

<<国际商务>>

图书基本信息

书名：<<国际商务>>

13位ISBN编号：9787111351443

10位ISBN编号：7111351444

出版时间：2011-7

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）钦科陶，（美）隆凯宁，（美）莫菲特 著，姚新超，史纪明 等译

页数：491

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

本书从全球化的角度出发，从国际商务的基本理论入手，并结合该领域的最新观点，由浅入深地向读者介绍了国际商务的概念、背景、理论发展的过程及其在现实中的应用。同时还扩展了来自全球范围的大量案例，充分体现了当前国际商务活动的全球化趋势，保证了《国际商务（原书第7版）》的客观性和实用性。

本书适用于国际商务和企业管理等相关专业本科生、研究生、mba学生，以及企业管理者和相关专业人员。

作者简介

作者：（美国）迈克尔 R.钦科陶（Michael R.Czinkota）（美国）伊尔卡 A.隆凯宁（Ilkka A.Ronkainen）（美国）迈克尔 H.莫菲特（Michael H.Moffett）译者：姚新超 史纪明 等

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

## 书籍目录

中文版序言

作者简介

前言

第一部分 影响

第1章 国际商务的重要性

1.1 国际商务的重要性

1.2 国际商务的定义

1.3 国际商务简史

1.4 今日的全球联系

1.5 美国在当今国际贸易中的地位国际商务对美国的影响

1.6 《国际商务（原书第7版）》的结构

本章小结

问题与讨论

注释

附录1a 国际商务的地理学观点

第一部分 案例

案例1 “喂，那是姚明”：国际服务业和nba

第二部分 环境

第2章 文化

2.1 文化的定义

2.2 文化的要素

2.2.1 口头语言

2.2.2 非口头语言

2.2.3 宗教

2.2.4 价值观和态度

2.2.5 风俗习惯

2.2.6 物质要素

2.2.7 审美观

2.2.8 教育

2.2.9 社会制度

2.3 文化知识的源泉

2.4 对文化的分析

2.5 来自培训方面的挑战

2.6 让文化推动商业成功

本章小结

问题与讨论

注释

第3章 贸易与投资政策

3.1 贸易与投资政策的基本原理和目标

3.2 1945年以后的全球贸易管理

3.3 全球政策环境的变化

3.3.1 国内政策影响的减小

3.3.2 传统国际性机构作用的削弱

3.3.3 工业化国家与发展中国家之间冲突的激化

3.4 政策对环境变化所做出的反应

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

- 3.4.1 进口限制
- 3.4.2 出口限制
- 3.4.3 促进出口
- 3.4.4 鼓励进口
- 3.4.5 投资政策
- 3.4.6 东道国观点
- 3.4.7 母国角度
- 3.4.8 投资限制
- 3.4.9 投资促进
- 3.4.10 政策关系的管理
- 3.5 有关贸易与投资政策的战略观点
- 3.5.1 针对美国的观点
- 3.5.2 国际化观点
- 本章小结
- 问题与讨论
- 注释

## 第4章 政治与法律

- 4.1 母国视角
- 4.1.1 禁运和制裁
- 4.1.2 出口控制
- 4.1.3 一个新的出口控制环境
- 4.1.4 对国家商务活动的管制
- 4.2 东道国的政治与法律环境
- 4.2.1 政治活动与政治风险
- 4.2.2 经济风险
- 4.2.3 对风险进行管理
- 4.2.4 法律上的差异及其制约条件
- 4.2.5 政治与法律的影响
- 4.3 国际关系与法律
- 4.3.1 国际政治
- 4.3.2 国际法
- 本章小结
- 问题与讨论
- 注释

## 第二部分 案例

- 案例1 宜家：装饰世界
- 案例2 保护钢铁工业

## 第三部分 理论基础

## 第5章 国际贸易与投资理论

- 5.1 重商主义
- 5.2 古典贸易理论
- 5.2.1 绝对优势理论
- 5.2.2 比较优势理论
- 5.2.3 古典贸易理论的量化实例
- 5.2.4 国家的生产可能性曲线
- 5.2.5 国际贸易的收益
- 5.2.6 古典贸易理论的结论

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

## 5.3 要素禀赋贸易理论

## 5.3.1 生产要素的比例

## 5.3.2 要素禀赋、要素价格与比较优势

## 5.3.3 要素禀赋理论的假设

## 5.3.4 里昂惕夫悖论

## 5.3.5 林德的产品重叠范围理论

## 5.4 国际投资与产品周期理论

## 5.4.1 产品周期的阶段

## 5.4.2 产品周期理论的贸易含义

## 5.5 新贸易理论

## 5.5.1 规模经济与不完全竞争

## 5.5.2 战略性贸易

## 5.5.3 国家的竞争优势

## 5.5.4 集群和新经济学

## 5.6 国际投资理论

## 5.6.1 外国直接投资决策

## 5.6.2 外国直接投资理论

## 5.6.3 作为寻求者的公司

## 5.6.4 利用市场的不完全竞争性

## 5.6.5 把公司视为内部人

## 本章小结

## 问题与讨论

## 注释

## 第6章 国际收支平衡表

## 6.1 国际收支平衡表的会计基础

## 6.1.1 国际经济交易的定义

## 6.1.2 国际收支平衡表是一张现金流量表

## 6.1.3 国际收支平衡表会计：复式记账法

## 6.2 国际收支平衡表账户

## 6.2.1 经常账户

## 6.2.2 资本与金融账户

## 6.2.3 错误与遗漏账户

## 6.2.4 官方储备账户

## 6.3 国际收支平衡的总体情况

## 6.4 国际收支平衡表和经济危机亚洲经济危机

## 6.5 资本流动

## 本章小结

## 问题与讨论

## 注释

## 第三部分 案例

## 案例1 土耳其的克里兹

## 第四部分 金融市场

## 第7章 金融市场

## 7.1 货币市场

## 7.1.1 汇率报价和术语

## 7.1.2 直接报价和间接报价

## 7.1.3 套算汇率

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

- 7.1.4 计算汇率变化
  - 7.1.5 外汇市场结构
  - 7.1.6 市场规模和构成
  - 7.2 汇率的作用
    - 7.2.1 什么是货币价值
    - 7.2.2 一价定律
  - 7.3 20世纪的货币体系
    - 7.3.1 金本位论
    - 7.3.2 1919 ~ 1939年：两次世界大战期间
    - 7.3.3 1944 ~ 1971年：布雷顿森林体系
    - 7.3.4 1971 ~ 1973年：危机时代
    - 7.3.5 1973年至今：浮动汇率制度
  - 7.4 欧洲货币体系和欧元
    - 7.4.1 《马斯特里赫特条约》
    - 7.4.2 欧元
  - 7.5 国际货币市场
    - 7.5.1 欧洲货币市场
    - 7.5.2 欧洲货币利率
    - 7.5.3 欧洲货币利率与汇率的联系
  - 7.6 国际资本市场国际融资的定义
  - 7.7 国际银行业和银行贷款业务国际银行业的结构
  - 7.8 国际证券市场
    - 7.8.1 国际债券市场
    - 7.8.2 国际产权投资市场
    - 7.8.3 私募股本
    - 7.8.4 进入国际金融市场
  - 本章小结
  - 问题与讨论
  - 注释
- 第8章 经济一体化
- 8.1 经济一体化水平
    - 8.1.1 自由贸易区
    - 8.1.2 关税同盟
    - 8.1.3 共同市场
    - 8.1.4 经济联盟
  - 8.2 关于经济一体化的争论
    - 8.2.1 贸易创造与贸易转移
    - 8.2.2 降低进口价格
    - 8.2.3 日益激烈的竞争和规模经济
    - 8.2.4 更高的要素生产力
    - 8.2.5 地区保护主义与国家主义
  - 8.3 欧洲经济一体化
    - 8.3.1 从1948年到20世纪80年代中期的欧洲经济一体化
    - 8.3.2 自20世纪80年代中期以来的欧盟
    - 8.3.3 欧盟的组织机构
    - 8.3.4 一体化欧洲市场的影响
  - 8.4 北美经济一体化

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

- 8.4.1 美国-加拿大自由贸易协定
- 8.4.2 北美自由贸易协定
- 8.5 其他经济联盟
  - 8.5.1 拉美的一体化
  - 8.5.2 亚洲的一体化
  - 8.5.3 非洲以及中东的经济一体化
- 8.6 经济一体化和国际经理人
  - 8.6.1 变化的效果
  - 8.6.2 战略计划
  - 8.6.3 重组
  - 8.6.4 游说
- 8.7 卡特尔和价格联盟
- 本章小结
- 问题与讨论
- 注释

## 第9章 新兴市场

- 9.1 与转型经济体做生意
  - 9.1.1 回顾历史
  - 9.1.2 变革中经济的方方面面
- 9.2 适应全球性变革国际贸易的困难和机遇
- 9.3 国有企业和私有化
  - 9.3.1 国有企业存在的理由
  - 9.3.2 国有企业在国际贸易中的作用
  - 9.3.3 私有化
  - 9.3.4 欠发达市场
- 9.4 跨国企业的作用
- 本章小结
- 问题与讨论
- 注释

## 第四部分 案例

## 案例1 中国的汽车贷款业

## 第五部分 战略

## 第10章 建立知识库

- 10.1 国际调研和国内调研
  - 10.1.1 新的因素
  - 10.1.2 新的环境因素
  - 10.1.3 涉及因素的数量
  - 10.1.4 竞争定义的广泛性
- 10.2 认识国际调研的必要性
- 10.3 决定调研活动的目标
  - 10.3.1 走向国际化——出口
  - 10.3.2 走向国际化——进口
  - 10.3.3 市场的扩张
- 10.4 实施二手调研活动
  - 10.4.1 确定数据来源
  - 10.4.2 二手数据的选择
  - 10.4.3 对二手数据的解释和分析



## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

10.4.4 数据加密

10.5 实施基础性调研

10.5.1 来自行业和消费者的数据资源

10.5.2 确定调研技术

10.6 国际信息系统

本章小结

问题与讨论

注释

附录10a 国际事务的监督者

附录10b 国家商业指导目录针对奥地利表内容的商业指导

## 第11章 进入和扩张

11.1 管理的作用

11.2 从事国际化商务活动的动机

11.2.1 主动性动机

11.2.2 反应性动机

11.3 走向国际化的战略影响

11.4 进入和发展战略

11.5 国际中介机构

11.5.1 出口管理公司

11.5.2 贸易公司

11.5.3 私人拥有的服务机构

11.5.4 公共部门的服务机构

11.5.5 许可经营

11.5.6 特许经营

11.6 本地业务

11.6.1 公司之间的合作

11.6.2 全权所有

11.7 国际扩张的综合观点

本章小结

问题与讨论

注释

## 第12章 战略规划

12.1 全球化全球化的推动力

12.2 战略规划过程

12.2.1 对核心战略的理解和调整

12.2.2 制定全球营销战略

12.2.3 全球项目发展

12.2.4 实施全球计划

12.2.5 全球行动的本地化

本章小结

问题与讨论

注释

## 第13章 组织、实施与控制

13.1 组织结构组织化设计

13.2 实施

13.2.1 决策制定的位置

13.2.2 影响结构和决策制定的因素

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

13.2.3 网络化的全球组织

13.2.4 促进内部合作

13.2.5 区域组织的角色

13.3 控制

13.3.1 控制的类型

13.3.2 实施控制

本章小结

问题与讨论

注释

第五部分 案例

案例1 来自冰岛的水

案例2 墨西哥cemex公司收购印度尼西亚semen gresik公司

案例3 视频案例：pier 1 进口公司

案例4 视频案例：惠而浦和全球家电业

第六部分 运营

第14章 营销

14.1 目标市场的选择

14.1.1 辨认和筛选

14.1.2 集中与多样化

14.2 营销管理

14.2.1 标准化与产品适应

14.2.2 产品策略

14.2.3 定价策略

14.2.4 分销策略

14.2.5 促销策略

本章小结

问题与讨论

注释

第15章 国际服务

15.1 服务和产品的差别

15.1.1 服务和商品的联系

15.1.2 独立服务

15.2 服务业在美国经济中的地位

15.3 全球服务业在世界经济中的地位

15.4 服务部门的全球变革

15.5 国际服务贸易中的问题

15.5.1 数据搜集的问题

15.5.2 对服务贸易的全球限制

15.6 企业与服务贸易

15.6.1 服务与电子商务

15.6.2 典型的国际服务

15.6.3 开始向全世界提供服务

15.6.4 战略性指示

本章小结

问题与讨论

注释

第16章 物流和供应链管理

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

- 16.1 国际物流的定义
- 16.2 供应链管理国际物流的影响
- 16.3 国际物流新视角
  - 16.3.1 国际运输问题
  - 16.3.2 运输方式的选择
  - 16.3.3 出口单证
  - 16.3.4 运输和销售术语
- 16.4 国际存货问题
  - 16.4.1 订货周期
  - 16.4.2 客户服务水平
  - 16.4.3 存货作为战略工具
- 16.5 国际包装问题
- 16.6 国际存储问题
  - 16.6.1 存储设施
  - 16.6.2 特殊贸易区
- 16.7 国际物流管理
  - 16.7.1 集权化物流管理
  - 16.7.2 分权化物流管理
  - 16.7.3 外包物流服务
- 16.8 供应链和互联网
- 16.9 物流和安全
- 16.10 物流和环境
- 本章小结
- 问题与讨论
- 注释

## 第17章 财务管理

- 17.1 管理的目标是什么
  - 17.1.1 全球财务目标
  - 17.1.2 基纳斯公司
  - 17.1.3 跨国管理
- 17.2 进口/出口贸易融资使用信用证 (I/c) 进行贸易融资
- 17.3 跨国投资
  - 17.3.1 资本预算的组成和决策标准
  - 17.3.2 项目评估
  - 17.3.3 国际投资中的风险
- 17.4 国际现金流量管理
  - 17.4.1 经营现金流量和投融资现金流量
  - 17.4.2 企业内部的现金流动和转移价格
  - 17.4.3 现金管理
- 17.5 国外货币风险
  - 17.5.1 交易风险
  - 17.5.2 交易风险管理
  - 17.5.3 风险管理与投机
  - 17.5.4 交易风险案例：德国汉莎航空公司
  - 17.5.5 货币风险共享
- 17.6 经济风险
  - 17.6.1 经济风险的影响

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

17.6.2 经济风险管理

17.7 对等贸易对等贸易的定义

本章小结

问题与讨论

注释

第18章 公司治理、会计与税收

18.1 公司治理

18.1.1 公司治理的目标

18.1.2 公司治理结构

18.1.3 公司治理的比较

18.1.4 安然公司的案例

18.1.5 公司治理改革

18.2 会计多元化

18.3 跨国会计的主要差异

18.3.1 差异的起源

18.3.2 分类制度

18.3.3 主要的差异：问题

18.3.4 会计标准化的进程

18.4 国际税收

18.4.1 税收管辖权

18.4.2 税收类型

18.4.3 收入类型与所得课税

18.5 美国对国外经营的征税

18.5.1 对美国公司的国外分支机构的征税

18.5.2 对美国公司的国外分公司的征税

18.5.3 美国对外来收入征税的计算

18.5.4 关于美国对外来收入征税的小结

本章小结

问题与讨论

注释

第19章 人力资源管理

19.1 对管理者的管理

19.1.1 国际化的早期阶段

19.1.2 国际化的高级阶段

19.1.3 公司内部的合作企业

19.1.4 招聘管理层的来源

19.1.5 为海外任务选择管理人员的标准

19.1.6 文化冲击

19.1.7 遣返回国

19.1.8 薪水

19.2 对劳动员工的管理

19.2.1 劳工参与管理

19.2.2 工会的作用

19.2.3 人力资源政策

本章小结

问题与讨论

注释

## <<国际商务>>

### 第六部分 案例

#### 案例1 品牌美国

#### 案例2 avicular控制公司与巴基斯坦国际航空公司

#### 案例3 视频案例：莱克伍德森林产品公司

### 第七部分 展望未来

#### 第20章 新视角

##### 20.1 国际商务环境

###### 20.1.1 政治环境

###### 20.1.2 计划经济与市场经济

###### 20.1.3 国际金融环境

###### 20.1.4 人口转移效应

###### 20.1.5 技术环境

##### 20.2 全球化与贸易磋商

##### 20.3 政府政策

##### 20.4 国际商务管理的未来

###### 20.4.1 国际规划和研究

###### 20.4.2 国际产品政策

###### 20.4.3 国际通信

###### 20.4.4 销售战略

###### 20.4.5 国际定价

##### 20.5 国际商务中的工作

###### 20.5.1 进一步培训

###### 20.5.2 就职于一家大型公司

###### 20.5.3 妇女在全球管理中的机遇

###### 20.5.4 就职于一家小型或中等规模的公司

###### 20.5.5 自我雇用

#### 本章小结

#### 问题与讨论

#### 注释

#### 术语表

## &lt;&lt;国际商务&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：绝大多数美国公司都直接或间接地受到国际市场经济和政治发展的影响。拒绝主动参加的公司就会沦落到被动应对全球经济的境地。

思考一下美国是如何在国际商务的影响下重建自己的工业架构的。

许多企业经历过国际化调整的需要。

例如，由于价格的上涨、国际竞争的加剧、政府的限制性贸易策略和国外不公平的贸易惯例，美国农民丧失了很大一部分国际市场份额。

高科技行业的美国公司，例如半导体生产厂商，其价格和销售量也由于全球化竞争而大幅下降。

由于竞争，许多行业做出了调整，但是代价巨大。

在美国的经济中，这类事例在钢铁汽车和纺织品行业比比皆是。

其他一些美国行业仍然没有完全明白现状，因此虽然试图调整，但仍趋于消亡。

摄像机已经不在美国本土生产，只有很少一部分摩托车在美国制造，制鞋业也濒临灭亡。

这些变化表明无视国际商务对我们所有人的强力影响实际上是不可能的。

你可以暂时把自己封闭起来，拖延战略在短期内可能有效，但有句老话说：你可以选择摆脱，但你不可以选择逃避。

这句话在此十分适用。

参与国际商务已经是迫在眉睫的事情了。

全球性的活动为商业公司提供了许多额外的机会。

通过向其他市场出口，延长或恢复产品的生命周期，可以推迟本国市场的饱和。

由于公司可以从一个国家转移到另一个国家进行生产，同时公司也可以在世界各地寻找供应商，过去的固定采购策略已经被更灵活的机制代替。

通过建立合作性协议实现双方的强强联合，可以创造出依靠自身力量无法创造的商品服务和理念。

世界各地的消费者可以以更低的价格在更多的商品中进行选择，从而改变了他们的选择模式和生活方式。

国际商务也很容易引起争议。

消费者对产品的生产更加关注，他们有更多的消息来源来证实产品生产者有没有剥削工人和破坏环境。

要先实现这些机会，我们必须进行仔细的探究。

我们需要充分意识到全球的发展变化，理解这些变化的意义并提高应变能力。

从今天市场中所见到的全球化联系和正在发生的快速变化来判断，拥有国际商务的背景对于寻找工作的商科学生是十分有益的。

在生活的各个方面全球化的口号越来越响亮，不仅仅是我们的娱乐、时尚或者所购买的商品还包括我们的道德信仰体系以及我们之所以成为人类的自我感觉。

自古以来国际商品和服务首次不再专属于上层人士，而成为普罗大众可望而且可及的东西。

全球化市场已经存在，你无法避免也无处可藏。

本书会帮助你了解全球市场应对全球市场带来的挑战并在其中获得成功。

”

<<国际商务>>

编辑推荐

《国际商务(原书第7版)》是经济教材译丛之一。

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>