

<<公司地理论>>

图书基本信息

书名：<<公司地理论>>

13位ISBN编号：9787030075581

10位ISBN编号：7030075587

出版时间：2003-3

出版时间：科学出版社

作者：李小建

页数：222

字数：329000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<公司地理论>>

### 内容概要

公司地理是20世纪70年代以来国际地理学术界的新兴研究领域。

本书在全面分析该领域的主要研究成果的基础上，结合中国实际，系统地提出公司地理研究框架，对公司空间扩张、公司空间系统、公司与环境的关系、公司（包括国内公司和跨国公司）与区域发展等公司地理的主要方面进行了深入的研究。

本书在理论上为经济地理学开拓了新思路；在实践上，对乡镇企业、国有企业改造和外国跨国公司与区域发展的关系，以及各类公司的空间发展均提供了有益的观点，是企业管理、区域经济、经济地理等方面研究人员、研究生和管理决策干部十分有价值的参考书。

## &lt;&lt;公司地理论&gt;&gt;

## 书籍目录

- 修订说明自序第一章 公司地理与经济地理学 第一节 20世纪经济地理学的发展 1. 经济地理学发展特点 2. 经济地理学研究新特点 第二节 公司地理及其产生与发展 1. 公司地理概念 2. 公司地理的产生背景 3. 公司地理的产生与发展 第三节 公司地理与中国经济地理学 1. 国际经济地理学理论对中国的影响 2. 我国经济体制改革与现代公司建立 3. 中国经济地理学中的公司地理研究第二章 公司地理的特征及主要内容 第一节 公司的概念讨论 1. 公司的概念 2. 公司与企业的关系 3. 公司的发展及地位 第二节 公司地理的主要特征 1. 公司地理强调对公司的研究 2. 公司地理认为公司对环境具一定影响 3. 公司地理重视公司内部因素的分析 4. 公司地理重视个案研究 第三节 公司地理研究的主要内容 1. 公司增长的空间研究 2. 公司内部结构的空间意义 3. 公司与环境关系研究 4. 公司活动与区域发展研究第三章 公司空间扩张 第一节 公司增长动因及战略 1. 公司增长的动因 2. 公司增长的战略与方法 3. 公司增长实例分析 第二节 公司增长的区位决策 1. 区位决策在公司决策中的地位 2. 新建机构的区位决策原则 3. 行为主义方法对区位决策的分析 4. 博弈论与区位决策 第三节 公司的空间扩张 1. 公司空间增长过程 2. 公司空间增长阶段 3. 公司空间扩张规律 第四节 公司增长的空间模式 1. 沃茨的市区扩大模式 2. 泰勒的组织变形及区域演化模式 3. 哈坎逊的全球扩张模式 4. 迪肯的全球转移模式 第五节 中国大型工业公司的空间扩张 1. 中国第一拖拉机集团有限责任公司 2. 洛阳浮法玻璃集团第四章 公司空间系统 第一节 公司组织与生产系统 1. 生产链 2. 生产链与公司组织 3. 及时供货 (JIT) 方式对公司空间结构的影响 4. 产业部门和区域环境对公司空间结构的影响 5. 公司内部生产系统差异 第二节 组织结构类型及其空间特征 1. 公司发展与组织结构 2. 组织结构主要类型实例 第三节 公司不同组分的区位选择 1. 公司总部的区位特征 2. 公司研究与开发 (R&D) 机构的区位特征 3. 公司生产单位的区位特征 第四节 公司空间结构调整 1. 公司空间结构调整形式 2. 公司空间结构调整案例第五章 公司与环境关系 第一节 权变组织理论 1. 组织内结构层次 2. 组织的外部环境 3. 不同环境层次对公司的影响 4. 环境特性与公司组织 5. 环境与公司联系广度 第二节 组织环境相互作用 1. 组织结构变量——组织内部差异性 2. 工作环境变量——组织之间差异性 3. 域环境变量——区域间差异 4. 公司与环境关系的三维空间分析 第三节 特殊环境条件下的公司行为 1. 不同环境条件下的公司空间行为 2. 公司对区域环境的反应 3. 全球化环境下的公司战略第六章 公司活动与区域发展 第一节 公司活动与区域发展的关系 1. 组织变化 (发展) 是区域经济变化 (发展) 的核心 2. 区域系统与公司组织系统 3. 区域经济变化与企业组织分析 4. 研究实例: 澳大利亚东南部制造业区域变化与公司活动 第二节 企业联系与区域发展 1. 企业联系概念公析 2. 企业联系与区域发展 3. 推进型企业选择的指标与方法 4. 实例研究: 开封市推进型企业的选择 第三节 国有企业改革与区域发展 1. 国有企业存在问题及改革方向 2. 国企改革区域效应 3. 国有企业制度创新的区域分析 4. 企业案例: 中国第一拖拉机集团有限责任公司 第四节 乡镇企业与区域发展 1. 调查企业选择及数据特点 2. 区域环境与企业创办 3. 企业发展与区域条件 4. 企业联系与区域发展 5. 典型案例: 企业关联与南街村发展第七章 跨国公司与区域发展 第一节 跨国直接投资区位选择 1. 跨国直接投资宏观区位选择 2. 跨国投资的微观区位选择 3. 港商对中国内地投资的区位选择 4. 日本跨国公司在中国的投资区位 第二节 跨国公司与区域经济发展的理论研究 1. 跨国公司与区域发展研究的理论背景 2. 跨国投资公司与区域发展的关系 第三节 跨国公司对中国经济发展的影响 1. 跨国公司在华投资特点 2. 跨国公司的区域分布 3. 跨国公司投资对区域经济发展的影响 4. 外商投资与沿海地区经济增长的定量分析 5. 区域案例: 跨国公司与90年代上海浦东经济发展 第四节 跨国公司与投资地关系的实例分析 1. 跨国公司与投资地交易关系的量度 2. 跨国公司在上海投资增长 3. 交易实力与股权拥有 4. 交易实力与当地化 5. 上海与跨国公司的相互作用第八章 公司地理研究方法 第一节 公司调查与统计分析 1. 公司问卷调查方法 2. 针对问题的公司调查分析 3. 假设检验的企业调查分析 第二节 公司访谈的定性分析 1. 定性公司访谈的特点 2. 公司与访问人员的选择 3. 公司定性访问技巧 4. 两个例证附录1 调查问卷附录2 公司研究案例: 中国一拖集团空间网络变化参考文献



<<公司地理论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>