

<<国际商业计划书>>

图书基本信息

书名：<<国际商业计划书>>

13位ISBN编号：9787544610544

10位ISBN编号：7544610543

出版时间：2009-1

出版时间：上海外语教育出版社

作者：布朗（Brown，R.L.） 等著，江春 导读

页数：187

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>

<<国际商业计划书>>

前言

截至2008年,教育部已批准对外经济贸易大学、广东外语外贸大学和上海对外贸易学院三所高校设立商务英语本科专业。

目前,全国已有近700所院校开设了商务英语专业方向或课程,商务英语教学内容由语言能力、跨文化交际、商科知识、人文素养四个课程群组成,如何建设和完善商务英语教材已成为办好商务英语专业的关键因素之一。

上海外语教育出版社经过精心策划,适时推出了商务英语知识群的教材——“简明商务英语系列教程”。

这套原版商务英语专业知识阅读教材从美国世界贸易图书出版社最新引进,共12本,涉及商科知识的各个领域,包括国际经济学、国际贸易、管理学、营销学、国际商法、商务谈判、商业伦理、商业文化、商业合同、商业支付等。

本系列教材的特点是:知识体系完整,内容简明扼要,语言文字流畅,理论联系实际。

为了帮助读者更好地理解商务英语学习所必备的商务专业知识,本套教材组织了阵容强大的专家委员会,还特邀对外经济贸易大学商务英语的专家教授为本系列教材撰写导读,相信一定会对学习者大有裨益。

本系列教材可以作为大专院校商务英语、国际贸易、工商管理等专业学生的相关课程的教材,同时也可作为企业各类管理人员的培训教材或辅导资料,以及广大商务英语学习者的自学教程或阅读丛书。

<<国际商业计划书>>

内容概要

本书简单、明了地把撰写国际商业计划书的复杂过程掰开揉碎并传授给我们，使任何一个有志创业的年轻人、寻求重新择业的下岗者、发现了独特市场机会的生意人、具有创新理念和独特创意的管理人，在读完本书之后，都可以摩拳擦掌、信心百倍地撰写自己的国际商业计划书。

如果说上个世纪80年代的中国，众多的创业家和企业家，是出于贫穷和无奈，靠直觉和天赋打下一片商业天地，那么今天，有知识、有报负、有眼光的企业家则必须走上系统自觉有准备的国际化之路。

撰写一份有说服力的国际商业计划书正是企业进行各项商业投资和拓展活动的必要保证。

本书浅显易懂，可操作性强，是撰写商业计划书快速入门的好教材。

本书适用于各类商务英语大学本科、专科学生；合资、独资、国有企业公司的企业活动策划人员；各类商务写作和企业策划培训人员；也适合作为工商管理硕士创业学课程的辅助教材。

<<国际商业计划书>>

作者简介

罗伯特·布朗，是Greenebaum Doll & McDonald咨询有限公司的股东成员。他在英国剑桥大学获得博士学位，在东京城一大学获得硕士学位。在美国路易维尔大学法学院学习期间，获得了法学博士、工商管理硕士学位。布朗先生在纽约州、华盛顿特区、加利福尼亚州和肯塔基州获得律师资格，在英格兰、威尔士和中国香港也获得律师资格。在过去的25年里，他以投资银行和律师的身份与各类新创公司密切合作，为这些创业公司进行公司内部和外部咨询。他的咨询经历十分丰富，先后到伦敦、纽约、东京、旧金山、和圣地亚哥等地工作。布朗博士在旧金山法学院、加州大学伯克立分校教授经济学和法学课程，在贝拉迈大学商学院教授商业计划书、管理金融学和经济学课程。布朗博士在上述领域撰写或编辑了以下书籍：《权益融资》（2001年），《创业融资》，（现在已经是第5版），《网络经商》，《管理你的电子商务新加坡》，《东亚的商业法》，《东亚的知识产权法》和《亚洲的经济与法律发展》。

爱伦·加特曼，是旧金山湾地区的作家、律师和咨询师。他在代理创业家、企业家和投资家从事广泛的国内和国际事务方面有20多年的丰富经验。他编写过包括跨境交易、战略联合和技术转让等方面的书籍，同时他还在研究生层次开设企业购并、经济法律发展和亚洲市场方面的课程。他目前的研究领域和出版兴趣包括：美国和欧洲成长型公司的开发与管理。他同时也是本系列教程中《跨国合资企业》一书的作者。

书籍目录

Chapter 1: WHY WRITE AN INTERNATIONAL BUSINESS PLAN.9
Chapter 2: BASIC PLAN ELEMENTS AND VARIATIONS
Chapter 3: BUILDING A PLAN: FUNDAMENTAL ISSUES
Chapter 4: BUILDING A PLAN: GLOBAL EXPANSION ISSUES
Chapter 5: ASSEMBLING THE WORKING GROUP
Chapter 6: PLAN SECTION 1: INTRODUCTION
Chapter 7: PLAN SECTION 2: COMPANY BACKGROUND AND DESCRIPTION
Chapter 8: PLAN SECTION 3: PRODUCTS AND SERVICES
Chapter 9: PLAN SECTION 4: MANUFACTURING OR METHODOLOGY
Chapter 10: PLAN SECTION 5: MARKETING
Chapter 11: PLAN SECTION 6: MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL STRUCTURE
Chapter 12: PLAN SECTION 7: HUMAN RESOURCES
Chapter 13: PLAN SECTION 8: SPECIAL TOPICS
Chapter 14: PLAN SECTION 9: FINANCIAL INFORMATION
Chapter 15: BUSINESS PLAN DRAFTING WORKSHEET
Chapter 16: SAMPLE PLAN #1: SOFTWARE COMPANY
Chapter 17: SAMPLE PLAN #2: TECHNOLOGY MANUFACTURER
Chapter 18: SAMPLE PLAN #3: GOODS & SERVICES RETAILER
Chapter 19: SAMPLE NON-DISCLOSURE AGREEMENT
Chapter 20: SAMPLE FINANCIAL STATEMENTS
Chapter 21: SAMPLE COVER PAGE AND LEGENDS
Chapter 22: GLOSSARY
Chapter 23: RESOURCESTHE AUTHORS

章节摘录

GLOBAL R&D ORGANIZATIONAL PROCEDURES Although a global organization will generally have at least some small, centralized R&D office, the primary focus will usually be on the activities being carried out in the various foreign R&D departments and how the results of those activities can be applied in other parts of the organization. Each R&D department should have a clear and concise goal and direction that can be supported by appropriate budgets and monitored through agreed upon standards and benchmarks. In most cases, these departments will have relatively shortterm projects, such as modification of products to suit local needs and customs and technical service. If appropriate, funds can also be allocated for the development of completely new products (i.e., different from those otherwise offered globally) to meet the needs of the local market and compliment the companys product line. Planning and budgeting, which are important functions in strictly domestic R&D activities, become even more significant for global organizations. The key question is to determine how R&D activities can be best allocated among the various foreign R&D departments. The general solution is that comparative advantages can be created from a global R&D organization and should be exploited by companies whenever possible. For example, a company may be able to access a pool of specialized scientists and engineers in one part of the world who are positioned to uncover technological solutions more quickly than colleagues in other parts of the world. The overhead costs associated with R&D may be lower in a particular country, either due to lower overall cost of living or the availability of local government incentives. Communication is another important element in conducting global R&D. In many cases, effective R&D, even for discrete foreign markets, requires collaboration among personnel spread throughout the world. Product development teams will often include scientists and engineers from several different locations, thereby allowing work on a project to proceed on a roundthe-clock basis. For this approach to be effective, management must create a comprehensive global communication system that will support all of the required interaction. This may include use of the Internet and intranets as well as project management strategies that create the proper sequence of activities and tasks.

<<国际商业计划书>>

编辑推荐

可作为大专院校商务英语、国际贸易、工商管理等专业学生的相关课程的教材，也可作为企业各类管理人员的培训教材或辅导资料，以及广大商务英语学习者的自学教程或阅读丛书。

<<国际商业计划书>>

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>