



Sommario

<i>I Anno</i> .....	2
<i>Social media management</i> .....	2
<i>Comunicazione, advocacy, consumo responsabile</i> .....	3
<i>International business (M-Z)</i> .....	4
<i>Brand Design - Laboratorio di progettazione dell'identità visiva</i> .....	5
<i>Sistema giuridico e mercato</i> .....	6
<i>Comunicazione per il management d'impresa (M-Z)</i> .....	7
<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata- Nardello C.</i> .....	8
<i>Relazioni Istituzionali e Responsabilità Sociale d'Impresa</i> .....	9
<i>International business (A-L)</i> .....	10
<i>Economia aziendale, bilancio, business plan</i> .....	11
<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata (M-Z)</i> .....	12
<i>Metodi statistici per le ricerche di mercato</i> .....	13
<i>Comunicazione per il management d'impresa (A-L)</i> .....	14
<i>II Anno</i> .....	17
<i>Analisi dell'opinione pubblica scelte di consumo e customer satisfaction (M-Z)</i> .....	17
<i>Semiotica della città e dei luoghi del consumo</i> .....	18
<i>Marketing avanzato- Mattiacci A.</i> .....	19
<i>Laboratorio Tesi di Laurea e Orientamento al Lavoro- Martino V.</i> .....	20
<i>Sistemi organizzativi complessi e Laboratorio sui processi e la cultura d'impresa (M-Z)</i> .....	21
<i>Laboratorio processi e cultura organizzativa di impresa (M-Z)</i> .....	22
<i>English for Business</i> .....	23
<i>Marketing Strategico- Sfodera F.</i> .....	24
<i>Laboratorio Tesi di Laurea- Scarcella S.</i> .....	25
<i>Sistemi organizzativi complessi. Trasformazioni del capitalismo e ruolo dei soggetti (A-L)</i> .....	26
<i>Laboratorio sui processi e la cultura organizzativa di impresa (A-L)</i> .....	27
<i>Psicologia dei consumi e della pubblicità</i> .....	28
<i>Analisi dell'opinione pubblica, scelte di consumo e customer satisfaction- (A-L)</i> .....	29



I Anno

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", 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
  - 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



Comunicazione, advocacy, consumo responsabile

Docenti: Marco Binotto

Testi d'esame: mancanti



International business (M-Z)

Docenti: Dezi L.

Testi d'esame: mancanti



## Brand Design - Laboratorio di progettazione dell'identità visiva

Docenti: Eduardo Salierno

Testi d'esame:

Testi consigliati per i frequentanti:

Gaetano Grizzanti, Brand Identikit. Trasformare un marchio in una marca, Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2011

Alberto Trussardi, Elementi di comunicazione visiva, Alberto Trussardi 2010 -

[www.webfandom.com](http://www.webfandom.com). Questo e-book è scaricabile dal seguente

link: <https://slimhunter.wordpress.com/2010/11/13/ebook-gratis-%E2%80%99Elementi-di-comunicazione-visiva%E2%80%99D-di-alberto-trussardi/>

Non frequentanti:

L. Minestrone, Il Manuale della Marca. Consumatore, Cultura e Società, Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2010 - Capitoli 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 15.

Gaetano Grizzanti, Brand Identikit. Trasformare un marchio in una marca, Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2011

Alberto Trussardi, Elementi di comunicazione visiva, Alberto Trussardi 2010 -

[www.webfandom.com](http://www.webfandom.com). Questo e-book è scaricabile dal seguente

link: [http://www.boorp.com/libri\\_gratis\\_pdf/libri\\_gratis\\_pdf/libri\\_gratis\\_tecnici\\_manuali/Elementi\\_di\\_comunicazione\\_visiva.pdf](http://www.boorp.com/libri_gratis_pdf/libri_gratis_pdf/libri_gratis_tecnici_manuali/Elementi_di_comunicazione_visiva.pdf)

Ricordiamo che il programma per gli studenti non frequentanti prevede la presentazione di un progetto di identità di marca, da concordare con la cattedra e da consegnare via email 10 giorni prima della data di appello (vedi Modalità di valutazione dell'apprendimento e prova d'esame).

Ricordiamo, inoltre, che la prova di esame può essere sostenuta anche in gruppi massimo 3 studenti.



## Sistema giuridico e mercato

Docenti: Messinetti R.

Testi d'esame:

- 1) P. Barcellona, Diritto privato e società moderna, Napoli, 1996;
- 2) S. Rodotà, Il diritto di avere diritti, Roma-Bari, 2012;
- 3) L. Rossi Carleo, Il diritto dei consumi, Torino, 2012

Lecture ragionate:

- 1) B. R. Barber, Consumati. Da cittadini a clienti, Torino, 2010;
- 2) K. Polany, La grande trasformazione, Torino, 2000



Comunicazione per il management d'impresa (M-Z)

Docenti: Valentina Martino - Andrea Rocchi

Testi d'esame:

- 1) Materiale didattico d'aula;
- 2) V. Martino, Dalle storie alla storia d'impresa. Memoria, comunicazione, heritage, Bonanno, Acireale-Roma, 2013;
- 3) M. Bettiol, Raccontare il Made in Italy. Un nuovo legame tra cultura e manifattura, Marsilio, Venezia, 2015;
- 4) J. E. Grunig, Paradigms of global public relations in an age of digitalisation, "Prism", No. 6 (Issue 2), 2009, ; o altro articolo/capitolo scientifico in lingua inglese concordato con la docente;
- 5) (per i frequentanti) Project work;  
(per i non frequentanti) E. Invernizzi, S. Romenti (a cura di), Relazioni pubbliche e corporate communication. Le competenze e i servizi di base – Vol. 1, McGraw-Hill, Milano, 2012, a esclusione delle pp. 189-244 e pp. 379-401.



Pubblicità e strategie di comunicazione integrata- Nardello C.

Docenti Carlo Nardello - Costanza Esclapon

Testi d'esame

Frequentanti:

Comunicazione integrata e PR: istruzioni per l'uso. Strategie, strumenti e tecniche nel secolo della trasparenza

23 gen. 2014

di Raoul Romoli Venturi, Cecilia Casalegno e Pasquale De Palma

Niente di più facile, niente di più difficile. Manuale (pratico) per la comunicazione

14 ott. 2010

di Stefano Lucchini e Gianni Di Giovanni

Non frequentanti :

Di Giovanni, Lucchini «Niente di più facile niente più difficile»

Venturi, Casaleggio, De Palma «Comunicazione integrata e Pr»;

Invernizzi – La comunicazione organizzativa Teoria Modelli e Metodologie





## Relazioni Istituzionali e Responsabilità Sociale d'Impresa

Docenti: Stefano Scarcella Prandstraller

Testi d'esame:

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

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

Entrambi i libri di testo si trovano alla Libreria Marino a via Salaria 121, vicino al Dipartimento CoRIS, ovvero possono essere ordinati presso la Sintesi Srl al seguente link:

<http://www.lasintesi.eu/collanasociologia.html>

Articolo di Porter M.E., Kramer M.R., Creare valore condiviso, in Harvard Business Review –Italia , n° 1/2, gennaio/febbraio 2011 (è scaricabile dalla sezione materiali della bacheca elettronica)



## International business (A-L)

Docenti: Filippo Reganati - Anna Rita Germani

Testi d'esame:

mbriani C., Pittiglio R. Reganati F. Economia Internazionale di base e Investimenti esteri, Giappichelli, Torino, (2014). Sono escluse dal programma le seguenti parti: par. 3.7 e 3.8; cap. 6; par. 7.2.2.2 e 7.5.3; par. 9.5; par. 10.5; par. 12.7 e 12.8; par. 13.3 e 13.7; par. 14.4 e 14.5

Per gli argomenti relativi alle ipotesi di interazione tra commercio internazionale e degrado ambientale si farà riferimento alle dispense a cura di Costantini V.(2005), Crescita economica, commercio internazionale e ambiente naturale: dinamiche e interazioni, disponibili all'indirizzo [http://host.uniroma3.it/facolta/economia/db/materiali/insegnamenti/610\\_4...](http://host.uniroma3.it/facolta/economia/db/materiali/insegnamenti/610_4...) I paragrafi oggetto di studio sono i seguenti: 1.1, 1.1.1, 1.2.1, 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3. La lettura della parte terza e della parte quarta è Ifacoltativa



Economia aziendale, bilancio, business plan

Docenti: Fulvio Pellegrini

Collaboratori: Luigi Rossetti - Riccardo Squillino - Mario Venezia

Testi d'esame:

Testi di esame di Economia Aziendale

VECCHIO/NUOVO ORDINAMENTO

Slide presenti sulla web cattedra;

Fulvio Pellegrini, Alessia Tiberi (a cura di), ECONOMIA E INNOVAZIONE. Indagini, rischi e opportunità, FrancoAngeli, Milano, 2016.

Enrico Cavalieri, Rosella Ferraris Franceschi "Economia Aziendale" vol.I Attività Aziendale e processi produttivi (a cura di Enrico Cavalieri) seconda Edizione. Giappichelli Editore – Torino.

BILANCIO BUDGET BUSINESS PLAN

Testi di esame di Bilancio, Budget e Business Plan

Slide presenti sulla web cattedra

Fulvio Pellegrini, Alessia Tiberi (a cura di), ECONOMIA E INNOVAZIONE. Indagini, rischi e opportunità, FrancoAngeli, Milano, 2016.

Enrico Cavalieri, Rosella Ferraris Franceschi "Economia Aziendale" vol.I Attività Aziendale e processi produttivi (a cura di Enrico Cavalieri) seconda Edizione. Giappichelli Editore – Torino

Codice Civile – Sezione IX del bilancio dall'art. 2423 all'art. 243bis;

- Pellegrini Fulvio:"Il Business Plan", Leone Editore Milano;

Pellegrini Fulvio:"Gli Indici di Bilancio. Uno strumento di analisi economico-finanziaria", ISEDI 2015; Dizionario di Economia e Gestione Aziendale, V edizione, Simone Editore.



## Pubblicità e strategie di comunicazione integrata (M-Z)

Docenti: Paola Panarese

Collaboratori: Monique Bukat - Chiara Landi - Cosimo Miraglia

Testi d'esame:

Corvi E., La comunicazione integrata di marketing. Teorie, strategie e politiche operative, Egea, Milano, 2012 (ebook).

Del testo non sono oggetto d'esame i capitoli 2, 5 e 12.

Panarese P., Quel che resta della pubblicità. La comunicazione di marketing nell'epoca post spot, Logo Fausto Lupetti, Bologna, 2010.

Ai non frequentanti è vivamente suggerita la lettura del testo:

Minestrone L., La pubblicità nonostante i mass media. Verso una comunicazione integrata di marca, Mondadori, Milano, 2011.



Metodi statistici per le ricerche di mercato

Docenti: Isabella Mingo

Testi d'esame:

1) A. De Luca, Le ricerche di Mercato. Guida pratica e teorica. Franco Angeli 2007 2)

2) De Lillo A.; Argentin G.; Lucchini M.; Sartis S.; Terraneo, M. Analisi Multivariata per le scienze sociali. Pearson Education 2007 (capp. 4,5,7)



## Comunicazione per il management d'impresa (A-L)

Docenti: Barbara Mazza

Testi d'esame:

PROGRAMMA PER STUDENTI NON FREQUENTANTI

1- Romoli Ventura R., Casalegno C., De Palma P., Comunicazione integrata e PR: istruzioni per l'uso, FrancoAngeli, Milano, 2014

2- Kreitner R., Kinicki A., Comportamento organizzativo, Apogeo, Milano, 2013

3- Un testo a scelta fra:

Prunesti A., Social enterprise 2.0. Modelli organizzativi e gestione dei social media per l'innovazione in azienda, FrancoAngeli, Milano, 2010 oppure Prunesti A., Social media e comunicazione di marketing. Presidiare la rete, costruire relazioni e acquisire clienti con gli strumenti del web 2.0, FrancoAngeli, Milano, 2013

4- Un testo a scelta fra: Martino V., Dalle storie alla storia d'impresa. Memoria, comunicazione, heritage, Bonanno Editore, Roma, 2013 oppure, Mazza B., Giochi di retroscena. La comunicazione nel management sportivo, FrancoAngeli, Milano 2007 oppure Faggiani Giuliano, Guida alla promozione turistica: la comunicazione delle località dei prodotti e delle occasioni, Cedam, Assago, 2011

5- Due articoli sui temi della comunicazione d'impresa tratti da testi e/o riviste scientifiche internazionali a scelta dello studente e da concordare con il docente.

PROGRAMMA PER STUDENTI FREQUENTANTI

1 – Romoli Ventura R., Casalegno C., De Palma P., Comunicazione integrata e PR: istruzioni per l'uso, FrancoAngeli, Milano, 2014

2- Un testo a scelta fra: Prunesti A., Social enterprise 2.0. Modelli organizzativi e gestione dei social media per l'innovazione in azienda, FrancoAngeli, Milano, 2010 oppure Prunesti A., Social media e comunicazione di marketing. Presidiare la rete, costruire relazioni e acquisire clienti con gli strumenti del web 2.0, FrancoAngeli, Milano, 2013

3- Un testo a scelta fra: Martino V., Dalle storie alla storia d'impresa. Memoria, comunicazione, heritage, Bonanno Editore, Roma, 2013 oppure, Mazza B., Giochi di retroscena. La comunicazione nel management sportivo, FrancoAngeli, Milano 2007 oppure Faggiani Giuliano, Guida alla promozione turistica: la comunicazione delle località dei prodotti e delle occasioni, Cedam, Assago, 2011, oppure Kreitner R., Kinicki A., Comportamento organizzativo, Apogeo, Milano, 2013

4- Due articoli sui temi della comunicazione d'impresa tratti da testi e/o riviste scientifiche internazionali a scelta dello studente e da concordare con il docente. 5- Realizzazione di un project work che verrà definito in aula durante il corso. Altri testi in alternativa potranno essere comunicati durante il corso.

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

A European Review

Academy of Management Journal

Academy of Management Review

American sociological Review

British Journal of Industrial Relations

British Journal of Management

Business and Management Sciences International Quarterly Review

Business Horizons



Communication Research  
Contemporary Accounting Research  
Corporate governance: An International Review  
Corporate Social Responsibility and Environmental Management  
Entrepreneurship: Theory & Practice  
European Journal of Communication  
Group & Organization Management  
Human Relations  
Human Resource Management  
Industrial Marketing Management  
International Business Review  
International Journal of Human Resource Management  
International Journal of Research in Marketing  
International Journal of Strategic Communication  
Journal of Accounting and Economics  
Journal of Accounting Research  
Journal of Business Research  
Journal of Communication  
Journal of Computer-Mediated Communication  
Journal of corporate Finance  
Journal of Information Systems  
Journal of Management  
Leadership & Organization Development Journal  
Organizational Processes and Performance. Management Science  
Review of Accounting Studies  
Social Science Computer Review  
Strategic Management Journal

#### BIBLIOGRAFIA AGGIUNTIVA

Ø Armostrong M., Strategic Human Resource Management. A guide to action, Kogen Page, Cambridge University Press, 2006 (scaricabile dalla sezione materiali, Ogni capitolo scelto vale come 1 articolo in inglese)

---

Suggerimenti per la scelta di 2 saggi/articoli in inglese per il programma d'esame

Ø Gîrboveanu S.R., Pavel S.M., How to manage a public relations crisis (scaricabile dalla sezione materiali, si può portare come 1 articolo in inglese)

Ø Treem J.W., Leonardi P.M., Social Media Use in Organizations. Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association, Yearbook 36, 2012 (scaricabile dalla sezione materiali. Se viene scelto, vale come 2 saggi inglese)

Ø A. Zerfass, D. Verčič, P. Verhoeven, A. Moreno, R. Tench, EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2015 (due capitoli valgono un saggio)

Ø Bostan I., Grosu V., Iancu E., The role and importance of economic and financial information in corporate governance, (scaricabile dalla sezione materiali, Si può portare come 1 articolo in inglese)

Ø Thomas O., Hermes B., Loos P, Reference Model-Based Event Mangement, International Journal Management Research, V.4, N.1, 2008 (scaricabile dalla sezione materiali, Si può portare come 1 articolo in inglese)

Mor Barak M.E., Managing Diversity. Toward a globally inclusive workplace, Sge publications , Usa, 2011 (chapter 10. scaricabile dalla sezione materiali. Si può portare come 1 articolo in inglese. Se si vuole scegliere un altro capitolo del libro, si può consultare anche in versione ebook Vai alla pagina )



Zerfass A., Moreno A., Tench R., Vercic D., Verhoeven P., European Communication Monitor 2013. A changing landscape. Managing cr

Armostrong M., Strategic Human Resource Management. A guide to action, Kogen Page, Cambridge University Press, 2006 (scaricabile

Bostan I., Grosu V., Iancu E., The role and importance of economic and financial information in corporate governance, (scaricabi

Gîrboveanu S.R., Pavel S.M., How to manage a public relations crisis (scaricabile dalla sezione materiali, si può portare come 1

Gîrboveanu S.R., Pavel S.M., How to manage a public relations crisis (scaricabile dalla sezione materiali, si può portare come 1

Mor Barak M.E., Managing Diversity. Toward a globally inclusive workplace, Sge publications , Usa, 2011 (chapter 10. Si può port

Thomas O., Hermes B., Loos P, Reference Model-Ba





Il Anno

Analisi dell'opinione pubblica scelte di consumo e customer satisfaction (M-Z)

Docenti: Pitrone M.

Testi d'esame: mancanti



### Semiotica della città e dei luoghi del consumo

Docenti: Isabella Pezzini

Collaboratori: Cristina Greco - Vincenza Del Marco - Riccardo Bertolotti

Testi d'esame:

Per i frequentanti, cui è riservata la verifica intermedia:

Vanni Codeluppi, Metropoli e luoghi del consumo, Milano-Udine, Mimesis, 2014

Alice Giannitrapani, Introduzione alla semiotica dello spazio, Roma, Carocci, 2013.

Isabella Pezzini, Semiotica dei nuovi musei, Bari-Roma, Laterza, 2011.

Gianfranco Marrone, Il discorso di marca, Bari-Roma, Laterza, 2007.

Per i non frequentanti il testo di Marrone va sostituito con: Ilaria Tani (a cura di), Paesaggi metropolitani, Macerata, Quodlibet, 2014.

Per chi non ha un modulo di Semiotica nel CV è inoltre obbligatorio:

Mariapia Pozzato, Capire la semiotica, Roma, Carocci, 2013

oppure

Gianfranco Marrone, Introduzione alla semiotica del testo, Bari-Roma, Laterza, 2011.

Bibliografia aggiuntiva

Isabella Pezzini, Pierluigi Cervelli, a cura, Scene del consumo: dallo shopping al museo, Roma, Meltemi, 2007, I parte (scaricabile dal sito [www.isabellapezzini.it](http://www.isabellapezzini.it))

Isabella Pezzini, Gianfranco Marrone (a cura) Senso e metropoli I e II, Roma, Meltemi.

Gianfranco Marrone, Figure di città. Spazi urbani e discorsi sociali, Milano-Udine, Mimesis, 2013.

Gaston Bachelard, Poetica dello spazio, Roma, Dedalo.



Marketing avanzato- Mattiacci A.

Docenti: Mattiacci A.

Testi d'esame: mancanti



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

Docenti: Valentina Martino

Collaboratori: Raffaele Lombardi

Testi d'esame:

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



### Sistemi organizzativi complessi e Laboratorio sui processi e la cultura d'impresa (M-Z)

Docenti: Renato Fontana -Andrea Rocchi - Ivetta Ivaldi

Collaboratori: Erika Nemmo - Maria Ausilia Mancini - Patrizia Cucchi

Testi d'esame:

Per gli studenti frequentanti i testi del corso delle lezioni sono:

- Fontana R., Complessità sociale e lavoro. La modernità di fronte al just in time, Roma, Carocci, 2013;
- Butera F., Il cambiamento organizzativo. Analisi e progettazione, Roma-Bari, Laterza, 2009 (in seguito a contatti occorsi di recente l'Editore mi ha assicurato che una ristampa sarà disponibile in libreria dal 10 febbraio);
- Materiali didattici presentati nel corso delle lezioni.

Gli studenti non frequentanti devono aggiungere il seguente testo:

- Mintzberg H., La progettazione dell'organizzazione aziendale, Bologna, il Mulino, 2005, dal cap. VII al cap. XIII.

Per il Laboratorio le letture consigliate sono:

- Di Gregorio R. La metodologia della Formazione Intervento, Milano, Impresa Insieme, 2010;
- H. Schein E.H., Cultura d'azienda e leadership Milano, Guerini e Ass., 2000.

L'esame relativo alla parte laboratoriale richiede un impegno operativo. Per questo anche gli studenti non frequentanti dovranno presentare, quindi, un project work. Il tema e l'obiettivo del progetto saranno concordati con i docenti, mentre per la sua elaborazione gli studenti potranno essere seguiti, eventualmente, anche on line. Il progetto dovrà essere consegnato almeno quattro giorni prima dell'appello per dare modo ai docenti di esaminarlo e valutarlo con i tempi giusti.



Laboratorio processi e cultura organizzativa di impresa (M-Z)

Docenti: Renato Fontana - Ivetta Ivaldi - Andrea Rocchi

Collaboratori: Maria Mancini

Testi d'esame: mancanti



## 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).



## 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.





Laboratorio Tesi di Laurea- Scarcella S.

Docenti: Stefano Scarcella Prandstraller

Testi d'esame:

Morcellini Mario (a cura di), "La cultura della tesi, guida alla tesi di laurea e alla redazione testi", Pensa Multimedia, collana Universus, Lecce, 2008.

Slides e altri materiali didattici che saranno pubblicati sulla presente bacheca.

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)>).

Nessun testo è a rigore obbligatorio, ma lo studente per conseguire l'idoneità dovrà aver predisposto correttamente i due Project Work e dimostrare di aver acquisito in modo sufficiente le competenze attese.



Sistemi organizzativi complessi. Trasformazioni del capitalismo e ruolo dei soggetti (A-L)

Docenti: Piera Rella

Collaboratori: Alfonso Gambacurta - Ludovica Rossotti

Testi d'esame:

1 testo: L. Gallino, Finanzcapitalismo. La civiltà del denaro in crisi, Einaudi 2011 (con particolare attenzione alle prime 2 parti)

2 testo H. Mintzberg, La progettazione dell'organizzazione aziendale, Bologna, Il Mulino, 1996.

3 testo: R. Cavarra, P. Rella, L. Rossotti, F. Bergamante, T. Canal, Il lavoro in crisi. Trasformazioni del capitalismo e ruolo dei soggetti, Aracne 2015

4 testo SOLO per chi non ha frequentato

Colin Crouch, Il potere dei giganti. Perché la crisi non ha sconfitto il neoliberismo. Laterza 2011

oppure P. Rella, R. Cavarra (a cura di), Uomini e donne nelle radio private a Roma. La passione del lavoro oltre la precarietà, FrancoAngeli 2011



Laboratorio sui processi e la cultura organizzativa di impresa (A-L)

Docenti: Patrizio Di Nicola

Testi d'esame:

1) P. Di Nicola, S. Rosati (a cura di), Visioni sul futuro delle organizzazioni. Persone e impresa nell'era della complessità, Guerini, 2009.

(solo III e IV parte per i frequentanti, completo per i non frequentanti)

2) Patrizio Di Nicola, Francesca della Ratta-Rinaldi, Ludovica Ioppolo, Simona Rosati, Storie precarie. Parole, vissuti e diritti negati della generazione senza, Ediesse, Roma, 2014.



## Psicologia dei consumi e della pubblicità

Docenti: Bruno Mazzara

Testi d'esame:

Il programma dell'esame da 9 CFU di Psicologia dei consumi e della pubblicità si compone di 4 testi: Olivero, Russo, Psicologia dei consumi, McGraw-Hill, Milano 2013 Sassatelli R., Consumo, cultura e società. Il Mulino, Bologna 2004 Bauman Z., Consumo, dunque sono. Laterza, Roma-Bari 2007 Franci M., Il senso del consumo. Bruno Mondadori, Milano 2007 I non frequentanti porteranno in aggiunta il testo Motterlini M. Economia emotiva, Rizzoli, Milano 2006.

Gli studenti degli anni accademici precedenti, che devono ancora sostenere l'esame nel formato di Psicologia e Semiotica dei consumi porteranno per il solo modulo di Psicologia il seguente programma: Olivero, Russo, Psicologia dei consumi, McGraw-Hill, Milano 2013; Codeluppi V. Manuale di sociologia dei consumi, Carocci 2008; Motterlini M. Economia emotiva, Rizzoli, Milano 2006. A questi andranno aggiunti i testi per il modulo di Semiotica, per il quale si rimanda alle cattedre dei prof. Pezzini o Cervelli a seconda del canale (AL oppure MZ)



Analisi dell'opinione pubblica, scelte di consumo e customer satisfaction- (A-L)

Docenti: Fabrizio Martire

Collaboratori: Serena Liani - Marco Palmieri

Testi d'esame:

M. C. Pitrone, 2009, Sondaggi e interviste. Milano: Franco Angeli