

Libri del mese dall'Osservatorio AIF

A cura di Giacomo Prati



L'arte di riassumere

Di Ugo Cardinale

Il Mulino, 2015

Dopo anni di polveroso oblio, la pratica del riassunto è oggi riscoperta e riproposta come insostituibile strumento didattico.

Ugo Cardinale, ha insegnato Linguistica generale nell'Università di Trieste.

Perché è un libro importante per un formatore?

Questa utile guida illustra con chiarezza tale complessa abilità, basata sull'interdipendenza di lettura e scrittura, attraverso un ampio repertorio di testi letterari, scientifici, o di attualità storico-politica che vengono smontati, analizzati e trasformati con diversi livelli di riduzione.



Perché non vediamo le crisi

di Gary B. Gorton

Franco Angeli, 2014

Con questo saggio Gary B. Gorton offre al lettore una prospettiva di analisi innovativa della crisi finanziaria che ha avuto inizio nel 2007 negli Stati Uniti, sviluppi drammatici negli anni successivi, e ancor oggi è lungi dall'aver esaurito i suoi effetti!

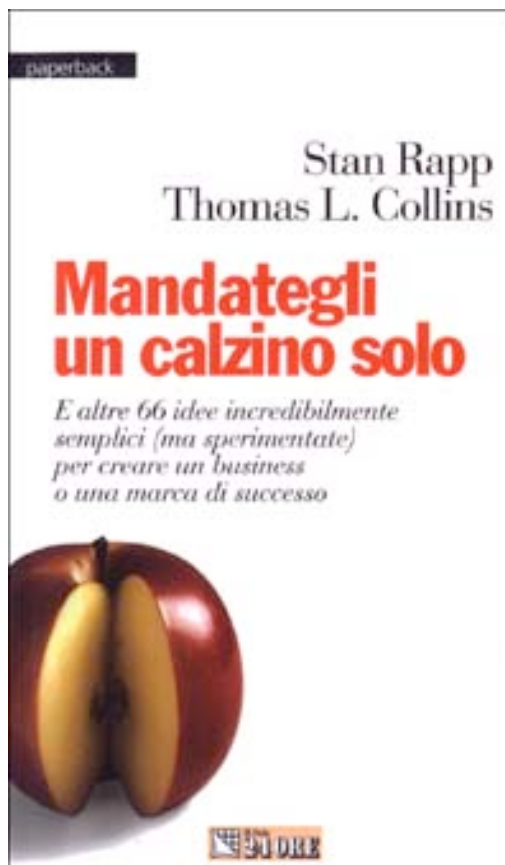
Gary B. Gorton, è stato consulente della Federal Reserve e ha insegnato per ventiquattro anni alla Wharton School.

Perché è un libro importante per un formatore?

Scritto e argomentato con rara chiarezza anche per il lettore non esperto, dimostra che le crisi finanziarie non sono eventi rari, causate da tempeste di fattori casuali. Invece, le crisi finanziarie sono inerenti al nostro sistema finanziario.

aiflearningnews@gmail.com - www.associazioneitalianaformatori.it





Mandategli un calzino solo

Di T. L. Collins e S. Rapp
Ed. Il Sole 24 Ore, 2009

"Trasformate i vostri clienti in protagonisti. Far parte del pubblico è molto meno emozionante che poter accedere al camerino dell'artista". Per attirare l'attenzione e sollecitare la risposta e la curiosità del cliente mandategli un calzino solo, egli acquisterà l'altro!

Rapp Stan e Collins L. Thomas, fondatori dell'omonima agenzia pubblicitaria, sono gli ideatori del "MaxiMarketing".

Perché è un libro importante per un formatore?

Qualunque sia il vostro ruolo nel marketing, nella pubblicità o nella comunicazione, sapete perfettamente quanto conti un'idea, se è quella giusta. Stan Rapp e Thomas Collins hanno raccolto in questo libro le 67 idee migliori sperimentate in dieci anni di consulenza in giro per il mondo: idee "incredibilmente semplici", da poter essere adattate a situazioni di marketing completamente diverse.

aiflearningnews@gmail.com - www.associazioneitalianaformatori.it

