
Bibliografia

Nella bibliografia sono riportati i testi citati e utilizzati nei rispettivi capitoli, ed inoltre una scelta di letteratura disponibile per chi volesse approfondire con più ampi riferimenti i temi trattati.

Capitolo 1

- CALVI G., *"Dimentichiamoci del consumatore: l'appuntamento è con il cliente"*, in *Micro&Macro*, il Mulino, aprile 1992
- FABRIS G., *"Il nuovo consumatore: verso il post-moderno"*, FrancoAngeli, 2003
- KOTLER P., SCOTT W.G., *"Il marketing secondo Kotler"*, Il Sole 24 Ore, 1999
- KOTLER P., *"Marketing management"*, lse di
- MINESTRONI I., *"L'alchimia della marca"*, FrancoAngeli, 2002
- MINUTO P., VIAPIANA A., *"Il marketing per la nuova impresa"*, Camera di commercio di Torino, 2003
- STANTON W.J., VARALDO R., *"Marketing"*, il Mulino, 1986

Capitolo 2

- AA.VV., *"L'analisi transazionale"*, FrancoAngeli
- D'AMBRA M., *"Le nuove tecniche di comunicazione"*, De Vecchi Editore
- KOTLER P., *"Marketing management"*, lse di
- MORELLI M., *"La comunicazione d'impresa e la promozione d'immagine"*, FrancoAngeli
- TRUINI D., *"Guida alla comunicazione interpersonale e di gruppo"*, FrancoAngeli
- WILSON J.R., *"Marketing passaparola"*, FrancoAngeli

Capitolo 3

- BARBIERI G., LO MORO V., *"Utenti e P.A."*, Il Mulino, 1996
- CAVALLONE M., COLLEONI L., *"Il marketing degli enti locali"*, FrancoAngeli

Bibliografia

- CERASE F.P., *"Lineamenti di comunicazione pubblica"*, Carocci Editore, 1998
FEDELE M., *"Come cambiano le amministrazioni pubbliche"*, Editori Laterza
JACOBSON R., *"Le funzioni del linguaggio"*, Esculapio, 1986
LUHMANN N., *"Sistemi sociali"*, Il Mulino, 2000
MC LUHAN M., *"Gli strumenti del comunicare"*, Il Mulino, 1964
MELIS G., *"La burocrazia"*, Il Mulino, 1998
ROLANDO S., *"Un paese spiegabile"*, Etaslibri, 1998
WATZLAWICK P., BEAVIN J.H., JACKSON D.D., *"Pragmatica della comunicazione umana"*, Astrolabio, 1971
WOLF M., *"Teorie della comunicazione di massa"*, Bompiani Editore

Capitolo 4

- FABRIS G., *"La pubblicità, teorie e prassi"*, FrancoAngeli, 1994
GRASSI C., *"Sociologia della comunicazione"*, Bruno Mondadori
MOORE T.E., *"Subliminal Advertising: What You See Is What You Get"*, in *Journal of Marketing*, 1982
PACKARD V., *"I persuasori occulti"*, Einaudi, 1958
PAVLOV I.P., *"I riflessi condizionati"*, Boringhieri, 1966
SINGH J., *"Teoria dell'informazione – Linguaggio e cibernetica"*, EST, 1969
VALENTINI G., PENATI L. (a cura di), *"La pubblicità"*, FrancoAngeli, 1983

Capitolo 5

- BARTHES R., *"Elementi di semiologia"*, Einaudi, 1979
COTTICA A., FABBRI T., *"Il marketing virale: esperienze e lezioni dal mercato musicale"*, in *Economia&Management*, Etas, marzo 2004
ECO U., *"Opera aperta"*, Bompiani, 1962
ECO U., *"La struttura assente"*, Bompiani, 1968
GASKELL G., SEALY P., *"I gruppi sociali"*, Mondadori, 1980
HALEY R.I., *"Segmentazione per vantaggi"*, FrancoAngeli, 1991
KATONA G., *"L'uomo consumatore"*, Etas, 1964
KATZ E., LAZARSFELD P.F., *"Personal Influence. The Role Played by People in the Flow of Communication"*, The Free Press of Glencoe, 1955
KOTLER P., SCOTT W.G., *"Il marketing secondo Kotler"*, Il Sole 24 Ore, 1999
MC LUHAN M., *"Gli strumenti del comunicare"*, Garzanti, 1974
MERTON R.K., *"Teoria e struttura sociale"*, Il Mulino, 2000

Bibliografia

WILSON R., *"Demystifying Viral Marketing"*, solo on-line presso www.wilsonweb.com

WOLF M., *"Teorie delle comunicazioni di massa"*, Bompiani

Capitolo 6

BUELL V.P., *"Manuale di Marketing"*, FrancoAngeli, 1977

INGOLD P., *"Promotion des ventes et action commerciale"*, Vuibert, 1995

MC DERMOTT K. *"Managing growth – Bright Ideas: Keep the lines open"*, D&B Reports, 1984

PRATESI C.A., *"Il Marketing dei prodotti agroalimentari di marca"*, Sperling & Kupfer, 1997

Capitolo 7

STERLING A., *"Let five Ws and H of packaging Guide Marketers"*, Marketing News, 7 dicembre 1984

APPIANO A., *"Pubblicità, comunicazione, immagine"*, Zanichelli, 1998

KOTLER P., ALEXANDER G. *"Il "design" come strumento strategico. Così potente, così trascurato"*, in Journal of Business Strategy, autunno 1984

TOWNSON G., *"Leaders of the Packs"*, in Marketing (UK), agosto 1984

Capitolo 8

AAKER D., *"Brand Equity, La gestione del valore della marca"*, FrancoAngeli

FABRIS G., MINISTRONI L., *"Valore e valori della marca. Come costruire e gestire una marca di successo"*, FrancoAngeli, 2004

KOTLER P., SCOTT W.G., *"Il marketing secondo Kotler"*, Il Sole 24 Ore, 1999

ROGGERO G.A. (a cura di), *"Le Relazioni Pubbliche"*, FrancoAngeli, 1983

Capitolo 9

BERNE E., *"A che gioco giochiamo?"*, Bompiani

BIRKENBINHL V.F., *"L'arte di intendersi"*, FrancoAngeli

BIRKENBINHL V.F., *"Segnali del corpo"*, FrancoAngeli

Bibliografia

- FORSYTH P., *"Come comunicare in modo convincente ed essere abili negoziatori"*, FrancoAngeli
- GOLDMANN H., *"Come convincere la gente – La comunicazione al servizio del manager"*, FrancoAngeli
- LAKE R.A., *"Strumenti essenziali per far valere le vostre idee"*, FrancoAngeli
- WATZLAWICK P., BEAVIN J.H., JACKSON D.D., *"Pragmatica della comunicazione umana"*, Astrolabio, 1971

Capitolo 10

- CALIGIURI M., *"Lineamenti di comunicazione pubblica"*, Rubettino Editore
- FACCIOLI F., *"Comunicazione pubblica e cultura del servizio"*, Carocci Editore, 1994
- INVERNIZZI E., *"Relazioni pubbliche"*, McGraw Hill
- KOTLER P., *"Al servizio del pubblico"*, Etaslibri, 1975
- MANCINI P., *"Manuale di comunicazione pubblica"*, Editori Laterza, 1996
- PIROVANO F., *"La comunicazione persuasiva"*, De Vecchi Editore
- PITASI A., *"Comunicazione strategica"*, Esculapio, 1997
- ROBBIANI D., *"Come organizzare una conferenza"*, Il Caffè, periodico quindicinale della Svizzera italiana
- ROVINETTI A., *"Diritto di parola"*, Edizioni Il Sole 24 ore, 2000
- ROVINETTI A., *"L'informazione e la città"*, FrancoAngeli, 1992

Capitolo 11

- KOTLER P., ARMSTRONG G., SAUNDERS J., WONG V., *"Principi di marketing"*, Iseidi
- SEIWERT L.J., *"Gestisci il tuo tempo?"*, FrancoAngeli
- SPIEGEL J., TORRES C., *"Lavorare in team: guida ufficiale del manager"*, FrancoAngeli
- ZIARELLI L., *"Prove di volo – L'intelligenza emotiva in azione"*, Fazi
- ZIARELLI L., GIOIA V., *"Smile manager – Le nuove frontiere del manager emozionale tra racconti, canzoni, ragione e sentimento"*, Fazi

Bibliografia

Capitoli 12, 13 e 14

- AA.VV., *"Quaderni di marketing diretto"*, Sarin, 1987-1990
- CUFFARO V., RICCIUTO V., *"La disciplina del trattamento dei dati personali."*, Giappichelli, 1998
- FERRANDI L., BACCHIANI L., *"Tecniche di sperimentazione e di misurazione nel Marketing Diretto"*, Sarin, 1987
- IMPERIALI R., R., *"Commentario al testo unico privacy"*, Edizioni Il Sole 24 ore, 2004
- IMPERIALI R., R., *"La tutela dei dati personali"*, Edizioni Il Sole 24 ore, 1997
- IMPERIALI R., R., *"La tutela della privacy in azienda"*, Edizioni Il Sole 24 ore, 1998
- RAMETTO U., *"La tutela dei dati personali"*, Edizioni EPC, 1997
- STONE B., *"Metodi di successo del marketing diretto"*, Sarin, 1988
- VOGELE S., *"Metodo dialogo"*, Sarin, 1988
- WILMSHURST J., *"La promozione delle vendite"*, FrancoAngeli, 1994

Capitoli 15 e 16

- CHIONETTI G., *"Il telemarketing"*, Edizioni Fag, 2002
- FREESTONE J., BRUSSE J., *"I principi del telemarketing. Le dieci regole del successo"*, FrancoAngeli, 1995
- FRIEDMAN N.J., *"Il telemarketing dall'A alla Z. 26 consigli utili per vendere con successo al telefono"*, FrancoAngeli, 2001
- GURRIERI M., *"Spiacente, non mi interessa"*, Direct Marketing, 1987
- MACIUBA-KOPPEL D., *"Il manuale di telemarketing. Le tecniche e le pratiche del vendere per telefono"*, FrancoAngeli, 1994
- ROSMINI D., STONE B., *"Il Telemarketing"*, Quaderni di Marketing Diretto, Sarin, 1989
- STONE B., WYMAN J., *"Telemarketing di successo. Tecniche e opportunità per incrementare le vendite e i profitti"*, Sarin, 1988
- TARDIA T., *"Il marketing telefonico"*, PMI, numero 2/2001
- WAGE J.L., *"La vendita per telefono"*, FrancoAngeli, 1993

Capitoli 17,18 e 19

- AA.VV., *"Gli ipertesti nella didattica e nella ricerca"*, Celid, 1991
- APPIANO A., *"Pubblicità, comunicazione, immagine"*, Zanichelli, 1991

Bibliografia

- COSTANZO CAPITANI P., *"La gestione dell'informazione e l'utilizzo di Internet"*, IFNIA, 1995
- DE SUSSURRE F., *"Cours de Linguistique générale"*, Payot, 1922
- DI CARLO G.P., *"Internet marketing : strategie di mercato e di comunicazione"*, Etas Libri, 1998
- DIX A., FINLAY J., *"Human Computer Interaction"*, Prentice Hall Europe, 1998
- FERRARO G., *"Pubblicità nell'era di Internet"*, Meltemi, 1999
- GREENWALD D., DETTORI G., *"Fare marketing con Internet"*, Apogeo, 1998
- GUIDOTTI E., *"Internet e comunicazione: per capire come cambia il mondo di comunicare l'impresa con Internet"*, FrancoAngeli, 1997
- LANDOW G.P., *"Hyper/Text/theory"*, Johns Hopkins University Press, 1994
- LANDOW G.P., *"L'ipertesto: il futuro della scrittura"*, Mondadori, 1998
- STAGLIANÒ R., *"Comunicazione interattiva :la pubblicità al tempo di Internet"*, Castelvechchi, 1996
- WINSTON P.H., *"The psychology of computer vision "*, McGraw Hill, 1975

Capitolo 20

- AA.VV., *"Le ricerche commerciali (di marketing)"*, FrancoAngeli, 1979
- FABRIS G. (a cura di), *"Le ricerche motivazionali"*, Etas, 1967
- GABARDI E. (a cura di), *"La visione strategica. Contributi e percorsi per incrementare l'efficacia della pubblicità"*, FrancoAngeli, 2002
- LUCK D., WALES H., TAYLOR D., *"Manuale delle ricerche di marketing"*, Etas, 1967
- MARBACH G., *"Le ricerche di mercato"*, UTET, 1982
- SANTAGOSTINO M.R., *"Ricerche di marketing e decisioni d'impresa"*, Vita e Pensiero, 1980
- TRENTINI G. (a cura di), *"Manuale del colloquio e dell'intervista"*, A. Mondadori, 1980