

LIBRI DEL MESE



La mucca viola di Godin Seth Sperling & Kupfer, 2004

Che cosa hanno imprese internazionali come Apple, Curad, Google, Ikea, Logitech, Starbucks che voi non avete? Perché queste aziende continuano a stupire con il loro successo, mentre le grandi marche di una volta arrancano a fatica? Le P tradizionali come prezzo, promozione, pubblicità, posizionamento e altre che gli uomini di marketing usano non funzionano più. Oggi, all'elenco, c'è da aggiungere un'altra P: quella di Purple Cow, la Mucca Viola. Che non è una funzione di marketing cui ricorrere a prodotto finito. La Mucca Viola è qualcosa che è dentro il prodotto.

Seth Godin è autore di numerosi bestseller internazionali, compreso *La mucca viola*, il libro di marketing con il maggior numero di copie vendute negli ultimi dieci anni. È direttore di The Big Moo, fondatore e CEO di Squidoo.com ed è il blogger di marketing più celebre del mondo.

Perché è un libro importante per un formatore?

Chi si occupa di marketing e aspetti commerciali trova concetti importanti spiegati con semplicità e chiarezza, senza fornire ridondanti grafici, formule e regole da apprendere.





La globalizzazione che funziona
Di Joseph Stiglitz
Einaudi, 2007

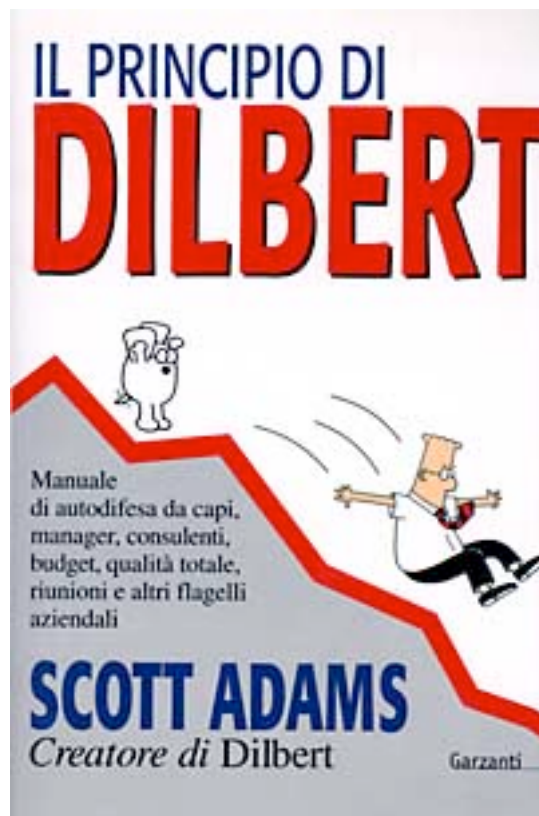
La globalizzazione non è un male e va abbracciata. A sostenere questa tesi è Stiglitz, autorevole sostenitore della critica alla globalizzazione liberista. Si tratta forse di una ritrattazione del Premio Nobel? In realtà, è il frutto di una constatazione: se la globalizzazione è un processo inevitabile, è possibile farla funzionare in direzione del benessere dei paesi più arretrati e dei cittadini dei paesi avanzati attraverso un mix di politiche di solidarietà e di intervento delle istituzioni internazionali.

Joseph Stiglitz, vincitore del premio Nobel per l'Economia del 2001, è internazionalmente riconosciuto come uno dei maggiore economisti e saggisti della sua generazione.

Perché è un libro importante per un formatore?

Per cogliere le dinamiche internazionali dal punto di vista economico e sociale e farsi un'idea di un mondo più sostenibile ed equo.





**Il principio di Dilbert
di Scott Adams
Garzanti, 2003**

Nella tua azienda preferiscono il termine "ristrutturazione" oppure "esubero" o magari "downsizing"? Qualche tuo dirigente partecipa al premio per "la decisione più stupida dell'anno"? Ti chiedono una relazione sulle relazioni? Il direttore generale non distingue un computer da un aspirapolvere? Le procedure aziendali vengono ridefinite a ogni cambio di stagione? Come difendersi da tutto ciò? Grazie alla sua durissima esperienza (17 anni in un cubicolo aziendale), Scott Adams traccia questo manuale di sopravvivenza dedicato a tutti coloro che si guadagnano faticosamente la vita in ufficio.

Scott Adams è un fumettista statunitense. È celebre per essere il creatore della striscia a fumetti *Dilbert*, nonché scrittore di diversi libri di filosofia e di parodie satiriche. Ricevette la "Bachelor's degree" in Economia al Hartwick College e dal 1979 ed è anche socio del Mensa.

Perché è un libro importante per un formatore?

Per poter analizzare, attraverso le storie di Dilbert e un approccio ironico, le dinamiche tipiche delle grandi organizzazioni.

aiflearningnews@gmail.com - www.aifonline.it

