

1. Record Nr.	UNICAMPANIAVAN0086280
Autore	Ward, Edward Peter
Titolo	La pianificazione dei prodotti : guida operativa per adeguare la produzione e l'organizzazione delle imprese ai cambiamenti tecnologici e di mercato / E. Peter Ward ; [trad. W. Balduzzo]
Pubbl/distr/stampa	Milano, : Angeli, 1975
Descrizione fisica	373 p. : ill. ; 22 cm
Soggetti	Produzione - Programmazione
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>La "pianificazione dei prodotti" è la funzione che ha il compito di favorire il continuo riadattamento dell'impresa ai cambiamenti di mercato, attraverso una costante e sistematica evoluzione della politica del prodotto (o del servizio) perseguita dall'azienda. Esso rappresenta una sorta di "assicurazione per il futuro" dell'impresa, una garanzia che i suoi profitti potranno continuare a sussistere e ad espandersi.</p> <p>Proprio perché viviamo in anni in cui le condizioni di mercato appaiono sempre più incerte per la rapidità dei mutamenti determinati da fattori tecnologici, economici, sociali, politici, giuridici, le aziende - qualsiasi sia la loro dimensione o il settore in cui operano - non possono più essere guidate con i metodi tradizionali.</p> <p>Questo volume è il primo pubblicato in Italia che affronti questi temi - oggi al centro del dibattito manageriale - da un punto di vista strettamente operativo, con un'ottica aziendale, basandosi su una vasta esperienza pratica raccolta operando per conto di diverse società europee. In esso troverete illustrati con esempi, moduli, casi aziendali, liste di controllo, indicazioni degli errori da evitare, i metodi, le tecniche, le procedure per:</p> <ul style="list-style-type: none"> - valutare realisticamente le possibilità nei prossimi anni dei prodotti (o

- servizi) che la vostra azienda vende attualmente;
- individuare le linee di tendenza di mercato;
 - raccogliere le informazioni necessarie per valutare i singoli prodotti e nuovi mercati;
 - attuare un processo di diversificazione produttiva;
 - realizzare "joint ventures"; acquistare licenze; effettuare fusioni e incorporazioni;
 - selezionare le diverse alternative pratiche che si presentano;
 - valutare i fattori di rendimento, di stabilità, d'espansione, d'assimilazione, di marketing, di sviluppo, di produzione, legali di un nuovo prodotto;
 - riorganizzare l'azienda per un'efficiente politica di sviluppo dei prodotti;
 - organizzare in pratica l'attività di pianificazione dei prodotti.

Un testo fondamentale per imprenditori, dirigenti tecnici e commerciali, consulenti di marketing, esperti finanziari.
