

Corsi di Alta Formazione Manageriale

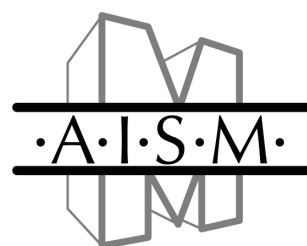
AISM Associazione Italiana Marketing, attraverso **AISM marketing School**, in collaborazione con **Business World** e **Knowità**, organizza corsi di alta qualificazione, corsi di alta specializzazione, o dedicati a segmenti di livello o interesse elevati destinati sia agli Associati che ai non Associati.

Finalità

Rappresentare un'autorevole fonte italiana del sapere nel campo del Marketing e mettere in evidenza le principali linee di tendenza nel settore.

PERCHÈ PARTECIPARE

Il corso **"Competere e vincere con risorse limitate"** consente di appropriarsi non soltanto delle nuove metodologie **Blue Ocean**, ma soprattutto di integrarle e testarle con un **approccio sistematico e rigoroso, adatto ad affrontare qualsiasi situazione di mercato**, con o senza concorrenti.



In collaborazione con



AISM *marketing* **School**

Competere e vincere con risorse limitate:
come migliorare e integrare l'approccio Blue
Ocean alla strategia

Nuovi strumenti di supporto alla Strategia Aziendale e di Marketing

5-6 Luglio 2011

Hotel Michelangelo Via Scarlatti, 33 ang.
Piazza Luigi di Savoia Milano

Presentazione Corso

OTTIMIZZARE L'IMPIEGO DELLE RISORSE

Il libro di Chan Kim e Renée Mauborgne dell'INSEAD (**Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant**, Harvard Business School Press, 2005, pubblicato in Italia con il titolo "**Strategia Oceano Blu: Vincere Senza Competere**") è stato un vero e proprio successo planetario, tradotto in 32 lingue e con più di un milione di copie vendute nel primo anno di pubblicazione. Operare in "**oceani blu**", **non insanguinati dalla lotta competitiva** ("oceani rossi"), sarebbe il nuovo imperativo per le aziende, o quanto meno un obiettivo da perseguire. E' stata sicuramente un'eccellente operazione di marketing (da cui dovremmo imparare!), basata sulla trovata di un titolo originale, un sottotitolo intrigante, nuove "etichette" per alcuni vecchi concetti, una campagna di comunicazione molto mirata, e il prestigio delle business school che ne hanno sponsorizzato il lancio (Harvard e INSEAD)

Il principale contributo del libro è quello di aver richiamato l'attenzione del mondo del **marketing** sull'importanza di individuare e sfruttare nuovi settori e nuovi spazi di mercato, in cui, almeno inizialmente, non vi è un sistema competitivo, o quanto meno trovare nuove modalità competitive che spiazzino i concorrenti per periodi più o meno lunghi.

Tuttavia, chi abbia letto il libro si sarà reso conto che **l'affermazione "vincere senza competere" è come minimo azzardata in molti casi**, inclusi alcuni citati dagli autori a supporto della loro tesi. Inoltre, l'approccio puramente qualitativo da essi adottato impedisce di mettere concretamente in pratica molti dei loro pur utili suggerimenti.

Questo corso integra e migliora tale approccio in modo sistematico, **rendendolo praticabile in qualsiasi situazione di mercato, con una particolare attenzione all'obiettivo di destinare in modo ottimale le risorse disponibili.**

Relatore:



Giorgio Gandellini è Professore a Contratto di Strategia Aziendale all'Università di Roma Tre, Senior Partner di ConCrea (Bologna), Managing Director di Nestplan International di Vernon (Francia) e Senior Vice President di EMCG a Londra e New York. È consulente e formatore nelle aree della strategia, del marketing strategico e internazionale, sia nel settore pubblico (ICE, Ministero degli Esteri, Commissione Europea, Camere di Commercio nazionali in vari Paesi) che in quello privato, avendo collaborato o collaborando con aziende di primaria importanza in numerosi settori industriali, nel largo consumo e nei servizi. Ha lavorato in più di trenta Paesi, inclusi gli Stati Uniti, ove ha avuto per tre anni la *Grover Hermann Chair of International Business* al Monterey Institute of International Studies in California. Ha conseguito la laurea in Legge alla Statale di Milano, un Certificato di Economia Aziendale alla Sorbona di Parigi e un MBA alla Columbia University Business School di New York. È ricercatore alla Grenoble Management School e alla Newcastle University sull'impatto manageriale delle applicazioni e-learning, e autore o co-autore di diversi libri, pacchetti multimediali, corsi in e-learning e simulazioni di gestione, fra cui "Il management dell'internazionalizzazione" (API, 2008), "Il nuovo marketing strategico" e "Perfectum" (Franco Angeli, 2005 e 2007).

Obiettivi

Il **corso** ha i seguenti principali obiettivi:

- sensibilizzare i partecipanti all'importanza di **sviluppare un nuovo approccio alla strategia**, che consenta possibilmente di "scoprire" i cosiddetti Oceani Blu o, quanto meno, nuovi spazi di mercato integrativi delle strategie prodotto/mercato tradizionalmente adottate
- aggiornarli su **approcci integrativi delle metodologie Blue Ocean**, che consentono di affrontare qualsiasi situazione di mercato, in presenza o in assenza di concorrenti
- in particolare, sensibilizzarli all'importanza di una **destinazione selettiva delle risorse** aziendali agli strumenti d'azione disponibili, attraverso un **approccio sistematico e quantitativo**, indipendentemente dalla disponibilità o meno di dati attendibili ed esaustivi
- fornire ai partecipanti gli **strumenti pratici necessari** per testare concretamente e gestire tali approcci, attraverso esemplificazioni, modelli di supporto alle decisioni e una breve simulazione interattiva.

DESTINATARI

Il corso "**Competere e vincere con risorse limitate: come migliorare e integrare l'approccio Blue Ocean alla strategia**" si rivolge ad imprenditori, amministratori delegati e direttori generali, responsabili marketing e commerciali, professionisti, consulenti aziendali e formatori, e chiunque sia interessato ad aggiornarsi sulle nuove frontiere del marketing strategico.

Si presumono esperienze lavorative nelle posizioni sopra indicate e, quindi, una buona dimestichezza con i concetti base di strategia, economia aziendale e marketing strategico.

COSTO DI PARTECIPAZIONE

Quota di Iscrizione
Euro 900 + iva

Quota di Iscrizione
per i Soci AISM Euro 750

La quota include il materiale didattico, coffee break e lunch per le due giornate.

ISCRIZIONI

AISM Associazione Italiana
Marketing - Via Olmetto, 3
20123 Milano -
tel. 02 863293
fax 02 72002889
info@aism.org
www.aism.org

Business World
tel. 0323 516505
info@bwconsulenza.it

Knowità
tel. 0575 352475
info@knowita.it