

Riferimenti e fonti

- Anderson, M., & Smith, J. (2018). Il potere delle narrazioni imprenditoriali: Creare una visione attraverso la narrazione. *Journal of Entrepreneurial Communication*, 20(1), 45-62.
- Anderson, S. e White, B. (2020). Navigare nel paesaggio: Adattare l'allineamento imprenditoriale a un ambiente in evoluzione. *Journal of Entrepreneurial Strategy*, 35(1), 57-74.
- Anwar, M. N., Shamim-ur-Rasool, S., & Haq, R. (2012). Confronto tra le capacità di pensiero creativo di studenti di scuola secondaria con alti e bassi risultati. *International Interdisciplinary Journal of Education*, 1(1), 1-6.
- Ardichvili, A. e Cardozo, R. N. (2000). Un modello del processo di riconoscimento delle opportunità imprenditoriali. *Journal of Enterprising Culture*, 8(2): 103-119.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. e Ray, S. (2003). Una teoria dell'identificazione e dello sviluppo delle opportunità imprenditoriali. *Journal of Business venturing*, 18(1), 105-123.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: Il quadro delle competenze imprenditoriali*. Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 10, 593884.
- Barbier, E. B. e Burgess, J. C. (2020). Sostenibilità e sviluppo dopo la COVID-19. *Sviluppo mondiale*, 135, 105082.
- Barone, R. A. (2006). Il riconoscimento delle opportunità come riconoscimento di modelli: Come gli imprenditori "uniscono i puntini" per identificare nuove opportunità di business. *Academy of management perspectives*, 20(1), 104-119.
- Berglund, H. (2007). Opportunità esistenti e create: Uno studio sugli imprenditori dell'industria svedese di Internet mobile. *Journal of Enterprising Culture*, 15(3): 243-273.
- Bocken, N. M., De Pauw, I., Bakker, C., & Van Der Grinten, B. (2016). Strategie di progettazione di prodotti e modelli di business per un'economia circolare. *Journal of industrial and production engineering*, 33(5), 308-320.
- Bocken, N. M., et al. (2016). Una revisione della letteratura e delle pratiche per sviluppare archetipi di modelli aziendali sostenibili. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42-56.
- Brown, J. e Smith, K. (2019). Abbracciare il cambiamento: Il cambiamento di mentalità per il successo imprenditoriale. *Journal of Entrepreneurial Psychology*, 27(2), 145-162.
- Brown, J. e Taylor, R. (2019). Promuovere un approccio rigenerativo: Impegno organizzativo nelle strategie di economia circolare. *Sustainability Management Review*, 35(1), 57-74.
- Brown, L., & Taylor, R. (2019). Risonanza emotiva nella narrazione imprenditoriale: Costruire una connessione con gli stakeholder. *Journal of Business Narrative*, 35(3), 189-205.
- Brown, L. e White, B. (2018). Adattare gli stili di comunicazione per gli stakeholder dell'economia circolare. *Journal of Business Communication*, 42(4), 567-583.
- Casson, M. (1982). *L'imprenditore: Una teoria economica*. Rowman & Littlefield.

Charter, M., & Tischner, U. (Eds.). (2017). Soluzioni sostenibili: sviluppare prodotti e servizi per il futuro. Routledge.

Chavoushi, Z. H., & Valliere, D. (2021). Una misura cognitiva della prontezza imprenditoriale. *Journal of Enterprising culture*, 29(04), 273-294.

Clark, E., et al. (2020). Adattare la comunicazione imprenditoriale: Adattare gli stili di messaggio ai diversi stakeholder. *Journal of Business Communication*, 42(4), 567-583.

Clark, E., et al. (2022). Visione resiliente: Costruire l'adattabilità nelle aspirazioni imprenditoriali. *Journal of Business Resilience*, 35(1), 57-74.

Craft, A. (2005). La creatività nelle scuole: Tensioni e dilemmi. Psychology Press.

Davis, J. G. (2018). Uno studio sulla percezione dell'autoefficacia degli insegnanti K-12 in relazione all'insegnamento delle competenze del 21° secolo. ProQuest LLC.

Dewi, C. A., & Mashami, R. A. (2019). L'effetto del modulo di indagine orientato alla chemio-imprenditorialità sul miglioramento della capacità di pensiero creativo degli studenti. *Journal of Turkish science education*, 16(2), 253-263.

Eckhardt, J. T. e Shane, S. A. (2003). Opportunità e imprenditorialità. *Journal of management*, 29(3), 333-349.

Commissione europea (2018), "Piano d'azione per l'istruzione digitale", Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, COM(2018) 22 final.

Fondazione Ellen MacArthur (EMF). Eliminare gli sprechi e l'inquinamento. Disponibile online: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/eliminate-waste-and-pollution> (consultato il 31 ottobre 2023).

Fondazione Ellen MacArthur. (2015). Casi di studio: Economia circolare in pratica. Recuperato da <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/interactive/case-studies>

Fiet, J. O. (2007). Un'analisi prescrittiva della ricerca e della scoperta. *Journal of Management Studies*, 44(4):592-611.

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Hultink, E. J. (2017). L'economia circolare: un nuovo paradigma di sostenibilità? *Journal of cleaner production*, 143, 757-768.

Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). Una rassegna sull'economia circolare: l'attesa transizione verso un'equilibrata interazione tra sistemi ambientali ed economici. *Journal of Cleaner production*, 114, 11-32.

Gupta, A. K., & Sapienza, H. J. (1992). Determinanti delle preferenze delle società di venture capital in merito alla diversità del settore e alla portata geografica dei loro investimenti. *Journal of business Venturing*, 7(5), 347-362.

Ireland, R. D., Covin, J. G. e Kuratko, D. F. (2009). Concettualizzare la strategia imprenditoriale aziendale. *Teoria e pratica dell'imprenditorialità*, 33(1), 19-46.

Johnson, K. (2017). Un'introduzione all'apprendimento e all'insegnamento delle lingue straniere. Routledge.

Jones, L., et al. (2019). Valutazione continua nell'imprenditorialità: Mantenere l'allineamento con la visione. *Journal of Strategic Entrepreneurship*, 18(4), 431-448.

Jones, L., et al. (2021). Il pensiero sistemico nella creazione di strategie di economia circolare. *Journal of Environmental Innovation*, 15(3), 301-318.

Jones, R. e Anderson, M. (2021). Creare una visione flessibile: La chiave dell'adattabilità imprenditoriale. *Entrepreneurial Strategy Journal*, 26(3), 201-218.

Jones, R. e Brown, C. (2020). Imprenditorialità orientata allo scopo: Andare oltre il profitto. *Entrepreneurial Studies Quarterly*, 15(3), 301-318.

Jones, S., et al. (2021). Strategie di comunicazione per il successo imprenditoriale: Adattare i messaggi alle diverse parti interessate. *Entrepreneurial Leadership Journal*, 26(2), 112-128.

Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Concettualizzare l'economia circolare: Un'analisi di 114 definizioni. *Risorse, conservazione e riciclaggio*, 127, 221-232.

Kirzner, I. M. (1979). Percezione, opportunità e profitto: Studi sulla teoria dell'imprenditorialità. Chicago: University of Chicago Press.

Kirzner, I. M. (1985). La scoperta e il processo capitalistico. Chicago e Londra: University of Chicago Press.

Langrehr, J. (2006). Nuovi modi per identificare i pensatori dotati. *Gifted*, (140), 11-14.

MacArthur, E. (2010). L'economia circolare: Una ricchezza di flussi. McKinsey & Company.

MacArthur, E. (2012). Fondazione. Verso l'economia circolare.

MacArthur, E. (2013). Verso l'economia circolare. *Journal of Industrial Ecology*, 2(1), 23-44.

MAHMUDI, M. (2010). L'analisi dei leader imprenditoriali sulla performance dell'amministrazione locale: Evidenze indonesiane. *Indonesian Journal of Accounting Research*, 13(3).

Martins, E. C. e Terblanche, F. (2003). Costruire una cultura organizzativa che stimoli la creatività e l'innovazione. *European journal of innovation management*, 6(1), 64-74.

McDonough, W. e Braungart, M. (2002). Design for the triple top line: nuovi strumenti per il commercio sostenibile. *Corporate Environmental Strategy*, 9(3), 251-258.

McGrath, R. G. (2013). La fine del vantaggio competitivo: come far sì che la strategia si muova alla stessa velocità dell'azienda. Harvard Business Review Press.

Miller, A. e Brown, C. (2018). Tessere i fili della visione: Un approccio completo all'integrazione imprenditoriale. *Entrepreneurial Management Journal*, 24(3), 301-317.

Miller, S., et al. (2020). L'opportunità del cambiamento: Abbracciare i cambiamenti per la crescita imprenditoriale. *Journal of Business Innovation*, 18(4), 301-318.

Miller, S., et al. (2021). Imprenditorialità visionaria e impatto sociale: Un'analisi completa. *Journal of Innovation and Impact*, 28(4), 220-235.

Miller, S., et al. (2022). Progettare per la circolarità: Un approccio visionario ai prodotti sostenibili. *Journal of Circular Economy*, 25(4), 220-235.

Rao, M. (2012). *Strumenti e tecniche di gestione della conoscenza*. Routledge.

Saks, N. T. e Gaglio, C. M. (2002). Si può insegnare l'identificazione delle opportunità? *Journal of Enterprising Culture*, 10(4): 313-347.

Sarasvathy, S. D., Dew, N., Velamuri, S. R. e Venkataraman, S. (2003). Tre punti di vista sull'opportunità imprenditoriale, in *Handbook of Entrepreneurship Research*. Boston, MA: Springer, pp. 141-160.

Shane, S. A. (2003). *Una teoria generale dell'imprenditorialità: Il nesso individuo-opportunità*. Edward Elgar Publishing.

Shane, S. e Venkataraman, S. (2000). La promessa dell'imprenditorialità come campo di ricerca. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

Siswono, T. Y. E. (2010). LIVELLARE IL PENSIERO CREATIVO DEGLI STUDENTI NEL RISOLVERE E PORRE PROBLEMI MATEMATICI. *Journal on Mathematics Education*, 1(1), 17-40.

Smith, H. L. (2018). Le politiche imprenditoriali e lo sviluppo dei sistemi regionali di innovazione: teoria, politica e pratica. *New Avenues for Regional Innovation Systems-Theoretical Advances, Empirical Cases and Policy Lessons*, 239-256.

Smith, A. (2019). L'arte della visione imprenditoriale: Un approccio di precisione. *Journal of Business Strategy*, 45(2), 78-92.

Smith, A. e Johnson, R. (2020). Strategie di economia circolare: Integrare innovazione e sostenibilità. *Journal of Sustainable Business*, 28(2), 89-104.

Smith, M. e Johnson, R. (2017). Integrazione e allineamento: La chiave del successo imprenditoriale. *Journal of Business Integration*, 15(2), 89-104.

Stahel, W. R. (2016). L'economia circolare. *Nature*, 531(7595), 435-438.

Stahel, W. R. (2016). *L'economia circolare: A User's Guide*. Routledge.

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, 28(13), 1319-1350.

Unità 4: Risorse

Sottounità 4.1: Consapevolezza di sé e autoefficacia

Obiettivi di apprendimento

- Identificare e comprendere i concetti di autoconsapevolezza e autoefficacia.
- Aumentare la nostra autoconsapevolezza e autoefficacia grazie agli strumenti e alle tecniche fornite nella presente sottounità.
- Riflettere sul modo in cui un'azienda da noi creata potrebbe rispondere alle esigenze della società attraverso i principi dell'economia circolare.

Definizione

Questa competenza comprende due aspetti: la consapevolezza di sé e l'autoefficacia. Entrambi sono collegati tra loro e rappresentano un ottimo strumento per lo sviluppo personale e imprenditoriale.

Autoconsapevolezza: si riferisce alla comprensione e alla conoscenza consapevole del proprio carattere e dei propri sentimenti. È la nostra capacità di distinguere chi siamo, i tratti caratteriali che possediamo, i nostri valori e i nostri punti di forza e di debolezza.

Il fatto che questa competenza appaia al primo posto nell'area Risorse è probabilmente dovuto al fatto che può essere considerata una base per il successo personale: siamo la nostra prima e principale risorsa nella vita, e dobbiamo sapere chi siamo, cosa vogliamo essere e creare un percorso per raggiungerlo. Senza consapevolezza di sé è più difficile raggiungere qualsiasi tipo di obiettivo, perché si va avanti senza conoscere appieno il proprio potenziale e gli aspetti che si potrebbero migliorare per raggiungere tali obiettivi.

L'autoconsapevolezza ci aiuta a chiarire i nostri pensieri e le nostre emozioni e a diventare più responsabili del nostro modo di agire. Quando conosciamo noi stessi, possiamo pianificare come migliorare alcuni aspetti del nostro comportamento per raggiungere alcuni obiettivi per noi essenziali. Inoltre, la consapevolezza di sé ha un impatto sulla relazione con noi stessi, ma anche su quella con gli altri. Infatti, possiamo gestire il nostro comportamento e il nostro impatto e la nostra influenza sugli altri.

Autoefficacia: si riferisce alla capacità di credere in noi stessi per raggiungere obiettivi specifici. Autoefficacia significa analizzare noi stessi, determinare ciò che vogliamo essere o fare e trovare il modo per raggiungere il nostro obiettivo nel modo più efficiente.

L'autoefficacia è una competenza su cui si può lavorare una volta raggiunto un certo livello di autoconsapevolezza. Quando cioè conosciamo bene noi stessi e ci poniamo degli obiettivi da raggiungere, l'autoefficacia ci permette di pianificare e organizzare i passi che ci porteranno al successo.