

Alessandro Giordano

Esperienze lavorative

- Dal 2005– a tuttora– *NINJAMARKETING*
Leader italiana per strategie di marketing non convenzionale e social media strategy
Ruolo: FOUNDER- CEO
Mansioni: fondatore con funzione di consulenza strategica. Lavora con clienti del calibro di: Google, RAI, MTV, Saiwa, DIESEL, Heineken, UNILEVER, BARILLA, TELECOM, MULINO BIANCO, CANTINE ANTINORI, YOUTUBE...
- Dal 2010 – a tuttora – *CENTRO STUDI ETNOGRAFIA DIGITALE*
Centro di Ricerca d’eccellenza sulla Netnografia ed Etnografia Digitale.
Ruolo: co-direttore
Mansioni: fondatore, creazione della rete del consorzio , progettazione del Master in Metodi Digitali (Univ di Milano), coordinamento progetti di ricerca e definizione di standard metodologici applicabili alla brand reputation management ed ai processi di co-creazione e co-innovazione di prodotto.
- Dal 2000 al 2005 – *Ogilvy, Armando Testa, MTn, Ecomunicazioni, ZoeStudio, Aethere*
Principali agenzie di marketing e pubblicità
Ruolo: strategic planner
Mansioni: collabora con le principali agenzia di Pubblicità presenti sul territorio italiano con il ruolo di strategic plnner

Altre esperienze

- è coordinatore del gruppo di ricerca internazionale sul *SOCIETING*
www.societing.org
- è stato consulente del Ministero dello Sviluppo Economico per la task force sul decreto startup

Istruzione

- 2001- **Accademia di Comunicazione (MILANO)**
diploma MBA – Master in Business Administration specializzazione Marketing e Comunciaione
- 1994 – **Liceo Classico – Ginnasio Marco Galdi (Cava de’Tirreni)**
diploma di Maturità Classica

Conoscenze linguistiche

- **Buona conoscenza della Lingua Inglese**

Convegni ed attività di formazione

Negli anni ha svolto una intensa attività convegnistica in tutto il mondo come pioniere di amerie come: Marketing Non Convenzionale, Social Media Marketing, Marketing Virale, Brand Reputation, Etnografia Digitale, Netnografia, Social Innovation.

Formatore e progettista di diversi master, da anni presta docenza nei più prestigiosi atenei italiani (Milano, Urbino, Roma, Siena, Venezia) ed in diverse realtà internazionali.

Advisory Board del progetto di ricerca “Responsible Business in the Blogosphere” presso il Center for Corporate Values della Copenhagen Business School;

Docente di web communication e marketing mediterraneo presso l’istituto Diplomatico del Ministero degli Affari Esteri.

Direttore scientifico del Forum Internazionale sul Marketing e Management Mediterraneo, progetto di ricerca italo-francese (Euromed-Bocconi) che lavora su un modello di Marketing sostenibile

Pubblicazioni

- **MARKETING NON CONVENZIONALE – viral, guerrilla, tribal ed i 10 principi del marketing postmoderno** (edizioni Sole24Ore 2007) B. Cova/ A. Giordano/ M. Pallera
- **MARKETING NON CONVENZIONALE – viral, guerrilla, tribal, societing ed i 10 principi del marketing postmoderno** (edizioni Sole24Ore 2011) B. Cova/ A. Giordano/ M. Pallera
- “Guerriglia marketing: Una storia italiana” in **GUERRIGLIA MARKETING: mente, persuasione e mercato** (Edizioni Castelveccchi 2007) Jay C. Levinson / Paul R. J. Hanley
- “Per una ecologia del brand” con Mirko Pallera in **IL MANIFESTO DEL GREEN MARKETING** (Edizioni Brioschi 2009) di John Grant

- Marketing mediterraneo in **ESPERIENZE D'IMPRESA 1/2006** (Ed. DISTRA Facoltà di Economia Università degli Studi di Salerno 2006)
- *“la sesta R della redistribuzione del valore”* in **REFF. La reinvenzione del reale attraverso pratiche critiche di remix, mash up, ricontestualizzazione, reenactment** (Edizioni Derive Approdi 2011) a cura di: Cary Hendrickson, Salvatore Iaconesi, Oriana Persico, Federico Ruberti, Luca Simeone.
- **Il libro bianco dell'innovazione sociale: Come progettare, sviluppare e far crescere l'innovazione sociale** (NESTA National Endowment for Science Technology and the Arts 2011) R. Murray, J. Caulier Grice, G. Mulgan - Edizione italiana a cura di A. Giordano, A. Arvidsson
- **SOCIETING: pubblici produttivi ed innovazione sociale** (Edizioni EGEA 2013) Adam Arvidsson / Alex Giordano
- **Ha curato le voci relative alla cultura digitale della nuova edizione dell'Enciclopedia Treccani.**

Ai sensi delle vigenti normative sulla tutela della privacy, autorizzo al trattamento dei miei dati personali

Cava de'Tirreni, novembre 2016

Alessandro Giordano