

## Economia E Management Dei Media

Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche  
 Netflix in Italia e il Big Bang di cinema e tv  
 Corporate Reputation and the News Media  
 Entertainment e comunicazione. Target Strategie Media  
 Ecologia dei media. Protagonisti, scuole, concetti chiave  
 Finalmente la riforma della RAI!  
 Banks and Business Networks  
 Servizi sanitari. Economia e Management  
 Management and Valuation of Heritage Assets  
 Handbook of Media Management and Economics  
 Economia e management dei media  
 Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici, esperienziali e territoriali  
 La formazione al management culturale  
 Handbook on Heritage, Sustainable Tourism and Digital Media  
 Comunicare con gli eventi. Riflessioni e casi di eccellenza  
 Best Practices in Urban Solid Waste Management  
 Multimedia and Interactive Digital TV  
 Remunerazione degli amministratori e corporate governance: nuovi paradigmi dopo la crisi finanziaria  
 Europa vs. Usa. Perché la nostra economia è più efficiente e la nostra società più equa  
 L'onda anomala dei media. Il rischio ambientale tra realtà e rappresentazione  
 Senza rete  
 Leader digitali. Dall'analisi dell'influenza online all'influencer management  
 Palinsesto  
 Francesco tra i lupi  
 Social media metrics. Brand e reputation management nei mercati intesi come conservazioni mediate  
 Sociologia Italiana - AIS Journal of Sociology n. 9  
 Social media e comunicazione della salute. Profili istituzionali e pratiche digitali  
 Facility management for global care. Economia e gestione dell'accudimento  
 Economia e management dell'università. La governance interna tra efficienza e legittimazione  
 Questioni di ben-essere. Pratiche emergenti di cultura, sport, consumi  
 Lavorare con le fondazioni. Guida operativa di fundraising  
 Economia dei media  
 Economia dei contenuti  
 Il museo diventa impresa  
 Social media marketing. Consumatori, imprese, relazioni  
 La marca nell'economia dell'informazione. Per una teoria dei brand  
 Etica dei media  
 Economia e marketing per la cultura  
 Marketing e comunicazione  
 Economia e management delle imprese calzaturiere. Prospettive e strumenti per la competitività dell'industria marchigiana

*Economia E Management Dei Media*

Downloaded from [socialmediaweektoronto.com](http://socialmediaweektoronto.com) by guest

### ELSA MORROW

Economia, management e disciplina del commercio in Italia e nelle Marche HOEPLI EDITORE

This volume examines agenda-setting theory as it applies to the news media's influence on corporate reputation. It presents interdisciplinary, international, and empirical investigations examining the relationship between corporate reputation and the news media throughout the world. Providing coverage of more than twenty-five countries, contributors write about their local media and business communities, representing developed, emerging, and frontier markets - including Argentina, Brazil, Chile, China, Germany, Greece, Japan, Nigeria, Spain, and Turkey, among others. The chapters present primary and secondary research on various geo-political issues, the nature of the news media, the practice of public relations, and the role of public relations agencies in each of the various countries. Each chapter is structured to consider two to three hypotheses in the country under discussion, including: the impact of media visibility on organizational prominence, top-of-mind awareness and brand-name recognition the impact of media favorability on the public's organizational images of these firms how media coverage of specific public issues and news topics relates to the associations people form of specific firms. Contributors contextualize their findings in light of the geopolitical environment of their home countries, the nature of their media systems, and the relationship between business and the news media within their countries' borders. Incorporating

scholarship from a broad range of disciplines, including advertising, strategic management, business, political communication, and sociology, this volume has much to offer scholars and students examining business and the news media.

Netflix in Italia e il Big Bang di cinema e tv FrancoAngeli

Torna, dopo 15 anni - mentre la Rai è più che mai al centro di polemiche, sfiducie, costrizioni, denunce - il libro testimonianza di Angelo Guglielmi e Stefano Balassone, con una nuova introduzione di Angelo Guglielmi e una postfazione di Enrico Ghezzi. Torna, a ricordarci l'esperimento della Rai Tre degli anni 1987-1994. A ricordarcene la vitalità, le possibilità, l'energia, l'utopia. A farci riflettere su cosa, rispetto a quegli anni, è cambiato.

**Corporate Reputation and the News Media** FrancoAngeli

Il volume riflette sulle potenzialità comunicative degli eventi, evidenziandone la complessità e la necessaria professionalità. Sono pertanto presentate numerose esperienze, fra le più significative in Italia: la Rai con il Festival di Sanremo, Rai Cinema

*Entertainment e comunicazione. Target Strategie Media* FrancoAngeli

"Addressing the issues that managers in the multimedia industry have confronted while developing and implementing this innovative technology, this book focuses on the latest research and findings in digital television technologies. Covered are the major issues surrounding digital convergence including the digital metamedi market and new digital media devices and their potential for IT convergence at the macro level. Also addressed are multimedia and interactive digital television and the economic implications of these technologies. Additionally, the managerial implications of

interactive digital television are covered, including branding strategies for digital television channels and the critical role of content media management."

[Ecologia dei media. Protagonisti, scuole, concetti chiave](#) FrancoAngeli

Rivista dell'Associazione Italiana di Sociologia.

**Finalmente la riforma della RAI!** EGEA spa

The valuation of Heritage Assets (HA), which are a vital resource for the non-profit public or private organizations operating in the heritage sector is on the one hand sometimes difficult to do, and on the other, can be excessively costly with respect to the correlated disclosure benefits. The growing application of the (full or modified) accrual basis of accounting in the public and non-profit sectors has extended and reanimated this issue. This book applies the comparative method, in order to provide new information on the analyzed subject. Specifically, after having investigated the different theoretical and technical proposals, it compares the reporting behavior of significant cases of Italian and American public and private organizations, coming from different cultural and management approaches. Proposing a link between the managerial and reporting issues of the organizations involved in the management and maintenance of heritage assets, this book is crucial in the task to optimize the performance of organizations in this sector.

**Banks and Business Networks** Vita e Pensiero

1060.162

**Servizi sanitari. Economia e Management** FrancoAngeli

639.59

**Management and Valuation of Heritage Assets** FrancoAngeli

244.1.54

**Handbook of Media Management and Economics** FrancoAngeli

1569.8

[Economia e management dei media](#) Lulu.com

365.742

**Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici, esperienziali e territoriali** Giunti

"In concreto questo libro risponde alle seguenti domande: perché la Rai oggi è così inquieta? Perché Mediaset è tutt'altro che una società privata? Perché l'imprenditoria privata ha dimostrato disinteresse per le attività televisive? Perché la Rai è afflitta da scarsità di risorse finanziarie (e ora non solo finanziarie)? Perché l'organico di occupati nel settore (cinema compreso, per la cui sopravvivenza oggi è determinante l'apporto di Rai o Mediaset) è sensibilmente più povero che negli altri paesi europei di uguale impegno produttivo? Perché chi lavora in Rai (e non solo in Rai ma anche in Mediaset e nel gruppone delle televisioni locali) teme di perdere il posto? Perché i dipendenti della Rai soffrono di frustrazione professionale lamentando di essere scarsamente (o per nulla) utilizzati e offesi nelle loro capacità e competenze? Perché la struttura produttiva della Rai continua a

essere sostanzialmente misurata a un prodotto che non produce più, in fondo rischiando di doppiare costi e spese?" Angelo Guglielmi

[La formazione al management culturale](#) FrancoAngeli

1257.31

**Handbook on Heritage, Sustainable Tourism and Digital Media** Società Editrice Esculapio

244.1.51

**Comunicare con gli eventi. Riflessioni e casi di eccellenza** Gruppo 24 Ore

The book provides an overview of best practices in urban waste management in the zero waste framework, assuming a multidisciplinary perspective. By analysing exemplary cases of firms and local governments, significant ownership, governance, and performance issues are discussed, along with key drivers of sustainable urban waste management.

**Best Practices in Urban Solid Waste Management** Routledge

Il museo non può più essere considerato solo un contenitore per beni culturali di alto interesse storico-artistico, ma un'istituzione didattica che deve rispondere alle nuove esigenze di pubblici sempre più ampi e diversificati. La struttura museale si apre a nuove strategie di coinvolgimento, a inedite modalità di interazione e a offerte culturali sempre più orientate alla fidelizzazione. Il divertimento, la socializzazione, l'interazione con i diversi mondi della conoscenza, la divulgazione delle collezioni con un approccio interdisciplinare e l'auto-finanziamento diventano elementi imprescindibili. Il museo diventa impresa entrando nel mercato delle aziende private e del tempo libero delle persone.

[Multimedia and Interactive Digital TV](#) Gius.Laterza & Figli Spa

366.39

[Remunerazione degli amministratori e corporate governance: nuovi paradigmi dopo la crisi finanziaria](#) FrancoAngeli

I media sono stati molto osservati dal punto di vista sociale, culturale e politico, ma poco dal punto di vista economico, nonostante siano ormai diventati un settore industriale di primo piano. Questo libro offre strumenti per capire l'economia dei media e i suoi rapporti con il settore più ampio delle comunicazioni, comprese le telecomunicazioni e l'informatica. Oltre all'analisi di aspetti generali del processo produttivo e del mercato, i suoi capitoli approfondiscono i caratteri e l'evoluzione attuale dei principali media, con particolare attenzione all'Italia.

[Europa vs. Usa. Perché la nostra economia è più efficiente e la nostra società più equa](#) Gius.Laterza & Figli Spa

Il palinsesto è la sequenza di tutto ciò che viene trasmesso in televisione nella giornata, nella settimana, nel mese. Ma è anche un mosaico di contenuti eterogenei, è un processo di composizione sempre presente per gli addetti ai lavori, è l'elemento che definisce l'identità e il 'sapore' dell'offerta per gli spettatori. Luca Barra affronta per la prima volta in modo sistematico il tema del palinsesto: gli strumenti e le regole del buon programmatore, le logiche che sottostanno alla sua composizione, l'evoluzione storica dei palinsesti italiani, gli effetti del digitale e del multichannel. Un volume fondamentale per comprendere l'elemento principe della grammatica televisiva e i suoi sviluppi futuri.

[L'onda anomala dei media. Il rischio ambientale tra realtà e rappresentazione](#) Firenze University Press

666.2