

Fare Innovare Il Nuovo Lavoro Artigiano

Il ruolo del leader nel contesto imprenditoriale. Importanza dell'inventiva e dell'innovazione nel migliorare i risultati dell'azienda. Come dirigere le Learning Organization. La conoscenza dei contesti sociali interni ed esterni all'organizzazione complessa. .

1130.266

1490.48

La tecnologia sta cambiando ogni aspetto della nostra vita (a partire dai nostri comportamenti). Come impatterà sull'universo salute? Come cambieranno i nostri modi di pensarla e soprattutto gli automatismi che abbiamo ereditato dai nostri genitori? Per prenderci cura di noi stessi e dei nostri cari, già oggi, occorre un radicale cambiamento di mentalità. Cosa serve imparare? Cosa ci aspetta? Controlli a distanza tramite smartphone, non più code per gli esami, app al posto dei medicinali... anche l'Intelligenza Artificiale entrerà prepotentemente nel campo della salute, arrivando in alcuni casi a definire vere e proprie 'terapie digitali'. Il cambiamento non potrebbe essere più dirompente. La rivoluzione digitale sta per stravolgere il rapporto medico-paziente e dovremo tutti imparare a gestire comportamenti nuovi. Perché la nuova medicina sarà improntata a evitare l'insorgenza di una malattia piuttosto che a intervenire quando questa è insorta. Ma quanto è lontano questo futuro? Questo libro è l'anteprima della più importante trasformazione che l'evoluzione tecnologica abbia mai portato all'umanità. E Roberto Ascione la descrive attraverso l'uso di tanti esempi pratici di applicazione, di aziende o startup che hanno cambiato, stanno cambiando e cambieranno per sempre il nostro rapporto con la salute.

Le ricerche del presente volume si fondano sul nesso tra lavoro e Quarta Rivoluzione industriale. Su questo piano le domande sono numerose. Qual è la natura del lavoro 4.0? Qual è il rapporto tra rivoluzione tecnologica e occupazione? Quali sono i diritti del lavoro nell'epoca dei nuovi modelli di business? L'innovazione può essere implementata senza il superamento della subalternità novecentesca e l'approdo a nuove forme di libertà e responsabilità del lavoro? La digitalizzazione e le nuove forme di organizzazione dell'impresa mutano i rapporti di lavoro e favoriscono nuove forme di collaborazione e di conflitto? La formazione, la qualità e la libertà nel lavoro sono più importanti del salario? La progettazione e il design dell'impresa come si pongono nei confronti della tecnologia e del lavoro? La digitalizzazione spinge l'economia della conoscenza a determinare nuove forme di lavoro? Quali progetti da parte dei soggetti coinvolti, a cominciare dai lavoratori, perché queste trasformazioni siano un passo avanti nelle condizioni di lavoro e nelle relazioni industriali? Queste e molte altre domande sono alla base dei saggi raccolti nel volume cui hanno collaborato autori di diversa formazione ed esperienza: accademici, giornalisti, imprenditori, manager, operatori, sindacalisti e rappresentanti sindacali.

Poche sono le imprese capaci oggi di affrontare la sfida più importante: il cambiamento ad alta velocità. La maggior parte tende infatti a concentrarsi sul breve termine, senza assicurarsi che i loro interessi siano allineati con quelli della società. La chiave di volta per lo sviluppo di una innovazione continua è riuscire a sviluppare una saggezza pratica, plasmata dai valori, dall'etica e dalla morale. Le «imprese sagge» sono, dunque, quelle capaci di incidere sulle relazioni umane per infondere nuove conoscenze nelle pratiche organizzative, convertendole in azione e innovazione continua a livello individuale, aziendale e sociale. Gli autori – riconosciuti come i padri intellettuali del knowledge management, in particolare con l'opera fondamentale *The knowledge creating company* – declinano questa nuova teoria attraverso le storie di gruppi dinamici, longevi e sostenibili: da Honda a Shimano, da Eisai a Toyota, da Apple a MIT Media Lab. Il minimo comun denominatore di queste realtà è la qualità dei loro leader, che hanno saputo attivare le intere strutture di cui erano a capo per creare nuovi prodotti e nuovi processi, dai quali si sono generati benefici per i collaboratori, i clienti, la

comunità e la società. Emerge un modello di leadership umano-centrica, capace di innescare circoli virtuosi di creazione di conoscenza e di attivare l'innovazione quale leva del cambiamento: una leadership che si estende ai vari livelli organizzativi e in grado di generare interazioni efficaci e comunicazioni condivise.

Quali nuovi scenari si presentano oggi nel mondo del lavoro? Quali forme organizzative sono in grado di sostenere l'accelerazione tecnologica? Quali nuovi valori attraversano il lavoro e i luoghi del lavoro? Il volume intende presentare gli esiti di una ricerca condotta nel progetto 311 Capability Ecosystem della Fondazione Edulife.

Fondamentale, per i suoi membri, è la centralità della persona e dei valori come fiducia, partecipazione, cooperazione, generosità, solidarietà, libertà, rispetto, sincerità, equità, coraggio, onestà e comunità. Un luogo, quello di 311 Capability Ecosystem, nel quale, attraverso la contaminazione delle competenze, si forma una diffusa rete di opportunità alla quale tutti possono accedere e beneficiare per potenziare i propri talenti.

L'Enciclopedia Sociologica dei Luoghi (ESL) si pone come occasione di ricerca e riflessione sul ruolo che i luoghi hanno avuto in passato e hanno tutt'ora nel dare forma alle città e segnare i destini dei suoi abitanti e fruitori. Il volume offre chiavi di lettura e coordinate teoriche, nonché presentazioni di casi utili a sviluppare ricerche situate, riducendo il livello di indifferenza nei confronti dei contesti spaziali che spesso caratterizza le ricerche sociologiche. Il termine enciclopedia sembra il più adatto a trasmettere l'idea di un lavoro in grado di toccare tanti luoghi: da quelli riguardanti i trasporti a quelli relativi al tempo libero, da quelli riferiti alla sicurezza pubblica a quelli inerenti il consumo, e via dicendo.

Over the past few decades, the world economy has undergone radical transformations, in part connected to the expansion of the 'digital economy', in part to the growing interconnection via the internet of the world of objects and physical processes. This 'great transformation' poses the dilemma on the capitalism's ability to reconcile economic and social value, keeping together economic well-being, social cohesion and political freedom. The Economy of Collaboration can offer a contribution in this direction but requires courageous policies to mediate the various interests at stake, as well as to rethink and make more sustainable its development, by increasing the benefits not only for businesses but also for workers and consumers. In short, to create shared value.

This book refers to a mode of organizing the production, distribution and consumption of goods and services based on cooperative relations. The main reference is to activities linked to the digital economy, since they are the emerging forms of a definitely older phenomenon, but which is expanding on an ever-wider scale thanks to new technologies. These collaborative activities can be regulated differently, along a continuum that ranges from the pole of market exchanges to that of generalized reciprocity, with various intermediate mixed forms.

L'emergenza sanitaria che abbiamo visto investire il mondo intero nell'ultimo anno altro non è che il secondo volto della crisi di un ecosistema complesso: ambientale, sociale, e anche economico. Per affrontare queste sfide e i bisogni di una popolazione in rapida crescita, urge un cambiamento sistematico del nostro stile di vita e del nostro modo di fare innovazione. Serve un modello che sia finalizzato a creare un valore complessivo in grado di integrare le esigenze della società, dell'impresa e del pianeta. Un sistema che affronti il futuro con un approccio responsabile e sostenibile. Proprio questo è il compito che si prefigge il volume: tracciare una mappa di navigazione per gli

innovatori di oggi e di domani in linea coi principi dell'Open Science e dell'Open Innovation.

Un libro che insegna cose pratiche attraverso storie e vicende che si intrecciano tra loro, raccontate con uno stile semplice ed immediato, ma vero". A chi è rivolto? Al popolo delle Partite IVA, delle piccole imprese, dei professionisti. A quel mondo di piccoli operatori che per necessità o per convinzione è destinato a crescere negli anni. Il volume spiega, tra una storia e l'altra: - come farsi pubblicità da soli, i segreti della vendita e i modi per creare un efficace network di clienti - le tecniche per costruirsi una solida reputazione che fa vendere - la costruzione del brand, il marketing esperienziale, il low price e il low cost - il marketing virale, il marketing tribale, il guerrilla marketing. Il mondo che ci aspetta sarà sempre più imprevedibile e mutevole. Le uniche certezze saranno la nostra determinazione e la nostra fiducia di potercela fare, trasformando la crisi in un'occasione di esperienza di vita e di lavoro "vero". E poter dire con orgoglio: Mi metto in gioco! "

L'innovazione sociale è oggi considerata la chiave per affrontare molti dei grandi problemi emergenti. Ma come incoraggiarla in aree, come quelle rurali, dove tradizionalmente prevale la resistenza al cambiamento? Questo libro, frutto di una ricerca-azione con molti protagonisti delle comunità rurali mediterranee, descrive e analizza modelli organizzativi e idee di sviluppo che, facendo leva sulla peculiarità delle aree rurali e sulla loro identità, generano cambiamento legando innovazione e tradizione.

365.1039

In un mondo caratterizzato da variabilità e complessità crescenti, le aziende sembrano ostinarsi a usare modelli organizzativi e modalità di lavoro obsoleti e inadeguati. A dispetto delle tecnologie a disposizione e delle più innovative tecniche di time management lavoriamo sempre di più, con meno risultati e maggiore stress. Strategia Lean Lifestyle affronta il problema chiave di ogni professionista, manager e imprenditore alla guida di aziende di ogni dimensione: come coniugare l'esigenza di produrre sempre più risultati, in sempre meno tempo, lavorando meglio e conducendo, allo stesso tempo, uno stile di vita che generi prosperità e benessere. Sono maturi i tempi perché il lavoro snello diventi una strategia per raggiungere un vero work-life balance ed esprimere il meglio delle persone in azienda senza dover scegliere tra l'efficienza operativa o la realizzazione personale. In questo libro, oltre a numerosi esempi, strumenti e metodologie step-by-step, utili per cominciare ad applicare in autonomia i principi della strategia Lean Lifestyle, troverete raccolte le testimonianze di imprenditori e manager che svelano il "dietro le quinte" di casi di successo in questa nuova direzione, tra cui Campari, Cromology, Elettronica, Ferretti Group, Labomar, Lucchini RS, Marcegaglia, Orogel, Poste Italiane, Sammontana, Siemens Italia, Stanley Black & This book explores the innovative workplaces, namely coworking spaces and makerspaces, that are emerging as a consequence of digital innovations and the related development of the knowledge economy and society in the wake of deindustrialization. Drawing on international and multidisciplinary research projects, fresh insights are provided into current trends, research methodologies, actors, location patterns and effects, and urban and regional policies and planning. The aim is to cast light on all aspects of these new working and making spaces, highlighting their innovative geographies and the complexities of their nexus with urban and regional change processes from both the theoretical and the empirical point of view. The book includes multiple illuminating case studies from the advanced economies of North America and Europe, carefully selected for their relevance to the topic under analysis. This book is designed for an international audience comprising not only academicians but also policymakers,

representatives of civil and entrepreneurial associations, and business operators. Viviamo in un mondo in cui le nuove idee abbondano. Ciò che manca alla maggior parte delle aziende non è 'un'idea in più' ma la capacità di dare senso alla sovrabbondanza di nuove opportunità. Oggi i classici libri sull'innovazione consigliano di impegnarsi in sessioni di brainstorming creativo e sollecitare contributi esterni, sia dai clienti sia dalle comunità. Questo genere d'innovazione può essere efficace per migliorare i prodotti ma non per cogliere le opportunità più rilevanti del mercato. Questo libro offre un nuovo punto di vista, l'innovazione di significato, che meglio si adegua al mondo in cui oggi viviamo. Il percorso alternativo verso l'innovazione indicato dall'autore ha come obiettivo non tanto capire come le cose funzionano ma comprendere perché le desideriamo: ovvero, come offrire ai clienti qualcosa che sia dotato di un significato più grande - qualcosa che possano amare. Verganti descrive al proposito come hanno operato alcune aziende - Nest Labs, Apple, Yankee Candle, Philips Healthcare e molte altre - che hanno creato business di grande successo grazie a questo approccio. L'innovazione guidata dal significato è il mezzo per creare prodotti di valore nel mondo di oggi: se qualcosa è allo stesso modo significativo per le persone che lo creano e per coloro che lo usano, si produce valore.

A partire da un elenco di oltre 2.000 innovazioni di successo, tra cui il Cirque du Soleil, i primi mainframe IBM, la Ford Modello-T e molto altro ancora, gli autori hanno applicato un algoritmo proprietario e determinato dieci raggruppamenti significativi - i dieci tipi di innovazione - in grado di fornire linee guida e suggerimenti per un'innovazione efficace. I dieci tipi di innovazione esplora queste informazioni per individuare modelli di innovazione nell'industria, per esplorare le opportunità di innovazione e per valutare come le imprese stiano reagendo all'innovazione dei concorrenti. Basato su oltre tre decenni di lavoro avanzato sull'efficacia dell'innovazione, i dieci tipi di innovazione aiuterà i lettori e i loro team a capire cosa fare quando la posta in gioco è alta, il tempo a disposizione è scarso ed è necessario attuare una svolta decisiva. La soluzione consiste nel guardare oltre l'innovazione di prodotto verso altri nove potenti tipi di innovazione, che possono essere combinati per ottenere un vantaggio competitivo. Il libro delinea nuovi modi di pensare e illustra le azioni che permettono ai team o alle imprese di innovare in modo affidabile e continuativo.

Startup, digitale, innovazione: le parole magiche. Ma cosa c'è dietro ai miti e agli slogan? L'età dell'oro della Silicon Valley è ancora il modello a cui guardare? Start Down mette in discussione i miti del sistema economico digitale attraverso un punto di vista ironico e documentato. Numeri, ma soprattutto storie, immagini, personaggi, punti di vista disponibili raccolti in una sintesi per addetti ai lavori e non, appassionati di innovazione, lungo un percorso di recupero dell'autentica capacità del nostro Paese di crescere e creare posti di lavoro, non necessariamente CEO di startup. L'attuale scenario politico ed economico italiano si occupa a intermittenza di queste ambizioni, in un clima di perenne campagna elettorale dove prima vengono gli artigiani (non sempre della qualità), la piccola media impresa, i pensionati, in una costante dialettica tra l'imbonimento o l'amplificazione della rabbia sociale che permea oggi il Paese. Intanto le startup passano di moda, mentre i giovani sono sempre meno, e sempre meno giovani. Quello che emerge dai numeri è che il sistema delle startup a livello globale non produce più da almeno quindici anni aziende capaci di inventare nuovi paradigmi a livello mondiale e cerca nuove vie originali per reinventarsi. L'Italia rischia dunque di continuare a inseguire affannosamente un sogno già vecchio, guardando con deferenza al mito della Silicon Valley, scommettendo in ritardo su idee di importazione e riproducendo i vizi di nanismo e presunzione tipici del nostro Paese. Start Down è un invito a riscoprire l'esistenza di basi solide per l'innovazione e l'impresa italiana, partendo dalle esperienze che hanno funzionato. «Start-Up Patriots to Arms!» p.p1 {margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 10.0px Arial}

Questo libro definisce le condizioni e le modalità per individuare, promuovere e attuare un massiccio piano di investimenti pubblici e privati, nazionali, regionali e locali, che operi come “motore trainante” del rilancio della crescita e dell’occupazione.

1515.10

1490.25

IL SISTEMA FAENTINO DELLA CERAMICA viene studiato in questo volume con l’obiettivo di identificare percorsi e possibilità per la creazione di nuove imprese. Ad una ricerca bibliografica che inquadra il settore della ceramica artistica e artigianale in Italia, all’interno delle industrie culturali e creative, segue una parte di ricerca sul campo, che restituisce una fotografia delle caratteristiche attuali del “Sistema Faenza”, con un focus su ceramisti e botteghe ceramiche. Infine, vengono proposti alcuni modelli di ispirazione anglosassone per favorire la nascita di nuove imprese e favorire il ricambio generazionale, che si basano sul concetto di rete e sulla condivisione di spazi e strutture. Un tema trasversale è poi quello della formazione, strettamente collegato con la nascita di nuove imprese: nella ricerca di Paola Casta, emerge con forza la necessità di formare artigiani contemporanei “ibridi”, che sappiano unire competenze tecniche, culturali e progettuali a un forte orientamento all’innovazione. A dispetto dell’immagine che la vuole strettamente legata a una dimensione urbana, l’Italia è disseminata di «territori del margine»: dal complesso sistema delle valli e delle montagne alpine ai variegati territori della dorsale appenninica, e via via scendendo per la penisola, fino a incontrare tutte quelle zone che il meridionalismo classico aveva indicato come «l’osso» da contrapporre alla «polpa», e a giungere alle aree arroccate delle due grandi isole mediterranee. Sono gli spazi in cui l’insediamento umano ha conosciuto vecchie e nuove contrazioni; dove il patrimonio abitativo è affetto da crescenti fenomeni di abbandono; dove l’esercizio della cittadinanza si mostra più difficile; dove più si concentrano le diseguaglianze, i disagi. Sommandole tutte, queste aree – «interne», «fragili», «in contrazione», «del margine» –, ammontano a quasi un quarto della popolazione totale, e a più dei due terzi del l’intero territorio italiano. Abbastanza per farne l’oggetto di una grande «questione nazionale». Se non fosse che hanno prevalso altre rappresentazioni: il Sud in perenne «ritardo di sviluppo»; il «triangolo industriale» della modernizzazione fordista; la «terza Italia» dei distretti. Al centro, l’ingombrante presenza della dimensione metropolitana, in grado di offuscare, fin quasi a spegnerlo, «tutto il resto». Oggi le specificità, le vitalità, le opportunità, le azioni pubbliche e collettive di questo resto tornano a essere visibili. Possono e devono animare una nuova lettura del paese. Nel libro si confrontano le riflessioni di storici, territorialisti, architetti, geografi, demografi, antropologi, sociologi, statistici, economisti, ecologisti. Si analizzano le ragioni degli abbandoni, degli spopolamenti, dei flussi, delle nuove mobilità in ingresso. Si misurano la qualità e il livello dei servizi di cittadinanza, facendo anche tesoro del patrimonio di conoscenze e di azione pubblica sul campo della Strategia nazionale aree interne, posta in essere negli ultimi dieci anni presso il Dipartimento per le politiche di coesione. Si scopre così un’altra Italia, che partecipa pienamente alle sorti comuni del paese, ma che soffre di più; e che sta provando a riorganizzarsi, a ripopolarsi grazie ai giovani e agli immigrati, a inventare nuove imprenditorialità, a esprimere una nuova consapevolezza ecologica. Un paese che non rimuove la nostalgia dei luoghi, ma ne fa la premessa indispensabile per tramutare la rabbia e i risentimenti nell’impegno per una nuova fase di avanzamento sociale.

I sistemi di controllo, quando sono capaci di innovazione e adattamento, possono garantire efficacia di indirizzo al governo dell’impresa e guidare il cambiamento organizzativo, contribuendo alla sostenibilità dell’azienda nel tempo. Se tuttavia il controllo assicura all’organizzazione il raggiungimento delle sue finalità, il problema come esercitarlo in modo efficace e a costi accettabili. La sfida complessa perché il controllo ha contenuti multidisciplinari; può essere attuato sul piano organizzativo, strategico, operativo; può esercitarsi sulle azioni, sulle persone, sui risultati; può far perno sulle diverse componenti del sistema: la pianificazione,

i controlli cibernetici, le ricompense e gli incentivi, i controlli amministrativi, la cultura. Accanto alle regole e alla loro condivisione, il fattore di successo risiede per sempre nel comportamento degli individui: sono infatti le persone che, agendo giorno per giorno, assicurano che i controlli vengano implementati e siano efficaci. Questo rende il controllo una funzione particolarmente difficile e scarsamente standardizzabile. Gli autori affrontano il tema dell'innovazione dei sistemi di controllo (contesto di riferimento, progettazione, implementazione e istituzionalizzazione) prendendone in considerazione tre aspetti: la trasformazione in presenza di alcuni fattori strategici di cambiamento, come l'introduzione di un sistema ERP o un'operazione di finanza straordinaria; il ruolo loro affidato in momenti di profonda crisi e di svolta strategica; la funzione di supporto alla crescita aziendale. Le lezioni che si possono trarre dai tre importanti casi presentati (Fiat Group Automobiles, Beiersdorf Italia, MTS Group ora Ariston Thermo Group), pur se riferiti ad aziende di grandi dimensioni, rappresentano framework concettuali di cambiamento/innovazione applicabili anche a realtà di dimensioni medie e piccole.

614.11

[Copyright: 3eedebdef8d46fb51359a1a2a138a365](https://www.pdfdrive.com/fare-innovare-il-nuovo-lavoro-artigiano-p11411.html)