



Biblioteca Universitaria di Città Studi
SEZIONE DI ECONOMIA INTERCULTURALE

in collaborazione con
Etnica, il Network per l'Economia Interculturale

Baraldi Claudio, *Comunicazione interculturale e diversità*, Carocci, Roma, 2003 [Coll. 302.2/12]

Bardone Emanuele, Rossi Enzo (a cura di), *Oltre le culture: valori e contesti della comunicazione interculturale*, Ibis, Como, 2004 [Coll. 302.2/10]

Bitjoka Otto con Gersony Marina, *Ci siamo - il futuro dell'immigrazione*, Sperling & Kupfer Editori, Milano, 2007. [Coll. 325/1]

Bouchet Dominique, *Marketing in a Multicultural World*, Sage Publications, Thousand Oaks, 1995 [Coll. 658.8/61]

Carù Antonella e Bernard Cova, *Il Marketing Mediterraneo. Tra metafora e territorio*, Egea, Milano, 2006. [Coll. 658.8/57]

Censis, *Immigrati e Cittadinanza Economica*, Franco Angeli, Milano, 2006. [Coll. 305.8/12]

Colombi M. (a cura di), *L'imprenditorialità cinese nel distretto pratese*, Leo Olschki, Firenze, 2002. [Coll. 338/23]

Cova Bernard, *Il marketing tribale*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2003 [Coll. 658.8/54]

Fiorio Carla, Enzo M. Napolitano, Luca M. Visconti, *Le imprese di migranti nella provincia di Biella*, Fondazione Cassa di Risparmio di Biella ed Etnica, Biella, 2006. [Coll. BI D/118 e 118 bis]

Fiorio Carla, Enzo M. Napolitano, Luca M. Visconti, *Stili Migranti*, Fondazione Cassa di Risparmio di Biella ed Etnica, Biella, 2007. [Coll. 305.9 /3]

Gesteland R.R., *Cross-cultural business behavior. Marketing, negotiating, sourcing and managing across cultures*, Copenhagen Business School Press, Copenhagen, 2002. [Coll. 658.4/61]

Giaccardi Chiara, *La comunicazione interculturale*, Il Mulino, Bologna, 2005 [Coll. 302.2/9]

Halter M., *Shopping for Identity: The marketing of Ethnicity*, Shocken Books, New York, 2000 [Coll. 658.8/56]

Herbig Paul A., *Il Marketing Interculturale*, edizione italiana a cura di Simone Guercini, Apogeo, Milano, 2003. [Coll. 658.8/58]

Hofstede G., *Cultures and Organisations: software of the mind*, McGraw-Hill, England, Londra, 1991 [Coll. 306/38]

Jullien F., *Pensare l'efficacia in Cina e in Occidente*, Laterza, Roma-Bari, 2005. [Coll. 181/1 e 1 bis]

Mauri Luigi e Luca Massimiliano Visconti, *Diversity management e società multiculturale*, Franco Angeli, Milano, 2004

McCracken G., *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*, Indiana University Press. Bloomington, 1998. [Coll. 339.4/2]

Napolitano Enzo M., *Il Marketing Interculturale: Le identità diventano valore*, Milano, Franco Angeli, 2002. [Coll. 306.4/4]

Napolitano Enzo M., Andrea Quaregna, Anna Cavalleri, *Il risparmio invisibile - Il rapporto tra immigrati e banche nella provincia di Biella*, Fondazione Cassa di Risparmio di Biella ed Etnica, Biella, 2005. [Coll. BI D/107]

Omarini Anna, *Il Migrant Banking - esigenze della clientela immigrata e modelli di servizio per l'offerta*, Bancaria Editrice, Roma, 2006. [Coll. 332.1/4]

Ortona Guido, *Economia del comportamento xenofobo*, Utet, Torino, 2001 [Coll. 305.9/5]

Pires G.D., Stanton P.J. , *Ethnic Marketing*, Thomson Learning, London, 2005 [Coll. 658.8/55]

Rhi-Sausie, José Luis e Zappi Gianna, *La bancarizzazione dei "nuovi italiani"*, Bancaria Editrice, Roma, 2006. [Coll. 332.1/5]

Sen Amartya, *Identità e violenza* , Editori Laterza, Roma e Bari, 2006 [Coll. 302.5/7]

Sengès Anne, *Etnik! Le marketing de la difference*, Autrement, Paris, 2003. [Coll. 658.8/26]

Song M., *Choosing Ethnic Identity*, Polity Press, Cambridge, 2003 [Coll. 305.8/13]

Tréguer Jean-Paul, Jean-Marc Segati, *I nuovi marketing. Marketing generazionale. Marketing gay. Marketing etnico*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2004. [Coll. 658.8/59]

Vecchiato G., *Relazioni pubbliche: l'etica delle nuove aree professionali*, Franco Angeli, Milano, 2006. [Coll. 659.2/1]

Water M., *Ethnic Options: Choosing Identities in America*, University of California Press, 1990 [Coll. 305.8/11]