

<<国际贸易学>>

图书基本信息

书名：<<国际贸易学>>

13位ISBN编号：9787509613603

10位ISBN编号：7509613604

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：克里斯·马歇尔

页数：219

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>

## <<国际贸易学>>

### 内容概要

《国际贸易学》这本书说明了企业应该如何通过分析其出口的难易程度和产品的适宜度来评估本企业的出口潜力，同时还强调说明了出口产品符合进口国所制定的各种标准和规章制度的重要性。不过，上述这些内容还仅仅是冰山一角。企业还应该明确其进行海外贸易的目标，是长期扩张、提高竞争力、争取市场还是为了提高投资回报率？

《国际贸易学》的内容包括：市场营销的基本概念和分析工具，调查和评估产品市场潜力的重要性以及企业向其目标市场进行有效的渗透时应该采取的战略。该书还研究了价格原理、运输/后勤、货币、单证和保险，有助于我们全面深入地理解进出口的各种必要条件。

## <<国际贸易学>>

### 书籍目录

序言

致谢

缩略词汇表

第一章 导论

第二章 为什么要开展海外贸易

引言

什么是进口和出口

为什么要出口

出口产品以增加销量

出口产品以分散风险

生产引致的出口

出口以提升形象

出口：实际情况

出口商的类型

为什么要进口

自己生产还是从国外购买

通过并购实现国际性增长

并购的类型

并购的缺点

发展中国家与经济发展

全球化

支持国际贸易的观点

国际企业 / 国际战略

中小企业的观点

成功迈出出口的第一步

选择市场

信息来源

深入阅读

课后思考题

第三章 市场营销

引言

什么是市场营销

市场调查和营销调查

市场营销计划的制定

市场细分

营销组合

通过互联网进行促销

贸易展销会和展览会

小结

商业计划

SMART

SWOT

市场营销计划

结束语

## <<国际贸易学>>

信息来源

深入阅读

课后思考题

案例分析：Jordan Clamps公司

### 第四章 市场调研

引言

市场调研

市场适应性

产品的适应性

利用经济指标

社会环境

政治和法律环境

非关税壁垒

调查竞争状况

.....

### 第五章 宏观因素

### 第六章 进入市场的路线

### 第七章 公司财务基础

### 第八章 出口成本计算、定价与销售

### 第九章 运输和物流

### 第十章 国际贸易单证文件和通关手续

### 第十一章 支付

### 第十二章 充分利用货币

### 第十三章 国际贸易的融资

### 第十四章 供应商和支持机构

### 第十五章 概述

专业术语表

## 章节摘录

网上交易 前面几章我们介绍了网络在贸易调研、促销、信息沟通中的作用。每个拥有自己的网页的企业都有可能接到来自国外的询价。

到2004年年末，全球网上交易价值达到30000亿美元，因此很有必要为网上交易制定一些法律规则。虽然企业—企业贸易（B2B）额远不如企业—消费者（B2C）贸易额那么庞大，但是随着网上贸易的发展，企业越来越有必要了解网络交易所涉及的一系列法律问题和合同问题了。

UNCITRAC颁布了两项与网上贸易有关的示范性法律。

《电子商务示范法》规定了电子文件在怎样的情况下可与书面文件具有同等的效力。

《电子签名示范法》于2001年7月正式生效，它规定了在法律上怎样的电子签名才是可靠的。进口商和出口商在签订任何电子协议之前，都应该深入了解一下这方面的法律。

电子形式的要约接受 网络要约和反要约并不存在什么实际问题，因为它们都只是形式上发生了改变。

网络合同主要的问题在于要约的接受。

我们知道书面的要约接受是买卖双方同意订立合同的书面证明，但在电子商务中的要约接受就不具备这样的作用。

特别是卖方如何确定合同被接受的时间？

如何识别和获得买方的签名？

2001年12月，英国立法委员会发表了一篇名为“电子商务：商业交易中的格式要求”的文章，从英国法律的角度对UNCITRAL示范法进行了详细解释。

文章高度强调了4种具有法律效力的电子签名方式。

这四种电子签名方式是：扫描形式并随电子邮件或电子邮件的附件发送的手写签名、随电子邮件或附件发送的数字签名、电子形式的要约接受中的键盘输入“签名”、点击订单确认按钮的这个动作（因为点击之后，就会将买方的情况、支付信息、订单明细传送给卖方，所以也视为签名订可方式）。

因此，在网上的要约有这4种接受方式。

合同何时可视做被接受，这个问题目前还存在争议。

立法委员会只是给出了一个初步的解释，即原则上，当买方的接受信息传至卖方的网络服务供应商处时，合同才视做正式订立。

在这种情况下，买方应该要求卖方在收到信息后回复确认信息。

因此，在互联网上订立合同的企业必须借助各种官方法律解释信息来明确合同何时、何地、怎样才算是正式生效。

.....

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>