

# Google Scholar

- Toujours passer par le site de la bibliothèque, soit en accès campus soit en accès distant, 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<sup>ère</sup> 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 : [Si vous êtes hors campus](#) / [Si vous êtes sur le campus](#)



Filtres disponibles pour affiner votre recherche

- 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

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 two main 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](http://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 ...  
 ☆  Cité 550 fois [Autres articles](#) 

[LIVRE] **Internationales marketing**  
 K Backhaus, M Voeth - 2010 - [books.google.com](http://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 ...  
 ☆  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 ...  
 ☆  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 ...  
 ☆  Cité 838 fois [Autres articles](#) [Les 11 versions](#) 

[LIVRE] **International marketing research**  
 V Kumar - 2000 - [academia.edu](http://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) ...  
 ☆  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](http://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 ...  
 ☆  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](http://sciencedirect.com)  
[MontpellierBusinessSchool](http://MontpellierBusinessSchool)

[HTML] [sciencedirect.com](http://sciencedirect.com)  
[MontpellierBusinessSchool](http://MontpellierBusinessSchool)

[PDF] [academia.edu](http://academia.edu)

[PDF] [researchgate.net](http://researchgate.net)  
[MontpellierBusinessSchool](http://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](http://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](http://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](http://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 Stankamp - **International Marketing Review**, 2004 - [emerald.com](http://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](http://sciencedirect.com) » ou sur  
« [MontpellierBusinessSchool](http://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

[HTML] [sciencedirect.com](http://sciencedirect.com)  
[MontpellierBusinessSchool](http://MontpellierBusinessSchool)

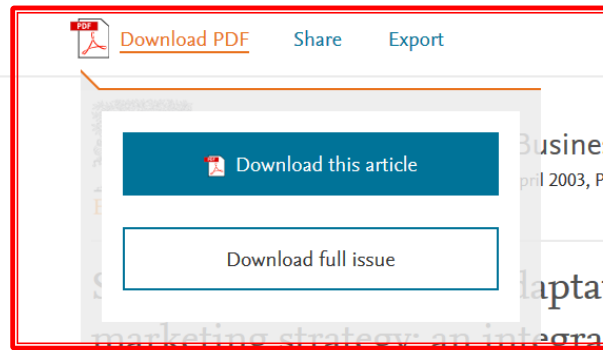
[HTML] [sciencedirect.com](http://sciencedirect.com)  
[MontpellierBusinessSchool](http://MontpellierBusinessSchool)

[PDF] [academia.edu](http://academia.edu)

[PDF] [researchgate.net](http://researchgate.net)  
[MontpellierBusinessSchool](http://MontpellierBusinessSchool)

# En cliquant sur « ScienceDirect.com »

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



Download PDF Share Export

Download this article

Download full issue

Search ScienceDirect Advanced

## 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

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

## 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](mailto:learningcenter@montpellier-bs.com)



Sur le campus learning center - bâtiment A - niveau 2