

Bibliografia e argomenti
esame finale del corso di laurea CLEM e corsi di laurea triennali con immatricolazione a.a. 2015/2016 e precedenti
Anno 2024

COMMISSIONE N. 5

(Proff. Antonello Zangrandi, Franco Mosconi, Simone Baglioni, Stefano Magagnoli, Donata Tania Vergura, Marco Ieva, Claudio Bargelli, Vincenzo Dall'Aglio, Adriano Benazzi, Nadia Monacelli, Cristina Zerbini, Jacopo Canello, Maria Cristina Arcuri, Alessandro Calvia)

DOCENTE	ARGOMENTO	BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO
ZANGRANDI, ANTONELLO	Management pubblico di arte e cultura <i>Arts management</i>	Sibilio B., Donato F. (a cura di), <i>Governare e gestire le aziende culturali</i> , Franco Angeli, 2015.
ZANGRANDI, ANTONELLO	Change management nella pubblica amministrazione <i>Change management in public administration</i>	Nasi G., <i>Misurare e valutare l'innovazione nelle aziende pubbliche</i> , Egea, 2013.
ZANGRANDI, ANTONELLO	Aziende sanitarie pubbliche <i>Hospital management</i>	Academy of health care management and economics, <i>Misurare per governare le aziende sanitarie: controllo direzionale, governo clinico, valutazione delle performance e rendicontazione sociale</i> . Egea, 2015.
MOSCONI, FRANCO	La Nuova Politica Industriale <i>The New Industrial Policy</i>	Felisini D., <i>Inseparabili</i> , Rubbettino, 2010. Bianchi P., Pozzi C., <i>Le politiche industriali alla prova del futuro</i> , Bologna, Il Mulino 2010. Mosconi F., <i>Le nuove politiche industriali nell'Europa allargata</i> , Parma, Monte Università Parma Editore, 2005.

MOSCONI, FRANCO	Come cambia l'industria manifatturiera italiana <i>Changing Patterns in the Italian Manufacturing Industry</i>	Rondi L., Silva F., <i>Produttività e cambiamento nell'industria italiana</i> , Bologna, Il Mulino 2009. Visco I., <i>Investire in conoscenza</i> , Bologna, Il mulino 2009. De Nardis S., <i>Imprese italiane nella competizione internazionale</i> , Milano, Franco Angeli, 2010.
MOSCONI, FRANCO	L'economia industriale e la Competition policy <i>Industrial Organization and Competition Policy</i>	Motta M., Polo M., <i>Antitrust. Economia e Politica della concorrenza</i> , Bologna, Il Mulino, 2005. Jacquemin A., <i>La nuova Economia Industriale</i> , Bologna, Il Mulino 1989 Jacquemin A., <i>Nuovi sviluppi di Teoria dell'Organizzazione Industriale e implicazioni di politica della concorrenza</i> , in <i>L'Industria</i> , vol.3/2001.
BAGLIONI, SIMONE	L'integrazione lavorativa di migranti e rifugiati nei Paesi ad alto reddito <i>Labour market integration of migrants and refugees in high income countries</i>	Brell, Courtney, Christian Dustmann and Ian Preston (2020), <i>The Labor Market Integration of Refugee Migrants in High-Income Countries</i> , <i>The Journal of Economic Perspectives</i> , 34 (1): 94-121 Zwysen, Wouter, (2019), <i>Different Patterns of Labor Market Integration by Migration Motivation in Europe: The Role of Host Country Human Capital</i> , <i>International Migration Review</i> 53 (1): 59–89. Marbach, Moritz, Jens Hainmueller, and Dominik Hangartner (2018), <i>The Long-Term Impact of Employment Bans on the Economic Integration of Refugees</i> , <i>Science Advances</i> 4 (9): EAAP9519
BAGLIONI, SIMONE	L'innovazione sociale: concetti ed esempi <i>Social Innovation: concepts and examples</i>	Baglioni, Simone, and Sinclair, Stephen, 2019, <i>Social Innovation and Social Policy</i> , Chicago: University of Chicago Press
BAGLIONI, SIMONE	Un'analisi critica della societa' italiana contemporanea	Ricolfi, Luca, 2019, <i>La societa' signorile di massa</i> , Milano: La Nave di Teseo

	<i>A critical analysis of the Italian contemporary society</i>	
MAGAGNOLI, STEFANO	Storia del cibo come patrimonio culturale <i>History of food as cultural heritage</i>	Campanini A., <i>Il cibo: nascita e storia di un patrimonio culturale</i> , Roma: Carocci, 2019
MAGAGNOLI, STEFANO	Storia culturale del cibo <i>Cultural food history</i>	Bonalumi F., <i>Storia del gusto: a tavola con i filosofi</i> , Vedano al Lambro, Paginauno, 2018.
MAGAGNOLI, STEFANO	Storia del cibo <i>Food history</i>	Quellier F., <i>La civiltà del cibo: storia culturale dell'alimentazione in Età moderna</i> , Roma, Carocci, 2022.
BARGELLI, CLAUDIO	L'organizzazione produttiva del settore secondario in età preindustriale: il ruolo delle corporazioni di arti e mestieri <i>Production of secondary sector in pre-industrial age: the role of guilds and crafts</i>	Cipolla C.M., <i>Storia economica dell'Europa preindustriale</i> , Bologna, 2002. (pp. 363-375). Malanima P., <i>Economia pre-industriale</i> , Milano, 1997. (pp. 260-295). Di Vittorio A. (a cura di), <i>Dall'espansione allo sviluppo. Una storia economica d'Europa</i> , Torino, 2002. (pp. 23-26 e 97-100). Guenzi A., Massa P., Moioli A. (a cura di), <i>Corporazioni e gruppi professionali nell'Italia moderna</i> , Milano, 1999. (pp. 9-28 e 645-778).
BARGELLI, CLAUDIO	L'economia italiana all'indomani dell'Unificazione: la politica della Destra Storica <i>The italian economy after the</i>	Luzzatto G., <i>L'economia italiana dal 1861 al 1894</i> , Torino, 1991 (pp. 7-154). Romeo R., <i>Breve storia della grande industria in Italia</i> , Milano, 1974. (pp. 26-46). Cattini M., <i>La genesi della società contemporanea europea</i> , Parma, 1990. (pp. 419-460).

	<i>Unification: the conservative coalition policy</i>	Basini G.L., <i>Storia economica dell'Europa contemporanea. Aspetti e problemi</i> , Torino, 1999. (pp. 147-162) .
BARGELLI, CLAUDIO	I caratteri dell'economia di guerra (secondo conflitto mondiale) e il nesso di continuità con la Ricostruzione <i>The II war's economy characters and the continuity link of Reconstruction</i>	Pollard S., <i>Storia economica del Novecento</i> , Bologna, 2004. (pp. 139-152) . Zamagni V., <i>Come perdere la guerra e vincere la pace</i> , Bologna, 1997. (pp. 7-54 e 245-307) . Bargelli C. <i>Dalla distruzione alla ricostruzione: alle origini del miracolo economico reggiano</i> , in G.L. Basini-G. Lugli (a cura di), <i>L'affermazione dell'industria. Reggio Emilia 1940-1973</i> , Laterza, 1999.
DALL'AGLIO, VINCENZO	Mercati, politiche e problemi di stabilità nell'economia mondiale <i>Markets, Policies, and Stability Issues in the World Economy</i>	Chang, H.J., <i>23 Things They Don't Tell You About Capitalism</i> , London, Penguin, 2010 Oppure Chang, H.J., <i>23 cose che non ti hanno mai detto sul capitalismo</i> , Milano, Il saggiatore, 2012.
DALL'AGLIO, VINCENZO	Teoria del valore, finanziarizzazione e settore pubblico nella economia mondiale <i>Value Theory, Financialization, and the Public Sector in the World Economy</i>	Mazzucato M., <i>The value of everything. Making and taking in the global economy</i> , New York, Public Affairs, 2018. Oppure Mazzucato M., <i>Il valore di tutto: chi lo produce e chi lo sottrae nell'economia globale</i> , Bari-Roma, Laterza, 2018.
DALL'AGLIO, VINCENZO	Prestiti, attività bancarie e rischi	Anmati A., Hellwig M., <i>The bankers new clothes: what's wrong with banking and what to do about it</i> , Princeton Oxford: Princeton university press, 2013.

	nell'economica mondiale <i>Borrowing, Banking, and Risk in the World Economy</i>	
BENAZZI, ADRIANO	La tassazione delle plusvalenze per i soggetti Ires	Falsitta G., <i>Manuale di diritto tributario</i> , Cedam. Ultima edizione
BENAZZI, ADRIANO	Le sopravvenienze attive nel regime Ires	Falsitta G., <i>Manuale di diritto tributario</i> , Cedam. Ultima edizione
BENAZZI, ADRIANO	Imposta sul Valore Aggiunto	Falsitta G., <i>Manuale di diritto tributario</i> , Cedam. Ultima edizione
VERGURA, DONATA TANIA	Comunicazione digitale <i>Digital communication</i>	<p>Dost, F., Phielers, U., Haenlein, M., & Libai, B. (2019). <i>Seeding as part of the marketing mix: word-of-mouth program interactions for fast-moving consumer goods</i> in <i>Journal of Marketing</i>, 83(2), 62-81.</p> <p>Moran, G., & Muzellec, L. (2017). <i>eWOM credibility on social networking sites: A framework</i> in <i>Journal of Marketing Communications</i>, 23(2), 149-161.</p> <p>Harrigan, P., Evers, U., Miles, M. P., & Daly, T. (2018). <i>Customer engagement and the relationship between involvement, engagement, self-brand connection and brand usage intent</i> in <i>Journal of Business Research</i>, 88, 388-396.</p> <p>Mainolfi G., Vergura D.T. (2022). <i>The influence of fashion blogger credibility, engagement and homophily on intentions to buy and e-WOM. Results of a binational study</i> in <i>Journal of fashion marketing and management</i>, 26(3), 473-494</p> <p>Visentin, M., Pizzi, G., Pichierri, M. (2019). <i>Fake news, real problems for brands: The impact of content truthfulness and source credibility on consumers' behavioral intentions toward the advertised brands</i> in <i>Journal of Interactive Marketing</i>, 45(1), 99-112.</p>

<p>VERGURA, DONATA TANIA</p>	<p>Marketing e comunicazione <i>Marketing and communication</i></p>	<p>Simmonds, G., Woods, A. T., & Spence, C. (2018). <i>'Show me the goods': Assessing the effectiveness of transparent packaging vs. product imagery on product evaluation</i> in Food quality and preference, 63, 18-27.</p> <p>Vergura, D. T., Zerbini, C., & Luceri, B. (2019). <i>"Palm oil free" vs "sustainable palm oil": the impact of claims on consumer perception.</i> in British Food Journal.</p> <p>Ieva, M., & Ziliani, C. (2018). <i>The role of customer experience touchpoints in driving loyalty intentions in services.</i> in The TQM Journal.</p> <p>Vergura D.T., Luceri B. (2018). <i>Product packaging and consumers' emotional response. Does spatial representation influence product evaluation and choice?</i> in Journal of consumer marketing, 35(2), 218-227.</p> <p>de Regt, A., Plangger, K., & Barnes, S. J. (2021). <i>Virtual reality marketing and customer advocacy: Transforming experiences from story-telling to story-doing</i> in Journal of Business Research, 136, 513-522.</p>
<p>VERGURA, DONATA TANIA</p>	<p>E commerce e digital marketing <i>E-commerce & digital marketing</i></p>	<p>Penela, C. G., de Luca, P., & Pegan, G. (2017). <i>Insights from Google search user-generated data: a study on European Wine in the US Market.</i> Free online su Academia.edu</p> <p>Syrdal, H. A., & Briggs, E. (2018). <i>Engagement with social media content: A qualitative exploration</i> in Journal of Marketing Theory and Practice, 26(1-2), 4-22.</p> <p>Vakulenko, Y., Shams, P., Hellström, D., & Hjort, K. (2019). <i>Service innovation in e-commerce last mile delivery: Mapping the e-customer journey</i> in Journal of Business Research, 101, 461-468.</p> <p>Kim, H., & Hanssens, D. M. (2017). <i>Advertising and word-of-mouth effects on pre-launch consumer interest and initial sales of experience products,</i> in Journal of Interactive Marketing, 37, 57-74.</p> <p>Silva, S. C., Santos, A., Duarte, P., & Vlačić, B. (2021). <i>The role of social embarrassment, sustainability, familiarity and perception of hygiene in second-hand clothing purchase experience</i> in International Journal of Retail & Distribution Management, 49(6), 717-734.</p>
<p>MONACELLI, NADIA</p>	<p>La misura della povertà <i>The Measure of Poverty</i></p>	<p>G. Carbonaro, <i>Studi sulla povertà</i>, Franco Angeli, Milano, 2002 (fino a pag. 86)</p> <p>ISTAT, La povertà in Italia. ANNO 2011, <i>Statistiche report</i>, 17 luglio 2012</p>

		<p>ISAE, La povertà soggettiva in Italia e in Europa, <i>Nota Mensile</i>, luglio 2007</p> <p>ISAE, Differenze di povertà su scala nazionale e internazionale, <i>Rapporto trimestrale</i>, ottobre, 2000</p> <p>FAO, <i>Impacts of policies on poverty – The definition of poverty</i></p> <p>FAO, <i>Impacts of policies on poverty - Basic Poverty Measure</i></p> <p>LIBERATI P., <i>Povert� IN: RIVISTA DI POLITICA ECONOMICA</i>, n. 1/3 Gennaio-Marzo 2009</p>
MONACELLI, NADIA	<p>La misura statistica dell'economia sommersa <i>Statistical Measure of Hidden Economy</i></p>	<p>Zizza R., Metodologia di stima dell'economia sommersa: un'applicazione al caso italiano, <i>Temi di discussione</i>, n. 463, Banca d'Italia, 2002</p> <p>ISTAT, La misura dell'economia sommersa secondo le statistiche ufficiali, <i>Statistiche in breve</i>, 2002.</p> <p>OECD, <i>Measuring the non observed economy. A Handbook</i>, 2002</p>
IEVA, MARCO	<p>Omnichannel Retailing <i>Omnichannel Retailing</i></p>	<p>Piotrowicz, W., Cuthbertson, R., <i>Exploring omnichannel retailing: Common expectations and diverse reality</i>, Springer, 2019. (pp. 1-138 e da 169 a 250)</p>
IEVA, MARCO	<p>Data Privacy <i>Data privacy</i></p>	<p>Palmatier R.W., Martin K.D., <i>The Intelligent Marketer's Guide to Data Privacy: The Impact of Big Data on Customer Trust</i>, Springer, 2019.</p>
IEVA, MARCO	<p>Customer Experience, Customer Journey and Touchpoints <i>Customer Experience, Customer Journey and Touchpoints</i></p>	<p>Lemon, K.N., Verhoef. P.C. <i>Understanding customer experience throughout the customer journey</i>, in Journal of Marketing, Vol. 80 No. 6, pp. 69-96, 2016.</p> <p>Baxendale, S., Macdonald, E.K., Wilson, H.N., <i>The impact of different touchpoints on brand consideration</i> in Journal of Retailing, Vol. 91 No. 2, pp. 235-253, 2015.</p> <p>Herhausen, D., Kleinlercher, K., Verhoef, P. C., Emrich, O., Rudolph, T., <i>Loyalty formation for different customer journey segments</i>, in Journal of Retailing, Vol. 95, No. 3, pp. 9-29, 2019.</p> <p>Ieva, M., & Ziliani, C., <i>The role of customer experience touchpoints in driving loyalty intentions in services</i> in The TQM Journal, Vol. 30 No. 5, pp. 444-457., 2018</p>

		leva, M., & Ziliani, C. <i>Mapping touchpoint exposure in retailing: Implications for developing an omnichannel customer experience</i> , in International Journal of Retail & Distribution Management , Vol. 46 No. 3, pp. 304-322, 2018
ZERBINI CRISTINA	Marketing della nostalgia <i>Nostalgia marketing</i>	Youn, S., & Jin, S. V. (2017). Reconnecting with the past in social media: The moderating role of social influence in nostalgia marketing on Pinterest. <i>Journal of Consumer Behaviour</i> , 16(6), 565-576. Cui, R. (2015). A review of nostalgic marketing. <i>Journal of Service Science and Management</i> , 8(01), 125. Hartmann, B. J., & Brunk, K. H. (2019). Nostalgia marketing and (re-) enchantment. <i>International Journal of Research in Marketing</i> , 36(4), 669-686. Lasaleta, J. D., Werle, C. O., & Yamim, A. P. (2021). Nostalgia makes people eat healthier. <i>Appetite</i> , 162, 105187.
ZERBINI CRISTINA	Marketing sociale <i>Social marketing</i>	Lee N.R., Kotler P., <i>Social marketing: influencing behaviors for good</i> , 4th ed, Los Angeles [etc.], Sage, 2011
ZERBINI CRISTINA	I comportamenti sostenibili <i>Sustainable behaviors</i>	Kostadinova, E. (2016). <i>Sustainable consumer behavior: Literature overview</i> . <i>Economic Alternative</i> , (2), 224-234. Minton, E., Lee, C., Orth, U., Kim, C. H., & Kahle, L. (2012). <i>Sustainable marketing and social media: A cross-country analysis of motives for sustainable behaviors</i> . <i>Journal of advertising</i> , 41(4), 69-84. Peterson, M., Minton, E. A., Liu, R. L., & Bartholomew, D. E. (2021). <i>Sustainable Marketing and Consumer Support for Sustainable Businesses</i> . <i>Sustainable Production and Consumption</i> , 27, 157-168. Trudel, R. (2019). <i>Sustainable consumer behavior</i> . <i>Consumer psychology review</i> , 2(1), 85-96.
CANELLO, JACOPO	Distretti industriali e cluster nell'economia globale <i>Industrial clusters and industrial</i>	De Marchi V., Di Maria E., Gereffi G. (edited by), <i>Local clusters in global value chains: linking actors and territories through manufacturing and innovation</i> , London, New York, Routledge, 2018

	<i>districts in the global economy</i>	
CANELLO, JACOPO	Shock economici, resilienza e sviluppo regionale <i>Economic shocks, resilience and regional development</i>	Hill E.W. et al., <i>Economic shocks and regional economic resilience</i> in Weir M. et al, Urban and regional policy and its effects: building resilient regions, Washington, Brookings Institution Press, 2012, p.193-274.
CANELLO, JACOPO	Lo sviluppo dei territory nell'economia della conoscenza <i>Regional development in the knowledge economy</i>	Buciuni G., Corò G., <i>Periferie competitive: lo sviluppo dei territori nell'economia della conoscenza</i> , Bologna, Il mulino, 2023.
ARCURI, MARIA CRISTINA	Finanza sostenibile Sustainable finance	Linciano N. (et al.), <i>La finanza per lo sviluppo sostenibile: tendenze, questioni in corso e prospettive alla luce dell'evoluzione del Quadro regolamentare dell'Unione europea</i> , Consob, 2021 Free online https://www.dirittobancario.it/wp-content/uploads/sites/default/files/allegati/quaderno_consob_-_giugno_2021_n._1.pdf OPPURE Del Giudice A., <i>La finanza sostenibile: strategie, mercato e investitori istituzionali</i> , Torino, Giappichelli, 2019.
ARCURI, MARIA CRISTINA	Fintech e trasformazione digitale <i>Fintech and digital transformation</i>	Linciano N. (et al.), <i>L'intelligenza artificiale nell'asset e nel wealth management</i> , Quaderni Fintech n. 9, giugno 2022 OPPURE

		<p>Free online https://www.consob.it/documents/1912911/1933915/FinTech_9.pdf/ef5f3073-3ce5-0802-a6a6-1716cf40412a</p> <p>OPPURE</p> <p>Scalise D., <i>Climate Fintech: il mercato italiano nel confronto internazionale</i>, Questioni di Economia e finanza n. 780, giugno 2023</p> <p>Free online https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2023-0780/QEF_780_23.pdf</p> <p>OPPURE</p> <p>ESRB, <i>Systemic cyber risk</i>, feb.2020</p> <p>Free online https://www.esrb.europa.eu/pub/pdf/reports/esrb.report200219_systemiccyberrisk~101a09685e.en.pdf</p>
ARCURI, MARIA CRISTINA	Finanza comportamentale <i>Behavioral Finance</i>	<p>Kahneman D., <i>Pensieri lenti e veloci</i>, Milano, Mondadori, 2020 Parte prima e seconda</p> <p>OPPURE</p> <p>Alemanni B., <i>Finanza comportamentale. Scoprire gli errori che fanno perdere denaro</i>, Seconda Edizione, Egea, Milano, 2020</p>
CALVIA, ALESSANDRO	La misurazione del rischio finanziario <i>Financial Risk Measurement</i>	<p>Hull J.C., <i>Opzioni, futures e altri derivati</i>, 10. ed. – Milano; Torino, Pearson Italia, 2018.</p> <p>Capitoli 22 e 24</p>
CALVIA, ALESSANDRO	Opzioni e loro valutazione <i>Option pricing</i>	<p>Hull J.C., <i>Opzioni, futures e altri derivati</i>, 10. ed. – Milano; Torino, Pearson Italia, 2018.</p> <p>Capitoli: 10.1-10.4, 11, 13 (tranne 13.10 e 13.11)</p>
CALVIA, ALESSANDRO	Contratti forwards, futures e loro valutazione	<p>Hull J.C., <i>Opzioni, futures e altri derivati</i>, 10. ed. – Milano; Torino, Pearson Italia, 2018.</p> <p>Capitoli: 1.1-1.4, 2.1-2.7, 3.1-3.2, 5</p>

	<i>Pricing of forwards and futures contracts</i>	
--	--	--