

Indice

Prefazione alla 3^a edizione

pag. XIII

Parte prima
Management d'impresa e creazione di valore sostenibile:
teorie e modelli
di Francesco Perrini

1	Sostenibilità integrata e creazione di valore condiviso	»	3
1.1	La sostenibilità nell'economia aziendale e gestione delle imprese	»	3
1.2	La prospettiva della sostenibilità	»	7
1.3	L'impresa sostenibile	»	8
1.4	Sostenibilità integrata: nuovo modello di gestione e creazione di valori	»	10
1.5	Spingersi oltre visioni semplicistiche	»	13
1.6	Verso una visione sistemica	»	14
1.7	Alcune recenti evoluzioni	»	15
2	Tra soggetti e sistemi: gli ambiti della teoria d'impresa	»	21
2.1	L'impresa come trasformazione di risorse	»	21
2.2	Modelli d'impresa	»	23
2.3	Impresa e imprenditore	»	30
2.4	L'impresa e la pluralità dei soggetti	»	32
3	Prospettive sul finalismo d'impresa per la creazione di ricchezza	»	35
3.1	L'evoluzione delle teorie sulla finalità d'impresa	»	35
3.2	La teoria degli stakeholder	»	37
3.3	La superiorità della teoria degli stakeholder	»	38
3.4	L'evoluzione delle competenze manageriali a servizio delle finalità d'impresa	»	41

4	L'orientamento alla creazione di valore: evoluzione, teorie e modelli	pag.	47
4.1	Il concetto di valore	»	47
4.2	Sviluppi storici	»	52
4.3	L'impresa orientata al valore	»	55
5	Valore, sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa	»	59
5.1	Il contesto socio-ambientale dell'attività d'impresa	»	59
5.2	Sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa	»	62
5.3	Sostenibilità aziendale e creazione di valore	»	64
5.4	Uno sguardo di sintesi	»	69
6	Distribuzione del valore e gestione degli stakeholder	»	71
6.1	Introduzione	»	71
6.2	Distribuzione del valore agli stakeholder e competitività	»	73
6.3	Il sistema degli stakeholder	»	77
7	Le strategie di gestione degli stakeholder	»	93
7.1	Introduzione	»	93
7.2	La rilevanza degli stakeholder	»	93
7.3	Comportamenti e strategie nel sistema degli stakeholder	»	98
7.4	La dinamica degli stakeholder	»	101
8	Le dimensioni del management: governo, gestione strategica e gestione operativa	»	105
8.1	Le leve della creazione di ricchezza	»	105
8.2	Le scelte strategiche: il vantaggio competitivo	»	107
8.3	Le scelte operative: funzioni e processi	»	109
Parte seconda			
Il governo dell'impresa			
<i>di Nicola Misani</i>			
9	Il governo delle organizzazioni economiche	»	115
9.1	Il problema dell'agenzia	»	115
9.2	Il rapporto fra management e azionisti	»	118
9.3	Il ruolo degli altri stakeholder	»	119
9.4	Il caso italiano	»	122
10	Tipologie di impresa e forme di governance	»	127
10.1	Le società quotate e il mercato dei capitali	»	127
10.2	Le società non quotate	»	132
10.3	Forme di governance non societaria	»	134

11	I rischi della discrezionalità manageriale	pag.	137
11.1	Disallineamento fra manager e azionisti	»	137
11.2	Il comportamento manageriale illecito	»	138
11.3	I benefici privati	»	139
11.4	La resistenza al ricambio e i takeover	»	140
12	Gli strumenti interni di corporate governance	»	143
12.1	I meccanismi della corporate governance	»	143
12.2	La concentrazione della proprietà	»	143
12.3	L'incentivazione manageriale e le stock option	»	148
12.4	Il controllo interno	»	152
13	Gli strumenti esterni di corporate governance	»	155
13.1	Il mercato del controllo	»	155
13.2	Investitori istituzionali e altri azionisti	»	157
13.3	Banche e creditori	»	159
13.4	La reputazione	»	162

Parte terza

La gestione strategica dell'impresa

di Francesco Perrini

14	Management: la direzione e l'organizzazione d'impresa	»	167
14.1	Introduzione alla gestione d'impresa	»	167
14.2	La direzione d'impresa	»	168
14.3	L'organizzazione d'impresa	»	173
15	Strategia d'impresa	»	183
15.1	La strategia d'impresa	»	183
15.2	I livelli della strategia	»	184
15.3	La formulazione delle strategie	»	186
15.4	La pianificazione strategica e il controllo direzionale	»	187
15.5	I profili della gestione: strategica e operativa	»	192
16	Strategie competitive: fonti e dinamiche	»	195
16.1	Introduzione	»	195
16.2	Le strategie di posizione come fonti del vantaggio competitivo	»	196
16.3	Le risorse come fonti del vantaggio competitivo	»	199
16.4	Le competenze dinamiche come fonti del vantaggio competitivo	»	203
16.5	Il valore competitivo del capitale intangibile	»	205

17	La gestione strategica nei contesti dinamici	pag.	211
17.1	Le strategie d'impresa in un'ottica dinamica	»	211
17.2	Il modello del ciclo di vita	»	212
17.3	Nascita	»	215
17.4	Crescita	»	221
17.5	Maturità	»	222
17.6	Declino e crisi	»	225
18	Le strategie di crescita	»	233
18.1	La gestione strategica delle opzioni di sviluppo dell'impresa	»	233
18.2	L'attuazione delle strategie di sviluppo	»	234
18.3	Strategie e percorsi di crescita e sviluppo	»	239
18.4	La focalizzazione sul core business	»	246
19	La gestione strategica dell'internazionalizzazione	»	251
19.1	La gestione strategica dei processi di espansione internazionale	»	251
19.2	L'internazionalizzazione e la globalizzazione delle imprese	»	253
19.3	Le strategie di internazionalizzazione	»	256
20	Le strategie cooperative	»	261
20.1	Introduzione	»	261
20.2	La crescita contrattuale	»	261
20.3	Le forme delle relazioni cooperative	»	263
20.4	Motivazioni e risorse coinvolte nella cooperazione	»	267
20.5	Il vantaggio competitivo relazionale	»	269
21	La gestione strategica nei processi di innovazione tecnologica	»	273
21.1	Introduzione	»	273
21.2	L'innovazione	»	275
21.3	La tecnologia	»	279
21.4	La gestione strategica dell'innovazione e della tecnologia		
21.5	La ricerca e sviluppo	»	284
21.6	L'innovazione e la gestione del portafoglio prodotti	»	288

Parte quarta

La gestione «operativa» dell'impresa

di Francesco Perrini

22	La gestione commerciale: marketing, comunicazione, vendite	»	297
22.1	Il ruolo della gestione commerciale	»	297
22.2	Gli orientamenti dell'impresa e la centralità del cliente	»	299

22.3	Il processo di scambio con il mercato e la soddisfazione dei clienti	pag. 303
22.4	Gestione commerciale: definizioni e obiettivi di marketing e vendite	» 306
22.5	I processi analitici di marketing management	» 307
22.6	I processi decisionali	» 310
22.7	Il marketing operativo	» 316
22.8	La gestione delle vendite	» 321
23	La gestione delle operations: produzione, logistica e approvvigionamenti	» 323
23.1	Le operations	» 323
23.2	La produzione	» 323
23.3	La logistica	» 332
23.4	Gli approvvigionamenti	» 340
24	La gestione finanziaria: finanza, amministrazione e controllo	» 347
24.1	La gestione finanziaria: definizioni e obiettivi	» 347
24.2	Il fabbisogno finanziario dell'impresa	» 350
24.3	Le decisioni nell'area degli investimenti	» 354
24.4	Le decisioni nell'area della raccolta dei mezzi finanziari	» 358
25	La gestione dei rischi e la protezione delle risorse aziendali	» 369
25.1	La protezione delle risorse aziendali: definizioni e obiettivi	» 369
25.2	Security: la protezione da atti illeciti	» 376
25.3	Health & Safety: la salute e la sicurezza sul lavoro	» 380
25.4	Environmental management: la protezione dell'ambiente naturale	» 384
25.5	Il risk management: l'approccio integrato alla gestione dei rischi	» 388
25.6	Il crisis management: la gestione delle emergenze	» 390
26	La misurazione delle performance	» 393
26.1	Il successo dell'impresa e le sue dimensioni	» 393
26.2	La gestione del valore d'impresa e i value drivers della sua crescita	» 395
26.3	Misurare la performance economica, patrimoniale e finanziaria	» 402
26.4	La misurazione della performance competitiva	» 404
26.5	La misurazione della performance di sostenibilità	» 410
	Bibliografia	» 419