

## **Workgroup per lo sviluppo di una strategia aziendale**

### **Parte 1**

Il workgroup ha la finalità di mettere in pratica le conoscenze teoriche e gli strumenti appresi nel corso dello studio delle diverse tematiche trattate nell'insegnamento di Strategia aziendale. Più nel dettaglio, gli obiettivi del workgroup sono i seguenti:

- mediante lo sviluppo di una strategia o più strategie coordinate da parte di ciascun gruppo, saper applicare i vari modelli e approcci strategici appresi a lezione in maniera progressiva: il workgroup, infatti, è caratterizzato da uno sviluppo per fasi successive, vale a dire che al termine di ogni Unit didattica verrà assegnato un nuovo set di attività da svolgere, collegate agli argomenti della stessa Unit;
- contribuire alla valutazione finale complessiva dello studente: il voto assegnato al workgroup andrà a determinare il voto finale di ciascun studente del 35%.

Sotto il profilo operativo, ciascun gruppo (composto da 4 unità) dovrà preliminarmente scegliere la tipologia di strategia (in termini di obiettivi) che intende implementare tra le seguenti (solo una):

- lancio di un nuovo prodotto/servizio;
- avvio di una nuova impresa;
- ingresso in un nuovo business/area strategica d'affari.

Successivamente, ciascun gruppo dovrà sviluppare i seguenti punti per la Parte 1 del workgroup:

1. **Abstract:** breve descrizione (circa 500 parole) di quelli che sono le finalità e gli obiettivi della strategia e descrizione delle azioni e dei risultati che si intendono realizzare con la medesima.

N.B.: l'abstract può essere revisionato e integrato in corso di sviluppo del workgroup.

### **2. Analisi del settore**

- a. Analisi preliminare del macro-ambiente*
- b. Analisi dell'attrattività del settore*
- c. Analisi della redditività del settore*
- d. Individuazione dei fattori critici di successo: vantaggio competitivo*

Nota: Per lo svolgimento del punto 2 è necessario avvalersi del modello delle 5 forze competitive di Porter e del modello della rete del valore.

### **3. Analisi della concorrenza**

#### *a. Processo di segmentazione*

- i. Identificazione dei criteri di segmentazione
- ii. Matrice di segmentazione
- iii. Analisi dell'attrattività dei segmenti
- iv. Identificazione dei fattori critici di successo di segmento
- v. Selezione del segmento (segmenti) obiettivo

#### *b. Segmentazione del settore per gruppi strategici*

Nota: Per lo svolgimento del punto 3 è necessario avvalersi oltre che dello strumento della Matrice di segmentazione, anche della mappa per gruppi strategici.

Il workgroup è soggetto a revisione da parte del docente. Pertanto, è necessario inviare il progress del lavoro entro le ore 18.00 di venerdì 5 aprile 2024 tramite modulo Google al seguente link: <https://forms.gle/MUTrPAyLiBe2fLJ28>

Il workgroup finale, completo in tutte le sue parti, sarà oggetto di discussione in sede di prova d'esame, contribuendo alla determinazione della valutazione finale dello studente come precedentemente indicato.

### **LINEE GUIDA**

Carattere: Garamond; interlinea 1,5.

Il file definitivo deve contenere Nome, Cognome, Indirizzo e-mail di OGNI membro del gruppo e l'indicazione del Referente.

La denominazione del file deve essere "Workgroup\_Cognome del Referente".