

Libri

## RECENSIONI

### Disegno, progettazione e tecniche di produzione

Hoepli Editore  
pp. 366 - € 19,00  
edizione 2008  
Adriano Riccadonna,  
Maurizio Todeschini

Nel panorama dei testi indirizzati alla conoscenza del disegno tecnico, della tecnologia e delle tecniche di produzione quest'opera, novità della Hoepli, si caratterizza per la sua impostazione modulare: vuole essere un sussidio flessibile, adattabile a ogni esigenza. Gli autori sono Adriano Riccadonna, ingegnere meccanico, docente di Disegno, progettazione e organizzazione industriale, e Maurizio Todeschini, perito meccanico, prima progettista in azienda e, dal 1999, docente di Disegno meccanico e di Sistemi CAD 2D e 3D. Essi favoriscono l'apprendimento sistematico, fondato su reti concettuali, su mappe cognitive, sull'interrelazione di dati e informazioni. Per questo propongono sia le metodolo-



giche didattiche tradizionali, con la presentazione dei contenuti e d'esempi, sia il metodo del 'problem solving', con questionari di lettura critica e col completamento di progetti esistenti. Il volume si articola in 8 moduli, a loro volta suddivisi in più unità didattiche. All'inizio di ognuno sono definiti i prerequisiti e gli obiettivi generali, distinti in conoscenze, competenze, e capacità. L'impostazione grafica accosta, poi, agli enunciati teorici vari disegni illustrativi e, al termine d'ogni unità didattica, sono proposti esercizi e verifiche d'apprendimento. Favoriscono il consolidamento degli argomenti la lettura di disegni incompiuti, l'esecuzione di tavole su fogli a parte e la risposta a domande concettuali.

### Analisi sperimentale delle tensioni con gli estensimetri elettrici a resistenza

Aracne Editrice  
formato 21 x 29,7  
pp. 240 - € 14,00  
Ed. 2008  
Augusto Ajovalasit

Di grande importanza sono, nelle costruzioni meccaniche, in quelle aeronautiche e in robotica, gli estensimetri a resistenza, trasduttori utili a rilevare le deformazioni fisiche e gli sforzi meccanici delle strutture. L'autore è Augusto Ajovalasit, professore ordinario di



Analisi sperimentale delle tensioni presso l'Università di Palermo e già collaboratore di AIAS (Associazione Italiana per l'Analisi delle Sollecitazioni), del CNR e dell'UNI. La tecnica estensimetrica è qui trattata in modo da rendere familiare all'ingegnere, per il tramite dei valori di tensione, le misure di deformazione, conseguenza dei carichi agenti sui componenti e strutture. A tal fine il volume parte dalle caratteristiche degli estensimetri e dai suoi circuiti di misura, per poi passare alla misura delle deformazioni nel piano e nello spazio, all'impiego degli estensimetri sui materiali compositi e alla determinazione delle tensioni residue. Questa l'edizione differisce dalla precedente, del 2006, per alcuni aggiornamenti riguardanti le misure sui materiali compositi, la taratura shunt, l'analisi delle tensioni residue e la bibliografia. Il volume è indirizzato sia agli studenti dei corsi di laurea d'indirizzo ingegneristico sia a coloro che intendono conseguire la certificazione in Estensimetria, ai livelli 2 e 3, quale personale esperto nei controlli con estensimetri elettrici a resistenza.

### Il terzo contratto L'abuso di potere contrattuale nei rapporti tra imprese

Il Mulino  
pp. 352 - € 27,00  
Ed. 2008  
a cura di Gregorio Gitti  
e Gianroberto Villa

In quale rapporto legislativo vengono a trovarsi due imprenditori, l'uno in posizione di dominanza, l'altro di soggezione economica? È quello che gli autori, entrambi docenti ordinari di Diritto Privato all'Università Statale di Milano, chiamano 'il terzo contratto'. L'evoluzione legislativa degli ultimi anni ha finora mostrato la coesistenza di due modelli di contratto. Il primo, di derivazione liberale, negoziato da contraenti esperti e simmetrici, aspira al massimo di libertà e richiede al legislatore un intervento minimo, finalizzato a salvaguardarne l'autonomia. Il secondo, corrispondente al contratto che intercorre tra professionista e consumatore, vede coinvolti attori asimmetrici e necessita, invece, del massimo controllo, così da tutelare il contraente debole. Una 'terra di mezzo' sembra ora emergere: in questa categoria rientra la fascia di rapporti che non si lasciano ricondurre ai modelli classici. Caratte-



rizzati, come sono, da asimmetria di potere contrattuale, tali contratti esigono un miglior coordinamento sistematico tra la disciplina del contratto e la regolamentazione della concorrenza e del mercato. I saggi raccolti dagli autori nel volume sono finalizzati a una riflessione su questi fenomeni, ne indagano gli aspetti peculiari e si interrogano sulla possibilità che le attuali norme disperse possano essere organizzate secondo linee coerenti.

### Come scrivere un piano marketing

Franco Angeli Edizioni  
pp. 128 - € 14,00  
Ed. 2008  
John Westwood

Per chi opera nel settore commerciale, 'Come scrivere un piano marketing' può diventare uno strumento di studio individuale, una fonte d'esercizi di pianificazione di gruppo o un supporto didattico per corsi operativi. L'autore, nel campo delle vendite e delle ricerche di mercato, ha occupato varie posizioni di responsabilità e attualmente lavora come direttore di marketing nell'azienda di un importante gruppo multinazionale. Il suo testo, a partire dalla constatazione che un buon piano di commercializzazione è essenziale per qualsiasi azienda di successo, è ricco di preziosi consigli: descrive chi dovrà fare cosa, quando, come e



dove. Ma, soprattutto, viene incontro al fatto che, specie nelle aziende di beni industriali, sempre più spesso al personale di vendita è richiesta la preparazione di piani per singolo prodotto o di area. In tal caso: come muovere i primi passi? Dove ricercare le informazioni? Come giungere a presentare un piano efficace, che sia attuabile e capace di produrre i risultati voluti? La maggior parte dei libri sulla mercatistica si concentra sulla teoria, questo volume offre, invece, un approccio pratico. Parte dalla conoscenza dei principi, per poi attraversare vari passaggi: dall'analisi del mercato alla presentazione dei dati, dalla definizione d'obiettivi e strategie all'utilizzo delle nuove possibilità dell'e-marketing, dalla quantificazione delle risorse disponibili all'implementazione del piano e alla sua comunicazione efficace.