

International Business Economia E Strategia Internazionale Limpresa Dei Mercati Globali

Thank you extremely much for downloading **International Business Economia E Strategia Internazionale Limpresa Dei Mercati Globali** .Most likely you have knowledge that, people have look numerous times for their favorite books bearing in mind this International Business Economia E Strategia Internazionale Limpresa Dei Mercati Globali , but end occurring in harmful downloads.

Rather than enjoying a good PDF like a mug of coffee in the afternoon, instead they juggled afterward some harmful virus inside their computer. **International Business Economia E Strategia Internazionale Limpresa Dei Mercati Globali** is nearby in our digital library an online entry to it is set as public correspondingly you can download it instantly. Our digital library saves in merged countries, allowing you to get the most less latency times to download any of our books gone this one. Merely said, the International Business Economia E Strategia Internazionale Limpresa Dei Mercati Globali is universally compatible following any devices to read.

**Il cammino infinito. Imprenditorialità
multiculturale tra varietà, innovazione e**

territori - AA. VV. 2014-03-03T00:00:00+01:00
365.1045

**Il distretto della pesca di Mazara del Vallo.
Una buona pratica di cooperazione tra
aziende internazionali** - AA. VV.

2009-06-11T00:00:00+02:00

365.688

Decisioni strategiche di impresa - Sergio
Silvestrelli 2012-09-01

La gestione strategica dell'impresa è attualmente la sfida più impegnativa che devono affrontare i manager aziendali, di fronte alla variabilità dei sistemi economici e alla complessità dei processi concorrenziali internazionali. L'obiettivo del testo è illustrare in termini chiari e con una esposizione lineare alcune rilevanti decisioni strategiche delle imprese: dall'analisi delle risorse e competenze alla formulazione della strategia, dalla creazione del vantaggio competitivo alla differenziazione, dall'innovazione tecnologica alla diversificazione produttiva, dal marketing internazionale alle alleanze strategiche, dalla sub-fornitura estera allo sviluppo delle PMI, ecc. Vengono presentati

schemi concettuali per l'analisi competitiva, tecniche decisionali per le strategie, nonché alcune impostazioni metodologiche, per facilitare l'interpretazione dei complessi problemi derivanti dalla globalizzazione dei mercati e della concorrenza. Le problematiche gestionali vengono analizzate, facendo riferimento ai risultati di studi compiuti da qualificati autori stranieri e italiani. Il testo, che ha un obiettivo didattico nei corsi universitari, può essere utile anche per i manager aziendali, che intendono migliorare i propri metodi analitici e decisionali.

L'Italia e i processi di globalizzazione - Silvio Berardi 2014-07-01

Il presente volume raccoglie gli Atti del Convegno «L'Italia e i processi di globalizzazione», tenutosi il 10 maggio 2013 presso l'Università degli Studi Niccolò Cusano - Telematica Roma. Attraverso una trama trasversale, ma al tempo stesso omogenea, i saggi mirano a porre in evidenza gli sviluppi dei

diversi processi di globalizzazione esaminati dalla prospettiva italiana. Una prospettiva che non sempre ha visto il nostro Paese capace di fornire delle adeguate risposte alle relative problematiche economiche, istituzionali, storiche che si sono, nel corso del tempo, presentate. Lungi dal volere fornire delle adeguate risposte definitive, il volume accoglie i contributi di studiosi delle diverse sensibilità, che attraverso le loro riflessioni dottrinali, economiche, filosofiche, geografiche e storiche, tentano di stimolare non soltanto una mera riflessione sulla posizione italiana nei processi di globalizzazione, ma suggeriscono dei precisi percorsi allo scopo di giungere ad una integrazione sovranazionale foriera di benessere per tutta la società civile continentale. Un'integrazione, tuttavia, che non può riguardare soltanto i popoli europei, ma anche le altre parti del globo e impone agli studiosi un complesso ma al tempo stesso indispensabile approccio poliedrico.

Assetti di governo e strategie nelle medie

imprese. Un approfondimento sulle medie imprese quotate - Genco 2013

Strategie internazionali di contrasto ai "paesi a regime fiscale privilegiato" - Sebastiano Garufi
2013-11-17T00:00:00+01:00

Il tema dei paesi a regime fiscale privilegiato, spesso chiamati «paradisi fiscali» ha assunto negli ultimi anni un ruolo centrale nelle agende politiche dei governi e delle organizzazioni internazionali. A causa dell'attuale crisi finanziaria e della necessità di recuperare basi imponibili nascoste nei forzieri dell'evasione fiscale, gli stati industrializzati stanno diffondendo la trasparenza e lo scambio di informazioni a livello globale, per sgretolare il segreto bancario. Il presente lavoro analizza le basi giuridiche e teoriche delle più recenti iniziative intraprese dalle organizzazioni internazionali contro questi ordinamenti, descrivendo la loro genesi, le loro caratteristiche e gli effetti che provocano sulle economie degli

stati a fiscalità elevata. A partire dalla fine degli anni novanta l'organizzazione per la cooperazione e lo Sviluppo economico, impegnata a combattere la cosiddetta «concorrenza fiscale dannosa», sta creando regole e modelli giuridici uniformi. Ricorrendo agli strumenti di soft law, alle raccomandazioni internazionali e alle black list, che sono dotate di alto valore politico, si sta costituendo un nuovo ordine fiscale internazionale, al cui interno l'attitudine cooperativa degli stati è divenuta un vero e proprio valore «etico».

Nuove tendenze nelle strategie di internazionalizzazione delle imprese minori

- Matteo G. Caroli 2000

Il business crocieristico. Imprese, strategie e territorio - Penco 2016

Reinventare il Business Model - Alberto Bubbio
2012-02-23

Anche il Business Model di un'azienda con il

passare del tempo ha bisogno di essere adeguato ai cambiamenti di ambiente esterno e all'evoluzione del Business in cui un'impresa opera. Per molte imprese, oggi, l'ipercompetizione e il nuovo assetto dell'economia globale rendono esiziale intervenire non solo per adeguare, ma tal volta per reinventare il proprio Business Model. La validità del Business Model, che è un problema di coerenza con il segmento di clienti a cui ci si rivolge, influenza le performance prima competitive e poi economico-finanziarie. Certo, nel disegnare un Business Model è importante mettere al centro il cliente. Ma il Business Model non può rimanere lo stesso nel tempo. Cambia l'ambiente esterno, cambiano i clienti, cambiano le tecnologie e soprattutto spesso deve cambiare la strategia. In proposito se è importante ricordare che con un cambio di strategia spesso si accompagna a cambiamenti del Business Model, può anche essere opportuno sottolineare che a parità di strategia ci possa essere

comunque la necessità di rivedere il Business Model. Altre volte il Business Model è non solo da rivedere ma da reinventare quando un'impresa entra in crisi. Quanto più la crisi è marcata e duratura tanto più il Business Model è probabilmente da reinventare. Come si cerca di evidenziare nelle pagine del libro il Business Model è un elemento di riflessione strategica rilevante poiché si colloca nella fase di attuazione della strategia. In questa fase la Balanced Scorecard con la definizione della Mappa Strategica (Strategy Map), può essere utilmente accompagnata o anche al limite sostituita dal Business Model. STRUTTURA Il business model: elemento fondante per dare attuazione alla strategia Business Model e performance aziendale Evoluzione del Business Model partendo dai clienti, grazie al marketing strategico Reinventare il Business Model per superare situazioni di crisi aziendale controllo strategico per monitorare la validità nel tempo del Business Model

Strategie e posizionamento nei mercati esteri. I percorsi di sviluppo delle medie imprese campane

- Riccardo Resciniti

2013-03-01T00:00:00+01:00

365.980

Internationalizing Firms

- Adriana Calvelli

2018-10-11
This book explores emerging trends in internationalization, analyzing the processes and steps that firms take when entering new markets. This timely contribution highlights the need for a deeper understanding of today's internationalization process, critiquing existing literature and instead proposing a new paradigm based on a re-interpretation of the Resource-based View (RBV). Analysing the motives behind internationalizing, the factors affecting entry choices, and the challenges connected to outsourcing and offshoring, the authors present a new framework for understanding the reasons behind internationalization and the financial risks that are involved. With theoretical

discussion and empirical case studies, this book seeks to offer an informed insight into internationalizing, making it an invaluable read for those researching entrepreneurship on a global scale, as well as managers and leaders of international firms.

Le analisi dei bilanci delle società di Public Utilities. Effetti del passaggio agli IAS/IFRS

- AA. VV. 2010-09-21T00:00:00+02:00

365.817

Strategie collaborative per lo sviluppo della corporate social responsibility.

Caratteristiche e strumenti di gestione delle alleanze tra imprese e organizzazioni... -

Laura Micheleni 2007

M&A. Crescita internazionale e premi per il controllo - Antonio Salvi

2014-05-09T00:00:00+02:00

A poco più di un anno dalla prima pubblicazione, l'Osservatorio M&A del CReSV (Centro Ricerche su Sostenibilità e Valore) dell'Università Bocconi

pubblica il secondo rapporto annuale sulle operazioni di finanza straordinaria, realizzato grazie alla partnership accademica con l'Università LUM "Jean Monnet" di Bari e al supporto di Bureau van Dijk e Deloitte. Temi d'analisi di questo rapporto sono l'M&A e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. L'internazionalizzazione è oggi la parola chiave del sistema competitivo e costituisce il fondamento della crescita dimensionale, produttiva e competitiva aziendale. L'ingresso sui mercati esteri costituisce una strada centrale, specialmente in una fase di crisi, al fine di ottenere un percorso di sopravvivenza e crescita. Nel volume viene evidenziato come le aziende italiane siano ancora legate a modelli aziendali tradizionali che non consentono di cogliere le opportunità di sviluppo provenienti dal mercato straniero. L'internazionalizzazione delle imprese transita non di rado attraverso la realizzazione di operazioni di crescita esterna e di finanza straordinaria. A tal fine, il secondo rapporto

contiene un focus monografico sui premi per il controllo e sulle loro determinanti. Lo studio, elaborato esaminando le offerte pubbliche di acquisto realizzate lungo un ampio arco temporale in Italia e in Francia, evidenzia come in realtà il premio per il controllo nell'Europa continentale tenda ad essere più contenuto di quanto finora riportato in letteratura.

Strategie d'internazionalizzazione: competenze e organizzazione per nuovi vantaggi competitivi.

La migliore internazionalizzazione nasce dall'organizzazione interna - Aprile 2015

Marketing sistemico e modelli del successo di mercato dell'impresa - Alberto Marino 2007

Le discontinuità d'impresa - Daniele Dalli
2014-07-09T00:00:00+02:00

La lunga e grande crisi economica che stiamo attraversando sta segnando il passaggio dalla fase del "cambiamento" alla fase della "discontinuità". Parlare di cambiamento significa

parlare di un processo evolutivo lento e prevedibile dove le regole del gioco cambiano lentamente e dove gli individui, le imprese, le Istituzioni hanno la possibilità di adattarsi gradualmente. Parlare di discontinuità significa, invece, parlare di un processo evolutivo imprevedibile dove le regole del gioco si modificano rapidamente e dove le possibilità di adattamento diventano molto più difficili e problematiche. Per usare una metafora molto evocativa di Karl Popper si potrebbe sostenere che il passaggio dalla fase del cambiamento alla fase della discontinuità è assimilabile al passaggio dal "mondo degli orologi" al "mondo delle nuvole". Il mondo degli orologi è un mondo deterministico, razionale, ordinato, lineare, semplice. Il mondo delle nuvole è un mondo irregolare, mutevole, cangiante, caotico, imprevedibile, complesso. Questo passaggio tende a richiedere sempre di più lo sviluppo di nuovi paradigmi di analisi in quanto quelli più tradizionali e consolidati non sono più sufficienti

per interpretare e spiegare le nuove dimensioni della realtà. Questo vale anche per i processi di management e per la pianificazione delle strategie competitive delle imprese. Il presente libro è il risultato di un progetto di ricerca interuniversitario a cui hanno partecipato, attraverso un intenso e coordinato lavoro di confronto e di condivisione, studiosi di Economia e Gestione delle Imprese di 14 Università italiane. Il progetto è stato promosso e si è svolto nell'ambito del CERMES, il Centro di Ricerca sul Marketing e i Servizi dell'Università Bocconi.

International Business. Economia e strategia internazionale: l'impresa dei mercati globali - Charles W.L. Hill 2008

Corporate Governance, Organization and the Firm - Mario Morroni 2009-01-01

In this reputable book Professor Morroni has constructed an insightful framework of three decisive factors for organizational coordination: capabilities, transaction, scale-scope. Based on

these, he has knitted a splendid tapestry of theoretical and empirical information. This collection must be a standard for the theory of the firm. Yuji Aruka, Chuo University, Japan Organisations, networks and firms are three of the most dynamic areas of economic research. This timely book synthesises these areas in order to analyse emergent phenomena such as spatial clustering, outsourcing, relational complexity and radical technological innovation. A combination of authoritative literature reviews, novel theoretical developments and interesting case study applications makes this book essential reading for both new and established scholars in the field. Mark Casson, University of Reading, UK In recent years, applied studies have shown widespread, profound and increasing heterogeneity across firms in terms of their strategy, organization arrangement and performance. This book investigates the diversity of business firms, offering a picture of the different organizational settings they adopt

in their endeavour to cope with increasing competitive pressure. The book addresses critical theoretical issues surrounding corporate governance, organizational design and cooperative relations among firms. Moreover, it provides new evidence on the various forms of outsourcing that are playing an increasingly important role as a consequence of globalization. The contributions collected in this book stress the emergence of a trend towards a reorganization of production that can enhance the transmission, development and maintenance of knowledge in order to sustain long-run competitive advantage. Providing original and pertinent empirical evidence, this book will attract interest from scholars and postgraduate students studying the economics and organization of the firm. It will also be of value to managers who wish to understand new developments in the organizational settings of business firms with particular reference to corporate governance, organizational design,

cooperative relations, outsourcing and de-localization.

Leading Firms and Wine Clusters - Lorenzo Zanni 2004

Maintaining Sustainable Accounting Systems in Small Business - Carvalho, Luísa Cagica
2018-06-15

Accounting systems and sustainability management are vital for company management and performance. This is particularly difficult for small businesses. As such, it is necessary to understand the features and issues of sustainable accounting systems, with a particular focus on small business. *Maintaining Sustainable Accounting Systems in Small Business* is a critical scholarly resource that explores sustainability accounting systems with small businesses and how the economic, social, and environmental aspects are related to each other in the company's management and performance. Featuring coverage on a broad

range of topics such as management control system, integrated reporting, and small and medium enterprises, this book is geared towards entrepreneurs, business managers, academicians, business professionals, and graduate-level students seeking practical information about the different sustainable accounting systems from strategic, organizational, and accounting perspectives.

Export Manager - Luca Gatto

2022-09-01T00:00:00+02:00

Nella complessità dell'attuale contesto economico, l'export rappresenta l'unica strada che consente alle PMI italiane di crescere e prosperare nel medio-lungo periodo. I mercati internazionali in cui esse si muovono sono tuttavia sempre più articolati e competitivi e, a differenza di quelli locali, sono complicati dalla presenza di barriere sociali e relazionali e da peculiarità legate alla gestione delle transazioni e del post-vendita. In tale scenario, l'Export Manager risulta una figura assolutamente

centrale per consentire alle imprese di avviare, sviluppare e gestire l'esportazione di beni e servizi e, più generale, di attivare il processo di internazionalizzazione. In quest'ottica, il libro rappresenta un vero e proprio vademecum per una professione in ascesa, i cui compiti e relative attività specifiche sono oggi dettagliatamente definiti dalla norma UNI 11823. Dalla valutazione dell'azienda all'analisi del mercato, dalla definizione della strategia di ingresso nei paesi target al disegno di un modello di business specifico, dalla valutazione alla gestione dei rischi, dalla redazione all'implementazione dell'Export Business Plan fino al monitoraggio dei KPI: per ogni attività gli autori illustrano, in modo estremamente pragmatico e col supporto di casi ed esempi, tanto le competenze tecniche necessarie quanto le capacità manageriali più soft, senza trascurare le implicazioni del processo di digitalizzazione che investe oramai ogni fase di questo poliedrico mestiere.

Globalizzazione e localizzazione

dell'impresa internazionalizzata - Matteo G. Caroli 2000

International Marketing Mix - Sergio Silvestrelli 2008-09-01

La globalizzazione dei mercati e della concorrenza impone alle imprese industriali analisi competitive sempre più approfondite e riferite ad aziende concorrenti, operanti con impianti di produzione e strutture commerciali, localizzati sia nei Paesi industrializzati, sia nei Paesi in via di sviluppo. Ai fini del successo aziendale, le imprese, di qualsiasi dimensione e di qualsivoglia settore industriale, sono indotte ad impegnarsi sempre più significativamente nelle principali decisioni del "marketing mix" a livello internazionale, oltre che nella pianificazione delle attività per andare ad operare in un nuovo mercato-Paese. La strategia di entrata in un mercato estero, la politica di prodotto, la politica di prezzo, la politica di distribuzione e la politica di comunicazione

fanno parte di un processo decisionale, nel quale "le interdipendenze" e "la coerenza" tra le varie decisioni sono un dato di fatto e costituiscono una sfida strategica per le imprese. In questo testo vengono analizzate tali problematiche, facendo riferimento anche ai risultati di ricerche, compiute da qualificati autori stranieri ed italiani; il lavoro viene svolto con un approccio rigoroso e sistemico, tipico dell'Economia d'Impresa.

Il processo di internazionalizzazione delle piccole imprese - Matteo G. Caroli 2007

Strategie di entrata, criticità competitive e gestione finanziaria nel processo di espansione estera delle piccole imprese del Lazio. Dotazione di risorse e performance sui mercati esteri.

Handbook of Research on International Entrepreneurship Strategy - Pervez N. Ghauri 2015-11-27

This impressive Handbook provides a dynamic perspective on the international entrepreneurial strategies of SMEs, including the role and

experience of their founders, as well as the collaboration of these SMEs in networks with larger firms. The expert contributors from all over the world and the editors explore the origin and evolution of internationalizing SMEs, the changing history and the future outlook of this sector. They study the effects of different cultures on the origin and growth of entrepreneurship and SMEs. The Handbook also outlines the various types of Born Globals that emerge from different parts of the world. This book will prove essential reading for researchers and students of international business, entrepreneurship and SMEs. Founders of internationalizing SMEs will also learn about novel management practices, whilst educational institutions and governments will find invaluable insights on how to foster and support SMEs in their internationalization efforts.

Perspectives on Strategic Change - Luca Zan
2007-09-04

Luca Zan, Stefano Zambon, Andrew M.

Pettigrew This book has developed from an international research workshop organized by the Dipartimento di Economia e Direzione Aziendale, University of Venice, and the Centre for Corporate Strategy and Change, Warwick Business School, University of Warwick. The purpose of the workshop was to foster the growth of a European network of scholars and to help create a "European perspective" in studying strategic change. The ten chapters in this book were first presented in Venice in May 1991 and have been substantially revised since then. The ten commentaries on the chapters are in most cases substantial developments of the oral responses made at the workshop, as indeed is the final review chapter by Andrew Van de Ven. The theme of this book, the study of strategic change processes, remains as theoretically alive and empirically real in the 1990s as it did in the 1980s. For many organizations in the European and North American context, the 1980s was an era of radical change. In this respect there is a

wide array of examples. Structural changes in old industries such as coal, shipbuilding, steel, and heavy engineering led to a great employment loss and the impoverishment of certain regional economies that had remained dependent on those industries. But it was not just the old industries that X INTRODUCTION experienced major change during the 1980s. La distanza psichica nelle strategie di internazionalizzazione delle imprese - Enrica Pavione 2014

L'economia della piccola impresa. Rapporto 2011 - AA. VV. 2012-01-10T00:00:00+01:00 365.894
Strategie di internazionalizzazione e grande distribuzione nel settore dell'abbigliamento - Cristiano Ciappei 2006

Commercio elettronico e Web-marketing - Giuseppe Zampironi 2015-06-08
Il web è diventato un indispensabile strumento

di lavoro per le imprese e nel corso degli anni si è imposto come parte integrante del marketing mix a disposizione delle aziende. L'evoluzione del web verso le reti pubbliche sta determinando mutamenti nei comportamenti sociali e professionali, nelle forme organizzative e nei modelli di business con un ruolo crescente della condivisione e dello scambio delle informazioni e delle conoscenze. Lo sviluppo del commercio elettronico ha delineato uno scenario nuovo, divenendo una valida opportunità per far risaltare le caratteristiche specifiche dei prodotti italiani, consentendone l'inserimento in un mercato globale in cui possono trovare collocazione sia i prodotti tipici a marchio comunitario, sia le produzioni di nicchia e di alto pregio ottenute in circoscritte aree territoriali e in quantità limitate tali da non consentire l'attivazione dei tradizionali approcci di marketing. Questo saggio presenta il caso di un'azienda salentina che vende prodotti agroalimentari tipici in tutto il mondo attraverso

Internet.

L'impresa familiare nel Mezzogiorno continentale fra passato e presente. Un approccio interdisciplinare. Atti del Convegno di studi. Benevento, 30 Novembre-1 Dicembre 2007 - AA. VV. 2009-09-24T00:00:00+02:00 363.79

European Yearbook of Business History - Terry Gourvish 2019-05-23

First published in 1998, The European Yearbook of Business History publishes research and review articles in English on the history of private enterprises based in individual European countries as well as studies of transnational corporations. It also includes work on public and state corporations. Its scope is all of Europe, not merely the countries of the European Union, and its prime, but not exclusive, period of interest is the 19th and 20th centuries. The first issue includes reviews of the present state and future prospects of business history in most European countries, together with articles summarising

current Japanese and American perspectives on the history of European industrial and commercial enterprises.

Economicità e continuità delle joint venture in un contesto internazionale - Mascia Ferrari 2013-03-19T00:00:00+01:00 365.971

Il legame fra coesione territoriale, sviluppo locale e performance d'impresa. Scritti ferraresi in ricordo del professor Antonio d'Atri - VV. 2014

La delocalizzazione nei mercati

internazionali - Gianpaolo Baronchelli 2012-05-15T00:00:00+02:00

SOMMARIO: Introduzione — 1. Linee Guida: 1.1. La Globalizzazione: attori principali - 1.2. Integrazione dei mercati: cause scatenanti - 1.3. L'internazionalizzazione delle imprese - 1.4. Internazionalizzazione per fasi - 1.5. Il "Global Approach" - 1.6. Strategia di internazionalizzazione — 2.

L'internazionalizzazione tramite investimento diretto: 2.1. Teoria dei vantaggi monopolistici e delle imperfezioni di mercato - 2.2. Il modello del ciclo di vita - 2.3. Internazionalizzazione tramite internalizzazione - 2.4. Il paradigma eclettico di Dunning - 2.5. L'innovazione tecnologica — 3. La produzione internazionale tramite investimenti diretti: modalità e scelte strategiche: 3.1. La localizzazione degli impianti di produzione internazionale - 3.1.1. Obiettivi strategici e configurazione dell'investimento - 3.1.2. Strategia internazionale, specializzazione impianto e configurazione - 3.1.3. Valutazione paesi obiettivo - 3.2. Modalità di internazionalizzazione produttiva - 3.2.1. Le forme di investimento diretto - 3.2.2. Le variabili nella scelta delle forme di investimento - 3.2.3. La forma proprietaria - 3.2.4. Le variabili nella scelta della forma proprietaria - 3.3. Case Study: Yantai Agrati Fasteners — 4. L'esternalizzazione e delocalizzazione estera di attività di impresa: 4.1. L'integrazione verticale - 4.2. L'outsourcing:

le origini - 4.3. L'outsourcing: approcci teorici - 4.3.1. La frammentazione della produzione - 4.3.2. I costi di transazione - 4.3.3. Vantaggio competitivo e competenze distintive 4.3.4. Nuovi approcci - 4.4. Costi e benefici dell'outsourcing - 4.5. Tipologie di outsourcing — 5. Nuove strategie di approvvigionamento nel mercato globale: 5.1. Il processo di Outsourcing - 5.2. Analisi strategica delle attività - 5.2.1. Il benchmarking dei processi - 5.2.2. L'approccio bottom-up - 5.2.3. La creazione di valore dei processi - 5.2.4. La capability sourcing - 5.3. Valutazione del parco fornitori - 5.4. Stipula del contratto - 5.4.1. La negoziazione del contratto - 5.4.2. Le tipologie contrattuali - 5.4.3. Le clausole contrattuali - 5.5. Trasferimento delle attività - 5.6. Valutazione e controllo delle performance - 5.7. Il fornitore-concorrente - 5.8. Offshoring di attività - 5.8.1. La valutazione strategica dell'attività - 5.8.2. La valutazione dei fornitori Offshore - 5.8.3. La scelta della localizzazione - 5.9. Case study: Imetec S.p.A. —

Considerazioni conclusive.

Strategie competitive e processi di crescita dell'impresa - Luca Ferrucci 2000

Innovations in Procurement Management - Andrew Cox 1996

La creazione di valore tra economia, impresa e sostenibilità - Francesca Iandolo 2018-03-30

Il tema della creazione di valore è da sempre, per lo studioso di management, stimolante campo di ricerca che si caratterizza per dinamiche che richiedono lo sviluppo di idonei modelli e percorsi di indagine. Ciò è tanto più vero quando si includono, nella prospettiva di analisi e nei modelli del valore, le istanze di natura sociale ed ambientale legate al concetto di sostenibilità, intesa come leva, sia strategica che operativa, in grado di considerare una molteplicità di prospettive legate alla varietà ed al numero di attori coinvolti ed interessati all'attività delle imprese. Partendo da queste

considerazioni, il volume intende stimolare una riflessione su un nuovo approccio al valore, che, ampliato nelle sue dimensioni dall'inclusione degli elementi sociali ed ambientali, implica un ripensamento dei connessi modelli di misurazione e determinazione, i quali diventano, conseguentemente, multidimensionali. Il modello teorico presentato, basato su concettualizzazioni tipiche dell'approccio sistemico vitale, si propone di pervenire ad una misurazione che intercetti le diverse e articolate istanze dei soggetti per i quali l'impresa crea valore.

Strategia d'impresa 2021 - Alberto Onetti
2021-02-25T00:00:00+01:00

Ha senso parlare di strategia in una situazione di crisi che sembra mettere in discussione ogni tentativo di pianificazione? La risposta non può essere quella della "navigazione a vista", quanto piuttosto quella della identificazione di una "rotta" possibile, cercando di identificare le migliori risposte. Tanto più oggi, con una pandemia esplosa in un periodo di intense

rivoluzioni tecnologiche (big data, intelligenza artificiale, machine learning, cloud, 5G, e-commerce, autonomous driving ecc.) ma anche di una maturata consapevolezza su grandi temi che ci accompagneranno nei prossimi anni (sostenibilità, responsabilità sociale ecc.). Questa quinta edizione, completamente rivista, propone una trattazione organica e completa dei

passi che portano alla definizione della strategia. La modalità espositiva - ricca di casi concreti - ne fa un manuale completo e rispondente alle esigenze sia degli studenti universitari che di manager, imprenditori e professionisti impegnati nelle imprese (grandi, Pmi e startup) e a supporto delle stesse.