

**FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE**



INFORMAZIONI PERSONALI

Nome

[NICOLA BIGI]

Indirizzo

[via Mercadante 22, Reggio Emilia, 42100, Italia]

Telefono

E-mail

nicola.biggi@tiwi.it

P Iva/ CF

BGINCL76E11H223E

Nazionalità

Italiana

Data di nascita

[11, maggio,1976]

ESPERIENZA LAVORATIVA

• Date (da – a)

2009 - OGGI

• Nome e indirizzo del datore di lavoro

Tiwi srl, Reggio Emilia

• Tipo di azienda o settore

TIWI produce video per comunicare idee, concetti, dati, prodotti e servizi in modo semplice ed efficace. Dal 2014 è una casa di produzione per format televisivi e nel 2013 ha fondato minibombo, casa editrice specializzata in libri e app per bambini, distribuita in Italia da Messaggerie e, a livello internazionale, da Walker.

I principali clienti di TIWI sono: Ferrari, FCA, Intesa Sanpaolo, Sky, Armani, Bper, Rai, Mondadori, Ubi...

• Principali mansioni e responsabilità

Presidente e socio fondatore. Attività di sviluppo business.

• Date (da – a)

2007 – 2009

• Nome e indirizzo del datore di lavoro

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

• Tipo di azienda o settore

Formazione e ricerca

• Tipo di impiego

Responsabile del settore “Ricerche sull’economia della cultura” e docente di “Management e comunicazione nelle imprese editoriali”

• Principali mansioni e responsabilità

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

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

• Date (da – a)

2007 – 2008 (2009-2012)

• Nome e indirizzo del datore di lavoro

University of California Los Angeles (UCLA)

• Tipo di azienda o settore

Formazione

• Tipo di impiego

Visiting Researcher - Consultant

• Principali mansioni e responsabilità

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

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

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

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

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

Etnografia e semiotica nella ricerca urbanistica – Ucla

Antropologia del linguaggio e semiotica nella ricerca urbanistica – Ucla

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

Geertz, Bordieau, Eco: un approccio multidisciplinare alla ricerca urbanistica - Ucla, Université Paris VIII Saint Vincennes.

• Date (da – a)

• Nome e indirizzo del datore di lavoro

• Tipo di azienda o settore

• Tipo di impiego

• Principali mansioni e responsabilità

2005- 2009

Università degli studi di Bologna

Formazione

Dottorato

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

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

• Date (da – a)

• Nome e indirizzo del datore di lavoro

• Tipo di azienda o settore

• Tipo di impiego

• Principali mansioni e responsabilità

2002 – 2007

Festival Confusion& di Giovanni Lindo Ferretti

Eventi culturali

Ufficio stampa, tour manager, realizzazione sito web

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

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

• Date (da – a)

• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione

• Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

• Qualifica conseguita

2005- 2009

Dottorato in Semiotica

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

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

Dottore di Ricerca

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

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

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

CAPACITÀ E COMPETENZE

PERSONALI

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

MADRELINGUA

ALTRE LINGUE

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

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.

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.

2007

New York University, Business School

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

2003

Université Vincennes-Saint-Denis (Paris VIII)

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

1998 –2003

Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

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

Capacità di visione strategica e alta capacità di adattamento

[Italiano]

[Inglese]

Ottimo

Ottimo

Ottimo

L'esperienza di ricerca all'Università, oltre alle competenze per sviluppare il progetto, mi ha permesso di sviluppare importanti competenze relazionali, soprattutto nei momenti di stress e con scadenze ravvicinate. L'esperienza negli Stati Uniti mia ha permesso di sviluppare un approccio strategico ai problemi, riuscendo ad applicare la ricerca accademica su consulenze per grandi aziende. Inoltre è stata fondamentale per sviluppare capacità di lavoro in ambienti multiculturali.

Nell'ambito della ricerca ho sviluppato un'ottima capacità di gestire progetti complessi, anche utilizzando software specifici.

Principali incarichi didattici

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

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

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

Semiotics of cinema, UCLA, Los Angeles, 2008

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

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

Anthropology of language, UCLA Los Angeles, 2007

Ethnography and urban studies, NYU, New York

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

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

PRINCIPALI PUBBLICAZIONI

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

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

Bigi, N., Fabrizio M., *Un approccio multidisciplinare alla città creativa: management, semiotica, antropologia*. Aliberti Editore. (2009)

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

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

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

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

Bigi, N., Montanari F., Epifanio A., *Le storie nelle organizzazioni. Uno studio narrativo allo studio dei processi organizzativi*, Ticonzero, 74, 2007

Bigi, N., *Il sito di una fiction. Il luogo dove i personaggi continuano a vivere anche a televisione spenta*, Ticonzero, 72, 2007

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

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

Bigi N., *Corporate Social Responsibility e narratività*, TiconZero, n 68, SDA Bocconi, Milano, 2006

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