

Sommario

Introduzione: gli elementi essenziali del know-how strategico e niente di più	IX
1 Strategia e gestione strategica: le basi	1
1.1 Che cos'è la strategia e come si sviluppa?.....	1
1.1.1 Opinioni moderne.....	2
1.1.2 Nozioni storiche di base.....	2
1.1.3 Un primo esempio: la seconda guerra punica	4
1.2 La risposta teorica: strategia come concetto integrato	7
1.2.1 La strategia	7
1.2.2 Il management strategico.....	9
1.3 La risposta basata sui processi: pianificazione strategica – comprensione strutturata dei processi strategici.....	10
1.3.1 Pianificazione generale.....	10
1.3.2 Pianificazione strategica.....	12
1.3.3 Pianificazione operativa	13
1.3.4 Governo e controllo della pianificazione operativa..	13
1.3.5 Implicazioni della pianificazione strategica come concetto.....	13
1.4 La risposta innovativa: trasgressività creativa come modo alternativo di attuare i processi strategici.....	15
1.4.1 Perché è necessario trasgredire le regole.....	15
1.4.2 Il processo creatore di strategie trasgressive: quattro passi per infrangere le regole	17

2 Quadri strategici di riferimento: strumenti per decidere la strategia, principi e interazioni.....	23
2.1 Perché è importante organizzare nel modo giusto il mercato, la concorrenza e la propria azienda	24
2.1.1 Interdipendenza tra gli approcci principali	24
2.1.2 L'analisi SWOT della Harvard Business School – la base dati per tutti gli strumenti di decisione strategica	26
2.2 Analisi delle strategie aziendali.....	30
2.2.1 Opzioni di crescita orizzontale: la matrice prodotto/mercato di Ansoff	31
2.2.2 La gestione del portafoglio: analisi del portafoglio (matrice).....	34
2.3 Analisi delle strategie aziendali.....	40
2.3.1 La visione basata sul mercato: il paradigma struttura-condotta-performance e le cinque forze di Porter	42
2.3.2 La visione basata sulle risorse: l'approccio delle competenze distintive	47
2.3.3 Mercati dinamici: l'approccio delle regole semplici .	48
2.4 Approcci di rete: il modello aziendale – un quadro di riferimento integrativo per la descrizione di una strategia	51
2.4.1 Dai vecchi ai nuovi modelli aziendali.....	52
2.4.2 Le tre componenti di un modello di business.....	53