

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr.           | UNINA9910483650503321   |
| Autore                  | Freudenthaler-Mayrhofer Daniela   |
| Titolo                  | Corporate Design Thinking : Wie Unternehmen ihre Innovationen erfolgreich gestalten // von Daniela Freudenthaler-Mayrhofer, Teresa Sposato  |
| Pubbl/distr/stampa      | Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017   |
| ISBN                    | 3-658-12980-8   |
| Edizione                | [1st ed. 2017.]   |
| Descrizione fisica      | 1 online resource (XIX, 324 S. 69 Abb.)   |
| Disciplina              | 658.514   |
| Soggetti                | Management<br>Industrial management<br>Leadership<br>Entrepreneurship<br>Innovation/Technology Management<br>Business Strategy/Leadership   |
| Lingua di pubblicazione | Tedesco   |
| Formato                 | Materiale a stampa  |
| Livello bibliografico   | Monografia  |
| Nota di bibliografia    | Includes bibliographical references at the end of each chapters.  |
| Nota di contenuto       | Vorwort -- Teil 1 -- Einführung -- Der Mensch als wertvollste Ressource -- Das interne Umfeld als Facilitator -- Das externe Umfeld als Initiator -- Corporate Design Thinking in der Umsetzung -- Teil 2 Case Studies als Beispiel einer erfolgreichen Anwendung -- KEBA: Design Thinking umfassend implementiert -- Teufelberger: Innovationen sind der Motor für den Erfolg von morgen -- Deutsche Telekom: den Design-Thinking-Ansatz im Unternehmen einführen -- Swisscom: Kundenzentrierung messen -- VPV Versicherungen: Design Thinking als Weg organisationsübergreifender Lernprozesse. |
| Sommario/riassunto      | Dieses Buch schließt die Lücke bisher bestehender Design-Thinking-Literatur und zeigt, wie Design Thinking in Unternehmen gelebt werden muss, um Innovationsprojekte erfolgreich zu implementieren. Zahlreiche Beispiele aus der unternehmerischen Praxis der Autoren vermitteln anschaulich, wie eine klare Nutzerfokussierung bei der Entwicklung neuer Ideen zum Wettbewerbsvorteil wird. Im Mittelpunkt stehen dabei die drei Bereiche Mensch, interne Organisationskultur  |

sowie das externe Unternehmensumfeld. Der Inhalt: - Der Mensch als wertvollste Ressource im Designprozess - Das interne Umfeld als Facilitator - Das externe Umfeld als Initiator - Corporate Design Thinking in der Umsetzung - Case Studies einer erfolgreichen Anwendung Die Autoren: Dr. Daniela Freudenthaler-Mayrhofer ist Professorin für Innovation an der Fachhochschule Oberösterreich und sammelte als Lehrbeauftragte für die Bereiche Design, Innovation und Entrepreneurship Erfahrung an mehreren Hochschulen. Als Unternehmensentwicklerin berät sie zudem Organisationen bei Aufbau ganzheitlicher Innovationsstrategien und der Einführung von Corporate Design Thinking. Teresa Sposato, MA, ist selbständige Designerin und begleitet Unternehmen bei der Entwicklung und Realisierung von diversen Designprojekten. Außerdem ist sie Lehrbeauftragte für die Bereiche Design und Design Thinking an mehreren Fachhochschulen in Österreich. .

---