

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;
- entrata 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 13.00 di giovedì 6 aprile 2023 tramite modulo Google al seguente link: <https://forms.gle/xwYpsQSKbhyZrRrB8>

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".