

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Record Nr. | UNISA990003678030203316 |
| Autore | THOREAU, Henry David |
| Titolo | Walden : vita nel bosco / Henry David Thoreau ; con una introduzione di Wu Ming 2 ; edizione italiana a cura di Salvatore Proietti |
| Pubbl/distr/stampa | Milano : Feltrinelli, 2012 |
| ISBN | 978-88-07-82256-8 |
| Descrizione fisica | 328 p. ; 20 cm |
| Collana | Universale economica ; 2256 |
| Disciplina | 818.303 |
| Collocazione | VII.4.A. 749 |
| Lingua di pubblicazione | Italiano |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
-
- | | |
|-------------------------|--|
| 2. Record Nr. | UNINA9910774897803321 |
| Autore | Holter Øystein Gullvag |
| Titolo | Gender Equality in Academia : from Knowledge to Change / / Øystein Gullvag Holter, Lotta Snickare, Cathinka Hambro |
| Pubbl/distr/stampa | Oslo : , : Cappelen Damm Akademisk, , [2022]
©2022 |
| Descrizione fisica | 1 online resource (394 pages) : illustrations |
| Disciplina | 305.3 |
| Soggetti | Sex discrimination
Gender identity |
| Lingua di pubblicazione | Inglese |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Nota di contenuto | Preface to the English edition -- Foreword -- Introduction -- Part One Results and Analyses -- Chapter 1: Gender-Equal Imbalance? -- |

Chapter 2: Men, Masculinities and Professional Hierarchies -- Chapter 3: Sexual Harassment: Not an Isolated Problem -- Chapter 4: Who Is Publishing What? How Gender Influences Publication Rates -- Chapter 5: Experiences in Academia: A New Survey Study -- Chapter 6: Ethnicity, Racism and Intersectionality -- Part Two Models and Interpretations -- Chapter 7: The Bøyggen Model: The Hypothesis of Accumulated Disadvantage -- Chapter 8: The Janus Model: Why Women Experience Disadvantages -- Chapter 9: The Triview Model: Three Views of a Problem -- Part Three Towards Organizational Change: Measures and Initiatives -- Chapter 10: From Biology to Strategy: The Development of a Management Team -- Chapter 11: From Resistance to Change: Processes for Change Within an Organization? -- Chapter 12: From Exception to Norm: The Development of Resilience in a Network -- Appendix: Method.

Sommario/riassunto

What is the state of gender equality in science and technology? Gender Equality in Academia - from Knowledge to Change presents the results of a comprehensive research project and program of initiatives at the University of Oslo's Faculty of Mathematics and Natural Sciences. Researchers have examined gender equality within the department, looking at reasons for imbalance, and at what occurs when measures to promote equality are implemented. The book opens with an in-depth study of careers, gender issues and gender balance within academia. The study, based on questionnaires, interviews and follow-up evaluation, provides a new and updated understanding of the daily lives of academics in Norway. Among the topics covered are perceptions of equality and gender balance, effects of male dominance, sexual harassment, gender with respect to publishing, and the relationship between gender and diversity. In addition to presenting new empirical data, the book is also an innovative contribution to theoretical development within gender equality research. In the second part of the book, the authors present three working models that elucidate current mechanisms recreating gender imbalance, and challenges for gender equality. The book's final part consists of analyses of measures taken to increase gender equality within the department and their effects, and what an organization can do to increase gender equality. The range of topics in this book make it relevant for everyone concerned with gender equality in research and higher education. Researchers, administrators, students, other practitioners, and politicians will all find this book of interest.

Hvordan star det til med likestillingen innenfor realfag og teknologi? Likestilling i akademia - fra kunnskap til endring presenterer resultatene fra et omfattende forsknings- og tiltaksprosjekt ved Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet ved Universitetet i Oslo. Forskerne har undersøkt likestillingssituasjonen ved fakultetet, sett på årsaker til ulikestilling, og på hva som skjer når man iverksetter tiltak for å fremme likestilling. Boka innleder med en dybdestudie av karriere, kjønn og likestilling i akademia. Studien, som er basert på både spørreundersøkelser, intervjuer og følgeforskning, gir ny og oppdatert kunnskap om forskerhverdagen i norsk akademia. Blant temaene som belyses er syn på likestilling og kjønnsbalanse, effekter av mannsdominans, seksuell trakassering, kjønn og publisering, og hvordan kjønn og mangfold henger sammen. I tillegg til å presentere ny empiri utgjør boka også et nyskapende bidrag til teoriutvikling innen likestillingsforskningen. I bokas del 2 presenterer forfatterne tre arbeidsmodeller som belyser aktuelle mekanismer og utfordringer i likestillingsarbeidet. Deretter trekkes linjen videre til arbeidet for å fremme likestilling. I siste del analyseres tiltakene som ble iverksatt for å øke likestillingen ved fakultetet, hvilke effekter de hadde, og hva en organisasjon kan gjøre for å øke likestillingen. Bredden i boka gjør den

relevant for alle som er opptatt av likestilling i forskning og høyere utdanning. Bade forskere, ansatte, studenter, praktikere og politikere vil ha stor nytte av boka. Øystein Gullvag Holter er professor emeritus ved Senter for tverrfaglig kjønnsforskning, Universitetet i Oslo. Lotta Snickare er forsker ved Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet, Universitetet i Oslo, og ved Kungliga tekniska högskolan, Stockholm.

3. Record Nr.	UNINA9910795207303321
Autore	Kimmel Allan J.
Titolo	Psychological foundations of marketing / / Allan Kimmel
Pubbl/distr/stampa	London, [England] ; ; New York, New York : , : Routledge, , 2018 ©2018
ISBN	1-315-43608-6
Edizione	[Second edition.]
Descrizione fisica	1 online resource (485 pages) : illustrations (some color), tables
Disciplina	658.80019
Soggetti	Marketing - Psychological aspects
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	1 Psychology and marketing: a dynamic relationship; 2 Motivation; 3 Perception; 4 Learning; 5 Decision making; 6 Consumer attitudes; 7 Personality and the self-concept; 8 Social influence.