

## Bibliografia

---

- Aries, P. (1978). *Storia della morte in Occidente. Dal Medioevo ai giorni nostri*. Rizzoli Editore, Milano.
- Arnould, E.J. e Price, L.L. (1993). *River magic: extraordinary experience and the extended service encounter*. *Journal of consumer research*, vol. 20, p. 24-45.
- Azzetta, F. e altri (2013). *Lo psicologo in hospice: il gruppo Geode tra riflessioni e lavoro in reparto*. *La rivista italiana di cure palliative*, vol. 15, n. 4, p.29-34.
- Beltramini, R.F et al. (1982). *An empirical analysis: variables affecting physicians' hospice care adoption*. *Journal of Health Care Marketing*, 2 (1), pp. 7-13.
- Blanchard, C.G. e altri (1988). *Information and decision-making preferences of hospitalized adult cancer patients*. *Socials science in medicine*, vol. 27, p. 1139-1145.
- Bonfardino, R. (2016). *Medicina narrativa: quando il racconto dei pazienti è una cura*. *Pagine Mediche*, 5 Maggio. <http://www.paginemediche.it/benessere/corpo-e-mente/medicina-narrativa-quando-il-racconto-dei-pazienti-e-una-cura> [Ultimo accesso: 24 Maggio 2016].
- Bonham, G.S.; Gochman, D.S.; Burgess, L. e Fream, A.M. (1986). *The Hospice Decision: Multiple Determinants*. University of Louisville Urban Studies Center, Louisville.
- Borghini, S. (2014). *Understanding Consumer Module 2: selection of readings*. McGraw-Hill Create, Milano.
- Buccoliero, L. (2001). *Alcuni aspetti economici della telemedicina applicata all'assistenza domiciliare*. In: *Verso l'ospedale virtuale: aspetti socio-sanitari ed economico-gestionali della teleassistenza domiciliare*. FrancoAngeli, pp. 96-118, Milano.
- Buccoliero, L. et al. (2015). *Come Progettare Esperienze "Indimenticabili" Per Il Paziente: Marketing Esperienziale*. In: *Sanità Digitale e Marketing: Riposizionare i*

servizi per riprogettare l'esperienza del paziente. Quaderni dell'Osservatorio Health e-Sanit@, CERMES, Università Bocconi, Milano, pp. 32-45.

Byock, I. (2002). *The meaning and value of death*. Journal of palliative medicine, vol.5, n. 2, p.279.

Carotenuto, A. (1996). *Le lacrime del male*. Bompiani, Milano.

Carotenuto, A. (1997). *L'eclissi dello sguardo*. Bompiani, Milano.

Carù, A. e Cova, B. (2003). *Revisiting consumption experience: a more humble but complete view of the concept*. Marketing Theory, 3 (2), pp. 259-278.

Carù, A. e Cova, B. (2007). *Consumer immersion in an experimental context*. In: Consuming Experience, Routledge, pp. 34-47.

Carù, A. e Cova, B. (2016). *Corso di Marketing Esperienziale*. Università Bocconi, Milano, Febbraio-Maggio 2016.

Carù, A., Cova, B. e Maltese, L. (2008). *Un approccio duale al marketing esperienziale: divertimento e approfondimento nell'immersione*. In: Mercati e Competitività, n.4, pp. 17-40.

Casale, G. e Calvieri, A. (2014). *Le cure palliative in Italia: inquadramento storico*. Quaderno Gli operatori della salute e le cure palliative: aspetti storici. Medic, 22 (1), p. 21-26, Roma.

Cova, B. (1996). *The postmodern explained to managers: implications for marketing*. Business Horizons, 39 (6).

Cova, B. (2003). *Il marketing tribale: legame, comunità, autenticità come valori del marketing mediterraneo*. Il Sole 24 Ore, Milano.

Davis, J. (2015). *10 Minutes With ANITA BRIKMAN*. Marketing Health Services, Spring 2015, pp. 28-31.

Di Dato, F. (2014). *I giardini terapeutici: linee guida progettuali e casi di studio*. Tesi di laurea magistrale, Università di Pisa.

Di Marco, G. (2014). *Vivere il lutto o elaborare il lutto?*. In: Gruppi, fascicolo III. Franco Angeli Edizioni, p. 13-24.

Di Mola, G. (1999). *La morte nella cultura occidentale: aspetti culturali e storico-antropologici*. In: *Informazione Psicologia Psicoterapia Psichiatria*, n.36-37, pp. 2-17, Roma.

Di Mola, G. *Attitudini verso il morente e la morte*. In: *Manuale del volontariato in oncologia*. Capitolo scaricato da: [http://fedcp.org/pdf/Manuale\\_del\\_Volontario.pdf#page=150](http://fedcp.org/pdf/Manuale_del_Volontario.pdf#page=150) in data 18 Giugno 2016.

Edelman, D.C. e Singer, M. (2015). *Competing on customer journeys*. *Harvard Business Review*, 1 (93), pp. 89-100.

Feltri, G. (2012). *Il percorso terapeutico ideale (simultaneous care) del paziente con dolore oncologico*. Presentazione PowerPoint: [http://biblioteca.asmn.re.it/allegati/feltri21aprile2012simultaneouscare\\_120626014445.pdf](http://biblioteca.asmn.re.it/allegati/feltri21aprile2012simultaneouscare_120626014445.pdf) [Ultimo accesso: 5 Luglio 2016].

Ferrante, T. (2013). *Valutare la qualità percepita: uno studio pilota per gli hospice*. FrancoAngeli, Milano.

Gabaglio, L. (2016). *Raccontare la malattia aiuta a guarire*. Articolo su *L'Espresso*, 13 Giugno. [http://espresso.repubblica.it/visioni/scienze/2016/06/07/news/raccontare-la-malattia-puo-aiutare-a-guarire-1.270067?refresh\\_ce](http://espresso.repubblica.it/visioni/scienze/2016/06/07/news/raccontare-la-malattia-puo-aiutare-a-guarire-1.270067?refresh_ce) [ultimo accesso: 11 Luglio 2016]

Goffman, E. (1961). *Asylums*. AldineTransaction, New Jersey.

Hansen, A.H. e Mossberg, L. (2013). *Consumer Immersion: a key to extraordinary experiences*. In: *Handbook on the experience economy*, Elgar, pp. 209-227.

Healthcare Design Magazine (2013). *Haven Hospice Custead Care Center e Muriel and Harold Block Hospice Residence*. Supplement to *Healthcare Design*.

Honneth, A. (1995). *The struggle for recognition: the moral grammar of social conflict*. MIT Press.

Jasper van Riet Paap (2016). *Quality indicators to facilitate improvements in the organisation of palliative care for people with dementia or cancer in Europe*.

Radboud Universiteit Nijmegen, <http://hdl.handle.net/2066/151714> [Ultimo accesso: 10 Aprile 2016].

Kolbe, R.H. e Dwyer, R.F. (1986). *Diagnosing The Physician As Gatekeeper In Hospice Marketing*. Journal of Health Care Marketing, 6 (1), pp.23-33.

Kübler-Ross, E. (1976). *La morte e il morire*. Cittadella Editrice, Assisi.

Ladwein, R. (2005). *L'expérience de consommation, la mise en récit de soi et la construction identitaire: le cas du trekking*. Proceedings of the 4th International Congress on Marketing Trends, Paris.

Lynch, J.T. (2012). *Lessons from hospice*. Journal Of Financial Service Professionals, Marzo 2012. pp. 29-31.

Mandarano, G. (2016). *Il marketing olfattivo*. Testimonianza di Oikos Fragrances nel corso di marketing esperienziale. Università Bocconi, Milano, 24 Febbraio 2016.

Marsh, H. (2014). *Primo non nuocere: storie di vita, morte e neurochirurgia*. Ponte alle grazie, Milano.

Mcgilvery, C. e Reed, J. (2001). *A complete guide to Aromatherapy*. Lorenz Books, New York.

McGorty, E.K. e Bornstein, B.H. (2003). *Barriers to physicians' decisions to discuss hospice: Insights gained from the United States hospice model*. Faculty Publications, Department of Psychology. Paper 166.

<http://digitalcommons.unl.edu/psychfacpub/166> [Ultimo accesso: 10 Aprile 2016].

Meier, D.E. (2011). *Increased Access to Palliative Care and Hospice Services: Opportunities to Improve Value in Health Care*. The Milbank Quarterly, 89 (3), pp. 343-380.

Melesi, M. (2016). *L'aromaterapia come possibilità di cura complementare applicabile all'infermieristica: introduzione*.

<http://www3.uninsubria.it/uninsubria/allegati/pagine/7297/MelesiMartina.pdf>

[Ultimo accesso: 22 Agosto 2016].

Meyers, F.J. (2004). *Simultaneous Care: A Model Approach to the Perceived Conflict Between Investigational Therapy and Palliative Care*. *Journal of Pain and Symptom Management*, 28 (6), pp. 548-556.

Ministero della Salute (2007). *Hospice in Italia 2006: prima rilevazione ufficiale*. Medica Editoria e Diffusione Scientifica, Milano. Curatore dell'opera: Furio Zucco.

Morelli, G. (1999). *Il dilemma della comunicazione di diagnosi e prognosi al paziente oncologico: malattia e morte si possono "dire"?*. In: *Informazione Psicologia Psicoterapia Psichiatria*, n. 36-37, pp. 26-45, Roma.

Niederland, W. (1967). *Clinical aspects of creativity*. *American Imago*, vol. 24, p. 6-34.

Osservatorio sulla condizione assistenziale dei malati oncologici (2016). 8° *Rapporto sulla condizione assistenziale dei malati oncologici*. Convegno in occasione dell'XI Giornata nazionale del malato oncologico, 12-15 Maggio 2016, Roma.

Perdighe, C. e Mancini, F. (2010). *Il lutto. Dai miti agli interventi di facilitazione dell'accettazione*. In: *Psicobiiettivo*, fascicolo III. Franco Angeli Edizioni, p. 127-146.

Pesci, S. (2015). *Il lutto e la sua elaborazione*. *Nuovi orizzonti*, Luglio-Dicembre 2015.

[https://www.researchgate.net/profile/Simone\\_Pesci/publication/296702540\\_Il\\_lutto\\_e\\_la\\_sua\\_elaborazione/links/56d975e908aeb4638bb8931.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Simone_Pesci/publication/296702540_Il_lutto_e_la_sua_elaborazione/links/56d975e908aeb4638bb8931.pdf) [Ultimo accesso: 3 Giugno 2016]

Pine, B.J. e Gilmore, J.H. (2007). *Authenticity: What Consumers Really Want*. Harvard Business Press.

Proserpio, T. e Sala, G. (2011). *L'ospite inatteso: vivere la malattia, l'ospedale e le relazioni con il malato*. Edizioni San Paolo, Cinisello Balsamo.

Redazione ANSA (2016). *Tumori: pazienti, troppe differenze regioni su accesso a cure*. Ansa, 13 Maggio.

<http://www.ansa.it/salutebenessere/notizie/rubriche/medicina/2016/05/12/tumori-pazienti-troppe-differenze-regioni-su-accesso-a-cure-4f42cc89-ac3a-44d5-aef0-7f7451d64642.html> [Ultimo accesso: 24 Maggio 2016].

Redazione Quotidiano Sanità. (2015). *Cure palliative: cinque anni di legge 38. Il convegno al Senato: "miglioramenti nelle tariffe e nella prescrizione dei farmaci"*. Articolo su QuotidianoSanità.it, 13 Marzo.

[http://www.quotidianosanita.it/governo-e-parlamento/articolo.php?articolo\\_id=26597](http://www.quotidianosanita.it/governo-e-parlamento/articolo.php?articolo_id=26597) [ultimo accesso: 14 Giugno 2016]

Residenza San Pietro (2015). *Rielaborazione questionari di rilevazione della soddisfazione degli utenti hospice San Pietro Anno 2015*.

[http://www.residenzasanpietro.it/upload/download/X51allegato1X\\_SODDISFAZ\\_HOSPICE\\_15\\_SITO.pdf](http://www.residenzasanpietro.it/upload/download/X51allegato1X_SODDISFAZ_HOSPICE_15_SITO.pdf) [Ultimo accesso: 23 Giugno 2016].

Rhymes, J.A. (1996). *Barriers to effective palliative care of terminal patients: an international perspective*. Clinics in geriatric medicine, 12 (2), pp. 407-416.

Rossi, N. (2007). *La psicologia clinica nella formazione del medico e degli operatori dell'area sanitaria*. Psicologia clinica: dialoghi e confronti. Springer, p. 231-249, Milano.

Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing*. Journal of Marketing Management, vol. 15, p. 53-67.

Setiffi, F. (2013). *Il consumo come spazio di riconoscimento sociale*. Franco Angeli Editore, Milano.

Shankar, A. e altri. (2001). *Understanding consumption: contributions from a narrative perspective*. Journal of marketing management, vol. 17, p. 429-453.

Sheehan, P. (2011). *Comfort and joy: Willson Hospice House represents successful client/designer collaboration*. Design, pp. 32-33.

<http://www.itlmagazine.com/article/comfort-and-joy> [Ultimo accesso: 18 Giugno 2016].

Strauss, J. e Frost, R. (2014). *E-Marketing: seventh edition*. Pearson Education, Harlow.

Walston, S.F. (2015). *In My Eleventh Hour: I wish I'd had more courage*.

[www.sandrawalston.com](http://www.sandrawalston.com) [Ultimo accesso: 18 Giugno 2016].

Wenzel, C. e Heller, A. (2009). *Complementary therapies in German hospices: an exploratory study of current practices*. University of Klagenfurt, Vienna.

<http://www.uni->

[klu.ac.at/pallorg/downloads/Complementary Therapies in German hospices EA PC 09.pdf](http://klu.ac.at/pallorg/downloads/Complementary_Therapies_in_German_hospices_EA_PC_09.pdf) [Ultimo accesso: 2 Agosto 2016].

Worpole, K. (2009). *Modern Hospice Design: The Architecture of Palliative Care*. Routledge, Londra.

Zacchetti, E. (2010). *La depressione nelle malattie terminali*. In: Psicologia clinica della depressione: esperienze cliniche tra medicina e psicologia. FrancoAngeli, Milano.

Zannini, L. (2008). *Medical humanities e medicina narrativa. Nuove prospettive nella formazione dei professionisti della cura*. Cortina Raffaello, Milano.

Zilli, A. , Pagni, E. e Piazza, M. (1987). *Il paziente terminale*. Caleidoscopio italiano, volume 28. Medical systems editoria, Genova.

Zimmermann, C. (2004). *Denial of impending death: a discourse analysis of the palliative care literature*. Social science and medicine, vol. 59-8, p.1769-1780.

## **Sitografia**

Federazione Cure Palliative Onlus [www.fedcp.org](http://www.fedcp.org) [Ultimo accesso: 11 Luglio 2016].

Istituto Europeo di Oncologia [www.ieo.it](http://www.ieo.it) [Ultimo accesso: 5 Ottobre 2016].

Ministero della Salute. Legge 38/2010.

[http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2\\_5.jsp?area=curePalliativeTerapiaDolore&menu=legge](http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_5.jsp?area=curePalliativeTerapiaDolore&menu=legge) [Ultimo accesso: 29 Ottobre 2016]

Società Italiana Cure Palliative [www.sicp.it](http://www.sicp.it) [Ultimo accesso: 11 Luglio 2016].

Società Italiana di Medicina Narrativa [www.medicinanarrativa.it](http://www.medicinanarrativa.it) [Ultimo accesso: 11 Luglio 2016].

[www.theperfectcirclefilm.com](http://www.theperfectcirclefilm.com) [Ultimo accesso: 11 Luglio 2016].

[www.viverlatutta.it](http://www.viverlatutta.it) [Ultimo accesso: 11 Luglio 2016].