



Unit 3 – Scheda Introduttiva 3.3.1

MERCATO GLOBALE E MANAGEMENT D'IMPRESA

Approfondimenti di Dottrina e di Cultura d'Impresa

No. 2/2005

Autore: Antonio D'Atri

La lettura proposta pone l'accento sull'evoluzione del management d'impresa, dovuta sia al crescente peso degli investimenti immateriali, all'interno dell'attività produttiva aziendale, sia all'ormai noto rapporto di reciproca interdipendenza tra impresa e ambiente, che ha reso indispensabile lo sviluppo di una funzione di management, in grado di regolare l'attività dell'impresa all'interno di un mercato sempre più complesso.

Dopo un lungo periodo in cui gli studi di management hanno focalizzato la loro attenzione su modelli logico-razionali di rappresentazione del comportamento d'impresa, finalizzati principalmente ad una chiara e plausibile previsione del suo agire, in questi ultimi anni si è affermata una tendenza volta ad esaltare tutti i componenti che effettivamente contraddistinguono lo spazio operativo delle organizzazioni economiche. L'autore sottolinea come l'attività del manager che opera in un mercato globale, debba essere supportata da esperienza, conoscenza tecnica ed immaginazione e non possa prescindere da nessuno dei tre elementi per esplicitare al meglio la propria funzione.

In sintesi, l'impresa "mondo" impone al management la ricerca di un impiego efficace delle risorse, al fine di perseguire nuove opportunità, attraverso i confini nazionali e di ottenere un vantaggio competitivo che preannunci migliori risultati economici, efficace impiego delle risorse nei riguardi soprattutto di una migliore gestione delle risorse umane.