

<<国际商务管理学>>

图书基本信息

书名：<<国际商务管理学>>

13位ISBN编号：9787040137415

10位ISBN编号：7040137410

出版时间：2008-4

出版时间：默认

作者：王文潭

页数：522

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>

前言

人类已经迈入了21世纪。

这是一个变幻难测的世纪，这是一个催人奋进的时代。

科学技术飞速发展，知识更替日新月异。

希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。

抓住机遇，寻求发展，迎接挑战，适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习、终身学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。

组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。

毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。

具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听，教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、形式体例、行文风格等方面都大不相同了。

希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能，以达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

祝每一位读者自学成功。

<<国际商务管理学>>

内容概要

《国际商务管理学》是高等教育自学考试商务管理专业（本科段）的必修课程用书。

《国际商务管理学》主要介绍了国际商务管理活动的特殊性、国际商务业务的程序、国际商务业务活动的各种类型和国际商务管理决策的特点及内容等方面的知识。

按照内容的不同，《国际商务管理学》划分为国际商务环境、国际商务项目流程、国际商务业务类型和国际商务管理决策四个既相对独立又密切相关的专题，共计20章。

作为商务管理专业的核心课程，《国际商务管理学》在兼顾相关理论的同时特别强调了课程内容的实践性、应用性，而不是侧重于一般理论的介绍。

在内容的编排和组织形式上，《国际商务管理学》与传统的以介绍基本理论和知识为主的教材存在一些明显的不同，尽量体现国际商务管理活动的实际业务程序、方法和管理决策，以便学习者能够更好地学以致用。

为了使读者能够更加深入、细致、形象地理解和掌握国际商务管理活动的特殊性和业务手段，《国际商务管理学》采用了大量的案例和实例。

除了作为自考教材，《国际商务管理学》也可供国际商务管理人员阅读、参考。

<<国际商务管理学>>

书籍目录

专题一 国际商务环境第一章 国际商务管理概论第一节 国际商务管理的内涵和特征第二节 国际商务发展的历程与当代国际商务的特征第二章 国际商务管理的经济环境第一节 经济体制的不同类型第二节 经济发展水平的差异第三节 主要国际经济贸易组织第三章 国际商务管理的社会文化环境第一节 文化及其基本构成因素第二节 社会结构与文化差异第三节 行为方式与商业文化第四节 文化交流、文化冲突与文化变迁第五节 文化特征与经济发展第四章 国际商务管理的政治法律环境第一节 国际商务管理活动所面临的政治环境第二节 国际商务管理活动所面临的法律环境第三节 影响国际商务活动的主要法律制度第四节 国际商务活动的政府干预与协调第五节 全球贸易体系的发展第五章 国际商务管理的技术环境第一节 技术环境对商务活动的一般影响第二节 技术环境与国际商务模式第六章 国际区域市场概论第一节 北美市场第二节 欧盟市场第三节 日本市场第四节 其他地区市场专题二 国际商务项目流程第七章 国际商务交易对象的寻找和评估第一节 寻找国际商务交易对象的途径第二节 交易对象的考察和评估第八章 国际商务项目调研与评估第一节 国际商务项目调研第二节 国际商务项目评估第三节 国际商务项目评估报告和商业计划书编写第四节 国际商务项目的管理和执行第五节 国际商务项目的招投标业务第九章 国际商务谈判I第一节 国际商务项目谈判概述第二节 国际商务项目谈判的组织第十章 国际商务合同的签订与履行第一节 国际商务合同的磋商与成立第二节 合同的履行、转让、变更、终止、解除和违约责任第三节 国际商务合同的主要条款第十一章 国际商务纠纷的处理第一节 国际商务纠纷产生的原因和类型第二节 解决国际商务纠纷的原则第三节 解决国际商务纠纷的方法专题三 国际商务业务类型第十二章 国际贸易业务第一节 国际货物销售合同的基本内容第二节 贸易术语第三节 进出口合同的履行第四节 国际贸易融资第五节 其他贸易方式第十三章 国际技术贸易业务第一节 国际技术贸易概述第二节 国际技术贸易的形式第三节 国际技术转让惯例第四节 国际技术转让战略与策略第十四章 国际工程承包业务第一节 国际工程承包的基本概念与特点第二节 国际工程承包合同的类型第三节 国际工程承包合同的基本内容专题四 国际商务管理决策第十五章 国际市场进入模式和组织决策第一节 国际市场进入模式第二节 国际商务组织决策第十六章 国际市场竞争战略第一节 企业竞争战略概述第二节 国际竞争战略第十七章 国际营销管理第一节 国际市场产品管理第二节 国际市场价格管理第三节 国际市场渠道管理第四节 国际市场促销管理第十八章 国际生产管理第一节 内部生产与外部采购第二节 生产地点选择第三节 全球生产协调第十九章 国际商务财务管理第一节 国际商务财务管理概述第二节 国际投资决策第三节 国际筹资决策第四节 国际货币管理决策第五节 跨国资金转移和外汇风险管理第二十章 国际商务人员管理第一节 国际商务组织决策与人员管理第二节 国际商务人力资源管理决策主要参考文献后记

章节摘录

第二次世界大战后国际贸易增长速度远远高于同期世界经济增长率，国际贸易与世界总产值的比值，1950年为16.4%，1999年约为36%。

能否成功占领国际市场成为决定一些大型企业经营成败的重要因素。

（三）国际商务活动所需要的需求环境逐渐形成 随着经济、技术的快速发展和世界经济全球化发展趋势的加强，各国消费者的生活与消费方式逐渐趋同，这样就为企业的全球化扩张创造了良好的外部环境，出现了很多全球品牌，如可口可乐。

（四）无形商品和无形贸易在国际商务活动中越显重要 首先，服务业在各国经济中所占的比重不断上升，目前在发达国家这一比例约为80%，在发展中国家约为45%，我国约为36%。

其次，世界服务贸易发展迅速。

1998年全球服务贸易出口为12 900亿美元，占同年世界商品贸易出口额（53 750亿美元）的24%。

在这一背景条件下，各国消费者对产品中的服务成分的要求越来越高，个性化的产品和服务成为占领国际市场的重要手段。

（五）生产经营跨国公司化 第二次世界大战后跨国公司发展异常迅速，在世界经济中地位和作用不断加强。

1990年世界跨国公司总数超过35 000家，在国外设有15万多家分支机构。

据估计，1989年，跨国公司外国子公司的世界销售额（包括商业服务的出口，不包括公司内贸易）为4.4万亿美元，而世界出口额仅为2.5万亿美元。

1997年，全球最大的跨国公司美国通用汽车公司销售额为1 781.74亿美元，超过了很多国家的国内生产总值。

20世纪末，跨国公司的公司内贸易已经占世界贸易额的40%，最大的100家跨国公司平均每家资产为340亿美元。

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>