



La letteratura di management è pressoché concorde sul fatto che la creazione di valore per l'impresa dipenda in gran parte dalla capacità di generare e di utilizzare conoscenza. In modo particolare, l'Innovation Management da tempo si occupa del tema della conoscenza, riconoscendone la rilevanza strategica. Ciononostante, sull'effettivo contributo che la conoscenza può assicurare in termini di creazione di valore permangono non poche questioni aperte, tanto sul fronte teorico quanto su quello manageriale.

Alla luce di tali premesse l'obiettivo che ha guidato la stesura del presente lavoro è stato quello di realizzare un volume che contenesse alcuni spunti di riflessione non solo per un pubblico di accademici, ma anche per manager coinvolti a vario titolo nella gestione dei processi innovativi d'impresa.

Il presente lavoro si propone dunque di identificare - in relazione ai processi di generazione di nuova conoscenza, condivisione della conoscenza esistente e ricombinazione della conoscenza pregressa - gli strumenti manageriali in grado di stimolarli, evidenziandone i benefici e gli aspetti controversi così da favorirne un efficace impiego da parte delle imprese.

A tal fine, la trattazione teorica delle tematiche sopra citate è supportata dall'analisi di alcune esperienze riferite a imprese industriali italiane attive in differenti settori che, nel corso degli anni, hanno introdotto gli strumenti descritti.

**Anna Codini** ha conseguito il titolo di dottore di ricerca in economia delle istituzioni e dei sistemi aziendali presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Attualmente è ricercatore inquadrato nel raggruppamento di economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi di Brescia dove svolge per affidamento il corso di innovazione e produzione industriale.

ISBN: 978-88-204-9006-5

€ 33,00