



## Giulia Tardi

È Manager Didattico del Master in *Pubblicità Istituzionale, Comunicazione Multimediale e Creazione di Eventi* dell'Università degli Studi di Firenze dove insegna anche Laboratorio di scrittura.

Ha collaborato con studi di rappresentanza per importanti *brand* del settore abbigliamento. Per otto anni si è occupata di programmi di marketing operativo nel settore ospedaliero ed è stata Capo-Area Toscana per numerose agenzie occupandosi di tutte le esigenze *marketing* e pubblicitarie (*briefing*; gestione del budget; reperimento, selezione e gestione risorse umane; logistica; raccolta ed elaborazione dati).

Si occupa inoltre di organizzazione, progettazione, pianificazione strategica, controllo, comunicazione, promozione e valorizzazione di eventi; comunicazione istituzionale; comunicazione organizzativa; comunicazione multimediale, progettazione di studi e attività di ricerca su architetture di rete e conseguente sviluppo sociale, culturale e tecnologico; progettazione e gestione di apparati e sistemi comunicativi.

Si interessa di tecnologie; architetture informative; sceneggiature multimediali; *folksonomy*; usabilità; infografica; mappe mentali; intranet; *Informal, Personal, Virtual, Intelligent, Liquid, Ubiquitous Learning Environments*.

Alcune pubblicazioni:

“I pubblici delle imprese, i pubblici delle lingue. Per una economia delle lingue” in Borello E., Luise, M.C, 2011, *Gli italiani e le lingue straniere. Made in Italy, economia delle lingue e formazione*, Torino, Utet.

“Lingue e Nuvole. La glottodidattica tra decostruzione e ricostruzione” in AA. VV., *Glottodidattica giovane 2011. Saggi di 20 giovani studiosi italiani*, Perugia, Guerra edizioni, 2011.

“I social network per insegnare le lingue ai bambini” in *Scuola e Lingue Moderne (SeLM)*, n. 6-7/2011, Recanati (MC), ELI, 2011.