Logo Image not found or type unknown

# PROGRAMMA DEL CORSO DI STRATEGIA, ORGANIZZAZIONE E MARKETING

## SETTORE SCIENTIFICO

ING-IND/35 (IEGE-01/A)

## CFU

9

## DESCRIZIONE

/**/

VIDEOLEZIONI

STRATEGIA

1 - IL CONCETTO DI STRATEGIA: OBIETTIVI, ATTIVITÀ E RISORSE

3 - INDICATORI DI POSIZIONAMENTO PATRIMONIALE E FINANZIARIO

5 - ESERCIZI APPLICATIVI ANALISI ECONOMICO - FINANZIARIA

6 - ESEMPI DI COSTRUZIONE E SCOMPOSIZIONE DI DRIVER DI REDDITIVITÀ

7 - PERFORMANCE AZIENDALI: DALLO SHAREHOLDER ALLO STAKEHOLDER APPROACH

8 - ESEMPIO DI DETERMINAZIONE DEL VALORE COME VALORE ATTUALE NETTO

9 - LA MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE AZIENDALI: LO STAKEHOLDER APPROACH

11 - ANALISI DI SETTORE E STRATEGIA AZIENDALE - IL MODELLO DI PORTER

14 - IL VANTAGGIO COMPETITIVO: STRATEGIE ED AMBITO COMPETITIVO

15 - VANTAGGIO DI COSTO: DETERMINANTI DI SCALA PRODUTTIVA

16 - IL VANTAGGIO DI DIFFERENZIAZIONE: DETERMINANTI DEL VALORE

17 - IL MODELLO A STELLA DI GALBRAITH: STRATEGIA STRUTTURA E PROCESSI

18 - SISTEMI INFORMATIVI E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE NEL MODELLO A STELLA

ORGANIZZAZIONE

1 - LA DEFINIZIONE DI ORGANIZZAZIONE E L'ORGANIGRAMMA AZIENDALE

2 - I RAPPORTI GERARCHICI E FUNZIONALI, STRUTTURE FORMALI E INFORMALI

3 - LE MICROSTRUTTURE, TIPI DI RESPONSABILITÀ E DELEGA, LA COMUNICAZIONE

4 - TIPOLOGIE DI STRUTTURA ORGANIZZATIVA

5 - IL COORDINAMENTO ORGANIZZATIVO

6 - I PROCESSI ORGANIZZATIVI E LA GESTIONE PER PROCESSI

7 - GESTIONE PER PROCESSI: ESERCITAZIONE

8 - ORGANIZZAZIONE PER PROGETTI E PROJECT MANAGEMENT

9 - PROJECT MANAGEMENT: WBS E PIANIFICAZIONE DI QUALITÀ TEMPI E COSTI

10 - PROJECT MANAGEMENT: ESERCITAZIONE

11 - CONTABILITÀ DIREZIONALE E TIPOLOGIE DI COSTO

12 - DETERMINAZIONE DEI COSTI: ESERCITAZIONE

13 - IL SISTEMA DELLE INFORMAZIONI DI MARKETING PER OTTENERE DATI SUI CLIENTI

14 - L'ELABORAZIONE DEL BUDGET DELLE VENDITE E DELLE ENTRATE DI CASSA

15 - L'ELABORAZIONE DEI BUDGET DELLA PRODUZIONE E DEI MATERIALI DIRETTI

16 - L'ANALISI DEGLI SCOSTAMENTI DEI COSATI DI PRODUZIONE

17 - L'ANALISI DEGLI SCOSTAMENTI COMMERCIALI E GENERALI AMMINISTRATIVI E IL CONTROLLO DIREZIONALE

18 - CENNI DI COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO E DI GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

MARKETING

1 - STRATEGIA E MARKETING: LA COMPRENSIONE DEL MERCATO E DEI BISOGNI DEL CONSUMATORE

2 - STRATEGIA E MARKETING: LA CREAZIONE DI VALORE DAI CLIENTI E LA FIDELIZZAZIONE

3 - IL RUOLO DEL MARKETING NELLA PIANIFICAZIONE STRATEGICA D'IMPRESA

4 - ANALISI E PIANIFICAZIONE DI MARKETING

5 - STRATEGIA DI MARKETING ORIENTATA AL CLIENTE: SEGMENTAZIONE E TARGETING

6 - STRATEGIA DI MARKETING ORIENTATA AL CLIENTE: IL POSIZIONAMENTO

7 - PROMOZIONE DI MASSA: LA PUBBLICITÀ

8 - ESEMPI DI RISULTATI DI MARKETING: CHURN RATE E ALTERNATIVE DI STANZIAMENTO

9 - LO SCENARIO DI MARKETING: ANALISI DEI FATTORI DI EVOLUZIONE

10 - L'AMBIENTE DI MARKETING DELL'ORGANIZZAZIONE

11 - I COMPORTAMENTI DI ACQUISTO DEL CONSUMATORE

12 - I COMPORTAMENTI D'ACQUISTO DELL'ORGANIZZAZIONE

13 - IL SISTEMA DI BUDGETING

14 - LA STRATEGIA DEL PRODOTTO, DEI SERVIZI E DELLA MARCA

15 - LE STRATEGIE DI PREZZO

16 - LO SVILUPPO DEL NUOVO PRODOTTO E IL CICLO DI VITA

17 - I CANALI DI MARKETING

18 - LEZIONE CONCLUSIVA DEL CORSO DI STRATEGIA, ORGANIZZAZIONE E MARKETING