



ALTA FORMAZIONE  
altaformazioneinrete.it

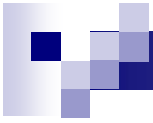


**CORSO DI SPECIALIZZAZIONE**  
**SPECIALISTA IN RICERCHE E MANAGEMENT**  
**DELL'ARCHEOLOGIA DEL PAESAGGIO**  
**I.D. 7131**

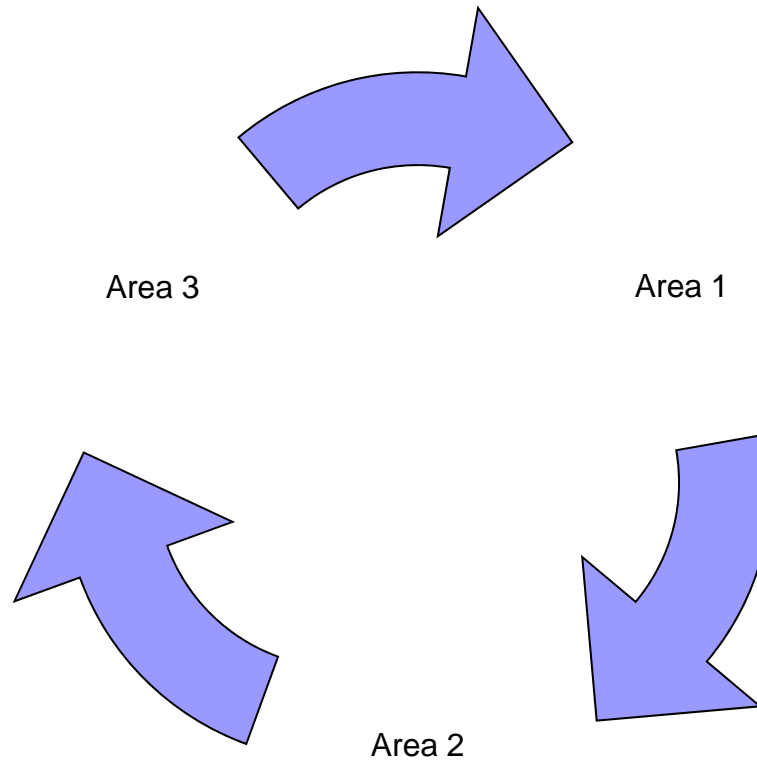
**MODULO**  
**“Strategie d’Impresa”**

Unità didattica 10.3

Docente: Prof.ssa Angela Carcaiso



# BRAINSTORMING





# Le strategie di impresa

- Il processo di pianificazione strategica
- L'analisi dell'ambiente
- Le strategie e la pianificazione
- L'analisi dell'impresa
- Il benchmarking
- Il rischio di impresa



## ***COSA SI INTENDE PER STRATEGIA E PIANIFICAZIONE***

PER CAPIRE IL CONCETTO DI **STRATEGIA E PIANIFICAZIONE** E' NECESSARIO ANALIZZARE IL MODO DI AGIRE DI UN'IMPRESA, I MOTIVI E LE FINALITA' PER CUI SI E' COSTITUITA L'

### **IMPRESA**

- RAGGIUNGERE OBIETTIVI
- RISORSE MATERIALI E IMMATERIALI
- CONDIZIONATA DALL'AMBIENTE



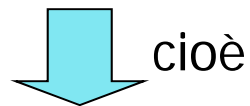
DEVE SPECIFICARE E, IN BASE ALLE SUE PREVISIONI,  
DEFINIRE IN MODO PIU' PRECISO:

- ❑ GLI OBIETTIVI CHE VUOLE RAGGIUNGERE
- ❑ COME RAGGIUNGERLI



DEFINIRE LA SUA **STRATEGIA**

DEVE COORDINARE L'USO DELLE RISORSE VS IL RAGGIUNGIMENTO DI  
TALI OBIETTIVI



IL PROCESSO DI **PIANIFICAZIONE**

## CON IL TERMINE STRATEGIA SI INTENDE

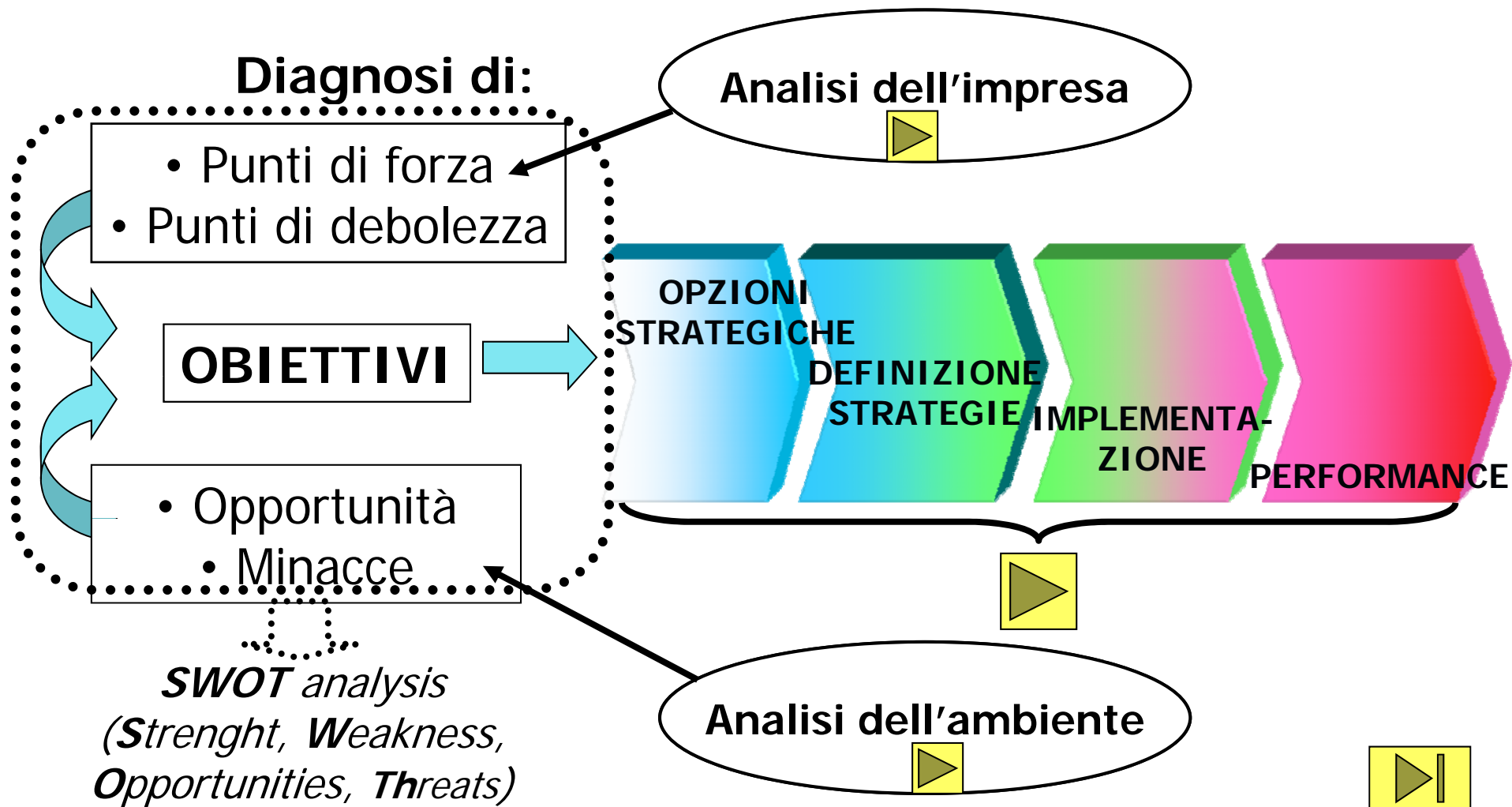
- ❑ capacita' di prendere decisioni
- ❑ necessita' di affrontare i problemi di notevole importanza
- ❑ insieme di azioni che esercitano il loro effetto su un orizzonte di medio – lungo termine

## CON IL TERMINE PIANIFICAZIONE SI INTENDE

il processo di coordinamento di attivita' complesse in vista del raggiungimento degli obiettivi di fondo della gestione e la redazione di piani operativi mediante i quali il disegno strategico viene reso concretamente realizzabile.



# Il processo di pianificazione strategica





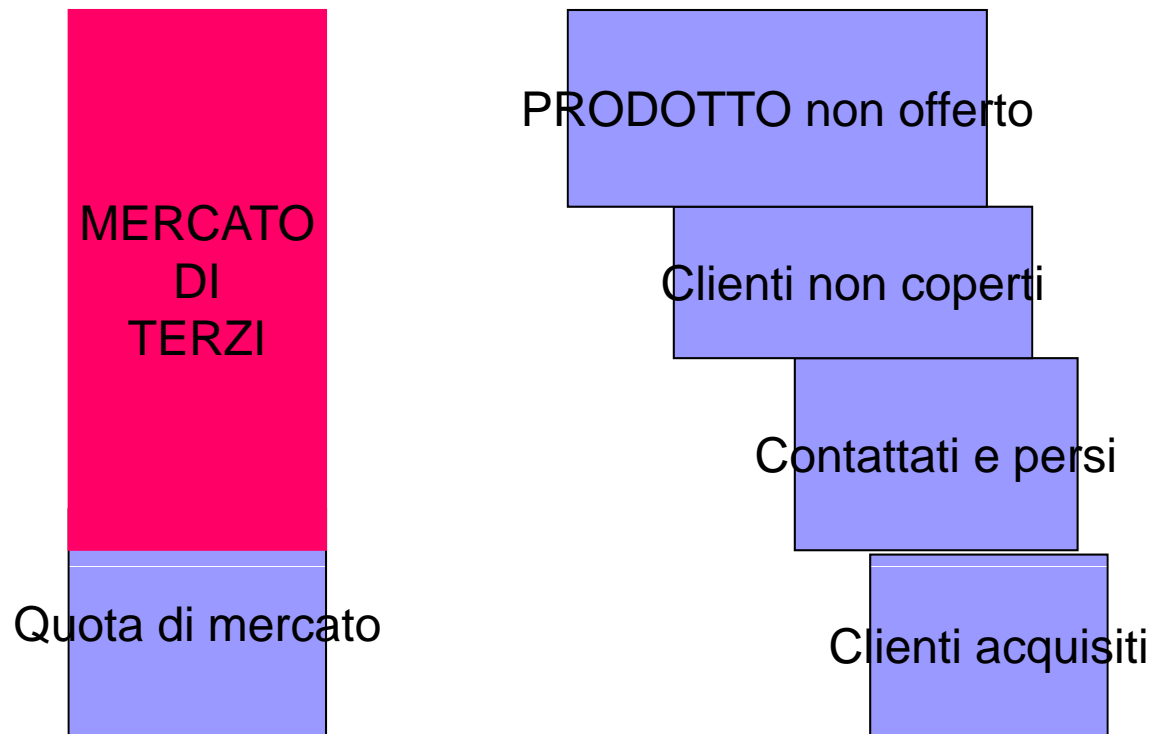
# Lo sviluppo della strategia

1. MISSIONE AZIENDALE
2. STRATEGIA DI MARKETING
3. TENDENZA STRATEGICA
4. COLLOCAZIONE NEL MERCATO



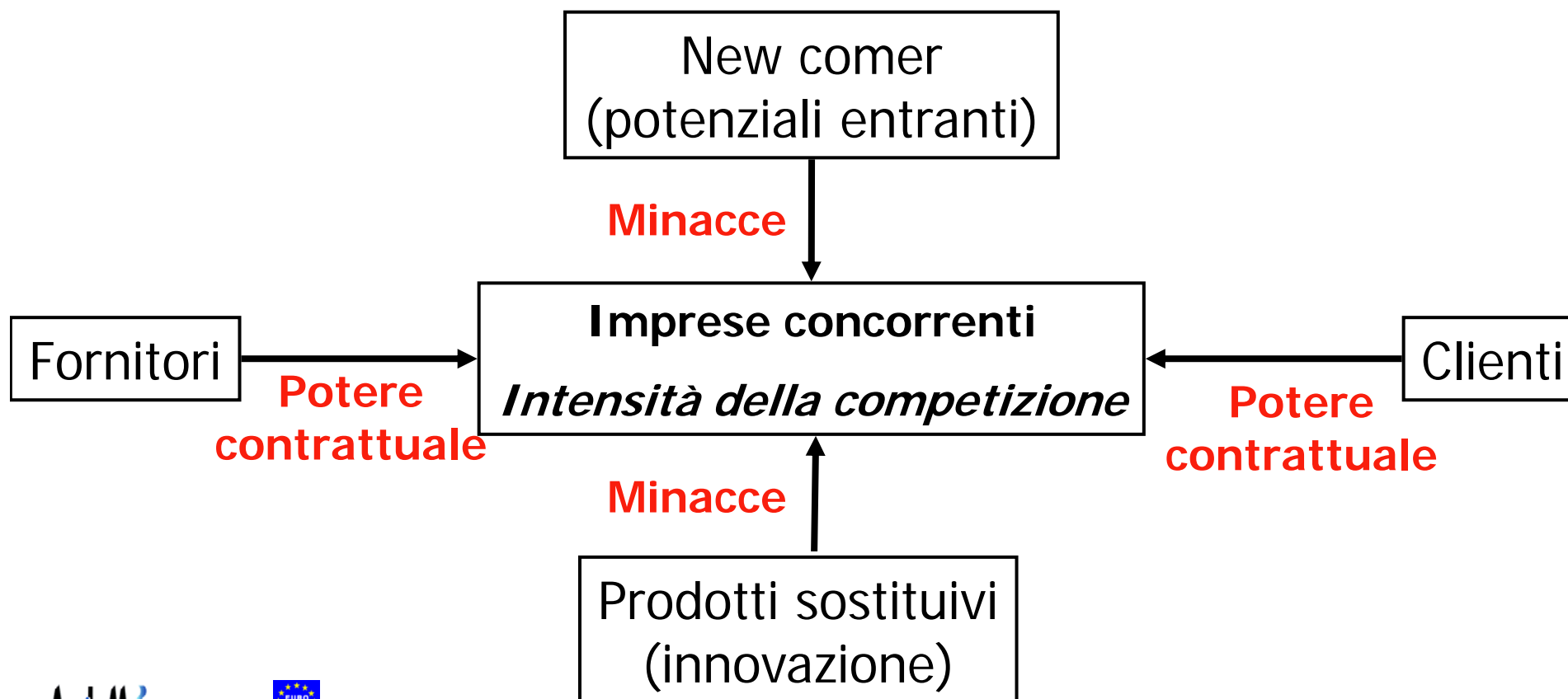
# COLLOCAZIONE NEL MERCATO

Mercato



## Analisi dell'ambiente

### Il modello delle 5 forze (Porter)

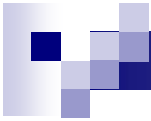




## Le barriere all'ingresso

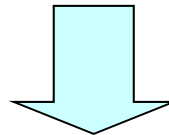
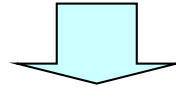
### Modello di Bain:

- differenziazione del prodotto
  - leadership di costo
- accesso privilegiato ai canali distributivi
  - economie di scala

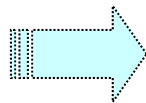


# Analisi dell'impresa

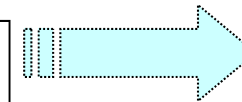
## Business Audit



Insourcing



Core competencies



Outsourcing



# Benchmarking

*L'Analisi Comparativa*

*“ a process for measuring company performance versus best-in-class companies and for using the analysis to meet and surpass the best-in-class”*

**“un processo per la misurazione delle prestazioni rispetto alle società best-in-class per le imprese e utilizzando l'analisi di soddisfare e superare le best-in-class”**

- Benchmark di processo
- Benchmark di performance
- Benchmark strategico

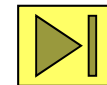
## Il rischio di impresa

**Rischio strategico**

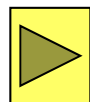
Volatilità ( $\Delta$  previsioni)

Discontinuità ( $\Delta$  scenario)

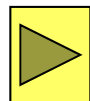
Affermazione del *risk management*



**Rischi speculativi**



**Rischi puri**





## Rischi speculativi

**Obiettivo:** cogliere opportunità di profitto

- rischi di mercato (es. mercato automotive)
- rischi di settore (es. settore dei semiconduttori)
  - rischi politici (es. Argentina '02)
  - rischio estero (es. Middle Est)
- rischi finanziari (es. cambio/interesse)
  - rischi di produzione (es. petrolio)
- rischi tecnologici (es. satellite/mobile)
- rischi di struttura (es. new economy)



## Rischi puri

- rischi di proprietà (es. Concorde)
- rischi di responsabilità civile (es. amianto)
- rischi di interruzione attività (es. licenze Windows dopo l'11 sett.)
- rischi legati all'ambiente (es. Shell)
- rischi sicurezza sul lavoro (es. produzione energia nucleare)





# RISK MANAGEMENT

- 1) Identificazione del rischio (es. reporting esterno, assicurazione)
- 2) Valutazione del rischio (es. credit scoring)
- 3) Trattamento del rischio (es. strumenti finanziari)

