

述评

消费者促销国际研究的特点及趋势 ——基于2001~2011年SSCI数据库的文献分析

戴鑫, 程思, 戢惠

华中科技大学管理学院

摘要: 以SSCI数据库收录的7种国际知名营销期刊在2001~2011年期间所发表的共计170篇消费者促销文献为研究对象,从文献数量、研究主题、研究方法、本领域知名学者及研究机构等方面进行内容分析,归纳研究特点及发展趋势,以期对正在快速融入全球经济的中国企业和中国学者提供借鉴。

关键词: 消费者促销 SSCI 国际期刊 研究评述

A Literature Review of Consumer Promotion Based on SSCI database from 2001 to 2011

DAI Xin, CHENG Si, JI Hui

Huazhong University of Science & Technology, Wuhan, China

Abstract: Based on a total of 170 papers in 7 authoritative international marketing journals from SSCI database, this article conducts a content analysis from perspectives of quantity, research topics, methods and famous scholars together with their institutions and summarizes the characteristics and trends. We hope the present study should offer guidance for Chinese enterprises and scholars who are rapidly being integrated into the global economy.

Keywords: consumer promotion SSCI international journals literature review

收稿日期 2012-09-16 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

国家自然科学基金资助项目(70902011);高等学校博士点新老师基金(20090142120030)

通讯作者: 戴鑫(1974~),男,河南南阳人。华中科技大学(武汉市 430074)管理学院副教授,博士。研究方向为市场营销、广告管理和战略管理等。

作者简介:

作者Email: daixin@vip.163.com

参考文献:

本刊中的类似文章

1. 邓三鸿, 金莹. 对我国管理学研究最有影响的国外学术著作——基于CSSCI的分析[J]. 管理学报, 2010, 7(6): 804-
2. 邓三鸿, 严明. 对我国管理学研究最有影响的国内学术著作[J]. 管理学报, 2010, 7(5): 666-
3. 陈传明, 刘海建. 2005~2006年我国管理学的研究热点——基于CSSCI关键词的分析[J]. 管理学报, 2009, 6(2): 143-
4. 陈传明, 刘海建. 2005~2006年管理学研究简析 ——基于CSSCI的分析[J]. 管理学报, 2009, 6(1): 2-

文章评论

扩展功能

本文信息

- ▶ Supporting info
- ▶ PDF(1514KB)
- ▶ [HTML全文]
- ▶ 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
- ▶ 文章反馈
- ▶ 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- ▶ 消费者促销
- ▶ SSCI
- ▶ 国际期刊
- ▶ 研究评述

本文作者相关文章

PubMed

反
馈
人

邮箱地址

反馈
标题

验证码

4926