

**POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020**  
**ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)**  
**Corso ITS VII Ciclo “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle**  
**Produzioni Locali di Qualità”**  
**(Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY)**

**Docente: Dott. Onofrio Scoppio**

**AREA: VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI**

**UF: Marketing territoriale**



# L'ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

Docente: Rino Scoppio

# L'ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

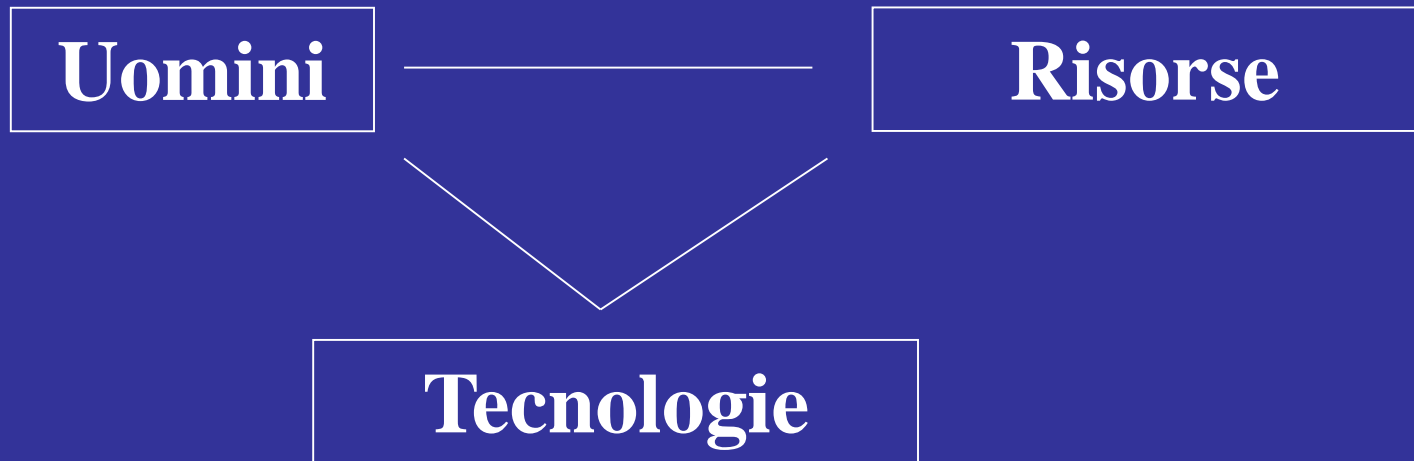


Risponde alla domanda



**“Chi fa Che Cosa?”**

E un meccanismo di integrazione fra:



# GLI STRUMENTI DESCRITTIVI DELLE ORGANIZZAZIONI

**Struttura Giuridica**

**Organigramma**

**Funzionigramma**

**Mansionario**

**Manuale delle procedure**

# I PRINCIPALI MODELLI GIURIDICI DI ORGANIZZAZIONE

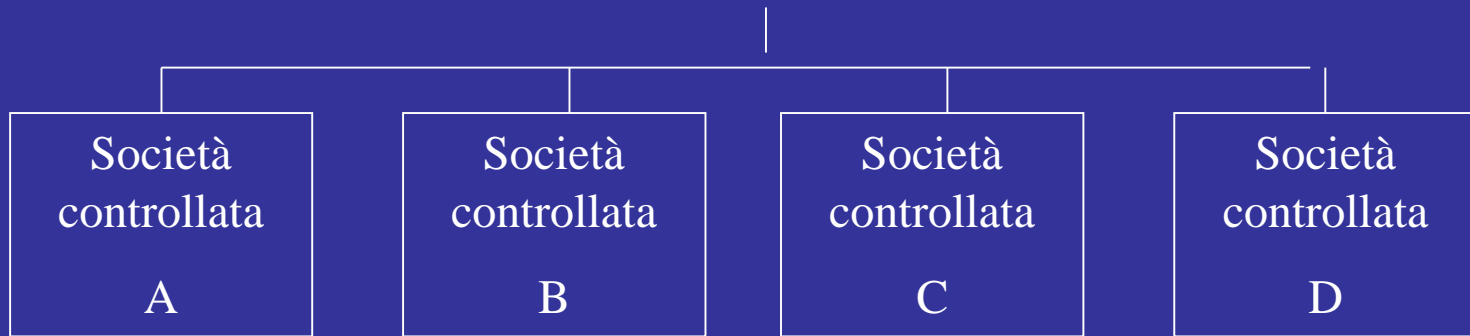
## 1) Su singola Entità Giuridica

(ditta individuale, società di persone o di capitali).

## 2) Gruppo basato su incroci reciproci fra più società collegate.

## 3) Gruppo basato su una Holding.

## Holding Capogruppo



# LE FORME GIURIDICHE

Lavoro autonomo

Ditta individuale

Impresa familiare

Società Semplice

Società in nome collettivo

Società in accomandita  
semplice

Srl – Società a Responsabilità Limitata

SrlS– Società a Responsabilità  
Limitata Semplificata

Spa – Società per Azioni

SApA - Società in accomandita per  
Azioni

Cooperativa

Onlus



# LE FORME DEL LAVORO INDIVIDUALE

Libero Professionista iscritto ad Albo

Libero professionista (non iscritto ad albo)

Contratto a Progetto

# LE SOCIETA' DI CAPITALI

Srl – Società a Responsabilità Limitata

Spa – Società per Azioni

SApA - Società in accomandita per Azioni

Ma che cos'è esattamente una ONLUS?

A prescindere dalla personalità giuridica,  
possono essere qualificate come ONLUS:

- le associazioni riconosciute
- le associazioni non riconosciute
- le cooperative
- le cooperative sociali
- le fondazioni

- altri enti privati con o senza personalità giuridica
- le associazioni di volontariato
- le organizzazioni non governative
- gli enti ecclesiastici delle confessioni religiose con le quali lo stato italiano ha stipulato accordi, intese o patti
- le associazioni di promozione sociale le cui finalità siano state riconosciute dal Ministero dell'Interno.

# Cosa è l'Organigramma

E' la rappresentazione grafica dell'organizzazione aziendale

Mette in evidenza i vari organi e i loro rapporti gerarchici.

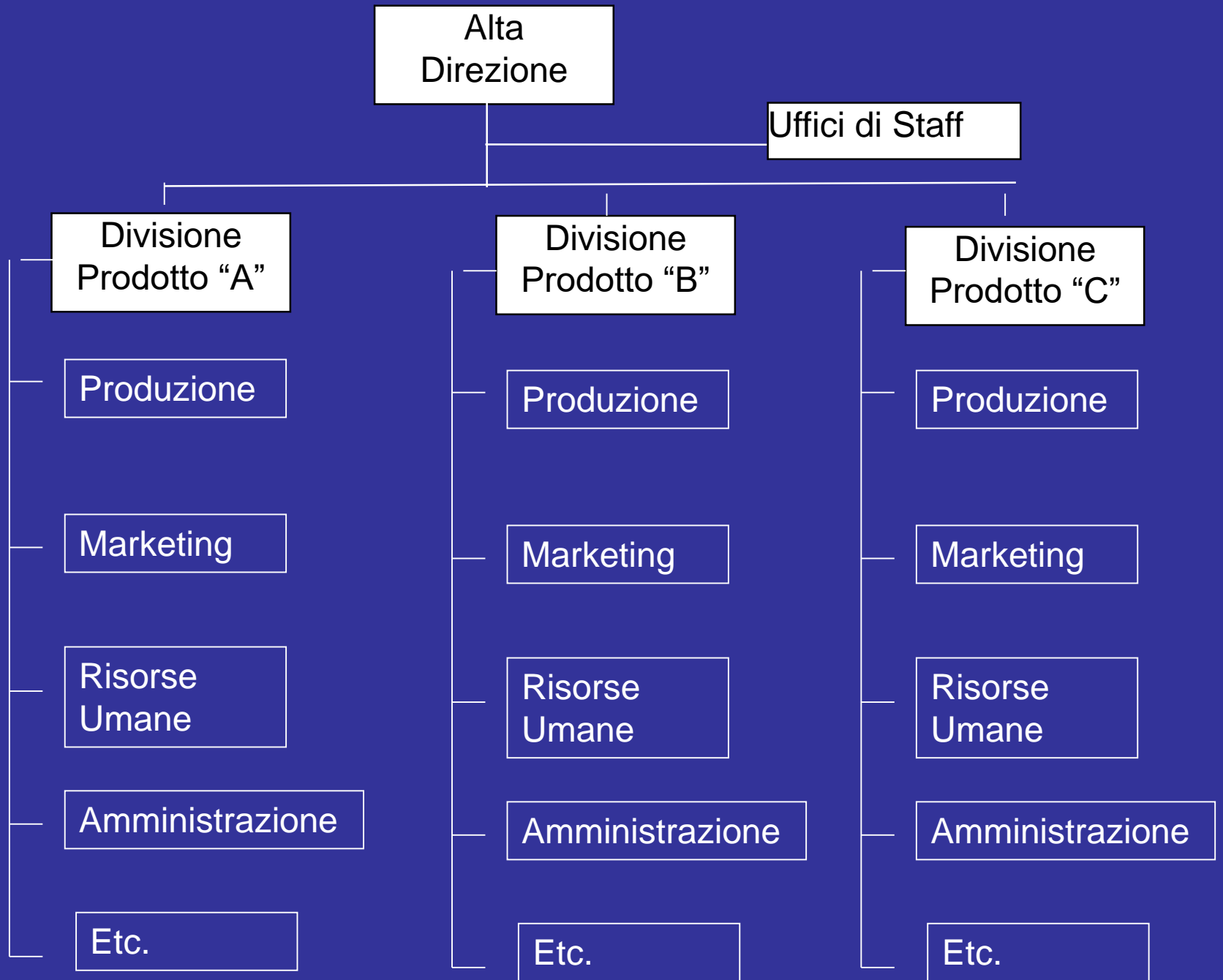
# I DIVERSI TIPI DI ORGANIZZAZIONE

**1) Gerarchica/Funzionale**

**2) Divisionale o per prodotto/mercato**

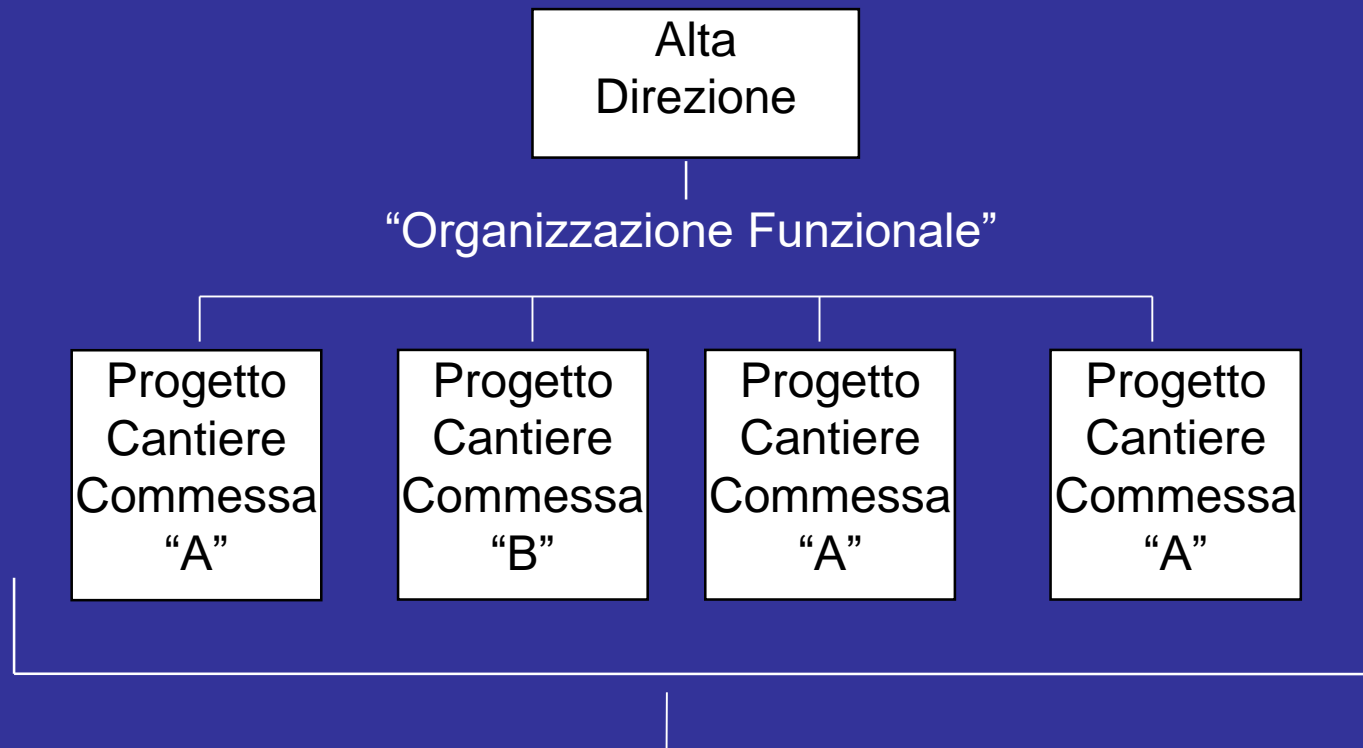
**3) Per Progetto**

**4) A Matrice**





# Organizzazione per Progetto:



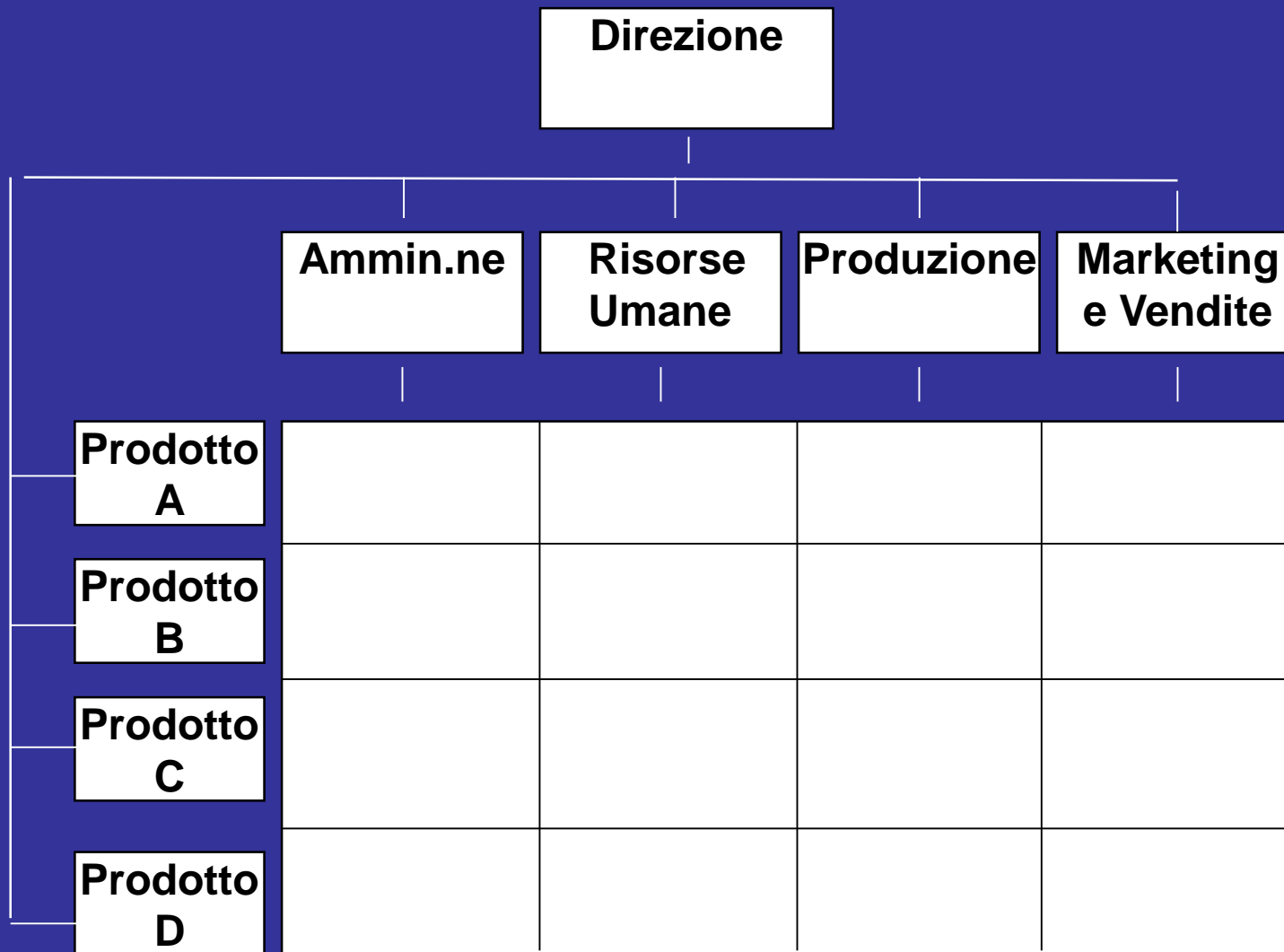
**Ciascuno con un organizzazione produttiva propria**

+

**Specialisti distaccati dall'organigramma funzionale**

**(sono strutture non permanenti ma rimangono in vita solo per la durata del progetto).**

# Organizzazione a Matrice:



Può essere evidenziato sia l'organico, cioè il numero di persone che compongono ogni organo, sia i nomi delle persone con la propria qualifica

# IL COMPITO

**Il compito definisce un insieme di attività elementari collegate tra loro e necessarie per svolgere una certa attività di un'impresa.**

# LA MANSIONE

**La mansione definisce l'insieme dei compiti svolti da un lavoratore**

## IL MANSIONARIO

**Nelle imprese esiste il mansionario, il manuale in cui sono indicati i compiti che devono essere svolti da ciascun lavoratore.**

# L'ORGANO

**Definisce l'insieme delle persone che hanno le stesse mansioni nella stessa impresa**

(Ad esempio la Direzione acquisti o il consiglio di amministrazione)

# LA PROCEDURA

**La procedura descrive i passaggi da effettuare per svolgere correttamente un singolo compito.**

**Ad esempio, l'addetto alla reception di un albergo deve conoscere la procedura per:**

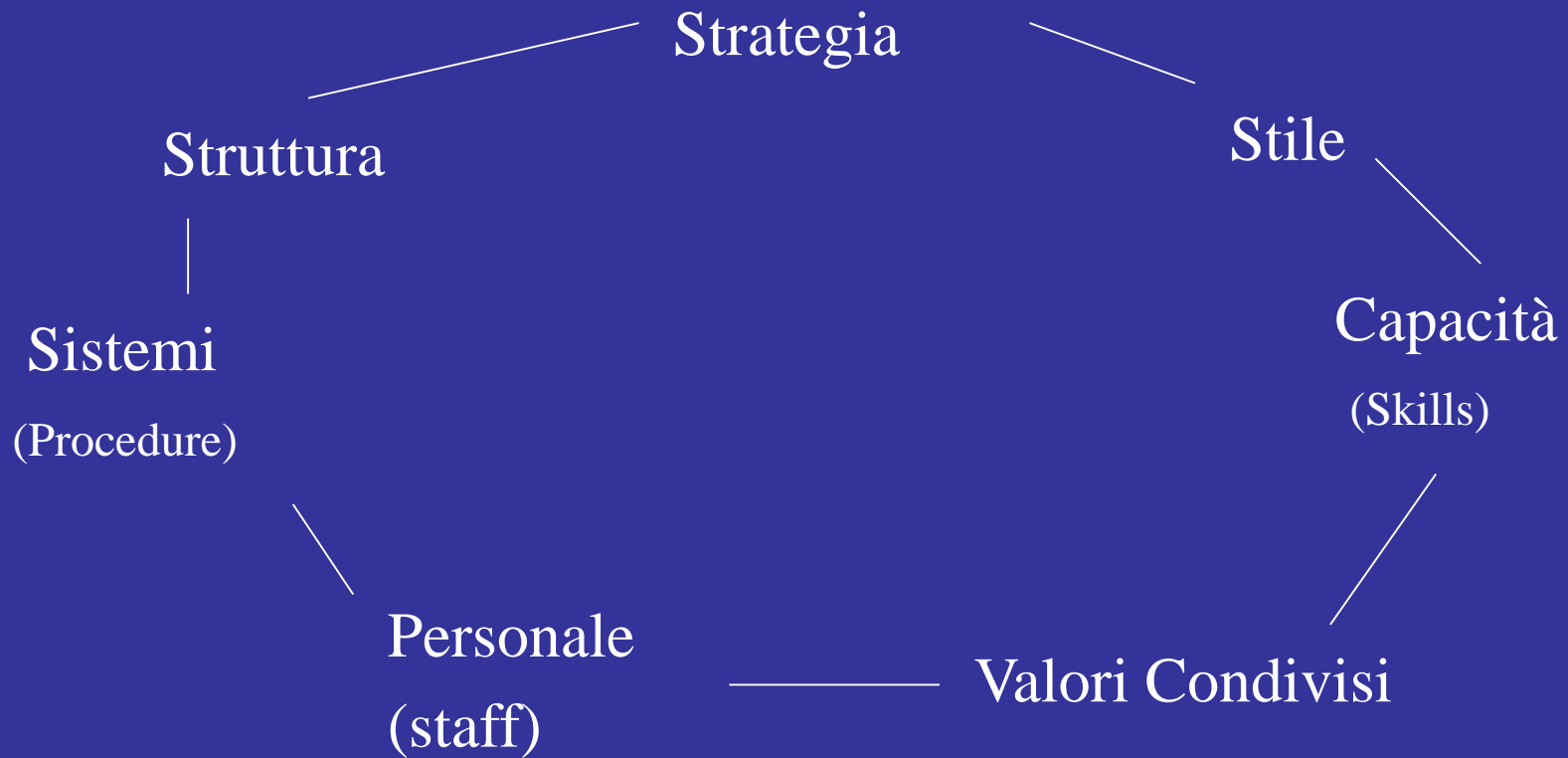
- Il check-in del cliente**
- Effettuare il pagamento con carta di credito**

# IL REGOLAMENTO

Il regolamento descrive l'insieme dei comportamenti che devono essere tenuti dai dipendenti in azienda

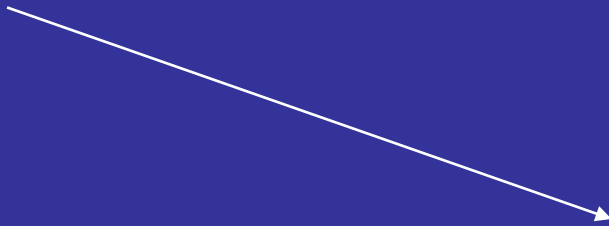


# Il modello delle 7 S



# **GLI STRUMENTI DELLA PIANIFICAZIONE STRATEGICA**

Può essere definita come il processo manageriale volto a sviluppare e mantenere una corrispondenza efficace fra:



**obiettivi e le risorse  
dell'organizzazione**


**e**

**le proprie opportunità ambientali.**

Compito della pianificazione strategica è quello di far sì che l'attività dell'impresa sia composta di un numero di



**valide aree di affari**



sufficiente a garantire la sopravvivenza dell'impresa anche nel caso in cui alcune di queste venissero meno

# “PENSARE STRATEGICAMENTE”

l'azienda significa delineare  
**una strategia complessiva**  
che consenta di

👉 Individuare e far propri i **fattori critici di successo** del mercato in cui si opera

👉 Segmentare il mercato per **acquisire differenti vantaggi competitivi**

👉 **Prevedere e anticipare** l'azione dei concorrenti

👉 **Investire prioritariamente** nelle attività che promettono vantaggi competitivi

# ***LE DIVERSE FASI DELLA PIANIFICAZIONE STRATEGICA***

Definizione della

- Mission
- Vision

Determinazione degli obiettivi dell'impresa

Scelta delle Aree d'affari su cui investire o disinvestire

Scelta sulle opportunità di Sviluppo e Diversificazione

# LA MISSION

CREIAMO, SELEZIONIAMO E PRODUCIAMO  
ABBIGLIAMENTO DI QUALITÀ IN MANIERA RESPONSABILE,  
SEMPRE AL GIUSTO PREZZO. QUESTA È OVIESSE





# LA VISION

**SUMMIT**  
**SOCIETA' DI CONSULENZA MANAGERIALE**

**La Vision**

**Divenire il Punto di riferimento per le  
organizzazioni che hanno deciso di  
perseguire l'eccellenza attraverso il  
cambiamento culturale**

**Su quali  
Aree d'affari  
investire o  
disinvestire?**

# LA MATRICE BOSTON CONSULTING GROUP



# LA MATRICE "GENERAL ELECTRIC- McKinsey"

Grado di Attrattività del Settore \*\*



↑	Investimento e Crescita	Crescita Selettiva	Selettività	Elevato
	Crescita Selettiva	Selettività	Mietitura/ Abbandono	Medio
	Selettività	Mietitura/ Abbandono	Mietitura/ Abbandono	Basso

\* Capacità Competitiva dell'azienda

# Capacità competitiva dell'azienda

- Economie di scala;
- Economie di esperienza;
- Efficacia ed efficienza produttiva;
- Produttività della forza lavoro;
- Innovazione tecnologica;
- Qualità intrinseca dei prodotti;
- Competitività dei prezzi;
- Competitività delle condizioni di pagamento;
- Solidità finanziaria;
- Reputazione di prodotto ;
- Reputazione di marca;
- Capacità promozionale;
- Immagine globale;
- Accesso ai diversi canali distributivi;
- Puntualità;
- Servizio pre e post vendita;
- Organizzazione di vendita;
- Sistemi manageriali;
- Personale manageriale e tecnico.

# GRADO DI ATTRATTIVITA' DEL SETTORE

- Dimensioni del Mercato;
- Tasso di crescita del mercato;
- Ciclicità;
- Struttura concorrenziale;
- Barriere all'entrata;
- Barriere all'uscita;
- Redditività del settore;
- Evoluzione tecnologica;
- Legislazione attuale e futura;
- Disponibilità di manodopera;
- Consenso sociale;
- Problemi ambientali;
- Problemi politici;
- Problemi legali;

# Le opportunità di Sviluppo e Diversificazione



## La strategia: principali classi di opportunità di espansione

<b>Intensivo</b>	<b>Integrativo</b>	<b>Diversificato</b>
Penetrazione nel mercato	Verticale ascendente	Concentrica
Sviluppo del mercato	Verticale discendente	Orizzontale
Sviluppo del prodotto	Orizzontale	Conglomerativa

# LA SCALA DEI BISOGNI DI MASLOW

Tendenzialmente si ricerca la soddisfazione dei bisogni secondo un iter stabilito:

