

Reputazione e referenze:  
le carte vincenti del lavoratore  
post-industriale

Ivana Pais

Università degli Studi di Brescia

3 febbraio 2009

# La società industriale



Capitale



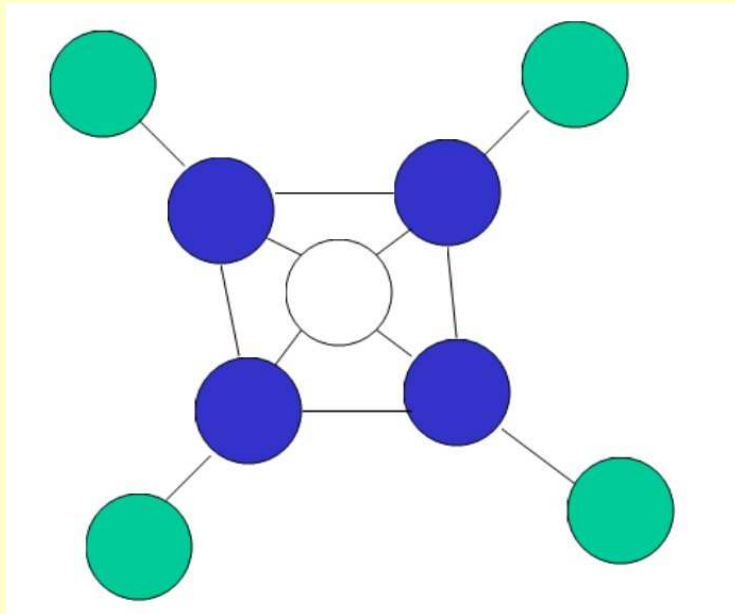
Lavoro

# La società post-industriale

No one knows everything,  
everyone knows something,  
all knowledge resides in networks

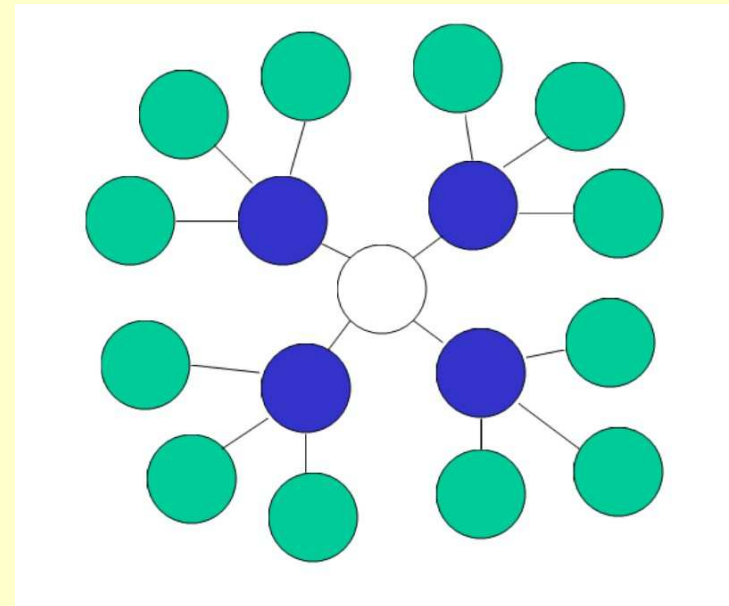
Lévy 1997

# La forza dei legami deboli



Legami forti

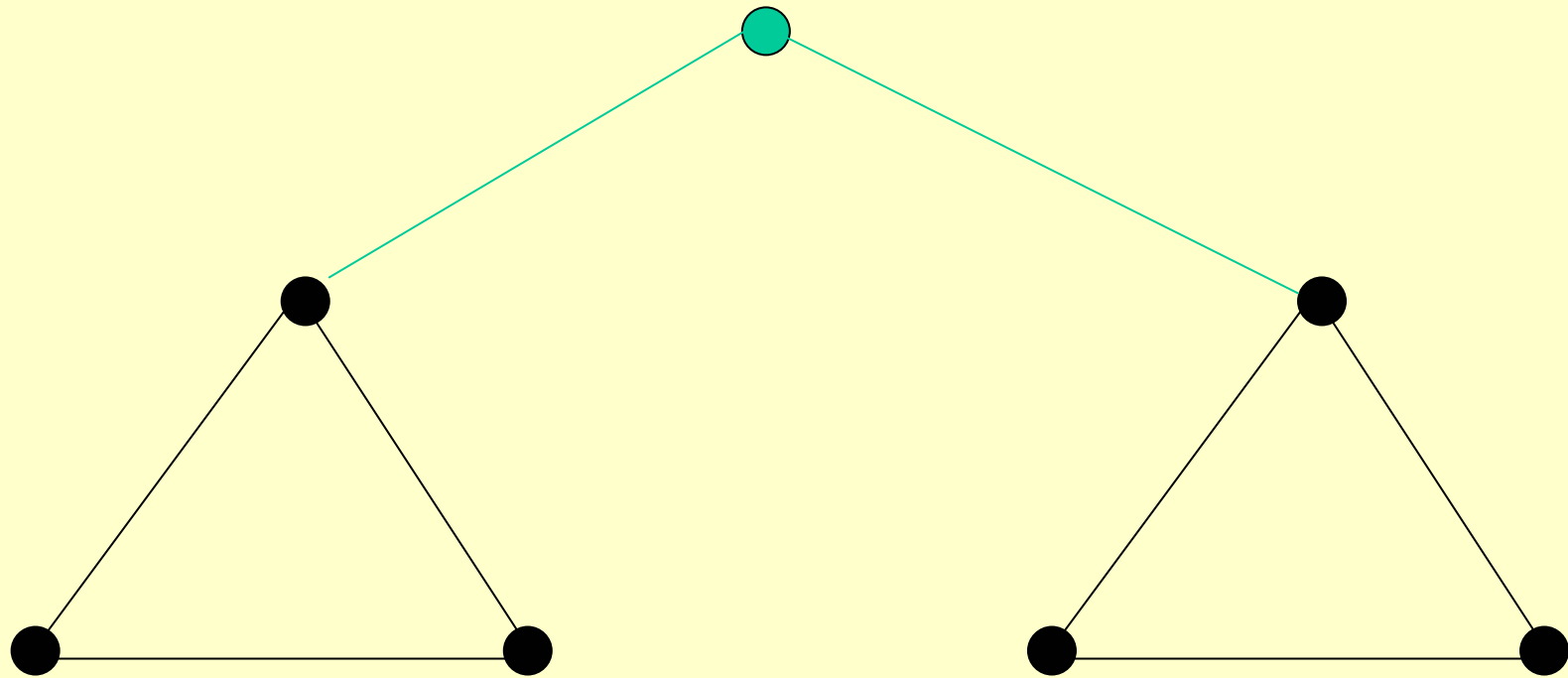
RIDONDANZA  
INFORMATIVA



Legami deboli

INFORMAZIONE,  
INNOVAZIONE

# I ponti sui buchi strutturali



# Come fare?



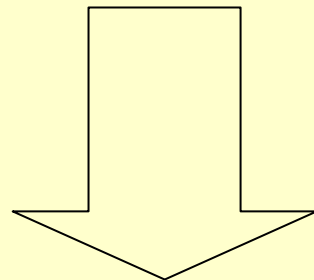
Coltivare i propri  
network personali



Creare o aderire a  
network professionali

# L'importante è partecipare?

1. Frequenza
2. Continuità
3. Affidabilità
4. Reciprocità



REPUTAZIONE



# Le domande di ricerca



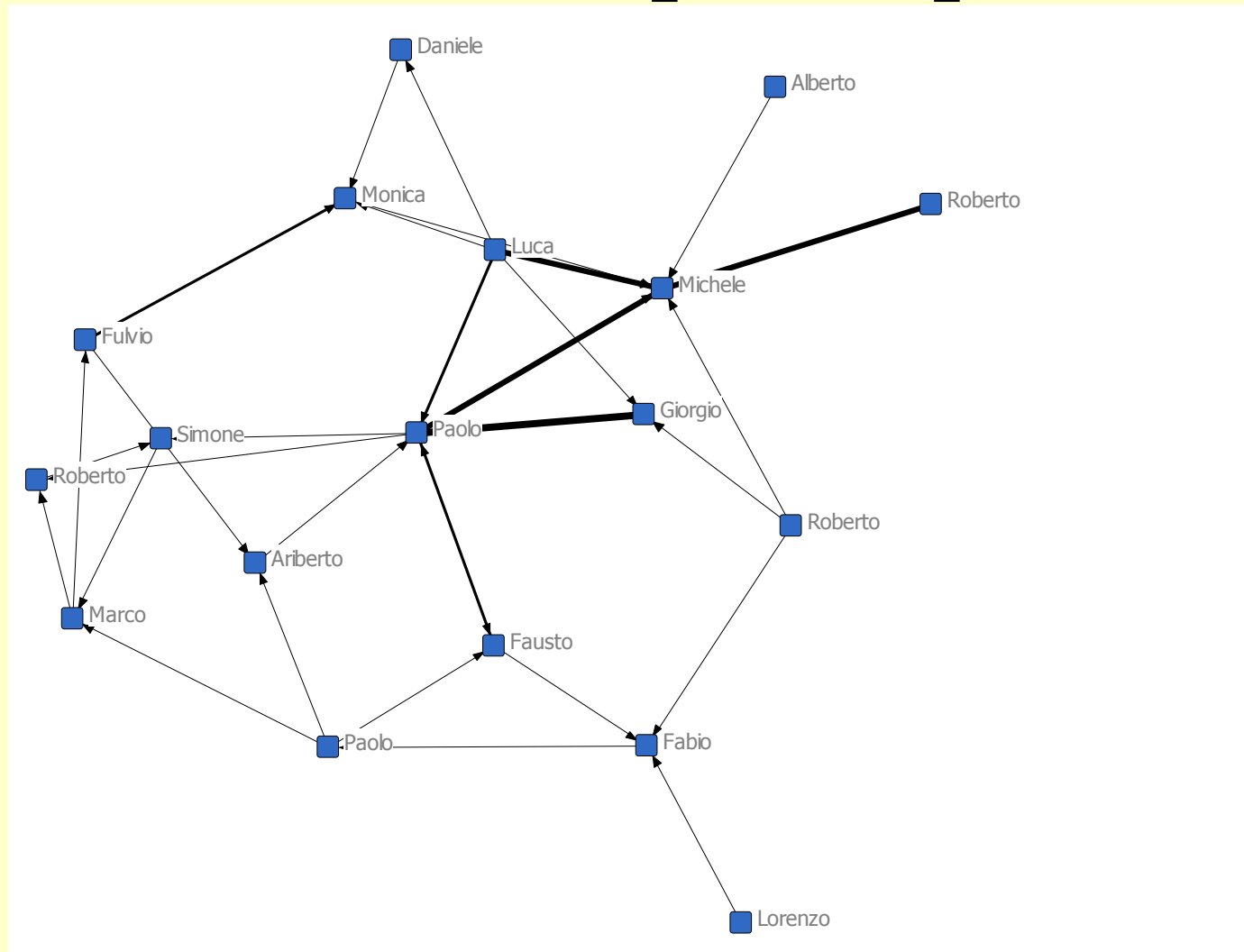
1. Perché ci si iscrive a un business network?
2. Quali “meccanismi” ne governano il funzionamento?
3. Che cosa ci si guadagna?

# Gli strumenti di ricerca



- Interviste
- Questionari
- Social Network Analysis

# La SNA: il “prototipo”



# Gli obiettivi



- “Quantificare” il peso di variabili già note
- Identificare nuove variabili
- Tipizzare i modelli di comportamento
- Migliorare i risultati

# I risultati



Dipendono  
da VOI!!!!!!!!!!



Grazie per l'attenzione!

[pais@jus.unibs.it](mailto:pais@jus.unibs.it)