

<<涉外企业管理教程>>

图书基本信息

书名：<<涉外企业管理教程>>

13位ISBN编号：9787121021879

10位ISBN编号：7121021870

出版时间：2006-1

出版时间：电子工业出版社

作者：张晓华

页数：211

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>

<<涉外企业管理教程>>

内容概要

本书主要介绍了中国吸收外商投资的基本知识，政府对外商投资企业的基本政策规定，外商投资企业进入中国市场的基本情况。

重点分析了外商直接投资对中国经济发展的影响，中国今后吸收外商投资的政策方向，跨国公司在华经营管理战略的最新变化。

同时，也简要介绍了中国内资企业“走出去”的情况，以及内资企业在海外的对外承包工程、对外劳务合作的情况和对未来发展方向的展望。

本书既适合作为高等学校管理类及相关专业研究生、本科生和大专生的教材，也适合于政府机关和企事业单位作为涉外企业管理知识的培训教材，同时对于有兴趣致力于涉外企业管理的人员也不失为一本较好的读物。

<<涉外企业管理教程>>

书籍目录

引言上篇 关于外资的基本知识与政府管理 第1章 外商直接投资基本知识 1.1 外商直接投资基本形式
 1.1.1 中外合资经营企业 【案例】 北京航空食品有限公司 1.1.2 中外合作经营企业 1.1.3 外商独资
 经营企业 1.1.4 合作开发 1.1.5 新的投资方式 【案例】 广西来宾电厂 1.2 外商投资企业设立程序
 1.2.1 设立企业的项目核准 1.2.2 申请企业名称登记 1.2.3 审批合同、章程 1.2.4 工商登记 1.2.5 办
 理其他相关手续 1.2.6 经营期限及企业终止 1.2.7 审批权限 1.2.8 劳动管理 1.3 中国吸收外资的基
 本政策 1.3.1 产业政策 1.3.2 地区政策 1.3.3 税收政策 1.3.4 外汇政策 1.3.5 土地使用权的有偿获
 得 1.3.6 投资促进 1.3.7 吸收外商投资的政策走向 1.4 外商投资的法律 1.4.1 外商投资的法律框架
 1.4.2 入世后中国对外商投资法规的修改 第2章 外商直接投资对中国经济发展的影响 2.1 外商投资概
 况 2.1.1 入世使中国的市场开放进一步扩大 2.1.2 外商来华投资的速度明显加快 2.1.3 外商投资项目
 技术含量显著提高 2.1.4 外商投资正在逐渐形成产业配套群 2.1.5 服务业成为外商新的投资热点
 2.1.6 外商对西部地区显示了较高的投资热情 2.1.7 开发区成为外商投资的新增长点 2.2 外商直接
 投资分方式简况 2.3 外商直接投资分领域简况 2.4 东、中、西部吸收外商直接投资的情况 2.5 对中国
 内地投资的主要国家和地区的概况 2.6 外商投资企业的主要经济指标 第3章 外商投资进入领域管理
 3.1 法律服务 3.1.1 中国入世对法律服务开放的具体承诺 3.1.2 目前法律服务对外开放的法规 3.1.3
 外国律师事务所可以在中国设立办事处 3.1.4 法律服务对外开放的现状 3.2 会计服务 3.2.1 中国入世
 对会计服务开放的具体承诺 3.2.2 中国政府允许外商投资会计业采取的形式 3.2.3 外商投资会计服务
 业的状况 3.3 建筑设计服务、工程服务、集中工程服务、城市规划和风景园林设计服务 3.3.1 中国入
 世对建筑设计服务、工程服务、集中工程服务、城市规划和风景园林设计服务(城市总体规划服务除
 外)开放的具体承诺 3.3.2 外商投资工程设计法律规定 3.3.3 工程设计业外商投资的状况 3.4 医疗服
 务 3.4.1 中国入世对医疗服务开放的具体承诺 3.4.2 外商投资医院的法律规定 3.4.3 医院外商投资现
 状 3.5 房地产服务 3.5.1 中国入世对房地产服务开放的具体承诺 3.5.2 房地产业外商投资的状况
 3.6 广告服务 3.6.1 中国入世对广告服务开放的具体承诺 3.6.2 外商投资广告业法律的规定 3.6.3 广
 告业中外商投资的现状 3.7 管理咨询服务 3.7.1 中国入世对管理咨询服务的对外承诺 3.7.2 管理咨
 询服务业外商投资的状况 3.8 会议服务和展览服务 3.8.1 中国入世对会议服务和展览服务的对外承诺
 3.8.2 会议服务和展览服务业外商投资的状况 3.9 通信服务 3.9.1 中国入世对通信服务的对外承诺
 3.9.2 外商投资电信业的法律规定 3.9.3 通信服务业外商投资的状况 3.10 录像分销服务和电影院服务
 3.10.1 中国入世对电影院服务的对外承诺 3.10.2 外商投资电影院的法律规定 3.10.3 电影院外商投
 资的状况 3.11 录像分销服务 3.11.1 中国入世对录像分销服务的对外承诺 3.11.2 对外商投资音像制
 品的法律规定 3.12 建筑及相关工程服务 3.12.1 中国入世对建筑及相关工程服务的对外承诺 3.12.2 对
 外商投资建筑业的法律规定 3.12.3 建筑及相关工程服务外商投资的状况 3.13 分销服务业 3.13.1 中
 国入世对分销服务业的对外承诺 3.13.2 外商投资商业的法律规定 3.13.3 分销服务业外商投资的状况
 3.14 保险业 3.14.1 中国入世对保险业开放的具体承诺 3.14.2 法律规定 3.14.3 保险业外商投资的状
 况 3.15 银行及其他金融服务 3.15.1 中国入世对银行及其他金融服务的对外承诺 3.15.2 法律规定
 3.15.3 外资金融机构外商投资的状况 3.16 旅游和与旅游相关的服务 3.16.1 中国入世对旅游和与旅游
 相关的服务对外开放的具体承诺 3.16.2 外商投资旅行社的法律规定 3.16.3 外商投资旅行社的现状
 3.17 海运服务 3.17.1 中国入世对海运服务对外开放的具体承诺 3.17.2 法律规定 3.17.3 海运服务外
 商投资的状况 3.18 道路运输服务 3.18.1 中国入世对道路运输服务对外开放的具体承诺 3.18.2 道路
 运输业对外开放的法律规定 3.18.3 道路运输业外商投资的现状 3.19 国际货物运输代理服务 3.19.1
 中国入世对国际货物运输代理服务对外开放的具体承诺 3.19.2 外商投资货运代理的法律规定 3.19.3
 外商投资国际货物运输代理的状况 3.20 图书、报纸、期刊等的出版和分销服务 3.20.1 加入WTO对
 图书、报纸、期刊等的出版和分销的对外承诺 3.20.2 外商投资图书、报纸、期刊等的出版和分销
 的法律规定 3.21 印刷业 3.21.1 外商投资印刷业的法律规定 3.21.2 外商投资印刷业的现状 3.22 城
 市规划服务 3.23 民用航空业 3.23.1 外商投资民用航空业的法律规定 3.23.2 目前民用航空业对外
 开放的状况 3.24 境外机构境内证券投资者制度 3.25 商业特许经营 3.26 外商投资租赁业 3.26.1 租
 赁业在WTO中对外的承诺 3.26.2 对外商投资于租赁业的法律规定 3.26.3 租赁业外商投资的情况中篇

<<涉外企业管理教程>>

跨国公司在中国 第4章 本地化经营战略与管理 4.1 由被动的国产化到主动的本地化 4.1.1 以往对国产化的被动实施 4.1.2 以往实施国产化的矛盾 4.1.3 主动的本地化 4.2 跨国公司在华本地化战略的策略 4.2.1 人员本地化 4.2.2 生产本地化 4.2.3 技术开发本地化 4.2.4 管理本地化 4.2.5 产品本地化 4.2.6 品牌本地化 4.2.7 采购本地化 4.3 跨国公司本地化战略与国际化结合带来的挑战 4.3.1 对汽车、移动通信设备产业的挑战 4.3.2 对进口限制的挑战 4.3.3 对政府管理的挑战 4.4 正确引导跨国公司本地化战略的应对措施 4.4.1 为跨国公司实施本地化经营营造宽松的环境 4.4.2 变硬性限制实施国产化为主动引导跨国公司本地化 4.4.3 利用跨国公司进入中国所带来的机会加快内资企业的发展 【案例】百事公司在中国 4.5 点评 第5章 营销战略与管理 5.1 以全球营销为核心逐渐将中国纳入其销售体系 5.2 重点进行品牌营销, 强化母公司品牌 5.3 强化营销本地化, 大力开展促销活动 5.4 注重长期回报的市场进入战略 5.5 与中方合作者合作发展共生营销 5.6 用并购来吃掉中方竞争对手 5.7 注重供应链管理 5.8 缺少社会责任的营销 5.9 不断进行营销理念创新 5.10 大力借助网络等现代营销手段 【案例】宝洁公司在中国 5.11 点评 第6章 企业文化与管理 6.1 将企业文化建设放在重要战略地位 6.2 建立新的价值取向 6.3 针对不同文化背景采取不同的策略 6.4 充分利用人脉关系进行不同文化的融合 6.5 通过文化本地化策略树立“本地企业”的形象 6.6 加强跨文化培训进行文化渗透 6.7 注重语言培训 【案例】西安杨森——文化是魂 6.8 点评 第7章 人力资源战略与管理 7.1 将人力资源管理作为企业发展战略的重要内容 7.2 加强人力资源部门的配备和管理 7.3 吸纳最优秀的人才 7.4 重视海外人员的选派 7.5 建立完备的人才培训机制 7.6 人力资源考核重视员工的个人发展 7.7 不断推进人才本地化战略 【案例】诺基亚在华的人力资源管理 7.8 点评 第8章 竞争战略与管理 8.1 逐渐进入市场不断加大投资 8.2 注重提高核心竞争力 8.3 加强在华技术投入战略 8.4 扩大在中国的采购以形成国际生产网络 8.5 全面实施本地化战略 8.6 独资化趋势加快 8.7 设立地区总部 8.8 加速公司内部改革扩大服务外包 8.9 扩大产业配套 8.10 加大并购重组步伐发展战略联盟 8.11 充分运用价格转移战略 【案例】沃尔玛在中国 【案例】飞利浦在中国 8.12 点评 第9章 研发战略与管理 9.1 跨国公司加速在中国设立研发中心 9.2 充分利用现代通信手段从事研发活动 9.3 研发费用投入力度明显加大 9.4 研发的内部化 9.5 跨国公司通过研发争夺人才 9.6 研发中心的技术成果显著, 基础研究力度加大 【案例】摩托罗拉公司研发中心 9.7 点评 第10章 品牌战略与管理 10.1 高度重视品牌战略 10.2 跨国公司在华始终坚持自己的品牌 10.3 利用各种方式打压本地品牌 10.4 创新以满足当地的品种 10.5 全面推进品牌战略 10.6 加速推出新的品牌 10.7 加强对品牌的保护 【案例】柯达公司 10.8 点评下篇 内资企业在海外 第11章 内资企业在海外的发展概况…… 第12章 对外承包工程 第13章 对外劳务合作 主要参考文献

<<涉外企业管理教程>>

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>