

CURRICULUM VITAE

Matteo Pessione

1. TITOLI ACQUISITI (lauree, dottorato di ricerca, master, etc.)

- (2005) Laurea in Economia Aziendale presso La Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Torino.
- (2009) Dottorato di Ricerca in Marketing per le Strategie d'Impresa presso la Facoltà di Economia di Bergamo consorziato con L'Università di Torino e con l'Università Cattolica di Milano.

2. ATTIVITA' DIDATTICA SVOLTA IN AMBITO ACCADEMICO:

- (2010/2011) Università degli studi di Torino, Facoltà di scienze della Formazione, DAMS, Corso: *Management e Marketing delle Attività Culturali*, anno accademico, 6 CFU
- (2010/2011) Università degli Studi di Torino, Docente nel Master in Teatro Sociale e di Comunità, Corso: *Organizzazione e promozione delle attività teatrali*.
- (2010/2011) Corso di formazione sulle industrie, culturali, artistiche e creative in Italia. Organizzato da Centro Studi Silvia Santagata – EBLA e a Cittadellarte – Fondazione Pistoletto. Docente del corso: *Fundraising e attività culturali*.
- (2009/2010) Università degli studi di Torino, Facoltà di scienze della Formazione, DAMS, Corso: *Management e Marketing delle Attività Culturali*, anno accademico, 6 CFU
- (2009/2010) Corso di formazione sulle industrie, culturali, artistiche e creative in Italia. Organizzato da Centro Studi Silvia Santagata – EBLA e a Cittadellarte – Fondazione Pistoletto. Docente del corso: *Fundraising e attività culturali*.
- (9/2008) KUAD Kyoto University, Facoltà di Arte e design, Giappone. Docente e coordinatore del Workshop sul Marketing delle arti applicate e design *Contemporary Paradise*.
- (05/2008) Università di Torino, Facoltà di Economia, Dipartimento di Economia Aziendale *Workshop Fare Business sull'isola che non c'è, Primi passi verso il business virtuale*.
- (01/2008) Università di Padova, Facoltà di Economia, Dipartimento di Economia Aziendale Ciclo seminari: *Brand community, uno strumento per la generazione di nuove idee*.
- (04/2007) Università di Torino, Facoltà di Economia, Dipartimento di Statistica e Matematica Seminario *Modelli per la valutazione nuovi prodotti/progetti nell'ambito delle arti applicate*.
- (10/2006) Università di Torino, Facoltà di Economia, Dipartimento di Statistica e Matematica Seminario: *Il mercato osservato dalle communities di cool-hunters. Le più innovative agenzie di ricerche di mercato per la previsione dei nuovi trends e la loro struttura: il fenomeno "Look & Look" in America*

3. ATTIVITA' SCIENTIFICA E DI RICERCA SVOLTA:

- Ricercatore da gennaio 2008 a luglio 2010 presso la Fondazione CRT nell'ambito Art and Culture Management per progetti relativi alla valorizzazione e alla gestione dei beni e delle attività culturali. In particolare, progetti riguardanti: Polo per la Cultura Contemporanea OGR, Castello e Parco di Racconigi, Palazzo Madama, Castello Sforzesco di Novara, Progetti Parchi e Giardini Storici.
- 01/2006 – 12/2008. Responsabile progetto di ricerca per l'implementazione di un sistema di valutazione prodotto per Alessi SPA nel campo delle arti applicate e del design.
- 10/2007. Visiting PhD. presso il CRESS, Centre of Research in Social Simulation, University of Surrey, Guildford, UK,
- 2006/2009. Dottorato di Ricerca in Marketing per le Strategie d'Impresa presso la Facoltà di Economia di Bergamo.

4. PUBBLICAZIONI:

Pubblicazioni:

- Cassia F., Pessione M., Web Communities as instruments to improve museum services and communication activities. Pubblicazione relativa alla 13th Toulon-Verona Conference, 2010.
- Miglietta A., Pessione M., *Social network: una risorsa immateriale per il Knowledge Management di un soggetto non profit*. "Sinergie", pubblicazione relativa al 32° Convegno AIDEA, 2010.

- Miglietta A., Pessione M., Harvard Business Review Italia, *Oltre profit e non profit. Il low profit nel settore filantropico e il suo buon management*, dic. 2010.
- Pessione M, Ricerca pubblicata in allegato con Economy di Panorama, *Fattori critici di successo e valore strategico di una brand community, web brand 2010*.
- Pessione M., Zornotti A., *Urban Blogs as a Strategic Tool for Local Development and the Governance of Urban Areas*. Pubblicazione relativa alla 11th Toulon-Verona Conference, 09/2008 Codice ISBN: 978-88-8453-855-0.
- Pessione M. Virtual communities: new approaches and tools to improve the quality of e-learning and the involvement of students, *Pubblicazione relativa alla 10th Toulon-Verona Conference, 09/2007 Codice ISBN: 978 - 960-243-642-4*.

Working paper:

- Pessione M., Piaggio R., *Food and cultural commons*, Dipartimento di Economia Cognetti De Martiis, Università degli Studi di Torino.
- Pessione M., *The role of brand communities as support to firms' marketing strategies*, *Journal of Marketing Communication*.

Pubblicazioni in corso:

- Pessione M. "Cultura e filantropia: modelli di gestione per la sostenibilità e l'innovazione nei progetti culturali" Contenuto nella monografia "Filantropia e società: oltre lo Stato, dopo il Mercato".

5. INCARICHI ATTRIBUITI DA ENTI PUBBLICI O PRIVATI:

- Da febbraio 2011, segretario generale Associazione ONLUS Donare per Crescere.
- Da agosto 2010 responsabile progetti Venture Philanthropy presso la Fondazione Sviluppo e Crescita CRT.
- Da settembre 2010 professore a contratto presso IULM, Libera Università di Lingue e comunicazione
- Da settembre 2009 professore a contratto presso l'università di Torino, Facoltà di Scienze della Formazione, DAMS.
- Da gennaio 2008° a luglio 2010 Ricercatore presso la Fondazione CRT, ambito: Art and Culture Management.
- Da gennaio 2006 a dicembre 2008, Marketing, area Product Marketing e Sviluppo Nuovi Prodotti presso Alessi SPA, Omegna, Italia.
- Da Gennaio 2005 a dicembre 2005, Local Observer per Look & Look, Los Angeles, USA..