

Bibliografia

P. ARTUSO - G. MASON (2008), *La nuova comunicazione interna. Reti, metafore, conversazioni, narrazioni*, Milano, FrancoAngeli.

ASCAI (2020), *Il futuro della comunicazione d'impresa in Italia alla luce dell'esperienza Covid-19*, <https://www.ascai.it/uploads/news/8f5f836c.pdf>

M. AUGÉ (1999), *Disneyland e altri non luoghi*, Torino, Bollati Boringhieri.

A. AVALLONE (2021), *#Datastories: Seguire le impronte umane sul digitale*, Milano, Hoepli.

A. BARICCO (2018), *The game*, Torino, Einaudi.

F. BROCCERI (2019), *Ufficio stampa 2.0: Tra Media Relations e Digital Pr*, Independently published.

BROECK ET AL. (2010), *Capturing autonomy, competence, and relatedness at work: construction and validation of the work-related basic need satisfaction scale*, in «Journal of Occupational and Organizational Psychology», 83.

F. BRUNI - T. RASO (a cura di) (2002), *Manuale dell'italiano professionale*, Bologna, Zanichelli.

G. CALICCIA (2017), *Guida pratica all'employer branding. Teoria, dati e casi*, Milano, FrancoAngeli.

M.A. CAMILLERI (2017), *Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management: An Introduction to Theory and Practice with Case Studies*, Springer.

L. CARRADA (2012), *Lavoro, dunque scrivo! Creare testi che funzionano per carta e schermi*, Bologna, Zanichelli.

A.B. CARROLL (1991), *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, in «Business Horizons», 34, pp. 39-48.

A. CATTANEO (2018), *Il mestiere del potere*, Bari, Laterza, p. 5.

D. CHIEFFI (2013), *Online Crisis Management: Strategie ai tempi dei social media*, Milano, Apogeo.

D. CHIEFFI (2020), *Crisi reputazionali ai tempi dell'infosfera*, Milano, Franco Angeli.

- N. CHOMSKY (2014), *Media e potere*, Lecce, Bepress.
- P. CIUCCARELLI (2019), *La Lettura, visual data online per raccontare la complessità*, https://www.corriere.it/la-lettura/infografiche-visual-data/19_agosto_05/lettura-visual-data-online-raccontare-complessita-guarda-nuovo-canale-f5e7abda-fe7-11e9-a962-3591a4d44a20.shtml
- P. CIUCCARELLI, *Visualeyed*, <https://visualeyed.com/>
- P. CIUCCARELLI - P. GUADAGNI, *Un magazine di data journalism*, <https://thevisualagency.com/it/solutions/storytelling-data-driven/un-magazine-di-visual-e-data-journalism/>
- V. CODA (1989), *La comunicazione economica nella strategia aziendale*, in CESAD, *La comunicazione economica: valore aziendale o sociale*, Atti del convegno (20 giugno 1988), Milano, Egea.
- M.D. COHEN - J.G. MARCH - J.P. OLSEN (1972), *A Garbage Can Model of Organizational Choice*, in «Administrative Science Quarterly», 17, 1, pp. 1-25.
- C. COLOMBO - A. DONADIO - A. GALARDI - V. MARINI - L. SOLARI (2015), *The human side of digital*, Guerini Next.
- G. COMIN (2016), *L'impresa oltre la crisi*, Venezia, Marsilio.
- E. CORVI (2007), *La comunicazione aziendale*, Milano, Egea.
- D. COWAN (2017), *Strategic Internal Communication*, Kogan Page.
- B. CUCINELLI (2018), *Il sogno di Solomeo. La mia vita e l'idea del capitalismo umanistico*, Milano Feltrinelli.
- B. CZARNIAWSKA (2000), *Narrare l'organizzazione. La costruzione dell'identità istituzionale*, Torino, Einaudi.
- N. DAMASCELLI - G. BOSOTTI (2003), *Comunicazione e management*, Milano, FrancoAngeli.
- P.R. DAUGHERTY - H.J. WILSON (2018), *Human + Machine*, Boston, Harvard Business Review Press.
- A. DE VULPIAN (2005), *Listening to Ordinary People*, keynote address at the Society of Organizational Learning Conference, Vienna, September.
- M. DECASTRI (2016), *Progettare le organizzazioni. Le teorie e i modelli per decidere*, Guerini Next.
- A. DONADIO (2018), *Smarting Up! La smart organization: una nuova relazione tra persona e organizzazione*, Milano, FrancoAngeli.
- EDELMAN TRUST BAROMETER (2019), https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf

- D. ELLIOT (2009), *Business Continuity Management. A Crisis Management Approach*, London, Routledge.
- V. FALCINELLI (2018), *Testi che parlano*, Franco Cesati Editore.
- FeDUF, *L'educazione finanziaria che vorrei*, a cura di Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio, Fondazione Nuovo Millennio Scuola Politica 'Vivere nella Comunità', Start Magazine.
- L. FLORIDI (a cura di) (2015), *The Onlife Manifesto*, Cham, Springer International Publishing, <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-04093-6>
- A. FONTANA (2016), *Storytelling d'impresa*, Milano, Hoepli.
- A. FONTANA (2018), *Storie che incantano*, Milano, Roi Edizioni.
- A. GALARDI (2007), *Parole per cambiare*, Milano, Vita e Pensiero.
- A. GALARDI (2016), *La comunicazione capovolta: comunicazione e partecipazione nell'impresa*, in A. QUADRIO - D. PAJARDI, *La società ri-pensata*, Milano, Edra.
- A. GALARDI (2021), *Il coraggio di decidere. Approcci e storie di saggezza decisionale*, Palermo, Flaco editore.
- A. GALARDI (2023), *Coraggio*, Milano, Franco Angeli.
- J. GALBRAITH (1973), *Designing Complex Organizations*, Reading, MA, Addison-Wesley.
- M.T. GIANNELLI (2006), *Comunicare in modo etico*, Milano, Cortina.
- G. GIGERENZER (2015), *Imparare a rischiare*, Milano, Raffaello Cortina.
- N. GINZBURG (1963), *Lessico familiare*, Torino, Einaudi.
- L. GITELMAN (2013), *'Raw Data' Is a Oxymoron*, Cambridge, MIT Press, in J. VAN DIJCK - T. POELL, *Understanding Social Media Logic*, in «Media and Communication», 1 (1), pp. 2-14.
- S. GODIN (2023), *Il canto del significato. Un manifesto per i time loro leader per ripensare il modo in cui pensiamo il business*, Macerata, Roi.
- J. GOTTSCHALL (2012), *L'istinto di narrare*, Torino, Bollati Boringhieri.
- T. GREER (1998), *Understanding Intranets*, Microsoft Press.
- L. GUATRI - M. MASSARI (1992), *La diffusione del valore*, Milano, Egea.
- A. GUERRERA (2022), *Metaverso. Ai-DA, l'intelligenza artificiale: «Io, robot vi insegno l'arte»*, in «la Repubblica», 16 aprile.
- J.R. HACKMAN - G.R. OLDFHAM (1976), *Motivation through the design of work: test of a theory*, in «Organizational Behavior and Human Performance», 16, 2, pp. 250-279.

- G. HAMEL - M. ZANINI (2020), *Humanocracy. Imprese straordinarie come le loro persone*, Milano, Ayros.
- B. HULTEN (2015), *Sensory Marketing*, Routledge.
- B. HULTEN - N. BROWEUS - M. VAN DIJK (2009), *Sensory Marketing*, Palgrave MacMillan.
- S. JOBS (2015), *Discorso agli studenti di Stanford*, <https://www.youtube.com/watch?v=UF8uR6Z6KLc>
- R. KEIDEL (1990), *Triangular Design: A New Organizational Geometry*, in «Academy of Management», 4, 4, pp. 21-37.
- P. KEMP-ROBERTSON - C. BARTH (2019), *Brand bravery. I dieci comandamenti del coraggio*, Milano, Guerini Next.
- P. KOTLER - G. ARMSTRONG (2015), *Principles of marketing*, Pearson.
- P. KOTLER - C. SARKAR (2020), *Brand activism. Dal Purpose all'azione*, Milano, Hoepli.
- J.P. KOTTER (1995), *Articulate the connections between the new behaviors and organizational success, making sure they continue until they become strong enough to replace old habits*, in «Harvard Business Review», march-april.
- J. KOTTER (2012), *Accelerate*, in «Harvard Business Review», 90, 11, pp. 45-58.
- D. KRACKHARDT - J. HANSON (2000), *Informal Networks the Company behind the Charts*, in «Harvard Business Review», 78 (4).
- P. IABICHINO (2011), *Invertising*, Milano, Guerini.
- P. IABICHINO (2017), *Scripta volant*, Torino, Codice.
- P. IACCI (2024), *Smetto quando voglio*, Milano, Egea.
- M. INCLETOLLI (2024), *Dalla carta al web. Origini, evoluzione e tendenze dell'editoria aziendale in Italia*, Roma, ASCAI.
- E. INVERNIZZI (2000), *La comunicazione organizzativa: teorie, modelli e metodi*, Milano, Giuffrè.
- E. INVERNIZZI - S. ROMENTI (2012), *Relazioni pubbliche e corporate communication*, McGraw Hill.
- E. INVERNIZZI - S. ROMENTI (2020), *Corporate Communication e Relazioni Pubbliche*, McGraw Hill.
- P. LAGADEC (2002), *Crisis Management. Come affrontare e gestire emergenze e imprevisti*, Milano, Franco Angeli.
- A.V. LASKIN (2017), *The Handbook of Financial Communication and Investor Relations*, Wiley Blackwell.
- G. LATINI (2016), *Immagini-mondo. Breve storia del cinema d'impresa*, Roma, Kappabit.

- Lief Fearn*, a cura di C. Cavallo - L. Franciosa, Marigliano, Italibri, 2000.
- L. LIGUORI (2020), *Nomi & naming. Scegliere il nome giusto per ogni cosa*, Bologna, Zanichelli.
- C. LOCKE - R. LEVINE - D. SEARLS - D. WEINBERGER (1999), *The Cluetrain Manifesto: The End of Business As Usual*.
- M. LOMBARDI (2005), *Comunicare nell'emergenza*, Milano, Vita e Pensiero.
- A. LUCCHINI (2016), *ScriBa, Scrivere in banca*, Milano, Centopagine.
- G. LUPI, *giorgialupi*, <http://giorgialupi.com>
- G. LUPI (2016), *Dear Data - The Project*, <http://www.dear-data.com/theproject>
- G. LUPI (2017), *Data Humanism, The Revolution will be Visualized*, <http://giorgialupi.com/data-humanism-my-manifesto-for-a-new-data-wold>
- G. LUPI (2018), *BRUISES - The Data We Don't See*, <http://giorgialupi.com/bruises-the-data-we-dont-see>
- G. LUPI (2020), *My 2020 in Data (So Far)*, <http://giorgialupi.com/my-2020-in-data-so-far>
- G. LUPI (2021a), *Plastic Air*, <http://giorgialupi.com/plastic-air>
- G. LUPI (2021b), *Prioritazing gender equality in the wake of Covid-19 – Bill and Melinda Foundation*, <https://www.gatesfoundation.org/ideas/articles/gender-equality-covid19-data>
- G. LUPI (2021c), *RAND Art + Data: Imaging Mental Health in America*, <https://www.rand.org/about/nextgen/art-plus-data/giorgia-lupi/imaging-mental-health-in-america.html>
- G. LUPI - T. COTTON - P. COX (2021), *Plastic Air*, <https://artsexperiments.with-google.com/plasticair/>
- C. MACCARRONE - R. ZARRIELLO (2022), *L'impresa come media. Brand journalism: tecniche giornalistiche per raccontare la tua azienda*, Palermo, Trèfoglie.
- W.H. MACEY ET AL. (2009), *Employee engagement: Tools for analysis, practice, and competitive advantage*, Wiley-Blackwell.
- F. MAIMONE (2010), *La comunicazione organizzativa*, Milano, FrancoAngeli.
- V. MARASCO (1988), *L'informazione finanziaria delle società. Bilanci - Prospetti informativi - Relazioni infrannuali - Controlli CONSOB - Certificazione*, Milano, Ipsoa Informatica.
- V. MARTINO (2013), *Dalle storie alla storia d'impresa. Memoria, comunicazione, heritage*, Acireale-Roma, Bonanno.
- V. MARTINO (2024), *Olivetti e il libro, storia di un'impresa che diventa cultura*, Roma, Sapienza Università Editrice.

- A.H. MASLOW (1954), *Motivation and personality*, New York, Harper & Brothers.
- A. MAZZEI (2015), *Strategia e management della comunicazione d'impresa*, Milano, FrancoAngeli.
- A. MAZZEI - L. QUARATINO (2019), *Rapporto sulla comunicazione interna nelle aziende italiane*, Milano, FrancoAngeli; <https://series.francoangeli.it/index.php/oa/catalog/view/500/306/2420?>
- D. MC GREGOR (1960), *The human side of enterprise*, McGraw Hill Higher Education.
- G.C. MEYERS (1988), *Gestire le crisi, come affrontare e risolvere le difficoltà dell'azienda*, Milano, Edizioni Sole 24 Ore.
- E. MICHAELS - H. HANDFIELD-JONES - B. AXELROD (2001), *The war for talent*, Harvard Business School Press.
- I. MITROFF (2001), *Managing crisis before they happen. What every executive and manager needs to know about Crisis Management*, New York, Amacon.
- I. MITROFF - T. PAUCHANT (1992), *Transforming the Crisis-Prone organisation*, San Francisco, Jossey-Bass.
- B.D. MITTELSTADT - P. ALLO - M. TADDEO - S. WACHTER - L. FLORIDI (2016), *The ethics of algorithms: Mapping the debate*, in «Big Data & Society», 3, 2, pp. 1-21; <https://doi.org/10.1177/2053951716679679>
- T. MONTAGUE (2013), *True story*, Boston, Harvard Business Review Press.
- Y. MOON, *Different: Escaping the Competitive Herd*, Crown, 2011.
- K. MORAN (2016), *The Four Dimensions of Tone of Voice*, Nielsen Norma Group.
- M. MORELLI (2003), *Teoria e tecniche della comunicazione d'impresa*, Pisa, ETS.
- L. NORSA (2009), *Risk, Issue e crisis management*, Ipsoa.
- F. NOVARA - G. SARCHIELLI (1996), *Fondamenti di psicologia del lavoro*, Bologna, il Mulino.
- C. NUSSBAUMER-KNAFLIC (2016), *Data storytelling: generare valore dalla rappresentazione delle informazioni*, traduzione a cura di V.B. Sala, Milano, Apogeo Editore.
- A. ORRÙ, *Linguaggio inclusivo: perché non è solo una questione di genere*, <https://www.aliceorru.me/definizione-linguaggio-inclusivo/#genere>
- N. PAGNONCELLI (2019), *La Penisola che non c'è. La realtà su misura degli italiani*, Milano, Edizioni Mondadori.
- E. PARISER, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, free ebook, <https://bit.ly/3ClbJRn>
- G. PARISI (2020), *Introduzione*, in A. MASSARENTI - A. MIRA, *La pandemia dei dati*, Milano, Mondadori.

- A. PASTORE - M. VERNUCCIO (2008), *Impresa e comunicazione*, Milano, Apogeo.
- M. PECCHENINO (2009), *La comunicazione d'impresa*, Roma, Laterza.
- M.A. PEIPERL - M.B. ARTHUR - R. GOFFEE - T. MORRIS (eds.) (2000), *Career Frontiers: New Conceptions of Working Lives*, Oxford, Oxford University Press.
- PENTAGRAM (2021), *Plastic Air - Story*, <https://www.pentagram.com/work/plastic-air/story>
- M.E. PORTER - M.R. KRAMER (2006), *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, in «Harvard Business Review», 84, pp. 78-85.
- M.E. PORTER - M.R. KRAMER (2011), *Creating Shared Value*, in «Harvard Business Review», 89 (1-2), pp. 62-77.
- G. QUALIZZA (2010), *Transparent factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, Milano, FrancoAngeli.
- REDAZIONE TABLEAU, *Guida per principianti sulla visualizzazione dei dati: definizione, esempi e risorse didattiche*, <https://www.tableau.com/it-it/learn/articles/data-visualization>
- M. REGESTER - J. LARKIN (2010), *Risk Issues e Crisis Management nelle Relazioni Pubbliche*, Milano, Franco Angeli.
- F. ROSE (2013), *Immersi nelle storie*, Torino, Codice.
- R. ROSSI - U.C. GALLICI - A. PORCELLI - G. VALLARINO (2011), *Erga museon. L'età classica*, vol. 2, Torino, Paravia-Pearson.
- J. SASSOON (2012), *Web storytelling*, Milano, FrancoAngeli.
- J. SASSOON (2019), *Storytelling e intelligenza artificiale*, Milano, FrancoAngeli.
- E. SCHEIN (2000), *Culture d'impresa. Come affrontare con successo le transizioni e i cambiamenti organizzativi*, Milano, Cortina.
- H. SELYE (1984), *The stress of life*, New York, McGraw-Hill.
- M. SIDERI - G. LUPI (2021), *Dati agnostici: «Non sono solo numeri»*, in «Corriere Innovazione - Corriere della Sera», 26 marzo, pp. 1-3.
- S. SINEK (2011), *Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*.
- S. SPLENDIANI (2022), *La comunicazione di crisi e i social media: principi, modelli teorici e applicazioni pratiche*, Milano, Franco Angeli.
- K. STEINER (2017), *Bad Candidate Experience Cost Virgin Media \$5M Annually - Here is How They Turned That Around*.
- W. STORR (2020), *La scienza dello storytelling*, Torino, Codice Edizioni.

- S.E. SULLIVAN - M.B. ARTHUR (2006), *The evolution of the boundaryless career concept: Examining physical and psychological mobility*, in «Journal of Vocational Behavior», 69, 1, pp. 19-29.
- P. SÜSKIND (2010), *Profumo*, Longanesi.
- J.D. THOMPSON (1967), *Organizations in Action*, New York, McGraw-Hill; trad. it. *L'azione organizzativa*, Torino, Isedi, 1988.
- A. TUAN (2019), *La comunicazione della CSR nell'era digitale. Prospettive teoriche ed evidenze empiriche*, Aracne.
- J. VAN DIJCK (2014), *Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data Between Scientific Paradigm and Ideology*, in «Surveillance & Society», 12, pp. 197-208.
- S. VENEZIANI (1999), *Organizzare l'ufficio Stampa*, Milano, Il Sole 24Ore.
- P. VENTURI - S. ZAMAGNI (2017), *Da Spazi a Luoghi*, Short Paper 13, <https://www.aiccon.it/wp-content/uploads/2017/06/short-paper-13-1.pdf>
- A. VESPIGNANI (2019), *L'algoritmo e l'oracolo: come la scienza predice il futuro e ci aiuta a cambiarlo*, Milano, Il Saggiatore.
- C. VINTI (2007), *Gli anni dello stile industriale. 1948-1965*, Venezia, Marsilio
- M. VITALE (2014), *L'impresa responsabile. Nelle antiche radici il suo futuro*, ESD.
- P. WATZLAWICK - J.H. BEAVIN - D. JACKSON (1978), *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi*.
- K. WEICK - K. SUTCLIFFE (2010), *Governare l'inatteso: organizzazioni capaci di affrontare le crisi con successo*, Milano, Raffaello Cortina.
- E. WENGER (1996), *Communities of practice: the social fabric of a learning organization*.
- A.C. WRIGHT (2016), *Manuale di business continuity e crisis management. Dal risk assessment al crisis e recovery management*, Milano, Franco Angeli.
- A. ZINOLA (2021), *Diverso da chi*, Milano, Egea.
- C. ZINS (2007), *Conceptual approaches for defining data, information, and knowledge*, in «Journal of the American Society for Information Scienze and Technology», 58 (4), pp. 479-493.

Sitografia

BORSA ITALIANA: www.borsaitaliana.it

COMMISSIONE NAZIONALE PER LE SOCIETÀ E LA BORSA: www.Consob.it

<https://dedos-patent.com/cose-sound-branding-esempi-marchi-sonori/>

DIGITAL WILDFIRES IN A HYPERCONNECTED WORLD: http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/?doing_wp_cron=1551866882.2552580833435058593750#read

FEDERAZIONE RELAZIONI PUBBLICHE ITALIANA: <https://www.ferpi.it/news/edufin-leducazione-finanziaria-come-strumento-di-relazioni-pubbliche>

FONDAZIONE PER L'EDUCAZIONE FINANZIARIA E AL RISPARMIO: www.feduf.it

HEINEKEN, THE CANDIDATE: <https://www.youtube.com/watch?v=a9JLJ4cm3W8>

IKEA, CAREER INSTRUCTIONS: <https://www.youtube.com/watch?v=qwmXRAGDHeo>

<https://www.20k.org/episodes/netflix>

<https://www.news18.com/news/buzz/what-is-the-sound-behind-the-iconic-netflix-intro-it-involves-a-goat-2837661.html>

<https://news.microsoft.com/it-it/2016/02/22/il-ristorante-barilla-di-manchattan-ha-una-nuova-vetrina-magica/>

ORGANIZZAZIONE PER LA COOPERAZIONE E LO SVILUPPO ECONOMICO: <https://www.oecd.org/financial/education/financial-education.htm>

OSSERVATORIO NAZIONALE DI EDUCAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA: <https://oneef.unimib.it/biblioteca/>

http://www.quellocheconta.gov.it/export/sites/sitopef/modules/linee_guida/Linee-guida-adulti.pdf

http://www.quellocheconta.gov.it/export/sites/sitopef/modules/linee_guida/Linee-guida-giovani.pdf

SO. ALGORITHMS ARE DESIGNING CHAIRS NOW: <https://www.wired.com/2016/10/elbo-chair-autodesk-algorithm/>

SUWAJANAKORN SUPASORN, TED TALK: <https://www.youtube.com/watch?v=o2DDU4g0PRo>