

Consulente e docente di marketing

Attualmente, aa. 2015/16, docente a contratto per il corso di marketing presso la facoltà di lingue dell'Università Cattolica di Milano.

Docente di Digital Marketing nel master diurno e serale XI edizione in Marketing Management coordinato da Centrimark dell'Università Cattolica.

Docente di due corsi: Marketing ed economia dell'impresa digitale e Brand management e marketing crossmediale sui media digitali nel master VI edizione in Comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva coordinato da Almed dell'Università Cattolica.

L'attività professionale si concentra sui temi della *digital transformation* e del riposizionamento strategico di brand e aziende.

Ultima pubblicazione scritta sul tema del digital marketing: cap. 15 "Digital Marketing" all'interno del testo di R. Fiocca- R. Sebastiani *Politiche di marketing e valori d'impresa*, McGrawHill, 2014.