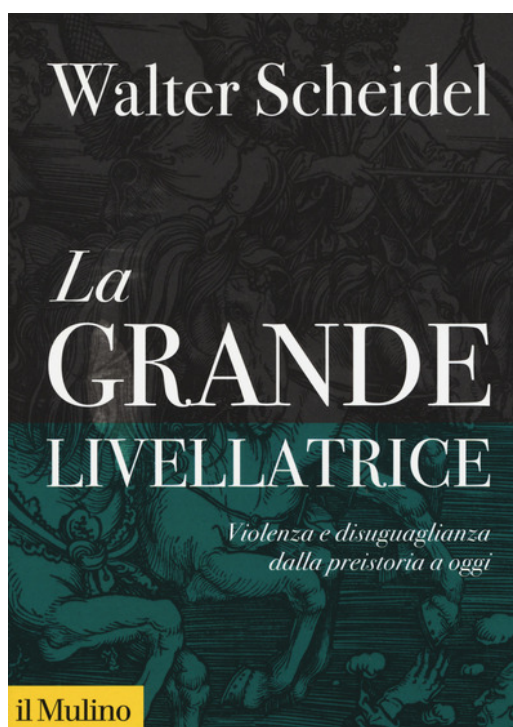


Libri del mese dall'Osservatorio AIF

A cura di Giacomo Prati



La grande livellatrice

Walter Scheidel

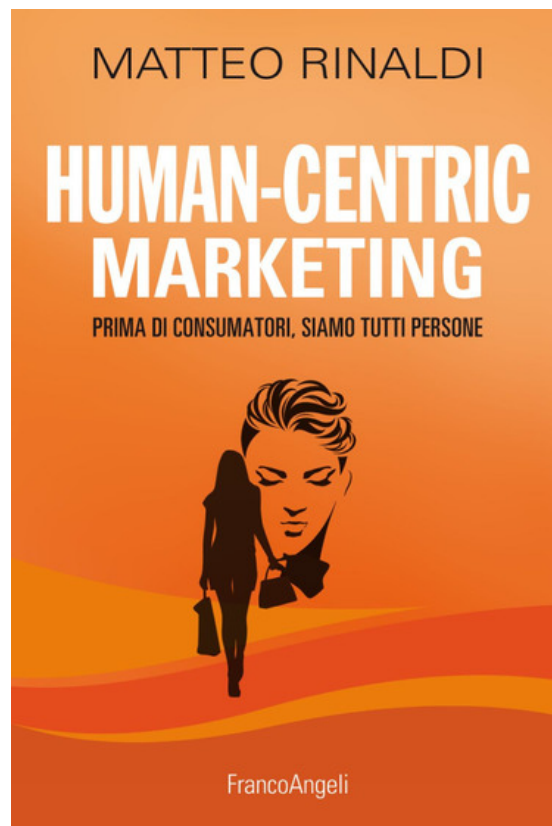
Il Mulino, 2019

Da quando gli esseri umani hanno iniziato a coltivare, ad allevare bestiame e a trasmettere i loro beni ai figli, si è realizzata una ripartizione squilibrata delle risorse, in altri termini la concentrazione del reddito ha proceduto di pari passo con la civilizzazione. Nel corso di migliaia di anni, solo quattro «forze», come i Cavalieri dell'Apocalisse, sono state efficaci per ridurla: le grandi guerre, il fallimento degli stati, le rivoluzioni e le epidemie. Tutti eventi violenti e traumatici.

Walter Scheidel, insegna storia antica alla Stanford University.

Perché è un libro importante per un formatore?

Oggi la violenza che ha ridotto la disuguaglianza nel passato sembra essere diminuita e questo è certamente un valore, ma getta seri dubbi sulle prospettive per un futuro più equo. Del resto le politiche che negli ultimi cinquant'anni sono state attuate per combattere il fenomeno non hanno dato risultati concreti e al contrario le disparità di reddito sono aumentate quasi ovunque nei paesi occidentali.



Human-centric marketing

Matteo Rinaldi

Franco Angeli, 2020

Un manuale d'istruzioni diviso in 8 steps per creare strategie di marketing human-centric. Un viaggio alla scoperta del perché le persone fanno quello che fanno, perché più si comprende e più si è in grado di creare un legame emozionalmente coinvolgente tra i marchi e le persone. Grazie alle storie di numerosi protagonisti e ai contributi di Riccardo Pozzoli, Ricardo Travassos, Francesco Muglia, Dario Gargiulo, Francesco Sodano, Roberto Zeponi, l'autore affronta il lato umano del marketing, quello che riesce ad emozionare e che contribuisce a migliorare la vita delle persone, per farle sentire meglio con sé stesse e con gli altri.

Matteo Rinaldi, consulente di marketing

Perché è un libro importante per un formatore?

Un manuale d'istruzioni insolito, pratico e divertente, diviso in 8 steps per creare strategie di marketing human-centric. Nel testo una serie di casi legati a varie multinazionali.

aiflearningnews@gmail.com - www.associazioneitalianaformatori.it





Oltre il business

Fabrizio Giorgilli, Marco Giannantonio e Maurizio Mastrangelo
Rubbettino, 2020

Si propone qui una riflessione su una diversa concezione della “profittabilità” nel business. Gli autori compiono un percorso che si snoda attraverso la letteratura organizzativa sulla gruppalità, quella sociologica sulla comunità, quella economica sull’economia civica, quella filosofica sull’etica, fino a far confluire tutto questo in un racconto aziendale vero e proprio, con al centro l’esperienza originale del team cooking.

Fabrizio Giorgilli docente a contratto presso l’Università del Molise
Marco Giannantonio e Maurizio Mastrangelo. fondatori del gruppo Flavour of Italy

Perché è un libro importante per un formatore?

Una realtà d’impresa, quella di Flavour of Italy, che nel testo diventa caso di studio. L’intento è quello di offrire un’idea più ampia e civica di produzione della ricchezza, forse prova concreta di un diverso approccio, possibile, allo sviluppo economico.

aiflearningnews@gmail.com - www.associazioneitalianaformatori.it

