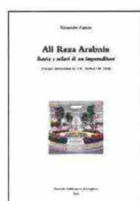




Valvole industriali e attuatori - Linee guida per utilizzatori e progettisti di impianto

Segreteria Avr (avr@anima.it)
Ed. Asa - Azienda Servizi Anima
Euro 30,00

Il manuale AVR, riassume le principali tipologie, proprietà e caratteristiche tecniche delle valvole industriali, e fornisce indicazioni agli utilizzatori, ai manutentori ed ai progettisti di impianti sulle valvole e sulle relative funzioni che queste possono assolvere al fine di poter contribuire a fornire un aiuto per effettuare scelte adeguate per l'utilizzo e per gli impieghi che le valvole devono assolvere nel corso del loro esercizio. La stesura delle presenti Linee Guida è stata curata dai massimi esperti in Italia del settore AVR (associazione italiana costruttori valvole e rubinetteria, federata ad Anima).



Ali Reza Arabnia

Storia e Valori di un imprenditore
Con una conversazione tra A.R. Arabnia e M. Vitale Alessandro Zattoni
Ed. Piccola Biblioteca d'Impresa Inaz
www.inaz.it
Euro 10,00

Istituto per i Valori d'Impresa e INAZ presentano in questo libro il caso di Ali Reza Arabnia. Geico Taikisha, società del Gruppo Gecofin specializzata negli impianti di verniciatura per il settore automotive, e al suo amministratore delegato Ali Reza Arabnia che ha compiuto un piccolo miracolo: portare Geico dalle difficoltà economiche a una ritrovata competitività sui mercati internazionali, grazie a scelte controcorrente fondate sui valori, sull'attenzione alle persone e sulla responsabilità sociale.

Nel libro, Alessandro Zattoni racconta la storia di Ali Reza Arabnia, dalle prime esperienze professionali che ne mettono in luce le doti di imprenditore e leader, fino all'acquisizione - portata avanti assieme alla moglie Laura - e alla gestione di Geico.



Progettare i collegamenti nelle strutture in acciaio

Giovanni Conticello
Sebastiano Floridia
Ed. Dario Flaccovio Editore
www.darioflaccovio.it
Euro 58,00

Nuova edizione del vendutissimo manuale per la progettazione del dimensionamento dei collegamenti nelle strutture in acciaio. Arricchito da un potente software, atteso da tanto tempo, il testo - la cui estesa parte teorica include le formulazioni previste dalla normativa vigente (UNI EN 1993 EC3) - copre con esempi applicativi le situazioni più ricorrenti nelle varie tipologie di collegamenti usate nella carpenteria di acciaio.

Il CD in allegato al testo presenta il software ABCjoints che raccoglie le procedure finalizzate alle verifiche strutturali di collegamenti nelle strutture in acciaio nel rispetto della norma europea.



Agenzie di comunicazione e clienti. Come cambiano le relazioni nel tempo della discontinuità

Silvia Biraghi
Ed. FrancoAngeli
www.francoangeli.it
Euro 24,00

Le dinamiche tra cliente e agenzia sono frequentemente caratterizzate da conflitti e tensioni che possono portare al deterioramento del rapporto di business.

Cosa accade alle relazioni - e in particolare alle relazioni di business - in questo scenario?

Interpretando e sfidando criticamente i punti di vista dei due "protagonisti" - il volume esplora in profondità la dimensione personale e, ispirandosi alle teorie dell'assemblaggio e allo Zeitgeist della sharing economy, propone nuove configurazioni e nuove modalità di inclusione dei talenti.

Il lavoro di concettualizzazione che ne costituisce le fondamenta si basa sull'analisi di interviste, pratiche concrete e aneddoti che consente di avviare un processo di costruzione dei futuri assetti relazionali cliente-agenzia.



Slow Brand. Vincere imparando a correre più lentamente

Patrizia Musso
Ed. FrancoAngeli
www.francoangeli.it
Euro 25,00

A quattro anni dalla prima edizione di questo fortunato testo, Patrizia Musso aggiorna l'analisi di un fenomeno che non sembra diminuire, anzi avanza.

Sempre più numerose sono infatti le proposte "slow": alcuni brand rallentano e allungano i tempi di contatto con i propri consumatori sia nell'advertising tradizionale e digitale, sia nel retail. E, allora, come si diventa uno slow brand oggi?

Rileggendo in chiave slow tutti gli strumenti della comunicazione e raccogliendoli in aree tematiche; slow advertising; slow places; slow factory; e il paradossale slow web - il testo enuclea gli elementi portanti di questa efficace trasformazione, arricchendosi di nuovi casi aziendali.

Emerge un testo che sarà un costruttivo modello di autoanalisi per le marche e un utile strumento di studio e lavoro per tutti coloro che si occupano di comunicazione, pubblicità e marketing.