

1. Record Nr.	UNICAMPANIAVAN0243224
Autore	laia, Lea
Titolo	Management 4.0 : processi digitali e creazione di valore / Lea laia
Pubbl/distr/stampa	Torino, : Giappichelli, 2019
ISBN	978-88-921298-2-5
Descrizione fisica	XIV, 230 p. ; 24 cm
Disciplina	658.4
Soggetti	Aziende - Innovazione tecnologica - Gestione
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>L'attuale contesto competitivo, caratterizzato dalla costante evoluzione delle tecnologie abilitanti, dall'emersione di nuovi modelli di business e da strumenti di comunicazione sempre coinvolgenti, impone una rivisitazione della struttura organizzativa delle imprese, oltre che degli orientamenti strategici. L'Impresa 4. 0, che prende forma in virtù del costante processo di digitalizzazione delle attività aziendali e dell'intera catena del valore, ormai data-driven, ha posto al centro della scena il consumatore con l'auspicio di comprenderne al meglio le esigenze, attuali e prospettiche, ed in tal modo instaurare relazioni durature, sostenibili e profittevoli. Muovendo da tali brevi considerazioni, il lavoro, dopo aver effettuato una ricognizione dei caratteri dell'attuale rivoluzione industriale, in Italia denominata "Impresa 4.0", affronta il tema dei principi del Marketing 4.0, i quali, dalla capacità di lettura di dati ed informazioni, fino alla implementazione di strategie di comunicazione che utilizzano i nuovi canali digitali, devono guidare i Marketing Manager.</p>