: 40 ore di didattica frontale per ciascun anno accademico) presso la Sede di Gorizia (a.a. 2010/11; 2011/12 mutuazione da "Analisi e pianificazione dei media aziendali"; 2012/13; 2013/14; 2014/15; 2015/16; 2016/17; 2017/18; 2018/19; 2019/20; 2020/21; 2021/22); Comunicazione pubblicitaria e nuovi media (SSD: SPS/08) (9 CFU: 40 ore di didattica frontale), Sede di Gorizia (a.a. 2019/20; 2020/21; 2021/22). Analisi e pianificazione dei media aziendali (SSD: SECS-P/08) (9 CFU: 40 ore di didattica frontale), Sede di Gorizia (a.a. 2010/11; 2011/12; 2012/13); Analisi e pianificazione dei media aziendali (SSD: SECS-P/08) (6 CFU: 40 ore di didattica frontale), Sede di Gorizia (a.a. 2008/09; 2009/10);

Economia e gestione della marca (SSD: SECS-P/08) (6 CFU: 40 ore di didattica frontale), Sede di Gorizia (a.a. 2006/07; 2007/08; 2008/09; 2009/10);

Docente a contratto per i seguenti moduli nell'ambito di Master e Corsi di perfezionamento:

Laboratorio di giornalismo (a.a. 2008/09) nell'ambito del Corso di perfezionamento Sport News: Teorie e Tecniche del Giornalismo Sportivo

Marketing e turismo montano (a.a. 2007/08) nell'ambito del Master Universitario di primo livello in "Management dello sviluppo montano".

- Principali mansioni e responsabilità

Lezioni frontali, colloqui ed esami con gli studenti, supervisione tesi di laurea, organizzazione di seminari e convegni di studio

- Date (da – a)

a.a. 2021/22 - in corso

- Nome e indirizzo del datore di lavoro

Università degli Studi di Venezia Ca' Foscari
Dorsoduro, 3246
30123 Venezia VE

- Tipo di azienda o settore
- Tipo di impiego

Ricerca scientifica e alta formazione

Docente a contratto, presso il Dipartimento di Studi sull'Asia e sull'Africa Mediterranea, sede di Venezia, per i seguenti corsi:

Principi di Economia e gestione delle imprese, cognomi A-L (SSD: SECS-P/08), 6 CFU, 30 ore (a.a. 2021/22)

Principi di Economia e gestione delle imprese, cognomi M-Z (SSD: SECS-P/08), 6 CFU, 30 ore (a.a. 2021/22)

Docente a contratto, presso il Dipartimento di Scienze molecolari e nanosistemi, Campus Scientifico di Venezia Mestre, per i seguenti corsi:

Principi di Economia e gestione delle imprese (SSD: SECS-P/08), 6 CFU, 30 ore (a.a. 2021/22)

Imprenditorialità e innovazione (SSD: ING-IND/35), 6 CFU, 30 ore (a.a. 2021/22)

- Date (da – a)

- Nome e indirizzo del datore di lavoro

UNINT- Università degli Studi Internazionali, Roma

Facoltà di Economia
Via delle Sette Chiese, 139
00147 Roma

- Tipo di azienda o settore
- Tipo di impiego

Ricerca scientifica e alta formazione

Docente a contratto per il seguente corso:

International Brand Management (SSD: SECS-P/08), 6 CFU: a.a. 2018/19: 35 ore; a.a. 2019/20: 25 ore; a.a. 2020/21: 34 ore

- Principali mansioni e responsabilità

Lezioni frontali, colloqui ed esami con gli studenti, supervisione tesi di laurea, organizzazione di seminari e convegni di studio

- Date (da – a) a.a. 2013/14 - 2020/21
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro **Sapienza Università di Roma**
Dipartimento di Management, Facoltà di Economia
Via del Castro Laurenziano 9
00161, Roma
 - Tipo di azienda o settore Ricerca scientifica e alta formazione
 - Tipo di impiego Docente a contratto nell'ambito del Master MUMM - Master Universitario di primo livello in Marketing Management, nell'ambito del modulo formativo relativo alla Corporate Communication: 7 ore di didattica frontale per anno accademico (a.a. 2013/14; 2014/15; 2015/16; 2016/17; 2017/18; 2018/19; 2019/20; 2020/21 6 ore; 2021/22 5 ore)
 - Principali mansioni e responsabilità Lezioni frontali, colloqui con gli studenti, esercitazioni
-
- Date (da – a) a.a. 2009/10 - 2016/17
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro **Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano**
Largo Agostino Gemelli, 1
20123 Milano
 - Tipo di azienda o settore Ricerca scientifica e alta formazione
 - Tipo di impiego Docente a contratto nell'ambito del Master Universitario di primo livello in *Comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva*, organizzato in collaborazione con IAB Italia – Interactive Advertising Bureau, per il seguente corso:
Teorie e linguaggi della pubblicità digitale (a.a. 2009/10 = 27 ore, 2010/11 = 27 ore, 2011/12 = 27 ore, 2012/13 = 27 ore, 2013/14 = 27 ore, 2014/15 = 24 ore; 2015/16 = 24 ore; 2016/17 = 21 ore)
 - Principali mansioni e responsabilità Lezioni frontali, colloqui con gli studenti, organizzazione di seminari e incontri di studio
-
- Date (da – a) a.a. 2009/10 - 2010/11
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro **Accademia di Belle Arti di Brera, Milano**
Via Brera, 28,
20121 Milano
 - Tipo di azienda o settore Comparto AFAM del MUR-Ministero dell'Università e della Ricerca: Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica
 - Tipo di impiego Docente a contratto per il seguente corso:
Relazioni Pubbliche, 6 CFA, 45 ore di didattica frontale per ciascun anno accademico (a.a. 2009/10; 2010/11)
 - Principali mansioni e responsabilità Lezioni frontali, esami, colloqui con gli studenti, organizzazione di seminari e incontri di studio
-
- Date (da – a) a.a. 2001/02
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro **NABA - Nuova Accademia di Belle Arti, Milano**
Via Carlo Darwin, 20
20143 Milano
 - Tipo di azienda o settore Comparto AFAM del MUR-Ministero dell'Università e della Ricerca: Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica

• Tipo di impiego	Docente a contratto per i seguenti corsi: Antropologia e cultura materiale (corso semestrale: 18 ore) Marketing (corso semestrale: 18 ore)
• Principali mansioni e responsabilità	Lezioni frontali, esami, colloqui con gli studenti, organizzazione di seminari e incontri di studio
• Date (da – a)	a.a. 1997/98
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	IUAV - Istituto Universitario di Architettura, Venezia
• Tipo di azienda o settore	Ricerca scientifica e alta formazione
• Tipo di impiego	Assistente alla didattica (100 ore retribuite per contratto) presso la Cattedra di Estetica
• Principali mansioni e responsabilità	Partecipazione all'attività didattica, presentazione di interventi seminariali, colloqui e revisioni con gli studenti, partecipazione a commissioni di esame

ATTIVITÀ NELL'AMBITO DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE

• Date (da – a)	a.a. 2020/21; 2021/22
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Accademia Nautica dell'Adriatico, Trieste Via Karl Ludwig Von Bruck, 32, 34144 Trieste TS
• Tipo di azienda o settore	Formazione professionale
• Tipo di impiego	Formatore
• Principali mansioni e responsabilità	Docente modulo di "Marketing dei servizi di trasporto e logistica" (28 ore) nell'ambito del Corso Biennale post-diploma in "Informobilità e logistica"
• Date (da – a)	10 giugno 2019 - 29 luglio 2019
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	ENFAP FVG, sede di Trieste Via San Francesco, 25 34133 Trieste
• Tipo di azienda o settore	Formazione professionale
• Tipo di impiego	Formatore
• Principali mansioni e responsabilità	Docente modulo di "Polisensorialità, storytelling e nuovi approcci al visual merchandising (22 ore più 3 di esami finali) nell'ambito del Corso "Polisensorialità e storytelling nel marketing esperienziale"
• Date (da – a)	Giugno 2016 - maggio 2017
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Marketing Academy di Fastweb - Gruppo Swiss Telecom Viale Fulvio Testi - Milano
• Tipo di azienda o settore	Azienda di telecomunicazioni specializzata nella telefonia mobile/terrestre e nelle connessioni a banda larga
• Tipo di impiego	Formatore aziendale
• Principali mansioni e responsabilità	Seminari di formazione su: 1. applicazione del metodo "Personas" per la segmentazione del mercato (8 ore), 20 settembre 2016 2. strategie di marketing e brand positioning (8 ore), 13 giugno 2016 3. tecniche di brand storytelling (8 ore), 18 maggio 2017

Seminari seguiti da oltre cinquanta manager, appartenenti all'area marketing di Fastweb

- Date (da – a) Giugno-luglio 2016
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro **CFP-Villaggio Formazione**
via di Conconello 16 - Trieste
 - Tipo di azienda o settore Formazione professionale
 - Tipo di impiego Formatore
 - Principali mansioni e responsabilità Docente moduli di “Pianificazione di strategie promozionali” (20 ore) e di “Allestimento degli spazi espositivi” (28 ore) nell'ambito di un corso di formazione su *Tecniche di Visual merchandising*
-
- Date (da – a) 18 gennaio-22 febbraio 2016(Trieste)
19 gennaio -01 marzo 2016 (Udine)
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro **Ires - Istituto di Ricerche Economiche e Sociali del Friuli Venezia Giulia**
Via Vidali 1 - Trieste
Viale Ungheria, 22 - Udine
 - Tipo di azienda o settore Ricerca sociale e formazione
 - Tipo di impiego Formatore
 - Principali mansioni e responsabilità Docente modulo di “Visual Storytelling” (25 ore) nell'ambito dei corsi *Impresa commerciale. Tecniche di Visual ed e-merchandising per l'impresa innovativa*, organizzati presso le sedi di Trieste e di Udine.
-
- Date (da – a) Aprile-dicembre 2015
 - Nome/indirizzo del datore di lavoro **Arché Formazione**
Via della Guardia, 18 - Trieste
 - Tipo di azienda o settore Formazione professionale
 - Tipo di impiego Formatore
 - Principali mansioni e responsabilità Docente modulo di “Visual Merchandising” (31 ore) nell'ambito di tre corsi di formazione su *Tecniche di Visual Merchandising*, finanziati dal Fondo Sociale Europeo e dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia.
-
- Date (da – a) Marzo 2014
 - Nome/indirizzo del datore di lavoro **Boscolo srl in collaborazione con Career Counseling - Padova**
 - Tipo di azienda o settore Recruiting e formazione professionale
 - Tipo di impiego Formatore
 - Principali mansioni e responsabilità Attività di docenza (16 ore) nell'ambito di un corso per “Addetto vendite. Visual Merchandising”, finanziato dal Fondo Sociale Europeo e dalla Regione del Veneto (cfr. DGR 702/2013)
-
- Date (da – a) Novembre-dicembre 2013
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro **Ires - FVG Istituto di Ricerche Economiche e Sociali**
Viale Ungheria, 22 - Udine
 - Tipo di azienda o settore Ricerca sociale e formazione
 - Tipo di impiego Formatore
 - Principali mansioni e responsabilità Docente modulo di “Elementi di Consumer Behaviour e processo d'acquisto” (32 ore) nell'ambito del corso *Tecniche di Visual Merchandising*, finanziato dal Fondo Sociale Europeo e dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia.

- Date (da – a)
 - Nome/indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- Maggio 2013
Università di Udine, Dipartimento di Scienze Umane, in collaborazione con Studio Idee Materia (Portogruaro VE)
 Ricerca scientifica e alta formazione (Università di Udine), Agenzia di comunicazione (Studio Idee Materia)
 Formatore
 Docente modulo di “Social Media Advertising” (4 ore) nell’ambito di corso di perfezionamento sul Web Marketing
- Date (da – a)
 - Nome/indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- Dicembre 2012
Ordine degli Psicologi della Provincia Autonoma di Trento
 Ordine Professionale
 Formatore
Docente Modulo di “Strategie di Marketing” (3 ore) nell’ambito di Corso di avviamento alla pratica professionale co-finanziato dalla Provincia Autonoma di Trento (L. 14/07 – Cod: PSI-L1-12.2).
- Date (da – a)
 - Nome/ indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- 2011-2012
Insiel – Informatica per il Sistema degli Enti Locali (Friuli Venezia Giulia)
 Informatica (circa 700 dipendenti)
 Formatore
 Attività di consulenza-formazione, rivolta alla Responsabile Relazioni esterne e Comunicazione interna dell’Azienda Insiel. Ciclo di dieci incontri sulla “Comunicazione aziendale” per un totale di 40 ore.
- Date (da – a)
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- Spoletto, 13-17 dicembre 2010; 17-21 gennaio 2011
Inpdap – Ist. Naz. Previdenza Dipendenti Amministrazioni Pubbliche in collaborazione con Università Cattolica di Milano
 Ente Pubblico, settore previdenziale (Inpdap), Ricerca Scientifica e alta formazione (Università Cattolica di Milano)
 Formatore nell’ambito di un Corso di formazione - a livello nazionale - per Responsabili URP – Uffici Relazioni con il Pubblico
 Docente di “Strategie e tecniche di marketing pubblico” (8 ore), di “Progettazione di un piano di comunicazione” (16 ore) e di “Strategie e tecniche di comunicazione interna” (24 ore).
- Date (da – a)
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- Novembre 2009
CoReCom – Comitato Regionale per la Comunicazione del Friuli Venezia Giulia
 Comunicazione
 Formatore
 Docenza nell’ambito del Seminario di formazione per Amministratori Pubblici sul tema *Gli Amministratori locali e la Comunicazione istituzionale. Informazione e partecipazione dei cittadini nell’era Internet*, in programma a Udine, presso la sede della Regione nei giorni 20-21 novembre 2009.
- Date (da – a)
 - Nome/indirizzo del datore di lavoro
- 18 dicembre 2006
Cepad, Università Cattolica del Sacro Cuore (Milano) in collaborazione con Camera di Commercio di Benevento

- 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
 - Date (da – a)
 - Nome/ indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
 - Date (da – a)
 - Nome/indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
 - Date (da – a)
 - Nome/indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
 - Date (da – a)
 - Nome/indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- Ricerca Scientifica e alta formazione
Formatore
Docenza in videoconferenze su “La comunicazione in caso di crisi”.
Corso di perfezionamento “Comunicare l’economia”.
- 2005 - 2016
Boscolo srl, Piove di Sacco PD
Recruiting e formazione del personale
Formatore
Attività di formazione sui temi del Marketing e della Comunicazione d’impresa nell’ambito di corsi su “Store Management” e “Visual Merchandising”, tenuti in varie sedi sul territorio nazionale: Milano, Roma, Bologna, Firenze, Catania, Padova
- 2003-2004
Corte d’Appello di Trieste
Pubblica Amministrazione, Uffici giudiziari
Formatore
Docente di “Teorie e tecniche della comunicazione” e di “Marketing dei servizi pubblici: analisi del target” nell’ambito del Corso di formazione in materia di comunicazione per il personale degli Uffici Giudiziari (tre successive edizioni).
- 2003
Azienda dei Servizi Sanitari n. 1 “Triestina” – Dipartimento di prevenzione
Ente Pubblico, Sanità
Formatore
Progettazione del corso di formazione.
Docente di “Comunicazione” nell’ambito del progetto formativo “Educare alla salute: strategie e modalità operative del Dipartimento di Prevenzione” (8 giornate di formazione).
- 2003
Stogea – Scuola di organizzazione e gestione aziendale
Sede di Bologna
Formazione/Organizzazione aziendale
Docente
Docente dei moduli “Brand image” e “Product image” nell’ambito del Master post laurea in “Comunicazione, marketing e relazioni pubbliche”.
- 2002
G.A.L. Venezia Orientale, Portogruaro (VE)
Pubblica Amministrazione
Formatore
Docente di “Comunicazione aziendale” nell’ambito del Master in formazione pubblica (Rif. Ob. 3 Asse D Misura D2 – FSE) per

dirigenti, funzionari ed impiegati delle Pubbliche Amministrazioni.
Sede: Portogruaro.

ESPERIENZE PROFESSIONALI NELL'AMBITO DELLA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Date (da – a)• Nome e indirizzo del datore di lavoro• Tipo di azienda o settore• Tipo di impiego• Principali mansioni e responsabilità | <p>Luglio 2017 - Febbraio 2018</p> <p>ProFormat Comunicazione
Viale Aventino, 45 - Roma
(Per conto di Regione Lazio e Fondazione Pfizer)
Società di consulenza per le relazioni pubbliche
Consulenza
Collaborazione al progetto “Sano chi sa. Alimentazione sana, attività motoria, stili di vita e mass media”, promosso dalla Regione Lazio in collaborazione con la Fondazione Pfizer. Ho contribuito alla stesura delle guide per docenti e studenti, curando in particolare le parti relative alle caratteristiche delle generazioni “digitali” e all’uso consapevole dei social media. Ho inoltre tenuto una relazione in video-conference sul tema “Generazioni digitali: il web e i social media”.</p> |
| <ul style="list-style-type: none">• Date (da – a)• Nome e indirizzo del datore di lavoro• Tipo di azienda o settore• Tipo di impiego• Principali mansioni e responsabilità | <p>1997-2006</p> <p>Videoline srl
via Santorini 33170 - Pordenone
Marketing e comunicazione: produzione audiovisivi
Attività di copywriting e di strategic planning
Collaborazione professionale per la realizzazione di progetti di comunicazione aziendale (interna/esterna), redazione di cataloghi a stampa, testi e sceneggiature di filmati aziendali. Ho seguito oltre 150 progetti di comunicazione, curando anche aspetti di carattere organizzativo.</p> <p>Principali clienti: <i>Electrolux, AEG, Franke, Stonefly, Fincantieri, Lotto, Geox, Permasteelisa, BoFrost, Unindustria Pordenone, Assindustria Udine, Glass Idromassaggi, Plastal, Mionetto, Università di Trieste, Knauf, Chimento Gioiellieri, Regione Friuli Venezia Giulia.</i></p> |
| <ul style="list-style-type: none">• Date (da – a)• Nome e indirizzo del datore di lavoro• Tipo di azienda o settore• Tipo di impiego• Principali mansioni e responsabilità | <p>1995-1997</p> <p>Studio Noun, Udine

Consulenza di direzione aziendale
Consultant
Progettazione di attività di consulenza e di formazione sulla comunicazione aziendale.</p> <p>Progetti seguiti: realizzazione materiali di supporto per l'alta direzione del Gruppo Electrolux Zanussi, redazione manuale sulla Qualità</p> |

Totale, progetto sui comportamenti organizzativi in collaborazione con ISSO e con McKinsey di Milano, redazione newsletter per la comunicazione interna, etc.

In particolare, ho curato le testimonianze di parte aziendale (sui temi del Total Quality Management e del Business Process Reengineering) presentate al Convegno dell'**Associazione Italiana di Ingegneria Gestionale**, svoltosi presso l'**Università di Udine** il 28-29 novembre 1996, e inoltre testi per articoli a stampa, lezioni universitarie, interventi manageriali nell'ambito di meeting e convegni organizzati da associazioni imprenditoriali.

ALTRE ESPERIENZE PROFESSIONALI

• Date (da – a)	1981-1997
• Nome e indirizzo del datore di lavoro	Vari committenti/datori di lavoro
• Tipo di azienda o settore	Vari settori: editoria, ricerche di mercato, cultura e formazione
• Tipo di impiego	Prestazioni occasionali/supplenze, assolvimento obblighi di leva, ecc.
• Principali mansioni e responsabilità	Collaborazioni giornalistiche con i quotidiani Messaggero Veneto di Udine e Il Gazzettino di Venezia (1986-1989), intervistatore nell'ambito di ricerche di mercato (1983, 1986), insegnamento di Scienze umane negli Istituti superiori (1989-1997), servizio civile come Vigile del Fuoco Ausiliario - ai sensi delle leggi n. 730 /1976 e n. 546/1977 - presso Biblioteca del Centro Iniziative Culturali di Pordenone (1981/82).

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Date (da – a) a.a. 2009/10 - a.a. 2011/12, dissertazione discussa il 09.04.2013
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Università degli Studi di Trieste
- Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

Afferenza: Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche

Marketing, Comunicazione, Nuovi media, Sociologia dei consumi.

Metodologia della ricerca: definizione del disegno di ricerca, uso di tecniche di rilevazione di carattere quantitativo (questionario strutturato) e di carattere qualitativo (intervista semi-strutturata). Uso del software SPSS per l'analisi dei dati
- Qualifica conseguita

Progetto di ricerca: "Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali e pratiche di consumo digitali"

Supervisore di tesi: Prof. Claudio Sambri, Ordinario iq di Economia e gestione della imprese, Università di Trieste (SECS-P/08)

Dottorato di ricerca in Scienze della riproduzione, Indirizzo: Relazionale-educativo
- Date (da – a) a.a. 2004/05 - 2006/07, tesi discussa il 18.10.2007
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Università degli Studi di Trieste
- Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

Sociologia economica (30 e lode), Sociologia dell'organizzazione (30 e lode), Sociologia delle piccole imprese (30), Sociologia (30 e lode), Teoria dei sistemi a rete (30 e lode)

Tesi in *Sociologia dell'organizzazione*: "I luoghi della cultura organizzativa. Analisi del caso Franke Italia". Relatore: Prof. Gabriele Blasutig; correlatore: Prof. Giovanni Delli Zotti

Laurea Specialistica in Sociologia delle reti territoriali e organizzative (CLS: 89/S), Votazione: 110/110 e lode.
- Qualifica conseguita
- Date (da – a) a.a. 2003/04, tesi discussa il 30.10.2004
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Università degli Studi di Trieste
- Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

Organizzazione aziendale e marketing (30), Comunicazione aziendale (30 e lode), Teorie e tecniche della pubblicità (30), Teorie e tecniche della comunicazione pubblica (30), Sociologia della comunicazione (30), Psicologia della comunicazione (30 e lode)

Tesi in *Organizzazione aziendale e marketing*: "Nuove formule distributive e comunicazione al trade". Relatore: Dott. Umberto Galli Zugaro

Master Universitario in Analisi e gestione della comunicazione, Votazione: 110/110 e lode.
- Qualifica conseguita
- Date (da – a) a.a. 1994/95
- Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Università di Bologna
- Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

Comunicazione aziendale, Tecniche di ricerca sociale, Tecniche quantitative e qualitative per le ricerche di mercato, Total Quality Management

Corso di perfezionamento in "Ricerche e analisi di mercato"
- Qualifica conseguita

• Date (da – a) • Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione • Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio • Qualifica conseguita	a.a. 1991/02 Università di Bologna Qualità del lavoro, gestione delle risorse umane Corso di perfezionamento in “Organizzazione e direzione” (frequentato come uditore)
• Date (da – a) • Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione • Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio • Qualifica conseguita	a.a. 1981/82 - a.a. 1987/88, tesi discussa il 28.02.1989 Università degli Studi di Trieste Psicologia (30), Storia della Psicologia (30), Antropologia culturale (30 e lode), Filosofia del linguaggio (30 e lode), Filosofia della scienza (30 e lode), Storia contemporanea (30 e lode), Storia delle dottrine politiche (30 e lode), Filosofia contemporanea I e II (30 e lode + 30 e lode), Estetica I e II (30 + 30) Tesi in <i>Estetica</i>: “Il problema del gioco in Hans-Georg Gadamer” Relatore: Prof. Maurizio Ferraris; correlatori: Prof. Pier Aldo Rovatti, Dott. Pietro Kobau Laurea quadriennale (Vecchio Ordinamento) in Filosofia Votazione: 110/110 e lode.
• Date (da – a) • Istituto di istruzione • Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio • Qualifica conseguita	a.s.. 1981/82 Liceo Ginnasio Statale “Giacomo Leopardi”, Pordenone Letteratura Italiana; Latino; Greco; Filosofia Conoscenza dei fondamenti del pensiero occidentale, metodologia di studio e attitudine a gestire situazioni di stress, capacità di astrazione, sviluppo delle competenze logiche, scrittura e public speaking Diploma di maturità classica Votazione: 58/60.

CAPACITÀ E COMPETENZE

PERSONALI

Acquisite nel corso della vita e della carriera ma non necessariamente riconosciute da certificati e diplomi ufficiali.

MADRELINGUA

[Italiano]

ALTRE LINGUE

[Inglese]

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

[livello: buono]

[livello: elementare]

[livello: elementare]

CAPACITÀ E COMPETENZE

RELAZIONALI

Vivere e lavorare con altre persone, in ambiente multiculturale, occupando posti in cui la comunicazione è importante e in situazioni in cui è essenziale lavorare in squadra (ad es. cultura e sport), ecc.

Mi occupo da oltre venticinque anni di comunicazione, sia in ambito professionale, sia in ambito accademico. Sono abituato a relazionarmi con altre persone per lo sviluppo di progetti condivisi.

In particolare, in oltre venti anni di esperienza, ho sempre conseguito ottime valutazioni come docente e come formatore, con punteggi solitamente attestati attorno a 9 punti su 10. Gli allievi che hanno frequentato i miei corsi segnalano nei loro giudizi i seguenti punti di forza:

- 1) capacità di mettere in relazione conoscenze teoriche ed esperienze pratiche
- 2) chiarezza espositiva
- 3) disponibilità nei confronti delle persone
- 4) capacità di motivare l'interesse nei confronti della disciplina

CAPACITÀ E COMPETENZE

ORGANIZZATIVE

Ad es. coordinamento e amministrazione di persone, progetti, bilanci; sul posto di lavoro, in attività di volontariato (ad es. cultura e sport), a casa, ecc.

Ho una lunga esperienza nell'organizzazione di incontri e convegni, in molti casi con ottimo riscontro di pubblico. In precedenza, mi ero occupato per alcuni anni degli aspetti organizzativi connessi alla realizzazione di prodotti audiovisivi. Ho fatto parte di associazioni culturali (ADI – Associazione per il Disegno Industriale) con ruoli anche di responsabilità a livello regionale.

CAPACITÀ E COMPETENZE

TECNICHE

Con computer, attrezzature specifiche, macchinari, ecc.

Competenze informatiche: conoscenza Sistemi operativi Macintosh (MacOS) e Windows. Applicativi: programmi pacchetto Microsoft Office, piattaforme per la didattica a distanza (Teams e Zoom), redazione di un blog con WordPress

CAPACITÀ E COMPETENZE

ARTISTICHE

Musica, scrittura, disegno ecc.

Scrittura: competenza sviluppata grazie al percorso professionale nell'ambito della comunicazione d'impresa, ove ho operato per dodici anni come copywriter e speechwriter per conto di importanti aziende (Gruppo Electrolux, Franke Italia, Geox, Fincantieri, ecc.). Mi sono occupato sia di testi creativi, sia di testi di carattere tecnico (presentazione di nuovi prodotti, descrizione del processo produttivo, manuali tecnici sulla qualità totale, ecc.)

ALTRE CAPACITÀ E
COMPETENZE

Interesse per le arti figurative: Grafica, Design, Arte Moderna e Contemporanea

PATENTE O PATENTI

Patente di guida categoria B

Attestato di partecipazione al corso "Formazione generale dei lavoratori in materia di sicurezza e salute sul lavoro" presso Università Ca' Foscari di Venezia. Prova finale superata con esito positivo (punteggio 10/10)

ALTRE INFORMAZIONI

**ORGANIZZAZIONE DI
INCONTRI E
CONVEGNI**

Ho organizzato oltre cento incontri con testimonial aziendali (Università di Trieste, di Udine, Roma UNINT, Milano Cattolica, Venezia Ca' Foscari). Segnalo tra gli altri:

Pierre Ley, Responsabile Media Relations di Whirlpool EMEA.

Bruno Bigaran, Amministratore Delegato di Franke Italia spa.

Paolo Candotti, Human Resources Manager di Electrolux Zanussi.

Vito Papa, Strategic Marketing Director di Stonefly, già responsabile delle Pubbliche Relazioni di Geox.

Daniilo Fattor, Amministratore Delegato di Plastal.

Monica Gagliardi, Responsabile e-commerce del Gruppo Coin.

Sandra Covolan, Agency Partner di Facebook Italia

Mateja Gravner, Responsabile Marketing azienda vinicola Gravner.

Leonardo Maschietto, titolare di Vertind, Vienna (Austria): agenzia di consulenza nei mercati internazionali B2B.

Carlo Alexander Bach, Direttore Artistico del progetto Illy Collection

Federico Poillucci, Presidente della Friuli Venezia Giulia Film Commission

Roberto Pezzetta, vincitore del Compasso d'oro (ADI), Responsabile del Design Center del Gruppo Electrolux.

Guido Cecere, fotografo pubblicitario, professore di fotografia all'ISIA di Urbino e all'Accademia di Belle Arti di Venezia, consulente archivio Alinari di Firenze

Carlo Penati, architetto e designer, autore del volume *Da grande farò il designer*, Lupetti, Milano 2002

Patrizia Scarzella, architetto, giornalista di Panorama ed Interni (Mondadori), responsabile ricerche di Assarredo Federlegno

Luigi Molinis, architetto, già responsabile del Design center di Seleco

Katia Bordignon, titolare dell'agenzia One-shot Communication, e Matteo Gobbo Trioli, musicista, direttore artistico dell'evento *Spirito Nuovo Venezia*

Gabriele Pitacco, architetto, organizzatore di eventi culturali

Max Schiozzi, Presidente dell'associazione culturale di C01 e di Cavò Art Gallery (Trieste)

Alessandro Rinaldi, Presidente di DOF Consulting (Udine)

Erica Vaccari, ideatrice di "Viaggi Floreali", laboratorio artigianale di viaggi lenti per amanti dei giardini e della natura

Susanna Gregorat, Curatore al Museo Revoltella, Trieste

Chiara Agliandolo, Consulente specializzata nella promozione delle arti visive

Francesco Morace, Sociologo, Presidente di Future Concept Lab, Milano

Patrizia Musso, Direttore di Brandforum.it, Milano

Sergio Tonfi, editor di Superbrands, Milano

Barbara Bartoli, marketing & communication advisor di Amnesty International (Roma)

Andrea Fontana, docente all'Università of Pavia, autore del volume *Manuale di Storytelling*, Milan, Etas, 2009.

Giulia Totis, responsabile marketing di 4DODO, agenzia specializzata nella creazione di esperienze interattive ed immersive a support di eventi culturali, intrattenimento e comunicazione d'impresa.

Giampaolo Colletti, giornalista del Sole24ore, autore del volume *TV fai da web. Storie italiane di micro Web Tv*, Milano, Il Sole 24 ore.
Marco Ferri, già Amministratore Delegato di TBWA Italia.
Ennio Mainetti e Giuseppe Azzaro, Community Manager e Digital Strategist in Zooppa.com, piattaforma di User Generated Advertising.

PARTECIPAZIONE A CONVEGNI

Qualizza, G. (2021). "Marche post-global: l'engagement tra spazio dei flussi e spazio dei luoghi", relazione presentata al Terzo Seminario di Ingegneria Fisica, Campus Scientifico dell'Università di Venezia Ca' Foscari, 14 dicembre.

Qualizza, G. (2021). "Abitare le distanze. Pratiche di "appropriazione spaziale" in un centro urbano: profili di consumo e strategie narrative". Convegno Nazionale AIS-Sociologia dell'ambiente e del territorio, Università di Napoli "Federico II", Napoli, 8-9 luglio.

Qualizza, G., de Luca, P. (2021). "Innovation in the service supply chain. Qualitative research in a port context". International Marketing Trends Conference 2021, "Ca' Foscari" University, Venice (Italy), 14-16 January.

Qualizza, G. (2020). "Tra spazio dei flussi e spazio dei luoghi: nuove mappe per creare valore". Centro Internazionale di Studi e Documentazione per la Cultura Giovanile, Trieste, 4 dicembre.

Qualizza, G. (2020). "Brand Storytelling. Dai punti vendita agli stores of stories", relazione presentata nell'ambito del corso di Marketing, tenuto dalla Prof.ssa Patrizia de Luca, Università di Trieste, 3 dicembre.

Capurso, V, Qualizza, G. (2020). "Moda e inclusività: forma o sostanza? Il caso Diversity Stiling, la guida pratica ai brand inclusivi per i new Millennials", 2020 SIM Conference, Università LIUC di Castellanza, 28-30 ottobre.

Qualizza, G. (2020). "Da Facebook a Instagram. Percorsi dell'innovazione e we sense generazionale", 2020 SIM Conference, Università LIUC di Castellanza, 28-30 ottobre.

Qualizza, G. (2020). "Abitare la distanza", relazione presentata al Convegno "Disegnare l'esperimento: la scienza allo specchio in tempo di pandemia e oltre", Summer School dell'ISDC – International Study and Documentation Centre for Youth Culture, Trieste, 27 agosto.

Qualizza G.; Cavallo D., Totis G. (2020). "Ri-Generazioni: la bottega Rinascimentale come modello di workplace per i nuovi makers digitali". Relazione presentata a *EcommFashion*, evento online dedicato al futuro della moda, 7 luglio

Qualizza, G. (2019). "Da un evento a un altro: la mediazione come movimento di significati". Relazione presentata al Convegno *Istituzioni in rete. Luoghi della comunicazione e mediatizzazione dei linguaggi*, organizzato dal Centro internazionale di studi e documentazione per la cultura giovanile, Trieste, 1 dicembre.

Qualizza, G. (2019). "Nuova vita ai negozi con la vendita esperienziale: casi pratici". Relazione presentata al Convegno *Good Morning 2020*, ConfEsercenti Siena, 20 novembre.

Qualizza, G. (2019). "Rapporto tra marche locali e territorio di riferimento. Un'indagine esplorativa", Università di Verona, Dipartimento di Economia Aziendale, corso di Marketing territoriale, 30 ottobre.

Qualizza, G. (2019). "Nuovi negozi e nuovi modelli di vendita esperienziale a cui guardare con attenzione". Relazione presentata al Convegno *Evoluzione Digitale: nuovi modelli di vendita esperienziale*, organizzato da ConfEsercenti Modena nell'ambito del Festival *Modena Smart Life 2019*, Modena, 27 settembre.

Cavallo, D., Maguolo, M., Qualizza, G. (2019). "Dalla Bottega "rinascentiale", modello di strategia identitaria per l'impresa di oggi, alla bottega digitale come modello di Community". Extended Abstract presentato al Convegno 2019 Sinergie – SIMA, *Management and sustainability: creating shared value in the digital era*, Sapienza Università di Roma, 20 giugno.

Qualizza, G. (2019). "Il potere del silenzio". Contributo presentato alla tavola rotonda *L'altra montagna*, organizzata nell'ambito di *Innovalp. Festival delle idee per la montagna*, Tolmezzo, 28 marzo.

Qualizza, G. (2019). "Dal de-branding al we-branding. Come creare engagement con il contributo degli utenti", relazione presentata presso IUSVE - Istituto Universitario Salesiano, Verona, 16 febbraio.

Qualizza, G. (2019). "Nuovi negozi e nuovi modelli di vendita esperienziale a cui guardare con attenzione", relazione presentata al convegno *Il commercio al centro*, organizzato da ConfEsercenti Emilia-Romagna, Bologna, 5 febbraio

Qualizza, G., Vittori, R. (2019). "Marche locali e territorio: quale rapporto?", relazione presentata nell'ambito del ciclo di incontri *UniUd for All. Incontri divulgativi su temi di ricerca*, Università degli Studi di Udine, Centro Polifunzionale di Gorizia, 16 gennaio.

Qualizza, G. (2018). "Il rapporto tra marche locali e territorio di riferimento. Risultati di un'indagine esplorativa". Extended Abstract presentato al Convegno 2018 Sinergie - SIMA (Società Italiana di Management) *Strategie in trasformazione e nuovi modelli per la creazione di valore*, Università "Ca' Foscari" di Venezia, 14-15 giugno;

Qualizza, G. (2018). Partecipazione come relatore al workshop "Consumer-brand engagement e valorizzazione del territorio", Università di Udine, sede di Gorizia, 3 maggio;

Qualizza, G. (2018). "Facebook e Storytelling: più gente in negozio", Accademia IOG - Italiana Outdoor Group, Lazise (VR), 19 marzo;

Qualizza, G. (2018). "Generazioni 'digitali': il web e i social media", relazione in video-conference presentata nell'ambito del progetto "Sano chi sa", promosso dalla Regione Lazio e dalla Fondazione Pfizer, Roma, 13 febbraio;

Qualizza, G. (2018). "Storytelling e shopping experience: when the stores tell stories", relazione presentata al Convegno *BiciAcademy*, organizzato da Confindustria-ANCMA, PalaCongressi di Rimini, 14-15 gennaio.

Qualizza, G. (2017). "Commercio e comunicazione, Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti", Workshop di presentazione del Laboratorio sperimentale nazionale su rigenerazione urbana e nuove prassi urbanistiche, svoltosi presso il Comune di Sacile (PN) il 30 novembre (invitato come relatore);

Qualizza, G. (2017). "Bisogni e aspettative della Generazione Facebook - Giovani ed eParticipation: come superare i rischi di insuccesso?", Relazione nell'ambito della Tavola Rotonda su *Web Marketing ed eParticipation*, svoltasi presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell'Università degli Studi di Trieste, 28 novembre.

Qualizza, G. (2017). Partecipazione come relatore al workshop "Voglio una vita accelerata", organizzato da BNL-Banca Nazionale del Lavoro (Gruppo BNP Paribas) nell'ambito del *Salone dei pagamenti*, Milano, 24 novembre.

Qualizza, G., Vernuccio, M. (2017). "Consumer engagement e local brand. Indagine esplorativa in un territorio di frontiera", XIV° Convegno della Società Italiana di Marketing, p. 1-6, ISBN: 978-88-907662-9-9, Università di Bergamo, 26-27 ottobre;

Qualizza, G., Sambri, C. (2017). "Pratiche di consumo e strategie narrative. I percorsi dello shopping in un centro urbano", XIV° Convegno della Società Italiana di Marketing, p. 1-5, ISBN: 978-88-907662-9-9, Università di Bergamo, 26-27 ottobre;

Vernuccio, M., Qualizza, G., Buratti, A., Ceccotti, F. (2017). Presentazione full paper su "Strategie di consumer-brand engagement. Il punto di vista delle imprese e delle agenzie di comunicazione" al Convegno 2017 Sinergie – SIMA, *Value co-creation: le sfide di management per le imprese e la società*, Università di Napoli "Federico II", 15 e 16 giugno;

Qualizza, G. (2017). Partecipazione come relatore al convegno *Slow Brand Festival 2017*, c/o Università Cattolica del Sacro Cuore - ALTIS Alta Scuola Impresa e Società, Milano, 14 giugno 2017;

Qualizza, G. (2017). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, Biblioteca Comunale di Monfalcone (GO), 21 aprile;

Qualizza, G. (2017). Partecipazione come relatore alla tavola rotonda *DigiHow: Saperi, Scrittura, Relazioni nel mondo digitale*, organizzata nell'ambito del *Festival della crescita 2017*, Siena, 07 aprile;

Qualizza, G. (2017). Seminario di formazione su "Comprendere e gestire l'identità digitale sui social media" nell'ambito del corso di aggiornamento *@PP 2.0: comunicare, insegnare e posizionarsi ai tempi del Web 2.0*, organizzato a Gorizia dal Laboratorio SASWeb dell'Università di Udine, Gorizia, 21 marzo 2017;

Qualizza, G. (2017). "Storytelling e shopping experience: when the stores tell stories", relazione presentata nell'ambito di *BeWizard! Digital Experience*, Convegno internazionale dedicato al Web Marketing, PalaCongressi di Rimini, 1 aprile.

Qualizza, G. (2017). Partecipazione come relatore alla tavola rotonda *DigiHow. Saperi, vita quotidiana, libertà e processi produttivi nel mondo digitale*, svoltasi nell'ambito del *Friuli Future Forum*, Camera di Commercio di Udine, 16 febbraio.

Qualizza, G. (2017). "Quando i punti vendita raccontano storie: storytelling ed esperienza digitale nel punto vendita", relazione presentata al Convegno *Il commercio al centro*, organizzato da Confesercenti Emilia-Romagna, Bologna, 26 gennaio

Qualizza, G. (2016). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, Biblioteca del Comune di Fogliano Redipuglia (GO), 28 novembre.

Qualizza, G. (2016). Partecipazione come relatore al workshop di presentazione del corso di aggiornamento *@PP 2.0: comunicare, insegnare e posizionarsi ai tempi del Web 2.0*, organizzato a Gorizia dal Laboratorio SASWeb dell'Università di Udine, Gorizia, 5 ottobre.

Qualizza, G. (2016). "Storytelling e shopping experience", relazione presentata nell'ambito dell'evento *Social Media Week 2016*, Casa del Cinema - Parco di Villa Borghese, Roma, 15 settembre.

Qualizza, G. (2016). "Consumer Brand Engagement: dal marketing al societing", relazione presentata nell'ambito del ciclo di incontri *Lunedì Digitali*, Biblioteca del Comune di San Giorgio di Nogaro (UD), 9 maggio.

Qualizza, G. (2016). "Consumer Brand Engagement", relazione presentata presso Cooperativa Sociale Giotto, Padova, 4 aprile.

Qualizza, G. (2016). "Dal punto vendita allo store of stories", relazione presentata presso il Samsung District, Milano, 23 febbraio.

Qualizza, G. (2015). "Facebook Generation. Il rapporto con i social media e le nuove tecnologie della comunicazione", relazione presentata al convegno *Sociologia 2020. Nuove sfide sociali e buone pratiche per il Friuli Venezia Giulia* negli studi dei sociologi della Regione, Università di Udine e Università di Trieste, sedi di Gorizia, 3 dicembre.

Qualizza, G. (2015). "Tecniche di visual merchandising per uno store fisico", relazione presentata nell'ambito del seminario *Visual ed e-merchandising per incrementare le vendite*, Organizzato da IRES-FVG nell'ambito del Progetto Imprenderò 4.0, Udine, 12 novembre.

Qualizza, G. (2015). "La messa in scena del prodotto e del brand", relazione presentata nell'ambito del seminario *Visual Merchandising: come attrarre il cliente retail*, Organizzato da Enaip-FVG nell'ambito del Progetto Imprenderò 4.0, Gorizia, 28 ottobre.

Vernuccio, M., Qualizza, G. e Buratti, A. (2015). "Consumer Brand Engagement: imprese ed agenzie a confronto", contributo presentato al XII° *Convegno della Società Italiana Marketing*, Sessione parallela *Product & Brand Management*. Università di Torino, 23 ottobre.

Qualizza, G. (2015). "Il consumatore digitale", relazione presentata presso Centro Italiano di Studi Superiori per la Formazione e l'Aggiornamento in Giornalismo Radiotelevisivo nell'ambito del *Corso di Economia* rivolto a giornalisti della RAI-RadioTelevisione Italiana, Perugia, 22 ottobre.

Qualizza, G. (2015). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, presso Università Cattolica del Sacro Cuore (Milano). Interventi di Prof.ssa Nicoletta Vittadini, Associato di Sociologia della Comunicazione Università Cattolica di Milano, del Prof. Nicola Strizzolo, Ricercatore di Sociologia della Comunicazione Università degli Studi di Udine, della Dott.ssa Patrizia Musso, Direttore di Brandforum, osservatorio culturale sul branding, Milano, 08 aprile.

Qualizza, G. (2015). "It all starts with a story: brand e strategie narrative per la comunicazione dell'offerta alberghiera", relazione presentata al *BeWizard! Human2Human Web Marketing*, Convegno internazionale dedicato al Web Marketing, PalaCongressi di Rimini, 21 marzo.

Qualizza, G. (2015). "Le nuove vie dalla comunicazione non convenzionale: dal marketing al societing", relazione presentata al *BeWizard! Human2Human Web Marketing*, Convegno internazionale dedicato al Web Marketing, PalaCongressi di Rimini, 20 marzo.

Qualizza, G. (2015). Partecipazione alla tavola rotonda sul tema "Affrontiamo i luoghi comuni su giovani e internet. Esperienze, ricerche e riflessioni", sala riunioni del CSM, Palmanova, 9 marzo.

Qualizza, G. (2015). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, presso Biblioteca di San Giorgio di Nogaro (UD), 9 febbraio.

Qualizza, G. (2014). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, presso EnaipFVG, Gorizia, 16 dicembre.

Qualizza, G. (2014). Discussant nell'ambito del convegno internazionale di studi "Giovani, cultura e istituzioni", Università degli Studi di Trieste, 20-22 novembre.

Qualizza, G. (2014). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, nell'ambito degli incontri sulla comunicazione d'impresa organizzati dal Gruppo Giovani Imprenditori di Confartigianato Friuli Venezia Giulia, c/o Azienda "La Tunella", Premariacco (UD), 19 giugno.

Qualizza, G. et al. (2014). Partecipazione alla tavola rotonda su *Gli spazi della socialità e dell'identità*, organizzata nell'ambito del progetto *Martignacco 2030. Costruiamo insieme la Martignacco che verrà*, Comune di Martignacco (UD), 12 maggio.

Qualizza, G. (2014). Presentazione del volume *Facebook Generation. I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, di cui sono autore, presso Libreria Ubik, Piazza della Borsa, Trieste, 8 maggio.

Qualizza, G., Sambri, C. (2013). "Consumer Empowerment tra vecchie e nuove forme di prosumerismo. Indagine qualitativa tra i 'nativi digitali'", contributo presentato al X Convegno Annuale della SIM – Società Italiana Marketing, Sessione parallela *Consumer Behaviour*, coordinata dal Prof. Daniele Dalli, Milano, Università degli Studi di Milano Bicocca, 4 ottobre.

Qualizza, G. (2013). Presentazione del volume *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, di cui sono autore, presso Consorzio Friuli Innovazione, Udine, 26 marzo.

Qualizza, G. (2013), Presentazione del volume *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, di cui sono autore, presso Coworking Login, Milano, 20 marzo.

Qualizza, G. & al. (2012), Partecipazione alla tavola rotonda *Professione salute: tra stereotipi e verità*, organizzata nell'ambito del "Festival delle Professioni", Trento, 19 ottobre.

Qualizza, G., Sambri, C. (2012), "Rapporto tra marche e giovani consumatori digitali. Uno studio esplorativo", contributo presentato al IX° *Convegno della Società Italiana Marketing*, Sessione parallela *Consumer Behaviour*, coordinata dal Prof. Daniele Dalli e dal Prof. Gianluigi Guido. Benevento, Università del Sannio, 20 settembre.

Musso, P., Qualizza, G., Sala, E., Mussa, S., Rabozzi, R., Tacconi, S. (2012), *New territories of Retail in Italy between on and off line*, dossier presentato nell'ambito del convegno internazionale *World Retail Congress*, Londra, 19-21 Settembre.

Qualizza, G. (2012), "Inventare lo spazio di una green factory", relazione presentata al Convegno Internazionale di Studi *Il green marketing come opportunità di rilancio economico e di crescita sostenibile*, organizzato dal

Dipartimento di Sociologia dell'Università di Bologna, Bologna, Facoltà di Scienze politiche, 4 aprile.

Qualizza, G. (2012), Presentazione del volume *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, di cui sono autore, presso Università Cattolica, Facoltà di Scienze linguistiche, Milano, 21 marzo.

Qualizza, G. (2012), Presentazione del volume *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, di cui sono autore, nell'ambito del ciclo di incontri *Un libro, un tema, un'idea. Percorso letterario nel mondo della comunicazione*, organizzato da Ferpi Triveneto e da Associazione Comunicazione Pubblica, Belluno, 17 febbraio.

Qualizza, G. (2011), Partecipazione alla Tavola rotonda "Comunicare la professionalità", organizzata dal CERMEG - Centro di Ricerche sulla Metodologia Giuridica, Università di Trento, Facoltà di Giurisprudenza, 20 dicembre.

Qualizza, G. (2011), "Le nuove frontiere dello shopping", relazione presentata al Convegno *Tendenze emergenti nell'interazione tra produttori, commercianti e consumatori*, organizzato dall'Associazione Antica Contea di Gorizia in collaborazione con il LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine, Gradisca, 28 novembre.

Qualizza, G. (2011), "Comunicare nel marketing e nel settore d'impresa", relazione presentata nell'ambito del ciclo di *Incontri di studio e formazione nel settore della comunicazione*, organizzato dal CERMEG – Centro di Ricerche sulla Metodologia Giuridica dell'Università di Trento, Trento, Facoltà di Giurisprudenza, 17 novembre.

Qualizza, G., Sambri, C. (2011), "Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali, consumi digitali e forme di partecipazione in rete. Indagine esplorativa sulla generazione dei "Millennials", relazione presentata all'*VIII° Convegno della Società Italiana Marketing*, Sessione parallela *Marketing e Tecnologie*, Roma, Università La Sapienza, Facoltà di Economia, 23 settembre.

Qualizza, G. (2010), "Nuove frontiere dello shopping. Polisensorialità e coinvolgimento del consumatore", relazione presentata al Convegno Internazionale di Studi *Business Excellence Show*, organizzato da Casa Editrice HesperiaEdu e Università di Belgrado, Belgrado (Serbia), 9 novembre.

Qualizza, G. (2010), "Dalla Brand Identity allo Store of Stories", relazione presentata al Convegno *Narrare il consumo*, Secondo Convegno Nazionale sul Corporate Storytelling, Aula Magna dell'Università degli Studi di Pavia, 25 ottobre.

Qualizza, G. (2010), "Analisi della domanda di prodotti promozionali. Sintesi dei risultati", relazione presentata al Convegno *Le scelte delle imprese utilizzatrici di prodotti promozionali*, Milano, 11 marzo.

Qualizza, G. (2010), "Marche e luoghi nella rete. Il web 2.0 a servizio del marketing turistico", relazione presentata al seminario *Web marketing per il settore turistico*, Fiera di Padova, 6 marzo.

Qualizza, G. (2010), "Connecting people. Web marketing e approcci non convenzionali: come cambia la pubblicità?", relazione presentata al convegno *Comunicare. Perché? Con chi? Per chi?*, Consorzio Universitario di Pordenone, 8 febbraio.

Qualizza, G. (2009), "La vetrina in frantumi. Oltre lo shopping, oltre lo store", relazione presentata presso la Facoltà di Architettura dell'Università di

Trieste, nell'ambito del Laboratorio di Economia della città e del territorio, coordinato dal Prof. Vittorio Alberto Torbianelli, Associato di Economia Applicata, Trieste, 15 dicembre.

Qualizza, G. (2009), "Nuove frontiere della comunicazione tra identità, valori ed etica", paper presentato al Seminario di formazione su *Gli Amministratori locali e la Comunicazione istituzionale. Informazione e partecipazione dei cittadini nell'era Internet*, organizzato dal CoReCom - Comitato Regionale per le Comunicazioni del Friuli Venezia Giulia, Udine, 21 novembre.

Qualizza, G. (2009), "Lo storytelling nella comunicazione d'impresa", paper presentato al XIV Convegno annuale di AIDEA – Giovani (Accademia Italiana di Economia Aziendale), Università di Udine, sede di Gorizia, 26 giugno.

Qualizza, G. (2009), "Il futuro possibile: la comunicazione cambia, cambia la comunicazione!", relazione presentata presso CNA Modena – Unione Comunicazione e Terziario Avanzato. Modena, 4 maggio.

Qualizza, G. (2009), Presentazione del libro di Francesco Gallucci, *Marketing dei luoghi e delle emozioni* nell'ambito del convegno *Il commercio nei centri urbani: ri-progettare per la persona*, organizzato dalla Facoltà di Architettura dell'Università di Trieste in collaborazione con ConfCommercio. Trieste, 6 aprile.

Qualizza, G. (2009), "Web marketing e branding experience", relazione presentata al convegno *Le professioni e le competenze per la comunicazione e i new media*, Università di Ferrara, 24 marzo.

Qualizza, G. (2009), "Internal Branding in 3D", relazione presentata al seminario *Strategie di Internal Branding*, organizzato da IED Comunicazione. Milano, 25 febbraio.

Qualizza, G. (2009), "L'incontro tra prodotto ed emozioni. Come rilanciare e qualificare la proposta turistico-commerciale di un territorio", relazione presentata al convegno *Strategie e progetti per la valorizzazione del territorio*, organizzato da Ascom-Confcommercio di Pordenone, 16 febbraio 2009.

Qualizza, G. (2009), Presentazione del libro *Oltre lo shopping*, di cui sono autore, effettuata nell'ambito del Workshop "Progettare per il commercio urbano", Facoltà di Architettura, Università di Trieste, 14 gennaio.

Qualizza, G. (2008), "La comunicazione al lavoro. Dalla marca-rete alla web experience", relazione presentata presso la Facoltà di Sociologia dell'Università Cattolica, Milano, 9 dicembre.

Qualizza, G. (2008), "I brand della politica: scenari, posizioni competitive e strategie", relazione presentata nell'ambito della tavola rotonda *La comunicazione ha vinto o perso le elezioni? Analisi e riflessioni su stili, miti e modelli della nuova politica*, Camera di Commercio di Udine, 14 maggio.

Qualizza, G. (2008), Presentazione del libro *Oltre lo shopping*, di cui sono autore, effettuata presso la Facoltà di Scienze linguistiche dell'Università Cattolica, Milano, 23 aprile.

Qualizza, G. (2008), "L'incontro tra prodotto ed emozioni: il cibo e l'immaginario di marca", intervento effettuato nell'ambito del convegno *La pubblicità ingannevole e i reali bisogni alimentari a confronto con l'aspetto socio-psicologico*, organizzato dalla LILT - Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori. Trieste, 19 marzo.

Qualizza, G. (2008), "Uscire dagli schemi: nuove frontiere della comunicazione di marca", relazione presentata nell'ambito della *Spring School of Communications*, organizzata da ALMED – Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica di Milano. Udine, 19 febbraio.

Qualizza, G. (2007), "Gli stili e i comportamenti d'acquisto del nuovo consumatore", relazione presentata nell'ambito del convegno *Il commercio verso il cambiamento: le opportunità nel Friuli Venezia Giulia. L'evoluzione della rete distributiva e i nuovi stili di consumo*, promosso dalla direzione Attività produttive della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia. Udine, 1 ottobre.

Qualizza, G. (2007), "Nuove frontiere dello shopping: multisensorialità e coinvolgimento del consumatore", relazione presentata nell'ambito del *Visual Meeting* del Gruppo Coin. Altri relatori: dott. Stefano Beraldo, AD del Gruppo Coin; dott.ssa Giusi Scandroglio, Managing Director di Envirosell Europe; Elio Fiorucci, imprenditore e stilista. Venezia, 9 luglio.

Qualizza, G. (2007), Presentazione del libro *Oltre lo shopping*, di cui sono autore, effettuata in data 9 maggio presso Palazzo Alvarez di Gorizia nell'ambito delle attività del LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine.

Qualizza, G. (2007), "Organizzazione per processi e comunicazione", relazione presentata presso la Facoltà di Scienze politiche dell'Università di Trieste, corso di Sociologia dell'organizzazione. Trieste, 2 maggio.

Qualizza, G. (2007), Presentazione su Raisat-Gambero Rosso Channel del libro *Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti*, di cui sono autore: intervista a cura del giornalista Alfredo Antonaros nell'ambito della rubrica di approfondimento culturale "Letture golose" (in onda il 6 marzo).

Qualizza, G. (2006), "Gli strumenti di comunicazione in azienda: dalla teoria alla pratica", relazione presentata presso la Facoltà di Sociologia dell'Università Cattolica, Milano, 24 ottobre.

Qualizza, G. (2006), Partecipazione al dibattito televisivo *Espresso o americano? Il caso Starbucks Coffee* in onda su Raisat-Gambero Rosso., Roma, 29 settembre.

Qualizza, G. (2006), "Nuove frontiere della comunicazione", relazione presentata nell'ambito del convegno *Neolavorandi*, organizzato dall'Università di Trieste, 5 maggio.

Qualizza, G. (2005), "Corporate identity e cultura: il caso Franke", relazione presentata presso Facoltà di Sociologia dell'Università Cattolica, Milano, 9 novembre.

Qualizza, G. (2005), "Strategie e tecniche di comunicazione audiovisiva. Analisi di casi", relazione presentata presso Università Cattolica di Milano nell'ambito del corso di Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria, Milano, 11 aprile.

Qualizza, G. (2004), "Modalità della comunicazione nelle iniziative di prevenzione", relazione presentata nell'ambito del convegno *Verso l'eliminazione del morbillo e la prevenzione della rosolia congenita*, organizzato dal Dipartimento di Prevenzione dell'Azienda Servizi Sanitari n. 1, Trieste, 26 maggio.

Qualizza, G. (2002), "Biblioteche del Nordest: scenari evolutivi e strategie di comunicazione", relazione presentata nell'ambito delle *Giornate delle*

biblioteche del Veneto, organizzate dalla Direzione Cultura della Regione Veneto in collaborazione con l'Università di Padova, Belluno, 25 ottobre.

Qualizza, G. (2002), "Conquistare la fiducia del cliente. Dalla mission alla marca alla fidelity card", relazione presentata nell'ambito del ciclo di conferenze *Creiamo valore*, organizzato dall'Associazione Viviamo Oderzo, Oderzo, 4 ottobre.

Qualizza, G. (2002), "Spazio del gioco e modelli di relazione in azienda", relazione presentata nell'ambito del convegno *Le nuove frontiere della cultura ludica*, Udine, 26 aprile.

Qualizza, G. (2002), "Comunicazione e metafora del gioco", relazione presentata nell'ambito del convegno *Giochi tra comunicazione e nuove tecnologie*, Università di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 19 aprile.

Qualizza, G. (2001), "Politiche di marca: partiti e aziende", relazione presentata nell'ambito del convegno *La comunicazione politica nell'Italia di oggi*, Università di Trieste, 19 marzo.

Qualizza, G. (2000), Presentazione del volume di Stefano Balassone (membro del Consiglio di amministrazione della RAI), *La TV nel mercato globale*, edito da Meltemi, Roma 2000, effettuata presso la Camera di Commercio di Pordenone, 12 dicembre.

Qualizza, G. (2000), "Video e immagine aziendale", relazione presentata nell'ambito del convegno *Scuola Video Arte: il video e la scuola*, Pordenone, Centro Iniziative Culturali, 7 ottobre.

Qualizza, G. (2000), "Comunicazione d'impresa e nuovi percorsi in ambito pubblicitario", relazione presentata nell'ambito del *Corso di lingua, cultura e attualità italiana* per studenti universitari stranieri, organizzato da IRSE - Istituto Regionale di Studi Europei del Friuli Venezia Giulia con la partecipazione della Direzione scambi giovanili del Ministero degli Affari Esteri, Pordenone, 11 settembre.

Qualizza, G. (2000), "Comunità virtuali, città invisibili, non-luoghi", relazione presentata al convegno *Occupazione, lavoro, nuove tecnologie*, Università di Trieste, Facoltà di Scienze della formazione, 15 maggio.

**Appartenenza ad
associazioni
scientifiche, comitati di
redazione, ecc.**

SIM - Società Italiana di Marketing
SIMA - Società Italiana di Management
AIDEA - Accademia Italiana di Economia Aziendale

Membro del comitato di redazione di *Tigor. Rivista di Scienze della Comunicazione*, EUT – Edizioni Università di Trieste (2009 – in corso)

Membro del Comitato Scientifico dell'Osservatorio *Storytelling*, centro-associazione di ricerca scientifica con sede presso l'Università degli Studi di Pavia (2011 – in corso)

Membro del comitato scientifico dei Convegni organizzati dall'ISDC - International Study and Documentation Centre for Youth Culture, Trieste (a partire dal 2019).

Membro del comitato di redazione di *Brandforum.it* (Milano), osservatorio culturale sul mondo delle marche (2005 – in corso)

Membro dell'Osservatorio Design dell'ADI, Associazione per il Disegno Industriale (gennaio 2007 - Dicembre 2009)

Peer Reviewer per la rivista *Mercati e Competitività* (ed. FrancoAngeli, Milano)

Peer Reviewer per la rivista *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*

Premi e riconoscimenti scientifici

Best Reviewer 2015 per la rivista *Mercati e Competitività* (ed. FrancoAngeli), rivista scientifica della SIM-Società Italiana Marketing (Università di Cassino, 20 ottobre 2016).

Selected Paper 2017 per la rivista *Sinergie* : riconoscimento attribuito al contributo "Strategie di consumer-brand engagement. Il punto di vista delle imprese e delle agenzie di comunicazione", presentato al Convegno Sinergie - SIMA, svoltosi il 15 e 16 giugno 2017 all'Università di Napoli "Federico II".

Vincitore borsa di studio "Città di Verona" per tesi di laurea riguardanti studi sulla città di Verona e il suo territorio (per la tesi discussa dal sottoscritto presso l'Università di Trieste il 18.10.2007)

Vincitore premio Stefano Benetton per tesi di laurea e di dottorato, conferito dalla Fondazione Benetton Studi Ricerche (per la tesi discussa dal sottoscritto presso l'Università di Trieste il 28.02.1989)

Pubblicazioni scientifiche

1. MONOGRAFIE

Qualizza G. (2020). *Il ritorno dei luoghi. Marche locali, place of origin, consumer engagement: nuove mappe per creare valore* . Pisa: ETS Edizioni.

Qualizza G. (2013). *Facebook Generation, I "nativi digitali" tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media* . Trieste: EUT - Edizioni Università di Trieste, edizione a stampa (ISBN: 978-88-8303-534-0) e in formato e-book (ISBN: 978-88-8303-527-2).

Qualizza, G. (2013). *Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali e pratiche di consumo digitali* , tesi di dottorato, 294 pp., Università degli Studi di Trieste, XXV Ciclo del Dottorato di Ricerca in Scienze della riproduzione – Indirizzo Relazionale Educativo.

Qualizza, G. (2010). *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione* . Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788856830767.

Qualizza, G. (2010). *Nove Granice Šopinga* . Belgrado (Serbia): HesperiaEdu, ISBN: 9788679560179.

Qualizza, G. (2006). *Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti* . Trieste: Edizioni Goliardiche, ISBN: 9788878730335 (ristampa: 2008).

Qualizza, G. (2005). *Pensieri/Segnali. Architetture della comunicazione nella nuova "fabbrica delle idee"* . Trieste: Edizioni Goliardiche, ISBN: 8878730114.

2. ARTICOLI IN RIVISTA

Qualizza, G., Tamburlini, A. (2021). Tra shoptainment e racconto dal finale aperto. Analisi del caso "Despar Teatro Italia". TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E DI ARGOMENTAZIONE

Qualizza, G. (2019). "Stakeholder engagement e marche locali. Risultati di un'indagine esplorativa". MICRO & MACRO MARKETING (ed. Il Mulino), n. 3, pp. 407-433. ISSN: 1121-4228 **(peer reviewed content)**.

Qualizza, G., Cavallo, D., Maguolo, M. (2019). "Dalla bottega rinascimentale alla bottega digitale: per un nuovo modello di impresa umanistica". TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E DI ARGOMENTAZIONE GIURIDICA, A. XI, n. 2, , pp. 139-151. ISSN: 2035-584X.

Qualizza, G. (2018). "Marche locali e territorio: quale rapporto? Risultati di un'indagine esplorativa". TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E DI ARGOMENTAZIONE GIURIDICA, EUT-Edizioni Università di Trieste,, n. 2, pp. 111-124, ISSN: 2035-584X.

Vernuccio, M., Qualizza, G., Buratti, A., Ceccotti, F. (2018). "Strategie di consumer-brand engagement. Il punto di vista delle imprese e delle agenzie di comunicazione". SINERGIE: ITALIAN JOURNAL OF MANAGEMENT, Vol. 36, n. 106, pp. 81-107, ISSN: 0393-5108 **(peer reviewed content)**.

Qualizza, G. (2017). "Nomadi metropolitani tra storytelling e shopping experience: uno studio esplorativo". TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E DI ARGOMENTAZIONE GIURIDICA, EUT-Edizioni Università di Trieste, vol. IX, n. 2, pp. 3-18, ISSN: 2035-584X

Qualizza, G. (2017). "Storytelling e shopping experience: pratiche di consumo e strategie narrative in un centro urbano". SYNERGIES ITALIE, vol. 13, pp. 67-79, ISSN: 1724-0700 **(peer reviewed content)**.

Qualizza, G. (2016). "Coinvolgimento del consumatore nei confronti del brand: nodi concettuali e prospettive di ricerca". TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E DI ARGOMENTAZIONE GIURIDICA, EUT-Edizioni Università di Trieste, Vol. 8, n. 1, pp. 3-17. ISSN: 2035-584X.

Qualizza, G., Sambri, C. (2014). "Marche e giovani consumatori 'digitali'. Uno studio esplorativo". MERCATI & COMPETITIVITÀ, RIVISTA DELLA SOCIETÀ ITALIANA MARKETING, n. 1, pp. 153-176. ISSN: 1826-7386 **(peer reviewed content)**.

Qualizza, G. (2013). "Tecnologie comunicative e vita quotidiana: il modello euristico della *domestication*". TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE E DI ARGOMENTAZIONE GIURIDICA, EUT-Edizioni Università di Trieste, A. V, n. 1, pp. 186-203. ISSN: 2035-584x

Qualizza, G., Sambri, C. (2013). "Giovani consumatori e nuovi media: una generazione di nativi digitali?". MERCATI & COMPETITIVITÀ, RIVISTA DELLA SOCIETÀ ITALIANA MARKETING, n. 1, pp. 119-141. ISSN: 1826-7386 **(peer reviewed content)**.

Qualizza, G. (2013). "Consumer Empowerment: il rapporto tra nuovi media e generazioni digitali". MEDIASCAPES JOURNAL (Casa Editrice Sapienza, Università di Roma "La Sapienza"), n. 1, pp. 119-143. ISSN: 2282-2542 **(peer reviewed content)**.

Qualizza, G. (2013). "L'ufficio polisensoriale: un luogo d'incontro per generatori di idee". PERSONALE E LAVORO. RIVISTA DI CULTURA DELLE RISORSE UMANE, A. XLIX, n. 2, pp. 17-22.

- Qualizza, G. (2012). "Giovani e nuovi media: pratiche di consumo digitale e dinamiche relazionali". MEDICO & BAMBINO, n. 10, pp. 639-647, ISSN: 1591-3090 **(peer reviewed content)**.
- Qualizza, G. (2012). Connecting People. Le nuove vie della comunicazione non convenzionale. TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, A. IV, n. 1, pp. 170-180, ISSN: 2035-584X.
- Qualizza, G. (2010). Estetiche della vita quotidiana: nuovi scenari del lusso. TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, A. II, n. 2, pp. 58-74, ISSN: 2035-584X.
- Qualizza, G. (2009). Artefatti simbolici e cambiamento organizzativo. TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, A. I, n. 2, pp. 88-106, ISSN: 2035-584X.
- Qualizza, G. (2009). Lo storytelling nella comunicazione d'impresa. TIGOR. RIVISTA DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, A. I, n. 1, pp. 4-17, ISSN: 2035-584X.
- Qualizza, G. (2006). Eternal Labyrinths. ARIA MAGAZINE, n. 3, pp. 6-15, ISSN: 1826-655X.
- Qualizza, G. (2001). "La comunicazione: ipotesi, tendenze, linee di confine". R & S., n. 3, pp. 44-64, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (2000). "I percorsi del cambiamento. Paradosso, discontinuità e dimensione dell'inatteso nella soluzione dei problemi". R & S., n. 3, pp. 29-36, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1998). "Il gioco tra abbondanza e privazione". FENOMENOLOGIA E SOCIETÀ, A. XXI, n. 3, pp. 124-135, ISSN: 0394-2759.
- Qualizza, G. (1998). "La comunicazione: istruzioni per l'uso". R & S, n. 1, pp. 45-55. ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1998). "Il corpo come linguaggio". R & S., n. 4, pp. 33-41, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1998). "La comunicazione. Un percorso tra comportamenti e parole". R & S, n. 3, pp. 34-41. ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1996). "Continuità e dissolvenze. L'identità personale nelle riflessioni di Williams, Nozick e Parfit". R & S., n. 4, pp. 33-44, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1995). "Hoffmann e Chamisso. I percorsi dell'assenza nelle metafore dell'ombra e dello specchio". EDIZIONE, n. 11, pp. 53-70.
- Qualizza, G. (1995). "Le metafore dell'ombra e dello specchio. Hoffmann e Chamisso". R & S., n. 5, pp. 47-58, ISSN: 1125-7156.
- Qualizza, G. (1992). "Il gioco in Gadamer tra rischio e simmetria". FENOMENOLOGIA E SOCIETÀ, A. XV, n. 1, pp. 149-165, ISSN: 0394-2759.

3. CONTRIBUTI IN VOLUME (CAPITOLI O SAGGI)

Qualizza, G., de Luca, P. (in press). Small retailers in small towns: An explorative study on shopping behaviour for improving social sustainability in an urban centre. In Luceri, B. & Martinelli, E. (eds.), "Managing Sustainability: perspectives in the retailing and service fields". Berlin: Springer Verlag (**peer reviewed content**).

Qualizza, G., Cavallo, D. (2022). Cerchio, linea, superficie urbana. Percorsi della gentrificazione tra centro e periferia. In: Conti, U. (a cura di). *Gentrificazione. Profili e saperi per l'analisi del cambiamento sociale delle città italiane*, Milano, FrancoAngeli, Collana "Laboratorio sociologico", diretta da Costantino Cipolla. ISBN: 9788835136446 (**peer reviewed content**)

Qualizza, G. (2020). "Migrazioni digitali: da Facebook a Instagram. Innovazioni, we sense generazionale e partecipazione in rete", in Delli Zotti, G. e Blasutig, G. (a cura di). *Di fronte al futuro. I giovani e le sfide della partecipazione*, Torino, L'Harmattan Italia, Collana "Teoria Sociologia Applicata", diretta da A. Pitasi. ISBN: 978-88-7892-401-7 (**peer reviewed content**)

Qualizza, G. (2020). "Abitare la distanza", in Musso, P. e Bionda, M.L. (a cura di). *Brand Ranaissance*, Milano, FrancoAngeli.

Qualizza, G. (2019). Voce "Frammento", in Rinaldi, A. e Gaiarin, N. (a cura di), *Minimalia. Schegge di futuro*. Udine: DMAV.

Vernuccio, M., Qualizza, G., Buratti, A., Ceccotti, F. (2017). "Strategie di consumer-brand engagement. Il punto di vista delle imprese e delle agenzie di comunicazione". In: (a cura di): Claudio Baccarani Marco Frey Gaetano M. Golinelli Alberto Pastore Paolo Stampacchia, Value co-creation: le sfide di management per le imprese e per la società. Referred Electronic Conference Proceeding (Full Paper Volume) del Convegno Sinergie - Sima 2017. pp. 87-104, Verona: Fondazione CUEIM, ISBN: 97888907394-8-4 (**peer reviewed content**).

Qualizza, G. (2012). "Inventing the Space of a Green Factory". In: Battaglia, M., Buckley, J., Caroli, M., Castellò, A., Cecchin, A., Chiellino, G., Iraldo, F., Karabatsos, Ch., Melchiorre, V., Mèndiz, A., Mikelopoulou, P., Musso, P., O' Tuama, S., Paltrinieri, R., Pieretti, G., Pratesi, C.A., Qualizza, G., Sala, E., Sarigiannis, I., Stacchini, V. *Handbook of green communication and marketing*. pp. 208-224, Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788856849370 (**peer reviewed content**).

Qualizza, G. (2012). "Inventare lo spazio di una green factory". In: Battaglia, M., Buckley, J., Caroli, M., Castellò, A., Cecchin, A., Iraldo, F., Karabatsos, Ch., Konstantinou, K., Melchiorre, V., Mèndiz, A., Mikelopoulou, P., Musso, P., O' Tuama, S., Paltrinieri, R., Pieretti, G., Prantoni, G., Pratesi, C.A., Qualizza, G., Sala, E., Sarigiannis, I., Stacchini, V. *Green marketing per le aree industriali. Metodologie, strumenti e pratiche*. pp. 225-243, Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788820409784 (**peer reviewed content**).

Qualizza, G. (2012). "Ustvarjanje prostora za zeleno tovarno". In: Cavallo, M., Degli Esposti, P., Konstantinou, K., Nemas, F. (ureditev), Priročnik za zeleno komuniciranje in marketing, Ljubljana (Slovenia), ApE - Agencija za prestrukturiranje energetike. pp. 207-223. ISBN 978-961-92737-3-9

Qualizza, G. (2012). "Σχεδιάζοντας το χώρο ενός πράσινου εργοστασίου". In: Cavallo, M., Degli Esposti, P., Κωνσταντίνου, K. (a cura di), Οδηγός Πράσινου Μάρκετινγκ Για Βιομηχανικές και Επιχειρηματικές περιοχές και

Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Ecomark, pp. 280-302. ISBN 978-960-93-4638-2

Qualizza, G. (2012). "Inventer l'Espace d'une Usine Verte". In: Cavallo, M., Degli Esposti, P., Konstantinou, K. (a cura di). *Guide «Marketing vert pour les zones industrielles»*, Ecomark Project, pp. 207-220.

Qualizza, G. (2012). "Nuove frontiere dello shopping: polisensorialità e coinvolgimento del consumatore". In: Martelli, S., Brusati, L., Kudo, H., Tomsic, M., Prijon, L., Strizzolo, N., Qualizza, G. et alii. *Economia e comunità*. pp. 80-99, Udine: Editrice Universitaria Udinese Forum, ISBN: 9788884207319.

Qualizza, G. (2012). "Analisi della domanda di prodotti promozionali in Italia. Risultati della ricerca". In: Martelli, S., Brusati, L., Kudo, H., Tomsic, M., Prijon, L., Strizzolo, N., Qualizza, G. et alii. *Economia e comunità*. pp. 209-245, Udine: Editrice Universitaria Udinese Forum, ISBN: 9788884207319.

Qualizza, G. (2011). "Non chiamatelo negozio, per favore". In: Gallucci, F., *Marketing emozionale e neuroscienze*. pp. 231-233, Milano: EGEA, ISBN: 9788823833098.

Qualizza, G., Dini, A. (2011). "Brand Trends. Il reloading della marca nella comunicazione digitale". In: Musso, P. (a cura di), *Brand Reloading. Nuove strategie per comunicare, raccontare e rappresentare la marca*. pp. 161-186, Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788856838534.

Bensi, P., Gambetti, R., Qualizza, G., Sambri, C. (2009). "Lo sviluppo di una campagna pubblicitaria". In: Cristini, G. (a cura di). *La guida del Sole 24 ore al Marketing. Ambiente, competizione, processi di marketing, metriche e strumenti di gestione*. pp. 629-659, Milano: Il Sole 24 Ore, ISBN: 9788863450699.

Qualizza, G. (2007). "Nuovi scenari per l'ambiente ufficio: il Centro Direzionale di Franke Italia". In: Musso, P. (a cura di), *Internal Branding. Strategie di marca per la cultura d'impresa*. pp. 97-111, Milano: FrancoAngeli, ISBN: 9788846487995.

Qualizza, G. (2007). "A source of inspiration. Corporate identity: a catalyser of resources". In: AA.VV.. *A brief glimpse. Forty years of Franke Italia seen through the eyes of the protagonists*. pp. 86-91, Peschiera del Garda (VR): Franke SpA.

Qualizza, G. (2007). "A strategy founded on the knowledge and on the innovation". In: AA.VV.. *A brief glimpse. Forty years of Franke Italia seen through the eyes of the protagonists*. pp. 107-114, Peschiera del Garda (VR): Franke SpA.

Qualizza, G. (2007). "Una fonte d'ispirazione. La Corporate Identity: un catalizzatore di risorse". In: AA.VV.. *Tracce. Quarant'anni di Franke Italia nel racconto dei protagonisti*. pp. 86-91, Peschiera del Garda (VR): Franke SpA.

Qualizza, G. (2007). "Una strategia fondata sulla conoscenza e sull'innovazione". In: AA.VV.. *Tracce. Quarant'anni di Franke Italia nel racconto dei protagonisti*. pp. 107-114, Peschiera del Garda (VR): Franke SpA.

Qualizza, G. (2006). "Dai distretti industriali ai metadistretti della conoscenza". In: Battisti, G., Friolo, R., Giurco, G., Iurman, A., Qualizza, G., Simeon, G., Stoppa, M., Villanova, R., Zovatto, P.. *Nuove sfide per la formazione. Il P.I.D.D.AM. un'avventura che continua*. pp. 27-40,

Trieste: Università di Trieste, Dipartimento di Scienze Geografiche e Storiche.

Qualizza, G. (2005). "Comunicare in azienda: spazio del gioco e strategie d'interazione". In: B. Sidoti, P. Biasi, A. Angiolino, L. Giuliano, E. Kermol, F. Tricoli, M. Tessarolo, L. Gaddi, M. Sclaunich, N. Bet, R. Saracco, M. Cossutta, G. Qualizza, E. Aguglia, G. Austoni. *Gioco & Giochi. Tra comunicazione e nuove tecnologie*. pp. 173-189, Padova: CLEUP Cooperativa libraria Università di Padova, ISBN: 8871788028.

Qualizza, G. (2001). "Comunità virtuali, città invisibili, non-luoghi". In: Kermol, E., Pira, F. (a cura di). *Dall'e-commerce all'e-government*. pp. 231-241, Padova: CLEUP Cooperativa libraria Università di Padova, ISBN: 8871785371.

4. CONTRIBUTI IN ATTI DI CONVEGNO

Qualizza, G., de Luca, P. (2021). "Innovation in the service supply chain. Qualitative research in a port context". International Marketing Trends Conference 2021, "Ca' Foscari" University, Venice (Italy), 14-16 January **(peer reviewed content)** ISBN in progress

Capurso, V, Qualizza, G. (2020). "Moda e inclusività: forma o sostanza? Il caso Diversity Stiling, la guida pratica ai brand inclusivi per i new Millennials", contributo presentato alla XVIIa SIM Conference, pp. 1-5, ISBN: 978-88-907662-9-9, Università LIUC di Castellanza, 28-30 ottobre.

Qualizza, G. (2020). "Da Facebook a Instagram. Percorsi dell'innovazione e we sense generazionale", contributo presentato alla XVIIa SIM Conference, pp. 1-5, ISBN: 978-88-907662-9-9, Università LIUC di Castellanza, 28-30 ottobre.

Cavallo, D., Maguolo, M., Qualizza, G. (2019). "Dalla Bottega "rinascimentale", modello di strategia identitaria per l'impresa di oggi, alla bottega digitale come modello di Community". Extended Abstract proposto per il Convegno 2019 Sinergie - SIMA (Società Italiana di Management) *Management and sustainability: creating shared value in the digital era*, Sapienza Università di Roma, 20-21 giugno (in attesa di pubblicazione).

Qualizza, G. (2018). "Il rapporto tra marche locali e territorio di riferimento. Risultati di un'indagine esplorativa", in Baccarani, C., Frey, M., Golinelli, G.M., Pastore, A. e Vescovi, T. (a cura di), *Transformative business strategies and new patterns for value creation. Referred Electronic Conference Proceeding*, Extended Abstract, Sinergie SIMA Conferenze, 14-15 June 2018 - Ca' Foscari University Venice (Italy). Verona: Fondazione CUEIM, pp. 293-297. ISBN 97888943937-2-9

Qualizza, G., Vernuccio, M. (2017). "Consumer engagement e local brand. Indagine esplorativa in un territorio di frontiera". In: *Il Marketing di successo. Imprese, enti e persone*. Atti del XIV° Convegno della Società Italiana di Marketing, p. 1-6, ISBN: 978-88-907662-9-9, Università di Bergamo, 26-27 ottobre.

Qualizza, G., Sambri, C. (2017). "Pratiche di consumo e strategie narrative. I percorsi dello shopping in un centro urbano". In: *Il Marketing di successo. Imprese, enti e persone*. Atti del XIV° Convegno della Società Italiana di Marketing, p. 1-5, ISBN: 978-88-907662-9-9, Università di Bergamo, 26-27 ottobre.

- Vernuccio, M., Qualizza, G., Buratti, A., Ceccotti, F. (2017). "Strategie di consumer-brand engagement. Il punto di vista delle imprese e delle agenzie di comunicazione", full paper presentato al Convegno 2017 Sinergie - SIMA (Società Italiana di Management) *Value co-creation: le sfide di management per le imprese e la società*, Università di Napoli "Federico II", 15-16 giugno (**peer reviewed content**).
- Vernuccio, M., Qualizza, G., Buratti, A. e Ceccotti, F. (2016). "Consumer-Brand Engagement. Delving into the managerial perspectives", *EMAC - European Marketing Academy 2016 Conference*, Oslo, BI Norwegian Business School, 24-27 maggio, ISBN: 978-82-8247-285-2 (**peer reviewed content**).
- Vernuccio, M., Qualizza, G. e Buratti, A. (2015). "Consumer Brand Engagement: imprese ed agenzie a confronto", contributo presentato al XII° *Convegno della Società Italiana Marketing*, Università di Torino, Dipartimento di Management, 23 ottobre.
- Qualizza, G., Sambri, C. (2013). "Consumer Empowerment tra vecchie e nuove forme di prosumerismo. Indagine qualitativa tra i 'nativi digitali'", in AA.VV., *Smart life. Dall'innovazione tecnologica al mercato*, X Convegno Annuale della SIM – Società Italiana Marketing, Milano, Università degli Studi di Milano Bicocca, 3 e 4 ottobre. ISBN: 978-88-907662-1-3.
- Musso, P., Qualizza, G., Sala, E., Mussa, S., Rabozzi, R., Tacconi, S. (2012). *New territories of Retail in Italy between on and off line*, dossier presentato nell'ambito del *World Retail Congress*, Londra, 19-21 Settembre.
- Qualizza, G., Sambri, C. (2012). "Rapporto tra marche e giovani consumatori 'digitali'. Uno studio esplorativo". In: AA.VV., *Marketing Internazionale ed Effetto Country of Origin*, IX convegno annuale della SIM - Società Italiana Marketing, Benevento, Università degli Studi del Sannio, 20 e 21 settembre, ISBN: 978-88-907662-0-6.
- Qualizza, G., Sambri, C. (2011). "Giovani e nuovi media: dinamiche relazionali, consumi digitali e forme di partecipazione in rete. Indagine esplorativa sulla generazione dei Millennials", paper presentato al IX convegno annuale della SIM - Società Italiana Marketing, Roma, Università di Roma "La Sapienza", 22 e 23 settembre.
- Qualizza, G. (2010). "Store of stories: il luogo si fa racconto". In: Fontana, A., Iabichino, P., Sassoon, J., Qualizza, G., Gnasso, S., Siri, G., Batini, F., Parenti, G., Petrucco, C., Ventura, S. et al. *Narrare il Consumo. Ebook del Secondo Convegno Nazionale sulla Narrazione d'Impresa*. Università di Pavia, 25 ottobre 2010, pp. 18-19, Pavia: Osservatorio Storytelling dell'Università di Pavia.
- Qualizza, G. (2010). "Nove granice šopinga. Multi-osetljivost i učestvovanje potrošača / Nuove frontiere dello shopping. Polisensorialità e coinvolgimento del consumatore". *Convegno Internazionale di Studi Business Excellence Show*, Belgrado (Serbia), 9 novembre.
- Qualizza, G. (2009). "Nuove frontiere della comunicazione tra identità, valori ed etica". In: Caruso, M.P., Del Campo, F., Ambrosi, E., Pira, F., Qualizza, G., Mazzini, G., *Gli amministratori locali e la comunicazione istituzionale. Informazione e partecipazione dei cittadini nell'era Internet*. Udine, novembre 2009, pp. 91-116, Trieste: CoReCom FVG - Comitato Regionale per le Comunicazioni Friuli Venezia Giulia.

Qualizza, G. (2009). "Lo storytelling nella comunicazione d'impresa", paper presentato al XIV Convegno annuale di AIDEA – Giovani, Università di Udine, sede di Gorizia, 26 e 27 giugno.

Qualizza, G. (2003). "Spazio del gioco e modelli di relazione in azienda". In: Kapor-Stanulovic, N., Farnè, R., Hoefken, C., Sidoti, B., Rizzi, P., Rizzolo, M.C., Qualizza, G. et alii. *Và dove ti porta il gioco. Le nuove frontiere della cultura ludica*. Udine, 24-28 aprile 2002, pp. 96-106, Udine: Associazione Piccoli Passi.

5. RAPPORTI DI RICERCA

Qualizza, G. (2021). *Area Commerciale Centrale del Comune di Sacile (PN): Analisi dei percorsi dello shopping e interviste in profondità a titolari di attività commerciali*. Indagine commissionata dall'Amministrazione Comunale di Sacile, Area Edilizia, Urbanistica, Ambiente e Attività Produttive.

de Luca, P., Qualizza, G., Valentinuz, G. (2021). *L'impresa cooperativa nel sistema portuale e retro-portuale del Porto di Trieste. Progetto relativo all'attivazione di un presidio sanitario in porto. ConfCooperative Trieste e DEAMS - Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche dell'Università di Trieste*.

de Luca, P., Qualizza, G. (2020). *L'impresa cooperativa nel sistema portuale e retro-portuale del Porto di Trieste. Percorsi di sviluppo strategico in una prospettiva blue thinking*, Indagine realizzata per conto di ConfCooperative Trieste. DEAMS – Dip. di Scienze Economiche, Aziendali, Matematiche e Statistiche dell'Università di Trieste.

Qualizza, G. (2010). *Analisi della domanda di prodotti promozionali da parte delle imprese italiane*. LAREM – Laboratorio di Ricerca Economica e Manageriale dell'Università di Udine.

Sambri, C., Qualizza, G. (2009). *Caratteristiche della shopping experience all'interno di un Factory Outlet Center. Indagine di Mystery Shopping sul Palmanova Outlet Village*. Università di Trieste, Dipartimento di Economia e Tecnica Aziendale.

6. RECENSIONI IN RIVISTA

Qualizza, G. (1993). "A. Dal Lago, Descrizione di una battaglia, Bologna, Il Mulino, 1990". FENOMENOLOGIA E SOCIETÀ, vol. A. XVI, pp. 178-180, ISSN: 0394-2759.

Qualizza, G. (1993). "P.A. Rovatti, L'esercizio del silenzio, Milano, Raffaello Cortina Editore", 1992. FENOMENOLOGIA E SOCIETÀ, vol. A. XVI, pp. 176-178, ISSN: 0394-2759.

7. ALTRO

Qualizza, G. (2019). "Fortnite, campione di consumer engagement: la lezione per chi fa marketing". AGENDA DIGITALE, 27 marzo. ISSN: 2421-4167

Qualizza, G. (2018). "Dipendenza dal gioco, siamo tutti malati: ecco perché". AGENDA DIGITALE, 26 settembre. ISSN: 2421-4167

Qualizza, G. (2017). "Engagement: lo spirito del gioco 'contagia' anche il brand". BRANDFOUM.IT, osservatorio culturale sul branding, 07 marzo.

- Qualizza, G. (2016). "Shopping experience: approccio 'situazionista' per vincere la crisi". BRANDFORUM, 22 marzo.
- Qualizza, G. (2016). "Retail liquido e flessibile: l'innovazione oltre la crisi". BRANDFORUM, 21 marzo.
- Qualizza, G. (2015). "Rai Pubblicità. 2015 anno luce: presentazione dell'offerta commerciale". BRANDFORUM, 06 marzo.
- Qualizza, G. (2014). "Ambiente ufficio. Uno spazio sensibile". OFFICE OBSERVER, 14 febbraio.
- Qualizza, G. (2009). "New luxury scenarios: creativity, brands and advertising". MYMARKETING.NET, 9 marzo.
- Donatacci, F., Musso, P., Qualizza, G., Zarantonello, L. (2006). "Segni di marca". BRANDFORUM, n. 1.
- Qualizza, G., Merico, D. (2005). "Un viaggio lungo un gioco: il Telecom Italia Future Centre di Venezia". BRANDFORUM, n. 3.
- Qualizza, G. (2001). "Comunicazione e design: trasparenze di superficie, memoria, progetto". FUCINE MUTE, n. 27 (<http://www.fucine.com/archivio/fm27/qualizza.htm>).
- Qualizza, G. (2000). "Spazio del moderno e metafora del labirinto". FUCINE MUTE, n. 14 (<http://www.fucine.com/archivio/fm14/qualizza.htm>).

Referenze:

- Prof. Claudio Sambri, Ordinario iq di Economia e gestione delle imprese, Università di Trieste
- Prof.ssa Maria Vernuccio, Ordinario di Economia e gestione delle imprese, Università di Roma "La Sapienza"

Ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, il sottoscritto attesta che tutte le informazioni dichiarate nel presente curriculum vitae corrispondono al vero.

Luogo e data: Trieste, li 22/06/2022

Firmato
GABRIELE QUALIZZA
