

Indice

VII Introduzione

- 3 **Capitolo 1 L'impresa virtuale**
- 3 1.1 Introduzione
- 6 1.2 L'impresa virtuale
- 9 1.3 La virtualità
- 10 1.4 Definizioni contrastanti
- 15 1.5 La pretesa dell'innovatività
- 21 1.6 Un quadro di riferimento teorico per l'impresa virtuale
- 25 1.7 Conseguenze di una scelta
- 26 1.8 L'impresa virtuale e le configurazioni cooperative simili

- 31 **Capitolo 2 Gli artefatti informatici nell'impresa virtuale**
- 31 2.1 Introduzione
- 32 2.2 L'integrazione dei dati
 - 2.2.1 Standardizzazione, p. 34 – 2.2.2 Consolidamento, p. 34 – 2.2.3 Federazione, p. 35 – 2.2.4 Interazione mediata, p. 36
- 37 2.3 L'integrazione dei dati nell'impresa virtuale
- 38 2.4 L'applicazione nelle imprese di strumenti di internet commerce e di sistemi informatici basati su internet
- 39 2.5 I benefici per le imprese
 - 2.5.1 Progettazione e sviluppo dei prodotti, p. 40 – 2.5.2 Produzione, p. 42 – 2.5.3 Promozione e vendita, p. 43 – 2.5.4 In particolare: le comunità online di clienti, p. 44 – 2.5.5 Assistenza e servizi post-vendita, p. 45
- 46 2.6 Internet e l'ambiente competitivo
- 48 2.7 L'impatto di internet sui costi di transazione
- 50 2.8 Il caso MediMedia
- 50 2.9 L'informatica nel settore medico
- 51 2.10 Il progetto di ricerca
- 54 2.11 Scenari di utilizzo di MediMedia
 - 2.11.1 Formazione, training, ricerca, p. 54 – 2.11.2 Supporto alle attività di cura, p. 54 – 2.11.3 Gruppi di discussione e tele diagnosi, p. 54 – 2.11.4 Cartella clinica virtuale, p. 55
- 55 2.12 Analisi dei benefici per i centri medici
 - 2.12.1 Il metodo del Value Shop, p. 55 – 2.12.2 La valutazione dei benefici per le imprese sanitarie, p. 57 – 2.12.3 MediMedia Education & Training, p. 64

VI INDICE

- 65 2.13 MediMedia e l'impresa medica virtuale
68 2.14 Discussione
- 73 **Capitolo 3 L'integrazione dei processi di business nell'impresa virtuale**
73 3.1 L'importanza dell'integrazione dei processi
76 3.2 I sistemi di gestione del workflow
77 3.3 Benefici organizzativi derivanti dall'adozione di WfMS
78 3.4 I differenti sistemi di gestione del workflow
3.4.1 Workflow di produzione, p. 78 – 3.4.2 Workflow amministrativi, p. 79
– 3.4.3 Workflow collaborativi, p. 79 – 3.4.4 Workflow ad hoc, p. 80
80 3.5 I sistemi di gestione del workflow nell'impresa virtuale
83 3.6 Un sistema di gestione del workflow per l'impresa virtuale
85 3.7 Il processo virtuale
87 3.8 Il problema della gestione delle eccezioni
88 3.9 Discussione
- 91 **Capitolo 4 Ambienti relazionali on-line per lo sviluppo di imprese virtuali**
91 4.1 Dalle transazioni on-line alla cooperazione tra imprese
92 4.2 I marketplace attuali: caratteristiche e limiti
95 4.3 Il World-Wide Retail Exchange
96 4.4 Il caso FAIRWIS
98 4.5 FAIRWIS e il supporto alla cooperazione fra imprese
100 4.6 I servizi di FAIRWIS
4.6.1 Supporto alla ricerca e selezione di possibili partner all'interno della
fiera, p. 100 – 4.6.2 Supporto alla comunicazione, p. 100 – 4.6.3 Training e
formazione, p. 102 – 4.6.4 Supporto semantico, multi-linguistico e multi-cul-
turale, p. 103 – 4.6.5 Integrazioni di basi di dati interaziendali, p. 103 – 4.6.6
Supporto ed applicazioni di commercio elettronico business-to-business, p.
104 – 4.6.7 Ambiente di definizione del dominio applicativo, p. 106 – 4.6.8
Servizi di supporto all'integrazione dei processi di business, p. 106 – 4.6.9
Supporto alla gestione della conoscenza cooperativa, p. 107
108 4.7 Discussione
- 111 **Capitolo 5 Processi di enabling, catalyzing e brokering dell'impresa virtuale**
111 5.1 Le configurazioni organizzative tipiche delle imprese virtuali
114 5.2 Il processo decisionale nell'impresa virtuale
5.2.1 Il livello decisionale relativo all'ambiente abilitante, p. 116 – 5.2.2 Il
livello decisionale relativo all'avvio dell'impresa virtuale e alla gestione
del business, p. 118 – 5.2.3 Il livello relativo al coordinamento dell'azione
cooperativa interdipendente, p. 118
120 5.3 I livelli decisionali ECB in VirtuE
- 123 *Conclusion*
127 *Bibliografia*