

Indice

Presentazione della terza edizione	pag.	IX
Presentazione della prima edizione	»	XI
1 L'internazionalizzazione delle imprese: prospettive teoriche, di <i>Fabrizio Perretti</i>	»	1
1.1 Le teorie pre-Hymer	»	1
1.2 La teoria di Hymer	»	3
1.3 Le teorie post-Hymer	»	5
1.4 Il paradigma eclettico	»	10
1.5 Le teorie strategiche	»	16
Bibliografia	»	27
2 Le strategie di internazionalizzazione, di <i>Claudio Dematté</i>	»	33
2.1 Il punto di partenza: un crescente scambio di beni, di servizi e di capitali fra operatori di paesi diversi	»	33
2.2 I tratti specifici delle strategie di internazionalizzazione	»	44
2.3 Il processo di formazione delle scelte di internazionalizzazione	»	46
2.4 Le questioni fondamentali della internazionalizzazione	»	49
Bibliografia	»	51
3 Avvio e sviluppo del processo di internazionalizzazione, di <i>Stefania Saviolo</i>	»	53
3.1 L'avvio del processo	»	53
3.2 Lo sviluppo del processo	»	59
3.3 Implicazioni strategiche	»	63
3.4 Il caso italiano	»	64
Bibliografia	»	68
4 La scelta dei mercati geografici, di <i>Fabrizio Perretti</i>	»	71
4.1 Il clustering delle nazioni	»	71
4.2 Il grado di attrattività delle nazioni	»	75
Bibliografia	»	87

5	L'internazionalizzazione sui mercati di sbocco,	
	di <i>Elisabetta Marafioti</i>	pag. 89
5.1	Elaborare una strategia di presenza	» 89
5.2	Le modalità di presenza sui mercati di sbocco	» 90
5.3	I criteri di selezione del mercato estero	» 104
5.4	I criteri di selezione della modalità di presenza ottimale	» 111
5.5	La fase di implementazione della strategia di internazionalizzazione	» 113
	Bibliografia	» 115
6	Gli accordi, le alleanze e le acquisizioni come modalità di crescita internazionale,	
	di <i>Elisabetta Marafioti</i>	» 119
6.1	Entrare nel mercato estero	» 119
6.2	I confini dell'analisi	» 120
6.3	Gli obiettivi strategici e i criteri di scelta	» 124
6.4	La costituzione e la gestione delle alleanze strategiche	» 127
6.5	L'evoluzione nel tempo delle alleanze strategiche	» 128
6.6	La rilevanza del fenomeno	» 129
6.7	Motivi della crescente diffusione delle acquisizioni internazionali	» 132
6.8	La fase <i>ex ante</i>	» 133
6.9	La fase <i>ex post</i>	» 136
6.10	La creazione di valore	» 139
6.11	Osservazioni conclusive	» 140
	Bibliografia	» 140
7	L'internazionalizzazione della produzione,	
	di <i>Fabrizio Perretti</i>	» 143
7.1	Le determinanti dell'internazionalizzazione della produzione	» 143
7.2	Le strategie di internazionalizzazione della produzione	» 145
	Bibliografia	» 153
8	L'internazionalizzazione dell'attività di ricerca e sviluppo,	
	di <i>Giacomo Negro</i>	» 157
8.1	Le spese per ricerca e sviluppo	» 157
8.2	L'internazionalizzazione della ricerca e sviluppo e la teoria	» 158
8.3	Le determinanti dell'internazionalizzazione a livello di impresa	» 161
8.4	L'internazionalizzazione della ricerca e sviluppo in paesi e settori	» 172
8.5	Il ruolo dei centri internazionali di ricerca e sviluppo	» 174
8.6	Conclusioni e implicazioni manageriali	» 178
	Bibliografia	» 181

9	Gli attori provenienti dai paesi emergenti,	
	di <i>Elisabetta Marafioti</i>	pag. 185
9.1	Definizione di paesi emergenti	» 185
9.2	Il ruolo dei mercati emergenti	» 187
9.3	Le multinazionali tradizionali nei mercati emergenti	» 190
9.4	I concorrenti dei paesi emergenti	» 192
9.5	Conclusioni	» 198
	Bibliografia	» 199
10	Etica e internazionalizzazione,	
	di <i>Elisabetta Marafioti</i>	» 201
10.1	Il dilemma etico	» 201
10.2	La corruzione	» 203
10.3	L'impatto ambientale e l'inquinamento	» 211
10.4	Lo sfruttamento del lavoro e la violazione dei diritti umani	» 215
10.5	L'atteggiamento delle multinazionali	» 221
10.6	Alcuni approcci ai problemi etici internazionali	» 222
	Bibliografia	» 224