

Indice generale

<i>Prefazione alla decima edizione</i>	Pag.	VII
<i>Prefazione alla nona edizione</i>	»	IX
<i>Indice generale</i>	»	XV
<i>Indice delle tabelle</i>	»	XXIII
<i>Indice delle figure</i>	»	XXV
<i>Introduzione al manuale</i>	»	XXVII

PARTE PRIMA

ELEMENTI DI ECONOMIA DELL'IMPRESA

CAPITOLO PRIMO

L'IMPRESA E IL SUO RUOLO ECONOMICO E SOCIALE

1. L'impresa quale sistema socio-tecnico	Pag.	3
2. La visione sociale dell'impresa	»	6
3. Le molteplici funzioni dell'impresa	»	7
4. L'impresa quale sistema cognitivo	»	10
5. Le caratteristiche tipiche dell'impresa	»	11

CAPITOLO SECONDO

L'INTERDIPENDENZA TRA L'IMPRESA E L'AMBIENTE SOCIO-ECONOMICO

1. I concetti di «ambiente», «settore» e «mercato»	Pag.	15
2. L'ambiente quale contesto generale di riferimento per l'impresa	»	16
3. I rapporti tra l'impresa, il micro-ambiente e il macro-ambiente	»	21
4. Gli effetti dell'internazionalizzazione e della globalizzazione	»	24

CAPITOLO TERZO

I PROTAGONISTI NELLA VITA DELL'IMPRESA: L'IMPRENDITORE E GLI «STAKEHOLDER»

1. Gli organi di governo nell'impresa: imprenditorialità e managerialità	Pag.	29
2. I requisiti per l'esercizio del potere decisionale	»	30
3. La pluralità dei soggetti in relazione con l'impresa: la teoria degli «stakeholder»	»	32
4. L'importanza, nel governo dell'impresa, dell'individuazione e classificazione degli «stakeholder»	»	34
5. La gestione degli «stakeholder» e le economie di relazione	»	39

CAPITOLO QUARTO

LE FINALITÀ IMPRENDITORIALI: LA TEORIA DEL «SUCCESSO SOCIALE»

1. Premessa sulle motivazioni dei partecipanti all'impresa	Pag.	41
--	------	----

2.	Le finalità dei comportamenti imprenditoriali	Pag.	41
3.	Un breve richiamo alle teorie classiche sulle finalità imprenditoriali	»	42
3.1.	La teoria della massimizzazione del profitto	»	42
3.2.	La teoria dello sviluppo e della sopravvivenza aziendale	»	46
3.3.	La teoria della «creazione» e «diffusione» del valore	»	47
3.4.	La teoria manageriale dello sviluppo dimensionale	»	48
4.	Una prima revisione delle teorie classiche: la teoria comportamentistica o dei «limiti sociali» alla massimizzazione del profitto	»	50
5.	La teoria del «successo sociale» ed i rapporti con l'etica d'impresa	»	57
6.	Considerazioni di sintesi	»	61

PARTE SECONDA

I COMPORTAMENTI IMPRENDITORIALI E LA GESTIONE STRATEGICA

CAPITOLO QUINTO

LA GESTIONE STRATEGICA DELL'IMPRESA

1.	I profili della gestione aziendale	Pag.	65
2.	La gestione strategica e operativa	»	66
3.	La strategia e le politiche di gestione	»	66
4.	Riepilogo sulla gestione strategica	»	70

CAPITOLO SESTO

LE STRATEGIE COMPETITIVE E I MODELLI DI ANALISI DI MERCATO

1.	Il rapporto tra strategia complessiva e strategia competitiva	Pag.	73
2.	I paradigmi teorici per la definizione della strategia competitiva	»	74
3.	L'analisi di settore secondo lo schema della «concorrenza allargata»	»	76
4.	Le barriere alla concorrenza	»	79
5.	Le fonti del vantaggio competitivo: la catena del valore	»	83
6.	La formulazione della strategia competitiva	»	85
7.	Le strategie competitive e l'equilibrio fra la domanda e l'offerta: il «mercato del venditore» e il «mercato del compratore»	»	92
8.	Riepilogo su strategia competitiva e analisi di mercato	»	93
	Appendice: La «s.w.o.t. analysis» a supporto delle decisioni strategiche	»	94

CAPITOLO SETTIMO

LE STRATEGIE DI SVILUPPO DIMENSIONALE E IL RINNOVAMENTO STRATEGICO

1.	Le opzioni strategiche	Pag.	101
2.	Una tipologia semplificata delle strategie complessive	»	103
3.	Il processo di sviluppo dimensionale	»	103
4.	I percorsi di sviluppo: la formulazione della strategia complessiva	»	108
5.	La strategia di sviluppo monosettoriale	»	109
5.1.	Lo sviluppo orizzontale	»	109
5.2.	L'integrazione verticale e la teoria dei costi di transazione	»	111
5.3.	Altri tipi di integrazione	»	116
6.	La strategia di diversificazione produttiva	»	116

7. La strategia di espansione internazionale	Pag.	118
8. Le modalità di realizzazione delle strategie di sviluppo: il ruolo degli accordi strategici tra imprese	»	120
9. L'esigenza di cambiamento strategico e l'inerzia organizzativa	»	124
10. Riepilogo sulle strategie di sviluppo dimensionale	»	127

PARTE TERZA

LE FUNZIONI DI DIREZIONE AZIENDALE

CAPITOLO OTTAVO

L'ORGANIZZAZIONE DELL'IMPRESA: MODELLI E PROBLEMI DI PROGETTAZIONE

1. Il ruolo del <i>management</i>	Pag.	133
2. Il processo di direzione aziendale	»	133
3. La funzione organizzativa	»	135
4. Le scelte organizzative	»	137
5. I modelli di struttura organizzativa	»	139
6. Le strutture organizzative flessibili e innovative: l'organizzazione per processi, a rete, per progetto e per matrice	»	146
7. La definizione delle procedure decisionali ed operative	»	149
8. Considerazioni di sintesi sul rapporto tra scelte organizzative ed efficienza aziendale	»	153

CAPITOLO NONO

IL PROCESSO DI PROGRAMMAZIONE DELLA GESTIONE

1. La funzione di programmazione aziendale	Pag.	157
2. Il processo di costruzione dei piani aziendali	»	160
3. Le premesse previsionali e la flessibilità dei piani	»	164
4. La programmazione strategica ed operativa	»	165
5. Il « <i>business plan</i> »	»	167
5.1. I contenuti del <i>business plan</i>	»	168
5.2. Le finalizzazioni del <i>business plan</i>	»	172
6. Considerazioni di sintesi sull'importanza della programmazione aziendale	»	173

CAPITOLO DECIMO

IL SISTEMA DI CONTROLLO DIREZIONALE

1. La funzione di controllo direzionale	Pag.	175
2. Il controllo concomitante e susseguente	»	176
3. Il controllo strategico o prospettico	»	180
4. L'organizzazione della funzione direzionale di controllo	»	182
5. Considerazioni di sintesi sulla funzione di controllo	»	184

CAPITOLO UNDICESIMO

LA FUNZIONE DI CONDUZIONE DEL PERSONALE:
MOTIVAZIONE, STILE DI DIREZIONE E «LEADERSHIP»

1. La conduzione delle risorse umane ed i problemi della motivazione	Pag.	187
2. Gli «stili» di direzione	»	193
3. La motivazione del personale mediante l'analisi e l'arricchimento delle mansioni	»	196
4. Considerazioni di sintesi sulla conduzione del personale	»	199

CAPITOLO DODICESIMO

IL SISTEMA INFORMATIVO E I PROCESSI
DI GESTIONE DELLA CONOSCENZA

1. Il sistema informativo nell'organizzazione aziendale	Pag.	201
2. Le informazioni nella gestione aziendale	»	202
3. Gli elementi costitutivi di un sistema informativo	»	203
4. Sistema informativo direzionale e «Business Intelligence»	»	206
5. Dall'elaborazione delle informazioni alla gestione delle conoscenze: il <i>knowledge management</i>	»	210
6. Considerazioni di sintesi sul sistema informativo	»	214

PARTE QUARTA

LA GESTIONE OPERATIVA

CAPITOLO TREDICESIMO

LA GESTIONE COMMERCIALE E IL *MARKETING*

1. Il rapporto tra la strategia competitiva e le strategie funzionali	Pag.	219
2. Le caratteristiche della gestione operativa	»	220
3. L'orientamento dell'impresa nei confronti del mercato	»	221
4. La gestione commerciale: funzioni di <i>marketing</i> e funzioni di vendita	»	223
5. Il <i>marketing</i> in funzione del servizio al consumatore (<i>customer satisfaction</i>) e della concorrenza basata sul tempo (<i>time-based competition</i>)	»	225
6. Il comportamento del consumatore e la segmentazione del mercato	»	226
7. I modelli di strategie di <i>marketing</i>	»	230
8. La politica di prodotto e della marca	»	231
8.1. Ampiezza della gamma di vendita	»	231
8.2. La profondità degli assortimenti	»	232
8.2.1. Differenziazione dei modelli e posizionamento di mercato	»	232
8.2.2. Ciclo di vita del prodotto e necessità del rinnovamento della gamma	»	234
8.2.3. La politica della marca e le altre scelte che rientrano nella politica di prodotto	»	239
9. La politica di prezzo	»	241
9.1. La determinazione dei prezzi di vendita	»	242
9.2. L'amministrazione dei prezzi di vendita	»	245
10. La politica di comunicazione	»	246
11. La politica di distribuzione commerciale	»	251
12. La qualità del <i>marketing</i> : il <i>marketing</i> relazionale e il « <i>customer relationship management</i> » (CRM)	»	255
13. Considerazioni di sintesi sulla strategia di marketing	»	256

CAPITOLO QUATTORDICESIMO
IL PROCESSO DI PRODUZIONE E L'IMPIANTO

1. Il ruolo della funzione di produzione nella gestione industriale: il sistema operativo	Pag.	259
2. I rapporti tra strategia di produzione e strategia competitiva: le scelte di lungo periodo	»	263
3. La tipologia dei sistemi produttivi	»	264
4. L'esigenza di flessibilità nella progettazione dell'impianto	»	267
5. Il dimensionamento della produzione e dell'impianto	»	270
6. La programmazione delle operazioni di produzione	»	275
7. Il controllo di efficienza della produzione: fattori statici e dinamici	»	275
8. Considerazioni di sintesi sulla strategia di produzione	»	278

CAPITOLO QUINDICESIMO
LA GESTIONE DELLA FINANZA:
INVESTIMENTI E FINANZIAMENTI

1. La gestione finanziaria	Pag.	281
2. Le opzioni strategiche e i progetti di investimento	»	283
3. La previsione del fabbisogno finanziario	»	284
4. Le scelte di struttura finanziaria: minimizzazione degli oneri e del rischio finanziario	»	287
5. La leva finanziaria	»	291
6. Le principali fonti di finanziamento	»	296
7. Riepilogo sulla gestione della finanza aziendale	»	300

CAPITOLO SEDICESIMO
IL PROCESSO LOGISTICO E GLI APPROVVIGIONAMENTI

1. La logistica quale processo	Pag.	303
2. La funzione di approvvigionamento: aspetti strategici e tattici	»	304
3. L'organizzazione della funzione «acquisti»	»	308
4. La gestione delle scorte (rinvio)	»	310
5. Riepilogo sulla gestione degli approvvigionamenti	»	310

CAPITOLO DICIASSETTESIMO
IL PROCESSO DI INNOVAZIONE NELLA GESTIONE AZIENDALE

1. L'innovazione nella gestione industriale	Pag.	313
2. Le fasi del processo innovativo	»	314
3. Il rapporto tra innovazione e tecnologia	»	316
4. La classificazione delle innovazioni	»	318
5. I modelli organizzativi per la produzione delle innovazioni	»	320
6. Il finanziamento del processo innovativo	»	320
7. I tempi dell'innovazione: pioniere (<i>first mover</i>) o imitatore (<i>follower</i>)	»	322
8. Riepilogo sul processo innovativo	»	324

CAPITOLO DICIOTTESIMO

I PROBLEMI AMMINISTRATIVI:
GESTIONE DEL PERSONALE E CONTABILITÀ

1. Il ruolo delle risorse umane	Pag.	327
2. I vari aspetti della gestione del personale	»	327
3. I problemi di amministrazione del personale	»	329
4. I tipi di impiego del personale e la flessibilità del mercato del lavoro	»	330
5. Le forme di retribuzione del personale	»	332
6. Gli altri aspetti di amministrazione del personale	»	333
7. Riepilogo sulla gestione amministrativa del personale	»	335
Appendice: un'area fondamentale di «supporto» nella gestione aziendale: la funzione amministrativo-contabile	»	335

PARTE QUINTA

APPLICAZIONE DELLE TECNICHE DI GESTIONE

CAPITOLO DICIANNOVESIMO

LE TECNICHE DI PROGRAMMAZIONE
E DI CONTROLLO DELLA GESTIONE

1. Le tecniche di programmazione e di controllo	Pag.	341
2. La programmazione e il controllo della gestione finanziaria	»	341
3. La valutazione economico-finanziaria e strategica dei progetti d'investimento	»	349
4. La misurazione della potenzialità economico-strutturale mediante il diagramma di redditività	»	355
5. Le tecniche di programmazione e controllo delle scorte	»	361
5.1. Le tecniche delle scorte separate e del ciclo di ordinazione	»	363
5.2. La gestione delle scorte di prodotti finiti	»	370
5.3. La misurazione dell'efficienza della gestione delle scorte e del magazzino	»	371
6. Riepilogo sulle tecniche di programmazione e controllo	»	374

CAPITOLO VENTESIMO

LE TECNICHE PER LA VALUTAZIONE DELL'EFFICIENZA AZIENDALE

1. Le tecniche di valutazione dell'efficienza aziendale	Pag.	377
2. Il <i>cash-flow</i> e il margine operativo quali valori indicativi dell'efficienza aziendale	»	378
3. La valutazione dell'efficienza organizzativa e commerciale	»	381
4. Gli indici di redditività e di economicità (<i>ratio</i>)	»	384
5. Gli indici di valutazione della situazione finanziaria	»	389
6. L'analisi del costo di distribuzione	»	392
7. L'analisi dei rendimenti della rete di vendita	»	395
8. L'analisi quali-quantitativa dell'efficienza: la « <i>balanced scorecard</i> »	»	397
9. Riepilogo sulle valutazioni di efficienza	»	401
APPENDICE N. 1 - Applicazioni aziendali	»	403
1. La redazione del prospetto delle Fonti e degli impieghi e la scelta delle fonti di finanziamento. Il caso la Tazza d'Oro S.p.A. (O. PAPALUCA-M. TANI)	»	405
2. Valutazione dell'efficienza della gestione delle scorte. Il caso FrescoMagic S.r.l. (N. DI PAOLA)	»	413

3. Misurazione del rischio operativo mediante il diagramma di redditività. Il caso Dolci Profumi S.r.l. (V. VECCHI)	Pag.	421
4. Analisi della profittabilità dei segmenti di vendita. Il caso CodeInt S.r.l. (N. DI PAOLA)	»	427
5. La valutazione degli equilibri aziendali mediante l'analisi di bilancio. Il caso Legno & Legnami S.p.A. (V. VECCHI)	»	433
6. La valutazione dell'efficienza prospettica mediante la « <i>balanced scorecard</i> ». Il caso Grand Hotel Caesar Palace (R. MICERA)	»	439
 APPENDICE N. 2 - Esercizi	Pag.	449
 <i>Bibliografia citata</i>	Pag.	487
 <i>Indice analitico-alfabetico</i>	Pag.	493