

Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

La logistica soffre di una visione stereotipata che la confina nell'ambito delle materie tecniche. Le competenze necessarie per gestirla rimandano alla ricerca operativa, all'impiantistica industriale, alla gestione del trasporto: in altre parole, all'ingegneria gestionale. Per un reale progresso necessario passare a un'ottica sistemica, interdisciplinare che ponga il focus sull'economia e sul marketing. Il volume inquadra i problemi di ottimizzazione logistica nel quadro della strategia di marketing dell'impresa e della tipologia di relazioni con i membri della filiera. Il campo di indagine il settore grocery dove la modernizzazione del commercio ha complicato le relazioni di canale, aggiungendo aspetti competitivi e collaborativi alla dimensione contrattuale.

100.779

1810.2.29

365.765

«Il cuore della crisi mondiale è in Europa. Fino a quando reggerà quel filo che tiene insieme le nazioni europee senza che la sua lacerazione ci riporti indietro nella storia?». Viviamo un'epoca di cambiamenti straordinari che preannunciano una profonda riconfigurazione del sistema politico mondiale. A soffrire maggiormente questi

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

cambiamenti è l'Europa. Il Vecchio continente, infatti, pare aver smarrito la rotta e aver dimenticato quegli insegnamenti legati alla diplomazia, alle regole della ragion di Stato, che gli avevano garantito prosperità e stabilità nella seconda metà del Novecento. Una risposta alle forze disgregatrici in atto non può essere l'attuale Unione europea, minata dai suoi limiti costitutivi e dalle sue croniche debolezze. Solo «una nuova entente cordiale tra Usa e Russia può superare l'unipolarismo e la forza spropositata della finanza sregolatrice». Ci vuole, insomma, un ritorno alla politica «buona», ma anche a una economia regolata e a una finanza che guardi alle comunità e non al profitto del singolo individuo. Perché questo possa avvenire, i valori dell'Occidente come la democrazia, la libertà, i diritti della persona devono essere oggi ridiscussi, non dimenticati, né tantomeno abdicati. Queste pagine sono un viaggio nelle origini profonde di quanto accaduto al mondo dagli anni della cosiddetta «globalizzazione» fino alla crisi pandemica mondiale del 2020. Un'opera fondamentale per comprendere un tempo, il nostro, che pare volgere verso la sua fine.

Il settore immobiliare per la logistica sta vivendo una rinascita grazie al significativo sviluppo dell'e-commerce e del retail, oltre alla continua crescita dell'outsourcing degli impianti. Questo fenomeno ha portato le aziende a ricercare magazzini che siano compatibili con le loro necessità, valutando non esclusivamente in base alla location, ma anche dal punto di vista della qualità, delle dotazioni infrastrutturali e della funzionalità. Dopo aver affrontato le caratteristiche e i trend del settore immobiliare e

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

dell'outsourcing logistico, nonché i criteri di progettazione del magazzino, il cuore dell'opera è rappresentato dalla proposta di un modello innovativo per valutare la qualità e la funzionalità degli immobili logistici, con particolare riferimento a quelli più ricercati dalle aziende che offrono servizi in outsourcing. Tale modello, sviluppato in collaborazione con i principali player del settore, misura in modo oggettivo la qualità su una scala da una a cinque stelle e consente di valutare il gap rispetto alle soluzioni best in class presenti sul mercato. Attraverso l'Osservatorio sull'Immobiliare Logistico OSIL, di LIUC Business School, sono stati mappati ad oggi oltre 150 magazzini italiani, per un totale di 3 milioni di mq coperti. I risultati evidenziano un buono stato di salute della logistica conto terzi in Italia, e una tendenza a ricercare soluzioni ispirate all'automazione e alla sostenibilità, che rappresentano i due principali assi di sviluppo del settore per gli anni a venire.

Este volumen recoge las ponencias presentadas en el taller que sobre procesos constructivos de arquitectura romana se celebró en Mérida en octubre de 2007. Se reflexiona acerca de cómo entendían los romanos el concepto de cantiere o chantier (la obra) y el proceso de construcción de la misma en torno a ocho fases: el concepto inicial, la preparación de los terrenos, obras de infraestructura, la adquisición y preparación de materiales de construcción, la transformación secundaria de los materiales, la construcción, acabados y decoración, y las reparaciones y modificaciones. Todo ello partiendo de una metodología de comparación entre la

arquitectura de Roma y la de las provincias occidentales.

In Italia è possibile una “misura” del Piano Urbanistico? È possibile proporre un metodo per realizzare una valutazione seguendo una procedura rigorosa che permetta di affrontare, in termini disciplinari corretti, una comparazione tra elementi di qualità presenti in strumenti pianificatori maturati in differenti contesti geografici, politici, sociali ed economici? Per rispondere a tale quesito sono stati selezionati venticinque piani urbanistici di recente costruzione per città di grande complessità (Roma e Milano), di rilevante dimensione (Bologna, Firenze), di media grandezza (Agrigento, Ancona, Bergamo, Ferrara, Ivrea, La Spezia, Novara, Ravenna, Siena, Verona), di piccola dimensione (Argenta, Buccinasco, Cassino, Jesi, San Miniato, Sesto Fiorentino, Todi), fino ad ambiti di aggregazione di diversi Comuni (Cento-Alto Ferrarese, Capannoli-Palaia, Reno-Galliera, Lugo-Bassa Romagna). È stato assunto il difficile compito di definire una metodologia originale per comparare, con un unico framework, elementi di qualità dei piani (sintetizzati in schede di piano, schemi di piano, manifesti comunicativi di sintesi, quadri di confronto e valutazione), mettendo a disposizione una chiave di lettura del panorama variegato dei diversi approcci in Italia alla pianificazione urbanistica e un ventaglio di tipologie di attenzione alla qualità “del piano”, “nel piano”, “con il piano”, “oltre il piano”. Si è così giunti ad una guida di qualità per affrontare le incertezze del nuovo piano urbanistico, uno spettro di operazioni possibili, di scenari e metodologie alternative, messe a disposizione di una platea di professionisti incaricati

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

di piani urbanistici, di ricercatori, amministratori, studiosi dell'urbanistica e di quanti intendono avviare una revisione della disciplina urbanistica, introducendo strumenti di misura della qualità dei piani, e quindi di critica, anche severa, di piani urbanistici “burocratici” o non adeguati. Una guida come codice collettivo di buone pratiche, per “traghetare” il piano da modelli ideali di città a processi operativi: un ventaglio di suggerimenti grafici e normativi, riproponibili in altri contesti nazionali e internazionali, per perseguire un buon livello di qualità formale e sociale, e ritrovare l'originale “funzione sociale dell'Urbanistica”.

Nell'ultimo decennio, oltre che con una grande e lunga crisi economica, le imprese si sono confrontate con una fase storica che ha segnato, citando un'efficacia metafora di Karl Popper, il passaggio dal mondo degli orologi al mondo delle nuvole. Il mondo degli orologi era un mondo deterministico, razionale, ordinato, lineare, semplice. Il mondo delle nuvole, invece, è un mondo irregolare, mutevole, caotico, imprevedibile, complesso. Nel mondo degli orologi per le imprese era facile fare previsioni, costruire i budget aziendali e i piani di Marketing. Nel mondo delle nuvole fare previsioni è sempre più complicato con un crescente scostamento negativo tra i risultati consuntivi e i risultati previsti. Questo passaggio richiede lo sviluppo di nuovi paradigmi di analisi per valutare gli effetti, sui processi di Marketing, dei fenomeni di discontinuità riguardanti i modelli di shopping dei consumatori, il confronto competitivo tra i canali di vendita offline e online, il posizionamento delle marche negli assortimenti commerciali, gli

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

assetto competitivo dei gruppi distributivi, la configurazione dei rapporti negoziali tra produttori e distributori, le strutture organizzative di interfaccia. Il libro si propone di analizzare in modo approfondito ed aggiornato questi effetti. In contesti di mercato in cui le imprese di produzione sono sempre più costrette a competere non solo sul mercato finale, quello dei consumatori, ma anche sul mercato intermedio, quello dei canali di vendita, le politiche di Trade Marketing e di Sales Management hanno assunto sempre di più una valenza strategica diventando una fonte basilare del vantaggio competitivo aziendale.

Negli ultimi anni il settore logistico è stato attraversato da un lato da una significativa serie di scioperi, mobilitazioni e vertenze che hanno portato in luce i soggetti e i luoghi attraverso i quali quotidianamente vengono fatte circolare le merci; dall'altro, è emerso un importante corpus di studi che attraverso numerose discipline ha adottato la logistica come lente analitica cruciale per comprendere i processi di globalizzazione e le trasformazioni dei territori, i rapporti geopolitici e geoeconomici, le trasformazioni dei modi di produzione e le nuove frontiere del lavoro e del consumo. Il presente volume adotta la prospettiva logistica evidenziando il suo carattere prismatico, cercando di spingere l'analisi verso direzioni ancora parzialmente inesplorate.

Giorgio Balzarotti e Pier Paolo Lava - già autori di La sequenza dei numeri primi, Gli errori nelle dimostrazioni matematiche e 103 curiosità matematiche - si avventurano in questo volume alla scoperta di un nuovo approccio alla teoria dei numeri. Il concetto di

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

derivata di un numero, concepito molto probabilmente per la prima volta da un matematico spagnolo pressochè sconosciuto, Josè Mingot Shelly, dopo essere stato ignorato per quasi un secolo, sta avendo una grande rinascita proprio in questi ultimi anni nei siti e nelle riviste del settore. L'idea di Mingot Shelly scaturisce da una similitudine con i più ostici concetti dell'analisi delle funzioni che il matematico spagnolo reinterpreta e applica ai numeri interi. Sotto forma di un gioco di aritmetica elementare, o meglio sulla base di una proprietà dei numeri interi, è sviluppato un ingegnoso metodo per affrontare i problemi ancora aperti della teoria dei numeri. Così, oggi, ci si accorge che il concetto di derivata di un numero è molto più che una semplice curiosità per i dilettanti della matematica. Balzarotti e Lava raccolgono e sviluppano in modo sintetico e originale molti dei risultati che si trovano nella letteratura matematica sull'argomento, in modo da rendere la brillante idea accessibile a tutti. Famose congetture sono riscritte utilizzando le derivate dei numeri e anche la formula che esprime l'ennesimo numero primo, chimera di tutti gli appassionati di teoria dei numeri, trova in questo contesto un naturale e accattivante enunciato. Iniziata con l'invasione sovietica, l'ultima guerra afgana compie quarant'anni con attori diversi ma sempre con le stesse vittime: i civili. Una lunga guerra della quale Usa e alleati – tra cui l'Italia – sono tra i maggiori responsabili anche per l'ennesima grande illusione: diritti, lavoro, dignità, uguaglianza. A diciotto anni dall'ultima fase del conflitto iniziato nel 2001, il disastroso bilancio è anche il manifesto di come si possa utilizzare

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

la bandiera dei diritti per violarli ripetutamente. I saggi scritti dai più autorevoli osservatori delle vicende afgane disegnano illusioni e sofferenza, le responsabilità di guerriglia, governo e alleati stranieri, i giochi degli attori regionali e lo spregiudicato uso di una propaganda cui non credono più nemmeno i suoi inventori. Una fotografia in bianco e nero dove il nero trionfa. Un atto d'accusa che, pur riconoscendo la buona fede di molti, mette il dito nella piaga della malafede tipica di ogni conflitto.

Considerato per molto tempo dai player del settore e dai consumatori una nicchia marginale ed elitaria, il prodotto alimentare biologico rappresenta oggi una discontinuità rispetto alla produzione industriale di cibi e bevande. A fronte di una crisi strutturale dell'agroalimentare, il biologico italiano da un decennio cresce a doppia cifra e si trova a un bivio: rimanere nicchia o diventare modello di sviluppo per l'intero comparto? I cambiamenti socio-culturali in atto mostrano i segni evidenti di una domanda in controtendenza e il «gigantismo» tipico di produttori, trasformatori e distributori convenzionali sembra in antitesi all'affermarsi di un nuovo consumatore: se per quest'ultimo le qualità organolettiche del prodotto contano tanto quanto la conoscenza del saper fare del produttore e un prezzo equo per entrambi, la metamorfosi può rappresentare sia un rischio per il modello produttivo-distributivo tradizionale sia un'opportunità di rinnovamento dell'intera filiera. Attraverso un'analisi fondata sul dialogo con i protagonisti del settore, il

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

libro disegna le caratteristiche di un futuro modello di distribuzione in grado di consegnare al cliente il vero valore del biologico.

Il marketing di acquisto comprende tutte quelle attività decisionali e quegli interventi che gli approvvigionamenti attuano per assicurare coerenza nel medio periodo tra fabbisogno dell'impresa e mercato di fornitura. Il volume sistematizza ed organizza la materia del marketing degli acquisti e la integra con un interessante studio comparato con il marketing orientato alle vendite. Non vengono tralasciati gli strumenti pratici che l'autore ha avuto modo di applicare e sperimentare direttamente. Proprio la continua ricerca dei punti di contatto e delle differenze peculiari tra i «due marketing» caratterizza la struttura del volume. Si è voluta garantire la fruibilità dell'opera ad un insieme di lettori il più eterogeneo possibile - siano essi operatori del settore, manager, studenti o neofiti - concependola sia per una consultazione sistematica (introducendo il lettore, capitolo dopo capitolo e parte dopo parte, ai vari aspetti che caratterizzano il marketing degli acquisti) sia per una consultazione per singoli capitoli ed argomenti di interesse, come un vero e proprio manuale, o anche, per i più esperti, come «fonte di ispirazione». STRUTTURA 1. Peculiarità del marketing degli acquisti 2. La dicotomia ed i processi reattivo e proattivo del marketing degli acquisti 3. La strategia del marketing degli acquisti 4. La pianificazione ed il piano

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

di marketing degli acquisti 5. Il marketing strategico degli acquisti e lo scouting 6. Scouting: studio ed analisi del mercato 7. Scouting: segmentazione 8. Scouting: ricerca di potenziali soluzioni, innovazioni, alternative e fornitori 9. Il marketing operativo degli acquisti 10. Il marketing laterale per la definizione proattiva delle necessità 11. Verifica e controllo del marketing degli acquisti Appendice 380.354

La storia militare è fatta di strategie, logistica, tecniche e tecnologie. Ma è soprattutto una storia di uomini. Ed è questo il volto delle vicende belliche che racconta Marco Scardigli analizzando le battaglie avvenute sul suolo italiano dall'invasione longobarda, nel VI secolo, al Trecento.

Il volume rappresenta un primo approccio al problema della logistica aziendale e un aiuto per comprenderne i contenuti e gli aspetti più rilevanti, da parte degli operatori dei settori industriale e commerciale. Dopo un primo capitolo dedicato alla comprensione, nelle linee generali, del sistema logistico - inteso come complesso di infrastrutture, risorse umane e tecniche, politiche operative, organizzate e coordinate al fine di realizzare un flusso continuo di beni e servizi dal produttore fino al consumatore finale - vengono presi in considerazione i principali sottosistemi che lo compongono. In particolare, il secondo capitolo viene dedicato alla politica e alla gestione degli approvvigionamenti, al controllo delle scorte, nonché all'organizzazione del magazzino. Nel terzo capitolo sono esaminate le diverse modalità dei servizi di trasporto e i rischi ad essi collegati. Il quarto capitolo è dedicato alla logistica

Download File PDF Le Basi Della Logistica Il Magazzino I Trasporti La Distribuzione E Il Sistema Informativo Marketing E Management

distributiva, nelle sue varie modalità di realizzazione, ai possibili canali utilizzabili per raggiungere il consumatore finale e ai costi che le diverse modalità comportano. Infine, il quinto e ultimo capitolo è dedicato al sistema informativo a supporto della logistica, in particolare a quello della logistica distributiva.

Negli ultimi anni si è assistito a un crescente interesse per l'identificazione dei prodotti mediante radiofrequenza, sia nella produzione sia nella distribuzione. L'adozione della tecnologia RFID (Radio Frequency Identification) apporta infatti alle aziende indubbi vantaggi economici, e anche nel settore alimentare si stanno iniziando a comprendere le nuove opportunità strategiche e di gestione della filiera offerte dai sistemi RFID. Al di là dei vantaggi economici, questi sistemi offrono infatti la possibilità di gestire al meglio aspetti cruciali della qualità e della sicurezza, soprattutto per quello che riguarda la catena del freddo. Gli autori del volume operano nel laboratorio RFID Lab dell'Università degli Studi di Parma, che da anni collabora con numerose aziende del settore alimentare e del largo consumo. Il libro illustra i risultati delle loro ricerche e guida il lettore attraverso l'analisi delle opportunità derivanti dall'impiego della tecnologia RFID nella supply chain.

Le basi della logistica Il magazzino, i trasporti, la distribuzione e il sistema informativo HOEPLI EDITORE

[Copyright: 47d196a7cc216690be86353c99d0c54f](https://www.pdfdrive.com/le-basi-della-logistica-il-magazzino-i-trasporti-la-distribuzione-e-il-sistema-informativo-marketing-e-management-pdf-drive.html)