

图书基本信息

书名：<<高等教育服务贸易理论与政策研究>>

13位ISBN编号：9787501793945

10位ISBN编号：7501793948

出版时间：2009-9

出版时间：中国经济出版社

作者：张亚

页数：298

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

本书旨在研究当代高等教育服务贸易产生、发展的规律性和特殊性,运用国际贸易等理论论述高等教育服务贸易的产生动因,高等教育服务贸易格局和高等教育服务贸易利益,揭示高等教育服务贸易自由化和保护性的政策倾向,为世界高等教育的发展和研究提供一个独特的贸易视角。

导论主要阐述了高等教育的非营利性与高等教育服务贸易营利性的逻辑关系,介绍了目前WTO框架下,高等教育服务贸易的概念和运行模式,以及由此产生的不同观点,并就高等教育服务贸易相关领域的研究作了综述。

第一章 主要介绍了高等教育服务贸易产生和发展的状况。着重解释了高等教育服务贸易的概念,产生的背景和产生的过程,以及发达国家高等教育服务贸易的现状。

第二章运用产业经济学理论,分析了高等教育产业的特性,及其与高等教育服务贸易的关系,即所谓产业是源,贸易是流,源远才能流长;同时运用现代比较优势理论,借助产业内贸易的模型,分析了高等教育服务贸易产生的三大动因。

第三章在评述竞争优势理论的基础上,分析了高等教育服务贸易市场的形成和竞争的特点,论述了高等教育服务贸易竞争优势的生产要素、需求要素、组织效率、政府政策和文化传统等五方面内容构成的决定因素。

第四章借鉴人力资本投资理论和新增长理论的有关原理,阐述了高等教育服务贸易广义的利益观念,并根据人力资本国际流动的理论,对留学个人、留学生接收国和留学生输出国的福利情况进行了经济学分析,揭示了高等教育服务贸易的福利效应。

第五章在评价国际服务贸易自由贸易政策和保护贸易政策的基础上,分析了高等教育服务贸易自由化政策和措施;并从经济利益、教育主权和文化取向三个方面剖析了高等教育服务贸易保护性政策倾向。

第六章主要介绍了我国当前高等教育服务贸易的现状和发展对策,尤其是对我国境外消费和中外合作办学方式下的教育服务贸易进行了进一步论述,并就发展我国高等教育服务贸易和推动我国高等教育的发展提出了应对之策。

本书比较系统地论述了高等教育服务贸易问题,首次提出了高等教育服务贸易问题的研究框架和体系。

吸收和借鉴了国际贸易理论、人力资本投资理论和高等教育经济学等方面的研究成果,采用实证与规范相结合的研究方法,对高等教育的贸易概念、贸易动因、贸易格局、贸易利益和贸易政策导向及我国的对策等问题,进行了尝试性的研究。

尽管这种研究是比较初步的,但是改变了目前零散的研究状况,奠定了该题目的研究基础。

作者简介

张亚，男，1965年11月生，安徽太和人，史学学士、法学硕士、经济学博士，副研究员。现任南开大学办公室主任，兼任南开大学发展办公室、校友工作办公室主任。近年来，曾在《开放导报》、《南开教育论丛》、《天津市教科院学报》、《跨国公司论丛》等刊物上发表了“高等教育的国际贸易性及其决定因素”、“高等教育服务贸易竞争优势的决定因素”、“高等教育服务的国际流动”、“高等教育产业特性的经济学分析”、“大学职能的经济学考察”、“大学捐赠：美国的经验与思考”等十余篇学术论文。主要研究领域：高等教育服务贸易理论与政策、高等教育经济学、高校管理等。

书籍目录

内容提要导论：高等教育服务贸易的逻辑解释及其相关理论综述一、高等教育服务贸易及其运行模式二、高等教育服务贸易的相关争论三、高等教育服务贸易的逻辑解释四、相关问题的研究综述五、本书写作的思路和创新第一章 高等教育服务贸易的产生和发展第一节 高等教育服务贸易释义一、教育和高等教育的概念二、服务和贸易的概念三、高等教育服务贸易的概念第二节 高等教育服务贸易产生的背景一、全球化对高等教育的影响二、高等教育国际化中的经济利益三、国际服务贸易的发展及其自由化的趋势四、科技进步对高等教育服务贸易的促进第三节 高等教育服务贸易的发展历程一、萌芽阶段高等教育的国际化二、雏形阶段高等教育的国际化三、成型期高等教育的国际化四、高等教育服务贸易的产生第四节 发达国家高等教育服务贸易的现状一、留学生教育（境外消费）的发展状况二、跨国远程教育（跨境支付）的发展状况三、合作办学活动（商业存在）的发展状况第二章 高等教育服务贸易产生的经济学分析第一节 高等教育服务贸易产生的产业基础一、高等教育产业的概念、理论依据和现实意义二、高等教育产品的内涵和层次三、高等教育产业的特殊属性四、高等教育产业化和市场化的基本内涵和理解五、高等教育市场行为与高等教育服务贸易第二节 高等教育服务贸易的比较优势特征一、比较优势理论及其发展二、服务贸易理论研究的主要特点三、服务贸易比较优势的决定因素分析四、产业内贸易理论及其创新分析五、高等教育服务贸易产生的理论解释第三章 高等教育服务贸易的竞争格局及其决定因素第一节 竞争优势理论评述一、竞争优势的概念和竞争优势的理论基础二、竞争优势与比较优势的关系三、竞争优势的决定因素：“钻石模型四、竞争优势的评价指标第二节 高等教育服务贸易市场的形成、布局和特点一、留学生市场的形成二、留学生的分布和市场竞赛的特点三、留学教育的发展趋势第三节 高等教育服务贸易竞争优势的决定因素一、生产要素二、需求要素三、组织效率四、政府政策五、文化及历史传统第四节 发达国家高等教育服务贸易发展的政策和经验一、澳大利亚教育服务贸易发展的过程二、澳大利亚教育服务贸易政策的特征三、发达国家教育服务贸易的经验第四章 人力资本国际流动与高等教育服务贸易利益，第一节 高等教育服务贸易利益的解释一、高等教育服务贸易利益的含义二、人力资本及其在经济增长中的作用第二节 出国留学是人力资本投资和流动的过程一、人力资本投资与人力资本流动二、出国留学是当今世界人力资本国际流动的载体第三节 影响人力资本国际流动因素的综合分析一、影响人力资本国际流动的因素二、各国吸引人才回流的成功做法第四节 留学个人收益的实证分析一、留学的个人收益的含义二、以内在形式存在的个人收益三、制度形式的个人收益四、物质形式的个人收益第五节 留学对接收国影响的经济分析一、人力资本的流动对输入国的福利二、留学生接收国的直接经济收益第六节 留学对输出国的综合福利分析一、人力资本外流对输出国综合福利的负面影响二、人力资本国际流动对输出国的积极影响第五章 高等教育服务贸易的政策倾向第一节 国际服务贸易政策一、国际服务贸易中的自由贸易政策二、国际服务贸易中的保护贸易政策第二节 高等教育服务贸易自由化政策及措施一、世界贸易组织GATS确立的基本原则二、各国教育服务承诺现状三、各国对教育服务贸易自由化的解释第三节 高等教育服务贸易政策的保护性第六章 我国高等教育服务贸易的对策结束语附录主要参考文献后记

章节摘录

1.高等教育服务的差异化是高等教育服务贸易产生的基础。

产业内贸易理论认为，产品的差异性是企业内贸易的基础。

即使是同一种商品，也会有各种系列，具体的产品与产品之间也会存在着差异，这些差异可以是各个方面的，如产品质量、内在结构、包装装潢、售后服务等，也可以仅仅是商标的不同。

而不同的消费者具有不同的需求偏好，对同种商品的选择也是各不相同的，这样各种具有差异性的同种产品就会满足消费者的不同需求，从而在一定程度上形成垄断。

当某一类型的产品满足了不同国家具有同样需求的消费者时，产业内的国际贸易就发生了。

高等教育领域中的教育品牌、师资（人力资本）、学费（价格）、学生（在校和毕业生）、教育设施、教育管理、文化传统等因素决定了教育服务产品的差异性，吸引和满足各个国家中具有不同需求偏好的消费者，从而引发了高等教育国际服务贸易的产生。

世界已经进入品牌竞争时代。

品牌竞争力主要指某一品牌开拓市场、占领市场的能力，它由价格、质量、服务和信誉等基本要素构成，其主要决定因素是产品的差异性，同时，不同竞争力或影响力的品牌也同样决定着产品的差异性。

高等教育服务贸易中的服务产品的差异性与高校的品牌之间也存在着同样的道理，即存在着相互影响、相互决定的关系。

这也是我们看到世界一流的大学在招收留学生的市场上非常有竞争力的原因。

2.需求偏好相似推动了高等教育服务贸易的产生和发展。

产业内贸易理论认为，需求偏好相似是企业内贸易的动因。

编辑推荐

南开大学“985工程”跨国公司研究哲学社会科学创新基地资助课题成果。

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>