

# Indice

	<i>pag.</i>
<i>Introduzione</i>	IX
<b>Capitolo 1</b>	
<b>La strategia aziendale ed il cambiamento</b>	
1.1. L'azienda come sistema sociale	1
1.2. L'economicità e il governo d'azienda	10
1.3. La gestione strategica ed il governo del cambiamento	17
1.4. Le spinte e le sfide del cambiamento	29
<b>Capitolo 2</b>	
<b>Il riposizionamento competitivo</b>	
2.1. La formula strategica e il posizionamento competitivo	37
2.2. Il ruolo delle risorse distintive e delle sinergie nei processi di risana- mento: dalla formula strategica attuale a quella prospettica	48
2.3. La proposta di riposizionamento tra "scintilla" ed "intento"	57
2.4. La propensione all'innovazione e il <i>Change Management</i>	64
2.5. La capacità creativa dell'azienda	81
<b>Capitolo 3</b>	
<b>L'innovazione strategica</b>	
3.1. I contenuti dell'innovazione strategica	89
3.2. I percorsi di innovazione strategica	99
3.3. I processi di innovazione strategica	107

*pag.*

## **Capitolo 4**

### **La “razionalità strategica” e la “gestione dell’innovazione”**

4.1. La gestione dei processi di innovazione strategica	121
4.2. Gli strumenti a supporto dell’innovazione strategica	127
4.3. La creazione del valore nei processi di innovazione strategica	143
<i>Conclusioni</i>	153
<i>Bibliografia</i>	161