



L'estratto che stai visualizzando
è tratto da un volume pubblicato su
ShopWKI - La libreria del professionista

[VAI ALLA SCHEDA PRODOTTO](#)

INDICE SOMMARIO

Introduzione.....	Pag.	IX
-------------------	------	----

CAPITOLO I

L'IMPLEMENTAZIONE DELLA STRATEGIA IN LETTERATURA

1.1. L'implementazione della strategia negli studi di management.....	Pag.	1
1.2. L'implementazione della strategia negli studi italiani.....	Pag.	6
1.3. L'analisi della letteratura internazionale grazie alla <i>systematic literature review</i>	Pag.	9
1.3.1. La metodologia adottata.....	Pag.	10
1.3.2. L'analisi dei risultati.....	Pag.	14
1.3.3. Caratteristiche salienti dei <i>paper</i> selezionati: le tematiche affrontate.....	Pag.	22
1.3.4. Caratteristiche metodologiche dei <i>paper</i>	Pag.	26
1.4. I principali aspetti emersi dalla <i>review</i>	Pag.	28
1.4.1. La definizione di <i>strategy implementation</i>	Pag.	28
1.4.2. I fattori importanti per una <i>strategy implementation</i> di successo.....	Pag.	35
1.5. Considerazioni conclusive.....	Pag.	42

CAPITOLO II

STRATEGY IMPLEMENTATION E PROBLEMATICHE POST MERGER NELLE M&A

2.1. Le strategie di crescita e le M&A.....	Pag.	45
2.2. Motivazioni e benefici delle operazioni di M&A.....	Pag.	50
2.3. Le caratteristiche delle operazioni M&A.....	Pag.	52
2.3.1. Le fasi del processo di M&A.....	Pag.	59
2.4. Le problematiche <i>post merger</i>	Pag.	63
2.5. Le dimensioni chiave della <i>strategy implementation</i>	Pag.	69

2.6. Alcuni modelli teorici di riferimento della <i>post merger integration</i>	Pag.	71
2.6.1. Il modello di Nahavandi e Malekzadeh	Pag.	72
2.6.2. Il modello di Haspeslagh e Jemison	Pag.	75
2.7. I fattori influenti sulla <i>post merger integration</i>	Pag.	78

CAPITOLO III

LE MERGERS & ACQUISITION NELL'INNOVAZIONE

3.1. Il ruolo delle M&A nell'innovazione	Pag.	83
3.2. Effetti delle M&A sull'innovazione	Pag.	90
3.3. La letteratura sulle M&A motivate dalla acquisizione dell'innovazione	Pag.	97
3.3.1. Alcune problematiche emerse dalla letteratura sulle M&A dell'innovazione	Pag.	100
3.4. Le motivazioni delle M&A nell'innovazione	Pag.	102
3.5. Gli effetti delle M&A sulla <i>performance</i> tecnologica	Pag.	105
3.5.1. <i>Strategic e organizational fit</i>	Pag.	107
3.6. Problematiche <i>post merger</i> nelle M&A motivate dall'innovazione	Pag.	111

CAPITOLO IV

UN MODELLO PER LA *POST MERGER INTEGRATION*
DELLE IMPRESE INNOVATIVE

4.1. Le piccole e medie imprese innovative tipici target nelle M&A motivate dall'innovazione	Pag.	117
4.2. Le caratteristiche e i fattori chiave del modello proposto	Pag.	129
4.2.1. I fattori di natura esterna influenti sul processo	Pag.	130
4.2.2. I fattori di natura interna: il processo operativo strutturale	Pag.	131
4.2.3. I fattori di natura interna: il processo delle risorse umane	Pag.	136
4.3. Struttura del modello proposto	Pag.	142
4.4. Vantaggi e difficoltà attuative del modello	Pag.	150
CONCLUSIONI	Pag.	153
BIBLIOGRAFIA	Pag.	157
SITOGRAFIA	Pag.	191



L'estratto che stai visualizzando
è tratto da un volume pubblicato su
ShopWKI - La libreria del professionista

[VAI ALLA SCHEDA PRODOTTO](#)