Tesi di laurea: CRITERI E METODI DI MISURAZIONE DELLA CORPORATEREPUTATION: IL CASO FERRARI

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, MARKETING E DIGITAL MEDIA

GESTIONE DELLA REPUTAZIONE E RELAZIONI PUBBLICHE DIGITALI

Anno Accademico 2024/25

INTRODUZIONE

La corporate reputation è un costrutto complesso, alla cui creazione contribuiscono un insieme ampio di variabili che interagiscono tra loro e che ne garantiscono il mantenimento nel tempo. La reputazione è un attributo dell'azienda e pertanto le viene riconosciuta dall'esterno. Nell'epoca attuale il concetto di reputazione è diventato fondamentale. Una buona corporate reputation crea valore strategico per le aziende, in quanto costituisce uno di quegli asset difficilmente imitabili da parte dei competitor, che permettono di ottenere una performance finanziaria superiore e durevole. Investire nella costruzione e nel mantenimento di una buona reputazione crea quindi valore nel lungo termine per

l’azienda e tutti i suoi stakeholder.

Nel primo capitolo ho analizzato il concetto di reputazione mettendo in luce come questo termine affondi le proprie radici nel bisogno umano di riconoscimento e stima da parte degli altri. L’uomo in quanto animale sociale costruisce la propria identità attraverso il
rapporto con la società, questa dinamica si riflette inevitabilmente anche nelle sue organizzazioni, che a loro volta sono soggette alla necessità di costruire e mantenere una reputazione positiva. Partendo quindi dal significato etimologico della parola sono arrivata ad una definizione precisa della corporate reputation e dei suoi pilastri fondanti.

Il secondo capitolo è dedicato all’approfondimento delle caratteristiche che rendono la reputazione un costrutto multidimensional, time based e people dependent. Attraverso un’analisi della letteratura esistente, ho preso in considerazione i principali metodi di misurazione che vengono utilizzati ad oggi, ponendo una particolare attenzione al metodo RepTrak®Pulse e RepTrak®…

Continua a leggere il testo completo della tesi (78 pagine, in .pdf in lingua italiana) a questo link