

CURRICULUM VITAE

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI ATTI DI NOTORIETA' (art. 47, DPR 28 dicembre 2000, n. 445)

Il sottoscritto *COMPAGNUCCI ANDREA*

DICHIARA

so la propria responsabilità e a conoscenza delle sanzioni penali previste dall'articolo 76 del DPR 28/12/2000 n. 445 in caso di dichiarazioni mendaci gli stati, le qualità personali e i fatti di seguito riportati:

1. Informazioni personali

Cognome e Nome:	COMPAGNUCCI ANDREA
Codice Fiscale:	
P.iva	
Sesso:	M
Data di nascita:	
Comune (o Stato estero) di nascita:	MACERATA
Provincia	MC
Nazionalità:	
Comune di residenza, CAP, Provincia	
Indirizzo di residenza:	
Numero di cellulare:	
Indirizzo di posta elettronica:	

2. Esperienze biografiche significative

2.1 Esperienze lavorative / professionali

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	dal 2006
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (<i>scegliere quello di riferimento, specificandolo</i>)	Iscrizione all'albo dei giornalisti
Titolo del percorso (<i>descrizione e codice</i>):	Pubblicista
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Ordine nazionale dei Giornalisti Consiglio regionale delle Marche
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Via Leopardi – Ancona

Periodo del rapporto di lavoro (<i>gg/mese/anno</i>):	dal 2008
Tipologia contrattuale:	LIBERO PROFESSIONISTA P.I. Sede:
Settore economico di riferimento:	Marketing, Comunicazione, Fundraising, Organizzazione eventi

Principali attività svolte:	Primo semestre 2019 Consulente marketing della Fondazione Arturo Toscanini Dal 2018 in corso Consulente marketing, comunicazione e fundraising del Festival della Valle d'Itria Dal 2015 in corso Direttore marketing, comunicazione e fundraising della Fondazione Teatro Donizetti di Bergamo Dal 2013 in corso Docente a contratto dell'Accademia di Belle Arti di Macerata in materie inerenti la comunicazione visiva e multimediale Dal 2012 in corso Direttore marketing, comunicazione e fundraising del Macerata Opera Festival Dal 2013 al 2014 Responsabile Comunicazione di Informanager, Istituto di Alta Formazione Dal 2011 al 2014 Responsabile Comunicazione e Marketing di Festival culturali: Popsophia, Biennale Internazionale dell'Umore nell'Arte Giugno 2012 Organizzazione eventi e piano comunicazione: Lancio di Hotel Cosmopolitan (Hotel business 4 stelle) Settembre 2011 Organizzazione eventi e piano comunicazione: Lancio di Villa Lattanzi (Resort a 5 stelle) Settembre 2011 Organizzazione eventi e piano comunicazione: Inaugurazione per Giometti Cinema e Sony Europa, nuove sala con tecnologia 4k Agosto 2011 Organizzazione e fundraising per Aperitivi Culturali di Sferisterio Cultura (20 eventi) Gennaio 2011 – Piano di comunicazione per Mondinvest srl Gennaio 2011 – Piano di comunicazione per IFI srl settembre 2010 promozione, fundraising e mktg per il Festival dei Borghi più Belli d'Italia per conto di ANCI estate 2010 Ufficio marketing e comunicazione dei Teatri di Civitanova luglio 2010 Ideazione e realizzazione della serata evento “La cura del bello” con Philippe Daverio e Paolo Portoghesi giugno 2010 Promozione dello spettacolo di Gaetano Curreri (Stadio) e Alberto Bucci marzo 2010 Ufficio stampa e comunicazione del candidato Presidente alla Regione Marche autunno 2009 Ideazione della mostra fotografica “1961-1989. Gli anni del Muro” a cura di Evio Hermas Ercoli e Alinari-Sole 24 Ore estate 2009 Ideazione e realizzazione della Biennale di arte, cultura e società Tuttoingiochi (Civitanova Marche)
-----------------------------	--

Periodo del rapporto di lavoro (gg/mese/anno):	Gennaio 2018 – in corso
Tipologia contrattuale:	Socio fondatore di Esserci Lab srl
Settore economico di riferimento:	Società di comunicazione e web strategy per la Cultura

Periodo del rapporto di lavoro (gg/mese/anno):	Aprile 2005 – dicembre 2017
Tipologia contrattuale:	Socio fondatore di Esserci srl
Settore economico di riferimento:	Società di comunicazione, ufficio stampa, web strategy e pianificazione
COMUNICAZIONE, MARKETING, IMMAGINE AZIENDALE E ORGANIZZAZIONE EVENTI (alcune referenze)	Università di Bologna Franceschetti shoes Giovanni Fabiani srl Invidia Uomo Gesuelli & Iorio spa Alberto Guardiani Spa Giometti Cinema Regione Marche Fondazione Carima Banca Marche Comune di Civitanova Marche
ORGANIZZAZIONE CONVEGNI	Segreteria nazionale della SIMLII, società italiana di medicina del lavoro (associazione nazionale medici del lavoro)

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	Dal 2008 al 2017
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (scegliere quello di riferimento, specificandolo)	Titolare e Coordinatore editoriale della casa Editrice Esserci iscritta al ROC n. 14382 (repertorio nazionale degli editori)

Elenco dei titoli pubblicati dalla casa editrice

Fiabe per bambini (con le illustrazione de La fabbrica delle Favole):

La storia di Rigoletto (in collaborazione con edizioni Simple)

La storia di Nabucco

La storia di Otello (in collaborazione con Università di Macerata e casa editrice EUM)

La storia di Norma (in collaborazione con Università di Macerata e casa editrice EUM)

La storia di Trovatore (in collaborazione con Università di Macerata e casa editrice EUM)

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	Dal 2006 al 2017
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (scegliere quello di riferimento, specificandolo)	Coordinatore editoriale del periodico Che Magazine Testata registrata n. 534/06 presso il Tribunale di Macerata

2.2 Percorsi di istruzione e formazione

DOCENZE

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	Dal 2016 - in corso
Corso	GRAPHIC DESIGN (biennio)
Materia insegnata	ADVERTISING 1 (MARKETING E PUBBLICITA')
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Accademia delle Belle Arti di Macerata
Durata del percorso (<i>specificare se in ore/giorni/mesi/anni</i>):	100 ore annuali

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	2013/2014 e 2014/2015
Corso	FOTOGRAFIA (biennio)
Materia insegnata	METODOLOGIA PROGETTAZIONE COMUNICAZIONE VISIVA
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Accademia delle Belle Arti di Macerata
Durata del percorso (<i>specificare se in ore/giorni/mesi/anni</i>):	75 ore annuali

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	2013/2014
Corso	Master Web Marketing
Materia insegnata	Marketing online, Personal Branding e Comunicazione
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Informanager
Durata del percorso (<i>specificare se in ore/giorni/mesi/anni</i>):	16 ore

Anno 2013

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	2012/2013
Corso	Comunicazione Multimediale (Triennio)
Materia insegnata	Comunicazione Multimediale
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Accademia delle Belle Arti di Macerata

Durata del percorso (specificare se in ore/giorni/mesi/anni):	60 ore
---	--------

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	01/03/13
Corso	Marchi Giovani
Materia insegnata	Marketing online, Personal Branding e Content Management
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	CNA
Durata del percorso (specificare se in ore/giorni/mesi/anni):	10 ore

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	01/12/12
Corso	Comunicazione per lo studio professionale
Materia insegnata	Marketing online
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Informanager
Durata del percorso (specificare se in ore/giorni/mesi/anni):	4 ore

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	29/06/12
Corso	Fare Business con i social network
Materia insegnata	Introduzione al Web 2.0, cenni di Web 3.0
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Confartigianato Imprese
Durata del percorso (specificare se in ore/giorni/mesi/anni):	8 ore
Principali contenuti oggetto di docenza	I Social Network (tipologie e target). Esempi e casi di successo internazionali e locali Esercitazione: il profilo facebook, creazione e primi passi di configurazione.

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	Settembre -2012
Corso	Introduzione al Web Marketing
Materia insegnata	I social network per il business
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	CNA
Durata del percorso (specificare se in ore/giorni/mesi/anni):	8 ore

Principali contenuti oggetto di docenza	I Social Network (tipologie e target). Esempi e casi di successo internazionali e locali. Il ROI nelle attività di web mktg
---	--

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	Gennaio – Aprile 2011
Corso	Laboratorio di Pubblicità di UNIMC
Materia insegnata	Il piano di comunicazione, come si fa un mediaplan efficace. Dallo studio del target al piano di Marketing. Fare pubblicità sul web.
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Università di Macerata Corso di Scienze della Comunicazione
Durata del percorso (<i>specificare se in ore/giorni/mesi/anni</i>):	40 ore (direttrice del Laboratorio: prof. Paola Papakristo)
Principali contenuti oggetto di docenza	“Comunicazione e Marketing Un caso di studio: l'università di Macerata” Laboratorio nel quale gli studenti hanno realizzato la campagna pubblicitaria di Ateneo 2011.

2.3 Percorsi di istruzione e formazione

Aggiornamento Professionale

Periodo	Da febbraio a novembre 2017
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita:	Corso executive
Titolo del percorso	Da SEO a HERO
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore:	Studio Samo
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore:	Bologna

Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	Marketing e SEO: dall'analisi della domanda all'analisi delle query Guardare oltre le keyword: il concetto di search intent Creare un'architettura del sito "data driven" Analisi della concorrenza Strumenti di analisi (SEO Tool) La struttura del sito influenza la sua visibilità: l'ottimizzazione dei link interni La gestione tecnica dei contenuti (testi, immagini e video) Come gestire le migrazioni di dominio / pagine Controllare scansione e indicizzazione Sicurezza e penalizzazioni Contenuti informativi e contenuti commerciali Dal piano al calendario editoriale Blog, Landing Page e schede prodotto: contenuti diversi, copy diversi Elementi di persuasione applicata Elementi tecnici del contenuto "SEO friendly" Strumenti editoriali ed esempi reali Categorizzazione del sito; Gestione schede prodotto; Problemi di cannibalizzazione; Elementi tecnici avanzati: breacrumbs, canonical, pagination; Strategie SEO in settori con stagionalità; HTTPS e velocità del sito. Link audit: come analizzare un profilo backlink Come ideare e creare una campagna di Link Building Dove trovare link di qualità Come disegnare le Buyer Personas Identificare e presidiare i canali dove intercettare gli utenti Costruire un Funnel di Conversione
---	---

Periodo	11-12/10/12
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita:	Corso
Titolo del percorso	IAB Forum 2012
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore:	IAB Forum - Milano
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore:	Milano Fiere

Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	Lo scenario italiano della Digital Economy: il Digitale come acceleratore per le imprese IBM ITALIA: 3 casi di social business, marketing digitale e CRM integrati: l'agency ci supporta live, dalla relazione alla transazione! Real Time Bidding: opportunità e potenzialità del nuovo ecosistema dell'Online Advertising Mobile Marketing: opportunità da cogliere e fattori chiave di successo
---	--

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	01/12/11
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (scegliere quello di riferimento, specificandolo)	Corso avanzato (50 ore)
Titolo del percorso (descrizione e codice):	Corso avanzato di web marketing operativo
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Simple3 Ltd
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Gran Bretagna (corso a distanza con diploma)
Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	Motori di Ricerca & Seo (Ottimizzare i contenuti di un sito per l'indicizzazione dei motori di ricerca) Pubblicità on-line & Web Tracking (Strategie di promozione e pubblicità online) Email marketing (Gestione e creazione di mailing list e newsletter efficaci. Strategie di autoresponder, direct-mailing e promozione tramite e-mail)

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	01/05/11
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (scegliere quello di riferimento, specificandolo)	Corso avanzato
Titolo del percorso (descrizione e codice):	Il potere dirompente delle TECNOLOGIE SOCIALI (corso in inglese con Charleen Li, Founder of Altimeter Group)
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Hsmglobal e Microsoft
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Via Cerva, 20 20122 Milano

Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	Come prepararsi per sfruttare le reti sociali e connettersi con i propri clienti Come innovare a partire dalle reti sociali Come guidare un'organizzazione aperta La tua Social Media Strategy: come progettarela e implementarla.
---	---

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	2008
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (scegliere quello di riferimento, specificandolo)	MASTER DI PRIMO LIVELLO
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	IL FUND RAISING PER LA CULTURA
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Scuola di Fund Raising
Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	Il Marketing applicato alla ricerca di donors e sponsorizzazioni per le Organizzazioni Culturali

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	GENNAIO 2006
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (scegliere quello di riferimento, specificandolo)	Corso Avanzato
Titolo del percorso (descrizione e codice):	Scrivere 2.0 – Giornalismo e scrittura sul web
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	ANSO e SOLE 24 ORE Associazione nazionale stampa online www.anso.it
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Via Albertini 9 – Ancona
Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	Comunicazione efficace e social media, come internet cambia il giornalismo e la scrittura

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	21-28 novembre 2005
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (scegliere quello di riferimento, specificandolo)	Corso di formazione
Titolo del percorso (descrizione e codice):	Immagine aziendale e comunicazione d'impresa
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Confindustria Fermo e Camera di Commercio di Ascoli Piceno
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Via Respighi 2 – Fermo
Durata del percorso (specificare se in ore/giorni/mesi/anni):	2 giornate

Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	La struttura dell'ufficio comunicazione e le relazioni con i media all'interno delle organizzazioni aziendali complesse
---	---

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	novembre 2005
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (<i>scegliere quello di riferimento, specificandolo</i>)	Laboratorio nazionale di COMPA Salone della comunicazione pubblica
Titolo del percorso (<i>descrizione e codice</i>):	Il cerimoniale
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Via Lame 2 - 40122 Bologna
Votazione conseguita (<i>se presente</i>):	
Durata del percorso (<i>specificare se in ore/giorni/mesi/anni</i>):	una giornata
Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	Il cerimoniale e l'organizzazione dell'accoglienza in convegni, conferenze, convention

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	da Ottobre 2004 a Febbraio 2005
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (<i>scegliere quello di riferimento, specificandolo</i>)	Master di Primo livello
Titolo del percorso (<i>descrizione e codice</i>):	La comunicazione e gli uffici stampa nelle imprese e nelle pubbliche amministrazioni
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	IRFO – Pescara Regione Abruzzo
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (<i>scegliere quello di riferimento</i>)	Viale Bovio n. 79 - Pescara
Votazione conseguita (<i>se presente</i>):	eccellente
Durata del percorso (<i>specificare se in ore/giorni/mesi/anni</i>):	120 h in aula
Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	Comunicazione interna Ufficio stampa, promozione ed eventi nelle organizzazioni pubbliche e private Programmazione Neuro Linguistica

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	novembre 2004
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (<i>scegliere quello di riferimento, specificandolo</i>)	Laboratorio nazionale di COMPA Salone della comunicazione pubblica

Titolo del percorso <i>(descrizione e codice)</i> :	Il piano di comunicazione
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: <i>(scegliere quello di riferimento)</i>	Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: <i>(scegliere quello di riferimento)</i>	Via Lame 2 - 40122 Bologna
Durata del percorso <i>(specificare se in ore/giorni/mesi/anni)</i> :	una giornata
Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	L'organizzazione degli obiettivi e delle strategie per la gestione dei messaggi

Periodo <i>(da mese/anno a mese/anno)</i> :	novembre 2004
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: <i>(scegliere quello di riferimento, specificandolo)</i>	Laboratorio nazionale di COMPA Salone della comunicazione pubblica
Titolo del percorso <i>(descrizione e codice)</i> :	La comunicazione politica
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: <i>(scegliere quello di riferimento)</i>	Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: <i>(scegliere quello di riferimento)</i>	Via Lame 2 - 40122 Bologna
Durata del percorso <i>(specificare se in ore/giorni/mesi/anni)</i> :	una giornata
Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	L'organizzazione di una campagna elettorale, sondaggi, messaggio, immagine, organizzazione dei volontari, stakeholder, comunicazione

Periodo <i>(da mese/anno a mese/anno)</i> :	1998-2004
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: <i>(scegliere quello di riferimento, specificandolo)</i>	Laurea in Scienze della Comunicazione Istituzionale
Titolo del percorso <i>(descrizione e codice)</i> :	Laurea (vecchio ordinamento)
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: <i>(scegliere quello di riferimento)</i>	Università degli studi di Macerata
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: <i>(scegliere quello di riferimento)</i>	Piazza della Libertà, Macerata
Votazione conseguita <i>(se presente)</i> :	110 con lode

Durata del percorso (<i>specificare se in ore/giorni/mesi/anni</i>):	quinquennale
Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE (29/30) TEORIA DELL'ORGANIZZAZIONE (30con lode) PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (30con lode) PSICOLOGIA SOCIALE (30/30) SOCIOLOGIA (25/30) SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (28/30) ECONOMIA POLITICA (27/30) POLITICA ECONOMICA (trenta) TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE (30con lode) TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (30/30) TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA (30 e lode) DIRITTO PRIVATO (24/30) DIRITTO PUBBLICO (30/30) DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (30/30) DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA (25/30) DIRITTO COSTITUZIONALE (trenta e lode) INFORMATICA GENERALE INFORMATICA MULTIMEDIALITÀ INFORMATICA IPERTESTUALE INFORMATICA IV INFORMATICA V
Stage/tirocinio (<i>se presente</i>):	vedi precedente

Periodo (da mese/anno a mese/anno):	1993-1998
Titolo di studio/certificazione/attestazione conseguita: (scegliere quello di riferimento, specificandolo)	Diploma di istruzione superiore
Titolo del percorso (descrizione e codice):	Liceo Scientifico
Nome dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	G. Galilei di Macerata
Sede dell'Istituto scolastico/Università/Ente erogatore: (scegliere quello di riferimento)	Via Manzoni, Macerata
Votazione conseguita (se presente):	42/60
Durata del percorso (<i>specificare se in ore/giorni/mesi/anni</i>):	quinquennale

Principali contenuti oggetto di studio/esami sostenuti:	scienze, informatica, lingue
---	------------------------------

2.4 Attività non professionali significative in termini di apprendimento

Periodo (<i>da mese/anno a mese/anno</i>):	Dal 2004 al 2009
Settore di riferimento:	Organizzazione e formazione
Posizione ricoperta:	Consigliere Comunale
Principali attività svolte:	Delega a: Organizzazione e Formazione del Personale Comunicazione interna Comunicazione pubblica Informatica
Nome dell'ente:	Comune di Mogliano
Indirizzo dell'ente:	Via Roma, Mogliano

3. Autovalutazione del livello di possesso di conoscenze e competenze

3.1 Area dei linguaggi: lingue straniere

Lingua	Livello	Modalità e contesto di apprendimento	Attestazioni
Tedesco	Buono	Aula – Erasmus	Università di Erfurt, Germania
Inglese	Buono	Apprendimento scolastico – Studi Superiori – Esami universitari – Studio all'estero	Università degli studi di Macerata
		Studio all'estero	Leyden High School Chicago

3.2 Area tecnologica: informatica

Tipologia e livello	Modalità e contesto di apprendiment	Attestazioni
Ottima competenza e conoscenza di tutto il pacchetto Office e altri programmi gestionali.	Esami universitari	Università degli studi di Macerata
Programmi Grafica Adobe Photoshop, Illustrator e Indesign	Corsi professionali privati	
Siti internet e multimedialità	Corsi professionali privati	

Social Media Mktg	Formazione personale e corsi in qualità di docente
-------------------	--

3.3 Altre conoscenze e competenze ritenute utili

Attività di pubbliche relazioni, organizzazione di banchetti e catering dal 1994 al 2006, come capo scout dal 1998 al 2004 (AGESCI).

Sport praticati: calcio e sci.

4. **Ulteriori attestazioni ed abilitazioni**

Patente: tipologia A e B

5. **Annotazioni**

Il presente curriculum vitae è aggiornato alla data del 20/11/2019

Il sottoscritto esprime il proprio consenso affinché i dati personali forniti possano essere trattati nel rispetto del D.Lgs. 196/2003, per gli adempimenti connessi alla gestione del procedimento di certificazione delle competenze individuali, ai sensi del Regolamento integrativo al Dispositivo di accreditamento delle strutture formative della Regione Marche (DAFORM).

