第一图书网, tushu007.com

<<石油权力与跨国经营>>

图书基本信息

书名：<<石油权力与跨国经营>>

13位ISBN编号：9787801644695

10位ISBN编号：7801644697

出版时间：2003-11

出版时间：中国石化出版社

作者：董秀成

页数：173

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书首先从阐述“石油权力”概念出发，论述石油的国际战略意义，并提出“石油危机权力转移论”。
在研究中国石油安全态势的基础上，提出中国石油企业进一步开展跨国经营的重要意义、战略目标和指导方针。
对跨国公司理论进行分析，提出中国石油企业跨国经营管理理论，并初步建立中国石油企业跨国经营管理内涵和理论框架。
本书主要读者对象是石油企业跨国经营管理人员，对理论研究工作者也具有参考价值。
同时也可以作为石油企业跨国经营业务培训教材。

<<石油权力与跨国经营>>

书籍目录

第一章 石油与权力 第一节 石油与权力要素 第二节 石油危机与权力转移 第三节 石油权力与知识经济神话第二章 经典跨国经营理论与综合动力场论 第一节 国际资本流动与跨国经营理论 第二节 国际贸易与跨国经营理论 第三节 产业组织学说与跨国经营理论 第四节 国际直接投资与国际贸易理论的结合 第五节 综合动力场论第三章 跨国经营战略选择 第一节 中国石油安全态势 第二节 中国发展石油工业的基本政策 第三节 中国石油企业实施跨国经营战略是必然选择第四章 国际石油市场环境分析 第一节 石油在世界能源结构中的比重 第二节 世界石油资源 第三节 天然气在能源结构中的比重 第四节 世界天然气资源 第五节 跨国石油公司重组与兼并 第六节 国际油价预测的部稳定性因素第五章 跨国经营战略目标市场选择 第一节 数量分析方法 第二节 经验判断方法 第三节 层次分析方法 第四节 战略目标市场环境评价第六章 跨国经营进入模式 第一节 贸易式进入模式 第二节 契约式进入模式 第三节 投资式进入模式 第四节 跨国经营进入模式比较 第五节 跨国经营进入模式动态决策第七章 跨国经营进入模式评价指标体系和评价模型 第一节 经济评价指标体系构建思路 第二节 影响中国石油企业投资进入模式决策的因素分析 第三节 多层次灰色综合评价模型第八章 跨国经营进入模式决策支持系统 第一节 决策支持系统结构体系和特点 第二节 系统分析与总体设计 第三节 系统模块设计 第四节 决策支持系统的软件开发流程 第五节 决策支持系统的实现 第六节 决策支持系统应用实例第九章 中国石油企业跨国经营管理 第一节 投资管理 第二节 融资管理 第三节 组织管理 第四节 财务管理 第五节 营销管理 第六节 采办管理参考文献

章节摘录

在一些国家中。
家庭式经营方式十分盛行。
它的世袭管理体制使合格的管理人员在社会等级结构中所处的相对地位是基于阶级、种族、文化、教育和语言上的差异，这种阶级、阶层、集团、群体划分的结构及其变动性在不同的文化背景中自有明显的差异，并会对外来投资产生影响。
东道国的整体教育水平如何，决定东道国员工的基本素质，决定技术熟练工人的可获得性。
进行油气资源投资，往往要雇佣东道国的人员，投资者最关心的不是劳动力成本的高低，而是能否拥有一批具备竞争能力、思维敏捷、技术水平高的高素质劳动力，以便促进工作效率和经济效益的提高。
社会心理素质包括整个社会的价值观念、伦理道德、精神风貌、文明程度、民族抱负、满足期望的方式和商业意识等。
国民性是指东道国的一般国民感情和民族意识，它包括一国国民对外国投资的一般态度，对外族文化的适应能力。
语言是交流与沟通的重要工具，能熟练掌握英语和东道国的语言，将为投资工作的顺利进行带来巨大便利。
在选择投资区位时，那些与本国文化关系密切的国家对投资者无疑更具吸引力。
2.影响消费者购买行为的文化因素　　从市场营销角度出发，主要考察东道国消费者购买方式中的文化因素对跨国经营的影响。
中国石油企业海外投资决策者，特别是海外公司管理人员需要对东道国消费者文化动机、购买行为特性和消费者决策特性有深入了解，以决定生产规模，如何进入市场，采用何种方式进行促销等。
……

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