



framework concettuali di cambiamento/innovazione applicabili anche a realtà di dimensioni medie e piccole.

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.

L'arte di costruire svolte decisive

10 TIPI DI INNOVAZIONE

L'apprendimento trasformativo nella formazione continua

Riabitare l'Italia

Geografia della conoscenza e dell'innovazione tecnologica

Valtellina. Profili di sviluppo

Design marketing. Innovare cambiando. I significati del consumo

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.

1130.266

Il volume propone un'interpretazione della formazione continua quale fattore abilitante l'innovazione sociale. La formazione è intesa come opportunità per modificare e co-creare costantemente le condizioni strutturali e socioculturali in contesti lavorativi, attraverso processi e pratiche inclusivi e collaborativi. La riflessione presentata muove dall'analisi in chiave eco-sistemica dei processi formativi implicati nelle dinamiche di innovazione sociale e sviluppa una definizione dell'agire educativo funzionale a formulare e sperimentare risposte inedite ai bisogni sociali complessi. L'azione educativa, orientata alla combinazione creativa di risorse materiali, immateriali, talenti individuali, immaginazione collettiva, favorisce lo sviluppo di capacità per ripensare servizi educativi e socio educativi ed affrontare le sfide che la realtà presenta.

Le aree interne tra abbandoni e riconquiste

Una nuova politica industriale per la crescita

Leadership & innovazione

Nuove Organizzazioni Esperienziali

Un nuovo modello di business per le imprese artigiane

Fare assessment: dalla tradizione all'innovazione. Manuale operativo per applicare la metodologia di assessment e trarne profitto

Campus Formarea: verso modelli partecipativi. Esperienze di formazione, innovazione e sviluppo territoriale

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 &