

VANNI CODELUPPI
Curriculum accademico e scientifico

Vanni Codeluppi è sociologo e le sue ricerche riguardano i fenomeni comunicativi presenti nel mondo dei consumi, dei media e della cultura di massa. Ha insegnato nelle Università di Urbino, Palermo e IULM di Milano. Attualmente è docente presso il Dipartimento di Comunicazione ed Economia dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. È stato docente dal 1990 presso il "Master in Comunicazione d'Azienda" dell'UPA e dell'Università Cà Foscari di Venezia. Ha creato e diretto per molti anni all'Università IULM di Milano il "Master in Management del Made in Italy. Consumi e comunicazione della moda, del design e del lusso". Dirige presso l'editore Franco Angeli le collane "Impresa, comunicazione, mercato" e "Comunicazione e società".

Ha tra l'altro pubblicato i volumi *Consumo e comunicazione. Merci, messaggi e pubblicità nelle società contemporanee* (Angeli, 1989), *I consumatori. Storia, tendenze, modelli* (Angeli, 1992), *La pubblicità. Guida alla lettura dei messaggi* (Angeli, 1997), *Lo spettacolo della merce. I luoghi del consumo dai passages a Disney World* (Bompiani, 2000), *Che cos'è la pubblicità?* (Carocci, 2001), *Il potere della marca. Disney, McDonald's, Nike e le altre* (Bollati Boringhieri, 2001), *Che cos'è la moda* (Carocci, 2002), *Il potere del consumo. Viaggio nei processi di mercificazione della società* (Bollati Boringhieri, 2003), *Manuale di Sociologia dei consumi* (Carocci, 2005), *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società* (Bollati Boringhieri, 2007), *Dalla corte alla strada. Natura ed evoluzione sociale della moda* (Carocci, 2007), *Il biocapitalismo. Verso lo sfruttamento integrale di corpi, cervelli ed emozioni* (Bollati Boringhieri, 2008), *Tutti divi. Vivere in vetrina* (Laterza, 2009), *Persuasi e felici? Come interpretare i messaggi della pubblicità* (Carocci, 2010), *Dalla produzione al consumo. Processi di cambiamento delle società contemporanee* (Angeli, 2010), *Il ritorno del medium. Teorie e strumenti della comunicazione* (Angeli, 2011), *Stanno uccidendo la tv* (Bollati Boringhieri, 2011), *Ipermondo. Dieci chiavi per capire il presente* (Laterza, 2012), *L'era dello schermo. Convivere con l'invasione mediatica* (Angeli, 2013), *Storia della pubblicità italiana* (Carocci, 2013).