

Universitatea Tehnica „Gheorghe Asachi” din Iasi

Departamentul Inginerie si Management

S.C. ARHIPELAGO S.R.L.

S.C. ELECTRA S.R.L.

Proiect:

”E-solutii de inovare prin implicarea pro-activa a clientilor in crearea de valoare pentru cresterea competitivitatii organizationale”

E-PICUS

Raport Stiintific si Tehnic

Faza I

***Investigarea stadiului actual al realizarilor in dezvoltarea inovarii organizationale prin implicarea pro-activa a consumatorului.
Strategia de cercetare (I)***

Finantare: Buget de Stat – Ministerul Educatiei Nationale

Programul PARTENERIATE IN DOMENIILE PRIORITARE

- decembrie 2014 -

Cuprins

REZUMATUL ETAPEI I

DESCRIEREA STIINTIFICA SI TEHNICA A ETAPEI I

Capitolul I

ACTIVITATEA 1.1.

Investigarea stadiului actual al realizarii in dezvoltarea inovarii organizationale prin implicarea pro-activa a consumatorului

Capitolul II

ACTIVITATEA 1.2.

Analiza functionala a produsului generic

II.1. Managementul valorii – un nou demers managerial de crestere a valorii

II.2. Analiza valorii și ingineria valorii – metode specifice managementului valorii

II.3. Analiza funcțională a produsului generic videointerfon – gama Security

Capitolul III

ACTIVITATEA 1.5.

Elaborarea metodologiei și instrumentelor de cercetare (I)

III.1. Studiul de caz în cadrul cercetării calitative

III.2. Cercetarea etnografică. Netnografia

III.3. Metodologia aplicată în cadrul cercetării

Capitolul IV

Inovarea prin co-creare: Studii de caz

IV.1. Heineken

IV.2. Lego

IV.3. Starbucks

IV.4. Electrolux

IV.5. Volvo

IV.6. BMW

IV.7. Procter & Gamble

IV.8. Lays

IV.9. Threadless

IV.10. Barilla

IV.11. Mulino Bianco

IV.12. Proiectul Ideastorm al companiei Dell

VII. BIBLIOGRAFIE SELECTIVA

ANEXE

PUBLICATII – VALORIFICAREA REZULATELOR ETAPEI I

I. REZUMATUL ETAPEI I

In contextul dezvoltării de cercetări științifice aplicative de excelență în domeniul *inovării și al sistemelor și mecanismelor organizaționale care definesc și susțin procesele asociate*, în contextul global definit de economia și societatea bazate pe cunoaștere și inovare, etapa I, *Investigarea stadiului actual al realizărilor în dezvoltarea inovării organizaționale prin implicarea pro-activă a consumatorului*, răspunde obiectivelor specificate, prin discutarea, din perspective diverse, a problematicii domeniului inovării, atât din punct de vedere al producătorului de valoare adăugată, cât și din punct de vedere al implicării clienților, consumatorilor și altor categorii relevante de stakeholderi în procesul de inovare-dezvoltare de produse noi și creare de valoare adăugată pentru mediul economic și social.

Astfel, în cadrul acestui demers a fost investigat și prezentat stadiul actual al cunoașterii în domeniul inovării prin co-creare. Pentru a crea fundamentul practic al etapelor viitoare ale proiectului, a fost realizată analiza funcțională a produsului generic al firmei partener 2, profilul acestui produs fiind descris prin nomenclatorul de funcții care va sta la baza construcției ulterioare a instrumentelor de investigare a clienților prin intermediul mediilor on-line. Atât investigarea stadiului actual al cunoașterii, cât și demararea construcției demersului de cercetare, au avut în vedere și realizarea unui număr de 12 studii de caz, axate pe companii care au experimentat demersuri de implicare a clienților în procesele de inovare.

PUBLICATII – VALORIFICAREA REZULATELOR ETAPEI I

CARTI

Avasilcai, S., Hutu, C.A. (2014) *Inovare in organizatii. Cercetari aplicative*, Ed. Performantica, Iasi, ISBN 978-606-685-213-5

ARTICOLE

1. Alexa, E.L., Alexa, M., Avasilcăi, S. (2014) *O cercetare empirică asupra inovării deschise și co-creării: proiectul Ideastorm al companiei Dell*, Revista de Management si Inginerie Economica, Ed. Todesco, Cluj-Napoca, ISSN 1583-624x, Vol. 13, No. 4(54), pp. 779-788 (B+ CNCSIS, indexata EBSCO, ULRICH'S Periodicals Directory, Index Copernicus, Cabell's directory)
2. Rusu, G., Avasilcăi, S. (2014) *Co-creation value through customers' proactive engagement: A case study on Heineken (A)*, Annals of The Oradea University, Fascicle of Management and Technological Engineering, ISSN: 1583 – 0691, Issue 3, December 2014, pp. 100 - 105 (B+ CNCSIS)
3. Avasilcăi, S., Rusu, G. (2014) *Co-creation value through customers' proactive engagement: A case study on Heineken (B)*, Annals of The Oradea University, Fascicle of Management and Technological Engineering, ISSN: 1583 – 0691 (B+ CNCSIS) – in print
4. Galateanu (Avram), E., Avasilcai, S. (2014) *Pro – active consumers' engagement as driver of co-innovation: The case of ELECTROLUX (A)*, Annals of The Oradea University, Fascicle of Management and Technological Engineering, ISSN: 1583 – 0691, Issue 3, December 2014, pp. 39 - 44 (B+ CNCSIS)
5. Avasilcai, S., Galateanu (Avram), E. (2014) *Pro – active consumers' engagement as driver of co-innovation: The case of ELECTROLUX (B)*, Annals of The Oradea University, Fascicle of Management and Technological Engineering, ISSN: 1583 – 0691 (B+ CNCSIS) – in print
6. Bujor, A., Avasilcai, S. (2014) *Co-creation innovation in consumer goods industry: The case of Barilla Group (A)*, Annals of The Oradea University, Fascicle of Management and Technological Engineering, ISSN: 1583 – 0691, Issue 3, December 2014, pp. 1 - 6 (B+ CNCSIS)
7. Avasilcai, S., Bujor, A. (2014) *Co-creation innovation in consumer goods industry: The case of Barilla Group (B)*, Annals of The Oradea University, Fascicle of Management and Technological Engineering, ISSN: 1583 – 0691 (B+ CNCSIS) – in print