

INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Premessa</i>	XIII
<i>Introduzione</i>	XVII

PARTE I

LE PROSPETTIVE DELL'ANALISI STRATEGICA

1. La prospettiva "situazionale" e quella "evolutiva"	3
2. La prospettiva "oggettiva" e quella "soggettiva"	11
3. Analisi strategica: schema metodologico	17

PARTE II

LA MAPPA STRATEGICA: LE REGIONI, IL SENTIERO E GLI OGGETTI DELL'ANALISI

1. La prima regione della mappa: l'azienda dell'oggi	25
1.1. L'idea imprenditoriale per l'oggi, l'impostazione strategica attuale e il sistema d'azienda operante	25
1.2. La qualità e l'efficacia/efficienza realizzativa dell'impostazione strategica: alcune riflessioni di sintesi	42
2. La seconda regione della mappa: l'azienda pensata oggi per il domani	47

	<i>pag.</i>
2.1. L'idea imprenditoriale per il domani	47
2.2. L'intento strategico	65
2.3. La qualità e la coerenza strutturale dell'intento strategico: alcune riflessioni di sintesi	79
3. La terza regione della mappa: i processi di cambiamento strategico	87
4. La quarta regione della mappa: <i>i "valori" e l'"identità" dell'azienda</i>	101
5. La quinta regione della mappa: <i>le performance</i>	109
 <i>Quadro di sintesi e rinvio</i>	 127
 <i>Bibliografia</i>	 135
 <i>Sitografia</i>	 147