



Corso di Laurea: Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa (LM – 59)
Anno Accademico: 2016/2017

Sommario

<i>I Anno</i>	3
<i>Economia aziendale, bilancio, business plan</i>	3
<i>International business (M-Z)</i>	4
<i>Metodi statistici per le ricerche di mercato</i>	5
<i>Marketing Strategico (6 CFU)</i>	6
<i>Sistema giuridico e mercato: attività e comunicazione d'impresa</i>	7
<i>International Business (A-L)</i>	8
<i>Pubblicità e strategie di comunicazione integrata</i>	9
<i>Economia Aziendale, Bilancio, Business Plan</i>	10
<i>Comunicazione per il management d'impresa- Martino V.</i>	11
<i>Comunicazione per il management d'impresa- Stancati M.</i>	12
<i>Relazioni istituzionali e responsabilità sociale d'impresa</i>	13
<i>Comunicazione, advocacy, consumo responsabile</i>	14
<i>Comunicazione per il management d'impresa- Mazza B.</i>	16
<i>Social Media Management</i>	19
<i>II Anno</i>	20
<i>Laboratorio di Inglese specialistico</i>	20
<i>Laboratorio Tesi di Laurea e Orientamento al Lavoro- Martino V.</i>	21
<i>Analisi dell'opinione pubblica, scelte di consumo e customer satisfaction (A-L)</i>	22
<i>Laboratorio tesi di laurea- Scarcella S.</i>	23
<i>Analisi dell'opinione pubblica, scelte di consumo e customer satisfaction (M-Z)</i>	24
<i>Semiotica della città e dei luoghi del consumo 6 crediti</i>	25
<i>Semiotica della città e dei luoghi del consumo 9 crediti</i>	26
<i>Psicologia dei consumi e della pubblicità</i>	27
<i>Marketing avanzato</i>	28
<i>Sistemi organizzativi complessi (A-L)</i>	29
<i>Laboratorio sui processi e la cultura organizzativa di impresa (A-L)</i>	30
<i>Sistemi organizzativi complessi nella società dell'innovazione (M-Z)</i>	31
<i>Laboratorio sui processi e la cultura organizzativa di impresa (M-Z)</i>	32
<i>Marketing Strategico</i>	33



Laboratorio di inglese specialistico - English for Business.....34



I Anno

Economia aziendale, bilancio, business plan

Docenti: Antonio Staffa - Mario Venezia

Collaboratori: Riccardo Squillino - Luigi Rossetti- Ascanio Salvidio - Alessandro Caltagirone - Giacomo Sigillo - Mirella Zito - Francesco Rocchi

Testi d'esame:

Enrico Cavaliere, Rosella Ferraris Franceschi "Economia Aziendale" Vol. I, Attività aziendale e processi produttivi (a cura di Enrico Cavaliere) quarta edizione, Giappichelli Editore - Torino.

Codice Civile

Pellegrini Fulvio "Il Business Plan", Leone Editore Milano.

Pellegrini Fulvio "Gli indici di Bilancio. Uno strumento di analisi economico - finanziaria" ISEDI 2015.



International business (M-Z)

Docenti: Dezi L

Testi d'esame: mancanti



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.

Escludere:

- Cap.1: paragrafi 4 e 5
- Cap.2: paragrafo 10.4 quadri 4 e 5
- Cap.3: paragrafi 2.1, 2.2, 6, 8
- Cap.5 : paragrafi 3.2.1 e 3.2.2
- Cap.8 e Cap.9.

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)



Marketing Strategico (6 CFU)

Docenti: Fabiola Sfodera

Testi d'esame:

PROGRAMMA D'ESAME STUDENTI NON FREQUENTANTI

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

Un articolo accademico tra:

Davcik, N. & Sharma, P. (2016). Marketing resources, performance, and competitive advantage: A review and future research directions. *Journal of Business Research*, in press, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.169>

Rathore, A. K., Ilavarasan, P. V., & Dwivedi, Y. K. (2016). Social media content and product co-creation: an emerging paradigm. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 7-18.

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 dalle

pagine <http://search.proquest.com/docview/1762305482/fulltextPDF/E71536FF926E46...> e

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.169> per i link rapidi

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.

PROGRAMMA D'ESAME STUDENTI FREQUENTANTI

Mattiacci A. e Pastore A., Marketing, Hoepli 2013 - Parti V, VI e VII esclusi capitoli 18, 20, 22, 23, 24

Un articolo accademico tra:

Davcik, N. & Sharma, P. (2016). Marketing resources, performance, and competitive advantage: A review and future research directions. *Journal of Business Research*, in press, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.169>

Rathore, A. K., Ilavarasan, P. V., & Dwivedi, Y. K. (2016). Social media content and product co-creation: an emerging paradigm. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 7-18.

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 dalle

pagine <http://search.proquest.com/docview/1762305482/fulltextPDF/E71536FF926E46...> e

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.169> per i link rapidi

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



Sistema giuridico e mercato: attività e comunicazione d'impresa

Docenti: Messinetti R.

Collaboratori: Carlo Lo Vetro - Antonio Marino

Testi d'esame:

STUDENTI NON FREQUENTANTI:

1) P. Barcellona, Diritto privato e società moderna, Napoli, 1996;
capitoli: 3, 4, 7, 8 sezione II, 9,10, 11 sezione II, 12, 13.

2) S. Rodotà, Il diritto di avere diritti, Roma-Bari, 2012;
capitoli: 1- 9

In alternativa a Rodotà: L. Rossi Carleo, Il diritto dei consumi, Torino, 2012)

Inoltre, una a scelta tra le seguenti

Lecture ragionate: 1) B. R. Barber, Consumati. Da cittadini a clienti, Torino, 2010;

2) K. Polany, La grande trasformazione, Torino, 2000

STUDENTI FREQUENTANTI:

1. P. Barcellona, Diritto privato e società moderna cit.

capitoli: 3, 4, 6 paragrafi 1-5, 9, 10, 12, 13 sezione I

2. una lettura ragionata tra quelle sopra indicate

3. materiale eventualmente distribuito dal docente durante il corso



International Business (A-L)

Docenti: Filippo Reganati

Testi d'esame:

Imbriani 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



Pubblicità e strategie di comunicazione integrata

Docenti: Paola Panarese - Andrea Rea

Collaboratori: Cosimo Miraglia- Monique Bukat - Chiara Landi

Testi d'esame:

Per i frequentanti i testi d'esame sono due: 1. D'Amato F., Panarese P., Pubblicità e comunicazione integrata. Modelli, processi e contenuti, Carocci, Roma, in corso di stampa (o in alternativa Panarese P., Quel che resta della pubblicità. La comunicazione di marketing nell'epoca post spot, Logo Fausto Lupetti, Bologna, 2010) A. Brioschi, A. Uslenghi, White space. Idee non convenzionali sulla comunicazione, II edizione, Egea, Milano, 2015. Per i non frequentanti, oltre ai due testi già indicati, è vivamente suggerita la lettura del libro: Minestrone L., La pubblicità nonostante i mass media. Verso una comunicazione integrata di marca, Mondadori, Milano, 2011.



Economia Aziendale, Bilancio, Business Plan

Docenti: Fulvio Pellegrini

Collaboratori: Luigi Rossetti - Riccardo Squillino - Mario Venezia - Alessia Tiberi

Testi d'esame:

ECONOMIA AZIENDALE

Testi di esame di Economia Aziendale

VECCHIO/NUOVO ORDINAMENTO

Slide presenti sulla web cattedra;

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

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;

Pellegrini Fulvio: Economia ed innovazione. Franco Angeli, 2016

Dizionario di Economia e Gestione Aziendale, V edizione, Simone Editore.



Comunicazione per il management d'impresa- Martino V.

Docenti: Valentina Martino

Collaboratori: Raffaele Lombardi

Testi d'esame:

- 1) Materiale didattico d'aula (pubblicato sulla presente webcattedra e in quella relativa alla seconda parte del corso, a cura del Prof. Stancati);
- 2) V. Martino, Dalle storie alla storia d'impresa. Memoria, comunicazione, heritage, Bonanno, Acireale-Roma, 2013;
- 3) Un testo monografico a scelta fra:
 - M. Bettiol, Raccontare il made in Italy. Un nuovo legame tra cultura e manifattura, Marsilio, Venezia, 2015;
 - Cicerone, L'arte di comunicare, Oscar Mondadori;
 - B. Munari Fantasia, Editori Laterza;
- 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.



Comunicazione per il management d'impresa- Stancati M.

Docenti: Marco Stancati

Testi d'esame:

I testi sono gli stessi indicati dalla prof. Martino (vedere elenco sulla sua cattedra); per quanto riguarda quello monografico indicato al punto 3 dell'elenco, potete scegliere UNO di questi tre testi:

Marco Bettiol Raccontare il made in Italy, Marsilio editore

oppure

Bruno Munari Fantasia, Editori Laterza

oppure

Cicerone L'arte di comunicare, Oscar Mondadori



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. Chouliaraki, 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.



Comunicazione per il management d'impresa- Mazza B.

Docenti: Barbara Mazza

Collaboratori: Alessandra Palermo

Testi d'esame:

PROGRAMMA PER STUDENTI NON FREQUENTANTI

- 1- Mazzei A., *Strategia e management della comunicazione d'impresa. Relazioni e sense-making per gestire e competere*, FrancoAngeli, Milano, 2015
- 2- Kreitner R., Kinicki A., *Comportamento organizzativo*, Apogeo, Milano, 2015
- 3- Un testo a scelta fra: Prunesti A., *Social media e comunicazione di marketing: presidiare la Rete, costruire relazioni e acquisire clienti innovando l'esperienza utente*, FrancoAngeli, Milano, 2016, oppure Romoli Ventura R., Casalegno C., De Palma P., *Comunicazione integrata e PR: istruzioni per l'uso*, FrancoAngeli, Milano, 2014, oppure Martino V., *Dalle storie alla storia d'impresa. Memoria, comunicazione, heritage*, Bonanno Editore, Roma, 2013, oppure Prunesti A., *Social enterprise 2.0. Modelli organizzativi e gestione dei social media per l'innovazione in azienda*, FrancoAngeli, Milano, 2010
- 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.

PROGRAMMA PER STUDENTI FREQUENTANTI

- 1 – Dispense del corso
- 2- Un testo a scelta fra: Mazzei A., *Strategia e management della comunicazione d'impresa. Relazioni e sense-making per gestire e competere*, FrancoAngeli, Milano, 2015, oppure Kreitner R., Kinicki A., *Comportamento organizzativo*, Apogeo, Milano, 2015
- 3- 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.
- 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:

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

ARTICOLI CHE SI POSSONO SCEGLIERE SENZA DOVERLI CONCORDARE:

BOSTAN I., GROSU V., IANCU E., The role and importance of economic and financial information in corporate governance, 2009 (vale come 1 articolo)
DOLAN R. ET AL, Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective, 2015 (vale come 1 articolo)
ENGELBERG J.E. Y PARSONS C. (2011). The Causal Impact of Media in Financial Markets. Vale come 2 saggi
FEN LEE L.; HUTTON A.P. Y SHU S. (2015). The Role of Social Media in the Capital Market: Evidence from Consumer Product Recalls. Vale come 2 saggi
Gîrboveanu S.R., Pavel S.M., How to manage a public relations crisis, 2010 (vale come 1 articolo in inglese)
HUANG Y ET AL., A Structural Model of Employee Behavioral Dynamics in Enterprise Social Media, 2011 (vale come 2 saggi).
LEONARDI PM ET AL., Enterprise Social Media: Definition, History, and Prospects for the Study of Social Technologies in Organizations, 2013 (vale come 1 articolo)
LINKE A., ZERFASS A., Social media governance: regulatory frameworks for successful online communications, 2013 (vale come 1 articolo)
MAZZA B., La comunicación financiera responsable a través de Internet y de las redes sociales, 2015 (VALE COME 1 ARTICOLO)
MAZZA B., Estrategias de Gestión Humana 2.0: desde el employer branding a su reclutamiento y la retención, 2014 (vale come 2 saggi)
MOR BARAK M.E., Managing Diversity. Toward a globally inclusive workplace, Sge publications , Usa, 2011 (Vale come 1 articolo)
TREM J.W., LEONARDI P.M., Social Media Use in Organizations. Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association, Yearbook 36, 2012 (vale come 2 saggi)
ZERFASS A. ET AL., EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2016 (due capitoli valgono un saggio)

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, Sage publications , Usa, 2011 (chapter 10. Si può port



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



Il Anno

Laboratorio di Inglese specialistico

Docenti: Fabio Matassa

Testi d'esame:

Per la preparazione all'esame gli studenti dovranno utilizzare delle dispense che saranno disponibili presso Copy Net, via degli Irpini, 10/12 da lunedì, 6 marzo.

Per lo studio degli argomenti grammaticali si consiglia l'utilizzo del seguente testo:

Raymond Murphy, "Essential Grammar in Use", Cambridge University Press, Fourth edition.



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 magistrale; CV Europass; Portfolio delle competenze).



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

Docenti: Maria Concetta Pitrone

Collaboratori: Marco Palmieri - Serena Liani

Testi d'esame:

- Pitrone M. C. (2009) Sondaggi e interviste. Lo studio dell'opinione pubblica nella ricerca sociale. Milano: Angeli. Parti da studiare: cap. 1; cap. 2; cap. 3; parr. 4.1 e 4.2; cap. 6; cap. 7; parr. 10.5, 10.6, 10.7, 10.8; cap. 11.

- Liani S., Martire F. (2017) Pretest. Un approccio cognitivo. Milano: Angeli. Parti da studiare: tutto il volume tranne i parr. 2.1, 2.2, 2.3.

- Rogers R. (2016) Metodi digitali. Fare ricerca sociale con il web. Bologna: il Mulino. Parti da studiare: cap. 1, cap. 5, cap. 7, cap. 8.

I testi d'esame sopra indicati potrebbero subire lievi modifiche. Consultare la web-cattedra per eventuali aggiornamenti.



Laboratorio tesi di laurea- Scarcella S.

Docenti: Stefano Scarcella Prandstraller

Testi d'esame:

I materiali e le slides del corso.

Può essere necessario il ripasso di un manuale di metodologia della ricerca sociale.



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

Docenti: Fabrizio Martire

Collaboratori: Serena Liani - Marco Palmieri

Testi d'esame:

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



Semiotica della città e dei luoghi del consumo 6 crediti

Docenti: Isabella Pezzini

Testi d'esame:

Frequentanti

1. Vanni Codeluppi – Metropoli e luoghi del consumo, Milano-Udine, Mimesis, 2014 (pp.115)
2. Alice Giannitrapani – Introduzione alla semiotica dello spazio, Roma, Carocci, 2013 (pp. 150)
3. Paolo Peverini, Social guerrilla. Semiotica della comunicazione non convenzionale, Roma, LUISS University Press, 2014 a scelta con Trailer spot siti banner, le forme brevi della comunicazione audiovisiva, Roma, Meltemi, 2006.

Non frequentanti

1. Vanni Codeluppi – Metropoli e luoghi del consumo, Milano-Udine, Mimesis, 2014 (pp.115) a scelta con Isabella Pezzini – Semiotica dei nuovi musei, Roma-Bari, Laterza, 2011 (pp. 167)
2. Alice Giannitrapani – Introduzione alla semiotica dello spazio, Roma, Carocci, 2013 (pp. 150)
3. Jean-Marie Floch – Identità visive, Milano, Angeli.
4. Paolo Peverini, Social guerrilla. Semiotica della comunicazione non convenzionale, Roma, LUISS University Press, 2014 a scelta con Trailer spot siti banner, le forme brevi della comunicazione audiovisiva, Roma, Meltemi, 2006.

nel caso in cui non si fosse mai frequentato un corso di semiotica integrare con:
Maria Pia Pozzato, Capire la semiotica, Roma, Carocci, 2014.



Semiotica della città e dei luoghi del consumo 9 crediti

Docenti: Isabella Pezzini

Testi d'esame:

Frequentanti (con un modulo di semiotica superato alla Triennale)

- 1.Vanni Codeluppi – Metropoli e luoghi del consumo, Milano-Udine, Mimesis, 2014 (pp.115)
- 2.Alice Giannitrapani – Introduzione alla semiotica dello spazio, Roma, Carocci, 2013 (pp. 150)
- 3.Isabella Pezzini – Semiotica dei nuovi musei, Roma-Bari, Laterza, 2011 (pp. 167)
- 4.Isabella Pezzini, a cura - AA.VV. Roma in divenire fra identità e conflitti, Roma, Nuova Cultura, 2016 (5 saggi a scelta - almeno 1 per ogni parte del libro - oltre all'Introduzione, che serve da guida per comprendere i diversi contributi, di cui è necessario ricordare titolo e autore).

Modalità di esame

- a. tutto orale (1,2,3,4)
- b. esonero (1 e 2) + progetto + discussione orale
- c. esonero (1 e 2) + orale (3 e 4)

NON Frequentanti (con un modulo di semiotica superato alla Triennale)

- 1.Vanni Codeluppi – Metropoli e luoghi del consumo, Milano-Udine, Mimesis, 2014 (pp.115)
- 2.Alice Giannitrapani – Introduzione alla semiotica dello spazio, Roma, Carocci, 2013 (pp. 150)
- 3.Isabella Pezzini – Semiotica dei nuovi musei, Roma-Bari, Laterza, 2011 (pp. 167)
- 4.Isabella Pezzini, a cura - AA.VV. Roma in divenire fra identità e conflitti, Roma, Nuova Cultura, 2016 a scelta con Ilaria Tani, a cura, Paesaggi metropolitani, Macerata, Quodlibet, 2014.

E inoltre, per chi non ha nel curriculum un modulo di semiotica:

Maria Pia Pozzato, Capire la semiotica, Roma, Carocci, 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)



Marketing avanzato

Docenti: Mattiacci A.

Testi: mancanti



Sistemi organizzativi complessi (A-L)

Docenti: Piera Rella - Patrizio Di Nicola

Collaboratori: Ludovica Rossotti - Alfonso Gambacurta

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.

NB verificare sulla web cattedra di Patrizio di Nicola i testi per frequentanti e non

Esame l'esame ha un'unica verbalizzazione e quindi si svolge insieme per la parte relativa al corso e al Laboratorio



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 imprese 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.

(da studiare per l'esonero di dicembre per i frequentanti)



Sistemi organizzativi complessi nella società dell'innovazione (M-Z)

Docenti: Renato Fontana - Andrea Rocchi

Collaboratori: Patrizia Cucchi - Erika Nemmo

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

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.



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

Docenti: Andrea Rocchi

Testi d'esame:

Materiali e documenti diffusi durante le lezioni.



Marketing Strategico

Docenti: Rea A.

Testi d'esame: mancanti



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).

Testi per la prova scritta e la prova orale.