

Google Scholar

- Toujours passer par le site de la bibliothèque pour être rattaché à la bibliothèque numérique de Montpellier Business School.
- Faites votre recherche avec vos mots-clés.
- Affiner votre recherche avec les filtres présents à gauche des résultats.
- Effectuer une 1^{ère} lecture rapide des titres + le début du contenu du document.
- Cliquer sur le lien à droite des résultats pour accéder au texte entier.
- Si il n'y a pas de liens à droite, cliquer sur le titre : parfois l'article est disponible directement par ce biais.
- Si l'article n'est pas disponible en texte intégral : repérer le nom de la revue et effectuer une recherche grâce à l'outil « Revues Electroniques » de la bibliothèque.
- Tutoriel pour vous guidez dans la recherche d'un article dans les bases de données de l'école, à partir de sa référence : <https://learningcenter.montpellier-bs.com/ajax.php?module=cms&categ=document&action=render&id=49>



Date indifférente

Depuis 2020

Depuis 2019

Depuis 2016

Période spécifique...

Trier par pertinence

Trier par date

Toutes les langues

Rechercher les pages
en Français

inclure les brevets

inclure les
citations

Créer l'alerte

Filtres
disponibles
pour affiner
votre
recherche

Résultats de votre
recherche. Ici des
livres [livres], et des
articles (tous les
autres)

[LIVRE] **Internationales Marketing-Management**

H Meffert, J Bolz - 1994 - sisis.rz.htw-berlin.de

... 17 1.3 Abgrenzung und Besonderheiten des internationalen Marketing 23 1.3.1 Abgrenzung des nationalen vom internationalen Marketing .. 24 1.3.2 Besonderheit Nr. 1: Internationales Marketing zwischen lokaler Anpassung und globaler Standardisierung 25 1.3.3 Besonderheit ...
☆ 99 Cité 550 fois Autres articles

[LIVRE] **Internationales marketing**

K Backhaus, M Voeth - 2010 - books.google.com

Das Buch beschäftigt sich mit Fragestellungen, die aus Rückkopplungen zwischen verschiedenen Ländermärkten resultieren. Diese beeinflussen die Marketingaktivitäten eines Unternehmens sowohl beim erstmaligen Engagement auf Ländermärkten (" Going ...
☆ 99 Cité 478 fois Autres articles Les 2 versions

[HTML] **Advances in international marketing**

SP Douglas, CS Craig - **International Journal of Research in Marketing**, 1992 - Elsevier

The decade of the '80s was characterized by rapid internationalization of business, both in response to, and further accelerating the globalization of the business environment. As a result, markets in many industries, whether for consumer products, industrial goods and ...
☆ 99 Cité 345 fois Autres articles Les 2 versions

[HTML] **Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies**

AM Soares, M Farhangmehr, A Shoham - **Journal of business research**, 2007 - Elsevier

Growth of research addressing the relationship between culture and consumption is exponential [Ogden D., Ogden J. and Schau HJ. Exploring the impact of culture and acculturation on consumer purchase decisions: toward a microcultural perspective ...
☆ 99 Cité 838 fois Autres articles Les 11 versions

[LIVRE] **International marketing research**

V Kumar - 2000 - academia.edu

A company advertised eyeglasses in Thailand by featuring a variety of cute animals wearing glasses. The advertisement was a poor choice since animals are considered to be a form of low life and no self respecting Thai would wear anything worn by animals (Payne, website) ...
☆ 99 Cité 326 fois Autres articles Les 5 versions

The role of national culture in international marketing research

JBEM Steenkamp - **International Marketing Review**, 2001 - emerald.com

Reviews and discusses the role of national culture in international marketing research. Special emphasis is given to national cultural frameworks—the Hofstede and the Schwartz—are discussed. Their interrelations are ...
☆ 99 Cité 844 fois Autres articles Les 7 versions

Où trouver l'article en
texte intégral

[PDF] schweitzer-online.de

[HTML] sciencedirect.com
MontpellierBusinessSchool

[HTML] sciencedirect.com
MontpellierBusinessSchool

[PDF] academia.edu

[PDF] researchgate.net
MontpellierBusinessSchool



Date indifférente
 Depuis 2020
 Depuis 2019
 Depuis 2016
 Période spécifique...

Trier par pertinence
 Trier par date

Toutes les langues
 Rechercher les pages
 en Français

inclure les brevets
 inclure les citations

Créer l'alerte

[LIVRE] **Internationales Marketing-Management**

H Meffert, J Bolz - 1994 - sisis.rz.htw-berlin.de
 ... 17 1.3 Abgrenzung und Besonderheiten des internationalen Marketing
 des nationalen vom internationalen Marketing .. 24 1.3.2 Besonderheit
Marketing zwischen lokaler Anpassung und globaler Standardisierung ...
 ☆ 97 Cité 550 fois Autres articles

[LIVRE] **Internationales marketing**

K Backhaus, M Voeth - 2010 - books.google.com
 Das Buch beschäftigt sich mit Fragestellungen, die aus Rückkopplungen zwischen
 verschiedenen Ländermärkten resultieren. Diese beeinflussen die Marketingaktivitäten
 eines Unternehmens sowohl beim erstmaligen Engagement auf Ländermärkten (" Going ...
 ☆ 97 Cité 478 fois Autres articles Les 2 versions

[HTML] **Advances in international marketing**

SP Douglas, CS Craig - **International Journal of Research in Marketing**, 1992 - Elsevier
 The decade of the'80s was characterized by rapid internationalization of business, both in
 response to, and further accelerating the globalization of the business environment. As a
 result, markets in many industries, whether for consumer products, industrial goods and ...
 ☆ 97 Cité 345 fois Autres articles Les 2 versions

[HTML] **Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies**

[AM Soares](#), [M Farhangmehr](#), [A Shoham](#) - **Journal of business research**, 2007 - Elsevier
 Growth of research addressing the relationship between culture and consumption is
 exponential [Ogden D., Ogden J. and Schau HJ. Exploring the impact of culture and
 acculturation on consumer purchase decisions: toward a microcultural perspective ...
 ☆ 97 Cité 838 fois Autres articles Les 11 versions

[LIVRE] **International marketing research**

[V Kumar](#) - 2000 - academia.edu
 A company advertised eyeglasses in Thailand by featuring a variety of cute animals wearing
 glasses. The advertisement was a poor choice since animals are considered to be a form of
 low life and no self respecting Thai would wear anything worn by animals (Payne, website) ...
 ☆ 97 Cité 326 fois Autres articles Les 5 versions

The role of national culture in international marketing research

[JBEM Steenkamp](#) - **International Marketing Review**, 2001 - emerald.com
 Reviews and discusses the role of national culture in **international marketing** research.
 Special emphasis is given to national cultural frameworks. The two main national cultural
 frameworks—the Hofstede and the Schwartz—are discussed. Their interrelations are ...
 ☆ 97 Cité 844 fois Autres articles Les 7 versions

Lorsque la mention
 « MontpellierBusinessSchool »
 apparait alors l'article provient
 d'une des bases de données à
 laquelle l'école est abonnée

[HTML] sciencedirect.com
MontpellierBusinessSchool

[HTML] sciencedirect.com
MontpellierBusinessSchool

[PDF] academia.edu

[PDF] researchgate.net
MontpellierBusinessSchool

Toute la référence de l'article est indiquée :
 Titre de l'article
 Nom du ou des auteurs
 Nom de la revue dans laquelle l'article est publié
 Année de publication
 Nom de l'éditeur



Date indifférente

Depuis 2020

Depuis 2019

Depuis 2016

Période spécifique...

Trier par pertinence

Trier par date

Toutes les langues

Rechercher les pages en Français

inclure les brevets

inclure les citations

[LIVRE] **Internationales Marketing-Management**

H Meffert, J Bolz - 1994 - sisis.rz.htw-berlin.de

... 17 1.3 Abgrenzung und Besonderheiten des internationalen Ma
des nationalen vom internationalen Marketing .. 24 1.3.2 Besondi
Marketing zwischen lokaler Anpassung und globaler Standardis

☆ 99 Cité 550 fois Autres articles

[LIVRE] **Internationales marketing**

K Backhaus, M Voeth - 2010 - books.google.com

Das Buch beschäftigt sich mit Fragestellungen, die aus Rückkopplungen zwischen
verschiedenen Ländermärkten resultieren. Diese beeinflussen die Marketingaktivitäten
eines Unternehmens sowohl beim erstmaligen Engagement auf Ländermärkten (" Going ...

☆ 99 Cité 478 fois Autres articles Les 2 versions

[HTML] **Advances in international marketing**

SP Douglas, CS Craig - **International Journal of Research in Marketing**, 1992 - Elsevier

The decade of the'80s was characterized by rapid internationalization of business, both in
response to, and further accelerating the globalization of the business environment. As a
result, markets in many industries, whether for consumer products, industrial goods and ...

☆ 99 Cité 345 fois Autres articles Les 2 versions

[HTML] Hofstede's dimensions of culture in **international marketing** studies

AM Soares, M Farhangmehr, A Shoham - *Journal of business research*, 2007 - Elsevier

Growth of research addressing the relationship between culture and consumption is
exponential [Ogden D., Ogden J. and Schau HJ. Exploring the impact of culture and
acculturation on consumer purchase decisions: toward a microcultural perspective ...

☆ 99 Cité 838 fois Autres articles Les 11 versions

[LIVRE] **International marketing** research

V Kumar - 2000 - academia.edu

A company advertised eyeglasses in Thailand by featuring a variety of cute animals wearing
glasses. The advertisement was a poor choice since animals are considered to be a form of
low life and no self respecting Thai would wear anything worn by animals (Payne, website) ...

☆ 99 Cité 326 fois Autres articles Les 5 versions

The role of national culture in international marketing research

JDEM Stashnik - *International Marketing Review*, 2001 - emerald.com

Reviews and discusses the role of national culture in **international marketing** research.
Special emphasis is given to national cultural frameworks. The two main national cultural
frameworks—the Hofstede and the Schwartz—are discussed. Their interrelations are ...

☆ 99 Cité 844 fois Autres articles Les 7 versions

Pour accéder au texte intégral cliquer sur le nom de la base de données, ici « sciencedirect.com » ou sur « MontpellierBusinessSchool »

[HTML] sciencedirect.com
MontpellierBusinessSchool

[HTML] sciencedirect.com
MontpellierBusinessSchool

[PDF] academia.edu

[PDF] researchgate.net
MontpellierBusinessSchool

Ne cliquer pas directement sur le titre de l'article, vous ne serez pas renvoyé vers le texte intégral et il vous sera demandé de payer

En cliquant sur « ScienceDirect.com »

i COVID-19 campus closures: see options for getting or retaining Remote Access to subscribed content

Outline

Abstract

Keywords

1. Introduction

2. Profile of studies

3. Antecedent factors

4. International marketing strategy

5. Performance outcome


6. Summary and conclusions

7. Future research directions

Acknowledgements

References

 [Download PDF](#) [Share](#) [Export](#)

 [Download this article](#)

[Download full issue](#)

Business Review

April 2003, Pages 141-171

Adaptation of international
marketing strategy: an integrative assessment of
the empirical research

Marios Theodosiou , Leonidas C. Leonidou

 [Show more](#)

Search ScienceDirect

 Advanced

Recommended articles

A Capability Perspective on Relationship Ending...
Long Range Planning, Volume 50, Issue 2, 2017, pp. 1...

 [Download PDF](#)

[View details](#) 

Using actors' perceptions of network roles and ...
Industrial Marketing Management, Volume 41, Issue 2...


 [Download PDF](#)

[View details](#) 

Marketing capability, organizational adaptation ...
Industrial Marketing Management, Volume 49, 2015, ...

 [Download PDF](#)

[View details](#) 

1 2 [Next](#) 

Vous arrivez directement sur le site de l'éditeur de l'article, vous n'avez plus qu'à le télécharger en cliquant sur « Download this article »

En cliquant sur « MontpellierBusinessSchool »

Full Text Finder Results

Revise Request







Full Text
Finder

Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies

Soares, Ana. *Journal of business research* Volume: 60 Issue 3 (2007) ISSN: 0148-2963

Full Text Finder Results

Resources Located for this Citation

-  [Check for full text at the publisher's site.](#)
-  [Check for full text at the publisher's site.](#)
-  [View this article at Science Direct](#)
-  [View this article at Science Direct](#)

Vous arrivez sur une page qui vous redirige vers toutes les bases de données de l'école qui possèdent l'article en texte intégral. Vous pouvez cliquer sur les 4 liens, ils vous renverrons tous vers le téléchargement de l'article entier.

Merci de votre attention !



Pour nous contacter, plusieurs possibilités s'offrent à vous ...



+ 33 (0)4 67 10 28 08



learningcenter@montpellier-bs.com



Sur le campus learning center - bâtiment A - niveau 2