

Biblio/Mediagrafia

Heider Schwermer “Vivere senza soldi”, AAM Terranuova editore, 2007

Autobiografia di una donna madre di due figli, che da 15 anni vive senza soldi, scambiando.

John Heider “Il tao della leadership”, Edizioni età dell'Acquario, 1998

“Siete in grado di rimanere aperti e ricettivi, silenziosi e privi di desideri, senza bisogno di fare qualcosa?”. Le regole del Tao sono le regole del leader.

Fritz Perls “Qui e ora: psicoterapia autobiografica”, Sovera, 1991

Storia della carriera professionale di uno psicoterapeuta che (forse) avrebbe fatto più soldi se fosse rimasto con l'Associazione Psicoanalitica di Freud www.ipa.org.uk quella “vera”.

http://www.minimarketing.it/ebooks/91_tesi.pdf

91 tesi per un marketing aziendale diverso. Ecco una tesi: “le persone si relazionano soprattutto con altre persone, non con aziende anonime. Incentivate le persone in azienda a partecipare liberamente alla conversazione, come singoli, senza divise e loghi”.

Camera di Commercio Torino “Il marketing per la nuova impresa”, CCIAA Torino, 2003

Il marketing low-cost. Lo distribuiva gratuitamente la Camera di Commercio, una buona via di mezzo tra un opuscolo e un trattato accademico di marketing operativo.

<http://aubreymcfato.wordpress.com/>

Un bagno rinfrescante con un giovane brillante tirocinante al CERN. “Al CERN si respira complessità, ma di quella buona; complessità da organismi viventi, più che quella delle macchine oliate e efficienti. Aria di multiculturalità, di gente che va e che viene, di esperienze diverse, di ruoli diversi, di diversi gusti, ma di un obiettivo comune”.

Philip Koetler “Il marketing secondo Kotler”, Il Sole 24 ore, 1999

Un bigino espanso di cos'è il marketing commerciale delle corporation, ottimo per conoscere l'amico/nemico.



Harry Mills "The rainmaker's toolkit", Amacon, 2004

Un vero manuale-killer di marketing professionale per giovani avvocati, rampanti possibilmente newyorkesi. Cito: "la vita è come fare il cane da slitta. Se non sei il cane davanti, il tuo sguardo non va mai oltre..."

<http://www.microsoft.com/smallbusiness/resources/marketing/small-business-marketing.aspx>

Una enorme corporation (microsoft) che si è messa in testa di insegnare ai piccoli imprenditori americani come mettere su un business di successo. Un'impresa costosa quanto fallimentare: forse sono l'unico lettore worldwide di questo portale "avveniristico" :-)

Freud "Il perturbante", Theoria, 1991

La più chiara definizione dell'emozione specifica di chi si trova in prossimità di qualcosa che gli è simile eppure diverso, come un markettaro: hunheimlich perturbante-anti familiare.

Mediografia

Il media: ascolta un buon paio di altoparlanti, per qualche minuto. Cosa fanno alla musica? Ripetere con un buon monitor, una buona forchetta, un'aria buona.

Film: La felicità porta fortuna

E' vero.

Film: Fight Club

Un film in cui vince l'amore, ma solo alla fine.

Film: Memento

Cosa sarebbe la nostra esperienza senza una memoria. Cosa sarebbe la nostra memoria senza un cuore.

Musica e parole: Franco Battiato "la cura"

Musica e ritmo: Gabrielle Roth "Bones"

Teatro: Paolini

Soprattutto quando dice che ama gli svincoli e le tangenziali, luoghi di tutti e di nessuno. Familiari e "pubblici".

