

# Strumenti di lavoro



**Autore** - Marco Minghetti

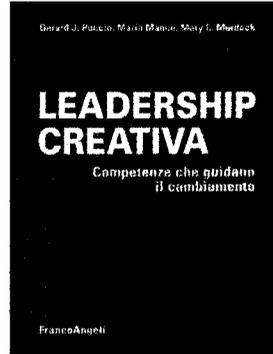
**Titolo** - *L'INTELLIGENZA COLLABORATIVA - Verso la social organization*

**Casa editrice** - Egea, 2013, pagg. 256

**Prezzo** - Euro 30, e-pub euro 17,99

**Argomento** - Internet ha determinato l'esplosione di nuove forme di vita organizzativa, in cui il coordinamento si ottiene senza centralizzazione,

il potere sta nelle capacità e non nei ruoli, la conoscenza trionfa sull'autoritarismo. Ciò induce le imprese a rivedere politiche e prassi di comunicazione, formazione, gestione interna e relazione con il territorio e con gli stakeholder. In questa prospettiva l'autore definisce la «social organization» come un nuovo modo di fare impresa, che consente ad un vasto numero di persone di lavorare collettivamente, valorizzando le singole doti di competenza, talento, creatività, energia. Il volume diventa, quindi, una guida strategica per affrontare il cambiamento collegato all'utilizzo dei social media e ai processi di collaborazione emergenti dal basso: una sfida culturale, organizzativa, strategica prima che tecnologica, che coinvolge ceo, hr e ict manager e tutti coloro che, con responsabilità diverse, si muovono nel mondo delle organizzazioni. Il libro è strutturato in tre parti. Nella prima vengono descritte le cinque fasi necessarie per realizzare la trasformazione organizzativa a livello strategico; nella seconda viene indicato come deve cambiare la funzione risorse umane per adeguare politiche e processi di gestione e sviluppo alle logiche del lavoro collaborativo; nella terza vengono approfonditi i principi e i valori chiave su cui edificare i nuovi comportamenti, le nuove competenze e i nuovi stili di leadership 2.0. Al termine di ognuno dei 15 capitoli del libro vi sono altrettante testimonianze di top manager italiani appartenenti a diversi settori di business.



**Autori** - Gerard J. Puccio, Mario Mance, Mary C. Murdock

**Titolo** - *LEADERSHIP CREATIVA - Competenze che guidano il cambiamento*

**Casa editrice** - FrancoAngeli Editore, 2013, pagg. 280

**Prezzo** - Euro 36

**Argomento** - Cambiamento, leadership, creatività: queste le tre parole chiave alla base

dello sviluppo della teoria degli autori largamente argomentata nel testo. Uno degli assunti fondamentali sostiene che, essendo i leader parte attiva del cambiamento, la creatività è una «competenza chiave» della leadership. Vengono approfonditi principi, strategie e strumenti per sviluppare ed implementare questa competenza. In particolare, nel secondo capitolo il processo Creative Problem Solving chiarisce ai leader come diventare dei risolutori creativi di problemi in modo sistematico. Gli autori si propongono anche di far emergere «il leader» che c'è dentro in ciascuno di noi, per liberarlo in una prospettiva quasi visionaria, in cui l'immaginazione può facilitare lo sviluppo delle potenzialità e dei progetti per orientare altri verso un cambiamento condiviso. La struttura del volume ha una impostazione didattica e si articola in una introduzione, 14 capitoli e nelle conclusioni; ogni capitolo esordisce sempre con un paragrafo che indica in breve gli argomenti trattati, concludendosi sempre con un altro paragrafo che prevede gli esercizi suggeriti per mettere in pratica quello che si è imparato. Le argomentazioni, spesso ripetitive, sono espresse con linguaggio abbastanza semplice, con numerose tabelle analitiche ed esplicative, con riferimenti a situazioni e a casi reali. Nel complesso è un contributo stimolante per ogni leader impegnato a gestire progetti, team, organizzazioni, sottolineando che, avendo la leadership come essenza la capacità d'influenzare gli altri, non è necessario un ruolo formale per riconoscerla.