

<<全球化>>

图书基本信息

<<全球化>>

内容概要

全球化进程正在重塑世界，机遇与挑战并存。

《全球化》描绘了全球化的历史、驱动因素及其带来的种种挑战，其中呈现的各种见解和建议能够指导公司管理者在交流、制造、服务、分销、营销等方面的挑战，更好地应对这个规模、速度空前的历史性大变革。

《全球化》由莎拉·鲍威尔和佩尔韦兹·高里所著。

<<全球化>>

作者简介

莎拉·鲍威尔，专注于国际管理趋向的商业记者和作家。

佩尔韦兹·高里，伦敦大学国王学院国际商业课程教授。

<<全球化>>

书籍目录

出版说明

引言

第一章 认识全球化

1.1 定义“全球化”

放开市场

正反意见

购买全球产品

1.2 早期的国际贸易

铸造早期贸易联系

第一批帝国的兴起

市场经济的雏形

1.3 开辟大众市场

工业革命

新兴超级大国

1.4 全球商业理论的兴起

“福特主义”与规模化生产

打入世界市场

“斯隆主义”——首个全球化生产模式

1.5 金钱、政治与权力

全球性衰退

设置贸易壁垒

经济复苏

1.6 国际贸易机构

“布雷顿森林体系”

促进繁荣

1.7 区域贸易集团

欧盟——全球化的榜样

一些全球性贸易集团

1.8 商业新模式

消减生产

质量控制

1.9 全球化新玩家

“金砖四国”的崛起

权力重心的转移

第二章 全球化背后的推力

2.1 信息交流

建设“地球村”

新的工作方式

2.2 市场开放

时代大潮

政治及权力

中国在非洲

国家的式微

2.3 全球化的新动力

跨国公司的兴起

<<全球化>>

全球跨国公司业绩排名
全球商业如何联结？

跨国公司的影响

新的消费模式

2.4 全球化的障碍

贸易自由化

保护传统行业

保护主义措施示例

纠纷仲裁

2.5 反全球化

大举挞伐

“帝国主义”的新面目

“生物剽窃”：“劫持”本土资源

第三章 开展全球业务

3.1 “立志”全球化

规划未来

获益

3.2 扩展业务范围

海外扩张

界定目标

细致准备

3.3 开展多国业务

设计新制度

选择组织机构

纵向运营模式

横向运营模式

3.4 走向“全球本土化”

横向思维

分散风险

3.5 外包与产业转移

成本驱动型市场

选择目的地

将工作转移到国外

斟酌一二

创造竞争平台

3.6 小企业的机遇

运作微型跨国公司

“眼镜蛇”啤酒

进军虚拟世界

创建特许经营网络

3.7 全球化市场营销

贴近目标市场

在线营销

黄金法则

3.8 品牌全球化

跨越文化鸿沟

<<全球化>>

品牌信息本土化

品牌保护

避免跨文化失策

推出全球化品牌

第四章 管理全球化

4.1 打造团队

人才本地化

了解当地习俗

4.2 具备文化意识

谨言

文化直觉

会议当中的得体

4.3 应对挑战

风险评估

防患未然

注意要点

商业伦理

可持续性管理

4.4 关注全球趋势

扭转局势

防止企业衰退

保护你的资产

索引

编辑推荐

《管理人手册》是一套实用性商业管理指导丛书，面向从大公司到小企业的不同工作环境下的初学者和有经验的管理者。

丛书作者皆为实践及著述经验俱丰的专家学者，行文叙事清晰明快而又字字珠玑，状物说理鞭辟入里而又生动豁达；而正文之外，流程图、附注图表、自我测试、现实案例研究以及近千条“小贴士”或“提要”融文字内容与视觉效果于一体：版式设计独到，阅读重点突出。

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>