



GLOSAR DE TERMENI

MODULE DE PREGĂTIRE

<https://increase.erasmus.site/platform/>





MODULUL 1

Inovarea în organizații

Paradigma - paradigma este o perspectivă standard sau un set de idei. Un set de ipoteze de bază acceptate în mod obișnuit de către membrii unei comunități.

Inovație Front-end – este un punct de plecare pentru orice inovație care acoperă etapele inițiale ale procesului de inovare, concentrându-se pe oportunități, idei, proiectare și asigurarea fezabilității unei soluții înainte de procesul de dezvoltare formală. Este cunoscut și ca proces de descoperire.

Exploatarea Back-end - faza de implementare a procesului de inovare care acoperă dezvoltarea soluțiilor, comercializarea și îmbunătățirile ulterioare.



MODULUL 2

De unde vin ideile inovatoare?

Inovare colaborativă - caută noi perspective prin colaborarea cu alte persoane pentru a înțelege mai bine un subiect la un alt nivel. Cu alte cuvinte, participarea este încurajată să dezvolte idei inovatoare.

Raționamentul analogic – o abordare care introduce compararea a două obiecte pentru proiecția caracteristicilor de la un obiect la altul, astfel încât anumite caracteristici pot fi aplicate într-un context nou.

Arbitraj geografic - o abordare care introduce compararea unei idei din diferite perspective geografice pentru a concluziona care elemente sau soluții pot fi împărtășite între culturi și nu numai în context local.

Metodologia Agile – înseamnă trecerea de la o divizare rigidă în organizarea muncii și introducerea unei mai mari libertăți și flexibilități în stabilirea priorităților, timp mai scurt de lansare pe piață, precum și un răspuns mai rapid la schimbarea nevoilor clienților și pieței.



MODULUL 3

Mentalitatea inovatoare și beneficiile sale

Mentalitate – este definit ca "atitudine mentală sau înclinație" sau "o stare fixă de spirit"

Modelul Kübler-Ross - este, de asemenea, cunoscut sub numele de cele cinci etape ale modelului durerii. Postulează că trăirea durerii trece printr-o serie de cinci emoții: negare, furie, negociere, depresie și acceptare.

Inovarea-ca-artă - conceptul subliniază că punctul de plecare pentru inovare este creativitatea, mai degrabă decât implementarea proceselor de management și a structurilor organizaționale pentru inovare, ceea ce impune organizațiilor să stimuleze creativitatea care să permită inovarea.

Abilități analitice - abilitatea analitică este capacitatea de a deconstrui informații în categorii mai mici pentru a trage concluzii. Abilitatea analitică constă în categorii care includ raționamentul logic, gândirea critică, comunicarea, cercetarea, analiza datelor și creativitatea.

Gândirea asociativă - gândirea rapidă, subconștientă care asociază un concept cu altul. Ideile pot implica amintiri, emoții și senzații fizice.

Go-to-market roadmap - Go-to-market este planul unei organizații, folosind resursele externe pentru a oferi clienților o propunere unică de valoare și pentru a obține un avantaj competitiv. O foaie de parcurs go-to-market surprinde detalii ale acțiunilor și definește termenele limită pentru a permite punerea în practică a strategiei dvs.

Echipa inter-funcțională - un grup de oameni cu expertiză funcțională diferită care lucrează pentru un obiectiv comun. Poate include persoane din departamentele de finanțe, marketing, operațiuni și resurse umane.





MODULUL 4

Cum să comunicii și să faci lobby pentru idei

Empatia – este abilitatea de a împărtăși sentimentele sau experiențele altcuiva imaginându-ți cum ar fi să fii în situația acelei persoane.

Feedback – este un termen legat de procesul de comunicare și este răspunsul sau reacția persoanei care primește mesajul (receptorul), după perceperea sau înțelegerea mesajului; ajută persoana care trimite mesajul (expeditorul) să știe cât de bine este înțeles mesajul său și cum va fi utilizat de către receptor.

Lobby – înseamnă încercarea de a influența funcționarii (publici) sau factorii de decizie către o acțiune dorită cu privire la un proiect legislativ sau un proiect propus.

A convinge - a face pe cineva să facă sau să creadă ceva explicându-i de ce ar trebui să facă sau să creadă acel lucru.

Stereotip - înseamnă a grupa rasele sau indivizii împreună și a face o judecată despre ei fără a-i cunoaște; este o credință fixă, mult prea generalizată despre un anumit grup sau clasă de oameni (de exemplu, rasă/etnie, sex, vârstă, statut socio-economic, orientare sexuală); ele servesc, în general, ca o justificare care stă la baza prejudecăților, care este sentimentul implicat (de obicei negativ) față de indivizii dintr-un anume grup social.



MODULUL 5

Inovarea în modelele de afaceri

Canva pentru modelele de afaceri - o reprezentare schematică a tuturor activităților dintr-o afacere care trebuie luată în considerare în faza de planificare.

Propunere de valoare - este USP (punct de vânzare unic) al unui produs sau serviciu pentru care un client este dispus să plătească. Aceasta explică ce valoare oferiți clienților dvs.

Model de afaceri transformator - un model de afaceri care este complet diferit de ceea ce folosesc alte companii. Dar trebuie să fie fezabil și profitabil din punct de vedere financiar, oferind în același timp un beneficiu unic pentru dvs. și clientul dvs.

Lanțul valoric - procesul sau activitățile prin care o companie adaugă valoare unui articol, inclusiv producția, comercializarea și furnizarea de servicii post-vânzare.



MODULUL 6

Transformarea digitală

Omniprezența datelor – conceptul se referă la omniprezența datelor, proprietatea datelor care este prezentă peste tot.

Internet of Things (IoT) - Internetul obiectelor (IoT) descrie obiecte fizice (sau grupuri de astfel de obiecte), care au senzori încorporați, capacitate de procesare, software și alte tehnologii și care se conectează și schimbă date cu alte dispozitive și sisteme prin Internet sau alte rețele de comunicații.

GDPR - Regulamentul general privind protecția datelor (UE) 2016/679 (GDPR) este un regulament în legislația UE privind protecția datelor și a vieții private în Uniunea Europeană (UE) și Spațiul Economic European (see). Scopul principal al GDPR este de a spori controlul și drepturile persoanelor asupra datelor lor cu caracter personal și de a simplifica mediul de reglementare pentru afacerile internaționale.

Beacons - este un dispozitiv vizibil intenționat conceput pentru a atrage atenția asupra unei anumite locații.

Identificarea pe baza frecvenței radio (RFID) - utilizează câmpuri electromagnetice pentru a identifica și urmări automat etichetele atașate obiectelor. Un sistem RFID constă dintr-un transponder radio mic, un receptor radio și un emițător. Atunci când este declanșat de un impuls electromagnetic de interogare de la un dispozitiv de citire RFID din apropiere, eticheta transmite date digitale, de obicei un număr de inventar de identificare, înapoi la cititor.

Augmented Reality (AR) – este o experiență interactivă a unui mediu din lumea reală în care obiectele care locuiesc în lumea reală sunt îmbunătățite prin informații perceptuale generate de computer, uneori pe mai multe modalități senzoriale, inclusiv vizuale, auditive, haptice, somatosenzoriale și olfactive.

Agricultura de precizie – Agricultura de precizie, agricultura prin satelit sau gestionarea culturilor în funcție de amplasament (SSCM) este un concept de management agricol bazat pe observarea, măsurarea și răspunsul la variabilitatea inter și intra-câmp în culturi.



MODULUL 7

Co-inovarea

Co-inovarea - este un proces inovator colaborativ prin care inovarea este generată de diferite surse, deoarece în proces sunt incluși diferiți parteneri ca furnizori, angajați, clienți, universități sau alte companii.

Joint Venture - este o asociație temporară de companii diferite cu scopul de a realiza un proiect comun. În timpul colaborării, sarcinile sunt împărțite între parteneri până la sfârșitul proiectului comun.

Crowdsourcing – este, în principal, practica de a obține informații pentru un anumit proiect prin contractarea serviciilor mai multor persoane, fie plătite, fie neplătite, de obicei prin internet.