

人才与教育

企业家声誉：理论机制、测量模型与研究展望

张晓娟, 童泽林

湖北工业大学管理学院, 湖北武汉430068; 武汉大学经济与管理学院, 湖北武汉430072

收稿日期 2012-4-5 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 在企业家成为社会关注焦点的背景下, 采用文献回顾法, 总结了企业家声誉的定义、影响和传播策略, 从管理学、经济学和社会学视角分析了企业家声誉的形成机制。同时, 分析了企业家声誉的构成维度, 总结了现有企业家声誉的测量模型, 并结合理论和实践发展的需要, 提出了企业家声誉理论的未来研究方向。

关键词 [企业家声誉](#) [测量模型](#) [形成机制](#)

分类号 [F272.91](#)

DOI: [10.6049/kjbydc.2012020889](#)

对应的英文版文章: [2012-24-038](#)

通讯作者:

张晓娟

作者个人主页: [张晓娟; 童泽林](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(835KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“企业家声誉”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章

- [张晓娟](#)
- [童泽林](#)

