

<<国际贸易教程>>

图书基本信息

书名：<<国际贸易教程>>

13位ISBN编号：9787300017532

10位ISBN编号：7300017533

出版时间：1993-12-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：黄卫平,高成兴,朱立南

页数：341

字数：393000

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>

<<国际贸易教程>>

内容概要

《国际贸易教程》一书，是为了适应教学与实际工作的需要，由中国人民大学经济学院国际经济系组织编写的。

本书初稿完成于1985年，作为校内讲义曾经先后在全国十几个省市的教学中使用。

后经多次修改，1993年12月由中国人民大学出版社正式出版。

本书在讨论提纲和写作过程中，力求贯彻理论性与操作性相结合的原则，并针对综合大学的特点进行了结构设计。

除导论外，全书分为理论、政策、实务、营销四篇，共19章，基本贯彻了原国家教委高等教育司制定的高等院校财经类核心课程的指导思想。

全书分为理论、政策、实务、营销四篇，涵盖了国际贸易理论与实务的基本内容。

全书不仅对国际贸易的重大政策问题，而且对交易程序、交易条件、营销策略等内容均有具体阐述，尤其是世贸组织、电子商务、《2000年国际贸易条款解释通则》。

<<国际贸易教程>>

书籍目录

导论 第一节 国际贸易的产生与发展 第二节 国际贸易中常用的基本概念 第三节 本书的宗旨、对象和内容理论篇 第一章 国际分工(上) 第一节 影响国际分工产生与发展的因素 第二节 国际贸易的动机与原因 第三节 国际贸易中的比较利益 第二章 国际分工(下) 第一节 赫克谢尔-俄林模型 第二节 列昂惕夫反论及其解释 第三节 国际贸易的新要素学说 第四节 产品生命周期理论 第五节 产业内贸易理论 第六节 科学技术进步对发展中国家贸易格局的影响 第三章 国际市场的结构与特点 第一节 国际市场的形成与发展 第二节 当代国际市场的结构 第三节 国际市场的基本特点 第四章 国际价值与价格 第一节 国际价值及价值规律的重大变化 第二节 国际价格的确定 第三节 国际价格的变化 第四节 关于国际贸易条件的争论 第五章 国际贸易利益及价值转移 第一节 国际贸易的利益 第二节 国际贸易乘数 第三节 国际贸易利益分配 第四节 国际价值转移与国际剥削政策 第六章 资本主义国家的对外贸易政策 第一节 贸易保护主义的依据 第二节 资本主义国家对外贸易政策的实质与演变 第七章 资本主义国家的对外贸易措施 第一节 关税制度 第二节 非关税壁垒措施 第三节 鼓励出口措施 第八章 世界贸易组织 第一节 关税与贸易总协定概说 第二节 世界贸易组织简介 第三节 中国和世界贸易组织 第四节 中国加入世界贸易组织的重要意义 实务篇 第九章 客户调研和贸易谈判 第一节 客户调研的内容 第二节 客户分类及管理 第三节 贸易谈判 第十章 交易程序 第一节 出口交易程序 第二节 进口交易程序 第十一章 交易条件(上) 第一节 品质 第二节 数量 第三节 包装 第四节 价格 第十二章 交易条件(下) 第一节 装运 第二节 保险 第三节 支付 第四节 商品检验 第五节 索赔、仲裁和不可抗力条款 第十三章 贸易方式 第一节 包销、定销、独家发盘与代理 第二节 寄售、展卖、招标与拍卖 第三节 商品交易所 第四节 易货贸易与补偿贸易 第五节 加工贸易 第六节 技术贸易 第十四章 电子商务 第一节 电子商务的产生与发展 第二节 电子商务的分类与特点 第三节 电子商务的基本模式 第四节 电子商务存在的问题与展望 营销篇 第十五章 市场策略 第一节 市场分析 第二节 市场细分和目标市场选择 第十六章 产品策略 第一节 产品和产品生命周期 第二节 新产品开发 第三节 商标、包装、保证与售后服务 第十七章 定价策略 第一节 定价目标 第二节 定价策略 第三节 定价方法 第十八章 销售渠道策略 第一节 国际销售渠道的概念、作用和类型 第二节 影响国际销售渠道选择的因素 第三节 销售渠道策略 第十九章 促销策略 第一节 促销的概念和作用 第二节 人员推销 第三节 广告 第四节 促销方式的选择和综合运用 主要参考文献

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>