

L'estratto che stai consultando  
fa parte del volume in vendita  
su **ShopWKI**,  
il negozio online di **Wolters Kluwer**

[Torna al libro](#)



CEDAM

IPSOA

**UTET**<sup>®</sup>  
GIURIDICA

il fisco

 ALTALEX

## INDICE

<i>Introduzione</i> .....	Pag.	XI
---------------------------	------	----

### CAPITOLO I

#### L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE E IL RUOLO DEI SISTEMI DISTRETTUALI

1.1. Globalizzazione, imprese e processi di internazionalizzazione .....	Pag.	1
1.2. L'internazionalizzazione del sistema industriale italiano e i rapporti con i mercati esteri .....	»	7
1.3. Il carattere <i>export-centered</i> dello sviluppo internazionale delle imprese .....	»	15
1.4. Il ruolo dei distretti industriali e la loro evoluzione verso ecosistemi multisettoriali .....	»	18

### CAPITOLO II

#### I MODELLI TEORICI E LA LORO EVOLUZIONE

2.1. Le teorie di riferimento per l'interpretazione dei percorsi di internazionalizzazione delle imprese .....	Pag.	31
2.2. La prospettiva economica .....	»	32
2.2.1. La teoria del vantaggio oligopolistico .....	»	32
2.2.2. La teoria della localizzazione e il modello del ciclo di vita del prodotto .....	»	35
2.2.3. Le teorie dell'internalizzazione e dei costi di transazione .....	»	37
2.2.4. Il paradigma eclettico .....	»	39
2.3. La prospettiva gradualistico/comportamentale .....	»	41
2.3.1. Il modello di Uppsala .....	»	44
2.3.2. I modelli di innovazione .....	»	46
2.4. La prospettiva reticolare .....	»	48

2.5. I limiti dei modelli gradualistici e le teorie sull'imprenditorialità internazionale .....	Pag.	52
---	------	----

## CAPITOLO III

**LA TEORIA DELLE *BORN GLOBAL***

3.1. I presupposti teorici e il mutato contesto di riferimento .....	Pag.	57
3.2. Le teorie collegate e i criteri defnitori .....	»	60
3.3. Oltre i canoni tradizionali per i percorsi di internazionalizzazione. I caratteri del modello .....	»	66
3.3.1. Processo di internazionalizzazione e strategie di nicchia .....	»	67
3.3.2. Conoscenza e apprendimento come asset intangibili ...	»	71
3.4. Il ruolo dei distretti industriali fra sviluppo della conoscenza e rapporti di network .....	»	76
3.5. I cambiamenti di scenario e l'esigenza di verifica delle teorie esistenti .....	»	82

## CAPITOLO IV

**L'ASSETTO STRATEGICO DELL'IMPRESA INTERNAZIONALE**

4.1. Internazionalizzazione e opzioni strategiche .....	Pag.	87
4.1.1. La localizzazione delle attività dell'impresa .....	»	87
4.1.2. La struttura internazionale .....	»	90
4.1.3. L'orientamento strategico e il ruolo delle unità estere ...	»	94
4.2. Le modalità di gestione della presenza all'estero .....	»	98
4.3. Le forme organizzative dello sviluppo internazionale .....	»	100
4.3.1. Variabili critiche e confini delle scelte .....	»	100
4.3.2. Gli schemi organizzativi dell'impresa internazionale ...	»	102

## CAPITOLO V

**LE DECISIONI CHIAVE PER LO SVILUPPO DEI MERCATI ESTERI**

5.1. Il processo decisionale strategico per l'internazionalizzazione dei mercati .....	Pag.	107
5.2. La numerosità dei paesi fra <i>market concentration strategy</i> e <i>market spreading strategy</i> e i relativi fattori di influenza .....	»	110
5.2.1. Caratteristiche dell'impresa .....	»	112

5.2.2.	Caratteristiche dei prodotti/servizi offerti .....	Pag.	114
5.2.3.	Caratteristiche del settore/mercato di riferimento ....	»	115
5.2.4.	Caratteristiche dei paesi .....	»	117
5.3.	La selezione dei mercati esteri .....	»	119
5.3.1.	L'approccio sistematico .....	»	121
5.3.2.	Fattori di impresa per la scelta dei mercati .....	»	123
5.3.3.	Fattori geografici: paese estero e paese di origine .....	»	126
5.3.4.	Barriere all'entrata .....	»	129
5.4.	La scelta delle modalità di entrata .....	»	133
5.4.1.	Fattori di impresa per la scelta della modalità di entrata .....	»	137
5.4.2.	Fattori specifici del paese di destinazione .....	»	139
5.4.3.	Fattori specifici del paese di origine .....	»	141
5.5.	La scelta combinata dei paesi e delle modalità di entrata .....	»	142

CAPITOLO VI

**LA RICERCA SULLE IMPRESE ESPORTATRICI**

6.1.	La metodologia di ricerca .....	Pag.	145
6.2.	Caratteristiche generali delle imprese, management, strategie e politiche commerciali .....	»	150
6.2.1.	Anzianità, proprietà e gestione, dimensione .....	»	150
6.2.2.	Le strategie, il posizionamento competitivo e la con- correnza .....	»	153
6.2.3.	L'organizzazione di marketing, le politiche commer- ciali e la presenza su internet .....	»	156
6.2.4.	La ricerca e sviluppo .....	»	160
6.3.	L'internazionalizzazione .....	»	160
6.3.1.	Il grado di apertura internazionale e le responsabilità decisionali .....	»	160
6.3.2.	Il vettore geografico dello sviluppo internazionale ....	»	164
6.3.3.	I criteri di selezione dei mercati esteri .....	»	167
6.3.4.	La scelta delle modalità di entrata .....	»	171
6.3.5.	La sequenza delle decisioni chiave e il processo di pianificazione dello sviluppo internazionale .....	»	175
6.4.	Alleanze, accordi e sostegno pubblico per il rafforzamento della competitività internazionale .....	»	179
6.5.	I profili di impresa secondo i risultati della <i>cluster analysis</i> ...	»	182
6.6.	La persistenza dei modelli tradizionali di internazionalizza- zione .....	»	188

<i>Conclusioni</i> .....	Pag.	193
<i>Appendice</i> .....	»	205
<i>Riferimenti bibliografici</i> .....	»	221

L'estratto che stai consultando  
fa parte del volume in vendita  
su **ShopWKI**,  
il negozio online di **Wolters Kluwer**

[Torna al libro](#)



CEDAM

IPSOA

**UTET**<sup>®</sup>  
GIURIDICA

il fisco

 ALTALEX