



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

Anno Accademico: 2016/2017

## Sommario

<i>I Anno</i> .....	2
<i>Laboratorio di inglese specialistico - English for Business</i> .....	2
<i>Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali</i> .....	3
<i>Teorie e pratiche della valutazione</i> .....	4
<i>Laboratorio di ricerca valutativa</i> .....	5
<i>La comunicazione dei grandi temi sociali</i> .....	6
<i>Teorie dell'azione e della decisione</i> .....	7
<i>Digital marketing</i> .....	8
<i>II Anno</i> .....	9
<i>Marketing Strategico</i> .....	9
<i>Qualitative Methods for Customer Satisfaction</i> .....	10
<i>Relazioni istituzionali e responsabilità sociale d'impresa</i> .....	11
<i>Comunicazione, advocacy, consumo responsabile</i> .....	13
<i>Social Media Management</i> .....	15
<i>Gestione e comunicazione degli eventi</i> .....	17
<i>Sistemi politici e istituzionali</i> .....	19



I Anno

Laboratorio di inglese specialistico - English for Business

Docenti: Laura Ferrarotti Battino

Testi per la prova scritta e la prova orale.

Per gli studenti frequentanti:

Testo di base: W. Giordano, English for Business Communication, Fourth edition, Casa Editrice Egea, 2016.

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).



## Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali

Docenti: Roberto Gritti

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. R. Grandi, C. Vaccari, Come si vincono le elezioni. Elementi di comunicazione politica, Carocci, Roma, 2013
2. R. Gritti, Frammenti di Seconda Repubblica, Edizioni Nuova Cultura, Roma, 2012

### NON FREQUENTANTI

Oltre ai primi 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, 201



## Teorie e pratiche della valutazione

Docenti: Maria Stella Agnoli - Sergio Mauceri

Testi d'esame:

1. N. Stame, 2016, Valutazione pluralista, Milano, FrancoAngeli
2. C. Bezzi, 2010, Il nuovo disegno della ricerca valutativa, Milano, Franco Angeli (Capp. 1,2,3,4)
3. 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.

In aggiunta, per studenti non frequentanti: Materiali didattici prodotti nel corso dello svolgimento dell'insegnamento e disponibili sulla web cattedra



#### 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.



### La comunicazione dei grandi temi sociali

Docenti: Franca Faccioli - Fabrizio Martire

Collaboratori: Linda Manzone - Maddalena Rinaldi - 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. 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



## 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, «Conseguenzialismo 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.



## Digital marketing

Docenti: Andrea Rea

Testi d'esame:

PROGRAMMA FREQUENTANTI - 9 CFU

- Tuten, Solomon (2014) "Social Media Marketing . Post consumo , innovazione collaborativa e valore condiviso " Pearson.

- Materiale delle lezioni

PROGRAMMA FREQUENTANTI - 6CFU

- Tuten, Solomon (2014) " Social Media Marketing. Post consumo, innovazione collaborativa e valore condiviso" Pearson. ESCLUSA PARTE III.

- Materiale delle lezioni

PROGRAMMA NON FREQUENTANTI - 9 CFU

- Tuten, Solomon (2014) "Social Media Marketing. Post consumo, innovazione collaborativa e valore condiviso" Pearson.

- Vincenzo Cosenza "Social Media ROI", Apogeo Editore

PROGRAMMA NON FREQUENTANTE - 6CFU

- Tuten, Solomon (2014) "Social Media Marketing. Post consumo, innovazione collaborativa e valore condiviso" Pearson. ESCLUSA PARTE III

- Vincenzo Cosenza " Social Media ROI" , Apogeo Editore. Dal cap. 1 al cap. 5.





Il Anno

Marketing Strategico

Docenti: Rea A.

Testi d'esame: mancanti



## Qualitative Methods for Customer Satisfaction

Docenti: Giovanna Gianturco

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

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 (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.*

### 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



## Relazioni istituzionali e responsabilità sociale d'impresa

Docenti: Stefano Scarcella Prandstraller

Collaboratori: Ferruccio Di Paolo- Valentina Cillo - 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. 103-127);

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



## 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

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.

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

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

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

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

Francesca Forno e Paolo R. Graziano, Il consumo critico, Il Mulino, Bologna 2016.

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:

L'intero Fascicolo: *Partecipazione politica e denaro*, a cura di Francesca Forno, Simone Tosi, in "Partecipazione e confitto". 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.

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

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

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

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.



## Social Media Management

Docenti: Stefano Epifani - Gianni Ciofalo

Testi d'esame:

### PROGRAMMA STUDENTI SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI CHE REALIZZANO IL PROJECT WORK, IL PROGRAMMA D'ESAME È IL SEGUENTE:

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. Personal branding (lavoro individuale su Twitter)
3. Realizzazione di un blog ed elaborazione di una Social Media Strategy (lavoro di gruppo)

PER GLI STUDENTI FREQUENTANTI CHE NON REALIZZANO IL PROJECT WORK, IL PROGRAMMA D'ESAME È COSTITUITO DA:

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. Personal branding (lavoro individuale su Twitter)
3. Un volume a scelta dello studente tra i seguenti testi:
  - 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.

N.B. Ulteriori testi potrebbero essere indicati nel corso delle lezioni

PER GLI STUDENTI NON FREQUENTANTI IL PROGRAMMA D'ESAME È COSTITUITO DALLE DISPENSE, I MATERIALI DIDATTICI E 2 TESTI. IN PARTICOLARE:

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 tra i seguenti testi:
  - 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.
3. Un volume a scelta tra i seguenti testi:
  - M. Castells, "La nascita della società in rete", UBE (prima edizione 1996)
  - d. boyd "It's complicated. La vita sociale degli adolescenti sul web", Castelvechi 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
- S. Mulargia "Videogiochi. Effetti (sociali) speciali", Guerini, 2016
- 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

N.B. Ulteriori testi potrebbero essere indicati nel corso delle lezioni





## Gestione e comunicazione degli eventi

Docenti: Barbara Mazza

Collaboratori: Alessandra Palermo - Federico Pasquali - Federico Salsano

Testi d'esame:

### PROGRAMMA PER STUDENTI FREQUENTANTI

1. Materiale didattico d'aula fornito dal docente
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; Mazza B., Giochi di retroscena. La comunicazione nel management sportivo, FrancoAngeli, 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.

### PROGRAMMA PER STUDENTI NON FREQUENTANT

1. Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Vivalda C., Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione, Franco Angeli, Milano, 2005
- 2-3. Due testi 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; 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; Mazza B., Giochi di retroscena. La comunicazione nel management sportivo, FrancoAngeli, Milano 2007.
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.

Altri testi in alternativa potranno essere comunicati durante il corso.

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

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

Partecipazione e comunicazione politica

Docenti: Paolo De Nardis

Collaboratori: Luca Alteri

Testi d'esame:

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

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

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



## Sistemi politici e istituzionali

Docenti: Diletti M.

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