

## **ALLEGATO B**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

selezione pubblica per n. 1 posto/i di Ricercatore a tempo determinato ai sensi dell'art.24, comma 3, lettera b) della Legge 240/2010 per il settore concorsuale 14/C2 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, settore scientifico-disciplinare SPS/08 - Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso il Dipartimento di SCIENZE SOCIALI E POLITICHE, (avviso bando pubblicato sulla G.U. n. 47 del 23/06/2023) Codice concorso 5316

## **Alessandro Gerosa** **CURRICULUM VITAE**

(N.B. IL CURRICULUM NON DEVE ECCEDERE LE 30 PAGINE E DEVE CONTENERE GLI ELEMENTI CHE IL CANDIDATO RITIENE UTILI AI FINI DELLA VALUTAZIONE.

LE VOCI INSERITE NEL FACSIMILE SONO A TITOLO PURAMENTE ESEMPLIFICATIVO E POSSONO ESSERE SOSTITUITE, MODIFICATE O INTEGRATE)

### **INFORMAZIONI PERSONALI (NON INSERIRE INDIRIZZO PRIVATO E TELEFONO FISSO O CELLULARE)**

COGNOME	GEROSA
NOME	ALESSANDRO
DATA DI NASCITA	16/12/1991

### **TITOLI**

#### **TITOLO DI STUDIO**

Laurea Magistrale in Relazioni Internazionali (LM-52), Università degli Studi di Milano. Titolo conseguito in 12/07/2016, con votazione di 110/110 e lode. Titolo tesi: "Fra mito e realtà: ruolo ed effettivo successo delle start-up nell'economia globalizzata", relatore Prof. Adam Erik Arvidsson.

Laurea Triennale in Scienze Internazionali e Istituzioni Europee (L-36), Università degli Studi di Milano. Titolo conseguito in 21/03/2014, con votazione di 110/110 e lode. Titolo tesi: "A meta' del guado: la questione curda, la turchia e l'unione europea 1993-2013", relatore Prof. Piero Graglia.

#### **TITOLO DI DOTTORE DI RICERCA**

PhD in Sociology and Methodology of Social Research (32° ciclo) presso NASP, University of Milan. Titolo conseguito in data 04/02/2020. Titolo tesi: "The Hipster Economy", supervisor Prof.ssa Luisa Leonini.

## CONTRATTI DI RICERCA, ASSEGNI DI RICERCA O EQUIVALENTI

04/10/2021- in corso: Lecturer in Marketing at the Birmingham Business School, University of Birmingham. Teaching and Research position.

01/04/2021 – 30/09/2021: Assegnista di ricerca per il progetto “Algocount” presso l’Università degli Studi di Milano, responsabile Prof. Alessandro Gandini.

01/03/2020 – 28/02/2021: Assegnista di ricerca per il progetto “Milano Collabora” presso l’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, in collaborazione con il Comune di Milano, responsabile Prof.ssa Ivana Pais.

## ATTIVITÀ DIDATTICA A LIVELLO UNIVERSITARIO IN ITALIA O ALL'ESTERO

### **Insegnamento:**

AA 2022-2023, Lecturer and Module Lead per il corso in “Contemporary Issues in Marketing” (44 ore), Birmingham Business School, University of Birmingham. Corso per i BSc Courses in: Business Management; Business Management with Marketing; Business Management with Communication.

AA 2022-2023, Lecturer per il corso in “Branding in the Digital Age” (40 ore), Birmingham Business School, University of Birmingham. Corso per i BSc Courses in: Business Management; Business Management with Marketing; Business Management with Communication.

AA 2021-2022, Lecturer per il corso in “Contemporary Issues in Marketing” (60 ore), Birmingham Business School, University of Birmingham. Corso per i BSc Courses in: Business Management; Business Management with Marketing; Business Management with Communication.

AA 2021-2022, Lecturer per il corso in “Branding in the Digital Age” (44 ore), Birmingham Business School, University of Birmingham. Corso per il BSc Courses in: Business Management; Business Management with Marketing; Business Management with Communication.

AA 2020-2021, Professore a Contratto per il corso in “Sociologia dei Consumi” (30 ore), Università Cattolica del Sacro Cuore. Corso di Laurea Magistrale in Direzione e Consulenza Aziendale (LM-77).

AA 2019-2020, Titolare di due Laboratori didattici (12 ore ciascuno) intitolati “La società memetica” (in Italiano) e “Digital Methods for Professional and Academic Research” (in Inglese) presso l’Università degli Studi di Milano, aperti agli studenti del corso triennale in Comunicazione e Società (CES) e del corso magistrale in Comunicazione Pubblica e d’Impresa (COM).

Assistente alla didattica (Tutorato e/o Culture della materia) per i corsi in Media Globali (AA 2016-2017), Sociologia e Cultura (AA 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021), Sociologia dei Consumi (AA 2020-2021) e Communication Research (AA 2017-2018) dei

Corsi di Laurea in Comunicazione e Società e Comunicazione Pubblica e d'Impresa presso l'Università degli Studi di Milano.

Docente su invito per la Summer School on Workplace Management (28/06/2021 - 16/07/2021), organizzata dal Politecnico di Milano in collaborazione con il COST Action CA18214 "The geography of New Working Spaces and the impact on the periphery".

Seminario su invito per il corso in Tourism, Creative Industries and Local Development per il corso di laurea in Turismo e sviluppo locale, presso l'Università Bicocca di Milano (05-11-2021).

Lezione su invito per il corso in Big Data and Digital Methods (AA 2017-2018) presso l'Università degli Studi di Milano, per il corso in Metodologia della Ricerca Sociale (AA 2018-2019) presso l'Università degli Studi di Torino, e per il corso in Policy of Cultural Districts presso lo IULM di Milano (AA 2019-2020).

**Supervisione di tesi di laurea:**

AA 2022-2023, Birmingham Business School, University of Birmingham:

- Relatore di tesi di 9 studenti per i BSc Courses in Business Management e Business Management with Marketing;
- Relatore di tesi di 3 studenti per il MSc Course in Marketing (Edgbaston Campus);
- Relatore di tesi di 3 studenti per il MSc Course in Marketing (Dubai Campus).

AA 2021-2022, Birmingham Business School, University of Birmingham:

- Relatore di tesi di 2 studenti per il BSc Course in Business Management with Marketing;
- Relatore di tesi di 7 studenti per i MSc Courses in Marketing e in Management.

AA 2020-2021, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano:

- Relatore di tesi di 2 studenti per il Corso di Laurea Magistrale in Direzione e Consulenza Aziendale (LM-77).

**Tutor di studenti:**

AA 2022-2023, Birmingham Business School, University of Birmingham: Personal Tutor di 30 studenti per l'MSc Course in Marketing.

AA 2021-2022, Birmingham Business School, University of Birmingham: Personal Tutor di 10 studenti per i BSc Courses.

**Internal moderator:**

AA 2022-2023, Birmingham Business School, University of Birmingham: Internal Moderator del corso BSc in Responsible Marketing and Consumption, del corso MSc in Ethics of Markets and Marketing Ethics e del corso eMBA in Marketing.

AA 2021-2022, Birmingham Business School, University of Birmingham: Internal Moderator del corso BSc in Responsible Marketing and Consumption e del corso eMBA in Marketing.

**DOCUMENTATA ATTIVITÀ DI FORMAZIONE O DI RICERCA PRESSO QUALIFICATI ISTITUTI ITALIANI O STRANIERI;**

**Ricerca:**

Lecturer in Marketing, Birmingham Business School University of Birmingham (04/10/2021 – in corso):

- Partecipazione alle attività di ricerca del dipartimento;
- Membro del research group in 'Culture' (link: <https://www.birmingham.ac.uk/schools/business/departments/marketing/research/culture.aspx>);
- Membro del research group in 'Responsible and Critical Marketing' (link: <https://www.birmingham.ac.uk/schools/business/departments/marketing/research/responsible-critical-marketing.aspx>);
- Membro del research group in 'Digital Research in Marketing' (ora cessato)

Assegnista di ricerca in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso l'Università degli Studi di Milano (01/04/2021-30/09/2021):

- Attività di ricerca per il progetto Algocount, dedicato all'analisi del ruolo degli algoritmi nella formazione dell'opinione pubblica in Italia. Lavoro svolto in team di ricerca dell'Università degli Studi di Milano, in collaborazione con il Density Design Research Lab del Politecnico di Milano e il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci;
- Partecipazione a riunioni del gruppo di ricerca PomLab dell'Università Statale nell'ambito del progetto.

Assegnista di ricerca in Sociologia dei Processi Economici e del Lavoro presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (01/03/2020-28/02/2021):

- Attività di ricerca per il progetto 'Milano Collabora', dedicato all'analisi della Sharing Economy nella città di Milano, con focus particolare sugli spazi di coworking. Lavoro svolto come parte del team di ricerca dell'Università Cattolica del Sacro Cuore in collaborazione con il Comune di Milano, il Dipartimento di Architettura e Studi Urbani del Politecnico di Milano, e Collaboriamo.

PhD Candidate in Sociology and Methodology of Social Research (32° ciclo) presso NASP, University of Milan (01/09/2016-20/02/2020):

- Partecipazione alle attività di ricerca del Network for the Advancement of Social and Political Studies e del dipartimento di Scienze Sociali e Politiche dell'Università Statale di Milano.

Visiting Researcher presso CAMEo, Research Institute for Cultural and Media Economies presso l'University of Leicester (May 2019):

- Attività di ricerca nell'ambito del dottorato e partecipazione alle attività del centro di ricerca. Seminario su invito dal titolo 'Artisans of Taste and Sociability: Creative Food and Beverage Dealers in the Italian Context' (16/05/2019).

### **Formazione:**

*Postgraduate Certificate in Higher Education* presso l'University of Birmingham (01/04/2022 – in corso). Programma di Master da 60 crediti finalizzato allo sviluppo e al miglioramento della pratica professionale nell'ambito dell'insegnamento universitario (link: [Postgraduate Certificate in Higher Education \(PGCHE\) \(birmingham.ac.uk\)](https://www.birmingham.ac.uk/postgraduate/certificate-in-higher-education/pgche)), accreditato da *Advance HE*. Il master terminerà a fine 2023, conferendo il conseguimento della *Advance Higher Education Fellowship*. Voti nelle prove sostenute: prima prova 82/100, seconda prova 88/100 (0-49 rappresenta un *fail*, 50-59 rappresenta un *pass*, 60-69 rappresenta un *merit*, 70+ rappresenta una *distinction*), terza e ultima prova da sostenere nel Novembre 2023.

### **REALIZZAZIONE DI ATTIVITÀ PROGETTUALE**

**BA/Leverhulme Small Research Grant 2023 round.** Partecipazione in qualità di *Principal Investigator* per il finanziamento di un progetto dal titolo '*Financial Insecurity in Precarious Times: Consumer Experiences and Responses to the Current Credit-Led Environment and Cost of Living Crisis*'. Il Progetto si svilupperà in collaborazione con la Prof.ssa Deirdre O'Loughin della University of Limerick (Ireland). Il finanziamento richiesto è di £ 9940. I risultati del bando verranno pubblicati per il termine di Agosto 2023.

**ESRC Doctoral Training Partnership Joint Studentship.** Partecipazione come second supervisor al progetto per il finanziamento di una borsa di dottorato a tema “‘After Craft’: Understanding narratives of entrepreneurial failure and business closure in the craft food and drink sector”. Progetto sviluppato in collaborazione con Thomas Thurnell Read (Loughborough University) e la Prof.ssa Finola Kerrigan (University of Birmingham).

### **ORGANIZZAZIONE, DIREZIONE E COORDINAMENTO DI GRUPPI DI RICERCA NAZIONALI E INTERNAZIONALI, O PARTECIPAZIONE AGLI STESSI**

AA 2021-2022 e AA 2022-2023 partecipazione in qualità di membro e responsabile di incontri alle attività di ricerca del Research Group 'Culture' presso la Birmingham Business School, University of Birmingham. (link: <https://www.birmingham.ac.uk/schools/business/departments/marketing/research/culture.aspx>)

AA 2021-2022 e AA 2022-2023 partecipazione in qualità di membro e responsabile di incontri alle attività di ricerca del Research Group 'Responsible and Critical Marketing' presso la Birmingham Business School, University of Birmingham. (link: <https://www.birmingham.ac.uk/schools/business/departments/marketing/research/responsible-critical-marketing.aspx>).

AA 2021-2022 partecipazione in qualità di membro e responsabile di incontri alle attività di ricerca del Research Group 'Digital Research in Marketing' (ora cessato) presso la Birmingham Business School, University of Birmingham..

(01/04/2021-31/09/2021) Partecipazione alle attività di ricerca del progetto di ricerca 'Algocount' in qualità di membro del team.

(01/03/2020-28/02/2021) partecipazione alle attività di ricerca del gruppo di ricerca nazionale TRAILab (Transformative Actions Interdisciplinary Laboratory) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano in qualità di membro, specialmente nell'ambito del progetto di ricerca 'Milano Collabora'.

(01/03/2020-28/02/2021) partecipazione alle attività di ricerca e all'organizzazione di eventi pubblici e comunicazione per il gruppo di ricerca 'COST ACTION CA18214 - The Geography of New Working Spaces and the Impact on the Periphery'.

(01/05/2019-31/05/2019) partecipazione alle attività di ricerca di CAMEo, Research Institute for Cultural and Media Economies.

#### ATTIVITÀ DI RELATORE A CONGRESSI E CONVEGNI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

##### **Seminari e interventi su invito**

Seminario su invito presso la Adam Smith Business School, University of Glasgow (14/06/2022), dal titolo 'From consumer hobby to meaningful work: Imagining the new paradigm of playful work among neo-craft consumer-entrepreneurs' (link: [https://www.gla.ac.uk/schools/business/research/events/archive/2022/headline\\_845647\\_en.html](https://www.gla.ac.uk/schools/business/research/events/archive/2022/headline_845647_en.html)).

Partecipazione a tavola rotonda su invito nell'ambito del progetto Game of Tech presso il dipartimento di scienze sociali dell'Università Statale di Napoli Federico II.

Seminario su invito presso CAMEo, University of Leicester (16/05/2019).

##### **Conferenze internazionali**

Gerosa, A. (2023). *The inherent tensions in the post-capitalist ethos of neo-craft entrepreneurs*. Cagliari: 39th EGOS Colloquium.

Gerosa, A., & Moraes, C. (2023). *The craft of playful work: A path toward fairer creative economies?* Bristol: CKC 2023: New Futures for Creative Economies.

Gerosa, A., & Manzo, C. (2022). *Beyond the pandemics: Coworking spaces as local collective goods*. Brighton: Coworking and the Future of Work.

Gerosa, A., & Moraes, C. (2022a). *From hobby to profession: The new paradigm of playful work among neo-craft consumer-entrepreneurs*. Bilbao: ISBEE 2022.

Gerosa, A., & Moraes, C. (2022b). *Metamorphosing from Consumer to Producer: The playful work of neo-craft consumer-entrepreneurs*. Liverpool: 11th EIASM Interpretive Consumer Research Workshop.

Gerosa, A., & Moraes, C. (2022c). *Neo-craft Consumer-Entrepreneurs and their Ethical, Playful Work*. Dublin: International Marketing Ethics and Corporate Social Responsibility: Eight Academic Symposium.

Manzo, C., Pais, I., & Gerosa, A. (2021). *Shared and collaborative workspace in Milan: Transformations during the COVID-19 pandemic and urban policy implications*. Catania: SISEC 2021.

Gerosa, A. (2021). *The Invention of Authentic Food: Constructing Traditionality Through Ingredients and Matters*. Ottawa, Canada: Food Matters and Materialities.

Tartari, M., & Gerosa, A. (2019). *Bottom-up Neighborhood Rebranding: Community Building or Loss Of Place Identity?* Manchester: ESA General Conference 2019.

Gerosa, A. (2019a). *At the roots of Creative Economy: A critical history of the imaginary*. Leicester: 3rd CAMEo Conference: Re-Futuring Creative Economies.

Gerosa, A. (2019b). *Creative work for humble professions: Micro-entrepreneurs innovating the food and beverage sector in Italy*. Firenze: ISA RC52 Interim Meeting.

Gerosa, A. (2019c). *In the Name of Passion: Passionate Work and Precariousness in Food and Beverage Italian Micro-entrepreneurs*. Manchester: ESA General Conference 2019.

Gerosa, A. (2018a). *Creativity As New Identity of a Neighborhood: The Economic and Social Impact of Nolo in Milan*. La Valletta: Creative Locations: Art, Culture and the City. Mid-term conference of ESA RN Sociology of Arts & Sociology of Culture.

Gerosa, A. (2018b). *Food and beverage 'creative' businesses in Italy: The humble path to creative economy?* Naples: Post-startup Cultures.

Gerosa, A. (2018c). *Neighborhoods with multiple identities: The birth of creative communities and new orders of inequality in NoLo, Milan*. Madrid: Inequality and uncertainty: current challenges for cities. Mid-Term Conference of ESA-RN37 Urban Sociology.

Gerosa, A. (2018d). *Neo-Artisans Innovating Italian Street-Food Tradition: An Ethnography from Milan*. Bristol: Artisan!: Crafting Alternative Economies, Making Alternative Lives.

Gerosa, A. (2018e). *The role of vernacular creativity in urban civic and political renaissance: An ethnography of «NoLo»*. Bergamo: 7th Ethnography and Qualitative Research Conference.

Gerosa, A. (2018f). *Vehicles of tastemaking and precariousness: Creative food economy and consumption in foodtrucks*. Copenhagen: Consumption and consumerism: Conceptual and empirical sociological challenges. Mid-term conference of ESA RN05 Sociology of Consumption.

Gerosa, A. (2017). *Promoting Startup Creation to Fight Youth Unemployment in Southern Europe: An Efficient Public Policy?* Oslo: ECPR General Conference 2017.

## CONSEGUIMENTO DI PREMI E RICONOSCIMENTI NAZIONALI E INTERNAZIONALI PER ATTIVITÀ DI RICERCA

Vincitore di un Travel Grant dedicato a PhD Students e Early Career Researchers, attribuito su base competitiva, per la partecipazione alla ISA RC52 Interim Conference (Firenze, 04/06/2019-06/06/2019), con conferimento del premio da parte dell'ISA RC52 Committee durante la conferenza medesima.

Nominato per il AA 2022/2023 *Teaching Award* della Birmingham Business School, University of Birmingham, categoria '*Student's choice*'.

## ALTRE ATTIVITÀ ACCADEMICHE RILEVANTI

**Reviewer per le seguenti riviste scientifiche internazionali:** Poetics; Marketing Theory; Rural Sociology; International Journal of Press/Politics; International Journal of Cultural Policy; Consumption, Markets & Culture.

### **Posizioni amministrative:**

AA 2023-2024: *MSc Admissions Tutor*, Tutor delle ammissioni per gli MSc in Marketing e Strategic Marketing and Consulting.

AA 2023-2024: *Seminar Lead*, Responsabile della pianificazione ed organizzazione dei Seminari di ricerca (cadenza mensile, con ospiti esterni) del dipartimento di Marketing della Birmingham Business School.

## PRODUZIONE SCIENTIFICA

### PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

#### **Monografie**

Gerosa, A. (accepted). *The Hipster Economy: Taste and Authenticity in Late Modern Capitalism*. London: UCL Press. ISBN: 978-1-80008-608-1.

#### **Articoli accademici per riviste scientifiche internazionali e nazionali**

Gandini, A. & Gerosa, A. (accepted). What is neo-craft work and why it matters? *Organization Studies*.

Gerosa, A. (2022). The hidden roots of the creative economy: A critical history of the concept along the twentieth century. *International Journal of Cultural Policy*, 28(2), 131–144.

<https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1933460>

Gerosa, A. (2021). Cosmopolitans of regionalism: Dealers of omnivorous taste under Italian food truck economic imaginary. *Consumption Markets & Culture*, 24(1), 30–53.

<https://doi.org/10.1080/10253866.2020.1731483>



Gerosa, A., & Giorgi, G. (2021). The Memetic Cult of Personality of Politicians During the Pandemic. *Comunicazione Politica*, 22(3), 357–384.  
<https://www.rivisteweb.it/doi/10.3270/102417>

Gerosa, A., & Tartari, M. (2021). The Bottom-up Place Branding of a Neighborhood: Analyzing a Case of Selective Empowerment. *Space and Culture*, 0(0), 1-18.  
<https://doi.org/10.1177/12063312211032355>

Gerosa, A. (2019). Alcohol and the city. *Lo Squaderno*, 52, 33–36. ISSN: 1973-9141

### **Capitoli di libro (sottoposti a peer-review) per libri scientifici di case editrici internazionali e nazionali**

Gerosa, A. (accepted). Regimes of Visibility: Unravelling Media, Conflict and Hegemony in Place Branding Processes. In M. Saren, L. Hassan, M. McGowan, C. Smith, E. Surman & R. Varman, *Responsible Marketing: A Research Companion*. Routledge.

Keeling, S., & Gerosa, A. (2023). ‘Tracce’ di opinione pubblica algoritmica: Il caso dell’infodemia. In E. Risi & A. Gandini (Eds.), *Tracce digitali e ricerca sociologica* (pp. 25–48). Franco Angeli. ISBN: 9788835147824.

Gerosa, A. (2022). The resurgence of craft retailing: Marketing and branding strategies in the food and beverage sector. In J. Mulholland, A. Ricci, & M. Massi, *The Artisan Brand: Entrepreneurship and Marketing in Contemporary Craft Economies* (pp. 193–208). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839106132.00024>

Gerosa, A., & Ceinar, I. M. (2022). New working spaces and COVID-19: Analyzing the debate through Twitter. In I. Mariotti, M. Di Marino & P. Bednar, *The COVID-19 Pandemic and the Future of Working Spaces*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003181163-3>

Giorgi, G., & Gerosa, A. (2022). #BRNBQ: le estetiche della teppa urbana nella «piazza digitale» di instagram. In F. Bertoni, A. Caroselli & L. Sterchele, *Le strade della Teppa* (pp. 87–114). Red Star Press. ISBN: 9788867183586.

Gerosa, A., Manzo, C., & Pais, I. (2021). Il lavoro condiviso: La trasformazione degli spazi di coworking durante l’emergenza Covid-19. In Ambrosianeum Fondazione Culturale & R. Lodigiani, *MILANO 2021 Rapporto sulla città. Ripartire: Il tempo della cura* (pp. 100–114). Franco Angeli. ISBN: 9788835125310.

Tartari, M., & Gerosa, A. (2020). Il quartiere NoLo, un caso di rebranding dal basso: Tra creatività, innovazione sociale e criticità. In *Costellazione Milano* (pp. 253–270). Fondazione Giangiacomo Feltrinelli. ISBN: 9788868353957.

### **Revisioni di libri**

Gerosa, A. (2021). Changemaker? Il futuro industrioso dell’economia digitale. *The Lab’s Quarterly*, XXIII(3), 305–311. <https://doi.org/10.13131/1724-451x.labsquarterly.axxiii.n3.305-311>

## GREY LITERATURE

Gandini, A., Gerosa, A., Gobbo, B., Keeling, S., Leonini, L., Mosca, L., Orofino, M., Reviglio, U., & Splendore, S. (2022). *The algorithmic public opinion: A literature review*. SocArXiv. DOI: <https://doi.org/10.31235/osf.io/m6zn8>

Gerosa, A., & Giorgi, G. (2021a). La città-mercato: Etnografia digitale del GRA su Instagram. *Treccani*. [https://www.treccani.it/magazine/atlante/societa/scomodo\\_citta-mercato.html](https://www.treccani.it/magazine/atlante/societa/scomodo_citta-mercato.html)

Gerosa, A., & Giorgi, G. (2021b). Per una geografia emozionale degli hashtag del Raccordo. *Treccani*. [https://www.treccani.it/magazine/atlante/societa/Scomodo\\_geografia\\_emozionale\\_degli\\_hashtag.html](https://www.treccani.it/magazine/atlante/societa/Scomodo_geografia_emozionale_degli_hashtag.html)

Gerosa, A., Giorgi, G., & Rughia, S. (2021). Il futuro del dibattito pubblico a Roma è su Twitter? *Treccani*. [https://www.treccani.it/magazine/atlante/societa/futuro\\_dibattito\\_pubblico\\_Roma.html](https://www.treccani.it/magazine/atlante/societa/futuro_dibattito_pubblico_Roma.html)

Giorgi, G., & Gerosa, A. (2020). Non solo gruppi Telegram, TikTok sta trasformando la sessualità degli adolescenti. *cheFare*. <https://che-fare.com/almanacco/societa/corpi/non-solo-gruppi-telegram-tiktok-sta-trasformando-la-sessualita-degli-adolescenti/>

Gerosa, A. (2020). *IV edizione Osservatorio Customer Experience*. CMI Magazine.

Gerosa, A. (2020). The Importance of Being Taste Dealers in the Contemporary Food Economy. *The Sociological Review Online*. <https://doi.org/10.51428/tsr.cnaj7180>

Gerosa, A. (2019). One profession, multiple subjectivities: analysing professional subjectivities through the lens of economic imaginaries. *ISA R52 - Sociology of Professional Groups Blog*. <https://researchcommittee52.wordpress.com/2019/10/15/blog-from-isa-rc52-interim-meeting-by-alessandro-gerosa/>

Gerosa, A. (2019). Il capodanno degli italiani su Instagram. *Vorrei.org*. <https://www.vorrei.org/persone/12169-il-capodanno-degli-italiani-su-instagram.html>

Gerosa, A. (2018). La Piazza del Popolo Digitale di Salvini. *Vorrei.org*. <https://www.vorrei.org/persone/12111-la-piazza-del-popolo-digitale-di-salvini.html>

Gerosa, A., & Arvidsson, A. (2017). Start-Up in Italia: Limiti e potenzialità. *CheFare*. <https://che-fare.com/almanacco/societa/lavoro/start-up-italia-limiti-e-potenzialita/>

Data

22/07/2023

Luogo

Monza