

Catena del valore: struttura e analisi

Codice: OBSO444

Overview/Description

Questo corso insegna come identificare le attività che forniscono valore e come classificarle per capire la posizione di un'azienda sul mercato. Illustra, inoltre, le considerazioni che un'azienda potrebbe fare quando decide il grado di partecipazione sul mercato.

Target Audience

I dirigenti di medio e alto livello coinvolti nello sviluppo della strategia del business, gli studenti di gestione aziendale e gli altri interessati a capire il posizionamento competitivo e a migliorare l'efficienza di una società.

Expected Duration

2.0

Lesson Objectives:

Catena del valore: attività

- individuare il significato dell'analisi delle categorie, i tipi, i ruoli e i fattori generici delle attività a valore aggiunto nella creazione del vantaggio competitivo di un'azienda
- essere in grado di associare le attività a valore aggiunto svolte da un'azienda con le categorie generiche delle attività
- individuare i cinque fattori di un'attività a valore aggiunto
- essere in grado di associare esempi specifici alle due categorie principali delle attività a valore aggiunto
- individuare i ruoli ricoperti dalle attività in un dato caso.

Catena del valore: analisi e considerazioni

- individuare l'importanza di smontare e collegare le attività a valore aggiunto nell'analisi della catena del valore
- individuare le considerazioni per valutare una catena del valore
- individuare i collegamenti orizzontali e verticali fra le attività a valore aggiunto
- individuare i principi usati nell'analisi della catena del valore dell'acquirente.

Catena del valore: obiettivo competitivo

- individuare i benefici di analizzare l'obiettivo di un'azienda e la relazione fra le coalizioni e l'obiettivo competitivo
- individuare le quattro dimensioni dell'obiettivo competitivo con una focalizzazione estesa o ristretta
- individuare i benefici che le aziende ottengono dalle coalizioni in un caso specifico.