Título:

Autor: **Precio:** $331.00

Editorial: **Año:** 2011

Tema: **Edición:** 1ª

Sinopsis **ISBN:** 9786073208550

En un mundo donde las necesidades de los clientes son cada vez más sofisticadas, la innovación se convierte en un factor fundamental para el crecimiento de las empresas, a la vez que se reconoce como una fuente de vitalidad y ventaja competitiva.

Esta obra ofrece a los estudiantes un entendimiento general de la innovación y la creatividad, examinando el papel estratégico de las innovaciones.

A lo largo del libro se realiza un análisis de las estructuras, los procesos, los marcos de referencia y las mejores prácticas para la innovación.

El libro está estructurado en cuatro partes que presentan en forma secuencial 10 capítulos para llevar al estudiante a la compresión de la innovación en las empresas.

En primer lugar se brinda una definición y un contexto para la innovación, describiendo la manera en que influye positivamente en el desempeño del negocio.

Después de lograr una apreciación básica de la innovación y la creatividad, se dirige la atención hacia las cuestiones estratégicas que llegan a enfrentar las organizaciones. Teniendo en cuenta ese enfoque externo, se aborda cómo las empresas se enfocan estratégicamente para ofrecer soluciones de valor dentro de tales mercados, gracias al desarrollo de una clara estrategia de innovación y tecnología.

Una vez que se logra aclarar la dirección estratégica, se analiza el concepto de cultura organizacional, particularmente relacionado con las características y factores clave que posee una cultura innovadora.

La siguiente sección, deja clara la manera en cómo los individuos necesitan alinearse y de las funciones que deben desempeñarse para dar apoyo a la empresa, incluyendo el concepto de

liderazgo cultural, tanto para el desarrollo como el mantenimiento de una cultura innovadora.