第一图书网, tushu007.com

<<国际商务基础理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<国际商务基础理论与实务>>

13位ISBN编号：9787801813626

10位ISBN编号：7801813626

出版时间：2005年01月

出版时间：中国商务出版社

作者：本书编写组

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

内容概要

简介：
本书为上下两册，介绍了国际贸易、中国对外贸易、国际金融、国际经济贸易法、国际营销学、国际贸易实务方面的理论与业务知识
目录：
(上册)
第一篇 国际贸易
第一章 国际贸易的产生、发展与分类
第一节 国际贸易的概念与产生条件
第二节 国际贸易的发展
第三节 国际贸易的分类
第四节 贸易效益衡量的指标
第五节 对外贸易和国内贸易的一致性与差异性
第六节 经营对外贸易应具备的条件
第二章 国际分工与世界市场
第一节 国际分工的概念与形式
第二节 国际分工发展的因素与国际分工的依据
第三节 国际分工对国际贸易发展的影响
第四节世界市场的概念与构成
第三章 当代国际贸易发展的态势
第一节 参与世界市场活动的国家与基础发生变化
第二节服务贸易、技术贸易兴起
第三节 地区经贸集团大量涌现
第四节 与贸易有关的国际资本移动加强
第五节世界市场价格多样化
第四章对外贸易政策
第一节 对外贸易政策的概念、目的与构成
第二节 对外贸易政策的类别
第三节 对外贸易政策的制定与实施
第五章对外贸易政策措施
第一节关税措施
第二节 非关税壁垒措施
第三节 鼓励出口与出口管制方面的措施
第四节 促进对外贸易发展的经济特区措施
第六章 贸易条约、协定与组织
第一节 贸易条约与协定的概念与内容
第二节 贸易条约与协定中所适用的主要法律待遇条款
第三节 贸易条约与协定的种类与作用
第四节关贸总协定
第七章世界贸易组织及其多边贸易规则
第一节世界贸易组织
第二节 世界贸易组织的基本原则和例外规定
第三节货物贸易多边协议
第四节服务贸易总协定
第五节 与贸易有关的知识产权协定
第八章 第二次世界大战后国际贸易发展的阶段与

格局
第一节 第二次世界大战后国际贸易发展的阶段与原因
第二节 发达市场经济国家的对外贸易
第三节 发展中国家与地区的对外贸易
第四节 各大类货物贸易中的主要国家和地区
第二篇 中国对外贸易
第一章 中国对夕L开放与对外经贸发展概述
第一节 对外开放政策与对外开放格局
第二节对外经济贸易的发展
第三节发展对外经贸的作用
第二章 中国对外贸易宏观管理
第一节 对外贸易宏观管理及管理模式
第二节 对外贸易宏观管理的法制手段
第三节 对外贸易宏观管理的经济调节手段
第四节 对外贸易宏观管理的行政手段
第三章 加入世贸组织后中国的外经贸发展
第一节 中国加入世界贸易组织的谈判与成果
第二节 中国加入世贸组织的基本权利与义务
第三节 中国加入世界贸易组织的主要承诺
第四节 加入世贸组织后中国的外经贸发展
第三篇 国际金融
第一章国际收支
第一节外汇与国际收支
第二节 国际收支平衡表
第二章外汇汇率
第一节汇率及其标价方法
第二节 影响汇率变化的因素
第三节 汇率变化对进出口业务的影响
第四节汇率制度
第三章外汇业务和外币使用
第一节外汇市场
第二节外汇业务
第三节 汇率折算与进出口报价
第四章外汇风险管理
第一节 外汇风险的概念与构成要素
第二节外汇风险的管理方法
第五章我国外汇管理体制
第一节 我国现行的外汇管理体制
第二节经常项目可兑换的标准与内容
第六章对外贸易融资
第一节对外贸易短期信贷
第二节 出口信贷
第四篇 国际经济贸易法
第一章国际货物买卖法
第一节 国际货物买卖法概述
第二节 国际货物买卖合同的成立
第三节 卖方和买方的义务

第四节 对违反买卖合同的救济方法
第五节 买卖合同的变更、转让和终止
第二章公司法
第一节公司法概述
第二节公司的分类
第三节 公司的组织机构及其职权
第三章产品责任法
第一节产品责任法概述
第二节美国的产品责任法
第三节欧盟的产品责任法
第四节我国的产品责任法
第四章知识产权法
第一节 知识产权法律体系
第二节 我国保护知识产权的主要法律规定
第五章我国对外贸易法
第一节 《对外贸易法》的基本原则
第二节 《对外贸易法》的适用范围
第三节 《对外贸易法》确立的管理制度
第四节 违反《对外贸易法》的法律责任
(下册)
第五篇 国际营销学
第一章国际营销概述
第一节 营销原理与国际营销
第二节企业经营观念的演变
第三节 企业介入国际营销的程度
第二章 国际营销环境分析
第一节 国际营销的社会文化环境
第二节 国际营销的经济环境
第三节 国际营销的政治法律环境
第三章 国际营销信息管理
第一节 营销信息系统的概念与目标
第二节 国际营销信息收集方法
第三节 国际营销调研程序
第四章购买行为分析
第一节有关市场的概念及分类
第二节 消费者购买行为
第三节 集团购买者行为
第五章 国际市场细分、目标营销与市场定位
第一节 国际市场细分
第二节 目标营销
第三节市场定位
第六章 国际产品决策
第一节整体产品概念
第二节 国际产品的设计策略
第三节 国际产品形象决策
第四节 国际新产品的设计与开发
第五节 产品生命周期

第七章 国际分销的渠道决策
第一节 企业进入国际市场的渠道选择
第二节 出口分销渠道策略
第三节市场竞争
第八章 国际定价决策
第一节 影响国际定价的主要因素
第二节定价方法
第三节 国际企业定价策略
第九章 国际促销决策
第一节 广告
第二节营业推广
第三节人员推销
第四节公共关系
第六篇 国际贸易实务
第一章 贸易术语与国际贸易惯例
第一节贸易术语的含义与作用
第二节 有关贸易术语的国际贸易惯例
第三节 对各种主要贸易术语的解释
第四节对其他贸易术语的解释
第五节 贸易术语的实际运用
第二章 商品的品质、数量与包装
第一节商品的品质
第二节商品的数量
第三节 商品的包装
第三章 国际货物运输
第一节运输方式
第二节运输单据
第三节 国际货物买卖合同中的装运条款
第四章 国际货物运输保险
第一节风险与损失
第二节 我国海运货物保险条款
第三节 我国陆、空、邮政运输货物保险条款
第四节伦敦保险协会海运货物保险条款
第五节 国际货物买卖合同中的保险条款
第五章 进出口商品的价格
第一节 进出口商品价格的掌握
第二节佣金与折扣
第三节 国际货物买卖合同中的价格条款
第六章 国际货款的收付
第一节支付工具
第二节汇付和托收
第三节信用证付款
第四节银行保函与备用信用证
第五节 国际货物买卖合同中的支付条款
第七章 商品的检验、索赔、不可抗力和仲裁
第一节商品检验
第二节索赔

第三节不可抗力
第四节仲裁
第八章 国际货物买卖合同的商订
第一节交易磋商
第二节合同的订立
第九章 国际货物买卖合同的履行
第一节 出口合同的履行
第二节 进口合同的履行
第十章 国际贸易方式
第一节经销与代理
第二节招标与投标
第三节拍卖与寄售
第四节 商品期货交易
第五节加工贸易
第六节对销贸易
第十一章 电子商务在国际贸易中的运用
第一节电子商务概述
第二节 电子商务与国际贸易
第三节 电子商务在我国对外贸易中的运用
附 录

第一图书网, tushu007.com

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