



Corso di Organizzazione Aziendale

A.A. 2011-2012

Esercitazione del 07/10/2011

Dottor Paolo Ferranti

paolo.ferranti@unimc.it

Dottorato in Economics and Management

Dipartimento di Istituzioni Economiche e Finanziarie, Università degli Studi di Macerata

Agenda

- Prima parte: esercitazione “Concetti generali e strategie organizzative”
- Seconda parte: strategia di differenziazione, casi pratici e spunti di riflessione.



Cognome e nome

Matricola.....

Punteggio

Risposte domande chiuse

5	6	7	8	9	10	11

Istruzioni operative per la compilazione e punteggi

La prova è composta da X domande, di cui Y aperte, Z a completamento e K chiuse.

Domande aperte (...)

Punteggi: Date: da 0,25 a 7 punti, Non data: 0 punti

Domande a completamento (...)

Punteggi: Giusta: 5 punti, Non data: 0 punti

Domande chiuse (....)

Punteggi:

1) Giusta: 2 punti

2) Sbagliata. Indicata a matita. Con correzione. Non riportata nella griglia.

Multipla: -0,25 punti

3) Non data: 0 punti

Per una delle X domande chiuse vi sono 2 risposte esatte. Per una domanda sono giuste tutte le risposte, per una sono sbagliate tutte le risposte e per le restanti Y domande è giusta una sola risposta.

E' necessario apporre una crocetta sul quadrato corrispondente alle risposte che ritenete corrette. Per le X domande che riterrete avere una sola risposta esatta è necessario apporre una crocetta su un unico quadrato corrispondente alla risposta che ritenete corretta; per quelle che riterrete avere 2 o tutte le risposte esatte occorre barrare le 2 o 4 caselle che riterrete corrette; per quella che non riterrete avere alcuna risposta giusta è necessario cerchiare tutte le caselle.

Occorre, infine, indicare i vostri dati sul frontespizio e **riportare nell'apposita griglia** le lettere corrispondenti alle risposte da Voi date (indicando con N la domanda che riterrete avere tutte le risposte sbagliate e con T quella che le riterrete avere tutte giuste).

Nelle domande chiuse o a completamento non sono ammesse correzioni. La domanda a cui sono apportate correzioni sarà considerata sbagliata.

Domande aperte ed a completamento decisamente fuori tema: -2 punti

1. Dopo aver definito con precisione i concetti di obiettivo organizzativo e di strategia, descrivere le fasi del processo strategico:

Obiettivo organizzativo: stato desiderato che l'organizzazione cerca di raggiungere

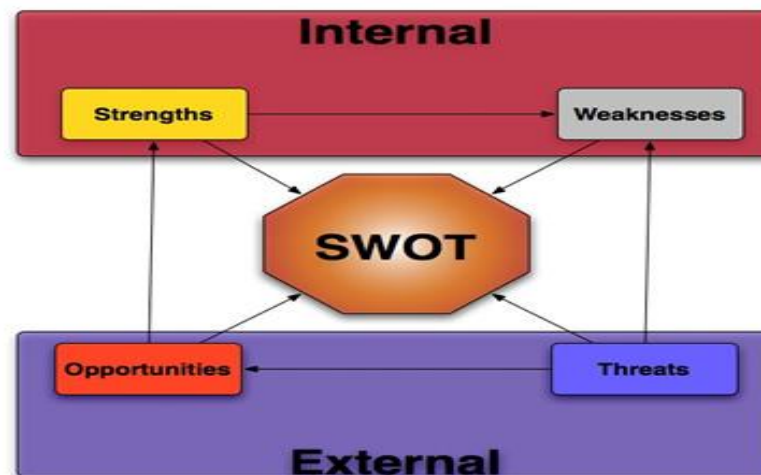


Strategia: piano per l'interazione con l'ambiente competitivo volto a raggiungere gli obiettivi organizzativi.



Processo strategico:

1) Analisi SWOT



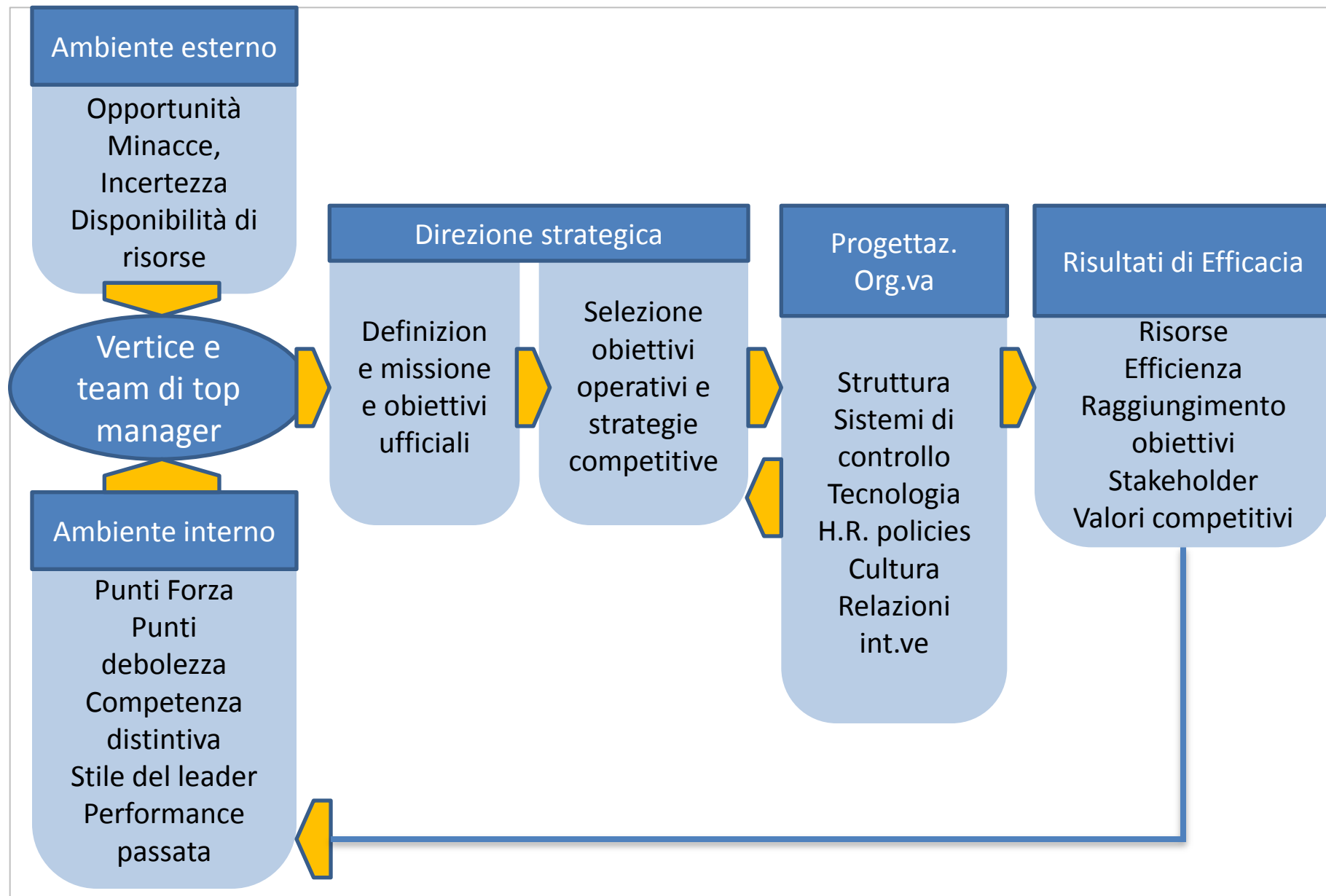
2) Definizione e articolazione intento strategico (**mission** + obiettivi ufficiali) sulla base dell'analisi punti di forza interni e opportunità esterne



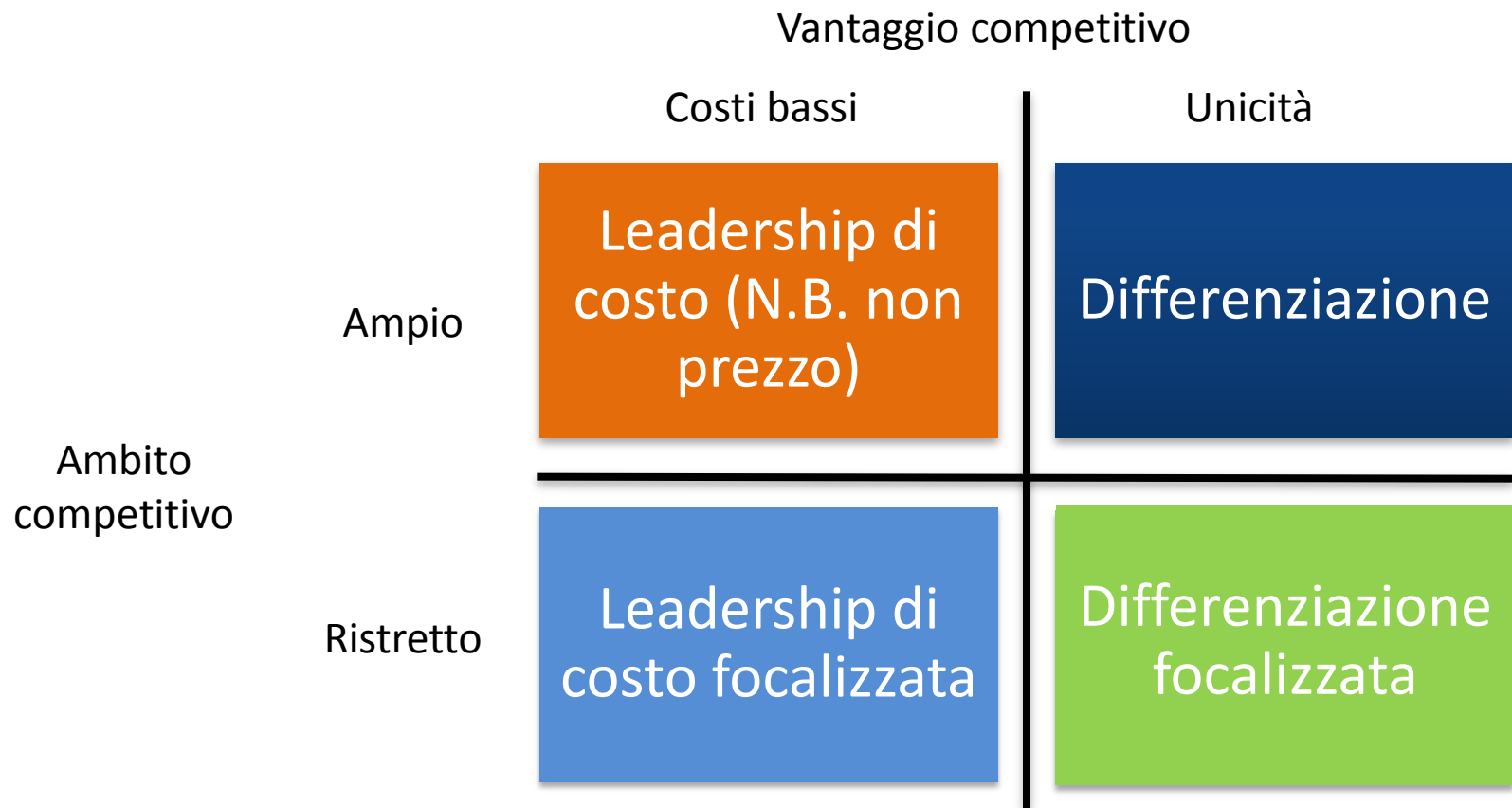
3) Progettazione organizzativa: decisioni circa struttura, sistemi di controllo interno, tecnologia produttiva, politiche di H.R., cultura, collegamenti con altre organizzazioni.



4) Valutazione dell'efficacia: misura in cui l'organizzazione realizza i propri obiettivi



2. Completare il seguente modello relativo alle strategie competitive di Porter:



Forze che agiscono sull'ambiente competitivo (Porter)

- Minaccia nuovi entranti
- Potere dei fornitori
- Potere dei clienti
- Minaccia prodotti sostitutivi
- Rivalità tra i concorrenti

5.	Un'organizzazione è:	
a)	Un complesso dei beni organizzati dall' imprenditore per l'esercizio dell'impresa	F
b)	Un'entità sociale, guidata da un vertice strategico, progettata come sistemi di attività deliberatamente strutturati e coordinati.	F
c)	Un'entità sociale, guidata da obiettivi, progettata come sistemi di attività deliberatamente strutturati e coordinati che interagiscono con l'ambiente esterno.	V
d)	Un'entità sociale, guidata da un vertice strategico, progettata come sistemi di attività deliberatamente strutturati e coordinati che interagiscono con l'ambiente esterno.	F

6.	Tra le dimensioni contestuali di un'organizzazione:	
a)	Vi è la sua dimensione	V
b)	La formalizzazione indica il numero di livelli gerarchici	F
c)	L'ambiente comprende sia elementi interni che esterni ai confini dell'organizzazione	F
d)	La cultura indica il livello medio di istruzione dei dipendenti	F

7.	Nella configurazione organizzativa di Mintzberg:	
a)	Le 5 componenti si adattano le une alle altre	V
b)	La tecno-struttura si occupa dell'ordinato svolgimento delle attività e della manutenzione dell'organizzazione	F
c)	Lo staff di supporto aiuta l'organizzazione ad adattarsi all'ambiente esterno	F
d)	Il nucleo operativo è meno importante delle altre componenti	F

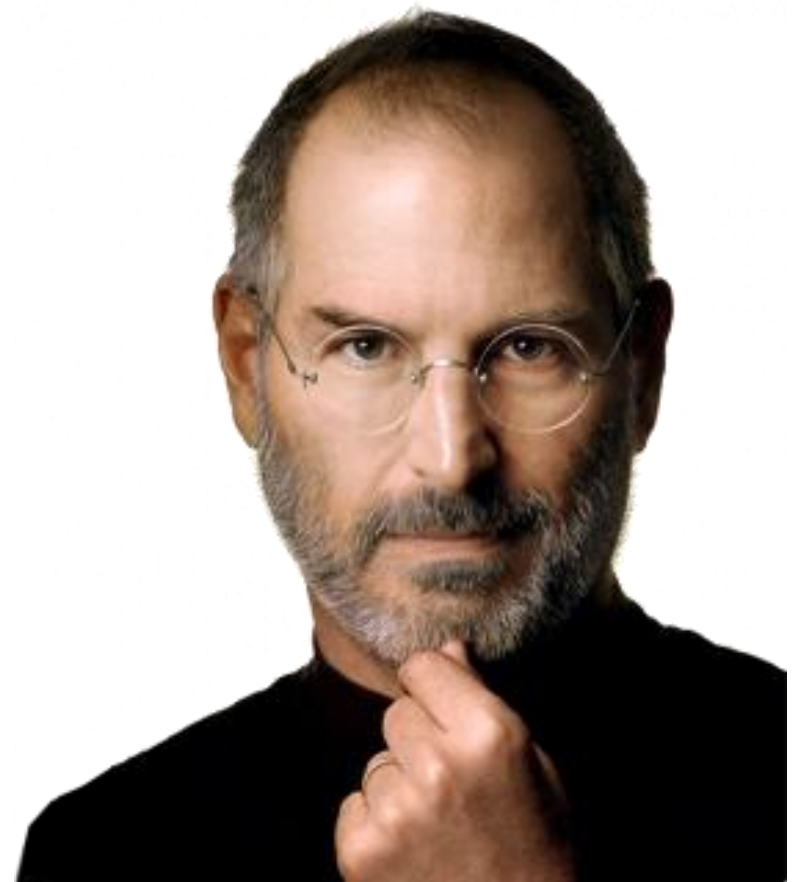
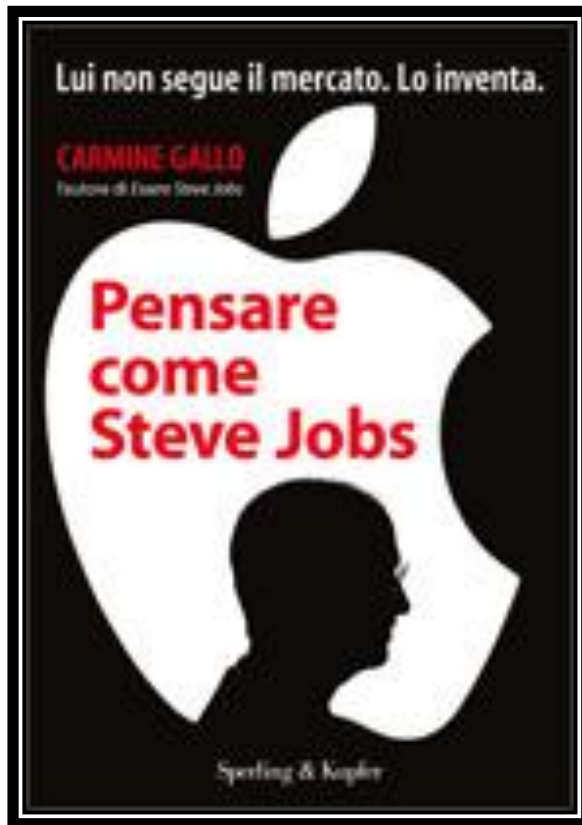
8.	La mission organizzativa:	
a)	Rientra tra gli obiettivi di un'organizzazione	V
b)	Può essere indicata con l'espressione "obiettivi ufficiali dell'organizzazione"	V
c)	E' spesso messa per iscritto	V
d)	Funge da strumento di comunicazione	V

9.	Secondo gli studiosi Miles e Snow:	
a)	Un'impresa come Google adotta una strategia tipicamente difensiva	F
b)	Un'impresa reattiva è sicuramente efficace	F
c)	Un'impresa analitica modifica frequentemente il proprio core business	F
d)	Le strategie dovrebbero essere congruenti con l'ambiente esterno	V

10.	Gli obiettivi operativi in genere:	
a)	Riguardano il medio periodo	F
b)	Non piegano cosa l'organizzazione sta effettivamente cercando di fare	F
c)	Riguardano i compiti primari che l'organizzazione deve compiere	V
d)	Fungono da strumento di comunicazione con i dipendenti, i clienti e con gli investitori	F

11.	Tra le sfide attuali delle organizzazioni:	
a)	L'etica fa sì che si tenga conto principalmente degli interessi dei manager	F
b)	La Corporate Social Responsibility corrisponde al grado di beneficenza fatto dall'imprenditore nell'ultimo anno	F
c)	La globalizzazione non rappresenta una delle più recenti	F
d)	La diversità riguarda l'ampiezza e la profondità del portafoglio prodotti dell'organizzazione	F

Strategie di Differenziazione: sono ancora efficaci?



Silicon Alley Insider

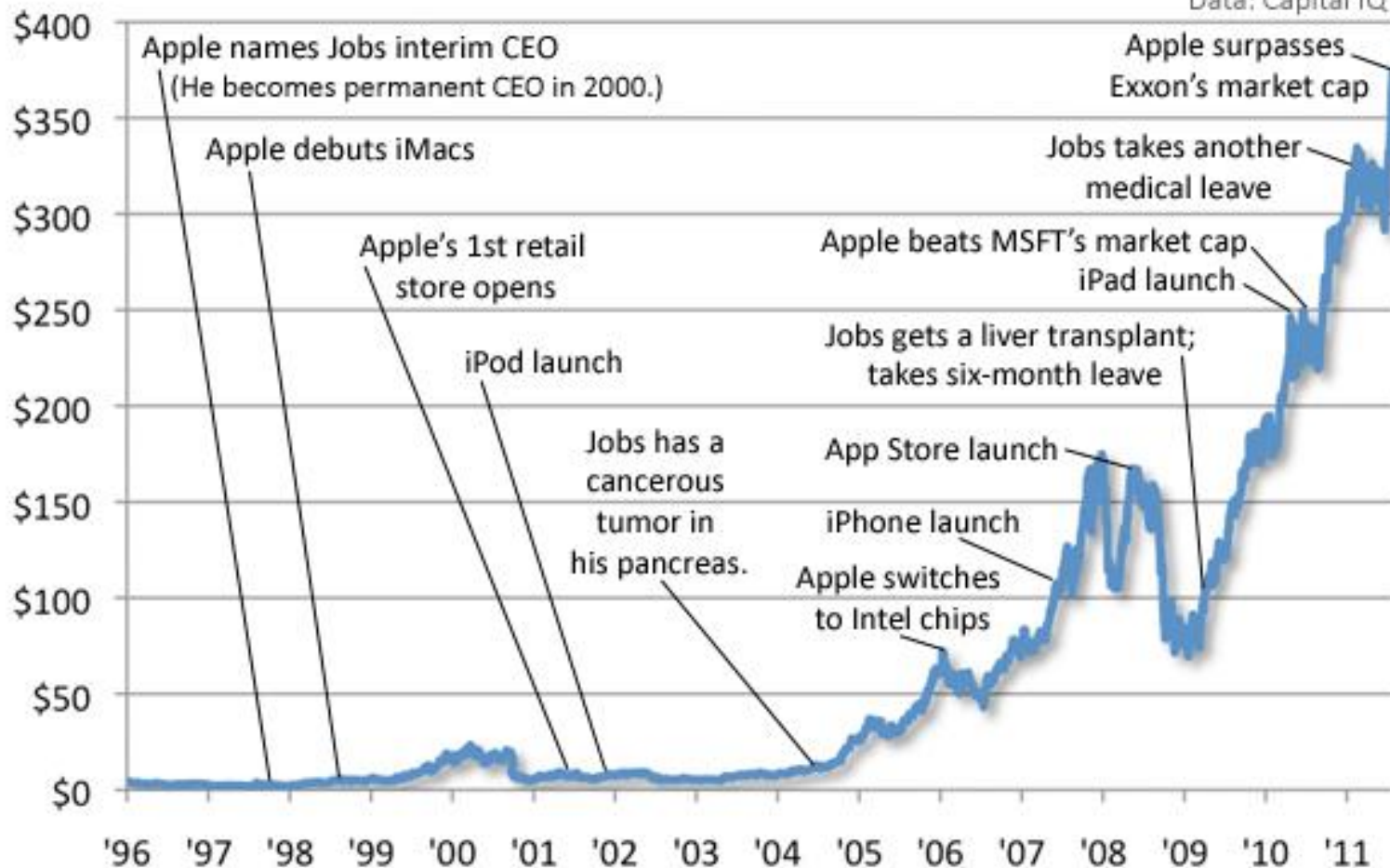


Chart of the Day

Apple's Market Cap During Steve Jobs' Tenure

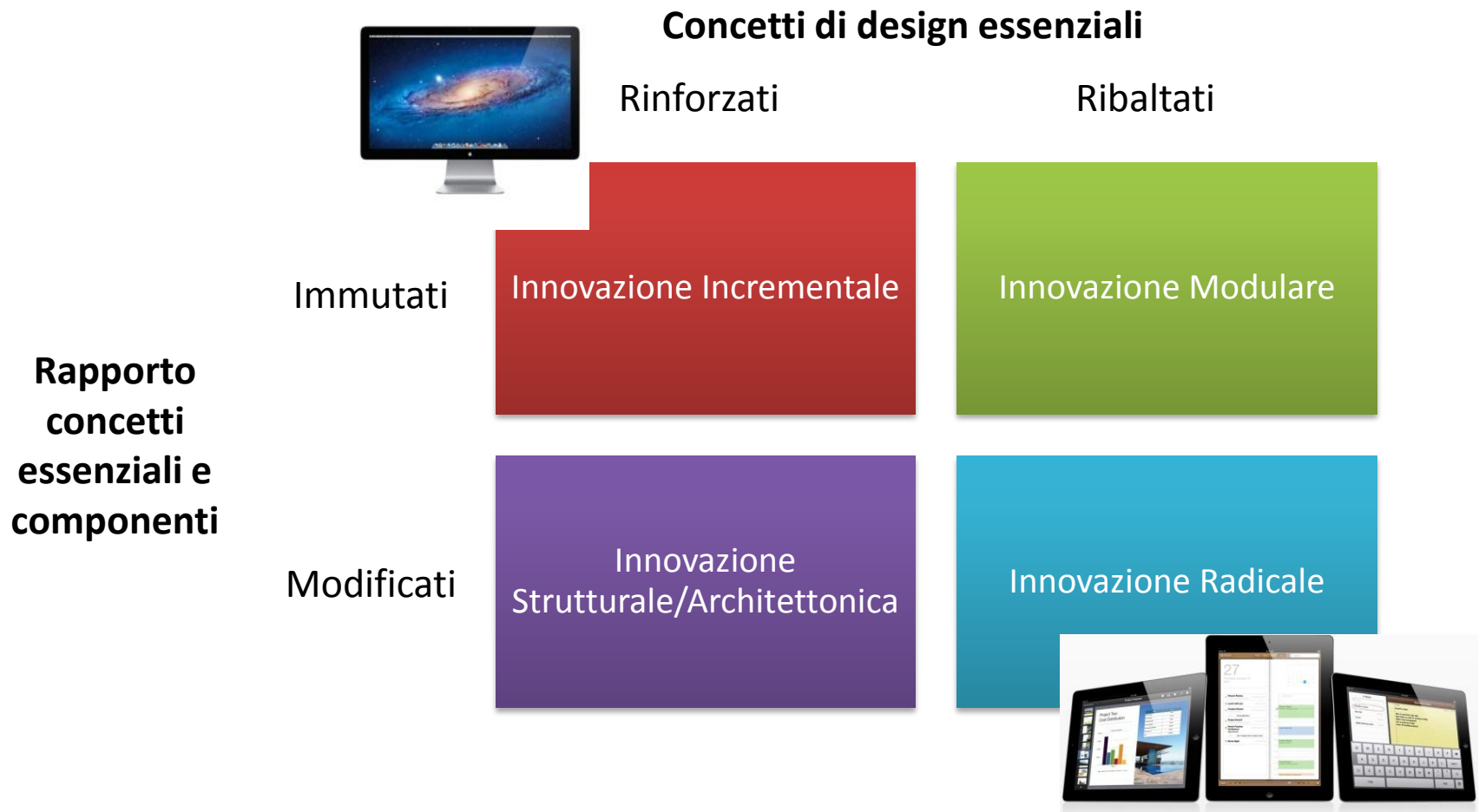
In Billions

Data: Capital IQ



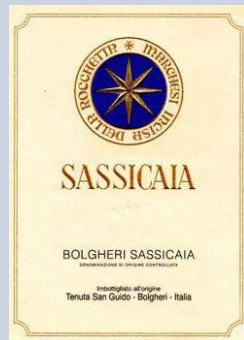
A framework for defining innovation

Henderson, Clark (1990: 12)



Differenziazione Vs Diversificazione (1)

Differenziazione



Diversificazione



Differenziazione Vs Diversificazione (2)

Differenziazione



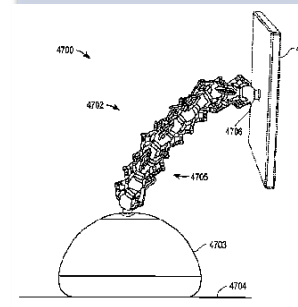
Diversificazione



FIG. 1A (PRIOR ART)



FIG. 1B (PRIOR ART)



Il Prodotto/Servizio differenziato:

1) Unico, diverso da quello dei rivali



2) Difficile da imitare



3) Percepito dal consumatore come di valore superiore



Se di successo l'impresa può applicare un premium price.

Un caso particolare di differenziazione abbinata alla diversificazione: la *Blue Ocean Strategy*

W. Chan Kim, Renée Mauborgne

Alla ricerca di crescita continua e profitto le aziende sono da tempo impegnate in un testa a testa con la concorrenza per ottenere vantaggi competitivi, una maggiore quota di mercato, e un'elevata differenziazione. Eppure, nei mercati sovraffollati ("oceani rossi") di oggi è sempre più difficile competere direttamente sui risultati.

Le aziende sono sempre più spinte verso la creazione di "oceani blu" liberi da competizione. Tramite "innovazioni di valore", esse provocano forti scosse per le aziende e i loro clienti, rendendo obsoleti i rivali e scatenando nuova domanda. Blue Ocean Strategy fornisce un approccio sistematico per rendere la concorrenza sempre meno rilevante.

