

<<中国企业海外市场进入模式研究>>

图书基本信息

书名：<<中国企业海外市场进入模式研究>>

13位ISBN编号：9787802079175

10位ISBN编号：7802079179

出版时间：2007-6

出版时间：经济管理出版社

作者：鲁桐

页数：285

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>

<<中国企业海外市场进入模式研究>>

内容概要

本书旨在为中国企业经营者制定国际化发展战略提供系统的方案和思路。

本书首先对海外市场进入模式研究的理论进行了系统的梳理。

其次在借鉴前人研究的基础上，提出了“海外市场进入战略要素模型”。

在第三章中，建立了“企业海外市场进入模式的选择模型”，着重分析影响中国企业海外市场进入的主要因素。

在第四章、第五章、第六章和第七章中，本书分别对贸易式进入模式、国际市场契约式进入模式、投资新建式进入模式和跨国并购式进入模式进行系统的分析比较，并在典型案例分析的基础上，得出了旗帜鲜明的观点和结论。

第七章就跨国并购式进入模式以及中国企业跨国并购问题进行了深入研究。

在第八章中，通过系统地分析和比较，我们确认了成功地进行跨国经营的关键问题。

<<中国企业海外市场进入模式研究>>

作者简介

鲁桐，经济学博士，现为中国社会科学院世界经济与政治所研究员，博士生导师，公司治理研究中心主任，跨国公司研究室主任。

1991~1992年在美国Dartmouth College经济系做访问学者。

1996-1997年在英国University of Strathclyde商学院做高级访问学者。

现被英国University of Strathclyde商学院聘为客座研究员，国际管理专业导师。

她同时是“东亚企业董事联合会网络”(Institute of Director East Asia Net, IDEA.NET)创始成员之一；中国商业部门公司治理咨询组(China Business Sector Advisory Group, CBSAG)副秘书长。

主要研究领域：企业国际化、公司治理。

<<中国企业海外市场进入模式研究>>

书籍目录

第一章 导论 一、问题的提出 二、本书研究的范围、目标及相关定义 三、本书的主要结构及内容
第二章 海外市场进入模式研究的理论回顾 一、海外市场进入模式研究的理论流派及其评述 二、传统的市场进入模式选择模型 三、本章小结
第三章 海外市场进入战略与中国企业的战略选择 一、海外市场进入战略要素模型 二、中国企业跨国经营战略分析 三、本章小结
第四章 海外市场进入模式的实证分析：选择模型 一、中国企业海外经营的动因、影响因素和优势分析 二、选择模型的理论解释 三、企业海外市场进入模式的选择模型 四、重点调查和典型调查方案设计 五、本章小结
第五章 贸易式进入模式 一、贸易式进入模式及其评估 二、中国企业贸易式进入模式的典型案例分析——格兰仕 三、中国中小企业贸易进入模式的案例分析 四、本章小结
第六章 契约式进入模式 一、契约式进入模式的特性分析 二、契约式进入模式的综合比较 三、中国企业契约式进入模式的案例分析——华为 四、本章小结
第七章 投资式进入模式：新建 一、投资式进入模式概述 二、中国企业的海外投资及其进入方式 三、中国企业海外投资案例分析——海尔的国际化 四、中国企业海外投资案例分析——金城集团 五、日本的经验及其比较 六、本章小结
第八章 投资式进入模式：并购 一、跨国并购式进入模式的综合分析 二、投资式进入模式：新建与并购的比较 三、中国企业跨国并购的现状与趋势分析 四、中国企业跨国并购的风险管理 五、案例分析：联想集团收购IBM PC业务 六、本章小结
第九章 成功地进行跨国经营的关键问题 一、选择什么样的国际化战略 二、选择什么样的目标市场 三、应该采取怎样的市场进入战略 四、组织结构如何与战略匹配 五、跨国经营中的人事管理
第十章 主要结论 一、主要结论 二、需要进一步研究的课题后记

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>