

Imprenditorialit Marketing Ed Innovazione Dinamiche Competitive Per Le Imprese Ed I Territori Nello Scenario Della Digital Economy Dinamiche Competitive Nello Scenario Della Digital Economy

365.1159

I recenti e profondi mutamenti negli scenari competitivi – rivoluzione digitale, Internet of Things, Industry 4.0 e dinamiche internazionali – stanno modificando in modo irreversibile le relazioni tra le imprese. Visto da questa prospettiva, il marketing si trova ad affrontare una sfida da proprio sul suo terreno principale, quello della relazione con il cliente e, in particolare, dell'approccio personalizzato e geograficamente localizzato nella relazione con il cliente business. È costretto così a un ripensamento in almeno tre direzioni: l'orientamento strategico su cui basare le decisioni, la modalità con cui gestire il rapporto con i clienti, la consapevolezza dell'impatto interno della digital transformation. Questo volume soddisfa l'obiettivo ambizioso di analizzare in profondità le principali aree di riconfigurazione del business marketing, proponendo a manager, esperti e studiosi una serie di riflessioni e un insieme di tool applicativi attraverso cui interpretare e governare il cambiamento in atto negli scenari B2B.

La candidatura di una città a ospitare le Olimpiadi, l'istituzione di un convention bureau, la creazione di un parco tecnologico, sebbene iniziative molto diverse tra loro, sono attività che si collocano nell'ambito di una più ampia strategia di marketing territoriale. Il volume offre una visione del marketing territoriale innovativa e adeguata a cogliere le sfide poste dai cambiamenti in atto e suggerisce che un'efficace azione di marketing debba fondarsi su un approccio duale, nel quale assumono rilevanza due processi distinti. Il primo processo, definito resource centered, attraverso il quale il territorio arricchisce la sua dotazione di risorse, modifica le funzioni al servizio dei suoi fruitori, esprime nuove vocazioni, costruisce una specifica identità con cui competere e collaborare con le altre aree. Il secondo processo, definito market driven, attraverso il quale, a partire dall'identità, il territorio genera dei veri e propri prodotti, volti a soddisfare le specifiche esigenze delle diverse tipologie di fruitori. Il libro si presta a molteplici livelli di lettura ed è concepito per una pluralità di destinatari: lo studioso; l'attore del territorio, sia pubblico sia privato e lo studente.

Il volume raccoglie i contributi più significativi della decima edizione della Scuola estiva nazionale di Sviluppo Locale "Sebastiano Brusco", che si è svolta nel luglio 2015 a Seneghe, nel cuore della Sardegna, e ne riprende il titolo e il focus tematico, "Imprenditorialità, territori e innovazione". La riflessione collettiva sviluppata lungo i diciassette saggi che lo compongono si iscrive nel dibattito in corso intorno ai fattori all'origine di una nuova centralità economica e culturale del lavoro e dell'impresa, specificamente nel settore della produzione agro-alimentare neo-contadina, al fine di metterne in rilievo alcuni meccanismi virtuosi nell'organizzazione socio-spaziale dei processi economici. L'accento è posto sulle molteplici valenze del territorio, quale contesto all'interno e in ragione del quale si generano molti fenomeni di rilievo analitico e pratico: la costruzione di una specifica accezione

Download Free Imprenditorialit Marketing Ed Innovazione Dinamiche Competitive Per Le Imprese Ed I Territori Nello Scenario Della Digital Economy Dinamiche Competitive Nello Scenario Della Digital Economy

di qualità dei prodotti agro-alimentari; la creazione di legami convincenti tra i paradigmi concettuali della Tradizione e dell'Innovazione; la strutturazione di reti di impresa; la configurazione di filiere territoriali competitive, da quelle di prossimità a quelle globali parzialmente de-materializzate lungo i canali telematici; la generazione di processi imprenditoriali multifunzionali innovativi; la declinazione di esperienze multiformi di innovazione sociale; la ricerca di un equilibrio tra la competizione su un mercato profondamente volubile e la strutturazione sedimentata della piccola impresa, dove restano centrali i meccanismi di genere e generazionali, a base familiare; la trasmissione di saperi e competenze, innescata dal dialogo costante tra innovazione e formazione.

365.1016

Rivolto principalmente a esperti di politiche attive del lavoro, a formatori, a consulenti di organizzazione e PMI, il libro illustra in forma chiara e divulgativa approcci complessi per l'interpretazione del presente e del futuro, e racconta casi, esperi

365.970

La parola crowdfunding è entrata nell'uso con tutto il vocabolario della sharing economy: un ripensamento strutturale dei rapporti tra economia e società imperniato sui concetti di collaborazione e condivisione. Analizzare l'innovativa modalità di raccolta fondi che si muove tra la folla e lo spazio della rete significa aprire una finestra sull'Italia che investe per uscire dalla crisi. Con un approccio sistematico e attento alla prospettiva globale, il volume disegna un quadro completo del fenomeno e di tutti gli ingredienti che entrano in gioco abilitati dalle tecnologie della rete. I differenti modelli di crowdfunding e le norme che li regolano, le specificità delle piattaforme, la costruzione della proposta e del modello di business, la strategia digitale e il piano di marketing, la misurazione dei risultati e le relazioni con i sostenitori: ogni aspetto è spiegato, dal concepimento dell'idea alla chiusura della campagna. Oltre 50 case history si intrecciano alla trattazione, con consigli da seguire e richiami agli errori da evitare. I contenuti digitali integrativi ospitano approfondimenti, testimonianze dirette, documenti, suggerimenti operativi, link e infografiche di sintesi. Successi ed insuccessi degli strumenti e tecniche manageriali nella Pubblica amministrazione. Si segnala in particolare il saggio: L'introduzione della funzione di controllo strategico in un ente pubblico: il caso della Regione Emilia-Romagna / di Giuseppina Felice.

1060.208

365.643

100.806

1387.27

Perché le innovazioni radicali vengono accettate, oppure respinte? È l'interrogativo ambizioso a cui questo volume tenta di dare una risposta esauriente, sia in termini di ricerca che in prospettiva manageriale. A tal fine, viene esaminato ed approfondito un aspetto critico nella dinamica di diffusione delle innovazioni radicali: la presenza nel contesto competitivo

Download Free Imprenditorialit Marketing Ed Innovazione Dinamiche Competitive Per Le Imprese Ed I Territori Nello Scenario Della Digital Economy Dinamiche Competitive Nello Scenario Della Digital Economy

di audience tra loro eterogenee, che nel valutare un'innovazione spesso prescindono dal contenuto della stessa. I casi riportati nel volume - quello di John Harrison e dell'invenzione del primo cronografo di precisione nell'ambito della ricerca della Longitudine, e quello di Piero Antinori e del suo vino innovativo Tignanello - ricostruiscono le complesse dinamiche sottostanti a due innovazioni contrastate e controverse. Il volume completato da un modello manageriale, presentato nel capitolo conclusivo, attraverso il quale si offrono agli innovatori radicali le dimensioni critiche e le relative strategie per fare in modo che nuovi prodotti/servizi possano trovare accettazione in contesti complessi, caratterizzati dalla presenza di audience eterogenee.

365.858

Imprenditorialità, marketing ed innovazione. Dinamiche competitive per le imprese ed i territori nello scenario della digital economy
Innovazione, imprenditorialit e dinamiche istituzionali
Come e perch le innovazioni radicali vengono accettate (o respinte)
EGEA spa

Sembra ormai assodato che le imprese familiari siano l'asse portante di molte economie, allo stesso tempo, il marketing è una attività fondamentale per le imprese. Nonostante il modello organizzativo delle imprese familiari sia molto diffuso, sono ancora limitati gli studi che si occupano di come esse gestiscano le loro attività e strategie di marketing. Le famiglie imprenditoriali spesso diventano delle celebrità conosciute in tutto il mondo, si pensi ad esempio ai coniugi Mark e Priscilla Zuckerberg, ai fratelli Trussardi, o alla coppia padre-figlia Donald e Ivanka Trump. In altri contesti, anche se su scala più ridotta, non è raro identificare famiglie imprenditoriali che godono di una certa popolarità locale. L'esposizione che le famiglie imprenditoriali hanno nel momento in cui fanno impresa è amplificata e può portare sia benefici che costi. Per questo motivo una maggiore comprensione di come le dinamiche legate al marketing si manifestano nel contesto delle imprese familiari è necessaria. Con questo lavoro, l'autrice intende fornire il proprio contributo proponendo una analisi critica della letteratura esistente e sistematizzando le principali concettualizzazioni e risultanze empiriche proposte ad oggi. Dopo aver presentato le caratteristiche e le peculiarità (in termini gestionali e di governance) delle imprese familiari, l'autrice ne analizza l'orientamento al mercato e le strategie di marketing soffermandosi su quelle di branding. Particolare attenzione è posta sulle modalità di gestione dell'immagine e della reputazione nell'ambito delle imprese familiari. Il lavoro viene concluso con un'analisi empirica esplorativa che vuole essere l'inizio di un percorso verso una maggiore diffusione degli studi sul tema.

380.360

L'edizione completamente rivista e aggiornata del primo volume che ha mostrato come le metodologie del marketing siano d'aiuto anche alle imprese non profit. La segmentazione degli utenti, dei volontari, dei donatori, il posizionamento

Download Free Imprenditorialit Marketing Ed Innovazione Dinamiche Competitive Per Le Imprese Ed I Territori Nello Scenario Della Digital Economy Dinamiche Competitive Nello Scenario Della Digital Economy

dell'offerta, la co

365.1045

365.1149

365.915

Raccolta di saggi sulla situazione internazionale, europea ed italiana nel campo. Il commercio mondiale dell'alta tecnologia e dell'ICT (Information and Communication Technology). Alta tecnologia, ricerca e sviluppo, attività di brevettazione, internazionalizzazione dell'industria ed economie locali in Italia. (ubosb).

365.979

365.806

[Copyright: ef20415b6fab9db37d9c73d0385a1382](https://www.researchgate.net/publication/365806)