

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

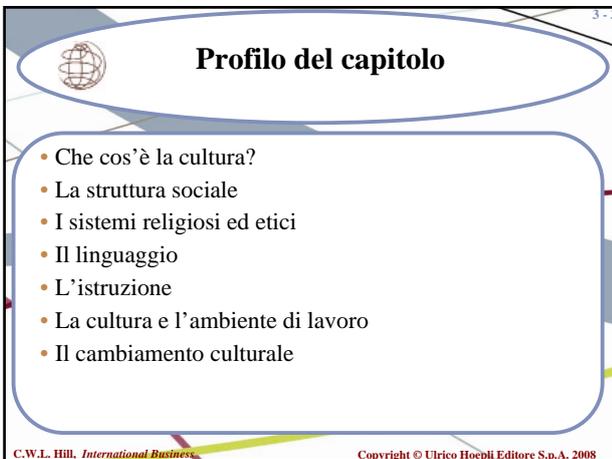
---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 4

 **Che cos'è la cultura?**

“La cultura è quel complesso insieme che include la conoscenza, la fede, l'arte, i principi morali, la legge, gli usi e le altre capacità acquisite dall'uomo come membro della società.”  
- Edward Tylor

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 5

 **Che cos'è la cultura?**

“Un sistema di valori e norme condivise da un gruppo di persone e che, considerati congiuntamente, costituiscono un modello di vita.”  
- Hofstede, Namewirth, e Weber

C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 6

 **Le componenti della cultura**

- I valori
- Le norme
- La società



C.W.L. Hill, International Business Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3-1

## Gli usi e i costumi

- Usi: convenzioni abituali della vita quotidiana
  - Poco valore morale
  - Generalmente, convenzioni sociali come l'abbigliamento appropriato, le buone maniere sociali e tenere un comportamento cordiale

- Costumi: norme centrali al funzionamento della società e della sua vita sociale
  - Maggior valore rispetto agli usi
  - La violazione può portare a serie punizioni
    - Furto, adulterio, incesto e cannibalismo

C.W.L. Hill, *International Business*
Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3-1

## Cultura, società e stato nazionale

- Una società è un gruppo di persone legate da una cultura comune
- Non c'è una corrispondenza uno a uno tra una società ed uno stato nazionale
- Stato nazionale:
  - E' una creazione politica
  - Può contenere una o più culture

C.W.L. Hill, *International Business*
Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3-1

## Le determinanti della cultura

```

            graph TD
            A[Religione] <--> B((Norme culturali e sistemi di valori))
            C[Struttura sociale] <--> B
            D[Linguaggio] <--> B
            E[Istruzione] <--> B
            F[Filosofia politica] <--> B
            G[Filosofia economica] <--> B
            
```

FIGURA 3.1 Le determinanti della cultura.

C.W.L. Hill, *International Business*
Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 10



## La struttura sociale

- La struttura sociale indica l'organizzazione sociale di base
- Due dimensioni particolarmente importanti sono:
  - Peso relativo di individualismo e collettivismo
  - Il grado di stratificazione in caste o classi

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 11



## I sistemi religiosi ed etici

- **Religione:** un sistema di credenze e di rituali condivisi che riguardano il sacro
- **Sistemi etici:** insieme di principi morali, o valori, che sono usati per guidare e formare il comportamento
  - La maggior parte dei sistemi etici del mondo sono il prodotto delle religioni
- Tra le migliaia di religioni attualmente presenti nel mondo, quattro dominano in termini di numero di seguaci:
  - Il Cristianesimo con 1,7 miliardi di seguaci
  - L'Islam con 1 miliardo di seguaci
  - L'Induismo con 750 milioni di seguaci
  - Il Buddismo con 350 milioni di seguaci

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 12



## I sistemi religiosi ed etici

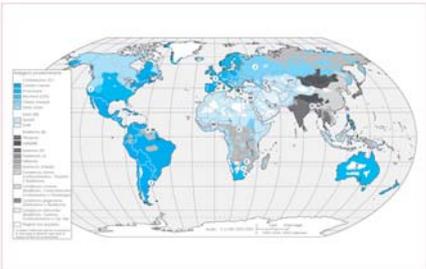


FIGURA 3.2 Le religioni nel mondo.

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 13



## Il linguaggio

- Verbale
  - Segnali verbali
  - Il linguaggio struttura la percezione del mondo
- Non parlato
  - Linguaggio del corpo
  - Spazio personale

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 14



## L'istruzione

- L'istruzione formale gioca un ruolo chiave in una società
  - **Istruzione formale:** mezzo attraverso cui gli individui apprendono buona parte delle capacità linguistiche, concettuali e matematiche che sono indispensabili in una società moderna
  - Inoltre completa il ruolo della famiglia nell'integrare il giovane nei valori e nelle norme di una società
  - Le scuole insegnano i fatti fondamentali sulla natura sociale e politica di una società, così come gli obblighi fondamentali del cittadino
  - Le norme culturali sono insegnate anche direttamente a scuola
    - Esempi: rispetto per gli altri, obbedienza all'autorità, onestà, ordine e puntualità
    - Parte del "curriculum implicito"
  - L'uso di un sistema di valutazione inoltre insegna ai bambini il valore del successo personale e la competizione

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 15



## La cultura e l'ambiente di lavoro

- Quattro dimensioni della cultura
  - **Distanza dal potere** – la posizione in classifica di una cultura riguardo a questa dimensione dipende dalla capacità particolare della società di affrontare le disuguaglianze
  - **Individualismo contro collettivismo** – questa dimensione si concentra sulla relazione tra l'individuo e i suoi colleghi all'interno di una cultura
  - **Avversione all'incertezza** – questa dimensione misura il grado in cui una cultura integra i propri membri nell'accettazione di situazioni ambigue e nella tolleranza dell'incertezza
  - **Mascolinità – femminilità** – questa dimensione guarda alla relazione tra genere e posizione in ambito lavorativo

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---





## Il cambiamento culturale

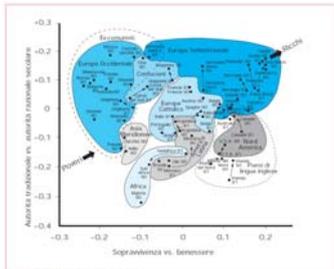


FIGURA 3.3 Il cambiamento nei valori

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Implicazioni per il manager

- Alfabetizzazione inter-culturale
- Cultura e vantaggio competitivo
- Cultura ed etica negli affari

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Uno sguardo al capitolo 4

- L'etica negli affari internazionali
  - Aspetti etici negli affari internazionali
  - Dilemmi etici
  - Le radici del comportamento immorale
  - Approcci filosofici all'etica
  - Un processo decisionale etico

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 2



## I valori

- I valori formano il fondamento di una cultura
- Offrono il contesto all'interno del quale sono stabilite e giustificate le norme di una società
- Comprendono le attitudini verso
  - La libertà individuale
  - La democrazia
  - La verità
  - La giustizia
  - L'onestà
  - La lealtà
  - Gli obblighi sociali
- I valori si riflettono anche nei sistemi politici ed economici

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 2



## Le norme

- Le norme sono regole sociali che disciplinano le azioni tra le persone

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 2



## La società

- Per società si intende un gruppo di persone che condividono un insieme comune di valori e di norme

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 25



## Individualismo contro collettivismo

- Le società individualiste tendono a considerare il successo personale più importante dell'appartenenza al gruppo
- L'accento sulla performance individuale può essere sia positivo che negativo
  - Stimola l'imprenditorialità
  - Può portare ad un alto grado di mobilità manageriale
- Le società orientate al gruppo considerano il gruppo l'unità principale dell'organizzazione sociale
- I membri del gruppo
  - Spesso formano profondi legami emozionali
  - Considerano l'appartenenza al gruppo di massima importanza
- L'enfasi sul gruppo può essere sia positiva che negativa
  - Una forte identificazione con il gruppo crea stimoli all'aiuto reciproco e all'azione collettiva
  - Scoraggia il trasferimento di manager e lavoratori da impresa a impresa
  - Scoraggia l'imprenditorialità

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 26



## La stratificazione sociale

- Con stratificazione sociale si fa riferimento al fatto che tutte le società sono stratificate su base gerarchica in categorie sociali
- Gli strati sono tipicamente definiti sulla base di caratteristiche come il contesto familiare, l'occupazione e il reddito
- Tutte le società hanno un certo grado di stratificazione, ma differiscono in due modi tra loro collegati
  - La mobilità sociale, che si riferisce al grado in cui gli individui possono uscire dallo strato sociale in cui sono nati
  - Il grado di influenza sull'attività delle imprese della stratificazione della società, concetto noto come importanza.

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 27



## Il Cristianesimo

- E' la religione più praticata del mondo; circa il 20% della popolazione mondiale si dichiara cristiana
- Il Cristianesimo è sorto dal Giudaismo ed è una religione monoteista
- Il Cristianesimo può essere suddiviso in tre organizzazioni separate
  - La Chiesa Ortodossa
  - La Chiesa Cattolica Romana
  - I protestanti, definizione che racchiude diverse denominazioni

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 28



## Le implicazioni economiche del cristianesimo

- Diversi sociologi hanno sostenuto che i protestanti hanno avuto un impatto economico significativo
- Max Weber notò che
  - I capitani d'azienda e i proprietari del capitale, così come i lavoratori più qualificati e ancor di più il personale tecnicamente e commercialmente più preparato delle imprese moderne, sono in gran parte protestanti
  - L'etica protestante enfatizza l'importanza del lavoro duro e della creazione di ricchezza (per la gloria di Dio) e la parsimonia (l'astinenza dai piaceri terreni)
  - La combinazione di lavoro duro e di accumulazione di capitale, che poteva essere usato per finanziare l'investimento e l'espansione, aprì la strada allo sviluppo del capitalismo in Europa Occidentale e successivamente negli Stati Uniti.

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 29



## L'Islam

- Il principio centrale dell'Islam è che esiste un unico e vero Dio onnipotente
  - L'Islam richiede l'accettazione incondizionata dell'unicità, del potere e dell'autorità di Dio e la comprensione che l'obiettivo della vita è soddisfare i precetti della sua volontà nella speranza dell'ammissione in paradiso
- Secondo l'Islam, il guadagno terreno e il potere temporale sono un'illusione
- Tra gli altri principi più significativi dell'Islam vi sono:
  - Onorare e rispettare i genitori
  - Rispettare i diritti degli altri
  - Essere generosi ma non spreconi
  - Evitare l'omicidio tranne che per cause giustificabili
  - Non commettere adulterio
  - Trattare con giustizia ed equità con gli altri
  - Essere puro di cuore e di mente
  - Salvaguardare le proprietà degli orfani
  - Essere umili e senza pretese

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 - 30



## Le conseguenze economiche dell'Islam

- Il Corano stabilisce alcuni principi economici espliciti, molti dei quali sono a favore della libera impresa
  - Il Corano parla favorevolmente della libera impresa e del guadagno di un profitto legittimo attraverso lo scambio ed il commercio (il profeta Maometto fu un tempo un mercante)
  - Anche la protezione del diritto di proprietà privata è incorporato nell'Islam
  - L'Islam è critico nei confronti di coloro che ottengono un profitto attraverso lo sfruttamento degli altri
- Data la propensione islamica a favorire sistemi basati sul mercato, è probabile che i paesi musulmani siano aperti alle imprese internazionali finché tali aziende si comportano in un modo consistente con l'etica islamica.

[Return](#)

C.W.L. Hill, *International Business* Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2008

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---