

Tags: Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente libro pdf download, Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente scaricare gratis, Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente epub italiano, Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente torrent, Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente leggere online gratis PDF

---

## **Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente PDF**

**Veronica Scuotto**



***Questo è solo un estratto dal libro di Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente. Il libro completo può essere scaricato dal link sottostante.***



Autore: Veronica Scuotto  
ISBN-10: 9788885622104  
Lingua: Italiano  
Dimensione del file: 4942 KB

## DESCRIZIONE

L'attuale sistema economico dei mercati globali non è più unicamente articolato nei fattori di land, labor e capital. Ai fattori tangibili si sono, progressivamente, aggiunti quelli intangibili: l'innovazione, l'imitazione e la conoscenza. Emerge, in tale contesto, una nuova tipologia d'impresa strategicamente votata all'"imovation", sintesi di imitazione ed innovazione. Tuttavia, l'impresa imovator non si affida solo ad una strategia di imitazione o di innovazione ma coniuga entrambi gli approcci al fine di migliorare la business performance e la propria technological capability. In particolare, la letteratura manageriale ha notato che le imprese imovator sfruttano per la loro crescita le risorse e le capability presenti nel proprio network system. Da qui emerge l'abilità distintiva dell'impresa ad acquisire e assimilare conoscenze dall'esterno e a riproporre, rielaborare e trasformare tali conoscenze al fine di realizzare nuovi prodotti o processi che consentono alle imprese stesse di affermarsi come leader tecnologici nei mercati globali. Il tutto avviene all'interno di sistemi in cui non si viene spontaneamente a generare la cooperazione tra le singole imprese o quella con gli enti istituzionali ed i centri di ricerca presenti sul territorio che - viceversa - si sincronizzano per esplorare campi nuovi, seguendo percorsi in cui ciascuno disegna un pezzo della mappa, rendendo il suo sapere utilizzabile anche dagli altri. I risultati emersi, anche grazie all'applicazione della metodologia e delle tecniche statistiche del Partial Least Square-Path Modeling, mostrano che i fattori critici del network system sono governo, ambiente competitivo e fonti di finanziamento laddove il capitale umano e la ricerca e sviluppo presentano un indice di correlazione non prettamente significativo, marginalizzando gli asset relativi. Si attesta l'attitudine del governo, dell'ambiente competitivo e delle fonti di finanziamento ad assumere generalmente il ruolo di "stakeholder" nei confronti del sistema d'impresa. Il mercato viene inteso come fonte di innovazione ed apprendimento continuo in cui nascono relazioni collaborative con altre realtà sistemiche con l'intento di ottenere risorse critiche e non producibili all'interno dell'impresa.

**COSA DICE GOOGLE DI QUESTO LIBRO?**

Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente

Verso Oriente da 0,99 ... Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio ...

Innovazione e imitazione. Strategie manageriali emergenti in sistemi aperti di mercato. Un'analisi comparativa tra imprese in Cina e Medio Oriente.

**INNOVAZIONE E IMITAZIONE. STRATEGIE MANAGERIALI EMERGENTI IN SISTEMI  
APERTI DI MERCATO. UN'ANALISI COMPARATIVA TRA IMPRESE IN CINA E MEDIO  
ORIENTE**

[Leggi di più ...](#)