

管理学在中国

管理者国际化认知对营销动态能力演化影响的案例研究

许晖,郭净,邓勇兵

1.南开大学商学院; 2.河北金融学院金融系

摘要: 选取东软集团进行典型案例研究,以公司20年的国际化发展历程为时间脉络,探讨管理者国际化认知与营销动态能力演化过程之间的联系。研究发现,在企业国际化进程中,管理者国际化认知(包括国际注意力和文化智力)是影响营销动态能力形成的重要因素,并影响企业能力演化的能力形成、能力提升和能力转移3个阶段,进而提出了管理者国际化认知与营销动态能力演化过程的作用关系模型。

关键词: 国际化认知 营销动态能力 演化过程 东软集团

International Cognition of Top Managers and Evolution Process of Marketing Dynamic Capability

XU Hui, GUO Jing, DENG Yongbing

1. Nankai University, Tianjin, China; 2. Hebei Finance University, Baoding, Hebei, China

Abstract: Taking Neusoft Corporation as a classical case and according to the 20 years internationalization process of it, our research studies the links between managers' cognition and capability evolution. We found that international cognitions of top managers such as international intention and culture intelligence are key factors to development of marketing dynamic capability. Specifically, the cognitions influence the stages of capability establishment, improvement and transferring of capability evolution. We put forward the model for relation between managers' cognition and capability evolution.

Keywords: international cognition marketing dynamic capability evolution process Neusoft Corporation

收稿日期 2012-07-24 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(71072100)

通讯作者: 许晖(1967~),女,吉林长春人。南开大学(天津市 300071)商学院教授、博士研究生导师。研究方向为国际营销、服务营销。

作者简介:

作者Email: susan_xuhui@126.com

参考文献:

本刊中的类似文章

- 1. 许晖,李巍,王梁.市场知识管理与营销动态能力构建——基于天津奥的斯的案例研究[J].管理学报,2011,8(3):323-

文章评论

扩展功能
本文信息
Supporting info
PDF(1613KB)
[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
国际化认知
营销动态能力
演化过程
东软集团
本文作者相关文章
PubMed

Feedback form with fields for name, email address, and title, and a verification code field with the value 1172.

