

# Recensioni e Schede

Giulia Franceschini  
 g.franceschini@performat.it



**Harvard Business Review Italia**, Strategiqs Edizioni S.r.l.

La *Harvard Business Review* è una rivista di business e management di rilevanza internazionale, probabilmente la più famosa e diffusa al mondo. Conta oltre cinquecentomila copie mensili, di cui la metà circa negli Stati Uniti (dove è considerata la Bibbia del manager) e il resto in altri Paesi, quali: Brasile, Cina, Corea, India, Italia, Israele, Germania, Giappone, Polonia, Russia, Ungheria, Taiwan.

La rivista viene ideata e realizzata all'interno dell'Università di Harvard, una delle più autorevoli al mondo in termini di competenze, prestigio, crescita e sviluppo di talenti che hanno poi ricoperto ruoli di rilievo nella società, sono stati Premi Nobel, menti brillanti e rivoluzionarie.

La *Harvard Business School* è la voce dell'universo Harvard dedicata al campo dell'educazione economica e manageriale: è proprio in questo humus culturale che la rivista ha preso forma e si è sviluppata.

L'*Harvard Business Review* è una rivista che parla al management delle imprese con l'autorevolezza e la credibilità derivanti dal suo posizionamento nell'ambito della scuola di business più nota al mondo, da una selezione accurata di contenuti e voci del mondo accademico e consu-

lenziale e da un'attenta ricerca degli studi e delle scoperte più recenti. La *Harvard Business Review* Italia è stata creata con l'obiettivo di proporre nel nostro Paese un'educazione manageriale di alta qualità. In Italia sempre più frequentemente si rileva l'esigenza di un sistema di educazione manageriale efficace e forte nei contenuti. Infatti, business school, mondo accademico, imprese, società professionali, esprimono il bisogno di accedere a prodotti editoriali di alto profilo. HBR Italia è nata per rispondere a questa richiesta.

L'edizione italiana trae esperienza dalla versione americana e propone il meglio dei contenuti, arricchiti con analisi e riflessioni di esperti italiani, *case study* su aziende italiane leader nei vari settori, riporta spesso interviste ai protagonisti delle imprese e della vita economica. Si delinea come una lettura in grado di offrire stimoli e risposte a un lettore esigente e professionale che opera nella specifica realtà del nostro territorio. Alcuni temi trattati dalla rivista, particolarmente interessanti per una vicinanza intellettuale alle discipline psicologiche da noi trattate, sono: l'innovazione e il pensiero creativo nella ricerca di nuove e originali soluzioni, le dinamiche psicologiche sottostanti ai processi di ricambio generazionale e quindi la panoramica sulle imprese familiari, le dinamiche di gruppo nel processo di *decision making* e i possibili bias cui si va incontro inconsapevolmente. Gli aspetti teorici e psicologici trattati sono sempre espressi attraverso schemi concettuali e *frame* intuitivi e facilmente fruibili. La quantità di esempi e di casi aziendali permette sia una comprensione approfondita dei concetti trattati che una spendibilità immediata.

La lettura dell'*Harvard Business Review* avvicina gli psicologi interessati alle organizzazioni ai temi caldi e attuali del mondo aziendale, permette l'apprendimento di un linguaggio specifico al fine di relazionarsi in modo diretto ed efficace con imprenditori e manager, fornisce uno spaccato ove discipline diverse come economia, *management*, sociologia, psicologia, si incontrano nel tentativo di dialogare per creare visioni multiple e arricchite del mondo del lavoro.

Attraverso gli articoli dell'HBR un consulente può trovare molti stimoli

per la crescita professionale e per l'apprendimento di strumenti utili alla pratica e alla diagnosi organizzativa.

La rivista ha il pregio di attribuire un'importanza prioritaria alle persone che lavorano, alle loro dinamiche, alle loro esigenze e alle criticità cui possono andare incontro.Cogliere l'importanza strategica ed etica delle risorse umane è il primo passo verso una cultura e un clima sostenibili per l'innovazione e lo sviluppo.