

FILIBERTO TARTAGLIA.

Sociologo e semiologo, è docente di Marketing, corso di laurea in Scienze e Tecnologie della comunicazione presso l'Università di Ferrara.

Nella stessa Università, corso di laurea in Comunicazione Pubblica, della Cultura e delle Arti, ha insegnato Teoria e tecniche della comunicazione pubblica.

E' stato titolare del Laboratorio del Parlare in Pubblico presso l'Università di Ferrara.

Insegna marketing al Corso di Formazione Universitaria per Tecnici Estetisti, presso la Facoltà di Farmacia dell'Università di Ferrara.

Ha insegnato Sociologia del lavoro e dell'organizzazione alla Facoltà di Psicologia dell'Università di Firenze.

Già docente CUOA per le aree Pubblica Amministrazione e Sanità e IPSOA per il marketing *nonprofit*.

Consulente di direzione per il marketing, l'immagine e la comunicazione presso aziende industriali, del terziario e *nonprofit*.

Svolge attività di formazione manageriale nelle aree dell'organizzazione aziendale, marketing interno/esterno, marketing dei servizi, comportamenti organizzativi, gestione e sviluppo delle risorse umane, comunicazione interna/esterna, vendite, marketing della Pubblica Amministrazione e marketing sanitario.

Specializzato in problematiche di leadership comunicativa, con particolare riferimento al *public speaking*, di cui è formatore presso aziende nazionali e internazionali.

Ha fondato il CENTRO DI RIGENERAZIONE MANAGERIALE di Montegrotto Terme (Padova), che propone programmi integrati di *remise en forme* e *self marketing*.

E' consulente di marketing politico e elettorale per candidati a elezioni amministrative, politiche e per il Parlamento Europeo.

E' membro del Comitato Scientifico del Comune di Padova per il verde pubblico e l'arredo urbano.

Nel 2009, ha coordinato i lavori del Gruppo "Qualità ed attrattività del territorio" nell'ambito del Progetto "Cantieri per lo sviluppo", promosso dalla CCIAA di Padova.

Ha fondato e diretto la rivista internazionale di comunicazione *Media & Messaggi*, gemellata con *Traverses*, pubblicazione ufficiale del Centre George Pompidou di Parigi.

E' stato titolare della rubrica *Schegge di marketing* nel quotidiano politico finanziario *Italia Oggi*.

Autore di:

1. *Dentro la tentazione. Esercizi di lettura sulla pubblicità*, Unicopli, Milano, 1981.
2. *La condizione postmoderna della pubblicità*, Ancelotti, Milano, 1986.
3. *Elementi di retorica manageriale*, Guerini e associati, Milano, 1994.
4. *Essere globali*, Rinoceronte, Padova, 2003.
5. *Elementi di marketing*, (disponibile in www.unife.it), 2005.
6. *Estetica del terziario*, FrancoAngeli, Milano, 2006.
7. *E osano chiamarci clienti*, FrancoAngeli, Milano, 2008.
8. *Estetica sanitaria*, Libreria universitaria, Padova, 2009.
9. *Estetica della Pubblica Amministrazione*, Libreria universitaria, Padova, 2011.
10. *Che paura! Dialogo fra un sociologo ed uno psicoanalista sulle paure contemporanee*, Aracne, Roma, 2012.
11. *Marketing e oltre* (in corso di pubblicazione).

Traduttore di:

1. Kapferer J., Thoenig J., *La marque (La marca)*, Guerini e associati, Milano 1991).
2. Slywotzky A., Morrison D., *How digital s your business? (Innovatori digitali)*, Guerini e associati, Milano, 2001).