

<<国际商务>>

图书基本信息

书名：<<国际商务>>

13位ISBN编号：9787509206096

10位ISBN编号：750920609X

出版时间：2010-5

出版时间：中国市场出版社

作者：王佳齐

页数：392

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>

<<国际商务>>

内容概要

本书以国际商务企业在全球化时代面临的挑战和对策分析为主线，全面介绍了国际商务三大领域的前沿理论成果与实务应用，即国际商务环境、国际商务活动(贸易和投资的理论和实践)和国际商务管理

。本书最主要的特点是基于中国学者的研究成果和从中国企业国际商务实践的角度分析问题，总结国际商务研究成果和跨国公司最佳实践。

作者所提供的众多中国企业在国际商务中的活动案例和经验得失的分析，以及针对中国企业国际化拓展的政策建议，是西方学者或西方观点主导的国际商务教材所不具备的。

此外，本书还提供了大量现实的企业情境下的思考题和讨论题，帮助学生有效地应用理论分析的技巧。

<<国际商务>>

书籍目录

第一部分 国际商务环境 第1章 国际商务范畴与挑战 导言 1.1 国际商务范畴 1.2 全球化和地方化 1.3 经济全球化对宏观经济的影响 1.4 经济全球化对国际商务的影响 1.5 经济全球化对中国及企业的启示 第2章 国际化：理论和过程 导言 2.1 国际化和跨国公司 2.2 企业国际化的理论 2.3 企业国际化过程 2.4 企业国际化程度的测量 2.5 企业国际化的方式 2.6 中国企业国际化的几种模式 第3章 全球动态贸易环境 导言 3.1 全球自由贸易发展的过程：GATT到WTO 3.2 地区经济一体化与区域贸易协定的兴起 3.3 区域经济一体化的影响：贸易创造和贸易转移 3.4 主要的区域经济一体化组织 3.5 区域经济一体化对中国启示 第4章 政治环境和政治风险 导言 4.1 政治环境 4.2 政治风险及其类型 4.3 评估和预测政治风险 4.4 防范政治风险 4.5 政治风险对中国企业的启示 第5章 法律环境和商业伦理 导言 5.1 全球法律体系 5.2 国际商务法律环境 5.3 解决国际贸易争端的途径 5.4 美国法律在东道国适用性的特殊问题 5.5 商业伦理 第6章 跨文化环境 导言 6.1 历史和地理：一国文化的基础 6.2 文化要素和国际商务启示 6.3 跨文化商务沟通与谈判 6.4 跨文化冲突和管理

第二部分 国际商务理论和政策：贸易与投资 第7章 国际贸易理论 导言 7.1 古典国际贸易理论 7.2 新古典国际贸易理论 7.3 国际贸易的当代理论——新贸易理论 7.4 国际贸易理论对中国的启示 第8章 贸易政策：政府对贸易的影响 导言 8.1 贸易政策的目的是制定依据 8.2 贸易政策类型 8.3 关税壁垒 8.4 非关税措施 8.5 出口环节的贸易鼓励措施 8.6 出口环节的贸易限制措施 8.7 新贸易保护主义对中国企业的影响 第9章 国际直接投资理论和政策 导言 9.1 国际直接投资概论 9.2 国际直接投资理论 9.3 海外直接投资政策——政府对投资的影响 9.5 中国吸收海外直接投资现状和问题

第三部分 全球金融环境 第10章 全球外汇和资本市场 导言 10.1 外汇和外汇市场 10.2 国际货币市场 10.3 全球资本市场 第11章 国际货币体系 导言 11.1 国际货币体系概述 11.2 国际金融体系的演变 11.3 特殊汇率安排 11.4 汇率决定机制理论 11.5 人民币国际化对国际货币体系改革和中国企业的意义

第四部分 全球战略和结构 第12章 国际商务战略 导言 12.1 战略管理概论 12.2 战略管理理论的演变 12.3 战略管理过程 12.4 外部分析——识别产业机会和威胁 12.5 内部分析——竞争优势的本质 12.6 全球化背景下的国际企业战略选择 12.7 国际化战略新模式——战略联盟 第13章 国际商务的组织设计 导言 13.1 企业国际化战略与组织结构的理论 13.2 国际企业组织结构设计原则 13.3 国际商务组织结构的基本类型和演变 13.4 跨国企业结构演变和网络组织的兴起 13.5 中国企业国际化经营过程中的组织结构问题

第五部分 国际运营管理 第14章 全球运营和供应链管理 导言 14.1 全球运营管理 14.2 全球竞争新特点和供应链管理的兴起 14.3 供应链管理 14.4 供应链管理内容 14.5 虚拟企业 14.6 供应链管理在中国 第15章 国际营销管理 导言 15.1 瞄准全球市场机会和全球购买者 15.2 市场细分、目标市场确定和市场定位 15.3 国际营销计划和营销战略类型 15.4 建立全球营销方案 15.5 全球营销战略发展的新趋势——整合营销战略 15.6 中国企业国际营销问题 第16章 国际会计问题 导言 16.1 国际会计内容、会计准则、会计模式 16.2 国际财务报表 16.3 外币会计 16.4 中国外币会计核算 16.5 跨国公司外汇风险管理 16.6 国际转移定价、避税和国际税务 第17章 跨国财务管理 导言 17.1 资本结构决策 17.2 长期资金筹措 17.3 全球环境下的资本预算 17.4 营运资金管理 17.5 跨国公司财务管理新内容 第18章 国际人力资源管理 导言 18.1 国际与国内人力资源管理的不同 18.2 国际人力资源管理战略和职能 18.3 实施国际人力资源管理——管理者的管理 18.4 外派失败 18.5 实施国际人力资源管理——劳工的管理 18.6 外企如何在中国实施人力资源管理

章节摘录

第一部分 国际商务环境 第1章 国际商务范畴与挑战 1.1 国际商务范畴 美国学者科斯（1990）认为，国际商务包括越过国界的任何形式的商业活动，几乎包括任何形式的经济资源——商品、劳务和资本转移。

英国学者塔格特（J.H.Taggart）、德莫特（M.C.Dernloft）（1997）认为，国际商务是跨越国界的商务活动，所有这些活动可以发生在个人之间、公司之间以及其他公共与私人团体之间。国际商务的关键点包括技术、政治、职能、竞争与环境影响，所有这些影响都会直接影响跨国公司战略。

美国著名国际商务管理专家迈克尔·辛可塔（Michael R.Czinkota）（1998）在《国际商务》一书中指出，国际商务包括那些为满足个人和组织需求而进行的跨国界交易。这些交易可以表现为相互关联的不同形式，其基本形式有进出口贸易和对外直接投资，以及许可经营和管理合同。

加拿大学者艾伦·鲁格曼（Alan M.Rugman）和美国学者理查德·霍杰茨（Richard M·Hodgetts）在《国际商务：一种战略管理方法》（1999）中认为：国际商务是一门研究为满足个人及组织需求而进行的跨国界交易的学科。

这里的经济交易包括贸易，如进口和出口，以及对海外企业的直接投资。

.....

编辑推荐

《国际商务-结合中国企业案例的分析》共分18个章节，主要结合中国企业案例对国际商务知识作了全面地分析，具体内容包括国际商务范畴与挑战、全球动态贸易环境、政治环境和政治风险、跨文化环境、国际直接投资理论和政策等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

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>