



Corso di Laurea: Comunicazione, Valutazione e Ricerca Sociale per le Organizzazioni -  
Indirizzo Non profit (LM-59)

Anno Accademico: 2015/2016

## Sommario

<i>I Anno</i> .....	2
<i>Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE</i> .....	2
<i>La comunicazione dei grandi temi sociali tra immagine, seduzione e credibilità</i> .....	3
<i>Teorie e pratiche della valutazione</i> .....	4
<i>Laboratorio di ricerca valutativa</i> .....	5
<i>English for Business</i> .....	6
<i>Teorie dell'azione e della decisione</i> .....	7
<i>Filosofia delle istituzioni politiche</i> .....	8
<i>Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali</i> .....	9
<i>Il Anno</i> .....	10
<i>Marketing Strategico- Mattiacci A</i> .....	10
<i>Social media management</i> .....	11
<i>Strategie di comunicazione per pubbliche amministrazioni e no profit</i> .....	12
<i>Comunicazione, advocacy, consumo responsabile</i> .....	13
<i>Sistemi Politici e istituzionali</i> .....	15
<i>Laboratorio tesi di laurea e orientamento al lavoro</i> .....	16
<i>Gestione e comunicazione degli eventi</i> .....	17
<i>Marketing Strategico- Sfodera F</i> .....	19
<i>Partecipazione e Comunicazione Politica</i> .....	22



## I Anno

### Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE

Docenti: Marsocci P.

#### Testi d'esame:

per gli immatricolati della LM, ord. 270 (9 CFU) i seguenti tre testi:

1. Gaetano Azzariti, Appunti per le lezioni. Parlamento, Presidente della Repubblica, Corte costituzionale, Giappichelli, 2015;
2. Roberto Bin, Paolo Caretti, Giovanni Pitruzzella, Profili costituzionali dell'Unione europea. Processo costituente e governance economica, Il Mulino, Bologna 2015;
3. P. Marsocci, Gli obblighi di diffusione delle informazioni e il d.lgs. 33/2013 nell'interpretazione del modello costituzionale di amministrazione, in Istituzioni del Federalismo, n. 3/4 del 2013, reperibile all'indirizzo [http://www.regione.emilia-romagna.it/affari\\_ist/Rivista\\_3\\_4\\_2013/indice34.html](http://www.regione.emilia-romagna.it/affari_ist/Rivista_3_4_2013/indice34.html)

Per gli immatricolati della LS, ord. 509 (4 CFU) che non debbano effettuare il passaggio all'ord. 270, i seguenti due testi:

1. Gaetano Azzariti, Appunti per le lezioni. Parlamento, Presidente della Repubblica, Corte costituzionale, Giappichelli, 2015;
2. G. Gaja, A. Adinolfi, Introduzione al diritto dell'Unione europea, Laterza 2013



La comunicazione dei grandi temi sociali tra immagine, seduzione e credibilità

Docenti: Franca Faccioli - Fabrizio Martire

Collaboratori: Linda Manzone- Serena Fabrizio

Testi d'esame:

Testi d'esame per il corso e il laboratorio per gli studenti frequentanti

1. Gadotti G., Bernocchi R. La pubblicità sociale., Carocci Roma 2010
  2. Sobrero R. (a cura di), Sostenibilità, Sobrietà, Solidarietà, edizioni Pubblicità Progresso 2015 ebook scaricabile dal sito [www.pubblicitaprogresso.org](http://www.pubblicitaprogresso.org)
  3. Cucco E., Pagani R., Pasquali M. (a cura di) Primo Rapporto sulla comunicazione sociale in Italia, Rai.Eri 2005 (solo CAP. 7). Il volume è disponibile in pdf.
  4. Peverini P. Social guerrilla. Semiotica della comunicazione non convenzionale, LUISS 2014
- Gli studenti non frequentanti oltre ai 4 testi indicati portano
5. Bernocchi R., Sobrero R., Pubblicità progresso. La comunicazione sociale in Italia – ERI edizioni Roma 2011



## Teorie e pratiche della valutazione

Docenti: Maria Stella Agnoli - Sergio Mauceri

Testi d'esame:

Testi di esame: 1. N. Stame (a c. di), 2007, *Classici della valutazione*, Milano, FrancoAngeli ; i seguenti saggi - Donald T. Campbell, *Riforme come esperimenti* - Michael Scriven, *Logica della valutazione e pratica della valutazione* - Peter H. Rossi, Howard Freeman, Mark W. Lipsey, *Costruire le valutazioni "su misura"* - Egon G. Guba, Yvonna S. Lincoln, *La valutazione di quarta generazione* - Robert E. Stake, *La valutazione di programmi, con particolare riferimento alla valutazione sensibile* - Michael Patton, *Il dibattito sui paradigmi: una sintesi utilitarista* - Joseph S. Wholey, *In che modo la valutazione può migliorare la performance di enti e programmi* - Jennifer C. Greene, Valerie J. Caracelli, Wendy F. Graham, *I metodi misti* - Carol H. Weiss, *La valutazione basata sulla teoria: presente, passato, futuro* - Ray Pawson, Nick Tilley, *Un'introduzione alla valutazione scientifica realistica* 2. C. Bezzi, 2010, *Il nuovo disegno della ricerca valutativa*, Milano, FrancoAngeli (terza edizione interamente rivista): Capp. 1,2,3,4, 3. Materiali didattici prodotti nel corso dello svolgimento del programma di studio In aggiunta, per studenti non frequentanti: N. Stame, 1998, *L'esperienza della valutazione*, Roma, SEAM



#### Laboratorio di ricerca valutativa

Docenti: Sergio Mauceri- Maria Stella Agnoli

Testi d'esame:

Eventuali letture saranno comunicate nel corso del laboratorio. Ai fini dell'esame agli studenti sarà richiesto un elaborato di gruppo.

Agli studenti non frequentanti è richiesta la predisposizione di un progetto di ricerca valutativa, articolato secondo le indicazioni date dal docente durante l'orario di ricevimento.



## English for Business

Docenti: Laura Ferrarotti Battino

Testi d'esame:

Testi per la prova scritta e la prova orale.

Per gli studenti frequentanti: Testo di base: W. Giordano, English for Business Communication, Third edition, Casa Editrice Egea, 2014.

Dispense a cura della docente (disponibile da Cartomarket a partire dalla metà di aprile 2016).

Grammatica consigliata: R. Murphy, Essential Grammar in Use, Cambridge University Press, Intermediate level (blue book).

Per gli studenti non frequentanti: R. Salvi, J. Bowker, E. Incelli, A. Pontesilli, English in Context, Led, Milano, 2004 (per l'orale scegliere due articoli dal testo da presentare in inglese).

Dispense a cura della docente (disponibile da "Stampa%Grafica, via Cremera 6/A, vicino a via Salaria).

Grammatica consigliata: R. Murphy, Essential Grammar in Use, Cambridge University Press, Intermediate level (blue book).



## Teorie dell'azione e della decisione

Docenti: Lombardo C - Bonolis M.

Testi d'esame:

1) Elster, Jon (1979), *Ulisse e le sirene. Indagini sulla razionalità e l'irrazionalità*, Bologna, il Mulino, 1983;

2) Elster, Jon (2007), *La volontà debole*, Bologna, il Mulino, 2008;

3) Bonolis, Maurizio, 2010, «Consequenzialismo metodologico e teoria dell'azione», *Sociologia e ricerca sociale*, vol. XXXI, n. 92;

oppure

Bonolis, Maurizio, 2014, «Per una critica della razionalità assiologica», *Sociologia e ricerca sociale*, vol. XXXIII, n. 104;

4) Lombardo, Carmelo, 2004, «Lazarsfeld, Merton e la scuola sociologica della Columbia», *Sociologia e ricerca sociale*, vol. XXV, n. 74.



### Filosofia delle istituzioni politiche

Docenti: Michele Prospero

Collaboratori: Francesco Marchianò

Testi d'esame:

1. Un testo a scelta tra: M. Prospero, Filosofia del diritto di proprietà, I vol., Angeli; L. Ferrajoli, Diritto e ragione, Laterza.
2. Un testo a scelta tra M. Prospero, Filosofia del diritto di proprietà, vol. 2, Angeli; S. Cotta, I limiti della politica, Il Mulino.
3. Montesquieu, Lo spirito delle leggi, Mondadori oppure Utet o Rizzoli.





Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali

Docenti: Roberto Gritti

Testi d'esame: mancanti



Il Anno

Marketing Strategico- Mattiacci A.

Docenti: Mattiacci A.

Testi d'esame: mancanti



## Social media management

Docenti: Gianni Ciofalo - Stefano Epifani

Testi d'esame:

### PROGRAMMA D'ESAME PER GLI STUDENTI NON FREQUENTANTI

Il programma d'esame per gli studenti non frequentanti è costituito, oltre che dalle dispense e dal materiale didattico, da 3 testi:

1. S. Epifani (a cura di) Manuale di comunicazione on-line (disponibile tra i materiali didattici)
2. F. Comunello, "Social media e comunicazione d'emergenza", Guerini, 2014
3. Un volume o due articoli tratti dalle riviste indicate, a scelta dello studente:
  - A. Social media management
    - D. Chieffi, Social Media Relations. Comunicatori e communities, influencers e dinamiche sociali del Web. Le P.R. online nell'era di Facebook, Twitter e Blogger, Il Sole 24 ore, 2012
    - V. Cosenza, Social Media ROI, Apogeo, 2012
    - G. Di Fraia, Social media marketing - Manuale di comunicazione aziendale 2.0, Guido Di Fraia, Hoepli, 2011.
  - B. Internet Studies
    - M. Castells, "La nascita della società in rete", UBE (prima edizione 1996)
    - d. boyd "It's complicated. La vita sociale degli adolescenti sul web", Castelvecchi 2014
    - G. Boccia Artieri (a cura di) "Gli effetti sociali del web", Franco Angeli, 2015
    - S. Tosoni "Nuovi media e ricerca empirica. I percorsi metodologici degli internet studies", Vita e Pensiero, 2011
  - C. Articoli
    - Journal of CMC, [http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1083-61](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1083-61) (a scelta dello studente all'interno del numero monografico del JCMC sui Social Network Sites (ottobre 2007) o tra gli articoli pubblicati a partire dal 2013)
    - New media and society, Sage (articoli pubblicati a partire dal 2013: <http://nms.sagepub.com/>)
    - International Journal of Communication (articoli pubblicati a partire dal 2013: <http://ijoc.org/index.php/ijoc>)
    - First Monday (selezionando gli articoli pubblicati a partire dal 2013: <http://www.firstmonday.org/>)
    - Information, Communication and society (articoli pubblicati a partire dal 2013: <http://www.tandf.co.uk/journals/rics>)

N.B.

Nel corso delle lezioni verranno indicati ulteriori testi o articoli a scelta

### PROGRAMMA D'ESAME PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI

Il programma d'esame per gli studenti frequentanti, oltre che dalle dispense e dal materiale didattico, è costituito da:

1. S. Epifani (a cura di) Manuale di comunicazione on-line (disponibile tra i materiali didattici)
2. la realizzazione dei project work definiti nel corso delle lezioni e concordati con i docenti



Strategie di comunicazione per pubbliche amministrazioni e no profit

Docenti: Raffaele Lombardi

Collaboratori: Diego Vaggi

Testi d'esame:

Studenti frequentanti:

- 1) G. Peruzzi e A. Volterrani, La comunicazione sociale, Manuale per le organizzazioni non profit, Laterza 2016
- 2) G. Peruzzi, Fondamenti di comunicazione sociale. Media, diritti, solidarietà, Carocci, 2011.
- 3) materiali forniti e consigliati durante le attività di aula.

Studenti NON frequentanti:

- 1) G. Peruzzi e A. Volterrani, La comunicazione sociale, Manuale per le organizzazioni non profit, Laterza 2016
- 2) G. Peruzzi, Fondamenti di comunicazione sociale. Media, diritti, solidarietà, Carocci, 2011
- 3) un testo concordato con la docente (scrivendole preventivamente almeno un mese prima della prova)



## Comunicazione, advocacy, consumo responsabile

Docenti: Marco Binotto

Testi d'esame:

Persone iscritte al corso di laurea in Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni, non frequentanti:

1. Voce. Un testo a scelta tra:

M. Binotto, *Comunicazione sociale 2.0*, Roma, Edizioni Nuova Cultura, 2010

Nick Couldry, *Dare Voce. Cultura e politica oltre il neoliberalismo*, Brescia, La Scuola, 2013.

2. e 3. Campagne. Due testi a scelta tra:

Cristiano Caltabiano (a cura di), *Pressione e consenso. Ricerca sulle reti europee dell'associazionismo*, Roma, Carocci, 2007.

D. Cavazza (a cura di) *Campagne per le Organizzazioni Non Profit. 7 regole per i manager del cambiamento*, Bologna, EMI, 2006

L. Chouliaraki, *Lo spettatore ironico. La solidarietà nell'epoca del post-umanitarismo*, Milano, Mimesis 2014

J. Earl and K. Kimport, *Digitally Enabled Social Change. Activism in the Internet Age*, Cambridge, MA: MIT Press, 2011

R. Marini (a cura di), *Altri flussi. La comunicazione politica della società civile*, Guerini Scientifica, 2013. (ad eccezione dei capp. 5 e 10)

Michele Micheletti, *Critical Shopping. Consumi individuali e azioni collettive*, Milano, Franco Angeli, 2010

R. Polillo, (2014) *Il no profit sul web*, Maggioli Editore, Roma

Chris Rose, *How to Win Campaigns: Communications for Change*, Routledge (2° edition), 2010.

Charlotte Ryan, *Prime Time Activism: Media Strategies for Grassroots Organizing*, South End Press, 1999.

M. Binotto, N. Santomartino, *Manuale dell'identità visiva per le organizzazioni non profit*, Logo Fausto Lupetti Editore, Milano 2012.

M. Scavi, Laurence E. Susskind, *Confronto creativo: dal diritto di parola al diritto di essere ascoltati*, Milano, Et-al Edizioni, 2011

Raccontare il volontariato (a cura di Andrea Volterrani) "I Quaderni Cevot", n. 29, Firenze 2006.

4 Esperienze. Lettura di un testo a scelta tra:

Marco Bersani, *Come abbiamo vinto il referendum. Dalla battaglia per l'acqua pubblica alla democrazia dei beni comuni*, Roma, Edizioni Alegre 2011

Manuel Castells, *Reti di indignazione e speranza : movimenti sociali nell'era di internet*, Milano, Università Bocconi, 2012.

The Yes Men. *Il potere è nudo Come smascherarlo prendendolo in giro*, Sonda 2007.

Tim Jordan, *Azione diretta: le nuove forme della disobbedienza radicale*, Milano Elèuthera, 2003.

Kalle Lasn, *Culture Jam. Manuale di resistenza del consumatore globale*, Mondadori, 2004.

Tavolo RES (a cura di), *Un'economia nuova, dai Gas alla zeta*, Altreconomia Edizioni, Milano, 2013.

Tavolo RES (a cura di), *Il capitale delle relazioni. Cinquanta storie che raccontano come nasce un Gas, una "filiera corta" o un Distretto di economia solidale*, Altreconomia Edizioni, Milano, 2010.

Sara Picardo, *Net @t Work, storie di lotte di uomini e donne in Rete*, Ediesse edizioni, Roma, 2011.

Persone iscritte al corso di laurea in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa, non frequentanti:



1 Un testo a scelta tra:

Michele Micheletti, *Critical Shopping. Consumi individuali e azioni collettive*, Milano, Franco Angeli, 2010

M. Binotto, *Comunicazione sociale 2.0 Reti, non profit, partecipazione*, Roma, Edizioni Nuova Cultura, 2010

2 Consumi. Un testo a scelta tra:

Partecipazione politica e denaro, a cura di Francesca Forno, Simone Tosi, in "Partecipazione e confitto". Fascicolo 3/2009

Tavolo RES (a cura di), *Un'economia nuova, dai Gas alla zeta*, Altreconomia Edizioni, Milano, 2013.

Tavolo RES (a cura di), *Il capitale delle relazioni. Cinquanta storie che raccontano come nasce un Gas, una "filiera corta" o un Distretto di economia solidale*, Altreconomia 2010.

Michele Bernelli, Giancarlo Marini, *L'altra spesa. Consumare come il mercato non vorrebbe*, Edizioni Ambiente 2010.

3 Campagne. Un testo a scelta tra:

Cristiano Caltabiano (a cura di), *Pressione e consenso. Ricerca sulle reti europee dell'associazionismo*, Roma, Carocci, 2007.

D. Cavazza (a cura di) *Campagne per le Organizzazioni Non Profit. 7 regole per i manager del cambiamento*, Bologna, EMI, 2006

L. Chouliarakis, *Lo spettatore ironico. La solidarietà nell'epoca del post-umanitarismo*, Milano, Mimesis 2014

J. Earl and K. Kimport, *Digitally Enabled Social Change. Activism in the Internet Age*, Cambridge, MA: MIT Press, 2011

Chris Rose, *How to Win Campaigns: Communications for Change*, Routledge (2° edition), 2010.

4 Esperienze. Lettura di un testo a scelta tra:

Marco Bersani, *Come abbiamo vinto il referendum. Dalla battaglia per l'acqua pubblica alla democrazia dei beni comuni*, Roma, Edizioni Alegre 2011

*The Yes Men. Il potere è nudo Come smascherarlo prendendolo in giro*, Sonda 2007.

Tim Jordan, *Azione diretta: le nuove forme della disobbedienza radicale*, Milano Elèuthera, 2003.

Kalle Lasn, *Culture Jam. Manuale di resistenza del consumatore globale*, Mondadori, 2004.



## Sistemi Politici e istituzionali

Docenti: Diletti M.

Testi d'esame:

Per gli studenti frequentanti

- A. Mastropaolo, La democrazia è una causa persa? Paradossi di un'invenzione perfetta, Bollati Borlinghieri, Torino, 2011
- I. Insolera, Roma Moderna. Da Napoleone I al XXI secolo, Einaudi, Torino, 2011
- E. D'Albergo, G. Moini, Il regime dell'Urbe. Politica, economia e potere a Roma, Carocci, Roma, 2015

Per gli studenti non frequentanti:

- A. Mastropaolo, La democrazia è una causa persa? Paradossi di un'invenzione perfetta, Bollati Borlinghieri, Torino, 2011
- E. D'Albergo, G. Moini, Il regime dell'Urbe. Politica, economia e potere a Roma, Carocci, Roma, 2015
- I. Insolera, Roma Moderna. Da Napoleone I al XXI secolo, Einaudi, Torino, 2011
- G. Pagnotta, Sindaci a Roma. Il governo della Capitale dal dopoguerra a oggi, Donzelli, Roma, 2006



## Laboratorio tesi di laurea e orientamento al lavoro

Docenti: Cristina Sofia

Testi d'esame:

### TESTI OBBLIGATORI

Il colloquio finale di idoneità punterà ad accertare l'apprendimento dei temi trattati negli incontri, in base al seguente programma:

- 1) Mario Morcellini (a cura di), La cultura della tesi. Guida alla tesi di laurea e alla redazione-testi, Pensa Multimedia, Lecce, 2008;
- 2) materiali didattici delle lezioni;
- 3) Project work (progetto di tesi; CV Europass; Portfolio delle competenze).

### BIBLIOGRAFIA AGGIUNTIVA:

- Morcellini M., Faccioli F., Mazza B. (a cura di), Il progetto comunicazione alla sfida del mercato, Franco Angeli, Milano, 2014.
- Amadori A., Come preparare il curriculum vincente, Giunti, Firenze, 2009.
- Cerruti Massimo, Cini Monica, Introduzione elementare alla scrittura accademica, Laterza, Bari, 2007;
- Eco Umberto, Come si fa una tesi di laurea. Le materie umanistiche, Bompiani, Milano, 2003 (1977);
- Giovagnoli M., Come si fa una tesi di laurea con Internet e il Web, Tecniche Nuove, Milano, 2009.
- Rolando Stefano (a cura di), Preparare e scrivere la tesi in Scienze della Comunicazione, Sansoni, Firenze, 2001;
- SOUL-Orienta, Collana Quaderni - Strumenti per la ricerca attiva del lavoro, Nuova Cultura, Roma, 2010 (scaricabili da <[www.jobsoul.it](http://www.jobsoul.it)>).





## Gestione e comunicazione degli eventi

Docenti: Barbara Mazza

Testi d'esame:

### PROGRAMMA PER STUDENTI NON FREQUENTANTI

1. Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Vivalda C., Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione, Franco Angeli, Milano, 2005
2. Bassi A., Tagliafico M., Il valore strategico della comunicazione nel project management. Dal piano di gestione, ai report, alla chiusura del progetto, Franco Angeli, Milano 2007
3. Un testo a scelta fra: Cherubini S., Bonetti E., Iasevoli G., Resciniti R., Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici, esperienziali e territoriali, Franco Angeli 2012 oppure Sorrentini A., Il business degli eventi sportivi: aspetti strategici ed operativi, Giappichelli, Torino, 2010, oppure Cercola E., Izzo F., Bonetti E., Eventi e strategie di marketing territoriale. I network, gli attori e le dinamiche relazionali, Franco Angeli 2010
4. Un articolo sui temi della gestione di eventi tratto da testi e/o riviste scientifiche internazionali a scelta dello studente e da concordare con il docente.

### PROGRAMMA PER STUDENTI FREQUENTANTI

Oltre al materiale didattico d'aula [scaricabile dalla webcattedra] fornito dal docente, il programma d'esame prevede:

1. Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Vivalda C., Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione, Franco Angeli, Milano, 2005
  2. Un testo a scelta fra: Cherubini S., Bonetti E., Iasevoli G., Resciniti R., Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici, esperienziali e territoriali, Franco Angeli 2012 oppure Sorrentini A., Il business degli eventi sportivi: aspetti strategici ed operativi, Giappichelli, Torino, 2010, oppure Cercola E., Izzo F., Bonetti E., Eventi e strategie di marketing territoriale. I network, gli attori e le dinamiche relazionali, Franco Angeli 2010, oppure Bassi A., Tagliafico M., Il valore strategico della comunicazione nel project management. Dal piano di gestione, ai report, alla chiusura del progetto, Franco Angeli, Milano 2007
  3. Un articolo sui temi della gestione di eventi tratto da testi e/o riviste scientifiche internazionali a scelta dello studente e da concordare con il docente.
  4. Realizzazione di un project work che verrà definito in aula durante il corso.
- Altri testi in alternativa potranno essere comunicati durante il corso.

Report 5: Post-Games Evaluation Meta-Evaluation of the Impacts and Legacy of the London 2012 Olympic Games and Paralympic Games S

Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport Evaluating the perceived social impacts of hosting large-

GETZ Event Tourism

John Horne and Wolfram Manzenreiter An introduction to the sociology of sports mega-event

Learning and knowledge transfer processes in a mega-events context Learning and knowledge transfer processes in a mega-events c

Martin Müller and Chris Steyaert 10. The geopolitics of organizing mega-events

Olympic Boomtown: The Social Impacts of ... Olympic Boomtown: The Social Impacts of a One-Time Mega-Event in Utah's Heber Valle



Robert Baumann and Victor Matheson Infrastructure Investments and Mega-Sports Events: Comparing the Experience of Developing a  
Strategic alliances in sport tourism Strategic alliances in sport tourism, by Kennelly, Toohey, 2014  
The effects of festival impacts The effects of festival impacts on support intentions based on residents' ratings of festival p  
Urban Tourism Research Urban tourism research. Recent progress and current paradoxes, by Ashworth, J. Page, 2010  
Visitor attractions and events Visitor attractions and events Responding to seasonality, by Connell, J. Page, Meyer, 2014  
What makes an event a mega-event What makes an event a mega-event? Definitions and sizes, by Martin Müller, 2014  
Yawei Chen, Marjolein Spaans MEGA-EVENT STRATEGY AS A TOOL OF URBAN TRANSFORMATION: SYDNEY'S EXPERIENCE



## Marketing Strategico- Sfodera F.

Docenti: Fabiola Sfodera

Testi d'esame:

Programma studenti frequentanti:

1) Mattiacci A. e Pastore A., Marketing, Hoepli 2013 - Parti V, VI e VII

2) articoli a scelta: 2 tra i seguenti. Gli articoli sono reperibili in full text all'interno delle banche dati di Sapienza (Ebsco e Proquest) dalla pagina <https://web.uniroma1.it/sbs/> (nella pagina in fondo a destra per l'accesso da casa) e dalla pagina <https://web.uniroma1.it/sbs/area-multidisciplinare> per il link rapido

- Achrol R.S, Kotler P. (2012), Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium. Journal of the Academic Marketing Science, N.40, pp. 35-52.

- Ardley B. (2011), Marketing theory and criticalphenomenology. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 29 N. 7, pp. 628-642.

- Johanson J., Vahlne J.E. (2011), Markets as networks: implications for strategy-making. Journal of the Academic Marketing Science (2011) N.39, pp. 484-491.

- Taylor A. R. (2014), Postmodernist and consumerist influences on information Consumption. Kybernetes Vol. 43 N. 6, pp. 924-934.

- Tsai S-p. (2011), Strategic relationship management and service brand marketing. European Journal of Marketing, Vol. 45 N. 7/8, pp. 1194-1213.

- Wilkie W.L., Moore E.S., (2012), Expanding our understanding of marketing in society. Journal of the Academic Marketing Science, N.40, pp. 53-73.

3) Un libro a scelta tra:

- Sfodera F. (2011). Turismi destinazioni e internet. Milano, Franco Angeli. Capitoli 2 e 3.

- Sfodera F. (2010). Il marketing esperienziale tra evoluzione e applicazione. Perugia, Morlacchi Editore.

Per gli studenti frequentanti è necessario aver svolto un project work.

Programma studenti non frequentanti:

1) Mattiacci A. e Pastore A., Marketing, Hoepli 2013 - TUTTO

2) articoli a scelta: 2 tra i seguenti. Gli articoli sono reperibili in full text all'interno delle banche dati di Sapienza (Ebsco e Proquest) dalla pagina <https://web.uniroma1.it/sbs/> (nella pagina in fondo a destra per l'accesso da casa) e dalla pagina <https://web.uniroma1.it/sbs/area-multidisciplinare> per il link rapido

- Achrol R.S, Kotler P. (2012), Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium. Journal of the Academic Marketing Science, N.40, pp. 35-52.

- Ardley B. (2011), Marketing theory and criticalphenomenology. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 29 N. 7, pp. 628-642.

- Johanson J., Vahlne J.E. (2011), Markets as networks: implications for strategy-making. Journal of the Academic Marketing Science (2011) N.39, pp. 484-491.

- Taylor A. R. (2014), Postmodernist and consumerist influences on information Consumption. Kybernetes Vol. 43 N. 6, pp. 924-934.



- Tsai S-p. (2011), Strategic relationship management and service brand marketing. *European Journal of Marketing*, Vol. 45 N. 7/8, pp. 1194-1213.
- Wilkie W.L., Moore E.S., (2012), Expanding our understanding of marketing in society. *Journal of the Academic Marketing Science*, N.40, pp. 53–73.

3) Un libro a scelta tra:

- Sfodera F. (2011). *Turismi destinazioni e internet*, Milano, Franco Angeli.
- Sfodera F. (2010). *Il marketing esperienziale tra evoluzione e applicazione*. Perugia, Morlacchi Editore.



## Metodologie qualitative per l'analisi della soddisfazione dell'utenza

Docenti: Giovanna Gianturco

Collaboratori: Stefano Agostini- Francesca Colella- Eugenia Porro- Bruno Spirito, Rossella Viola- Renato Cavallaro

Testi d'esame:

### STUDENTI FREQUENTANTI

1. Spirito B., *Le gemelle dizigotiche*, Liguori Editore, Napoli, 2008;
2. Gianturco G., *L'intervista qualitativa. Dal discorso al testo scritto*, Guerini, Milano 2005;
3. Colella F., *Focus group. Ricerca sociale e strategie applicative*, Franco Angeli, Milano, 2011;
4. Vincelli G., *Una comunità meridionale. Montorio Nei Frentani. Preliminari a un'indagine socio-culturale*, (a cura di Giovanna Gianturco), Bonanno Editore, Napoli, 201;
5. Cavallaro R., *LEXIKON (selezione di Lemmi) – Azione sociale, Biografia, Biogramma, Biografia comprensiva, Contesto, Cornice, Cronotopo, Documenti, Ermeneutica, Epistemologia, Etnografia, Fenomenologia, Griglia interpretativa, Gruppo, Interazionismo simbolico, Interpretazione, Memoria collettiva, Metodo biografico, Osservazione partecipante, Punto di vista, Ricerca-azione, Comunità, Ruolo, Tempo e spazio sociale, Studi di comunità, Testo, Vita quotidiana.*

### STUDENTI NON FREQUENTANTI

1. Spirito B., *Le gemelle dizigotiche*, Liguori Editore, Napoli, 2008;
2. Gianturco G., *L'intervista qualitativa. Dal discorso al testo scritto*, Guerini, Milano 2005;
3. Colella F., *Focus group. Ricerca sociale e strategie applicative*, Franco Angeli, Milano, 2011;
4. Vincelli G., *Una comunità meridionale. Montorio Nei Frentani. Preliminari a un'indagine socio-culturale*, (a cura di Giovanna Gianturco), Bonanno Editore, Napoli, 201;
5. Cavallaro R., *LEXIKON (selezione di Lemmi) – Azione sociale, Biografia, Biogramma, Biografia comprensiva, Contesto, Cornice, Cronotopo, Documenti, Ermeneutica, Epistemologia, Etnografia, Fenomenologia, Griglia interpretativa, Gruppo, Interazionismo simbolico, Interpretazione, Memoria collettiva, Metodo biografico, Osservazione partecipante, Punto di vista, Ricerca-azione, Comunità, Ruolo, Tempo e spazio sociale, Studi di comunità, Testo, Vita quotidiana;*
6. Cavallaro R., *Orizzonti della memoria, orizzonti del gruppo*, CieRre, Roma 2004.



## Partecipazione e Comunicazione Politica

Docenti: Paolo De Nardis

Testi d'esame:

La prova di esame è orale. I candidati saranno valutati sulla base degli appunti delle lezioni e dell'apprendimento critico dei testi *La nuova politica. Mobilitazioni, movimenti e conflitti in Italia* (a cura di Luca Alteri e Luca Raffini, EdISES, 2014) e *(In)sicurezze. Sguardi sul mondo neoliberale fra antropologia, sociologia e studi politici* (a cura di Ana Cristina Vargas, Javier González Díez e Stefano Pratesi, Nova Logos, 2014).