

<<公司国际化经营>>

图书基本信息

书名：<<公司国际化经营>>

13位ISBN编号：9787300059778

10位ISBN编号：7300059775

出版时间：2004-11

出版单位：人民大学

作者：符正平

页数：358

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>

<<公司国际化经营>>

前言

现在打开每天的报纸杂志会发现，人们谈论比较多的一个话题就是“国际化”，“国际化”成为一个出现频率很高的词。

在我国成功地加入WTO以后，无论是企业还是其他单位，无论是沿海、沿边地区还是中部内陆省份，都面临一个国际化的问题，即如何走向世界，让其他国家的人们了解中国的问题。

一个国家的经济实力可以从很多方面体现出来，其中，一个很重要的方面就是这个国家中能够走出去、参与国际竞争的企业的数量和实力。

随着经济全球化的推进和新的信息通讯技术的运用，各国政府纷纷实行开放的对外经济政策，为企业国际化经营创造了良好的外部环境和条件。

可以预见，在21世纪，企业国际化经营将成为企业经营的常态而不是特例，国际企业将成为现代企业的一般形态。

在这种一般企业形态中，既有规模庞大的大型跨国公司，又有数量众多的中小企业。

目前，我们国家能够参与国际竞争的企业仍然是少数，这与我国的经济地位极不相称。

其中的原因是多方面的，既有政府层次的政策支持问题，又有企业微观层次的经营理念问题。

在作者看来，改变观念、建立新的认知模式，对推动我国企业的国际化经营具有重大的意义。

这就需要对我国各个层面的涉及企业国际化经营的各级政府官员、企业经理人员和从事实际国际经营业务的企业管理人员进行培训，让他们掌握基本的企业国际化经营的知识，从心理上克服对企业国际化经营的畏难情绪，充满信心地开拓企业国际化经营事业。

同时，21世纪是一个知识经济的时代，知识的更新速度在加快，这就要求提倡终身学习与教育。

正是基于以上的考虑，本人组织编写了这本《公司国际化经营》教材，主要目的就是为了推广、普及国际企业管理的知识。

企业管理人员大都工作繁忙，无暇对某个学科作专门深入的研究。

因此，和国内同类教材相比，在撰写风格的把握上，本教材力图突出简明扼要、通俗易懂这一基本特点。

在内容的取舍上，主要侧重于企业开展国际化经营过程中遇到的一些战略和职能管理问题，包括国际战略管理、市场进入战略、国际营销、全球供应链管理、全球技术开发、合资企业与跨文化管理、国际人力资源管理以及中小企业国际化经营。

此外，教材中使用了大量的案例，使概念和理论更容易理解和学习。

同时，对企业国际化经营中一些最新的经营模式，如全球供应链与OEM，用新的材料和具体的第一手案例进行了详细解剖。

<<公司国际化经营>>

内容概要

《公司国际化经营》教材，主要目的就是为了推广、普及国际企业管理的知识。

企业管理人员大都工作繁忙，无暇对某个学科作专门深入的研究。

因此，和国内同类教材相比，在撰写风格的把握上，本教材力图突出简明扼要、通俗易懂这一基本特点。

在内容的取舍上，主要侧重于企业开展国际化经营过程中遇到的一些战略和职能管理问题，包括国际战略管理、市场进入战略、国际营销、全球供应链管理、全球技术开发、合资企业与跨文化管理、国际人力资源管理以及中小企业国际化经营。

此外，教材中使用了大量的案例，使概念和理论更容易理解和学习。

同时，对企业国际化经营中一些最新的经营模式，如全球供应链与OEM，用新的材料和具体的第一手案例进行了详细解剖。

<<公司国际化经营>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 跨国公司的定义及其特征 第二节 跨国公司成长过程 第三节 发展中国家的直接投资地位与新型跨国公司 本章小结 复习思考题 案例分析 第二章 国际竞争战略 第一节 跨国公司战略选择 第二节 跨国公司竞争战略的演变 第三节 跨国公司组织结构选择 第四节 价值链与国际分工新模式 第五节 案例分析之一：传统产业中的国际垂直分工 第六节 案例分析之二：电子信息产业中的国际垂直分工 本章小结 复习思考题 案例分析 第三章 企业国际化的动因与模式 第一节 企业国际化的动因 第二节 企业国际化的模式 第三节 跨国公司战略联盟 本章小结 复习思考题 案例分析 第四章 国际营销 第一节 国际营销概述 第二节 国际经济环境及文化环境 第三节 国际营销战略 第四节 国际市场营销策略 本章小结 复习思考题 案例分析 第五章 合资企业的跨文化管理 第一节 文化的透析 第二节 管理中的文化 第三节 合资企业中的文化冲突 第四节 跨文化管理 第五节 跨文化管理的实施层面和原则 本章小结 复习思考题 案例分析 第六章 全球制造与供应链管理 第一节 全球制造和供应链管理的兴起 第二节 供应链管理 第三节 全球制造背景下的供应链管理 第四节 中国制造 本章小结 复习思考题 案例分析 第七章 全球研发与技术管理 第一节 全球研发 第二节 技术管理 本章小结 复习思考题 案例分析 第八章 跨国公司人力资源管理 第一节 跨国公司人力资源管理概述 第二节 人力资源管理流程 第三节 劳资关系 第四节 跨国公司人力资源本土化 本章小结 复习思考题 案例分析 第九章 中小企业国际化经营 第一节 中小企业的界定 第二节 中小企业的优势和劣势 第三节 中小企业国际化经营的方式选择 第四节 中小企业国际化的三个模型 第五节 促进中国中小企业走向世界的对策 本章小结 复习思考题 案例分析 第十章 跨国经营案例分析：华荣公司在中国的OEM经营 第一节 华荣公司的OEM经营模式决策 第二节 品牌商对供应商的选择、开发与考核 第三节 OEM模式对企业经营的影响 第四节 OEM生产的前景和挑战 第五节 对OEM生产经营模式的思考 本章小结 复习思考题 主要参考书目

<<公司国际化经营>>

章节摘录

(1) 跨国公司战略技术联盟已经网络化。

联盟本来的含义是两个企业之间的双边合作关系。

但是,大型跨国公司缔结的战略联盟数量往往超过几百个,事实上已经形成一个关系复杂的联盟网络,使跨国公司与外部市场的边界模糊化。

以荷兰的飞利浦电器跨国公司为例,它同美国电话电报公司合作,取得先进的光电技术;同德国西门子公司合作,设计统一的电话系统;同德国伯斯公司在电子技术方面合作;与瑞士威力、杜施达公司合作,研究开发密文唱片;与日本新日铁公司和日本化学工业公司合作,生产陶瓷电子元件用于改善照相机和磁带录音机等产品的性能;与英国公司合作,生产汽车音响、分析仪器和线形加速器;与加拿大企业合作生产文字处理机;与瑞典企业合作生产微波炉等。

再以汽车跨国公司为例,20世纪80年代,大多数汽车跨国公司缔结的技术联盟都超过100个以上。

通用公司缔结的技术联盟为39个,福特公司为30个,丰田公司为36个,马自达公司为34个,本田公司为22个,瑞典沃尔沃公司为31个,菲亚特公司为20个。

标致公司为31个,雷诺公司为21个,戴姆勒-奔驰公司为10个。

因为跨国公司是一个庞大的企业集团,生产的产品种类繁多,涉及的相关技术领域比较宽广,经营的多样化需要技术的多样化。

跨国公司同时缔结多个技术联盟反映了跨国公司对外部技术资源的多种需求。

(2) 跨国公司战略技术联盟主要集中在发达国家。

有资料表明,20世纪80年代建立的跨国公司技术联盟主要集中在美国、欧洲、日本这三驾马车之间。

这三个国家或国家集团的跨国经营企业建立的技术联盟占有所有技术联盟的90%以上,其中美国企业相互之间的技术联盟约占1/4,而且80年代下半期上升较快,进入90年代更是直线上升,联盟总数占到世界技术联盟总数的40%。

出现这种现象的一个重要原因是美国从80年代中期起通过了一系列鼓励和促进企业间合作研究开发的法律,放松了传统的反托拉斯法的管制,从而使企业间的技术合作逐年上升。

欧洲内部企业之间的技术合作占20%左右。

%左右。

美国与欧洲企业之间的技术合作基本稳定,约占22.4%。

美国与日本、欧洲与日本企业之间的技术合作呈下降趋势。

80年代上半期,美国与日本企业技术合作占17.6%,80年代下半期降到11.7%。

同期,欧洲企业与日本企业的合作从6.5%下降到5.7%。

不同国家企业之间战略技术联盟的分布情况如表3-5所示。

<<公司国际化经营>>

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>