

Le strategie competitive PDF

Giorgio Invernizzi



Questo è solo un estratto dal libro di Le strategie competitive. Il libro completo può essere scaricato dal link sottostante.



Autore: Giorgio Invernizzi
ISBN-10: 9788838667763
Lingua: Italiano
Dimensione del file: 3748 KB

DESCRIZIONE

Il problema della strategia è il fare: l'obiettivo del volume è approfondire la prospettiva strategica del fare le attività giuste con le risorse opportune, affrontando i problemi di strategia con un taglio basato sul come si fa. La pubblicazione raccoglie una serie di testi che intendono evidenziare le analisi strategiche riferite sia alla situazione dell'azienda in un certo momento sia ai processi che, nel loro dispiegarsi temporale, hanno condotto o stanno conducendo l'impresa a una certa situazione di successo/insuccesso. Nel testo sono approfonditi la relazione tra strategia e performance, i contenuti e la dinamica della strategia competitiva; inoltre, alla tradizionale analisi strategica di tipo statico, che si focalizza sui contenuti delle decisioni strategiche, si affianca l'approccio di tipo dinamico, che concentra l'attenzione sui processi. Il volume si rivolge ai corsi di Strategia aziendale sia a livello universitario sia nell'ambito di master. Un insegnamento, questo, che costituisce un momento di sintesi e integrazione in una prospettiva strategica delle conoscenze acquisite dallo studente nelle varie discipline economiche. Inoltre, il percorso logico orientato a favorire l'apprendimento rende il volume utile anche per un lettore che, pur non essendo uno studente universitario, desidera avvicinarsi agli strumenti manageriali da applicare nell'analisi e valutazione di una strategia competitiva.

COSA DICE GOOGLE DI QUESTO LIBRO?

Riassunto manuale le strategie competitive - Invernizzi per esame Strategia aziendale del prof. Tripodi - UNIVDA - BOCCONI

Un'impresa acquisisce un vantaggio competitivo quando gode di un margine di vario genere rispetto ai concorrenti ...

Le strategie competitive di Porter. Le strategie di marketing sono orientate dalle strategie competitive scelte dalla Strategic Business Unit (SBU).

LE STRATEGIE COMPETITIVE

[Leggi di più ...](#)