

NUOVE ACCESSIONI BIBLIOTECA - AGGIORNATE AL 12 GENNAIO 2011

COLLOCAZIONE	AUTORE	TITOLO	DATI_EDITORIALI
B . 3587	ARVIDSSON Adam	La marca nell'economia dell'informazione: per una teoria dei brand	Milano, Angeli, 2010, pp. 187
C . 1637	BIANCONE Pier Paolo - SCAGNELLI Simone D.	Accounting and financial statements	Torino, Celid, 2008, pp. 236
D CONS. 755	BILANCIO (II)	BILANCIO (II): analisi economiche per le decisioni e la comunicazione della performance. Di Robert N. Anthony - David F. Hawkins - Kenneth A. Merchant - Diego. M Macri	Milano, McGraw-Hill, 2010, pp. XVI-231 13 p. di tav.
B . 5468	BIRKENBIHL Vera F.	L'arte d'intendersi ovvero come imparare a comunicare meglio	Milano, Angeli, 4a rist. 7a ed. 2009, pp. 257
B . 5529	BIRKENBIHL Vera F.	L'arte di persuadere: come affrontare con successo i propri compiti di comunicazione: da colloqui e trattative difficili a discorsi in pubblico	Milano, Angeli, 2a ed. 2007, pp. 144
B . 4800	BOSCARO Andrea - PORTA Riccardo	Tecniche di web marketing: e-commerce e social media come opportunità per la piccola e media impresa	Milano, Angeli, 2010, pp. 163
C . 1642	BOVINA Enrico - COLOMBO Michele - FREGNAN Ezio	Gestire la formazione in una grande azienda: il caso Iveco	Milano, Guerini, 2006, pp. 157
B . 5449	CAPASSO Arturo - MEGLIO Olimpia (a cura di)	Fusioni e acquisizioni: teorie, metodi, esperienze	Milano, Angeli, 2009, pp. 195
C . 1643	CEI Alberto - DINI Silvana	Coaching alle nuove sfide: leader, coach e non solo manager	Milano, Guerini, 2004, pp. 124
B . 5273	CHECCHINATO Francesca	Co-branding	Padova, Cedam, 2007, pp. VI-165

C	.	641	CHIARINI Andrea	Lean organisation for excellence: hoshin kanri, value stream accounting, lean metrics e Toyota production system nel mondo manifatturiero e dei servizi	Milano, Angeli, 2010, pp. 196
A	.	374	CHIARVESIO Maria - DI MARIA Eleonora	Che cos'è il web marketing	Roma, Carocci, 2008, pp. 126
C	.	1639	CHIMENTI Roberto	Crea il tuo e-commerce con Joomla! & Virtuemart	Milano, Hoepli, 2010, pp. 304
B	CONS.	166	CHIMENTI Roberto	Fare business con Joomla!	Milano, Hoepli, 2009, pp. 224
B	CONS.	1219 B	CONCA Valter	Le acquisizioni: valutare e gestire i processi di crescita	Milano, Egea, 3a ed. 2010, pp. XVII-420
C	.	642	DALLI Daniele - ROMANI Simona	Il comportamento del consumatore: teoria e applicazioni di marketing	Milano, Angeli, 2a ed. 7a rist. 2009, pp. 527
B	CONS.	108	DI CIMBRINI Tiziana	Social accounting theory: un confronto tra studi italiani e anglo americani	Roma, Aracne, 2008, pp. 133
B	CONS.	64	ESPA Giuseppe - MICCIOLO Rocco	Problemi ed esperimenti di statistica con R	Milano, Apogeo, 2008, pp. VIII-279
B	CONS.	167	FINANCIAL accounting	FINANCIAL accounting: il bilancio secondo i principi contabili internazionali / David Alexander, Christopher Nobes, Giuseppe D. Caruso, Elisa R. Ferrari	Milano, Pearson, 2008, pp. XX-474
B	CONS.	1424	GIACOMAZZI Franco - CAMISANI CALZOLARI Marco	Impresa 4.0.: marketing e comunicazione digitale a 4 direzioni	Milano, Pearson, 2008, pp. VIII-269
C	.	998	GOFFI Anna - SILIPRANDI Lucia	Non solo vino, non solo cibo: idee e strumenti per comunicare nell'eno-gastronomia	Milano, Angeli, 2006, pp. 157
A	.	2524	GOLEMAN Daniel	Intelligenza sociale	Milano, Rizzoli, 2006, pp. 415
B	.	3098	GUENZI Paolo - RUTA Dino	Team leadership: idee e azioni tra sport e management	Milano, Egea, 2010, pp. XXIV-323

A	CONS.	263	HOLZHEU Harry	Parlare in pubblico ed essere convincenti: 120 tecniche di successo per imparare o perfezionare le proprie capacità comunicative	Milano, Tea, 2007, pp. 148
B	.	4964	KAPFERER Jean-Noël – BASTIEN Vincent	Luxury strategy: sovvertire le regole del marketing per costruire veri brand di lusso	Milano, Angeli, 2010, pp. 372
B	CONS.	1423	KPMG (a cura di)	Venti anni di M&A: fusioni e acquisizioni in Italia dal 1988 al 2010. Prefazione di Guido Tabellini	Milano, Egea, 2010, pp. XX-379
C	CONS.	666	LIBBY Patricia A. - LIBBY Robert - SHORT Daniel G.	Financial accounting: costruire e leggere il bilancio secondo i principi contabili internazionali e nazionali	Milano, McGraw-Hill, 2009, pp. XXII-558 24 p. di tav.
A	.	284	MASSAROTTO Marco	Internet P.R.: dialogo in rete tra aziende e consumatori	Milano, Apogeo, 2008, pp. XIII-167
B	.	4893	MICHELETTI Michele	Critical shopping: consumi individuali e azioni collettive	Milano, Angeli, 2010, pp. 234
B	.	4455	MINTZBERG Henry	Il lavoro manageriale	Milano, Angeli, 2010, pp. 312
C	CONS.	667	PROVASOLI Angelo - PINI Maurizio - VIGANÒ Alfredo (a cura di)	Financial accounting: rilevazioni per il bilancio d'esercizio e il bilancio consolidato	Milano, McGraw-Hill, 2010, pp. XVI-890
B	.	4842	PRUNESTI Alessandro	Enterprise 2.0.: modelli organizzativi e gestione dei social media per l'innovazione in azienda	Milano, Angeli, 2010, pp. 203
B	.	5127	QUARTA Maurizio	Soluzione temporary management: nuovi professionisti per la creazione di valore	Milano, Angeli, 2010, pp. 219
B	CONS.	165	REMONDINO Marco	Gestione della conoscenza e creazione di valore per l'impresa: sistemi informativi aziendali al servizio della governance	Roma, Aracne, 2010, pp. 304
B	.	5179	ROSINSKI Philippe	Il coaching interculturale: come rendere le diversità culturali una leva strategica per il successo	Milano, Angeli, 2010, pp. 315
B	CONS.	72	ROSS Sheldon M.	Introduzione alla statistica	Milano, Apogeo, 2008, pp. XVII-725

A	CONS.	298	RUSSEL-WALLING Edward	50 grandi idee di management	Bari, Dedalo, 2010, pp. 207
C	.	750 F	SAMUELSON Paul A. NORDHAUS William D. - BOLLINO Carlo A.	Economia (Economics 19a ed. 2008)	Milano, McGraw-Hill, 19a ed. 2009, pp. XVI-764 53 p. di tav.
B	.	5201	SONATORE Adelaide	Imparare facendo: il tirocinio come esperienza formativa in contesto di lavoro	Milano, Angeli, 2010, pp. 232
B	CONS.	184	STEFANINI Federico M.	Introduzione alla statistica applicata: con esempi in R,	Milano, Pearson, 2007, pp. XII-254
D	.	209	STERMAN John D.	Business dynamics: systems thinking and modelling for a complex world	Boston etc., Irwin : McGraw-Hill, 2000, pp. XXVI-982
C	.	1018	TARTAGLIA Filiberto	Estetica del terziario: bellezza, benessere e felicità della vita come fondamenti del marketing ritrovato	Milano, Angeli, 2006, pp. 355
C	.	1640	TARTAGLIA Franco	Gestire con le emozioni: la dimensione emotivo - affettiva nei processi di gestione del personale	Milano, Angeli, 2008, pp. 222
B	.	5582	TESTA Annamaria	La trama lucente: che cos'è la creatività, perché ci appartiene, come funziona	Milano, Rizzoli, 2010, pp. 474
C	.	1641	TONON Renato	Marketing in e out: gestire il mercato dentro e fuori l'azienda	Milano, Angeli, 2004, pp. 157
A	.	445	VARVELLI Laura - VARVELLI Luca	Gestire il tempo: come migliorare l'utilizzo del proprio tempo e diventare padroni della propria vita	Milano, Sole 24 Ore, 2004 rist. 2010, pp. VIII-115
C	.	1638	VICARI Salvatore	La creatività dell'impresa: tra caso e necessità	Milano, Etas, 1998 rist, 2004, pp. VIII-215