

Bibliografia Tesi

1. AA.VV. Google Inc. SWOT Analysis. New York: DATAMONITOR; 2009.
2. Beltramini, Enrico. La natura della new economy. In Id. Hippie.com : La new economy e la controcultura americana. Milano: Vita & Pensiero; 2005; pp. 60-71.
3. Blanchard, Ralph. The role of advertising in the search engine business model. In Id. The Digital Challenge for Libraries : Understanding the Culture and Technology of Total Information. Boston: iUniverse; 2005; pp. 57-70.
4. Briggs, Christian. Web 2.0 Business Models as Decentralized Value Creation Systems. In Miltiadis D. Lytras ; Ernesto Damiani e Patricia Ordóñez de Pablos. Web 2.0 The Business Model. New York: Springer; 2009; pp. 49-64.
5. Brin, Sergey e Page, Lawrence. Google : the Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine. Computer Science . 1995(2):1-12.
6. Capucci, Cristina. Le imprese verso nuovi modelli di business. La creazione di nuovo valore per il consumatore negli ambienti digitali. Lugano: Università della Svizzera Italiana; 2005.

7. Carlà, Francesco. La storia e la ricetta di Google. In Id. Italia-google. Alla ricerca dell'innovazione digitale. Milano: Edizioni FAG Srl; 2006; pp. 20-44.
8. Demaria, Tiziana e Minerva, Roberto. Il modello Google, ovvero “advertising is king”. Notiziario Tecnico Telecom Italia. 2006; 15(1):7-31.
9. Di Vittorio, Arianna. La e-company : un modello di business innovativo. In Id. Il prezzo nell'era di internet. L'evoluzione del prezzo nel mercato on line. Milano: Informa Health Care; 2004; pp. 126-129.
10. D’Atri, Alesandro e Braccini, Alessio Maria. Il business model come punto di contatto tra tecnologia e organizzazione. In AA.VV. L’organizzazione fa la differenza? Milano: Università degli Studi Guido Carli; 2008; pp. 30-56.
11. Elsen, Carol J. The Search : How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture. Library Journal. 2005; 130(14):155-156.
12. Felician, Leonardo. Evoluzione del modello di business nelle aziende. In Id. Innovazione per le aziende vincenti di domani. Milano: Franco Angeli; 2006; pp. 20-35.
13. Floria, Gianclaudio. Il business model. In Id. Business Plan con Excel 2007. Milano: Edizioni FAG Srl; 2007; pp. 45-48.
14. Garfinkel, Simon. In Google We Trust. Technology Review Magazine. 2006(12):80-82.
15. Giulivi, Andrea. La relazione con gli intermediari virtuali. In Id. Marketing relazionale e comunicazione business-to-business. Milano: Franco Angeli; 2001; pp. 124-127.
16. Glotzbach, Matt. Google's business goals. EWeek. 2007; 24(35):70-74.

17. Guidotti, Enrico. I modelli di business legati a Internet. In Id. Dove ci porta Internet. Una crisi annunciata e molte opportunità. Milano: Franco Angeli; 2002; pp. 21-24.
18. Iyer, Bala e Davenport, Thomas H. Reverse Engineering Google's Innovation Machine. Harvard Business Review. 2008; 86(1):58-68.
19. Jansen, Bernard J. ; Hudson, Karen ; Hunter, Lee ; Liu, Fang e Murphy, Jamie. The Google Online Marketing Challenge : Classroom Learning with Real Clients, Real Money, and Real Advertising Campaigns. Journal of Interactive Advertising. 2008; 9(1):75-86.
20. Kalakota, Ravi e Robinson, Marcia. I business model delle comunicazioni mobili di terza generazione. In Id. Mobile business. Milano: Apogeo Editore; 2002; pp. 19-21.
21. Kazmi, G. Business model. In Id. Strategic Management And Business Policy. London: McGraw-Hill; 2009; pp. 44-45.
22. Lamborghini, Bruno e Donadel, Stefano. Modelli di business. In Id. Net economy oltre il mito : conoscere e cogliere le vere opportunità della nuova economia della Rete. Milano: Franco Angeli; 2003; pp. 102-103.
23. Laudon, Kenneth e Laudon, Jane. Nuovi modelli di business e nuove definizioni del valore. In Id. Management dei sistemi informativi. Milano: Pearson Paravia Bruno Mondadori; 2006; pp. 136-142.
24. Lovelock, Christofer e Wirtz, Jochen. I modelli di business : politiche di prezzo e gestione dei ricavi. In Id. Marketing dei servizi. Risorse umane, tecnologie, strategie. Milano: Pearson Paravia Bruno Mondadori; 2007; pp. 151-193.
25. Lovink, Geert. La new economy. In Id. Internet non è il paradiso. Milano: Apogeo Editore; 2004; pp. 10-13.

26. Lowe, Janet. Two ways to advertise : Adwords and Adsense. In Id. Google Speaks : Secrets of the World's Greatest Billionaire Entrepreneurs, Sergey Brin and Larry Page. London: John Wiley and Sons; 2009; pp. 98-100.
27. Lucca, Viviana. Google farà pagare i contenuti? Cambia il business model sul web. Sentieri Digitali. 2009(12):7.
28. Mariani, Angela C. e Rubertucci, Mariagrazia. I modelli di business. In Id. Il commercio elettronico dei prodotti agro-alimentari. Sovera Mannelli: Rubbettino ; 2004; pp. 134-140.
29. Marín de la Iglesia, Jose Luis. Doing business by selling free services. In Miltiadis D. Lytras ; Ernesto Damiani e Patricia Ordóñez de Pablos. Web 2.0 The Business Model. New York: Springer; 2009; pp. 101-114.
30. Osterwalder, Alexander e Pigneur Yves. Google's Business Model. In Id. Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. New York: OSF; 2009; pp. 81-82.
31. Pantaleo, Daniel e Pal, Nirmal. Explore and Exploit : the Google' Business Model. In Id. From Strategy to Execution : Turning Accelerated Global Change Into Opportunity. New York: Springer; 2008; pp. 273-274.
32. Quagini, Luca. Il Business Control. In Id. Business intelligence e knowledge management. Gestione delle informazioni e delle performances nell'era digitale. Milano: Franco Angeli; 2004; pp. 84-86.
33. Radziwill, Nicole. A Model for Business Innovation in the Web 2.0 World. In Miltiadis D. Lytras ; Ernesto Damiani e Patricia Ordóñez de Pablos. Web 2.0 The Business Model. New York: Springer; 2009; pp. 87-100.
34. Sabatini, Francesca Romana. L'analisi del business dell'azienda. In Franco Pedriali. Analisi finanziaria e valutazione aziendale. La logica applicativa con i nuovi principi contabili internazionali. Milano: Hoepli; 2006; pp. 4-6.

35. Smith, Brad. Google Looks to Dominate Mobile. *Wireless Week*. 2007; 13(19):6-8.
36. Spurgeon, Christina. Advertising : the real core of Google business model. In Id. *Advertising and new media*. London: Routledge; 2007; pp. 30-32.
37. Thomas Manes, Anne. Google's business model : based on advertising. In Id. *Web services: a manager's guide*. London: Addison-Wesley; 2003; pp. 38-39.
38. Venturi, Alessandro e Covino, Giuseppe. Il ruolo di Google. In Id. *Web Marketing per le PMI*. Milano: Edizioni UNI Service; 2009; pp. 22-25.
39. Vignati, Gianfranco. Nuovi modelli di business. In Id. *Manuale di logistica*. Milano: Hoepli; 2002; pp. 330-334.
40. Vise, David A. e Malseed, Mark. The Google Economy. In Id. *The Google story*. New York: Thomas Arnold Publishing; 2005; pp. 121-140.