

Case study n. 2

Titolo del Case study	Brainstorming – Il Titanic
Parole chiave (meta tag)	Brainstorming
Fornito da	University of Information Technology and Management di Rzeszów, Ispirato da: McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Find Innovation Where You Least Expect It [in:] Harvard Business Review, 12/2015, pp. 82–89.
Lingua	Italiano
Case study	
<p>Tutti conosciamo la storia del Titanic. Il 14 aprile 1912, la più grande nave passeggeri si scontrò con un iceberg, a causa del quale, su 2.200 passeggeri e membri dell'equipaggio, solo 705 persone furono salvate, tirate in salvo da 16 scialuppe di salvataggio dai marinai dell'altra nave chiamata Carpathia.</p> <p>Considera cosa si sarebbe potuto fare per evitare una catastrofe così grande - ma no, non si tratta di colpire un iceberg, ma di salvare più persone.</p> <p>Dati che possono essere utili per definire il problema e generare soluzioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La nave stava affondando da circa 2 ore e 40 minuti; - Il "Titanic" dopo una collisione con un iceberg rimase governabile per qualche tempo; - L'iceberg sporgeva sopra la superficie dell'acqua per una lunghezza di 120 metri; - Si stima che (a bordo della nave) ci fossero circa 40 automobili. <p>Con le informazioni di cui sopra, e utilizzando le tecniche che hai imparato per generare idee - risolvi il problema affrontato dall'equipaggio della nave, in particolare:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definire il problema e formulare l'obiettivo. 2. Identificare le risorse più ovvie necessarie per raggiungere l'obiettivo, quindi combinarle con l'obiettivo precedentemente formulato proponendo la soluzione più ovvia. 3. Riformulare l'obiettivo in modo tale che ti permetta di generare più soluzioni e ti permetta di vedere nuove risorse. Adotta diverse posture, usa le tecniche imparate durante il corso (brainstorming inverso, tecnica delle tre sedie, metodo 635...). 4. Suggestisci opzioni che l'equipaggio e i passeggeri della nave potrebbero sfruttare se questa situazione si ripetesse (ma dimentica gli eventi che si collegano ai ricordi della storia del Titanic, e non limitarti agli usi tipici degli oggetti). 	
Link ai riferimenti (se presenti):	https://hbr.org/2015/12/find-innovation-where-you-least-expect-it (Access: 2021 10 29). McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Find Innovation Where You Least Expect It [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82–89.



**Migliorare le competenze trasversali per favorire
competitività e occupabilità**

www.projectessence.eu

Tipo di materiale

CASE STUDY

(Risposte suggerite nella pagina seguente)

Risposte suggerite

Soluzione proposta in accordo con McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Trova l'innovazione dove meno te lo aspetti [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82-89. (<https://hbr.org/2015/12/find-innovation-where-you-least-expect-it>):

Obiettivo principale: salvare le persone.

La risorsa più ovvia: le scialuppe di salvataggio.

La soluzione più ovvia: mettere le persone sulle scialuppe.

Altri termini per l'obiettivo per espandere le possibilità/la prospettiva per risolvere il problema:

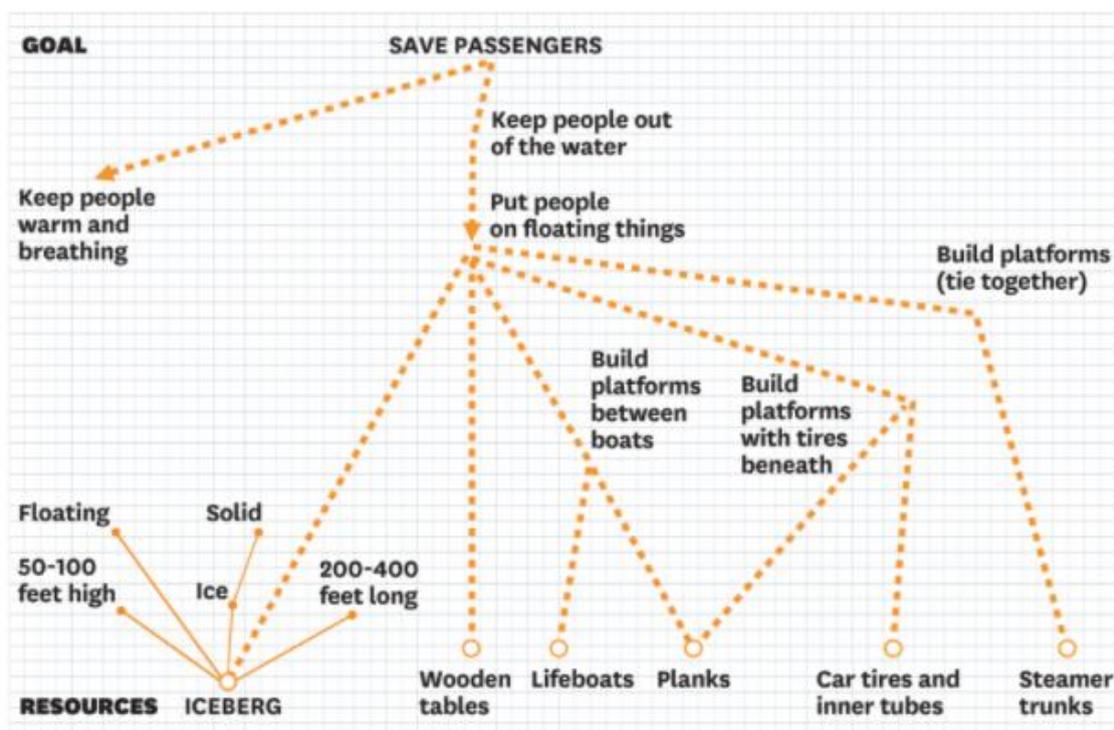
Per esempio:

"assicurarsi che le persone siano calde e che abbiano sempre qualcosa da respirare"

"evitare che le persone cadano in acqua" - non ci limitiamo in questo modo.

Gli autori del testo offrono molte possibilità interessanti:

Find new ways to name the goal, and new resources may present themselves.



SOURCE TONY MCCAFFREY AND JIM PEARSON
FROM "FIND INNOVATION WHERE YOU LEAST EXPECT IT," DECEMBER 2015

© HBR.ORG

Fonte: McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Find Innovation Where You Least Expect It [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82-89. (<https://hbr.org/2015/12/find-innovation-where-you-least-expect-it>).