

Mainstream Come Si Costruisce Un Successo Planetario E Si Vince La Guerra Mondiale Dei Media

Le forme del personaggio

Cinquanta plus marketing. Comprendere e servire i protagonisti del futuro: i senior

The Blog up! Storia sociale del blog in Italia

Rivista di Politica 2/2017

Comunicazione e potere

L'evoluzione multimediale

Tra geografia e politiche

Mainstream. Come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media

Francis Ford Coppola

Pubblicità è arte

World Wide Women: Globalizzazione, Generi, Linguaggi — Vol. 2

Is It Ours?

Sociologia, professioni e mondo del lavoro

Delitti imperfetti. Il cinema e la censura dalle origini al social web

Disney Business

Politica delle immagini. Su Jacques Ranciere

A Little Poems

Pensare la nazione

Bibliografia nazionale italiana

ANNO 2021 FEMMINE E LGBTI PRIMA PARTE

Essenziali ma invisibili

Oltre la globalizzazione: le proposte della Geografia economica Giornata di Studio della Società di Studi Geografici. Firenze 14 ottobre 2011

World Wide We

Come ombre vivaci sullo sfondo. Studio su «La bella di Lodi» di Alberto Arbasino

TV di culto

Wonderland

Atlante della comunicazione

LCM Journal - Vol 3 (2016) No 2: Luoghi (comuni) del Giappone / (Common)Places of Japa

La normalità di una droga

Mainstream

Meridiana 65-66: L'Aquila 2010: dietro la catastrofe

Ritratti d'autore. Tra fumetto, illustrazione e animazione

Il futuro addosso. L'incertezza, la paura e il farmaco populista

I movimenti sociali e le mobilitazioni globali

Podemos

Estudios de lingüística hispánica. Teorías, datos, contextos y aplicaciones: una introducción crítica.

Segni sogni suoni

Segni dei Tempi

Grazie alla cultura

Mainstream Come Si Costruisce Un Successo Planetario E Si Vince La Guerra Mondiale Dei Media

Downloaded from archive.imba.com by guest

SIENA RODNEY

Le forme del personaggio HOEPLI EDITORE

Mainstream. Come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media Feltrinelli Editore

Cinquanta plus marketing. Comprendere e servire i protagonisti del futuro: i senior Firenze University Press

Dopo oltre trentacinque anni dalla nascita di MTV - la prima emittente mondiale dedicata alla musica da vedere - il linguaggio del videoclip è totalmente mutato, amplificando sempre di più le interferenze con gli altri media e gli intrecci con il contesto delle arti visive. Nuovi autori, inoltre, si sono affacciati sulla scena internazionale, ottenendo numerosi riconoscimenti. Strutturato in cinque capitoli, il libro - evitando di limitarsi a un'ottica anglocentrica e allargandosi, attraverso numerosi esempi, ai music video di molti altri paesi - esplora l'universo di questa innovativa forma audiovisiva, da un punto di vista storico (partendo dagli antecedenti del videoclip), isolando alcune tematiche, tendenze e categorie (il clip coreografico, quello narrativo e quello sperimentale), e approfondendo l'immaginario di alcuni registi e musicisti in particolare, senza tralasciare, nell'ultimo capitolo, un focus sulla storia della videomusica italiana.

The Blog up! Storia sociale del blog in Italia FrancoAngeli

Ci sono business che vengono definiti per loro natura “non profittevoli”. Poi arriva un’azienda come Disney e qualcosa inizia magicamente a cambiare. Prima si impone in mercati apparentemente poco scalabili. Successivamente, inizia a fatturare miliardi proprio laddove, fino a poco tempo prima, mai nessuno era riuscito a raggiungere tali risultati. Un esempio? Prendiamo il caso del musical “The Lion King”. Sapevi che questo spettacolo teatrale è stato capace di generare più di 8 miliardi di dollari in tutto il mondo? Stiamo parlando di circa il doppio delle vendite combinate della nuova saga di Star Wars. Arrivati a questo punto una domanda sorge spontanea: “Come ha fatto Disney a raggiungere un successo di tale portata anche in un settore come quello teatrale? Qual è la ricetta del suo successo?”. In questo libro, scoprirai storia, tecniche e strategie che hanno permesso a Disney di diventare il secondo conglomerato mediatico al mondo in ordine di grandezza, andando anche a potenziare il proprio lovemark a livello internazionale. Se sei un marketer alla ricerca di storie di successo da cui trarre ispirazione o un imprenditore del settore teatrale e non, alla ricerca di idee innovative capaci di supportare, in maniera profittevole, la tua attività anche in Italia, all’interno di questo libro troverai la risposta a tutte le tue domande. IL RAPPORTO TRA CINEMA E TEATRO Qual è il rapporto fondamentale che lega il cinema al teatro in ambito business. Il motivo per cui si pensava che quello teatrale potesse difficilmente diventare un settore profittevole. CENNI STORICI DI INTRODUZIONE AL CASO DISNEY In che modo questa azienda è diventata oggi il 2° conglomerato al mondo dopo Comcast. Il caso Disney: come è nato, come si è sviluppato e come ha rivoluzionato il mondo del cinema e del business. LA DIVERSIFICAZIONE DEL BRAND La strategia di diversificazione: come ha portato l’azienda a generare un fatturato annuo di circa 59,43 miliardi di dollari nel solo 2018. “Sinergia Disney”: cos’è e a cosa fa riferimento questo termine. LE PRODUZIONI TEATRALI In che modo gli spettacoli teatrali Disney hanno consentito il rilancio dei teatri di Broadway. Come è riuscita Disney ad

imparare dai propri errori, migliorando sistematicamente i propri risultati in ambito teatrale. IL MARKETING DIETRO AI MUSICAL DISNEY Il segreto che ha permesso all'azienda di sviluppare strategie di marketing capaci di portare il vasto pubblico a teatro. Per quale motivo alcune produzioni quali Tarzan e La Sirenetta, a differenza di altre, non sono riuscite a generare buoni risultati per l'azienda. ANALISI DEI SUCCESSI E DEGLI INSUCCESSI Qual è la vera chiave del successo economico e artistico del business Disney. Quali sono gli elementi fondamentali che hanno caratterizzato una produzione teatrale di successo, come nel caso di "The Lion King". L'AUTRICE Dott.ssa Federica Argentieri, originaria di Brindisi, classe '90. Laureata in Economia e Gestione dei Beni Culturali e dello Spettacolo, con tesi in storia del cinema e marketing. Dopo gli studi inizia la sua carriera in PWC, dove si confronta con grandi realtà aziendali, con clienti come Bocconi, Colussi e Sony Music, seguendo progetti in Italia e negli U.S.A. Riveste oggi il ruolo di Online Product Manager e responsabile dell'area video della Alfio Bardolla Training Group, società quotata in borsa. Da sempre appassionata di performing arts, marketing e business è in formazione continua e alla costante ricerca di ispirazione ed eccellenza.

Rivista di Politica 2/2017 EGEA spa

Quattro interviste a quattro autori sul tema del fumetto: Thierry Van Hasselt, Blexbolex, Gipi e Kitty Crowther raccontano la loro storia, la loro ricerca e la loro poetica in conversazioni pubbliche con Daniele Barbieri, Alessio Trabacchini e Ilaria Tontardini. Autori di fama internazionale riflettono sulle potenzialità della narrazione per immagini, tra fumetto e illustrazione in un continuo dialogo con altre discipline artistiche, dal cinema alla danza e alla poesia.

Comunicazione e potere LED Edizioni Universitarie

Este volumen es el resultado de un proyecto científico amplio, que tiene sus raíces en una trayectoria formativa y académica compartida por las editoras que remonta a los años de los estudios doctorales romanos en lingüística sincrónica, diacrónica y aplicada que se han enfocado, en ambos casos, en la lengua española. A partir de ese entonces ambas hemos venido conformando un punto de vista peculiar sobre el español, en el que la tradición de estudios lingüísticos de base italiana se ha enlazado con los estudios hispánicos de alcance internacional. Recientemente este antiguo proyecto ha encontrado las condiciones para su realización gracias también al establecerse de una red de colaboración entre estudiosos con intereses de investigación comunes y animados por una misma necesidad de reflexionar en torno al ámbito disciplinar denominado "lingüística hispánica". Desde nuestra perspectiva, esta disciplina se ubica en el marco de la investigación sobre el lenguaje y las lenguas y es un dominio científico que pretende estudiar el español mediante modelos teóricos y metodológicos propios de la lingüística.

L'evoluzione multimediale Mainstream. Come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media

Dai classici tagli, divieti e roghi di un tempo alla più moderna censura di mercato, nell'infinito meccanismo möbiusiano di controllori e controllati innescato dall'interferenza dell'immagine sul reale, la parabola della censura cinematografica è un invito alla riflessione su come continuare a filmare, a fare cinema inteso come possibilità di un racconto ancora collettivo nell'epoca delle tecnologie digitali e delle nuove forme sociali di comunicazione. Prima edizione digitale aggiornata al 2013.

Tra geografia e politiche Donzelli Editore

L'apocalisse della post-modernità: una lettura politico-antropologica dei "morti-viventi" - Damiano Palano La "nuova sinistra" radicale europea: dalla crisi della socialdemocrazia ai cambiamenti nelle democrazie rappresentative contemporanee - Luke March Un banchiere all'Eliseo: l'irresistibile ascesa di Emmanuel Macron - Michele Marchi Il nuovo disordine mondiale: gli Zombie nel mondo post-umano - Dominic Holdaway Storia e metamorfosi del Front national: l'estrema destra nello specchio della Quinta Repubblica - Marco Gervasoni Etica del lavoro e modernizzazione politica: una lettura del Pinocchio di Collodi - Giovanni Belardelli L'Islam in Francia: la difficile alternativa tra laicismo di Stato e libertà religiosa - Andrea Frangioni

Mainstream. Come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media Mimesis

Le forme del personaggio offre una ricognizione sulle figure che abitano l'immaginario della serialità televisiva statunitense degli ultimi anni. Il libro si pone come obiettivo quello di indagare sia le forme che compongono gli esseri finzionali seriali, sia quelle tramite cui essi si manifestano nelle serie televisive. Dopo una disamina del concetto di personaggio in generale, il discorso procede concentrandosi sui personaggi specificatamente seriali e televisivi. Una simile prospettiva fenomenologica consente di analizzare quelle forme che, da un punto di vista estetico-narrativo quanto storico-culturale, conformano l'identità di queste figure. Si vedrà poi come, proprio a partire da quelle forme, sia possibile tratteggiare una tipologia dei personaggi seriali televisivi sulla base delle loro diverse caratteristiche, differenziandoli tra personaggi stereotipati, individualizzati, popolari e replicanti.

Francis Ford Coppola FrancoAngeli

1257.30

Pubblicità è arte libreriauniversitaria.it Edizioni

Indice L'Aquila 2010: dietro la catastrofe Alfio Mastropaolo, Dello scandalo (p. 9-34) 1. Dopo un anno e mezzo. 2. Registri. 3. Storie di distruzioni e di ricostruzioni. 4. Le mani sulla città. 5. Eppure. Domenico Cerasoli, De L'Aquila non resta che il nome. Racconto di un terremoto (p. 35-58) 1.

Premessa. 2. L'emergenza vissuta: i soccorsi, la solidarietà e la partecipazione. 3. L'emergenza ostentata: tra efficientismo, appalti e propaganda. 4. L'emergenza perenne: corsa contro il tempo e spazio senza piani. 5. L'emergenza imposta: la staffetta dei commissari. 6. Osservazioni conclusive.

Georg Josef Frisch, Un altro terremoto. L'impatto urbanistico del progetto C.a.s.e. (p. 59-84) 1. Il terremoto de L'Aquila e la gestione dell'emergenza.

2. L'impatto urbanistico del progetto C.a.s.e.. 3. La pianificazione mancata. Una valutazione a un anno dal terremoto. Alfredo Mela, Emergenza e ricostruzione dopo il terremoto: la resilienza comunitaria e gli interventi di sostegno (p. 85-99) 1. Introduzione. 2. Resilienza comunitaria e prospettive di sviluppo. 3. Modelli di resilienza e dinamiche psico-sociali nel terremoto abruzzese. 4. L'intervento a supporto della resilienza comunitaria. 5.

Conclusioni. Gian-Luigi Bulsei, I soldi e la mente. Politiche sostenibili per la rinascita delle comunità abruzzesi (p. 101-120) 1. Premessa. 2. L'Abruzzo aquilano: perdita del centro e rifunzionalizzazione fisica e simbolica. 3. L'ascolto del territorio: opinioni e aspettative della popolazione. 4. Intervento straordinario e governance locale. 5. Politiche sostenibili: regole, soldi, saperi, relazioni. Ricostruire la comunità con la comunità. L'alternativa dopo l'emergenza (p. 121-136), di Francesca De Filippi, Sonia Montaldo, Andrea Pillon, Paolo Robazza e Matteo Robiglio Novella Oliana, Lo spazio

dell'abitare è una categoria dello spirito: un racconto fotografico sulle zone colpite dal sisma del 6 aprile 2009 (p. 137-151) Giuliano Bobba e Christopher Cepernich, La costruzione dell'«eccezionale» come risorsa per il consenso. Il terremoto tra celebrazione mediale e opportunismo politico (p. 153-184) 1. Introduzione. 2. Il terremoto e la gestione dell'emergenza nell'agenda della stampa. 3. La terra trema, la diretta impazza. 4. Il web tra controinformazione e solidarietà popolare. 5. Conclusioni. Irene Bono, Oltre la «mala Protezione civile»: l'emergenza come stile di governo (p. 185-205) 1. Fango su Cincinnati? 2. Definizioni giuridiche e definizioni politiche. 3. Governare in deroga. 4. Tra delega legislativa ed esternalizzazione. 5. Delega buona e delega cattiva? Marco Centra e Michele Raitano, Effetti economici del sisma: l'occupazione nell'area de L'Aquila (p. 207-226) 1. Introduzione. 2. L'evoluzione di occupazione, disoccupazione e inattività. 3. Il ricorso alla Cassa integrazione. 4. Conclusione. Antonello Ciccozzi, Aiuti e miracoli ai margini del terremoto de L'Aquila (p. 227-255) 1. Due emblemi simili. 2. Un luogo in bilico. 3. La cerimonia della speranza. 4. La coincidenza del sacro. 5. La narrazione dell'impresa. 6. Aiutarsi aiutando. I giorni filmati Andrea Sangiovanni, Macerie d'Italia (p. 257-264) Saggi Emanuele Ferragina, Le teorie che non muoiono mai sono quelle che confermano le nostre ipotesi di base: cinquant'anni di familismo amorale (p. 265-287) 1. Introduzione. 2. Le basi morali di una società arretrata: un'introduzione. 3. Le critiche al saggio di Banfield. 4. Conclusione. Gli autori di questo numero (p. 289-293) Summaries (p. 295-299)

World Wide Women: Globalizzazione, Generi, Linguaggi — Vol. 2 Vita e Pensiero

L'arte contemporanea ha assunto il ruolo di esplicitazione culturale della destrutturazione e liquefazione dei tempi post-moderni e globali nei quali viviamo; il volume in questione ha il preciso scopo di fornire un'ottica sistemica e comprendente che partendo dalla sociologia dell'arte si è evoluta nel suo farsi, per l'interessamento di alcuni autori a tematiche più ampie, andando ad assumere un taglio più esteso e trasversale all'arte, all'educazione e alla comunicazione. Segni dei tempi si propone quindi come un volume multidimensionale che partendo dall'arte contemporanea si sviluppa verso direzioni inedite in cui si intersecano storia, economia, politica, comunicazione, diritto, letteratura e accademia al fine di gettare luce sulle connessioni, la dematerializzazione e l'interdisciplinarietà come principi base della globalità della società attuale.

Is It Ours? FrancoAngeli

"Mainstream. Parola di origine americana che può voler dire grande pubblico, dominante, popolare. L'espressione 'cultura mainstream' può avere una connotazione positiva, nel senso di cultura per tutti, ma anche negativa, nel senso di 'cultura egemonica'."Come si fabbrica un bestseller o un prodotto che vada a ruba sotto ogni latitudine? Perché il popcorn e la Coca-Cola rivestono ormai un ruolo centrale nell'industria cinematografica? Perché trionfa il modello americano di intrattenimento mentre al contempo declina sempre più velocemente quello europeo? Come fa l'industria indiana del cinema, Bollywood, a sedurre così facilmente il mercato africano? E infine, perché i valori difesi dalla propaganda cinese e dai media musulmani ricordano così da vicino quelli della Disney?Per rispondere a questi interrogativi, il ricercatore e giornalista Frédéric Martel ha condotto una lunga inchiesta che lo ha portato in oltre trenta paesi, da Hollywood all'India, dal Giappone all'Africa subsahariana, dal quartier generale di Al Jazeera nel Qatar fino alla sede del gigante messicano Televisa. Il risultato che emerge dalle oltre 1200 persone intervistate è inquietante: è cominciata la nuova guerra mondiale per il controllo dei contenuti. E al cuore di questo nuovo conflitto si situa proprio la cultura mainstream, la cultura che piace a tutti in tutto il mondo. Martel ci racconta questa storia con uno stile frizzante e coinvolgente, in cui finalmente compaiono i volti ei retropensieri dei protagonisti di questa vera e propria nuova guerra mondiale, il cui esito andrà a disegnare il futuro dei grandi conglomerati dei media e l'immaginazione e le modalità progettuali non solo nostre, ma anche dei nostri figli."La distinzione tra culture non è più netta. Più che l'oggetto cambia lo sguardo, impegnato o disattento. E per un udito disattento si può usare Wagner come colonna sonora dell'Isola dei famosi."Umberto Eco"Martel ha trascorso cinque anni a viaggiare per trenta paesi per condurre la sua ricerca, e le sue conclusioni sono impressionanti."Newsweek""Un affascinante nuovo libro dalla Francia, un report sullo stato della cultura di massa nel mondo, sulla sua americanizzazione e le resistenze regionali e continentali che incontra."New Yorker"

Sociologia, professioni e mondo del lavoro Feltrinelli Editore

Il cervello, negli ultimi anni scoperto neoplasticò, si modifica sotto un'immensa pressione cambiando il modo con cui percepiamo la realtà e ci relazioniamo. Devono cambiare i modelli di business e le strategie. Il "cloud" racchiude la nostra vita e per comunicare usiamo Face Book, Messenger, Skype, Twitter, Viber, mandiamo mail o sms. On line, apriamo negozi, viaggiamo, troviamo amore e sesso, appaghiamo le nostre frustrazioni e paure, coltiviamo fattorie virtuali. ...Iptv, web tv, My Sky, Rai teche, Social Tv, Back Channel, le ore davanti ai terminali si moltiplicano, siamo onnipresenti, tutti nessuno e centomila. Il mondo dei videogiochi per il 2012 vale 68 bilioni di dollari. La fine del mondo come da noi conosciuto è arrivata! Siamo chiamati a combattere per la sopravvivenza della specie e del suo più intimo significato.

Delitti imperfetti. Il cinema e la censura dalle origini al social web Dykinson

I media digitali impongono un passaggio da una logica di controllo e stabilità a un contesto di libertà, fiducia e fluidità. Questo libro vuole aiutare le aziende a cambiare punto di vista e a imparare a vivere questo momento non come cambiamento drammatico, ma come evoluzione della relazione alla base della loro esistenza: quella con i clienti.Non un cambiamento a cui reagire dopo un iniziale periodo di resistenza, ma un'evoluzione da assecondare cogliendone le infinite opportunità, certo non solo di natura tecnologica o confinate in una specie di mondo parallelo quale ancora troppo spesso è considerata Internet. Passare dalla pianificazione & controllo alla collaborazione & fiducia non è semplice: imparare ad assecondare le direzioni prese dalle persone che vogliono avere a che fare con noi è l'essenza del passaggio strategico dal marketing alla collaborazione. L'essenza di passare da una logica "io e voi" a una logica del "noi". È la proposta di questo libro: allenarsi a collaborare con i propri clienti usando i social media partendo da zero, dove zero vuol dire capire cosa sono, a cosa servono, cosa comportano e perché non possono essere semplicemente ignorati.Fate attenzione a quello che sta veramente a cuore alle persone che immaginate come possibili clienti. Chiedetevi se il vostro prodotto migliorerà le loro vite, nel suo specifico, ovviamente. Chiedetevi se immaginarlo, sceglierlo, comprarlo, portarselo a casa, usarlo e magari anche finirlo o buttarlo sarà per loro un gioco e un piacere o – anche solo in uno di questi momenti – fonte di ansia, disagio, fastidio e difficoltà. Chiedetevi come potete fare per evitarlo. Credete alla storia che vi raccontate? Se non ci credete, come potete convincere altri a farlo?– Mafe de BaggisPiù che una colonizzazione degli spazi sociali della Rete, discutibile per tutta una serie di motivi, urge una contaminazione positiva al contrario, e cioè un forte cambiamento del modo in cui un'azienda solida dai prodotti di qualità comunica ai propri clienti su tutti i mezzi.Imparare a progettare esperienze per una community

invece di messaggi per un target è il passaggio più difficile, ed è quello che fa la differenza tra una strategia di relazione e una semplice tattica di occupazione dei social media. Passare dall'interruzione sgomitante tipica della comunicazione di massa al coinvolgimento sognante tipico del racconto: è di questo che stiamo parlando. Un modo completamente nuovo di rispondere ai bisogni dei clienti: invece di cercare di indovinarli e di controllarli, basterebbe ascoltare.

Disney Business Società Editrice Esculapio

Antonio Giangrande, orgoglioso di essere diverso. Si nasce senza volerlo. Si muore senza volerlo. Si vive una vita di prese per il culo. 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 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!

Politica delle immagini. Su Jacques Ranciere Feltrinelli Editore

I media sono lo spazio dove oggi si decide la lotta politica fra attori, idee e interessi contrapposti. Se le élite politiche cercano di imporre i propri modelli interpretativi sugli eventi riportati da giornali e notiziari, la comunicazione via web e cellulare consente la diffusione virale di messaggi alternativi che svelano i silenzi dei media e le bugie del potere, dando luogo a opposizione sociale ai sistemi statali di controllo e alle logiche capitalistiche di networking.

A Little Poems Apogeo Editore

Il volume presenta i primi risultati dell'attività di ricerca, svolta attraverso una metodologia quali-quantitativa, nell'ambito del progetto "Open fields / Campagne Aperte: prevenire e combattere razzismo e xenofobia contro i lavoratori immigrati delle aree agricole del Sud Italia", finanziato dalla Commissione Europea, attraverso il programma REC-Rights, Equality and Citizenship (2020-2021). La ricerca ha indagato gli effetti delle politiche e delle iniziative contro lo sfruttamento e per l'inclusione dei lavoratori stranieri in tre regioni italiane - Puglia, Calabria e Sicilia - e in particolare in tre contesti specifici, che si configurano come enclaves agroalimentari globali, in virtù dei modelli di produzione intensiva e di migrazione da lavoro connessi alle catene del valore strutturate nel sistema-mondo: la Capitanata, la Piana di Gioia Tauro e la fascia trasformata del ragusano. La sindemia da Covid-19 ha fatto scoprire come "essenziali", all'interno del sistema agro-alimentare e delle dinamiche di riproduzione della società contemporanea, i lavoratori migranti, che tuttavia spesso permangono come "invisibili" all'interno dei contesti locali e del mercato del lavoro, per effetto delle politiche migratorie, di asilo e di mobilità, e a volte paradossalmente anche delle politiche e degli interventi di contrasto allo sfruttamento lavorativo e di inclusione sociale.

Pensare la nazione Gangemi Editore spa

Obiettivo del presente volume è quello di proporre una riflessione sullo stato dei laureati in Sociologia, sulle professioni e sulle opportunità

occupazionali del sociologo, alla luce delle trasformazioni che hanno investito la società contemporanea e il mercato del lavoro. Il testo approfondisce l'ampio spettro delle questioni prese in esame attraverso quattro gruppi di contributi. Nel primo, La professione sociologica, si affrontano gli aspetti critici che caratterizzano la professione del sociologo. Nel secondo, L'evoluzione della formazione sociologica, si esaminano le ragioni che hanno portato a far evolvere la formazione sociologica dai suoi inizi fino ai nostri giorni. Nel terzo gruppo, La professione del sociologo tra percezione, aspirazioni e applicazioni concrete, si analizzano le percezioni che studenti, docenti e "pubblico" hanno della disciplina. Infine, nella quarta e ultima parte, La spendibilità del sapere sociologico, si illustrano alcune specifiche aree di "competenza" della Sociologia: la ricerca, la comunicazione, l'industria e il terziario, la gestione del territorio e dell'ambiente, il terzo settore, la salute e i servizi sociali. In una società sempre più complessa, in cui la molteplicità e la diversità dei problemi affrontati dalle discipline sociologiche risultano rilevanti, non ha senso parlare della professione del sociologo, ma piuttosto delle professioni dei sociologi. Il volume si concentra su tale complessità proponendo un'analisi dello scenario e alcune prospettive possibili.

Bibliografia nazionale italiana Viella Libreria Editrice

In 1980 Froebel, Heinrichs and Kreye published the English-language The New International Division of Labour, trying to highlight the consequences of market reorganization after the crisis of the mid 1970s, which was soon to transform into so-called globalization. A third of a century later, the "fantastic adventure" of market integration seems to have been crystallized by the 2007-2008 crisis, opening a further period of great instability. But the geography of wealth production has transformed radically and appears unrecognizable to the early-80s scholar. In a framework of great social, political and cultural change, China, a country at the time defined as an "economic dwarf", is the second largest economy on the planet and has become its "factory". The standardizing concept of "Third World" having vanished, some former colonial economies have undertaken rapid growth processes, while others have ruinously accentuated their underdevelopment. The traditionally advanced regions, then defined as "industrial", have opened out into trajectories defined, vice versa, as "post-industrial", some consolidating their competitive edge and others sparking lengthy declines.

ANNO 2021 FEMMINE E LGBTI PRIMA PARTE Rubbettino Editore

Lo scopo di questo libro è quello di occuparsi a tutto tondo, ma in chiave essenzialmente sociologica, della cannabis. Questa pianta millenaria, pur prestandosi a innumerevoli usi, è nota in primo luogo per i suoi effetti psicoattivi. Oggetto di repressione attraverso il proibizionismo americano a partire dagli anni Trenta del secolo scorso, la cannabis è divenuta simbolo della contestazione giovanile nel corso degli anni Sessanta del Novecento e si è poi largamente diffusa come "droga" ricreazionale, tanto da rappresentare la sostanza psicoattiva illegale più diffusa nelle società occidentali. Il dibattito su hashish e marijuana è tuttavia ancora piuttosto acceso. Il volume, attraverso un rimando continuo alle ricerche internazionali più recenti, affronta le questioni principali che ruotano attorno alla cannabis: i dati sui consumi, il confronto sugli orientamenti giuridici in Europa, i significati connessi alla fruizione in rapporto al gruppo dei pari ed al vissuto soggettivo individuale, l'uso all'interno delle poliassunzioni, la dipendenza, le ricadute sulla sessualità, la fruizione terapeutica, l'eziologia del consumo, gli effetti sulla salute psico-fisica e sulle prestazioni sportive, le terapie per il recupero. Per ogni argomento, vengono proposte specifiche chiavi interpretative e linee di intervento e di politiche socio-sanitarie.

Related with Mainstream Come Si Costruisce Un Successo Planetario E Si Vince La Guerra Mondiale Dei Media:

- Try Hard Guide 5 Letter Words : [click here](#)