

Libri del mese dall'Osservatorio AIF

A cura di Giacomo Prati



Paolo Iacchi, Francesco Rotondi

GENERAZIONE Z E LAVORO

Vademecum per le imprese e i giovani



Generazione Z e lavoro. Vademecum per le imprese e i giovani

Paolo Iacchi e Francesco Rotondi

Franco Angeli, 2020

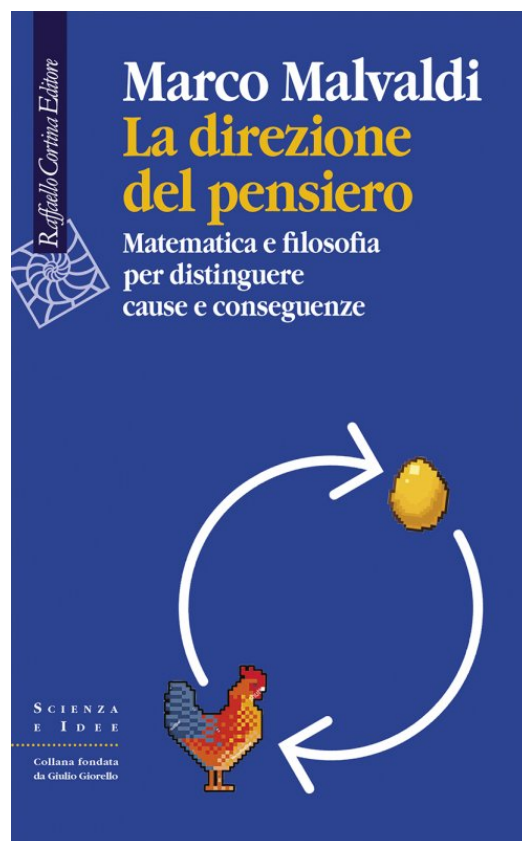
I ragazzi della generazione Z e l'attuale legislazione volta a facilitarne l'ingresso nel mondo del lavoro sembrano siano fatti apposta per non incontrarsi. Tanto i primi sono flessibili e pronti alla sperimentazione, tanto la seconda è rigida e volta a replicare i meccanismi del passato. Tanto i primi sono attenti a privilegiare la significatività dell'esperienza lavorativa e la conciliazione tra vita privata e vita professionale, tanto la seconda tende ad appiattire tutto nel segno del rapporto di lavoro subordinato a tempo indeterminato, ponendo poca attenzione alla formazione come elemento di continuità e di abilitazione ad un mondo in continuo cambiamento tecnologico.

Paolo Iacchi, docente all'Università Statale di Milano.

Francesco Rotondi, avvocato e giuslavorista.

Perché è un libro importante per un formatore?

A 50 anni esatti dallo Statuto dei lavoratori possiamo pensare ad un suo radicale rinnovamento? Ci provano con questo libro i due autori - da una parte l'uomo di azienda, dall'altra l'avvocato - prendendo in esame le caratteristiche della nuova generazione di giovanissimi e focalizzandosi poi sulla presentazione e la critica delle principali leggi rivolte all'accesso degli inoccupati al mercato del lavoro.



La direzione del pensiero. Matematica e filosofia per distinguere cause e conseguenze.

Marco Malvaldi

Raffaello Cortina, 2020

La domanda *perché?* – quella preferita dai bambini – è lo strumento più spontaneo per capire il mondo: l'essere umano cerca in continuazione di separare il corso degli eventi in cause e conseguenze, e di capire se le cause sono a loro volta conseguenze di qualcos'altro. Il che è meno semplice di quanto potrebbe sembrare. Poniamo che, in un grafico, l'andamento nei secoli della concentrazione di CO₂ nell'atmosfera e quello della temperatura terrestre mostrino una notevole correlazione. Questo prova che la CO₂ è la causa del riscaldamento globale? In realtà, lo stesso grafico può mostrare pure che l'aumentare della temperatura causa l'aumento della concentrazione di CO₂ – e la cosa è chimicamente plausibile: la solubilità dei gas in acqua salata diminuisce con l'alzarsi della temperatura.

Marco Malvaldi, chimico e scrittore

Perché è un libro importante per un formatore?

Siamo in grado di decidere quale sia la causa e quale l'effetto? La risposta è: non sempre. Se siete curiosi di sapere come, questo libro fa per voi.

aiflearningnews@gmail.com - www.associazioneitalianaformatori.it



Roberto Grandicelli

NASCE LO “HUMAN-CENTERED BRANDING”

CSR, Internal branding e dinamiche slow



Nasce lo “human-centered branding”

Roberto Grandicelli
Franco Angeli, 2020

Un efficace strumento analitico per tutti coloro che si occupano di comunicazione, pubblicità, marketing e branding, nelle sue diverse declinazioni. Lo "human-centered branding" pone l'individuo come centrale rispetto alle logiche di mercato e vede il profitto come effetto collaterale alla generazione di valore. Questo è dunque il passaggio discriminante: l'azienda vista come un luogo dove ciascuno vede realizzate le proprie ambizioni, colte le giuste gratificazioni, attraverso la generazione di valore e nel pieno rispetto della comunità. Affinché si realizzi tutto questo, ovviamente, si renderà necessario, in forma subordinata, il profitto. Il testo ripercorre la strada fin qui percorsa (dalla marca al branding) analizzandone l'evoluzione in ottica human (internal branding e dinamiche slow), passando attraverso la crescente attenzione al bene comune (CSR - Corporate Social Responsibility), fino all'illustrazione della filosofia "human-centered branding".

Roberto Grandicelli, manager

Perché è un libro importante per un formatore?

Un efficace strumento analitico per tutti coloro che si occupano di comunicazione, pubblicità, marketing e di branding, nelle sue diverse declinazioni, ai Responsabili HR, ai CEO ma, soprattutto, è rivolto a tutti coloro che, a diverso titolo, sono interessati a precedere un fenomeno piuttosto che a registrarne lo sviluppo.

aiflearningnews@gmail.com - www.associazioneitalianaformatori.it

