

Scripta Volant Un Nuovo Alfabeto Per Scrivere E Leggere La Pubblicit Oggi

Per la prima volta in Italia un volume interamente dedicato alla letteratura azerbaigiana moderna e contemporanea. L ' illustre accademico e letterato azerbaigiano Isa Habibbeyli presenta al lettore le biografie e le opere degli scrittori, poeti, critici e studiosi azerbaigiani del Novecento, offrendo una panoramica ampia e particolareggiata dell ' intensa produzione culturale del Paese. Il libro, pubblicato in Azerbaigian dall ' Accademia Nazionale delle Scienze, è di sicuro interesse per filologi e studiosi delle lingue e letterature orientali, ma anche per gli appassionati del Paese caucasico e della sua cultura. Presenti nel libro: Ganizada, Narimanov, Akhundov, Efendiyev, Zardabi, Musabeyov, Sanili, Mammadguluzadeh, Sabir, Achverdov, Orudubadi, Hajibeyov, Shahtakhtinski, Mammadzadeh, Gamgusar, Chamanzaminli, Sultanov, Nemanzadeh, Muznib, Shabestarti, Abbaszade, Zeynalabdin, Hadi, Cavid, Huseynzade, Sahhat, Shaig, Kocharli, A ayev, Sur, Rasulzade, Hüseyin.

This work analyzes the necessary decisions and the order in which they must be made for the development of a brand's advertising campaign. The book describes relevant research and current practice for each decision and offers suggestions about ways of making it. Un modello facile e applicabile a qualsiasi azienda o professionista Conquistare nuovi clienti è sempre più costoso e difficile. E non basta più soddisfarli per averne tanti e fedeli: per trasformarli in fan e testimonial entusiasti bisogna farli innamorare! Come? Con sei strategie relazionali il cui acronimo è CARDIO Coinvolgi Emoziona il tuo pubblico, fallo partecipare e rendilo protagonista. AscoltaPrima di fornire risposte e soluzioni, scopri quali sono i veri bisogni da soddisfare. RaccontaPer cosa sei diverso da tutti i concorrenti? Mettici la faccia e trasmettilo, in modo trasparente e autentico. DeliziaVuoi far esclamare wow al cliente? Fagli vivere una customer experience sorprendente! Impara L ' innovazione richiede formazione continua. Orienta Ispira e motiva clienti e team con idee, valori e scelte. Per ognuna di esse, sono illustrate esperienze di successo replicabili dal piccolo artigiano così come dal produttore industriale. CardioMarketing non è un ' utopia, ma una filosofia pragmatica che porta risultati straordinari: l ' unico vantaggio competitivo sostenibile è farsi rispettare, amare e scegliere ogni giorno. Perché il cuore del business è far battere il cuore del cliente!

Views of Nature, Or, Contemplations on the Sublime Phenomena of Creation

In Search of Deafhood

Post social media era

Opportunities and Challenges in the Recording, Analysis and Dissemination of Inscriptions

Digital Business in the Selfie Era

Open Source 3D Modeling, Animation, and Game Design

«*Accidenti, adesso cosa scrivo?*». Lo dice Chiara Gandolfi all'inizio del suo manuale *Scrivi più bianco. Trova il tuo stile, comunica con parole brillanti. E, ne sono certa, te lo sarai chiesto anche tu un trilione di volte, mentre stai lì, davanti al computer e non sai che pesci pigliare, col cursore del mouse che lampeggia nel vuoto. Sono anni che si parla di storytelling, scrittura chiara e sintetica, parole che coinvolgono e ispirano il pubblico e poi magari tocca anche far sorridere... Scrivere, online oppure offline, è difficilissimo, ti capisco. E avere uno stile unico e riconoscibile, oltre alla capacità di non farsi cogliere dall'ansia davanti alla pagina bianca, lo è ancora di più. «Scrivi più bianco nasce quindi da queste tre necessità: combattere la pigrizia nello stile, utilizzare il foglio bianco come rilevatore della chiarezza del nostro pensiero, scrivere con la stessa urgenza e con la stessa sincerità delle lettere d'amore». Non male, vero? Questo manuale in ebook è ricchissimo, denso di informazioni, aneddoti, case studies, esercizi per mettersi subito all'opera, suggerimenti per darsi un metodo e lavorare meglio e idee per trovare uno stile unico. Chiara usa un linguaggio mai banale, dritto al punto e a tratti poetico che aiuta a focalizzare bene i concetti. Il manuale è diviso in tre parti: la prima è sui concetti base, utile per costruire il senso di quello che vogliamo dire e creare forma e contenuti vincenti. La seconda ruota intorno alle idee e al pensiero creativo per liberare la mente e scrivere testi più "bianchi" (cioè brillanti e creativi). La terza e ultima parte parla di comprensione, figure retoriche, tono di voce, sintesi, ritmo e stile. Ricco di esempi, dal copywriting classico al web, *Scrivi più bianco* è il manuale da avere sempre a portata di mano, per dare una lavata con tripla centrifuga allo strato di sporco che spesso ci annebbia la mente e aiutarci così a scrivere, fin da subito, testi più puliti, chiari e splendenti. Quelli che si fanno ricordare dai lettori, insomma! L'ebook è pensato per chi lavora nella comunicazione, per copywriter, studenti, freelance, content manager, uffici stampa e chiunque ogni giorno debba scrivere testi (post, pagine web, flyer, presentazioni, email, ecc.) e voglia farlo nel modo più chiaro, coinvolgente e intelligente possibile. E, ovviamente, con uno stile unico e personale.*

Il digitale ci ha permesso di cogliere opportunità uniche per sviluppare idee di marketing. La facilità con cui alcune idee arrivano sulla bocca di tutti ci può spingere a credere si tratti di una strategia semplice da sviluppare, tanto che sono in molti a essere convinti che possano bastare un video e un pizzico di social media per scatenare una valanga chiamata virale. Tutto questo, però, non consiste nell'applicazione di formule, trucchi o segreti e non arriva dalla spesa di ingenti budget in comunicazione e marketing. O forse sì, ma non basta. Il virale nasce dalla conoscenza profonda del proprio brand e del mercato. Può essere progettato con l'analisi del comportamento online e l'applicazione di metriche e processi, tutti elementi alla base dei prodotti digitali. Ma resta un'eventuale conseguenza di un progetto ben più ampio, come una ciliegina perfetta su una torta curata nei dettagli. In questo libro non troverete delle risposte certe su come sbloccare il virale, ma un insieme di strategie e casi studio che rispondono all'ambizioso obiettivo di fare chiarezza sul significato di marketing virale in un mondo che cambia alla velocità della luce.

A candid and indispensable primer on all aspects of advertising from the man Time has called "the most sought after wizard in the business." Told with brutal candor and prodigal generosity, David Ogilvy reveals:
• How to get a job in advertising
• How to choose an agency for your product
• The secrets behind advertising that works
• How to write successful copy—and get people to read it
• Eighteen miracles of research
• What advertising can do for charities
And much, much more.

Brand Activism

Prove documentali, informatiche, atipiche, illecite nel processo civile e del lavoro

L'Arlecchino giornale comico politico di tutti i colori

Trova il tuo stile, comunica con parole brillanti

Storia del linguaggio

From Purpose to

(Amadeus). This holistic approach to the keyboard, based on a sound understanding of the relationship between physical function and musical purpose, is an invaluable resource for pianists and teachers. Professor Fink explains his ideas and demonstrates his innovative developmental exercises that set the pianist free to express the most profound musical ideas. HARDCOVER.

What happens when businesses and their customers don't share the same values? Or, for that matter, when employees of a company don't share the same values as their executives? Welcome to the world of Brand Activism. Companies no longer have a choice. Brand Activism consists of business efforts to promote, impede, or direct social, political, economic, and/or environmental reform or stasis with the desire to promote or impede improvements in society. It is driven by a fundamental concern for the biggest and most urgent problems facing society. Brand Activism: From Purpose to Action is about how progressive businesses are taking stands to create a better world.

I social media, negli ultimi anni, sono diventati potenti mezzi di comunicazione. A disposizione di chiunque abbia una smartphone. Ma è utile “vivere di social media”? Sono numerosi i cambiamenti che si affacciano sulla scena: si passa dal pubblico al privato, dall'individuale al collettivo, dalla neutralità alla responsabilità. La Post Social Media Era è arrivata e porta con sé una nuova versione delle connessioni, creando comunità attendibili, dai contenuti che possano arricchire, in cui la metrica chiave è la fiducia. È essenziale ritagliarsi il tempo per fare qualcosa che conti per se stessi: abbattere le distrazioni sterili e renderlo una priorità. Fare rete. E per farlo servono le persone, non gli algoritmi. “Quello che ci aspetta, in definitiva, è un futuro più sociale e meno social”. Un ritorno all’umano, per abbracciare la Joy of missing out, abbandonando l’improduttiva FOMO. Tutto è content: sta a noi scegliere come valorizzarlo.

Beginning Blender

Manuel Des Anthologies, Corpus Et Textes Romans

narratori italiani del Novecento

Scrivi più bianco

Trovare clienti non basta: conquista il loro cuore costruendo relazioni felici, durature e profittevoli

Bolletino - Centro di studi filologici e linguistici siciliani

This book presents a 'Traveller's Guide' to Deaf Culture, starting from the premise that Deaf cultures have an important contribution to make to other academic disciplines, and human lives in general. Within and outside Deaf communities, there is a need for an account of the new concept of Deaf culture, which enables readers to assess its place alongside work on other minority cultures and multilingual discourses. The book aims to assess the concepts of culture, on their own terms and in their many guises and to apply these to Deaf communities. The author illustrates the pitfalls which have been created for those communities by the medical concept of 'deafness' and contrasts this with his new concept of "Deafhood", a process by which every Deaf child, family and adult implicitly explains their existence in the world to themselves and each other.

The "italian style" is the aspect that makes italian products immediately recognizable and the junction between culture and italian economy. In this book the author describes the fundamental components that define italian style in manufacturing, work and economics and the cultural ans social origins of the attention to aesthetic results and quality as an important component of italian style. Fashion, food, furniture, automation and the many aspects of italian economy, with the importance of the design, reveal a lifestyle that shows us how another style of consumption is possibile, linked to quality and durability and not to quantity and waste. The relation between economy and culture it allows us to describe a society in which the values of tradition are maintained and meet innovation in a sustainable and generative way of quality.

This manual contains a description of the existing anthologies (with a linguistic focus) and corpora that have so far been compiled for the different Romance languages. It takes into account the standard languages and a selection of well-attested diatopic and diastratic varieties as well as Romance-based Creoles. Representative texts are provided for all the varieties discussed.

A Guide for Students, Teachers, and Performers

The Escape Industry

Confessions of an Advertising Man

Manuale pratico del processo del lavoro. Con CD-ROM

Digital Marketing

Cardiomarketing

A new world of creative possibilities is opened by Blender, the most popular and powerful open source 3D and animation tool. Blender is not just free software; it is also an important professional tool used in animated shorts, television commercials, and shows, as well as in production for films like Spiderman 2. Lance Flavell's Beginning Blender will give you the skills to start shaping new worlds and virtual characters, and perhaps lead you down a new professional path. Beginning Blender covers the Blender 2.5 release in-depth. The book starts with the creation of simple figures using basic modeling and sculpting. It then teaches you how to bridge from modeling to animation, and from scene setup to texture creation and rendering, lighting, rigging, and ultimately, full animation. You will create and mix your own movie scenes, and you will even learn the basics of games logic and how to deal with games physics. Whether you are new to modeling, animation, and game design, or whether you are simply new to Blender, this book will show you everything you need to know to get your 3D projects underway.

Quali sono gli effetti di ogni nostra interazione con Facebook, Google o Amazon? Cosa ci rubano gli algoritmi? Quali porzioni di noi stessi stiamo cedendo? Esiste un modo per difendersi? Manuale di disobbedienza digitale racconta la genesi culturale delle techno-corporation, le multinazionali che grazie alla tecnologia dominano la nostra vita quotidiana. Burning Man, un festival di arti nel deserto del Nevada, ha conferito alle aziende della Silicon Valley l’infrastruttura ideale su cui edificare un’inarrestabile crescita. Il libro ne narra la storia, analizzando lo snaturamento che gli algoritmi hanno provocato su alcune dimensioni centrali della nostra esistenza: dall’amicizia alla memoria, dalla nascita alla morte. E propone anche una via d’uscita dalla gabbia digitale in cui siamo rinchiusi: un “ennalogo” di azioni pensate per attuare una sorta di disobbedienza e provare a fuggire dal rischio predittivo delle nostre azioni, funzione ultima di ogni algoritmo.

Travel as a concept is universally attractive and the opportunities for fun, engaging branding and marketing in this sector are arguably limitless. Glamour and appeal aside, travel is a hugely competitive, multi-million pound industry and marketers of all sectors can learn important lessons from it. Catering for mass consumer travel, from business travel and adventure travel, to specialist and niche interests, the providers of escape have been impacted as much by technology as they have by the changing habits and desires of travellers themselves. The Escape Industry presents an expert view of travel marketing and branding, focusing particularly on how travel has been utterly transformed for both consumers and providers since the beginning of the 21st century. Mark Tungate focuses on some of the travel industry's most famous brands and shares how all marketers can learn from the industry's rich experience of digital transition. Tungate traces the evolution of this fascinating industry, from nineteenth century trailblazers such as Thomas Cook and The Ritz, to today's innovations such as TripAdvisor, Couchsurfing and Airbnb, and explores the branding secrets that have enabled them to survive. A lively read full of incidents, anecdotes, unexpected encounters and a ground-breaking report from the final frontier and space tourism, The Escape Industry is at the cutting edge of this attractive sector, examining some of the biggest names in the industry. It will take travel and tourism students, as well as marketing and branding practitioners, on a journey to the heart of a rapidly changing business.

1789, the Emblems of Reason

Manuale di disobbedienza digitale

Scripta mane(n)t

Lingua parlata e lingua scritta

Storia della lingua italiana: I luoghi della codificazione

Copywriting in a New Media and Marketing Era

The Idea Writers guides both new and experienced copywriters through the process of creating compelling messages that sell. It shows readers what it's like to work in the fast-paced world of an agency while providing practical adviceplusdetails oncreatingaward-winning multimedia ad campaigns.

Meetings are a crucial part of all our lives, but too often they go nowhere and waste valuable time. In Six Thinking Hats, Edward de Bono shows how meetings can be transformed to produce quick, decisive results every time. The Six Hats method is a devastatingly simple technique based on the brain's different modes of thinking. The intelligence, experience and information of everyone is harnessed to reach the right conclusions quickly. These principles fundamentally change the way you work and interact. They have been adopted by businesses and governments around the world to end conflict and confusion in favour of harmony and productivity.

This volume presents epigraphic research using digital and computational tools, comparing the outcomes of both well-established and newer projects to consider the most innovative investigative trends. Papers consider open-access databases, SfM Photogrammetry and Digital Image Modelling applied to textual restoration, Linked Open Data, and more.

I titoli

Understanding Deaf Culture

Advertising Management

L'Arlecchino

Six Thinking Hats

Bollettino - Centro di studi filologici e linguistici siciliani

Communication is among human beings' primary needs. In addition to eating, sleeping, and having children, man has always looked for a way to pass on to his peers his thoughts, feelings, and fears. Digital technology has been disruptive even in this field. Nowadays, everybody can communicate with whomever they want, wherever they wish, for free and instantly. Thanks to social networks we can reach potentially unlimited audiences. E-commerce, chats, selfies, Instagram, Facebook, Snapchat, Youtube: the contemporary world is made of digital communications and virtual, uninterrupted connections. People surf it from their PCs for 6 hours a day and from their smartphones for 2 hours a day. We are talking about a huge human capital which needs to be regulated, but also a potentially limitless market where to make business by interpreting big data and using the most refined and efficient storytelling techniques. That is because we live in a time when our needs and requirements are stored in the cache memory of our PCs, the only place where we can never lie.

An unbiased approach to the latest digital marketing models, offering students and practitioners a range of tools to implement in their digital marketing planning and strategy. Covering all aspects of digital marketing planning, and the latest digital marketing models, the book aims to provide a roadmap for a digital marketing journey. As such, its structure maps against the development of a digital marketing plan and concludes with a ready-made digital marketing plan template to download and adapt. In addition to this, the content is supported by case examples from real-world organizations, and a number of features throughout the chapters: Smartphone sixty seconds features in every chapter, to evaluate influencers in relation to the topic covered. Digital tool boxes introduce professional tools (for example how Google shares its aggregate data to inform marketers about shopping insights, trends and benchmarks Ethical insights provide a reflective and challenging look at social issues and the negative sides to marketing. The book is complemented by online resources for both instructors and students, these include PowerPoint slides, an instructor’s guide, exercises and activities relating to each chapter, digital marketing planning documents, digital marketing model templates, quizzes, annotated recommended video links, links to free online tools and SAGE journal article recommendations. Suitable for digital and e-marketing courses on marketing and advertising degrees as well as professional courses for anyone interested in gaining a holistic understanding of digital marketing.

In this classic text on the 18th century and neoclassicism, Jean Starobinski pursues a subtle and brilliant meditation on the connections between art and revolution, comparing the style of the French Revolution as a political event to style in the contemporary visual arts. Rather than seeking a set of causal links between history and art, Starobinski finds ways to read the messages of both. Moving with graceful erudition over painting, architecture, music, philosophy, and political history, he enables us to see the art of David, Fuseli, Goya, Mozart, Boullée, Ledoux, and a host of others in a new perspective, as integral part of the events that changed the course of modern history. Jean Starobinski is a Professor Honoraire at the University of Geneva.

The Idea Writers

Enciclopedia del diritto

Epigraphy in the Digital Age

Ogilvy on Advertising

The Italian Style

Costruire community, relazionarsi e fare business oltre l'algoritmo