

Indice

Giuseppe Bertoli, Sandro Castaldo, Paola Cillo, Gabriele Troilo, Gianmario Verona, *L'evoluzione del pensiero scientifico di Salvio Vicari* 11

Giuseppe Bertoli, Sandro Castaldo, Paola Cillo, Gabriele Troilo, Gianmario Verona, *Introduzione: innovazione e management* 25

Parte prima Innovazione e discipline manageriali

Claudio Baccarani, *L'impresa che verrà: il Manifesto dell'Impresa Armonica* 43

Federico Brunetti, Marta Ugolini, *La produzione di conoscenza manageriale tra rilevanza, metodo ed etica: questioni aperte dai contributi di Salvatore Vicari* 51

Boris Durisin, *Market innovation and legitimate, legit and ethical conduct in business* 61

Gaetano M. Golinelli, *Dal pensiero sistemico a nuovi orizzonti paradigmatici per le organizzazioni imprenditoriali: il contributo degli economisti d'impresa italiani* 69

Andrea Lanza, *La dimensione autopoietica quale microfoundation dell'imprenditorialità* 83

Clelia Mazzoni, *Impresa e ambiente nella logica dei sistemi complessi* 91

Alberto Pastore, *La leadership per la sustainable transformation* 101

Enrico Zaninotto, *Rilevanza e rigore? Un approccio sperimentale per far incontrare pratica e ricerca di management* 107

Parte seconda
Innovazione e distribuzione

Guido Cristini, Cristina Zerbini, <i>La sfida della sostenibilità: la nuova frontiera dell'innovazione distributiva</i>	117
Gian Luca Marzocchi, Gabriele Pizzi, Matilde Rapezzi, <i>Le percezioni del consumatore sulla tracciabilità di filiera tramite la tecnologia blockchain</i>	127
Roberto Vona, Nadia Di Paola, Silvia Cosimato, <i>Resilienza e sostenibilità delle supply chain globali: il ruolo delle tecnologie digitali</i>	135
Gaetano Aiello, Virginia Vannucci, Gabriele Pizzi, <i>Il convenience store nell'era delle tecnologie digitali: un format rinnovato</i>	151
Fiorenza Belussi, Kristina Rakic, Elisa Sabbadin, <i>Is e-commerce a disruptive innovation? Evidence from the Fashion Retail Sector</i>	159
Luca Ferrucci, <i>Le imprese retailer tra sfide strategiche e innovazioni tecnologiche</i>	177
Luca Zanderighi, <i>Wheel of retailing e rivoluzione digitale: una concettualizzazione strategica</i>	185
Fabio Musso, <i>L'innovazione a livello distributivo fra tecnologie, omnicanalità e nuovi modelli di business</i>	193
Chiara Mauri, <i>Le nuove tecnologie nel retail: «Conosco, ma non sempre utilizzo»</i>	201

Parte terza
Innovazione e mercato

Michela Addis, <i>Senza tradizione non c'è innovazione: dalle strategie relazionali con il mercato all'innovazione disruptive</i>	211
Antonella Carù, <i>L'esperienza di consumo nelle relazioni fra impresa e mercato</i>	219
Angelo Di Gregorio, Jessica Bosisio, <i>La conoscenza del consumatore per le decisioni aziendali: le strategie di data-driven marketing</i>	227
Patrizia de Luca, Donata Vianelli, <i>La complessità delle relazioni tra innovazione e internazionalizzazione: spunti di riflessione tra contributi teorici ed esperienze aziendali</i>	237

Antonio Majocchi, Birgit Hagen, <i>Born global e internazionalizzazione rapida: il ruolo del business model</i>	245
Andrea Pontiggia, Tiziano Vescovi, <i>Mirroring Back: How Middle-Sized Multinational Enterprises Innovate by Internationalization</i>	253
Francesca Golfetto, Diego Rinallo, <i>Temporary cluster e diffusione dell'innovazione</i>	269
Edoardo Sabbadin, <i>Innovazione e Design Thinking</i>	281
Riccardo Resciniti, Vittoria Marino, <i>Dal micro al macro marketing per il capitalismo 2030</i>	289
Alberto Marino, <i>La configurazione pre pandemica, pandemica e postpandemica delle imprese occidentali</i>	299

Parte quarta Innovazione e competitività

Luigi Cantone, Pierpaolo Testa, Teresa Marrone, Giuseppe Fabio Cantone, <i>Innovazione del modello di business «service-centric» nell'era della trasformazione digitale</i>	307
Paola Cillo, Emanuela Prandelli, <i>La costruzione di risorse di fiducia nelle relazioni parasociali: il ruolo di influencer reali e virtuali nei contesti digitali</i>	315
Michela Loi, Giammarco Marras, Francesca Cabiddu, <i>Pensiero Divergente e performance dei Social Media Influencer: quale ruolo per la creatività?</i>	327
Carolina Guerini, <i>Social media marketing ed experiment-based marketing: un connubio necessario</i>	339
Simone Guercini, <i>Digitalizzazione e automazione nei mercati industriali e di consumo</i>	351
Amedeo Maizza, <i>Il lavoro che verrà! Digital-Covid transformation, ricerca e formazione manageriale</i>	359
Alberto Mattiacci, <i>La creatività dell'impresa. Discontinuità, Mercato, Leadership</i>	367
Alfonso Gambardella, <i>La decisione di innovare: imprese «scientifiche» e sperimentazione nel pensiero di Salvio Vicari</i>	377

Enrico Valdani, <i>Salvio e l'errore</i>	381
Nilanjana Dutt, <i>Designing Innovative Non-Market Strategies: A Case-Based Approach</i>	391

Parte quinta
Innovazione, risorse e valore

Roberto Grandinetti, <i>I processi chiave nell'evoluzione dei settori: variazione (innovazione), replicazione e selezione</i>	407
Giuseppe Tardivo, <i>Economia della conoscenza e creazione di valore. Una visione di insieme</i>	415
Francesco Izzo, <i>Creatività al quadrato. Processi di innovazione nelle imprese delle industrie culturali e creative</i>	421
Luciano Pilotti, <i>Smart organization e potenziali emotivi tra creatività e intelligenza collaborativa</i>	435
Bruno Busacca, Michele Costabile, <i>Consumatore aumentato. L'innovazione del consumatore per superare la crisi</i>	449
Alfonso Siano, Agostino Vollero, <i>The impact of new brand co-creation perspectives on the Resource-Based Management model</i>	461
Marco Frey, <i>L'evoluzione dell'impresa: dall'autopoiesi, al valore condiviso, al purpose</i>	471
Mauro Sciarelli, Anna Prisco, <i>La creazione di valore nella prospettiva dell'impresa sostenibile</i>	481
Tonino Pencarelli, <i>L'innovazione nella leadership per creare valore condiviso</i>	489
Antonio Tencati, <i>CSR, sostenibilità e intangibles: una relazione innovativa</i>	503

Parte sesta
Innovazione e tecnologie

Giovanni Battista Dagnino, Arabella Mocciano Li Destri, <i>Disruptive Power of Digital Startups</i>	511
Marcin Bartosiak, Antonella Zucchella, <i>Innovazione aziendale tramite oggetti digitali</i>	521

Vincenzo Formisano, Maria Fedele, Aysan Bashirpour Bonab, <i>Technology and Innovation: Solution for Uncertainty in Quantum Cities</i>	529
Pietro Genco, Lara Penco, <i>Intelligenza artificiale e processi decisionali manageriali</i>	541
Alberto Grando, Valeria Belvedere, <i>Lean Production e tecnologie Industry 4.0. Quali sinergie possibili</i>	551
Gianluigi Guido, <i>Il marketing delle Deep-Tech Startups (DTS): definizioni e peculiarità</i>	561
Veronica Marozzo, Tindara Abbate, Elvira Tiziana La Rocca, Augusto D'Amico, <i>Women's entrepreneurship nelle startup innovative low-tech e high-tech</i>	569
Angelo Miglietta, <i>Digitale e processi di innovazione per il mondo della cultura</i>	579
Luca Petruzzellis, Giosuè Prezioso, Marco Visentin, <i>Le frontiere della tecnologia digitale e il marketing: è possibile vendere qualcosa che non esiste?</i>	589
Carmela Elita Schillaci, Melita Nicotra, <i>Entrepreneurial Ecosystems: a Big Data Perspective</i>	601