

1. Record Nr.	UNINA990004251430403321
Autore	Hopkins, Eric
Titolo	The Rise and decline of the english working classes, 1918-1990 : a social history / Eric Hopkins
Pubbl/distr/stampa	ondon : Weidenfeld and Nicolson, 1991
ISBN	0-297-82075-3
Descrizione fisica	VIII, 295 p. ; 23 cm
Locazione	FLFBC
Collocazione	P.3 BR.C.1790
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
2. Record Nr.	UNINA990004926490403321
Autore	Pius <papa ; 2. ; <1405-1464
Titolo	Historia muy verdadera de dos amantes Eralio Franco, y Lucrecia Senes / por Eneas Silvio Piccolomini (Sevilla, 1512)
Pubbl/distr/stampa	Madrid : Castalia, 1952
Descrizione fisica	29 c. ; 26 cm
Disciplina	873.04
Locazione	FLFBC
Collocazione	858.2 PIUS II 1(1SPA2)
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Sul front.: Sale nuevamente a luz reproducida en facsimile por acuerdo de la Real Academia Española

3. Record Nr.	UNINA9910371356803321
Autore	Degli Esposti, Piergiorgio
Titolo	Sociologia dei consumi / Piergiorgio Degli Esposti, Claudio Riva, Francesca Setifffi
Pubbl/distr/stampa	Novara, : UTET Università, 2020
ISBN	978-88-6008-563-4
Descrizione fisica	VI, 204 p. : ill. ; 24 cm
Altri autori (Persone)	Riva, Claudio <1974- > Setifffi, Francesca
Disciplina	306.3
Locazione	FSPBC bfs
Collocazione	IX B 220 306.3 DEG 3
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Contiene bibl. (pp.183-204)
Sommario/riassunto	"Questo non è un trattato o un saggio: è un manuale che affronta il tema del consumo pensando a una studentessa o a uno studente che, per un esame, per la scrittura della tesi o semplicemente perché vuole avvicinarsi alla materia, ha la necessità di avere in mano uno strumento di comprensione rispetto ad ambiti di studio, pratiche di ricerca, significati, attori individuali e collettivi coinvolti nelle dinamiche di consumo. Tuttavia, con un formato, dei linguaggi, degli artifici grafici e di struttura che ne agevolino la lettura e siano funzionali allo studio, come appunto un manuale dovrebbe essere". Così gli autori presentano questo testo, un manuale capace di presentare il tema del consumo, facendo dialogare la visione sociologica, con quelle delle altre discipline che inevitabilmente interseca: la psicologia, la semiotica, la storia e il filone di ricerca sul consumer behaviour di matrice economico-aziendale.