

La Pubblicità

Dalla creazione nel 2007, il Partner Program di YouTube conta oggi più di ventimila membri da ventidue Paesi in tutto il mondo, molti dei quali ogni anno ottengono un fatturato a sei cifre. Un ruolo essenziale è giocato dalla qualità dei contenuti proposti, ma buona parte della loro popolarità è conseguenza di un utilizzo (magari inconscio) di alcune delle più moderne ed efficaci strategie di marketing e advertising "social". Possiamo trattare un Partner Channel alla stessa stregua di un Brand? Quanto possono beneficiare i Partner di YouTube da una formalizzazione e presa di coscienza delle strategie promozionali che spesso adottano? Un libro ricco di spunti, teorici e pratici, per coloro che intendono portare un canale Partner di YouTube verso un nuovo livello di coinvolgimento: trovare la propria strada è possibile, ma l'avventura di un Partner Channel di successo comincia a non essere più alla portata di youtubers improvvisati.

This book discusses how religion is being presented, represented and discussed on the Japanese Internet. Using examples from across the Japanese religious spectrum, it develops our understandings of religion and media and on how various parties – from religious organisations to individual critics of religion(s) – are making use of new technologies.

Can the way a word is used give legitimacy to a political movement? *Feminism, Violence, and Representation in Modern Italy* traces the use of the word "femminicidio" (or "femicide") as a tool to mobilize Italian feminists, particularly the Union of Women in Italy (UDI). Based on nearly two years of fieldwork among feminist activists, Giovanna Parmigiani takes a broad look at the many ways in which violence inflects the lives of women in Italy. From unchallenged gendered grammar rules to the representation of women as victims, Parmigiani examines the devaluing of women's contribution to their communities through the words and experiences of the women she interviews. She describes the first uses of the word "femminicidio" as a political term used by and within feminist circles and traces its spread to ultimate legitimization and national relevance. The word redefined women as a political subject by building an imagined community of potentially violated women. In doing so, it challenged Italians to consider the status of women in Italian society, and to make this status a matter of public debate. It also problematized the connection between women and tropes of women as objects of suffering and victimhood.

Parmigiani considers this exchange within the context of Italian Catholic heritage, a precarious economy, and long-held notions of honor and shame. Parmigiani provides a careful and searing consideration of the ways in which representations of violence and the politics of this representation are shaping the future of women in Italy and beyond.

L'opera, con "Casi Pratici risolti", vuole essere uno strumento di ausilio, chiaro e diretto, per potersi agevolmente orientare nella risoluzione delle problematiche nel complesso universo della comparazione pubblicitaria. La ripartizione degli argomenti consente di recuperare, immediatamente, l'elemento GIURIDICO, economico o comunicativo oggetto della controversia, e di individuare tempestivamente il Caso Pratico di proprio interesse. Ci si rivolge ai professionisti del settore legale che potranno attingere ad un'amplissima rassegna giurisprudenziale, suddivisa secondo i periodi storici dell'organo giudicante, per trovare eventuali precedenti e saggiare i pregi e i limiti della comparazione; oltre che naturalmente a tutti gli operatori del settore pubblicitario (copywriter, grafici, creativi, utenti della pubblicità, media, agenti pubblicitari) e agli studenti dei corsi accademici di giurisprudenza, comunicazione, economia e scienze politiche. Il libro è stato strutturato in due PARTI distinte. Nella PRIMA si illustrano gli elementi essenziali della pubblicità comparativa, per poi esaminare le forme principali della comparazione, i PROFILI NORMATIVI, le CONDIZIONI DI LICEITÀ e il sistema autodisciplinare. Nella SECONDA parte, che è suddivisa a sua volta in due sezioni, si illustrano i "Casi Pratici risolti", riguardanti le più famose pubblicità comparative giudicate dai Tribunali italiani, dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e dal Giurì di Autodisciplina Pubblicitaria. - Definizione giuridica di pubblicità - Definizione giuridica della pubblicità comparativa - Forme della pubblicità comparativa - Funzioni della pubblicità comparativa - Impresa giusta per la pubblicità comparativa - Prodotto ideale per una campagna comparativa - Legittimazione giuridica della pubblicità comparativa - Condizioni di liceità - Utilizzo del marchio altrui nella comparazione pubblicitaria - Rimedi giurisdizionali e amministrativi - Principi dell'autodisciplina italiana - Soggetti vincolati dall'organismo di autodisciplina - Organi dell'istituto di autodisciplina pubblicitaria - Procedimento davanti al Giurì - Ingiunzione di desistenza del Comitato di Controllo - Autodisciplina pubblicitaria internazionale Mario Riccardo Oliviero, Giurista d'Impresa, autore di numerosi articoli sulle testate tecniche di settore. Volumi collegati: Sirotti Gaudenzi Andrea Manuale pratico dei marchi e brevetti V ed., 2012

Morphology, and in particular word formation, has always played an important role in Romance linguistics since it was introduced in Diez's comparative Romance grammar. Recent years have witnessed a surge of interest in inflectional morphology, and current research shows a strong interest in paradigmatic analyses. This volume brings together research exploring different areas of morphology from a variety of theoretical and methodological perspectives. On an empirical basis, the theoretical assumption of the 'Autonomy of Morphology' is discussed critically. 'Data-driven' approaches carefully examine concrete morphological phenomena in Romance languages and dialects. Topics include syncretism and allomorphy in verbs, pronouns, and articles as well as the use of specific derivational suffixes in word formation. Together, the articles in this volume provide insights into issues currently debated in Romance morphology, appealing to scholars of morphology, Romance linguistics, and advanced students alike.

An author and subject index to publications in fields of anthropology, archaeology and classical studies, economics, folklore, geography, history, language and literature, music, philosophy, political science, religion and theology, sociology and theatre arts.

La pubblicità diventa comunicazione? Il nuovo trend multidisciplinare nel rapporto tra impresa e mercato Franco Angeli *Feminism, Violence, and Representation in Modern Italy* "We are Witnesses, Not Victims" Indiana University Press

Supplies an in-depth commentary on EU media law, with detailed analysis of all important legislation and court decisions. It leads European lawyers with vast knowledge and practical experience of media law provide detailed expert commentary.

639.56

La pubblicità rivolta ai bambini e ai ragazzi è ovunque (TV, radio, Internet, cinema, libri, ecc.). Il marketing ha creato una generazione di "bambini commercializzati", spronati al continuo acquisto (o desiderio) di prodotti non necessari e spesso dannosi al loro equilibrio fisico e/o psicologico: ci riferiamo qui ai video pronografici, al cibo-spazzatura, ai videogiochi violenti, ma anche a tutto ciò che rappresenta

comunque un impoverimento della fantasia e della creatività infantili. Non sono i bambini problematici ad abbracciare il consumismo, ma è il consumismo a creare problemi ai bambini. Come reagire a questa forma di violenza?

The renewed attention to the origin and shape of nationalist discourses has promoted many excellent studies devoted to examining the rich storehouse of cultural responses produced during and after Risorgimento, the political events that, from 1859 to 1870, led Italy from being a fragmented peninsular to an independent and unified nation-state. However, the assessment of Risorgimento and its myths from the post-World War II era to the present remains, for the most part, unexplored. While it is undeniable that the dramatic economic, social, and political transformations that have characterized Italy from the second half of the twentieth century to the present have altered the role and function of nationalist narratives, it remains equally true that interest in the Risorgimento in modern Italian culture has not diminished.

[Copyright: 5b312e9ea4cde20b43c2e057f569b7d1](#)