

Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

380.394

Nella gestione strategica la crescita è un desiderio, un'ambizione, ma anche un obiettivo imprescindibile. Ciò nondimeno, spesso le aziende risultano incapaci di svilupparsi, sia sul piano quantitativo che qualitativo. Ancor più difficile risulta farlo in maniera profittevole e finanziariamente sostenibile. Questo lavoro è dedicato alla crescita delle medie aziende appartenenti ai tre settori tipici del made in Italy, abbigliamento, alimentare e arredamento. Attraverso un lavoro capillare ed esteso su un arco temporale significativo, si sono individuati i principali percorsi di crescita seguiti e le strategie adottate dalle aziende che nei dieci anni considerati hanno saputo svilupparsi, individuando per ciascun settore alcune interessanti best-practices. Ne conseguono indicazioni di ordine generale e suggerimenti utili per imprenditori e manager che, nonostante tutto, intendano guidare le proprie aziende verso nuovi percorsi di crescita. Quali sono le principali categorie di beni su cui possiamo investire? Qual è stato il loro rendimento storico e quale rendimento ci possiamo ragionevolmente attendere dai titoli di stato piuttosto che dalle azioni o dalle commodity? Noi tutti

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

possiamo facilmente trovare informazioni sui risultati ottenuti da questo o quel prodotto negli anni recenti, ma quanti di noi hanno un'idea di ciò che è ragionevole ricavare investendo oggi ad esempio in titoli azionari? Nel discutere questo e altri temi, il libro fornisce efficaci modalità di comprensione dei mercati finanziari e dei vari strumenti che consentono al lettore di orientarsi tra le varie scelte possibili. Bernstein usa scenari storici come test di tolleranza al rischio, simula situazioni di individui alle prese con diverse evoluzioni di mercato in differenti momenti della loro vita, fa leva sui risultati raggiunti in diverse discipline per mettere in luce i condizionamenti mentali cui possiamo andare incontro nelle nostre valutazioni. Particolare attenzione è data alla pianificazione degli investimenti a fini previdenziali. Una necessità per le giovani generazioni ma anche per coloro che hanno avviato da alcuni anni la loro carriera lavorativa e che si trovano nell'esigenza di valutare come integrare la pensione che un giorno potranno ricevere.

dinamiche insediative e cultura materiale ai confini con Roma / Settlement dynamics and material culture on the confines of Rome

Come scrivere un piano marketing. Cercare le informazioni, definire obiettivi e strategie, creare un piano efficace e realizzabile

Strategie di crescita mediante acquisizioni nelle

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

imprese high tech

Come Investire in Modo Intelligente in ETF, etc e Fondi d'Investimento: Costruire un Portafoglio Profittevole a Basso Rischio

atti del Convegno svoltosi a Fiuggi, 22-23 settembre 1988

Guida pratica per crescere con i servizi Management. Ritorno al futuro

Guida professionale su come negoziare efficacemente gli ETF nei mercati di tutto il mondo. Una risorsa pratica e facile da usare che ti introduce al mondo dei fondi negoziati in borsa e ti fornisce le conoscenze necessarie per incorporare gli ETF nella tua strategia di investimento. Scopri gli ETF sulle materie prime, gli ETF sullo stile, gli ETF sui paesi e gli ETF inversi...qual è il loro ruolo in questo nuovo ambiente di trading? Completa la tua conoscenza con un'analisi rischi - benefici associati agli investimenti in ETF e crea il tuo ipotetico portafoglio: come possono migliorarlo e completarlo gli investimenti in ETF? Imparerai: - Cosa sono i fondi indicizzati e come sono formulati - Differenza tra fondi indicizzati standard e ETF indicizzati (Exchange Traded Funds) - Quali vantaggi hanno rispetto ad altri prodotti di fondi comuni d'investimento - Prendere decisioni di investimento informate basate sulla conoscenza fondamentale del mercato dell'ETF - Le strategie per scegliere i prodotti ETF giusti per le tue esigenze - Il business dietro la creazione di indici, come gli indici S&P, Dow Jones o MSCI - I difetti della logica alla base di molti piani d'investimento su indici - Un piano dettagliato su come ottenere il massimo da questi prodotti - BONUS: Come applicare l'approccio di investimento 80/20 all'investimento in

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

fondi indicizzati con diversi esempi e casi di studio - Imparare l'analisi e i metodi di esecuzione specifici degli ETF Anche se gli ETF si scambiano come le azioni, non sono azioni e le differenze influiscono su ogni aspetto del loro uso. Come fare soldi con le azioni? Primo passo: non scambiare azioni. In una partenza radicale dalla maggior parte dei libri di investimento, un ex day trader dimostra come una semplice strategia di asset allocation che si "adatta" alle mutevoli condizioni di mercato ha fornito un rendimento medio annuo del 12% negli ultimi 10 anni. Cosa significa 12%? Se hai familiarità con le basi dell'investimento, saprai che questa cifra si avvicina al doppio del rendimento medio del benchmark S&P 500. Inoltre supera il 99% di tutti i fondi comuni di investimento. Ma cos'è la sopra-performance senza protezione? Quando lo S&P 500 è crollato nel 2008 e ha perso il 37% del suo valore, questo piano ha reso effettivamente +10,9%. Costruire ricchezza a lungo termine nel mercato azionario con questa semplice strategia di rotazione ETF che automatizza il processo decisionale, riduce il rischio e la volatilità nel vostro portafoglio, e ti permette di dormire tranquillamente la notte senza preoccupazioni di bear markets o bolle che scoppiano. Chiunque può farlo. Se hai 20 minuti alla settimana e un computer, puoi trasformare qualsiasi importo di investimento in una macchina composta in costante crescita. Il tuo vantaggio sugli altri è che le persone o non hanno conoscenze sugli investimenti o sono troppo spaventate per iniziare. Ma imparando a investire, ti renderai conto che investire non è così complicato e rischioso come si può pensare. Piuttosto, è una necessità per far crescere la vostra ricchezza oltre i metodi tradizionali. Se sei pronto a tirare fuori i tuoi soldi dal conto di risparmio e iniziare a fare delle mosse finanziarie più grandi, allora non aspettare oltre. Compra una

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

copia di questo libro oggi e inizia a conoscere i fondi passivi, in modo da poter ottenere maggiori guadagni finanziari. Una volta fatto questo, avrai una visione completamente diversa del denaro e delle finanze.

Nuovi clienti in nuovi mercati, ecco la risposta alla perdurante crisi che colpisce il nostro paese. È necessario che le scelte aziendali siano orientate verso un contesto internazionale, caratterizzato dalla crescente integrazione dei mercati e dalla rapida circolazione di prodotti e servizi. Per questo motivo, confinare le strategie di marketing solo al mercato domestico sarebbe una decisione limitativa e senza dubbio dannosa o per lo meno non costruttiva in termini di opportunità di vendita. L'individuazione di opportunità di crescita all'estero deve riguardare tutte le aziende: pensare che il concetto di marketing internazionale sia appannaggio dei grandi conglomerati e delle multinazionali è sicuramente sbagliato. Da queste considerazioni, ormai ampiamente condivise, nasce l'idea di realizzare il presente e-book. Vengono di seguito analizzate le tematiche più rilevanti che consentono alle imprese di inserirsi sui mercati esteri e di essere efficaci nella gestione dei prodotti e nella comunicazione: la diversificazione dei prodotti internazionali, l'uso dei nomi e il confezionamento dei prodotti, le strategie di prezzo, la pubblicità e la promozione delle vendite, le relazioni pubbliche, l'organizzazione e il controllo del marketing internazionale. STRUTTURA 1. Le decisioni di marketing internazionale 2. Forme di collaborazione in un paese estero 3. R&D decentralizzata all'estero 4. Eliminazione di prodotti 5. Adozione e diffusione di nuovi prodotti 6. La diversificazione dei prodotti internazionali 7. Nomi di prodotto e marche 8. La confezione del prodotto nel marketing internazionale 9. La strategia di prezzo nel marketing

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

internazionale 10. Il transfer pricing 11. I canali di distribuzione internazionali 12. La pubblicità internazionale 13. Il management commerciale delle aziende multinazionali e la promozione delle vendite all'estero 14. Le negoziazioni nelle vendite internazionali 15. La promozione delle vendite all'estero 16. Le relazioni pubbliche all'estero 17. L'organizzazione e il controllo nel marketing internazionale 18. pianificazione e strategia nel marketing internazionale 365.980

Strategie di internazionalizzazione e grande distribuzione nel settore dell'abbigliamento

Strategie di sviluppo integrato dei territori

Le sfide per il successo delle medie imprese del Made in Italy

Il marketing internazionale

Investire e fare business nelle grandi città ad alto tasso di crescita

ETF per Principianti

Il Risparmio

100.884

IL FUTURO DEL MARKETING rappresenta un'importante risorsa per tutti i business leader e i professionisti del marketing che vogliono dare competitività alle proprie aziende e capire come avere successo nel mercato globale. Questo libro è anche un'ottima guida per i politici che si occupano di sviluppo e per tutti coloro che hanno a che fare con il mondo del lavoro, siano essi imprenditori, dirigenti d'azienda, presidenti di Regione o assessori comunali. Philip e Milton Kotler

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

spiegano in modo approfondito i metodi con cui le grandi aziende e le multinazionali devono progettare il loro futuro e i luoghi in cui andranno a produrre e vendere, ma compilano anche un'interessante roadmap per gli stati e le grandi città, spiegando come questi ultimi possano attirare le aziende e i loro investimenti. Attraverso queste riflessioni, gli autori ci spiegano come il futuro del marketing sarà sempre più costituito dalle grandi città e dalle aree metropolitane, partendo dalla considerazione che, già oggi, le grandi città globali sviluppano circa l'80% del PIL delle nazioni che le ospitano. Ci invitano poi a riflettere sul fatto che nei mercati emergenti le grandi aree metropolitane stanno vivendo una crescita veloce e continua, mentre negli Stati Uniti e in Europa stanno sperimentando una crisi demografica, di posti di lavoro e investimenti. In un futuro ormai molto vicino, 600 aree metropolitane produrranno circa il 65 per cento del Prodotto Mondiale Lordo e 440 di queste realtà saranno in Paesi in via di sviluppo. IL FUTURO DEL MARKETING mette disposizione dei lettori gli strumenti e le strategie necessari ad adattare le politiche aziendali a questo nuovo mondo e al nuovo

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

modo di progettare l'export verso Paesi emergenti come Cina, Brasile, India e verso tutti i mercati in via di espansione.

Il volume Strategie di Pricing è la prima guida che tratta in maniera chiara e pragmatica una delle questioni basilari del mondo aziendale: come sfruttare la leva del prezzo per incrementare la redditività aziendale ed identificare nuove opportunità di crescita. Il pricing ha un impatto diretto sulla redditività aziendale, tuttavia le imprese non sfruttano pienamente le sue potenzialità. Spesso la definizione del prezzo si riduce all'applicazione di formule predefinite, all'orientamento alla concorrenza, all'aggiunta di un margine sul costo o al semplice istinto perdendo così reddito aziendale. Inoltre, visti i successi di molte imprese nella riduzione dei costi, la potenziale redditività aggiuntiva derivante dal cost cutting risulta limitata. Ecco perché anche in Italia il pricing sta vivendo una rinascita. Simon e Zatta, mettendo a frutto la loro esperienza di consulenti aziendali, docenti e referenti, chiariscono come affrontare le diverse sfide con le quali i responsabili del marketing e la direzione aziendale si confrontano quando intendono

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

definire ed implementare strategie di pricing. Casi aziendali, esempi italiani ed esteri rendono ancora più facilmente comprensibile e applicabile la materia trattata.

Economia e strategia dei processi d'internazionalizzazione delle imprese I segreti delle aziende Low Cost.

Riflessioni per il mondo delle imprese

Il family business made in Tuscany

Giovani stranieri, nuovi cittadini. Le

strategie di una generazione ponte

Le strategie di una generazione ponte

la nuova economia e il nuovo mercato

borsistico

Biblio East

907.34

The Stanze della Moda project has set up an Observatory with the purpose of economic and management monitoring of the fabric of the Florentine companies through a marketing and research workshop.

The analysis of several major international retailers demonstrates the

emergence of a successful business model which, albeit in some respects idiosyncratic and difficult to transfer, represents an innovative

stimulus for companies in the sector that want to redefine their

competitiveness in the face of the altered market conditions. The focus

on the Florentine companies delineates the ways in which the local

manufacturers intercept the purchasing channels of major retail, creating a mediated form of sales on the international markets.

1065.114

il sistema locale dei Campi Flegrei

Economia politica

Come ottenere risultati positivi sui mercati finanziari

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

Gestione delle risorse umane

Pediatria di Nelson

Host Bibliographic Record for Boundwith Item Barcode

30112111593536 and Others

Crescita e redditività

La sopravvivenza l'obiettivo di molte imprese nel breve periodo, ma occorre guardare anche oltre la crisi. é necessario chiedersi come i clienti reagiscono. Cambiano prodotto? Cambiano fornitore? Smettono di comprare? Quello che fanno oggi lo faranno anche fra un anno? E quale deve essere la reazione delle imprese? La prima risposta ridurre il personale, rallentare la produzione, tagliare i costi fissi, fermare i progetti di investimento. Ma non tutti i costi possono essere tagliati e non tutti i progetti possono essere fermati, senza minare la capacità di competere nel lungo termine. I nuovi problemi non potranno essere risolti interamente con le vecchie regole, istituzioni, strategie e attitudini: occorre attrezzarsi per il futuro. Sulla base delle esperienze di precedenti recessioni l'approccio alle strategie di crescita che fa la differenza tra chi perde, chi sopravvive e chi vince. I perdenti sono quelli che assumono posizioni di difesa, partendo dal presupposto che nulla cambi rispetto a prima: stessi prodotti, stessi concorrenti pi o meno forti di prima, stesse motivazioni dei compratori. Nella recessione occorre invece un nuovo modo di pensare, andando talvolta contro i dogmi comunemente accettati.

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

Il marketing dello sviluppo. Le strategie di crescita delle piccole e medie imprese Franco Angeli
Le strategie di crescita nei servizi di trasporto aereo G Giappichelli Editore
Strategie di internazionalizzazione e grande distribuzione nel settore dell'abbigliamento Firenze University Press
Peter Lynch è il gestore di portafogli numero uno in America. Il suo mantra è:
l'investitore medio può diventare esperto nel proprio campo e può arrivare a scegliere titoli vincenti in modo efficiente almeno quanto riescono a farlo i professionisti di Wall Street, semplicemente grazie a un lavoro di ricerca. Oggi, nella nuova introduzione scritta appositamente per questa edizione di *Un passo avanti a Wall Street*, Lynch ci regala la sua opinione in merito alle eccezionali prestazioni delle azioni tech, nonché su venti società vincenti del settore dell'alta tecnologia degli anni Novanta. Il fatto che molte di queste società siano del settore low tech corrobora la sua tesi secondo cui gli investitori non professionisti possono ottenere risultati eccellenti da società ordinarie e facili da studiare, con le quali entrano in contatto nella vita di tutti i giorni. Le opportunità di investimento sono all'ordine del giorno anche per gli investitori non professionisti - afferma Lynch. È sufficiente osservare gli sviluppi economici e prestare attenzione al mondo attorno a noi - che sia al supermercato o sul posto di lavoro - al fine di scoprire

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

società potenzialmente di successo prima che vengano individuate dagli analisti professionisti. Battere sul tempo gli esperti permette di imbattersi nei cosiddetti tenbagger, titoli il cui valore aumenta di dieci volte o anche più rispetto all'investimento iniziale e grazie ai quali un normalissimo portafoglio azionario realizzerà performance eccezionali. In collaborazione con John Rothchild, noto giornalista finanziario, Lynch fornisce al lettore consigli facili da seguire al fine di individuare i titoli migliori e scartare invece quelli senza prospettiva di crescita, tramite un'attenta analisi dei bilanci societari, andando a scovare i numeri che davvero contano, e fornisce preziose linee guida per investire in società cicliche, in fase di ripresa o caratterizzate da rapida crescita. Lynch promette che se vi dimostrerete pronti a ignorare gli alti e i bassi del mercato azionario, nonché le infinite speculazioni sui tassi di interesse, nel lungo termine (ovvero dai cinque ai quindici anni) il vostro portafoglio vi ricompenserà. Questo consiglio intramontabile rende Un passo avanti a Wall Street un libro imperdibile: una pietra miliare in materia di investimenti, rinnovata e resa fruibile anche per il nuovo millennio.

Strategie e politiche aziendali

Service Strategy

Rivista di politica agraria

Riflessioni per il mondo delle imprese

*La delocalizzazione nei mercati
internazionali*

Un passo avanti a Wall Street

109.7

I nuovi modelli di riferimento per le strategie di comunicazione delle imprese che stanno emergendo a livello internazionale si caratterizzano sia per la presenza crescente di canali alternativi a quelli tradizionali, sia per l'impiego degli stessi canali già esistenti con modalità non convenzionali. In questa evoluzione il branded entertainment rappresenta oltre il 45% degli investimenti sui mezzi innovativi, con un valore stimato a livello mondiale di oltre 51 miliardi di dollari per il 2006. Questo libro analizza in particolare il fenomeno del product placement, che si colloca alle origini delle moderne strategie di branded entertainment e si sta progressivamente affermando anche in Italia nel settore cinematografico. Il valore complessivo del product placement, stimato per il 2007 in oltre 9 miliardi di dollari con un incremento del 20% rispetto al 2006, registrerà una crescita sostenuta anche nei prossimi anni, grazie allo sviluppo in Europa e in Asia. Il volume esamina le molteplici implicazioni legate all'inserimento dei prodotti di marca all'interno dei contenuti dei mezzi di intrattenimento - dal cinema alla televisione, dal teatro all'editoria, dai videogiochi alla musica - e delinea,

attraverso l'esame dei risultati di vent'anni di ricerche empiriche, le principali modalità di funzionamento del product placement sul processo persuasivo del consumatore, fornendo concreti suggerimenti manageriali per una sua efficace pianificazione.

1490.39

Strategie di Pricing

Questione di forma. Strategie per la crescita esplosiva nei paesi in via di sviluppo

Imprese italiane Internet

Alle pendici dei Colli Albani / On the slopes of the Alban Hills

Economia internazionale

QA.

un blueprint sulle politiche del lavoro e dell'occupazione

Situazione occupazionale in Europa e specificità della disoccupazione in Italia. Strategie di politica del lavoro e dell'occupazione. La situazione del Mezzogiorno d'Italia. Politiche strutturali attive e passive del lavoro e dell'occupazione. Strategie di formazione professionale e partecipazione. Ampi riferimenti bibliografici. .

This volume results from the conference "Between Appia and Latina, Settlement Dynamics and Territorial Development on the Slopes of the Alban Hills", held at the Royal Dutch Institute at Rome (KNIR) in February, 2017. It contains 23 methodological, thematic and material culture studies on the historical topographical reconstruction of the Alban Hills in Antiquity with a focus

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

on the area of contact with the suburbium of Rome. Papers present both data from new research and results of research done in the past. In the initiative a range of research institutions partook (foreign Institutes at Rome, Universities, Archaeological Services) and independent researchers stimulating the exchange of current knowledge of this small, but important part of the Campagna Romana.

SOMMARIO: Introduzione □ 1. Linee Guida: 1.1. La Globalizzazione: attori principali - 1.2. Integrazione dei mercati: cause scatenanti - 1.3. L'internazionalizzazione delle imprese - 1.4. Internazionalizzazione per fasi - 1.5. Il "Global Approach" - 1.6. Strategia di internazionalizzazione □ 2. L'internazionalizzazione tramite investimento diretto: 2.1. Teoria dei vantaggi monopolistici e delle imperfezioni di mercato - 2.2. Il modello del ciclo di vita - 2.3. Internazionalizzazione tramite internalizzazione - 2.4. Il paradigma eclettico di Dunning - 2.5. L'innovazione tecnologica □ 3. La produzione internazionale tramite investimenti diretti: modalità e scelte strategiche: 3.1. La localizzazione degli impianti di produzione internazionale - 3.1.1. Obiettivi strategici e configurazione dell'investimento - 3.1.2. Strategia internazionale, specializzazione impianto e configurazione - 3.1.3. Valutazione paesi obiettivo - 3.2. Modalità di internazionalizzazione produttiva - 3.2.1. Le forme di investimento diretto - 3.2.2. Le variabili nella scelta delle forme di investimento - 3.2.3. La forma proprietaria - 3.2.4. Le variabili nella scelta della forma

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

proprietaria - 3.3. Case Study: Yantai Agrati Fasteners □ 4. L'esternalizzazione e delocalizzazione estera di attività di impresa: 4.1. L'integrazione verticale - 4.2. L'outsourcing: le origini - 4.3. L'outsourcing: approcci teorici - 4.3.1. La frammentazione della produzione - 4.3.2. I costi di transazione - 4.3.3. Vantaggio competitivo e competenze distintive 4.3.4. Nuovi approcci - 4.4. Costi e benefici dell'outsourcing - 4.5. Tipologie di outsourcing □ 5. Nuove strategie di approvvigionamento nel mercato globale: 5.1. Il processo di Outsourcing - 5.2. Analisi strategica delle attività - 5.2.1. Il benchmarking dei processi - 5.2.2. L'approccio bottom-up - 5.2.3. La creazione di valore dei processi - 5.2.4. La capability sourcing - 5.3. Valutazione del parco fornitori - 5.4. Stipula del contratto - 5.4.1. La negoziazione del contratto - 5.4.2. Le tipologie contrattuali - 5.4.3. Le clausole contrattuali - 5.5. Trasferimento delle attività - 5.6. Valutazione e controllo delle performance - 5.7. Il fornitore-concorrente - 5.8. Offshoring di attività - 5.8.1. La valutazione strategica dell'attività - 5.8.2. La valutazione dei fornitori Offshore - 5.8.3. La scelta della localizzazione - 5.9. Case study: Imetec S.p.A. □ Considerazioni conclusive.

Strategie di crescita delle imprese del settore dei colorifici ceramici

Dagli IDE all'offshoring

Il marketing dello sviluppo. Le strategie di crescita delle piccole e medie imprese

Disoccupazione e basso livello di attività in Italia

Le strategie di crescita nei servizi di trasporto aereo

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

I percorsi di sviluppo delle medie imprese campane
Come migliorare la redditività aziendale

Negli ultimi anni si è assistito a un crescente interesse nei confronti delle imprese high tech e delle loro strategie di crescita, non solo a causa del ruolo ricoperto in termini di generazione di reddito e di occupazione ma anche per la loro capacità di alimentare più ampi processi di sviluppo e di cambiamento tecnologico-produttivo a livello locale e nazionale. Queste imprese, che operano in mercati altamente dinamici e soggetti al rapido sviluppo del progresso tecnologico e innovativo, per fronteggiare l'attuale complessità ambientale e competitiva, devono disporre di risorse, competenze e conoscenze che non è sempre possibile sviluppare internamente: cresce quindi il ricorso a operazioni di merger & acquisition volte a ottenere dall'esterno gli ingredienti mancanti necessari al perseguimento di strategie business e corporate di successo. Il volume studia le modalità di attuazione delle strategie di crescita adottate dalle imprese high tech focalizzandosi sulle acquisizioni, alla luce delle prospettive teoriche più diffuse nella letteratura di strategic management. Dopo aver esaminato le principali caratteristiche strutturali e strategiche che contraddistinguono questo tipo di imprese e aver passato in rassegna le diverse opzioni interne, esterne e collaborative disponibili,

Download Free Le Strategie Di Crescita Nei Servizi Di Trasporto Aereo

il volume approfondisce il tema delle acquisizioni. Vengono prima discusse ed analizzate le principali motivazioni strategiche (e finanziarie) alla base di queste transazioni finanziarie per poi concentrarsi sul processo acquisitivo. Lo studio approfondito delle diverse fasi che compongono il processo stesso consente di comprendere le fonti alla base della creazione di valore e le possibili sinergie nell'ambito di queste operazioni, identificando anche i fattori di processo e di coerenza (strategica e organizzativa) alla base del successo o del fallimento delle acquisizioni high tech.

I segreti e le strategie per guadagnare in Borsa

Il futuro del marketing

La migliore internazionalizzazione nasce dall'organizzazione interna

Strategie e posizionamento nei mercati esteri. I

percorsi di sviluppo delle medie imprese campane

Strategie aziendali per agganciare la ripresa

Il product placement nelle strategie di

convergenza della marca nel settore

dell'intrattenimento

Strategie di investimento per il lungo termine