

Curriculum vitae accademico

Cognome e nome	Maestri Alberto
Mail istituzionale	a.maestri@iusve.it
Titoli di studio conseguiti:	Diploma in: Strategia e Comunicazione D'Impresa Anno: 2013 Istituto: Università di Modena e Reggio Emilia
	Laurea Triennale in: Comunicazione e Marketing Anno: 2007 Università: Università di Modena e Reggio Emilia
Formazione ulteriore in ambito accademico e/o professionale	Professional Diploma in Digital Marketing The IDM – The Institute of Direct & Digital Marketing Londra
Lingue conosciute e loro livello di padronanza (con le eventuali certificazioni)	Italiano – Madrelingua Inglese – Upper Intermediate Francese - Intermediate
Anno accademico di avvio di insegnamento presso lo IUSVE	2023 - 2024
Incarichi avuti e attuali di insegnamento (e relative discipline) presso lo IUSVE	Docente di Digital e Social Media Marketing – Diploma/Master universitario di I livello Food & Wine 4.0 - Web Marketing & Digital Communication Docente di Social Media Management & Digital Strategy - Corso di Alta formazione in Digital Communication, Reputation and Brand Management Docente di Social Media Management - Diploma universitario di primo livello in Comunicazione sociale per imprese profit e non profit
Altri incarichi avuti o in essere presso lo IUSVE (coordinamento, ricerca, ...)	
Incarichi di insegnamento (e/o di ricerca) presso altre università e/o istituzioni di ricerca (indicare ultimi 5 anni)	Titolo insegnamento/ricerca: Communication & Media Strategy Università: IULM Tipo di incarico (ordinario, associato, ricercatore, a contratto): a contratto Titolo insegnamento/ricerca: Digital & Social Media Strategy Università: NABA Tipo di contratto (ordinario, associato, ricercatore, a contratto): a contratto
Abilitazioni nazionali ed internazionali conseguite per l'insegnamento Universitario	no
Ruoli e incarichi di tipo non accademico in ambito salesiano	no

Altre esperienze significative in campo professionale	no
Partecipazione ad associazioni di tipo scientifico o professionale	no

Allegato:

Elenco delle principali pubblicazioni	Maestri A., Pomaro A. & Triani G. (2023), <i>Brand Voice. Identità sonore, intelligenza artificiale, dialoghi aumentati</i>, FrancoAngeli, Milano. Maestri A. & Sassoon J., “I nuovi sentieri delle marche nella platform economy”; <i>Harvard Business Review Italia</i>, Giugno 2021. Giaume A., Maestri A. & Sassoon J. (2021), <i>AI Brands: Ripensare le marche nell'economia algoritmica</i>, FrancoAngeli, Milano. Maestri A. (2019), <i>Platform Brand: Ripensare l'esperienza di marketing nell'economia digitale</i>, FrancoAngeli, Milano. Maestri A., Polsinelli P. & Sassoon J. (2018, 2nd ed.), <i>Giochi da prendere sul serio: Gamification, storytelling e game design</i>, FrancoAngeli, Milano. Giaume A. & Maestri A., “Uomini e Macchine: insieme, verso il Futuro del Lavoro”; <i>Narrability Journal</i>, Dicembre 2018. Maestri A. & Sassoon J., “Customer Experience Toolkit”; <i>Harvard Business Review Italia</i>, Ottobre 2017. Maestri A. & Sassoon J. (2017), <i>Customer Experience Design: Progettare esperienze di marca memorabili sui media digitali</i>, FrancoAngeli, Milano. Maestri A., Polsinelli P. & Sassoon J., “Quando l’Azienda si Mette in Gioco”; <i>Harvard Business Review Italia</i>, Novembre 2015. Gavatorta F. & Maestri A. (2015), <i>Content evolution. La nuova era del marketing digitale</i>, FrancoAngeli, Milano. Gavatorta F. & Maestri A. (2014), <i>Digital Content Marketing. Storytelling, Strategia, Engagement</i>, Anteprima - Lindau, Torino.
---------------------------------------	--