

<<国际商务>>

图书基本信息

书名：<<国际商务>>

13位ISBN编号：9787300106601

10位ISBN编号：7300106609

出版时间：2009-8

出版时间：中国人民大学

作者：查尔斯·W·L·希尔

页数：600

字数：877000

译者：周健临

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>>

前言

《国际商务》一书自初版至今已过去17个年头。

至第3版本书已作为国际商务教材被世界各地广泛使用。

此书成功的原因我将其归结为，在撰写第1版时，我就为自己设定了一系列目标。

特别是，我要把此书写成：（1）既具有综合性，又具有现代性；（2）超越不加批判的叙述和浅显的介绍；（3）各章内容紧凑而连贯；（4）强调与管理的密切关联；（5）使一些重要理论具有可读性和趣味性。

多年来，七次再版，我一直努力坚持这些目标，也并非易事。

在过去的17年中，无论在政治、经济和商务的真实世界，还是在理论和经验研究的学术世界，都发生了巨大的变化。

我常常不得不对一些章节进行大段大段的重写，淘汰旧的例子，引入新的案例；将新的理论和事实写入书中，删除与现代和动态的国际商务界越来越不相关的陈旧理论。

我已在本版中作了大量的改编，毫无疑问这一工作今后还将继续下去。

在决定哪些内容需要改写时，我不仅根据自己的阅读、教学和研究经验作出判断，而且听取了全球许多使用本书的教授和学生、评论家以及麦格劳-希尔编辑人员的宝贵反馈意见。

我由衷地感谢他们。

一本国际商务教材要具有综合性，必须做到：解释世界各国是如何以及为何存在差异的；详察国际贸易和投资中的经济和政治现象；阐明全球货币制度的功能和形式；检测国际企业的战略和组织结构；评估国际企业的各项职能的特定作用。

在《国际商务》的编写过程中我一直努力完成上述所有事项。

我认为，许多其他教科书对国际企业的战略和组织结构不够重视，而且往往忽略企业各项职能在国际商务中的应用。

这种忽视后果严重，因为许多学习国际商务课程的学生不久将会在国际企业中工作，他们需要，懂得组织的战略、结构和职能在国际商务中的运用。

本书特别关注了这些问题。

<<国际商务>>

内容概要

希尔教授所著《国际商务》一书是国际商务领域的权威教材，自1994年问世以来，六次修订再版，备受世界各国高校师生和商务人士的好评。

《国际商务(第7版)》是原著第7版的全文翻译版。

《国际商务》(第7版)保持了其作为国际商务教科书典范的一贯特色：(1)注重综合性和现代性，及时吸收国际商务的最新研究成果；(2)超越不加批判的叙述和肤浅的解释，综合阐述国际商务问题正反两方面的理论和观点；(3)注意各章论题的整体连贯性；(4)强调与管理实践的密切关联；(5)精心设计专栏、故事和案例，增强可读性和趣味性。

第7版特别作了如下修订：对各章中的统计数据、案例、专栏等内容进行了全面更新或替换；为了反映学术界新近的研究成果或当前的重大事件，将许多新材料融入书中；新增了全球资本市场一章等。

本书适合用作MBA、经管专业本科生、研究生教材，还可作为跨国公司及涉外企业商务人士的参考书。

本书配有丰富的网络教学资源，读者可登录www.rdjg.com.cn或www.mhhe.com/hill获取。

作者简介

作者：(美国)查尔斯·W·L·希尔(Charles W.L.Hill) 译者：周健临等查尔斯·W·L·希尔 (Charles W.L.Hill)，美国华盛顿大学商学院休斯·M·布莱克国际商务讲座教授，拥有英国曼彻斯特大学科学与技术学院 (UMIST) 博士学位。

担任《战略管理》和《组织科学》等学术杂志的编委，1993—1996年任《美国管理学会评论》的咨询编辑。

希尔教授在华盛顿大学为MBA.EMBA及博士生授课，荣获多项优秀教学奖。

他在《美国管理学会学报》、《美国管理学会评论》、《战略管理》和《组织科学》等专业性学术杂志上发表论文40余篇.出版有关战略管理和国际商务的大学教材两部。

希尔教授还为包括波音、微软、汤姆森金融服务等在内的许多组织提供咨询。

译者简介：周健临,MBA导师、副教授、副编审.上海财经大学浙江学院工商管理系主任。

曾任上海财经大学国际工商管理学院企业管理系主任、立信会计出版社二编室主任。

主攻专业：管理学、国际商务。

1987—1988年任香港东南经济信息中心分析员。

1995年赴美接受世界银行项目管理培训。

先后编写出版《MBA管理学》、《管理学教程》、《新编国际企业管理》、《现代企业国际化经营》、《现代企业家管理透析》、《经营管理精要》等著作。

<<国际商务>>

书籍目录

第1篇 引言和概论

第1章 全球化

引言

什么是全球化

国家聚焦：走向外包的美国

医疗保健业

全球机构的出现

全球化的推动力

变化了的全球经济统计数据

国家聚焦：印度的软件业

管理聚焦：中国的海信公司——一家新兴的多国公司

全球化的争议

国家聚焦：在法国对全球化的抗议

在全球市场进行管理

章末案例：宜家——一家全球零售商

第 二 篇 国家差异

第2章 政治经济中的国家差异

引言

政治体制

经济体制

法律体系

国家聚焦：尼日利亚的腐败

管理聚焦：星巴克在中国赢得关键商标权一案

经济发展的决定因素

转型中的国家

经济转型的本质

国家聚焦：在印度建立市场经济

政治经济变革的意义

对管理者的启示

章末案例：印度尼西亚——问题大国

第3章 文化的差异

引言

文化是什么

社会结构

宗教与伦理体系

国家聚焦：土耳其的伊斯兰资本主义

管理聚焦：麦当劳和印度文化

语言

教育

文化与工作场所

文化的变化

对管理者的启示

管理聚焦：跨文化的无知

章末案例：DMG-上海

第4章 国际商务伦理

<<国际商务>>

引言

国际商务中的伦理问题

管理聚焦：Unocal公司在缅甸

伦理困境

不道德行为的根源

管理聚焦：辉瑞制药公司在尼日利亚的药物试验战略

通往伦理道德的哲学路径

伦理决策

章末案例：谷歌在中国

第一篇综合案例

第一篇 全球贸易与投资环境

第5章 国际贸易理论

引言

贸易理论综述

重商主义

国家聚焦：中国是新重商主义国家吗??

绝对优势

比较优势

国家聚焦：转移美国白领工作赫克歇尔-俄林理论

产品生命周期理论

新贸易理论

国家竞争优势：波特的钻石理论

对波特理论的评价

管理聚焦：芬兰诺基亚的崛起

对管理者的启示

章末案例：信息技术的贸易及美国的经济增长

第6章 国际贸易中的政治经济

引言

贸易政策措施

国家聚焦：日本对小麦生产的补贴

管理聚焦：美国镁业寻求保护

政府干预的情况

国家聚焦：使用激素的牛肉贸易

对自由贸易的修正情况

世界贸易体系的发展

国家聚焦：估计美国从贸易中获得的收益

对管理者的启示

章末案例：纺织品贸易——保持对中国的控制

第7章 国际直接投资

引言

世界经济中的国际直接投资

国家聚焦：中国的外来直接投资?

国际直接投资的理论

意识形态与国际直接投资

管理聚焦：DP环球和美国

国际直接投资的收益和成本

政府的政策工具与国际直接投资

<<国际商务>>

对管理者的启示

章末案例：西麦克斯的国际直接投资

第8章 区域经济一体化

引言

经济一体化的层次

区域一体化的依据

反对区域一体化的依据

欧洲区域经济一体化

管理聚焦：欧盟委员会与媒体业的兼并

国家聚焦：建立金融服务业的统一欧洲市场

美洲的区域经济一体化

其他地区的区域经济一体化

对管理者的启示

章末案例：《北美自由贸易协定》

和美国纺织业

第一篇 综合案例

第一篇 全球货币制度

第9章 外汇市场

引言

外汇市场的作用

管理聚焦：大众公司的套期保值策略

外汇市场的特性

汇率决定的经济理论

国家聚焦：对一次货币危机的解析

汇率预测

货币的可兑换性

对管理者的启示

国家聚焦：应对强势欧元

章末案例：强势美元给意法

半导体公司带来的灾难

第10章 国际货币体系

引言

金本位制度

布雷顿森林体系

固定汇率制度的崩溃

浮动汇率制度

国家聚焦：美元、石油价格和

石油美元的回流

固定汇率与浮动汇率

实际实施的汇率制度

国际货币基金组织的危机管理

国家聚焦：土耳其和国际货币基金组织

对管理者的启示

管理聚焦：空中客车和欧元

章末案例：中国有管理的浮动

汇率制度

<<国际商务>>

第11章 全球资本市场

引言

全球资本市场的益处

管理聚焦：德意志电信叩开全球资本市场大门

全球资本市场的发展

全球资本市场的风险

国家聚焦：全球资本市场是否殃及了墨西哥

欧洲货币市场

全球债券市场

全球股票市场

国家聚焦：在捷克共和国寻求资本

外汇风险和资金成本

对管理者的启示

章末案例：中国移动

第一篇 综合案例

第一篇 国际企业的战略与

组织结构

第12章 国际企业的战略

引言

战略与企业

全球扩张、盈利能力以及利润增长

成本压力与地区调适压力

战略选择

管理聚焦：沃达丰在日本

管理聚焦：宝洁的战略演变

章末案例：沃尔玛的全球扩张

第13章 国际企业的组织

引言

组织构架

组织结构

管理聚焦：沃尔玛的国际分部

管理聚焦：陶氏化学公司的矩阵结构兴衰记

控制系统和奖励

流程

组织文化

综合：战略与组织构架

组织变革

章末案例：联合利华组织变革的十年

第14章 进入战略和战略联盟

引言

基本进入决策

管理聚焦：ING集团的国际扩张

管理聚焦：快乐蜂现象——一家

菲律宾跨国公司

进入模式

选择一种进入模式

新创企业还是并购

<<国际商务>>

战略联盟

管理聚焦：思科与富士通

章末案例：乐购的全球化

第一篇综合案例

第一篇 国际商务运营

第15章 出口、进口和对等贸易

引言

出口的前景和困难

管理聚焦：FCX系统公司

提高出口业绩

管理聚焦：在政府的帮助下出口

管理聚焦：3M公司的出口战略

管理聚焦：红点颜料公司

进出口融资

出口支持

对等贸易

章末案例：Megahertz通信公司

第16章 全球生产、外包与物流

引言

战略、生产和物流

在哪里生产

管理聚焦：飞利浦在中国

国外工厂的战略地位

管理聚焦：惠普在新加坡

外包生产：零部件来源决策

管理聚焦：波音公司的外包决策

管理全球供应链

章末案例：微软——xbox生产外包

第17章 全球营销与研发

引言

市场和品牌全球化

市场细分

管理聚焦：对巴西黑人的营销

产品特性

分销策略

沟通策略

管理聚焦：克服文化障碍销售

卫生棉条

管理聚焦：联合利华——向印度穷人销售产品

定价策略

设计营销组合

管理聚焦：嘉实多润滑油在越南

新产品研发

章末案例：柯达在俄罗斯

第18章 全球人力资源管理

引言

国际人力资源管理的战略作用

<<国际商务>>

人员配备政策

管理聚焦：壳牌国际石油公司列外派人员的管理

培训与管理发展

管理聚焦：孟山都公司的归国规划

业绩评估

报酬政策

管理聚焦：麦当劳的全球报酬支付政策

国际劳工关系

章末案例：XCO在中国

第19章 国际企业会计

引言

各国在会计准则上的差异

国家和国际准则

管理聚焦：不同会计准则的后果

管理聚焦：诺华公司加入国际会计俱乐部

跨国合并和货币换算

控制系统的会计方面

章末案例：采纳国际会计准则

第20章 国际企业财务管理

引言

投资决策

管理聚焦：黑海能源有限公司

融资决策

全球货币管理：效率目标

全球货币管理：税收目标

跨国转移资金：提高效率和减少税负

全球货币管理技术

章末案例：巴西高尔

第一篇综合案例

译后记

<<国际商务>>

章节摘录

插图：一系列的政治、经济和法律因素决定了国际企业在一个国家从事商务活动的成本。

政治因素就是指在一个国家从事商务活动的成本，可能会因需要收买政治势力以便取得政府对商务活动的许可而有所增加。

在封闭的集权国家，需要支付的贿赂远大于在开放的民主国家需要支付给政治家选举的资助（尽管这不是一种很恰当的比较）。

一个国际企业为了进入市场是否就可以贿赂要根据法律和伦理上的意义来判断，我们将在第4章讨论企业伦理时对此作进一步探讨。

谈到经济因素，其中最重要的变量之一是一个国家经济的复杂性。

在一个经济相对落后或不发达的国家，由于缺少基础设施，从事商务活动可能需要更高的成本。

在极端的情况下，国际企业可能不得不自己提供所需的基础设施，这无疑会增加成本。

例如，当麦当劳决定在莫斯科开设第一家餐馆时，它发现为了给连锁店提供相同品质的食品和饮料，必须实行垂直的后向一体化，以解决其所需要的原材料。

由于俄罗斯当地的土豆和牛肉质量太差，为了保证其产品的质量，麦当劳不得不在俄罗斯建立自己的奶牧场、养牛场、菜园和食品加工厂，这就提高了在俄罗斯从事商务活动的成本。

而在经济发达国家，由于在市场上随处可以买到高品质的原材料，其从事商务活动的成本则要低许多。

说到法律因素，在一个对产品安全、工作场所安全、环境污染等制定了严格法规标准的国家从事商务活动可能需要更高的成本（因为遵守这些法规是要花费成本的）。

例如，在美国这样的国家从事商务活动可能要支付很高的成本，因为该国的伤害赔偿费是不封顶的，这就意味着责任保险费率的不断上升。

然而，在一个对商务活动管理缺乏健全法律体系的国家从事商务活动可能需要更高的成本。

例如，由于缺乏商务合同法，国际企业可能找不到适当的方式来解决合同纠纷，结果常常因合同违约而遭受巨大的损失。

类似地，当东道国法律无法保护知识产权时，就会导致国际企业因其知识产权被“偷窃”而丧失应有的收益。

<<国际商务>>

后记

在交稿的那一刻，真有如释重负之感。

虽然这已是第三次翻译《国际商务》这本书，本应驾轻就熟，但事实并非如此。

第7版的案例更新了，正文中不仅补充了新理论，内容也都和新案例一一对应，工作量实在不小。

每次翻译都会发现许多问题，一些是上一版中疏漏的错误，当时却没看出来。

一些是新出现的问题，如“leverage product”一词，一位年轻老师就按字面将它译成“杠杆产品”，然而，什么是杠杆产品？

还是令人费解。

经过一番推敲，我将其改成“充分利用现有产品向国际市场推出一系列派生产品”，虽啰唆一点，但至少读者能看懂是什么意思。

是否理解正确，有没有更好的表述方法，心中还是没有把握，最后定稿时，又改成了“充分利用产品”。

又如将“supporting industry”译为“支柱产业”，虽support有支持、支柱之意，但这里supporting应作次要的、配合的解释，所以我将它改成“辅助产业”，否则出入就太大了。

再如FDI有许多中文译名，这已是老生常谈。

在上一版中，我用“对外直接投资”这一较为传统的译名加以统一，但这次有的译者坚持将它译成“国际直接投资”，经过仔细比较，感觉在特定的场合，用国际直接投资似乎更好些，因为“对外直接投资”中的“对外”似有方向感，如果外商向中国直接投资，从我国的立场看，用“对外直接投资”似欠精准。

于是在不同的场合就保留了不同的译法。

这样处理是否妥当，心中也没底。

类似的例子还有很多。

我深有感触，要翻译好一本书是无止境的。

抢时间的大部头书的翻译，需有多名译者合作完成，统稿也就成了一个系统工程。

格式的不统一；译名的多样性；标题的层次不分；有的英文单词不同，但译成的中文类同，看不出区别；有的插图因种种原由没译；有的案例因篇幅所限而删除，但最后发现正文中有所提及，该补上。

真是费尽心思，如非亲身经历，也许就不会有这些感受。

我喜欢翻译，但有时又有点怕翻译，这种矛盾的心态伴随着工作的全过程。

但愿这次译稿的质量要高于上次。

然而，毕竟译者水平有高低，虽各部分内容都请资深专家把关，但在语言文化背景方面，对我们这些土生土长的中国人而言，理解上的欠缺在所难免，许多不足之处还望学者高人不吝赐教。

<<国际商务>>

编辑推荐

《国际商务(第7版)》：工商管理经典译丛，国际化管理系列。

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>