

<<商务市场与非市场环境>>

图书基本信息

书名：<<商务市场与非市场环境>>

13位ISBN编号：9787301080511

10位ISBN编号：7301080514

出版时间：2004-10

出版时间：北京大学 出版社

作者：（美）大卫

页数：862

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>

<<商务市场与非市场环境>>

前言

2001年12月10日中国加入世界贸易组织,从此,中国将进一步加大与世界各国的政治、经济、文化各方面的交流和合作,这一切都注定中国将在未来世界经济发展中写下浓重的一笔。

然而,中国经济的发展正面临着前所未有的人才考验,在许多领域都面临着人才匮乏的现象,特别是了解国际贸易规则、能够适应国际竞争需要的国际管理人才,更是中国在未来国际竞争中所必需的人才。因此,制定和实施人才战略,培养并造就大批优秀人才,是我们在新一轮国际竞争中赢得主动的关键。

工商管理硕士(MBA),1910年首创于美国哈佛大学。

随后,MBA历经百年风雨不断完善,取得了令世人瞩目的成绩。

如今,美国MBA教育已经为世界企业界所熟知,受到社会的广泛承认和高度评价。

中国的MBA教育虽起步较晚,但在过去10年里,中国的MBA教育事业发展非常迅速,也取得了相当显著的成绩。

现在国内已经有50多所高等院校可以授予MBA学位,为社会培养了3000多名MBA毕业生,并有在读学员两万多人。

目前,国内的MBA教育市场呈现一片繁荣景象,但繁荣的背后却隐藏着种种亟待解决的问题。

其中很大一部分问题的成因是因为目前我国高校使用的教材内容陈旧,与国外名校的名牌教材差距较大,在教学内容、体系上也缺乏与一流大学的沟通。

为适应经济全球化,国家教育管理部门曾要求各高校大力推广使用外语讲授公共课和专业课,特别是在我国加入WTO后急需的上百万人才中,对MBA人员的需求更是占1/3之多。

所以,大力开展双语教学,适当引进和借鉴国外名牌大学的原版教材,是加快中国MBA教育步伐,使之走向国际化的一条捷径。

目前,国内市场上国外引进版教材也是新旧好坏参差不齐,这就需要读者进行仔细的甄别。

对于国外原版教材的使用,在这里我们要提几点看法。

国外每年出版的教材多达几万种,如果不了解国外的教材市场,不了解国外原版教材的品质就可能找不到真正适合教学和学习的好的教材。

对于不太了解外版教材的国内读者来说,选择教材要把握以下几点,即:选择国外最新出版的书;选择名校、名作者的书;选择再版多次并且非常流行的书。

综合以上几点来看,目前国内市场上真正出新、出好、出精的:MBA教材还是不多的。

北京大学出版社推出的《当代全美MBA经典教材书系(英文影印版)》弥补了国内MBA教材市场的缺憾,给国内MBA教材市场注入了一股新鲜的血液。

全套丛书共由22本书组成,覆盖了北京大学MBA的全部主修课程,包括:经济学、管理学、营销学、战略管理、管理信息系统、运作管理、人力资源管理、商务沟通、国际金融、金融管理、决策分析、货币银行学、会计学等。

另外。

在十几门主课的基础上又增加了几门高级选修课程。

包括:国际会计学、组织行为学、投资学、商务学、财务报表解析、管理会计、管理沟通、商业伦理学、企业家精神等。

<<商务市场与非市场环境>>

内容概要

本书是巴伦教授的畅销书《商务—市场和非市场环境》的最新版本，内容上进行了全面更新，详细考察了商务的市场环境与非市场环境之间的相互关系，以及如何对因此而产生的问题进行有效的管理。

本书的另一特色是，每一部分最后都配有综合性的案例。

第四版收入了73个案例，包括20个进入新世纪后出现的新案例，涉及的著名公司包括：安然、微软、ebay、花旗集团、Schering-Plough、英国石油以及Double-Click。

案例反映的问题涵盖环境保护、药物、信息技术、互联网、国际贸易、伦理问题、公司社会责任、公众和新闻媒体、利益集团竞争、反垄断和管制等方面。

本书也考虑了发展中国家企业运作的复杂性，借助本书提出的分析框架和相关案例进行了一定的分析。

本书分为五部分：1.战略与非市场环境2.非市场战略与政府机构3.政府与市场4.国际政治经分析5.伦理与责任。

<<商务市场与非市场环境>>

作者简介

大卫·巴伦，美国斯坦福大学商学院政治经济学和战略问题教授，曾任美国西北大学教授，哈佛大学客座教授，还曾在法国和比利时的大学担任客座教授。

巴伦教授在研究和写作方面十分活跃，任职于多家刊物的编委会，包括《商业和政治学》、《经济学与管理战略杂志》和《经济学

<<商务市场与非市场环境>>

书籍目录

第一部分 策略和非市场环境 第一章 市场和非市场环境 第二章 综合的策略 第三章 新闻媒介和非市场问题 第四章 私人非市场行动 第二部分 非市场策略和政府机构 第五章 政治理论和政府机构 第六章 商业的政治分析 第七章 阐述政治策略 第八章 实现政治策略 第三部分 政府和市场 第九章 龙垄断：经济学，法律和政治学 第十章 规章：法律，经济学和政治 第十一章 环保：经济学，政治和管理 第十二章 法律和市场 第十三章 信息产业和非市场问题 第四部分 国际政治经济学 第十四章 日本的政治经济学 第十五章 欧盟的政治经济学 第十六章 中国：历史，文化和政治经济学 第十七章 国际贸易的政治经济学 第五部分 伦理与责任 第十八章 共同的社会责任 第十九章 伦理学系统：功利主义 第二十章 伦理学系统：权利和公正 第二十一章 实现伦理学系统 第二十二章 在国际商业里的伦理学问题

<<商务市场与非市场环境>>

章节摘录

<<商务市场与非市场环境>>

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>