

Tesi di laurea: Internazionalizzazione delle imprese. Come la cultura impatti su di esse



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DELLA REPUBBLICA
DI SAN MARINO

Corso di Laurea Triennale in Comunicazione e Digital Media

Anno accademico 2021/22

Introduzione

La globalizzazione in continua crescita sta spingendo sempre più aziende ad espandersi oltre i loro confini e ad operare in una prospettiva multinazionale. L'internazionalizzazione è diventata un fattore critico per le imprese che cercano di sopravvivere e competere nell'ambiente globale attuale e non è più una scelta strategica facoltativa. Questo studio esaminerà il processo di internazionalizzazione delle aziende e sottolineerà l'importanza della cultura per la trasformazione delle organizzazioni verso un ambiente globale.

Il primo capitolo introduce l'ambiente in cui si sviluppa la globalizzazione e ne definisce il concetto. Viene esplorato il motivo per cui molte organizzazioni decidono di estendere i loro orizzonti oltre i confini domestici, e vengono analizzate le strategie di globalizzazione adottate dalle imprese. Inoltre, viene esaminato il modo in cui le imprese pianificano e distribuiscono prodotti e campagne pubblicitarie

standardizzate per ciascun paese di destinazione, nonché i rischi e le difficoltà che possono incontrare durante il processo di espansione globale. Viene inoltre esaminato il concetto di reputazione aziendale come fattore critico per la strategia di successo nei mercati globali.

Il secondo capitolo si concentra sulla cultura organizzativa. Viene definita la cultura organizzativa e vengono individuati i suoi elementi e le sue funzioni. Viene sottolineata l'importanza per le organizzazioni che si internazionalizzano di comprendere i contesti culturali in cui operano. Si evidenzia anche l'importanza di una cultura aziendale forte ma al tempo stesso flessibile, che sia un fattore chiave per il successo delle imprese che si espandono a livello globale. Viene poi esplorato come le organizzazioni possono superare gli ostacoli e i rischi che incontrano durante l'adattamento ai contesti culturali differenti. Infine, viene presentato il modello di Hofstede, che utilizza il cross-cultural management per confrontare culture nazionali diverse attraverso l'analisi di sei dimensioni che rendono unico ogni paese.

Infine, nel terzo capitolo, viene presentata un'analisi sperimentale che ha lo scopo di esplorare l'impatto della cultura sul successo delle aziende nel mercato internazionale. Per raggiungere questo obiettivo, sono state costruite domande aperte che coprono molteplici aspetti, tra cui cultura, gestione, pubblicità e reputazione, che sono state inviate a un campione di 12 aziende operanti all'estero, selezionate con rigore per garantirne la rappresentatività. L'obiettivo finale è di comprendere come la cultura possa influenzare il successo delle aziende nel mercato internazionale e di fornire preziosi consigli per superare le sfide associate all'espansione a livello globale.

Il Testo integrale della Tesi (47 pagine, in lingua italiana, formato .doc) è [disponibile a questo link](#)