UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI VERONA
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE
FACOLTÀ DI ECONOMIA
37129 Verona, Via dell'Artigliere, 19 – Fax 0458028220-8488

Corporate Identity e Etica d'Impresa
a.a. 2013/14
Prof. Federico Brunetti

Programma frequentanti – Modulo Corporate

Gli studenti frequentanti debbono preparare l'esame sui seguenti materiali:

1. Appunti delle lezioni
2. Marco Bassani, Saverio Sbalchiero, *Brand Design*, Alinea, Firenze, 2002
3. Proprio articolo ex Knowledge Co-production + uno a scelta tra gli altri
4. Seguenti Letture disponibili su piattaforma e-learning:
    1. Scordate il web – J. Franzen
    2. Percorso del Marketing – B. Cova
    3. Marketing non convenzionale – B. Cova
    4. Joyless Economy 3 – T. Scitovsky
    5. Marca postmoderna – A. Semprini
    6. Cluetrain Manifesto
    7. Story behind Lovemarks – K. Roberts
    8. Lessons from Cultural Icons – Harvest Communication
    9. Five ways branding is changing – R. Jones
    10. Far parlare il prodotto – G. Soda
    11. Riflessione sulla vita – D. Kahneman
    12. Management & Humanities – N. Ind
    13. Different Intro – Y. Moon
    14. Different Human Touch – Y. Moon

Modulo Corporate – Programma non frequentanti

Gli studenti **non** frequentanti debbono preparare l'esame sul seguente testo:

1. Kevin Lane Keller, Bruno Busacca, Maria Carmela Ostillio, *La gestione del brand. Strategie e sviluppo*, Egea, Milano, 2005, *esclusi* i capp. 5 e 10