

## La Fiat 500 Storia Di Un Mito Ediz Illustrata

This book deals with the popular reception of early Italian television during the years of the so-called long “economic boom” (1954-1969). To do so, the author focuses on the Catholic and Communist audiences’ perception of the first TV programs. The investigation into these two main groups’ reception will be conducted through the analysis of all the TV references published in the readers’ columns of the two most popular rotocalchi of those years: the Catholic magazine *Famiglia Cristiana* and the Communist weekly *Vie Nuove*. Showing the collective discourse about television, made by very different types of audiences through the use of letters published by these popular magazines, this study points out how television’s impact was also a mediated process. Therefore, the innovative proposal of this book is to suggest an in-depth study of the reception and cultural history of the early Italian television.

A che cosa pensiamo quando parliamo di mafie? Come nascono le rappresentazioni della criminalità? In che modo realtà e racconto delle mafie si intrecciano nel dar forma a un immaginario in continua evoluzione? Le organizzazioni criminali negli ultimi decenni sono state protagoniste di una massiccia esposizione mediatica. Modelli, miti e codici si sono adattati e integrati con la società dei consumi e dei mezzi di comunicazione di massa, sono entrati prepotentemente nel cinema, nel web, nel marketing, sino a conquistare il centro della scena. Un fatto, questo, essenziale per l’analisi e la comprensione del fenomeno mafioso nel suo complesso, poiché stereotipi e rappresentazioni sono per le stesse organizzazioni criminali un potente strumento per affermare la loro esistenza e il loro potere.

La nuova edizione di *Made in Italy. Storia del design italiano* si presenta in una versione rinnovata, dal formato più agile e con un diverso apparato iconografico. Collegato alla *Storia del design* (1985), il libro si propone di ridurre tale storia alla sola produzione italiana, approfondendo gli aspetti formali e funzionali dei prodotti più familiari al pubblico e trattando in chiave stilistica il processo evolutivo del design nazionale, assieme a quello delle maggiori aziende, cercando di cogliere l’unità nella più articolata diversità, propria del *made in Italy*. A questa parte del saggio, si associa una trattazione delle teorie e metodologie che hanno accompagnato il processo formativo dell’*Italian Style*. Ne risulta un approfondimento pratico e la tendenza a conferire al design una maggiore dignità culturale.

I numeri indicano che il microstock è un vero e proprio business, un mercato globale che alla fine dello scorso anno ha raggiunto il valore di 5.1 milioni di \$ con più di 550.000 clienti attivi. In questo senso l’opera di Lorenzo Codacci è davvero interessante: non una semplice raccolta di istruzioni per l’uso (per quelli si rimanda giustamente ai tutorials online delle diverse piattaforme), ma un vero approccio olistico al mondo della fotografia di stock, con il giusto bilanciamento tra informazioni tecniche, spunti di marketing ed esperienze personali. Si perché anche questa, come tutte le attività professionali che si rispettino, si basa su un insieme di “saperi & vissuti” che tradizionalmente venivano custoditi gelosamente e magari solo tramandati alle discendenze; ma oggi - nel mondo dell’open source e dei mercati globali - si sta scoprendo che la condivisione delle conoscenze può generare ed amplificare valore per tutti.

Cosa si può dire di Benito Mussolini che non sia già stato detto? È possibile raccontare la sua parabola politica, dagli esordi come socialista e anarchico alla sua trasformazione in accanito interventista, dalla costituzione dei Fasci di combattimento alla tragica evoluzione in dittatore e all’epilogo in piazzale Loreto? Marco Lucchetti – esperto di storia militare – analizza, attraverso 101 episodi più o meno noti della vita del duce, non soltanto la sua vicenda personale, ma anche le radicali trasformazioni subite dall’Italia durante il Ventennio. Attraverso le contraddizioni e le scelte dell’uomo e del politico Mussolini, si potranno così ripercorrere le scelte, i compromessi, gli errori di cui il fascismo si fece portatore. E, al tempo stesso, scoprire quali legami Mussolini seppe stringere con gli altri leader stranieri – da Churchill a Franco al fatale sodalizio con Hitler – e quale era la sua strategia per restituire un

ruolo di primo piano all'Italia. Ma nel libro troveranno spazio anche gli aspetti più intimi e segreti della sua esistenza: gli amori, i vizi, le debolezze, le ambizioni e i sogni dell'uomo di Predappio. E ancora, i suoi complessi rapporti familiari, l'ambiguità di alcuni suoi stretti collaboratori, la distanza dagli amici di un tempo. Perché, per capire l'Italia di oggi e i valori da cui nacque la nostra democrazia, non possiamo prescindere dalla conoscenza di chi, per vent'anni, la tenne sotto il giogo della dittatura. Tutti i segreti, i vizi, le scelte, gli errori e le contraddizioni di Benito Mussolini «Con prosa divertente Lucchetti attraversa la parabola del duce del Fascismo e prova a raccontare Mussolini lontano dalle frasi fatte e dai dettami della propaganda ideologica.» Carlo Antini, *Il Tempo* «Marco Lucchetti analizza, attraverso 101 episodi della vita di Mussolini non soltanto la sua vicenda personale, ma anche le trasformazioni subite dall'Italia durante il Ventennio.» *Secolo d'Italia* Marco Lucchetti È nato a Roma. Laureato in Giurisprudenza, è ufficiale della riserva e Benemerito dell'ordine dei Cavalieri di Vittorio Veneto. Appassionato di storia militare e uniformologia, è anche scultore e pittore di figurini storici e titolare di una ditta produttrice di soldatini da collezione. Consulente per numerosi scrittori, collabora con «Focus Wars». Per la Newton Compton ha scritto *Storie su Mussolini che non ti hanno mai raccontato*; *La battaglia dei tre imperatori*; *1001 curiosità sulla storia che non ti hanno mai raccontato*; *Le armi che hanno cambiato la storia*; *Le armi che hanno cambiato la storia di Roma antica* e *I generali di Hitler*.

Antonio Giangrande, orgoglioso di essere diverso. **ODIO OSTENTAZIONE ED IMPOSIZIONE.** Si nasce senza volerlo. Si muore senza volerlo. Si vive una vita di prese per il culo. Tu esisti se la tv ti considera. La Tv esiste se tu la guardi. I Fatti son fatti oggettivi naturali e rimangono tali. Le Opinioni sono atti soggettivi cangianti. Le opinioni se sono oggetto di discussione ed approfondimento, diventano testimonianze. Ergo: Fatti. Con me le Opinioni cangianti e contrapposte diventano fatti. Con me la Cronaca diventa Storia. Noi siamo quello che altri hanno voluto che diventassimo. Facciamo in modo che diventiamo quello che noi avremmo (rafforzativo di saremmo) voluto diventare. Rappresentare con verità storica, anche scomoda ai potenti di turno, la realtà contemporanea, rapportandola al passato e proiettandola al futuro. Per non reiterare vecchi errori. Perché la massa dimentica o non conosce. Denuncio i difetti e caldeggio i pregi italici. Perché non abbiamo orgoglio e dignità per migliorarci e perché non sappiamo apprezzare, tutelare e promuovere quello che abbiamo ereditato dai nostri avi. Insomma, siamo bravi a farci del male e qualcuno deve pur essere diverso!

A visual history of the FIAT 500, the ultimate lifestyle car that has remained a timeless classic and design legend. Considered to be one of the most popular models in automotive history, the FIAT 500 has become a legend over time. Its innovative features, the original and recognizable design of its bodywork, and its versatility have distinguished it as an automotive icon with enduring appeal. **FIAT 500: The Design Book** is an invitation to embark on a captivating journey through the main milestones of the 500 project: from the first series in the 1960s to the public presentation at the Geneva International Motor Show of the Trepìuno prototype in 2004, of the new 500 and 500C, the 500L through to the 500X. This visually rich and fascinating book explains not only the genesis and "design metamorphosis" of each model, but also their backgrounds, and explores the contributions of the designers who have helped to develop them with innovation and foresight.

In the West, we have been presented with a so-called 'memory boom' over the last couple of years. An interdisciplinary field has emerged that explores representations of the past through different communication channels, genres and media. This book

contains a number of essays on the traumatic and conflict-ridden history of Spain and Italy and how this has been represented in the artefacts of memory coming from different genres and media (literary fiction, films and television, memoirs, commercials, historiographic material, etc.) The essays all deal with the processes connected to memories, negotiations and possible reconciliations, which are tied to the conflicted and disrupted histories of both countries. Despite their obvious differences, the two countries are remarkably similar: Both show significant linguistic and cultural fragmentations; both have been under dictatorships and authoritarian regimes for long periods of time; and from the early seventies onwards both have experienced waves of political violence that have accumulated in actual terrorist operations. Therefore the collective memory of Spain and Italy provides a good example of how a violent past is generated, communicated and transformed over time. The contributions in this book illustrate how artistic and literary discourses are important in understanding memory processes and the construction of a national identity through situations of enforced amnesia or insufficient processing of past conflicts. Leonardo Cecchini is Associate Professor, Department of Aesthetics and Communication – Italian, Aarhus University. Hans Lauge Hansen is Associate Professor, Department of Aesthetics and Communication – Spanish, Aarhus University. Negli ultimi anni si è assistito in Occidente a un vero e proprio "boom della memoria". Si è sviluppato così un campo di studi interdisciplinari che analizza le rappresentazioni del passato che si producono e circolano nel presente attraverso differenti canali di comunicazione, generi testuali e media. Questo volume raccoglie una serie di saggi sulla memoria del passato traumatico di Spagna e Italia e sul modo con cui questo passato conflittuale è stato rappresentato in artefatti memorialistici provenienti da differenti generi e media (fiction letteraria e televisiva, cinema, memorie autobiografiche, spot pubblicitari, materiale storiografico, ecc.). I contributi raccolti in questo volume vertono tutti sui processi di commemorazione, di negoziazione e di possibile riconciliazione connessi a un passato ricco di conflitti e divisioni come quello di Spagna e Italia, due paesi che, al di là d'importanti differenze, sono accomunati anche da notevoli analogie. Ambedue presentano, infatti, una notevole frammentazione linguistica e culturale, hanno attraversato lunghi periodi di dittatura e regimi autoritari e, a partire dagli anni settanta, sono stati attraversati da un'ondata di violenza politica diffusa sfociata in vere e proprie attività terroristiche. Le culture della memoria di Spagna e Italia offrono così un materiale interessante su come la memoria culturale di un passato violento viene generata, comunicata e trasformata nel corso del tempo. I contributi del volume mostrano come, in situazioni di amnesia forzata o d'insufficiente elaborazione dei conflitti del passato, il discorso artistico-letterario e la cultura popolare contribuiscano in maniera essenziale al processo di memorizzazione e di costruzione di un'identità nazionale. Leonardo Cecchini è professore associato presso il Dipartimento d'Italianistica dell' Università di Aarhus, Danimarca. Hans Lauge Hansen è professore associato presso il Dipartimento di Spagnolo dell' Università di Aarhus, Danimarca.

244.55

A consumer history of Italy from unification in the 19th century to the present day, combining economic and cultural history with a vivid narrative style.

Di ritorno dalla pausa caffè, un collega con la sigaretta in mano ci chiede «Hai ancora l'accendino?». La sua frase, semplice e usuale, è la punta di un iceberg. Comprendere quanto

ha detto, infatti, è tanto facile quanto può esserlo per un marinaio avvistare un iceberg in mezzo al mare: la punta è ben visibile, ma sotto v'è molto di più. Credeteci: sotto la superficie di poche parole si trova una montagna di informazioni nascoste... Del 'non detto' si fa grande uso. Nei nostri quotidiani scambi verbali, nella comunicazione politica, giornalistica, pubblicitaria, ciò che si dice in modo esplicito rappresenta solo la punta visibile di un'enorme massa di informazioni comunicate in modo implicito. Attraverso una molteplicità di esempi gli autori ci fanno entrare nel mondo sconosciuto e non visibile di ciò che è comunicato senza essere detto, mettendo in luce il ruolo strategico giocato da ciò che viene dato per scontato e ciò che viene lasciato intendere, svelando così gli usi e abusi dei sottintesi.

Rappresentare con verità storica, anche scomoda ai potenti di turno, la realtà contemporanea, riportandola al passato e proiettandola al futuro. Per non reiterare vecchi errori. Perché la massa dimentica o non conosce. Denuncio i difetti e caldeggio i pregi italiani. Perché non abbiamo orgoglio e dignità per migliorarci e perché non sappiamo apprezzare, tutelare e promuovere quello che abbiamo ereditato dai nostri avi. Insomma, siamo bravi a farci del male e qualcuno deve pur essere diverso!

Biografia non autorizzata più letta e conosciuta di Sergio Marchionne, il manager più coraggioso del mondo. Tutti i segreti e i retroscena dell'uomo che dal 2004 al 2018 ha risanato e rilanciato la principale impresa automobilistica italiana con coraggio e determinazione, facendola diventare un colosso mondiale leader nel suo settore. Ha fama di playboy esuberante. È appassionato d'arte e archeologia oltre che di automobili e abbigliamento di lusso; ama Diabolik e i videogiochi, cita la Bibbia e Daniel Pennac. È un assassino spietato: «Con le persone che ho ucciso» dice «potrei riempirci un cimitero». Pupillo di Totò Riina, da Castelvetro, in provincia di Trapani, ha costruito il proprio impero arrivando ai vertici della mafia. Si è arricchito con le estorsioni, la droga, gli appalti, ma anche con gli impianti eolici, la sanità, i supermercati, i villaggi turistici. Introvabile dal 1993, Forbes lo ritiene il terzo latitante più pericoloso al mondo. È Matteo Messina Denaro, il più importante capo di Cosa Nostra ancora in libertà. L'invisibile non è solo la biografia più accurata dell'ultimo dei boss: inchiesta, testimonianza, invettiva, è anche il ritratto di una Sicilia in perenne equilibrio fra tragedia e farsa. In questa edizione completamente riscritta, aggiornata con fatti e documenti inediti che illustrano la metamorfosi del potere mafioso, Giacomo Di Girolamo continua a rivolgersi a «Matteo». Gli dà del tu, e tratteggiando la sua storia criminale – la famiglia, gli amici, le donne; gli affari, i pizzini, gli omicidi e le spacconerie; le insospettabili protezioni di imprenditori, politici e professionisti – compone il mosaico di una Cosa Nostra ormai invisibile quanto il suo capo. Matteo Messina Denaro è il simbolo di una mafia che dopo le stragi del 1992-1993, di cui il boss fu protagonista diretto, ha scelto la strategia dell'inabissamento; una mafia silente che non ha più bisogno di sparare, che non ha smarrito la propria tradizione ma si è come diluita, parzialmente ripulita in un sistema criminale che tutto avvolge nel grigio, nel non detto, nel mistero – e in cui a volte si incontra persino chi esibisce il vessillo dell'antimafia. Con questo grido sofferto e appassionato, Giacomo Di Girolamo irrompe nella struggente bellezza di una terra inerte e addormentata, convinto che solo il coraggio della parola può salvare la «Sicilia irredimibile», e con essa l'Italia, dal suo destino.

La storia del rock è una cosa meravigliosa. Da questo assunto nasce l'idea di Time after time, un modo originale, una formula sinora mai applicata, per raccontare passo passo quello che di notevole, interessante, curioso, memorabile, degno di essere tramandato, è successo nelle cronache del pop-rock dagli albori ad oggi. In una cavalcata divertente, che associa i massimi sistemi agli episodi più periferici, attraversati dai personaggi che hanno popolato le classifiche, gli stadi, i cinema, le trasmissioni radiofoniche e televisive, troviamo migliaia di notizie, nomi, titoli, festival con cui tracciare e ricordare la colonna sonora delle musiche che amiamo. E se lo scorrere del tempo viene punteggiato anche da tragedie e morti, evidenziati con una breve indicazione biografica, una sezione finale riassume, dal 1° gennaio al 31 dicembre, le date di

nascita e i compleanni degli artisti più rappresentativi dell'ultimo secolo. Ogni anno, inoltre, viene introdotto da una nota che aiuta a contestualizzare il periodo e gli avvenimenti extramusicali. Il volume, riccamente illustrato con i volti, le copertine, le insegne di realtà culturali che hanno rappresentato l'avventura del pop-rock dagli anni Cinquanta a oggi, getta uno sguardo complice e approfondito sui diversi generi, con un'attenzione sistematica anche al panorama italiano. La selezione degli argomenti, dei protagonisti, delle date tiene naturalmente conto di vari fattori, ma senza mai prescindere da considerazioni oggettive sull'importanza che tra gli appassionati e sui mass-media quei gruppi e quegli artisti si sono ritagliati nel corso del tempo. Dal rock 'n' roll delle origini, passando per il beat, il blues revival, il country, il folk e la canzone d'autore, la psichedelia, il progressive, la stagione hard e metal, arrivando ai fenomeni del punk, della new wave, del reggae, e quindi alla diffusione dei linguaggi più commerciali, senza tralasciare la ricerca e la sperimentazione, per abbracciare naturalmente l'universo rap e hip-hop, del soul e della black music, nelle pagine di Time after time troveremo segnali che riguardano tutti gli attori di questa storia esaltante, dai grandi maestri e guru considerati i padri fondatori, fino ai teen idol dei giorni nostri. Una sorta di tempesta perfetta. Time after time è il modo per raccontare la fantastica traiettoria dei suoni in cui siamo immersi e stimolare gli appetiti con cui guardare al presente e al futuro: un giorno dopo l'altro.

Londra. All'apparenza può sembrare tranquilla, una meta turistica di molti amanti della vita, dei giovani, desiderosi di studiare e di chi ha semplicemente voglia di staccare la spina. Ma quando tutto è tranquillo, troppo tranquillo, sai già che succederà qualcosa. In un piccolo lasso di tempo possono cambiare molte cose. Il corso di una vita per esempio. Ma se questa vita fosse troncata, spezzata ingiustamente? È proprio questo quello che succede in una fredda sera d'inverno nella capitale inglese. Si può chiamare in molti modi: omicidio, delitto, follia, pazzia, enigma. Sì, sarà proprio questa la parola che tormenterà Jonathan Cole, detective di Scotland Yard a cui è stato assegnato il caso. In poco tempo capirà di non avere a che fare con un semplice assassino, ma con un killer che uccide con assoluta precisione, quasi con genialità. Nessun errore, solo qualche segno lasciato qua e là, pezzi di un puzzle che non combaciano. Le vie londinesi saranno teatro di un caso che difficilmente verrà dimenticato, che coinvolgerà persone del tutto ignare di essere fondamentali tasselli che alla fine di tutto andranno a comporre il quadro che si sta dipingendo nella mente dell'uomo che altererà gli equilibri della capitale inglese. E se capitasse a te?

292.3.35

Azzerare la concorrenza e raggiungere il tuo pubblico a livello emozionale. Come puoi diventare leader del tuo mercato con il brand positioning? La semiotica digitale è oggi la disciplina innovativa e fondamentale per un approccio strutturato, efficace e vincente per il brand positioning. È la scienza in grado di aiutare un creativo, un pubblicitario o un marketer in ambiti estremamente diversi e su oggetti comunicativi eterogenei: dal naming di un prodotto al suo storytelling, dalla creazione di campagne pubblicitarie alla progettazione di riviste tradizionali e digitali, dal business plan alle strategie di social media marketing e al neuromarketing, dalle strategie di digital communication alle tecniche web di SEO, Digital PR, content marketing. Il libro propone un metodo innovativo per la creatività, la strategia e il marketing rileggendo i concetti chiave della semiotica in vista di un'utilità pratica, introducendo l'applicazione di un nuovo modello di business chiamato: le 15 Leggi di Diamante. Queste strutture archetipiche permettono di raggiungere il pubblico a livello emozionale e non solo razionale, semplificando la comunicazione, in quanto lavorano sull'inconscio della persona, aumentando l'incisività del brand a livello di digital communication.

A brief glance at twentieth century European history would suggest that wars and their aftermath produced the major turning points in its development. Three times - in 1918, 1945 and again in 1989 - Europe was confronted with major questions of restructuring and

rebuilding. But can we really divide Europe's development into neat postwar eras? Why was the period 1945-1989 so much more stable and prosperous than 1918-1939? Has the end of the cold war changed the basis of the post-1945 settlement? This comparative collection offers some unique insights into these questions.

Esiste davvero l'amore eterno? E se il principe azzurro si rivelasse essere in realtà rosa o addirittura fucsia? Come ci si sente dopo il fatidico "sì"? Un pò thriller un pò rosa e molto comico... E' consigliata la lettura: prima, durante e dopo il matrimonio.

Questa è una storia che parte da lontano. È la storia di un viandante che prende le mosse da Calascio, un paesino di montagna nel cuore dell'Abruzzo, in un'epoca e in luoghi dove tutto sembrava più vero. Le amicizie, i paesaggi così come il sapore del pane appena sfornato. È un viaggio nell'Italia del Novecento, attraverso le sue difficoltà, le sue speranze ma anche le sue ambizioni e le sue realizzazioni. È un viaggio attraverso le sfumature dello spirito in larga parte sperimentate, fin dalla più tenera età, in una dimensione familiare ma anche, e forse soprattutto, attraverso quella comunitaria che ha accompagnato e accompagna tuttora la vita del nostro protagonista. Ma è anche la vicenda di un uomo appassionato del proprio lavoro, nel quale ha conseguito importanti traguardi, cercando sempre di guardare avanti con una curiosità poliedrica e una capacità inventiva. Un uomo che è rimasto fortemente legato a un'idea semplice e spirituale della vita ma che al tempo stesso si è appassionato – tra i primi in Italia – alle nuove tecnologie, ai prodromi di quegli strumenti che hanno in larga parte rivoluzionato la nostra vita di oggi. Quello che avete tra le mani è un libro che racconta il passato attraverso una storia del tutto particolare, ma che guarda costantemente al futuro delle nuove generazioni. Michele Giovanni Leone è nato sulle montagne abruzzesi l'indomani della Seconda Guerra Mondiale, il 18 febbraio 1949. Lì ha vissuto la sua giovinezza per poi trasferirsi a Roma dove ha completato gli studi e dove ha iniziato la carriera militare, mettendo su una bella famiglia con tre splendidi figli dai quali ha avuto quattro nipotini cui questo libro è dedicato. Appassionato e prolifico pubblicista, si è interessato alle nuove tecnologie fin dai loro albori diventandone un professionista, entrando come programmatore in Banca d'Italia. Ha sempre sostenuto le opere di bene per la sua comunità calascina come nei centri in Sud America. Amante della vita e del mondo, oggi vive felicemente in Portogallo.

La creatività è un aspetto molto importante della vita dell'individuo e, nonostante non ve ne sia una definizione univoca e universale, è di sicuro una caratteristica indispensabile e determinante per l'evoluzione di ognuno. Nel libro sono state riportate le molteplici dimensioni in cui la ritroviamo: per affrontare la vita di tutti i giorni, per risolvere problemi, per produrre arte, musica, letteratura, per creare un oggetto, per apportare migliorie al proprio lavoro o in azienda, per esprimere i propri disagi, ecc. Dato che ciò influisce sulla propria autostima e sullo sviluppo di una vita migliore, è importante cercare di conoscere quanto più possibile vada a incidere e influire su tali attitudini e comprendere il perché esistano individui molto creativi, o anche troppo creativi, e individui con bassissima creatività.

Non hanno mai perso, ma non hanno vinto nulla. Eppure tutti si ricordano di loro, dell'Armata Rossa della serie A. Nella stagione 78-79 una protagonista a sorpresa attraversa il calcio italiano. Il Perugia di Ilario Castagner e del presidente Franco D'Attoma, di Salvatore Bagni e Franco Vannini, di Nello Malizia e Michele Nappi, dà vita a un testa a testa col Milan di Rivera e Liedholm nella lotta per uno scudetto che appassiona il Paese. Una squadra sbarazzina, un mix di giovani sfrontati e vecchi

marpioni, di giocatori dati per finiti e debuttanti sul grande palcoscenico del calcio. Un gruppo eterogeneo fuori ma granitico in campo, uomini diversi ma uguali con quella maglia rossa addosso. Dietro questa storia, la favola sportiva di una squadra capace di restare imbattuta per un'intera stagione senza però riuscire a vincere il titolo, ci sono le piccole grandi storie di una città che nel calcio trova nuova linfa, nutre le sue passioni e le sue contraddizioni nelle imprese del Grifo. Una storia di uomini, in campo e fuori, che è uno spaccato di storia dell'Italia degli anni Settanta, tra sport e politica, arte e costume. Una storia che, quasi quarant'anni dopo, resta attuale.

Negli ultimi anni, in seguito all'avvento del digitale, il marketing e la comunicazione hanno conosciuto trasformazioni talmente radicali da averne cambiato in profondità gli approcci, le strategie, le tecniche. Da qui la nuova visione d'insieme che questo libro cerca di fornire. Il volume prende le mosse dalle teorie e dalle definizioni classiche, nella consapevolezza che i grandi studiosi del passato sono ancora fondamentali per comprendere oggi le dinamiche di marketing e comunicazione. I capisaldi della comunicazione d'impresa, comunque aggiornati alla luce della trasformazione digitale, sono trattati in profondità: dal branding alla pubblicità, dalle ricerche di mercato alle relazioni pubbliche, fino agli eventi. L'ultima parte ha come focus proprio l'ecosistema digitale e illustra come l'ottimizzazione delle pagine web in funzione del loro posizionamento sui motori di ricerca o il design dell'esperienza dell'utente siano, insieme a un approccio strategico ai social media, imprescindibili per chiunque voglia fare marketing e comunicazione. A partire dall'esperienza del Master in Comunicazione d'impresa dell'Università di Siena, i diversi temi sono affrontati da studiosi provenienti da numerosi atenei nazionali e internazionali, nonché da professionisti di primo piano che operano all'interno di imprese, agenzie di comunicazione e società di consulenza. Ciascun capitolo è poi arricchito da schede di approfondimento e interviste a esperti del settore. Una pluralità di voci e discipline che ha l'obiettivo di definire un framework completo, indispensabile per chi si affaccia per la prima volta al mondo del marketing e della comunicazione, ma anche per chi, in questo mondo, opera già a livello professionale.

[Copyright: ba8331cb810cddee59a1163cbd3945dc](https://www.amazon.com/dp/ba8331cb810cddee59a1163cbd3945dc)