



## Interkulturelle Faktoren des Marketing in Italien

---

By Natasha Sloma

GRIN Verlag Jun 2010, 2010. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 211x151x2 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Studienarbeit aus dem Jahr 2008 im Fachbereich BWL - Sonstiges, Note: 1,3, FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH, Berlin früher Fachhochschule, Veranstaltung: Unternehmenskommunikation/Marketing, Sprache: Deutsch, Abstract: International tätige Unternehmen agieren zwischen den Vorteilen einer global einheitlichen Vermarktung und den Herausforderungen der Anpassung an Gegebenheiten des Landes, in dem sie agieren. Das Ziel dieser Arbeit ist, zu zeigen, wie sehr kulturelle Unterschiede die internationale Arbeit beeinflussen und wie wichtig ein adäquates kulturelles Grundverständnis in der internationalen Zusammenarbeit ist. Die zu dieser Untersuchung herangezogenen Kulturmodelle von Geert Hofstede und Edward T. Hall helfen dabei, die kulturellen Unterschiede zu quantifizieren und vergleichbar zu machen. Im Gang der Untersuchung werden die beiden Modelle länderspezifisch in Bezug auf Deutschland und Italien angewendet und dokumentiert. Herausgearbeitet werden dabei die interkulturelle Einordnung Italiens und Deutschlands und der Einfluß der Kulturen beider Länder auf das interkulturelle Marketing. 1.2 Aufbau und Ablauf der Arbeit Im ersten Teil der Arbeit geht die Untersuchung auf die vier Kulturdimensionen des Modells von Hofstede und ihrer Bedeutung für das interkulturelle Marketing ein. Den Abschluß des ersten Kapitels bildet die Gegenüberstellung...

### Reviews

*A brand new electronic book with a new standpoint. It is written in basic phrases rather than confusing. It has been designed in an extremely basic way which is merely right after I finished reading through this publication where basically altered me, change the way I believe.*

-- **Kitty Crooks**

*Comprehensive guide for publication lovers. It absolutely was written really flawlessly and valuable. You won't really feel monotony at whenever you want of your own time (that's what catalogs are for concerning if you ask me).*

-- **Rowan Gerlach II**