



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

Anno Accademico: 2017/2018

## Sommario

<i>I Anno</i> .....	2
<i>English for Business</i> .....	2
<i>Teorie dell'azione e della decisione</i> .....	3
<i>Comunicazione sociale e istituzionale. Laboratorio di progettazione e valutazione delle campagne di comunicazione</i> .....	4
<i>Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali</i> .....	5
<i>Teorie e pratiche della valutazione. Laboratorio di ricerca valutativa</i> .....	6
<i>Digital Marketing</i> .....	7
<i>II Anno</i> .....	8
<i>Relazioni Istituzionali e Responsabilità Sociale d'Impresa</i> .....	8
<i>Laboratorio tesi di laurea- Parziale F.</i> .....	9
<i>Sistemi politici e istituzionali</i> .....	10
<i>Filosofia delle istituzioni politiche</i> .....	11
<i>Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE</i> .....	12
<i>Metodologie qualitative per la valutazione della customer satisfaction</i> .....	13
<i>Social media management</i> .....	14
<i>Gestione e comunicazione degli eventi</i> .....	16
<i>Partecipazione e Comunicazione politica</i> .....	18
<i>Laboratorio Tesi di Laurea e Orientamento al lavoro – Sofia C.</i> .....	19
<i>Laboratorio Tesi di Laurea e Orientamento al Lavoro- Martino V.</i> .....	20
<i>Comunicazione, advocacy, consumo responsabile</i> .....	21



I Anno

English for Business

Docenti: Laura Ferrarotti Battino

Testi d'esame: mancanti



## Teorie dell'azione e della decisione

Docenti: Maurizio Bonolis - Carmelo Lombardo

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.



Comunicazione sociale e istituzionale. Laboratorio di progettazione e valutazione delle campagne di comunicazione

Docenti: Franca Faccioli - Fabrizio Martire

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. 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.
- 3..Peverini P. Social guerrilla. Semiotica della comunicazione non convenzionale, LUISS 2014
4. E. R. Lehmann Come si realizza una campagna pubblicitaria, Carocci ediz. 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



## Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali

Docenti: Gritti R.

Testi d'esame:

Il corso prevede una differenza di programma tra frequentanti e non frequentanti. Saranno considerati frequentanti gli studenti che abbiano seguito almeno i 2/3 delle lezioni ed elaborato e discusso durante il corso una tesina su temi concordati col docente.

### FREQUENTANTI

1. Un testo a scelta tra

- G. Mazzoleni, *La comunicazione politica* (terza edizione), il Mulino, Bologna, 2012

- R. Grandi, C. Vaccari, *si vincono le elezioni. Elementi di comunicazione politica*, Carocci, Roma, 2013

Come

2. R. Gritti, *Frammenti di Seconda Repubblica*, Edizioni Nuova Cultura, Roma, 2012

### NON FREQUENTANTI

Oltre ai due testi un terzo testo a scelta tra:

S. Bentivegna (a cura di), *Parlamento 2.0*, Franco Angeli, Milano, 2012

E. Cioni e A. Marinelli (a cura di), *Le reti della comunicazione politica*, Firenze University Press, Firenze, 2010



### Teorie e pratiche della valutazione. Laboratorio di ricerca valutativa

Docenti: Antonio Fasanella-Veronica Lo Presti

Testi d'esame:

Programma per gli studenti frequentanti:

1. M. Palumbo, 2001, Il processo di valutazione: decidere, programmare, valutare, Milano, Franco Angeli (capitolo 1 di Nicoletta Stame, Tre approcci principali alla valutazione: distinguere e combinare)
2. N. Stame, 2016, Valutazione pluralista, Milano, FrancoAngeli (Capitoli 1, 2, 4 e 11)
3. A. Fasanella, 2004a, Disegni sperimentali e quasi-sperimentali per la ricerca, Roma, Eucos (traduzione italiana di D.T. Campbell, J.C. Stanley, Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research, Boston, Houghton Mifflin Company, 1966)
4. N. Stame, 2007, Classici della valutazione, Milano, Franco Angeli

Un saggio a scelta dello studente, tra i seguenti:

Donald T. Campbell, Riforme come esperimenti;

Michael Scriven, Logica della valutazione e pratica della valutazione;

Egon G. Guba e Yvonna S. Lincoln, La valutazione di quarta generazione;

Jennifer G. Green, Valerie G. Caracelli e Wendy F. Graham, I metodi misti;

Carol H. Weiss, La valutazione basata sulla teoria: presente, passato, futuro;

Ray Pawson e Nick Tilley, Un'introduzione alla valutazione scientifica realistica

House E., Howe K., Valutazione e democrazia deliberativa

Un saggio sulla VQR 2011-2014 in corso di pubblicazione

Programma per gli studenti non frequentanti:

Il programma da studiare per sostenere l'esame come studente non frequentante è uguale a quello indicato per i frequentanti, con l'aggiunta dell'intero testo "Valutazione Pluralista" di Nicoletta Stame (che sopperisce al project work svolto nella parte laboratoriale dagli studenti frequentanti).



## Digital Marketing

Docenti: Carlo Nardello

Testi d'esame:

L'arte del marketing digitale, I. Dodson

Audience Marketing, O. Ambroso e M. Girelli

2 articoli in inglese tratti da riviste specialistiche, TBD



## Il Anno

### Relazioni Istituzionali e Responsabilità Sociale d'Impresa

Docenti: Stefano Scarcella Prandstraller

Collaboratori: Ferruccio Di Paolo, Vittoria Degli Angioli

Testi d'esame:

Stefano Scarcella Prandstraller (a cura di), "Relazioni istituzionali e sociologia relazionale. Una disciplina, una professione, un paradigma", con contributi di Stefano Scarcella Prandstraller, Ferruccio di Paolo, Maddalena Arzillo, Angela Marchese, Di Virgilio, Roma 2011.

Introduzione (pp. 11-26);

Capitolo III (pp. 103-137);

Capitolo V (pp. 171-196);

Capitolo VI (pp. 197- 214);

Capitolo VII (solo pp.215-246);

Capitolo VIII (pp.255- 277);

Capitolo X (pp. 325-375);

Capitolo XI (pp.376- 397);

Capitolo XII (pp.399-411);

Capitolo XIII (pp.413- 445);

Capitolo XIV (pp.447-464);

Capitolo XV (pp.465- 476);

Capitolo XVI (pp.477-493);

Capitolo XVII (pp.495- 528);

Capitolo XVIII (pp.529- 560);

Capitolo XX (pp. 583-604);

per un totale di pagine 359, compreso il capitolo sulle litigation PR.

Stefano Scarcella Prandstraller (a cura di), "Teorie e tecniche della responsabilità sociale d'impresa", con contributi di Stefano Scarcella Prandstraller, Biagio Caino, Valentina Cillo, Ferruccio di Paolo, Tiziana Landi, Di Virgilio, Roma 2013.

Introduzione (solo pp. 11-21);

Capitolo II (pp.57-77);

Capitolo III (pp.79-92);

Capitolo IV (pp.93-123);

Capitolo V (pp.125-152);

Capitolo VI (pp.153- 177);

Capitolo VII (pp.179-219);

Capitolo IX (pp.235-262);

Capitolo X (pp.263-278);

Capitolo XI (pp.279-308);

Capitolo XII (pp.309-334);

Capitolo XIII (pp.335-354);

Capitolo XV (pp.379-406)(\*);

Capitolo XVI (pp.407-430);

Capitolo XVII (pp. 431-443);

Capitolo XVIII (pp.445-451);

Capitolo XIX (pp. 453-471);

Capitolo XX (pp.473-486);

per un totale di pagine 331.

(\* ) Il Capitolo XV (di pp.27) è parte del Modulo di Relazioni Istituzionali





Laboratorio tesi di laurea- Parziale F.

Docenti: Fiorenzo Parziale

Testi d'esame:

Mario Morcellini (a cura di), La cultura della tesi. Guida alla tesi di laurea e alla redazione-testi, Pensa Multimedia, Lecce, 2008

Presentazione dei Project work richiesti (Progetto di tesi; CV Europass; Portfolio delle competenze)



## Sistemi politici e istituzionali

Docenti: Mattia Diletti

Testi d'esame:

- 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
- B. Dente, Le decisioni di policy, Il Mulino, Bologna, 2011



## Filosofia delle istituzioni politiche

Docenti: Michele Prospero

Collaboratori: Francesco Marchianò

Testi d'esame:

1. Marx, Critica della filosofia hegeliana del diritto pubblico, Editori Riuniti
2. Marx, Il 18 Brumaio di Luigi Bonaparte, Editori Riuniti
3. Un testo a scelta tra S. Cotta, I limiti della politica, Il Mulino; M. Prospero, La scienza politica di Gramsci, Bordeaux

Per i non frequentanti va aggiunto un quarto libro:

- L. Ferrajoli, Principia Juris, Laterza, vol. 1.



## Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE

Docenti: Paola Marsocci

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", Terza edizione, Giappichelli, 2017
2. Fabrizio POLITI, "Temi di diritto dell'Unione europea", Giappichelli, Terza edizione, 2017
3. Paola MARSOCCHI, "Consultazioni pubbliche e partecipazione popolare", dal fascicolo n. 1 del 2016 di Rassegna parlamentare, disponibile gratuitamente on line ([https://www.academia.edu/25260809/CONSULTAZIONI\\_PUBBLICHE\\_E\\_PARTECIPAZIONE\\_POPOLARE](https://www.academia.edu/25260809/CONSULTAZIONI_PUBBLICHE_E_PARTECIPAZIONE_POPOLARE))

ATTENZIONE: per chi non ha mai sostenuto esami in materie giuspubblicistiche (IUS/08 - IUS/09), i testi sono i seguenti due, 1. Mario Dogliani e Ilenia Massa Pinto, "Elementi di diritto costituzionale", Giappichelli, ultima edizione, 2017; 2. Paola MARSOCCHI, "Consultazioni pubbliche e partecipazione popolare", dal fascicolo n. 1 del 2016 di Rassegna parlamentare, disponibile gratuitamente on line ([https://www.academia.edu/25260809/CONSULTAZIONI\\_PUBBLICHE\\_E\\_PARTECIPAZIONE\\_POPOLARE](https://www.academia.edu/25260809/CONSULTAZIONI_PUBBLICHE_E_PARTECIPAZIONE_POPOLARE))

NB. Con gli studenti frequentanti, saranno concordate speciali modalità di esonero rispetto all'esame finale



## Metodologie qualitative per la valutazione della customer satisfaction

Docenti: Giovanna Gianturco

Collaboratori: Renato Cavallaro- Francesca Colella- Bruno Spirito

Testi d'esame:

1. Spirito B., *Le gemelle dizigotiche*, Liguori Editore, Napoli, 2008;
2. Gianturco G., *L'intervista qualitativa. Dal discorso al testo scritto*, Guerini, Milano 2005 (escluso ultimo capitolo);
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.*



## Social media management

Docenti: Stefano Epifani- Gianni Ciofalo

Testi d'esame:

### PROGRAMMA D'ESAME PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI

#### PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI CHE REALIZZANO IL PROJECT WORK:

1. Personal branding (lavoro individuale su Twitter)
2. Realizzazione di un blog ed elaborazione di una Social Media Strategy (lavoro di gruppo)
3. Dispense del corso e materiale didattico (compreso S.Epifani, A. Jacona, M. Paolillo, R. Lippi, Manuale di comunicazione politica on line, Edizioni Apes, 2011, scaricabile tra i materiali del corso)

#### PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI CHE NON REALIZZANO IL PROJECT WORK:

1. Personal branding (lavoro individuale su Twitter)
2. Dispense del corso e materiale didattico (compreso S.Epifani, A. Jacona, M. Paolillo, R. Lippi, Manuale di comunicazione politica on line, Edizioni Apes, 2011, scaricabile tra i materiali del corso)
3. Un testo a scelta tra:
  - V. Cosenza, Social Media ROI, Apogeo, 2012
  - G. Di Fraia, Social media marketing - Manuale di comunicazione aziendale 2.0, Guido Di Fraia, Hoepli, 2011.
  - F. Comunello, Networked sociability. Riflessioni e analisi sulle relazioni sociali (anche) mediate dalle tecnologie, Guerini Scientifica, 2010. Dallo studio di questo libro vanno escluse le pagine 136-156; 171-177; 183-188
  - S. Mulargia, Videogiochi. Effetti (sociali) speciali, Guerrini, 2016 ( capp. 1-2 e 4)

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

Il programma d'esame per gli studenti non frequentanti è costituito, oltre che dalle dispense del corso e dal materiale didattico, da 1 testo obbligatorio + 1 testo o due articoli a scelta dello studente:

1. Dispense del corso e materiale didattico (compreso S.Epifani, A. Jacona, M. Paolillo, R. Lippi, Manuale di comunicazione politica on line, Edizioni Apes, 2011, scaricabile tra i materiali del corso)
2. Un volume a scelta dello studente tratto da:
  - 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
  - F. Comunello "Social media e comunicazione d'emergenza", Guerini, 2014



3. Un volume a scelta dello studente tratto da:

- V. Cosenza, Social Media ROI, Apogeo, 2012
- G. Di Fraia, Social media marketing - Manuale di comunicazione aziendale 2.0, Guido Di Fraia, Hoepli, 2011.
- F. Comunello, Networked sociability. Riflessioni e analisi sulle relazioni sociali (anche) mediate dalle tecnologie, Guerini Scientifica, 2010. Dallo studio di questo libro vanno escluse le pagine 136-156; 171-177; 183-188
- S. Mulargia, Videogiochi. Effetti (sociali) speciali, Guerrini, 2016 ( capp. 1-2 e 4)

N.B.

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



## Gestione e comunicazione degli eventi

Docenti: Barbara Mazza

Collaboratori: Alessandra Palermo- Federico Pasquali- Federico Salsano

Testi di 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. Un testo a scelta fra: Bonetti, E., Cercola, R., Izzo, F., & Masiello, B., Eventi e strategie di marketing territoriale: Gli attori, i processi e la creazione di valore. FrancoAngeli, 2017; 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; Sorrentini A., Il business degli eventi sportivi: aspetti strategici ed operativi, Giappichelli, Torino, 2010; Mazza B., Giochi di retroscena. La comunicazione nel management sportivo, FrancoAngeli, Milano 2007.
- 3 e 4. Due articoli sui temi della gestione di eventi tratti da testi e/o riviste scientifiche internazionali a scelta dello studente e da concordare con il docente.

### PROGRAMMA PER STUDENTI FREQUENTANTI

1. Materiale didattico fornito dal docente
2. Un testo a scelta fra: Bonetti, E., Cercola, R., Izzo, F., & Masiello, B.; Eventi e strategie di marketing territoriale: Gli attori, i processi e la creazione di valore. FrancoAngeli, 2017; 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; Sorrentini A., Il business degli eventi sportivi: aspetti strategici ed operativi, Giappichelli, Torino, 2010; Mazza B., Giochi di retroscena. La comunicazione nel management sportivo, FrancoAngeli, Milano 2007.
3. Due articoli sui temi della gestione di eventi tratti 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.

### ALCUNE RIVISTE CONSULTABILI PER LA RICERCA DI SAGGI DI RECENTE PUBBLICAZIONE:

Per la scelta degli articoli si consiglia di consultare i numeri più recenti della rivista:

EVENT MANAGEMENT

o, in alternativa, una delle seguenti:

International Journal of Contemporary Hospitality Management

Journal of Hospitality and Tourism Management

Journal of Sport & Tourism,

Journal of Tourism Research & Hospitality

Leisure Studies

Public Relations Review





Articoli che possono essere portati all'esame senza la necessità di doverli concordare:

1. Ashworth G., Page S.J., Urban Tourism Research Urban tourism research. Recent progress and current paradoxes, *Tourism Management*, 2011
2. Blackman D., Benson A.M., Dickson T.J., Enabling event volunteer legacies: a knowledge management perspective *Event Management*, 2017
3. Buning, R. J., Gibson, H. J., The role of travel conditions in cycling tourism: implications for destination and event management. *Journal of Sport & Tourism*, 2016
4. Connell J., Page S.J., Meyer D., Visitor attractions and events Visitor attractions and events: Responding to seasonality, *Tourism Management*, 2015
5. Cope M.R., Flaherty J., Young K.D., Brown R.B., Olympic Boomtown: The Social Impacts of a One-Time Mega-Event in Utah's Heber Valley, *Sociological Spectrum*, 2015.(vale 2 saggi)
6. De Geus S., Richards G., Toepoel V., Conceptualisation and Operationalisation of Event and Festival Experiences: creation of an Event Experience Scale, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2016 – (vale 2 saggi)
7. Getz D., Event Tourism: Definition, evolution and research, *Tourism Management*, 2007-25 (vale come due saggi)
8. Gratton A., Raciti M., Gestz D., Andersson T.D., Resident Valuation of planned events: an event portfolio pilot study, *Event Management*, 2016
9. Kennelly M., Toohey K., Strategic alliances in sport tourism: National sport organisations and sport tour operators, *Sport Management Review*, 2014
10. Kim W., Jun H.M., Walker M., Drane D., Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport Evaluating the perceived social impacts of hosting large, *Tourism Management*, 2015
11. Müller M., What makes an event a mega-event? Definitions and sizes, *Leisure Studies*, 2015
12. Nufer G., Event Marketing and Attitude Changes, *Journal of International Business Research and Marketing*, 2016
13. Smith A., Brown G., Assaker G., Olympic Experiences: The significance of place, *Event Management*, 2017
14. Werner K., Dickson G., Hyde K.F., Learning and knowledge transfer processes in a mega-events context: the case of the 2011 Rugby World Cup, *Tourism Management*, 2015
15. Song Z., Xing L., Chathoth P.H., The effects of festival impacts on support intentions based on residents' ratings of festival performance and satisfaction: a new integrative approach, *Journal of Sustainable Tourism*, 2014. (vale 2 saggi)
16. Winkelmann S., Dickenson N.P., Souchon A., Lee N., Michaelidou N., Event marketing and event sponsorship: Can too much of a 'good' thing harm the brand?, *Loughborough University Institutional Repository*, 2016



## Partecipazione e Comunicazione politica

Docenti: Paolo De Nardis

Collaboratori: Luca Alteri

Testi d'esame:

Gli student\* non frequentanti sono tenuti a scegliere tre testi tra quelli presentati nella seguente lista:

C.A. Aguirre Rojas, EZLN e movimenti dal basso, Elementi Kairos, Roma, 2017.

L. Alteri e L. Raffini (a cura di), La nuova politica. Mobilitazioni, movimenti e conflitti in Italia, EdISES, Napoli, 2014.

M. Damiani, La sinistra radicale in Europa, Donzelli, Roma, 2016.

P. De Nardis (a cura di), Le città e la crisi. Quattro casi di globalizzazione urbana, Bordeaux Edizioni, Roma, 2015.

M. Dondi, L'eco del boato. Storia della strategia della tensione 1965 – 1974, Laterza, Bari – Roma, 2015.

O. Ovidi, Il rifiuto del lavoro, Bordeaux Edizioni, Roma, 2015.

I frequentanti possono scegliere due testi dalla lista suesposta, con l'aggiunta degli appunti presi a lezione.



Laboratorio Tesi di Laurea e Orientamento al lavoro – Sofia C.

Docenti: Cristina Sofia

Testi d'esame

- 1) Morcellini M. (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, scaricabili dalla webcattedra (pagina "Materiali")
- 3) Project work (CV Europass, Progetto di tesi, Portfolio)

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.jobssoul.it](http://www.jobssoul.it)>).

Rapporti di ricerca dell'Osservatorio Unimonitor ([www.unimonitor.it](http://www.unimonitor.it)).



Laboratorio Tesi di Laurea e Orientamento al Lavoro- Martino V.

Docenti: Valentina Martino

Testi d'esame:

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



Comunicazione, advocacy, consumo responsabile

Docenti: Marco Binotto

Testi d'esame:

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:

L'intero Fascicolo 3/2009, Partecipazione politica e denaro, a cura di Francesca Forno, Simone Tosi, della rivista "Partecipazione e confitto", pp. 5-122.

Luisa Leonini, Roberta Sassatelli, *Il consumo critico. Significati, pratiche e reti*, Laterza, 2008.

Roberta Paltrinieri, Stefano Spillare, *L'Italia del biologico. Un fenomeno sociale, dal campo alla città*, Edizioni Ambiente, Milano 2015.

Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green, *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, Milano 2013.

3. Esperienze. Lettura di un testo a scelta non già scelto nel punto 2 (consumi) o tra i seguenti:

Autonome a.f.r.i.k.a. gruppe, Luther Blisset Project, *Comunicazione-guerriglia. Tattiche di agitazione gioiosa e resistenza ludica all'oppressione*, Roma, DeriveApprodi 2002

M. Binotto, "Elettorato attivo. Media, strategie e risultati delle campagne della società civile organizzata per le Politiche 2013", *Mediascape Journal*, 3/2014, pp. 65-96 e M. Binotto "Reti immaginate. Media, ideologia e metafore organizzative delle azioni connettive", in *H-ermes. Journal of Communication*, N. 7, 2016, pp. 123-140.

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

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

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

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

Marco Chiara Carrozza, Emanuele Fantini (a cura di), *Si scrive acqua... Attori, pratiche e discorsi nel movimento italiano per l'acqua comune*, Torino, Accademia University Press, 2013.

Mark Dery *Culture Jamming. Hacking, Slashing, and Sniping in the Empire of Signs*, Open Magazine Pamphlet Series, Open Magazine, 1993.

Marilyn DeLaure, Moritz Fink, Mark Dery (eds) *Culture Jamming: Activism and the Art of Cultural Resistance*, NYU Press, 2017 (almeno un saggio)



Carducci, Vince. 2006. "Culture Jamming: A Sociological Perspective." *Journal of Consumer Culture* 6 (1): 116–38.

Chao Guo and Gregory D. Saxton, "Tweeting Social Change: How Social Media Are Changing Nonprofit Advocacy" in *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 2014 43: 57 DOI: 10.1177/0899764012471585

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

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

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. Un testo a scelta tra:

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

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

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

Henry Jenkins, Sam Ford, Joshua Green, *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, 2013

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

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

4 Esperienze. Lettura di un testo a scelta non già scelto nel punto 2 o tra i seguenti:

Autonome a.f.r.i.k.a. gruppe, Luther Blisset Project, *Comunicazione-guerriglia. Tattiche di agitazione gioiosa e resistenza ludica all'oppressione*, Roma, DeriveApprodi 2002

M. Binotto, "Elettorato attivo. Media, strategie e risultati delle campagne della società civile organizzata per le Politiche 2013", *Mediascape Journal*, 3/2014, pp. 65-96 e M. Binotto "Reti immaginate. Media, ideologia e metafore organizzative delle azioni connettive", in H-ermes. *Journal of Communication*, N. 7, 2016, pp. 123-140.

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

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

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. (in vendita)

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

Marco Chiara Carrozza , Emanuele Fantini (a cura di), *Si scrive acqua... Attori, pratiche e discorsi nel movimento italiano per l'acqua comune*, Torino, Accademia University Press, 2013.

Mark Dery *Culture Jamming. Hacking, Slashing, and Sniping in the Empire of Signs*, Open Magazine Pamphlet Series, Open Magazine, 1993.

Marilyn DeLaure, Moritz Fink, Mark Dery (eds) *Culture Jamming: Activism and the Art of Cultural Resistance*, NYU Press, 2017 (almeno un saggio)

Carducci, Vince. 2006. "Culture Jamming: A Sociological Perspective." *Journal of Consumer Culture* 6 (1): 116–38.



Chao Guo and Gregory D. Saxton, "Tweeting Social Change: How Social Media Are Changing Nonprofit Advocacy" in *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 2014 43: 57 DOI: 10.1177/0899764012471585

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

Frequentati.

1. Un testo a scelta tra:

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

Consigliato per persone iscritte a: *Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa*

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

Consigliato per persone iscritte a: *Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni*

2. Consegna e discussione del Paper/elaborato sulla base della ricerca o progetto realizzato durante il corso:

Comunicare l'economia solidale

Comunicare la cultura della diversità