

La gestione dell'innovazione aziendale nell'era di Internet

Mirella Migliaccio

**La gestione
dell'innovazione aziendale
nell'era di Internet**

Seconda edizione

**Edizioni
Scientifiche
Italiane**

**Università degli Studi
del Sannio**



**Pubblicazioni
della Facoltà di Economia**

**Sezione
aziendale**

3



Migliaccio Mirella
~~Prezzo~~ Not Rated Yet
Sconto

48 h



[Ask a question about this product](#)

Descrizione In un clima di ipercompetizione il vantaggio competitivo è strettamente connesso alla capacità di sostenere un processo di innovazione continua. In tale panorama forti opportunità si presentano per quelle imprese che siano capaci di apprendere e gestire efficacemente i processi cognitivi, potenziali generatori di innovazioni di successo (nuovi prodotti, nuovi processi, nuovi comportamenti, nuove strutture). Muovendo da queste considerazioni, il volume, dopo aver sottolineato i tratti distintivi dell'innovazione nelle teorie tradizionali, approfondisce la gestione dell'innovazione nell'impresa moderna, i cui concetti chiave si identificano nelle dimensioni cognitiva e relazionale. L'interesse è rivolto alle pratiche manageriali attraverso cui si governa la dinamica evolutiva del processo innovativo aziendale, e più specificamente al processo di sviluppo di nuovi prodotti, motore del cambiamento continuo all'interno delle imprese. Nella parte finale del lavoro l'analisi è focalizzata sugli effetti che l'introduzione delle tecnologie Internet-based provoca sui rapporti di interazione business to business e sui processi innovativi, con particolare riferimento alla creazione e all'appropriazione del valore. In questo contesto una specifica attenzione è dedicata all'innovazione del processo di acquisto dei beni industriali on line, in modo da evidenziare gli interventi di reengineering necessari per sfruttare adeguatamente le opportunità di connessione offerte dal canale digitale.

L'AUTORE

Mirella Migliaccio, ricercatore confermato di Economia e Gestione delle Imprese presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II, è docente di Tecnica Industriale e Commerciale presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II e di Economia e Gestione dell'Innovazione Aziendale presso l'Università degli Studi del Sannio. Svolge attività di ricerca sulle strategie delle imprese che realizzano grandi progetti, sull'innovazione nella gestione aziendale e sull'introduzione delle tecnologie Internet-based nell'impresa, argomenti sui quali è autrice di diverse pubblicazioni.