

INDICE

pag.

PARTE PRIMA

L'ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA DEL PROFILO STRATEGICO

L. Marchi

1. CARATTERI GENERALI DELL'ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA RIFERITA AL PROFILO STRATEGICO	
1.1. I modelli di analisi	3
1.2. Gli strumenti software di supporto all'analisi	9
2. GLI STRUMENTI DI ANALISI ECONOMICO- FINANZIARIA E INTERPRETAZIONE DEL PROFILO ATTUALE	
2.1. Gli strumenti di classificazione/analisi: considerazio- ni preliminari	15
2.2. I modelli di classificazione/analisi a livello patrimoniale	17
2.2.1. Lo stato patrimoniale finanziario	18
2.2.2. Lo stato patrimoniale di "pertinenza gestio- nale"	30
2.3. Il modello di classificazione/analisi economico-red- dituale	34

	<i>pag.</i>
2.3.1. Il conto economico a costi e ricavi della produzione realizzata	36
2.3.2. Il conto economico a costi e ricavi del venduto	45
2.3.3. Il conto economico “marginalistico”	49
2.4. Il sistema integrato di analisi a mezzo indici economico-finanziari	55
2.4.1. Il quadro degli indici per l’analisi della redditività	61
2.4.2. Il quadro degli indici per l’analisi dell’efficienza produttiva	71
2.4.3. Il quadro degli indici per l’analisi della struttura patrimoniale e delle correlazioni investimenti-finanziamenti	79
2.4.4. Il quadro degli indici per l’analisi delle potenzialità di sviluppo economico	85
2.5. Il sottosistema di analisi dei flussi finanziari	89
2.6. Gli strumenti <i>software</i> di classificazione/analisi dei valori	96
3. GLI STRUMENTI DI ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA E GESTIONE DELLE PROSPETTIVE	
3.1. Il rapporto tra l’analisi delle prospettive e l’analisi del profilo attuale	101
3.2. L’analisi delle prospettive a livello generale	103
3.2.1. Gli strumenti di analisi delle prospettive economico-reddituali	103
3.2.2. Gli strumenti di analisi delle prospettive finanziarie e patrimoniali	107

PARTE SECONDA

L'ANALISI DEL QUADRO AMBIENTALE

A. Paolini

1.	IL MONITORAGGIO AMBIENTALE	
1.1.	Analisi degli input strategici dell'ambiente specifico	115
1.1.1.	La concorrenza	118
1.1.2.	I mercati	123
1.2.	Analisi degli input strategici dell'ambiente generale	138
2.	GLI STRUMENTI DI RACCORDO AMBIENTE ESTERNO-STRUTTURA/ATTIVITÀ IMPRENDITORIALE	
2.1.	Analisi degli input strategici interni: la struttura organizzativa	149
2.2.	Analisi degli input strategici interni ed esterni: il business	157
2.2.1.	L'articolazione del business	157
2.2.2.	Le matrici di portafoglio	165
2.2.3.	La SWOT analysis	177
2.2.4.	Gli scenari	179

PARTE TERZA

L'ANALISI DELLE COMBINAZIONI
PRODOTTO/MERCATO
E DEI PROCESSI GESTIONALI*A. Quagli*

1.	L'ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA DELLE COMBINAZIONI PRODOTTO/MERCATO	
1.1.	L'analisi prodotto/mercato: considerazioni introduttive	189
1.2.	L'analisi dei margini di contribuzione	191
1.2.1.	Il primo margine di contribuzione operativo	191
1.2.2.	Il secondo margine di contribuzione operativo	198
1.2.3.	Il margine netto di contribuzione	203
1.2.4.	L'ampliamento dell'analisi dalle combinazioni prodotto/mercato alle Aree Strategiche di Affari (ASA)	210
1.3.	L'analisi della redditività del capitale investito e dei flussi finanziari (a cura di L. Marchi)	212
2.	L'ANALISI DEI PROCESSI GESTIONALI E DELLA STRUTTURA ORGANIZZATIVA	
2.1.	La funzione di trasformazione tecnico-fisica	219
2.2.	La definizione della struttura organizzativa e delle procedure amministrative	228
	BIBLIOGRAFIA	233