

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[®]
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[®]
GIURIDICA

il fisco

 ALTALEX