

LIBRI ▶▶▶

Il ruolo del manager

Galgano A., 2009, "Il manager realizzatore. Risolutore di problemi e innovatore", Guerini e Associati, 12 X 19,5 cm, pagg. 158, € 16,50.

Il vero manager è quel professionista che è essenzialmente un "realizzatore", che è capace cioè di padroneggiare le situazioni che gli si presentano di giorno in giorno nello svolgimento del suo lavoro. Per fare questo il manager deve però possedere due qualità fondamentali: deve saper risolvere



i problemi e deve saper innovare. Essere manager realizzatore, saper risolvere i problemi, innovare. Cosa significano questi concetti? L'autore lo spiega, in quest'ultima sua opera con la consueta efficacia

e coinvolgimento del lettore, entrando nel dettaglio delle questioni, ma dettando una visione d'insieme, proponendo soluzioni che possono apparire "spiazzanti" ma che in realtà fanno centro.

Cosa significa esattamente "innovare"? L'autore si allontana dalle definizioni tradizionali e propone una nuova interpretazione, dimostrando come l'innovazione sia compito di ogni livello organizzativo. Innovare è cercare una via per fare qualcosa meglio di come sia mai stata fatta prima: il vero manager realizzatore è così un innovatore, poiché è colui che cerca di fare le cose meglio.

Come dunque non guardare al Sistema Toyota, che nonostante la congiuntura sfavorevole, è il modello innovatore per eccellenza: eliminazione degli sprechi, rapidità d'azione e responsabilità del personale, al fine di raggiungere gli obiettivi di miglioramento qualitativo nel minor tempo possibile.

Grazie ai suoi contenuti fortemente innovativi, il Sistema Toyota si è imposto come punto di riferimento per tutti manager che desiderano incrementare qualità e modernizzazione nei processi delle aziende in cui operano. ■

Comunicazione di impresa

Muneratto G., 2008, "Il Visual Design nelle organizzazioni", Franco Angeli Editore, formato 15,5 x 23 cm, pagg. 123, € 18,50.

La comunicazione è da tempo tema centrale di riflessione dei settori professionali che si occupano delle relazioni dell'azienda con il contesto sociale. Questo libro, nato dall'incontro tra ricerca e impresa, si propone di analizzare il contributo offerto dal Visual Design alla gestione dei progetti comunicativi di una qualsiasi organizzazione, sia essa un'azienda manifatturiera oppure di servizi o ancora un ente pubblico.

Senza tecnicismi ma con ricchezza di indicazioni, calate nel vivo delle esigenze di promozione del proprio marchio da parte di tre organizzazioni esemplari nei rispettivi ambiti di appartenenza (Insiel, Regione Autonoma FVG e Illycaffè) si offre all'attenzione di quanti per motivi di studio e soprattutto per ragioni professionali devono affrontare le questioni connesse con la comunicazione di impresa. Brand, logotipo, immagine coordinata, packaging sono i campi in cui il Visual Design - in termini di creatività e competenza operativa - esprime il suo contributo volto al miglioramento costante dell'efficacia comunicativa, chiave di volta del successo di qualunque organizzazione voglia oggi interpretare un ruolo di rilievo nel panorama economico e sociale. ■



La sicurezza in Italia

***, 2009, "Più tecnici, più sicurezza, più sviluppo", Franco Angeli Editore, formato 15,5 x 23 cm, pagg. 95, € 12,00.

La sicurezza è un elemento fondante di qualunque scenario di crescita socioeconomica del paese. Allo stesso modo, è un fattore cruciale l'educazione dei tecnici della sicurezza per il domani. Nel 5° Rapporto sulla sicurezza in Italia, realizzato dal Censis per il consiglio nazionale dei periti industriali e dei periti industriali laureati, la domanda di competenze tecniche intermedie espressa dal sistema produttivo, che trova nella professione del perito industriale un'altissima corrispondenza. È necessaria però una maggiore coerenza fra le caratteristiche della domanda e la qualità dell'offerta formativa della scuola secondaria superiore: la formazione offerta dagli Istituti ai giovani periti non basta da sola a garantire loro un approdo soddisfacente al mercato del lavoro e alla libera professione.

Nella prima parte del libro sono presentati i risultati dell'analisi sulla domanda espressa dal sistema produttivo nei confronti della professione di perito industriale, realizzata tramite l'elaborazione e il commento di dati desk e tramite il contatto diretto con testimoni privilegiati di settore.

Nella seconda parte si dà conto degli studi di caso realizzati presso sedici istituti tecnici industriali italiani e dei risultati di una specifica indagine sulla cultura professionale dei giovani diplomati tecnici. ■

