

<<比较管理>>

图书基本信息

书名：<<比较管理>>

13位ISBN编号：9787509607732

10位ISBN编号：7509607736

出版时间：1970-1

出版时间：经济管理出版社

作者：高闯

页数：129

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<比较管理>>

内容概要

《比较管理（2009年10月第2期）》介绍营销管理与创业、比较营销的基本范畴、研究现状与发展方向、基于TRA理论的中国消费者购买意向影响因素研究、基于品牌个性认知的品牌关系质量影响机理研究、基于资本来源差异的创业比较研究、文化与管理方式、辩证经济组织——嵌入式企业与科层制企业的范式比较、韩非和马基阿维里管理思想比较研究、中国公司“家天下治理”模式研究——文化路径依赖的探寻、韩中企业文化影响因素比较研究、日韩企业创新管理的比较分析等等。

<<比较管理>>

书籍目录

营销管理与创业比较营销的基本范畴、研究现状与发展方向基于TRA理论的中国消费者购买意向影响因素研究基于品牌个性认知的品牌关系质量影响机理研究基于资本来源差异的创业比较研究文化与管理方式辩证经济组织——嵌入式企业与科层制企业的范式比较韩非和马基阿维里管理思想比较研究中国公司“家天下治理”模式研究——文化路径依赖的探寻韩中企业文化影响因素比较研究日韩企业创新管理的比较分析管理范式与方法比较管理学的春天——比较管理学的研究方法、理论模式及对我国的现实意义管理学方法论的辨析全球经济危机形势下的企业发展——2009年中国首届比较管理研讨会观点综述

<<比较管理>>

章节摘录

(二) 环境条件 国际营销面对不同的环境条件, 该领域是比较营销研究的重点内容之一。很多学者讨论了环境条件与营销过程之间的关系, 探讨了各种环境条件与营销的关联性, 这些讨论主要集中在营销活动与经济发展的关系, 分析营销活动对经济增长和经济发展的贡献。

早在1958年的一篇经典文章中, Drucker就指出营销对经济的增长起到了关键的作用 (Drucker, 1958)。

按照Drucker的观点, 营销活动产生了可能的经济整合, 带来了国家所拥有的生产能力的充分利用, 而且营销超越了制造和建设的经济活动, 为发展中国家带来了最大的挑战和回报 (Drucker, 1958)。

McCarthy (1963) 提出经济发展能从一个阶段进步到另一个阶段, 有效的营销制度是必需的, 而且这种营销制度对经济发展是完全必要的。

也有学者认为营销和经济发展的关系非常复杂, 单纯认为营销对经济增长的主导作用是有争议的。尽管营销对经济增长的影响方面有不同的观点, 普遍的观点认为营销是经济增长中的一个重要的要素, 但在经济发展计划中却没有得到足够的重视。

营销和经济发展关系的实证研究也得到了比较复杂的结论。

Wadinambiarachi (1965) 发现一国的营销制度和渠道结构反映了该国的社会和经济条件, 通过八个国家有关社会的、文化的和经济条件的分析, 试图找出经济发展不同水平下的各国分销方式的特点。

Amdt (1972) 选取在社会政治方面相对同质的16个国家, 对其零售业的研究发现支持了以往的观点, 即零售结构是所选取的环境因素的函数。

美国营销科学研究院曾经按照选定的环境特征对大量的环境变量和一些划定类型的国家进行了分析。

Douglas (1971) 运用营销科学研究院的这些数据来验证一国的营销系统与该国发展水平强相关的假设, 从研究结果看, Douglas发现“营销与一国社会的、经济的、技术的特征是相对应的”观点难以获得支持。

也就是说, 营销结构的发展水平是独立于经济发展水平的, 因为渠道结构更多地依赖渠道中的公司规模而不是经济发展水平。

此外, 学者们还建立了多种分析营销和经济发展关系的模型, 如Slater (1978, 1979) 和他的同事设计了一种需求驱动的市场体系的一般模型, 运用营销观念、营销组合、消费者行为等理论研究了不同的营销战略对发展中国家的影响, 这一思路和方法对后续的研究产生了很大的影响。

Hosely and Wee (1988) 综合了营销和经济发展的研究模式, 总结出三个最普遍适用的形式, 即现代化 (modernization, 体现经济从不发达到发达等的阶段)、制度模式 (institutional, 体现管理交易的社会制度) 和激进模式 (radical, 强调对他国的依赖), Taylor and Omura (1994) 运用六个评估标准具体分析这三种模式中营销的作用。

<<比较管理>>

编辑推荐

日韩企业创新管理的比较分析 [韩]马丁·赫马特 辩证经济组织 ——嵌入式企业与科
层制企业的范式比较 李怀斌 基于TRA理论的中国消费者购买意向 影响因素研究 宋晓兵 刁丽
莎 俞丽佳 董大海 比较管理学的春天 ——比较管理学的研究方法、理论模式及对我国的现实
意义 黄群慧 管理学方法论的辨析 罗珉

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>