第一图书网, tushu007.com

<<国际化未来>>

图书基本信息

书名：<<国际化未来>>

13位ISBN编号：9787302122265

10位ISBN编号：7302122261

出版时间：2006年3月

出版时间：清华大学出版社

作者：Arnoud De Meyer ,Pamela C.M.Mar,Frank.Jurgen.Richter;Peter.Williamson

页数：293

译者：许建钢；温瑞锋,张立国；朱琳；柯明

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

内容概要

本书综合了商界领袖提供的经营战略方面的权威资料，展示了亚洲巨人如何成为跨国企业，指出今天起步国际化的企业也同样可以取得成功，有效帮助他们应对技术进步、产业升级以及已从根本上改变了的竞争结构，制定和发展在国际化未来能够取得成功的战略和能力，是一本实现国际化的指南。
通过分析亚洲企业国际化的三个阶段，从早期的先锋队，到其后的建设者，到今天的新生力量，作者描绘了一幅不同发展水平的亚洲企业如何迎接国际化挑战、攀登国际化阶梯的丰富图画。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

Arnoud De Meyer欧洲工商管理学院（INSEAD）行政副院长、亚洲分校校长，科学技术管理学院管理专业教授和亚欧研究中心负责人，他在创新管理和制造业战略方面广泛地发表论文和出版著作。

<<国际化未来>>

书籍目录

第1部分 亚洲企业的国际化：现实的证明 第1章 实现国际化的紧迫性 第一节 国际化的新压力和推动者的无奈 第二节 新的紧迫感 第三节 国际化的挑战 第四节 实现跨越 第2章 先锋队 第一节 日本索尼公司 第二节 日本龟甲万公司 第三节 韩国三星电子公司 第3章 建设者 第一节 中国香港利集团 第二节 新加坡电信 第三节 新加坡奥兰公司 第4章 新生力量 第一节 中国台湾统一企业 第二节 中国工商银行 第三节 中国网通有限公司 第四节 中国用友软件股份有限公司 第5章 反思：地域的作用 第一节 国际化框架 第二节 国家全球化驱动力 第三节 产业国际化潜力 第四节 基础以转移的竞争优势 第五节 客户资源市场 第六节 产品和服务 第七节 商业运作系统 第八节 资产及资源 第九节 合伙人 第十节 规模经济和区域性经济 第十一节 运用全球战略 第十二节 全球市场参与 第十三节 全球产品和服务 第十四节 全球业务定位 第十五节 全球市场营销 第十六节 全球竞争转移 第十七节 本章结论 第2部分 攀登国际化的阶梯 第6章 制订国际化策略 第一节 引言 第二节 为什么是一个阶梯 第三节 在坚实基础上建立稳固的阶梯 第四节 迈出第一步：构建组织机构 第五节 更上一层楼：培养必要的能力 第六节 下一步：实现可持续发展 第七节 同时采取两个步骤 第7章 奠定国际化基础 第一节 创建网络 第二节 争取财务优势：中国企业的案例 第8章 形竞争力 第一节 管理人员 第二节 创立品牌 第9章 取得持续发展 第一节 保持竞争力 第二节 与会同步成长 第10章 反思：欧洲的经验第3部分 未来的发展趋势 第11章 结论 第一节 亚洲国际化企业的承受能力和未来需求 第二节 可持续性 第三节 建设未来的亚洲国际化公司 第四节 势如猛虎般的飞跃

第一图书网, tushu007.com

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