

<<全球商务>>

图书基本信息

书名：<<全球商务>>

13位ISBN编号：9787300112213

10位ISBN编号：7300112218

出版时间：2010-4

出版时间：中国人民大学

作者：(美)彭维刚|改编:刘益

页数：371

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>

前言

随着我国加入WTO，越来越多的国内企业参与到国际竞争中来，用国际上通用的语言思考、工作、交流的能力也越来越受到重视。

这样一种能力也成为我国各类人才参与竞争的一种有效工具。

国家教育机构、各类院校以及一些主要的教材出版单位一直在思考，如何顺应这一发展潮流，推动各层次人员通过学习来获取这种能力。

双语教学就是这种背景下的一种尝试。

双语教学在我国主要指汉语和国际通用的英语教学。

事实上，双语教学在我国教育界已经不是一个陌生的词汇了，以双语教学为主的科研课题也已列入国家“十五”规划的重点课题。

但从另一方面来看，双语教学从其诞生的那天起就被包围在人们的赞成与反对声中。

如今，依然是有人赞成有人反对，但不论是赞成居多还是反对占上，双语教学的规模和影响都在原有的基础上不断扩大，且呈大发展之势。

一些率先进行双语教学的院校在实践中积累了经验，不断加以改进；一些待进入者也在模仿中学习，并静待时机成熟时加入这一行列。

由于我国长期缺乏讲第二语言（包括英语）的环境，开展双语教学面临特殊的困难，因此，选用合适的教材就成为双语教学成功与否的一个重要问题。

我们认为，双语教学从一开始就应该使用原版的各类学科的教材，而不是由本土教师自编的教材，从而可以避免中国式英语问题，保证语言的原汁原味。

各院校除应执行国家颁布的教学大纲和课程标准外，还应根据双语教学的特点和需要，适当调整教学课时的设置，合理选择优秀的、合适的双语教材。

顺应这样一种大的教育发展趋势，中国人民大学出版社同众多国际知名的出版机构，如培生教育集团、麦格劳-希尔公司、圣智学习出版公司等合作，遴选了一批国外最优秀的经济管理类原版教材，涵盖经管类核心课程及各专业主干课程；同时，根据教育部对双语教学教材篇幅合理、定价低的要求，我们广泛听取了有着丰富的双语教学一线经验的教师的建议和意见，对原版教材进行了适当的改编，删减了一些不适合我国国情和不适合教学的内容。

本套教材尤其突出了以下一些特点：保持英文原版教材的特色。

本套双语教材根据国内教学实际需要，对原书进行了一定的改编，主要是删减了一些不适合教学以及不符合我国国情的内容，但在体系结构和内容特色方面都保持了原版教材的风貌。

专家们的认真改编和审定，使本套教材既保持了学术上的完整性，又贴近中国实际；既方便教师教学，又方便学生理解和掌握。

内容概要

《全球商务》(英文版)是国际著名的战略管理学者彭维刚博士最新推出的一本教材，试图确立国际商务教材的一种新标准。

具有如下鲜明特色：首次尝试在国际商务教材中运用一个整合的框架将各章内容整合起来，通过引入基于资源和基于制度的观点，解释了是什么因素决定了全球范围内企业的成功和失败。

基于证据的方法，引入了大量最新的研究成果，拓展了读者的思路。

考虑到不同观点的碰撞，以及这种碰撞对国际商务学科发展的推动力，在每章中都穿插了“争论与扩展”的内容，此外，还直接引入了许多名家的观点，可大大提高读者的阅读兴趣。

综合性地涵盖了目前市场上国际商务教材的主要内容，并创新地增加了第11章“创业企业”和第14章“企业社会责任”的内容。

考虑到原著篇幅较大，价格较高，而国内本书的读者群体主要是实施双语教学的高校的本科生和研究生，我们对原著作了适当的删减，以期更好地满足教学的实际需要。

作者简介

彭维刚(Mike W . Peng) , 美国得克萨斯大学达拉斯全球企业战略杰出讲座教授, 国际上得到广泛认可的国际商务领域最多产、最有影响的学者之一, 联合国和世界银行在一些主要的刊物上都引用过他的成果。

其研究视角可谓真正做到了全球化, 专注于亚洲, 中东欧。

北美等地区的公司战略, 涵盖中国大陆、中国香港、日本、俄罗斯、韩国, 泰国以及美国等。

在国际一流学术期刊上发表了约50篇文章, 并撰有3本著作。

曾担任《管理学会期刊》、《管理学会评论》、《国际商务研究期刊》和《战略管理期刊》编审委员。

目前是《亚太管理期刊》的主编。

改编者简介: 刘益, 西安交通大学管理学院教授、博导、营销学科带头人。

入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”, 获国务院政府特殊津贴。

从1987起致力于营销管理、企业战略及国际商务等领域的教学及科研工作。

为本科、硕士、MBA和EMBA等各类学生讲授预测技术与应用、专业外语、营销管理、跨国经营与国际商务等多门课程。

主持或参与科研项目20余项, 获省部级科研奖励11次。

在国内外发表学术论文100余篇, 出版专著5部。

<<全球商务>>

书籍目录

第1篇 全球商务基础 第1章 全球化的商务活动 第2章 了解政治、法律和经济环境 第3章 重视文化、道德和规范 第4章 在全球运用能力 第2篇 获取途径 第5章 国际贸易 第6章 对外直接投资 第7章 应对外汇变化 第8章 全球一体化与区域一体化 第3篇 全球战略 第9章 进入国外市场 第10章 联盟与并购 第11章 创业企业 第12章 人力资源管理 第13章 营销与供应链管理 第14章 企业社会责任

章节摘录

插图：Before 1994, South Africa had been ruled by a white minority government that earned notoriety for its apartheid (racial segregation) policy. In 1986, the US imposition of sanctions led many American multinationals such as AIG and IBM to divest their South African operations. In 1994, South Africa accomplished a peaceful transition of power, with the black majority party, African National Congress (ANC) , taking over power. ANC's leader, Nelson Mandela, a Nobel peace prize laureate, served as its first post-apartheid president. Since then, South Africa has embarked on a new journey toward political reconciliation and economic liberalization. Yet, doing business in South Africa has always been risky. Although the risks associated with apartheid are well known, managing risks in the post-apartheid era is no less challenging. Since 1994, South Africa has introduced fundamental and comprehensive changes to its "rules of the game," unleashing both uncertainties and opportunities. The new democratically elected ANC government has adopted a Black Economic Empowerment (BEE) policy aiming to increase blacks' share in the economy. Although neighboring Zimbabwe has violently expropriated land from white farmers and redistributed it to blacks, the South African government is committed to protecting property rights. BEE aims to accomplish its goals through peaceful means. In principle, few South Africans disagree with BEE. Yet, there has been much grumbling over the way BEE has been implemented. This is because BEE is clearly intrusive, setting quotas and timetables in terms of black ownership, executive position, employment, and affirmative action procurement. South African firms, which are predominantly owned and managed by whites, are compelled to sell a substantial percentage (25% to 50%) of their equity to black-owned businesses and investors often at discounted prices. A number of leading South African firms listed on the New York Stock Exchange, such as AngloGold, SAPPI, Sasol, and Telkom, have disclosed BEE as a risk to shareholders because these firms cannot guarantee that BEE transactions would take place at fair market price. BEE also affects foreign firms. Foreign firms interested in securing government contracts in excess of \$10 million are required to invest at least 30% of the sales in local black-owned firms. In the case of defense contracts, the percentage increases to 50%. Firms such as Sasol complain that in a country whose official unemployment rate is stubbornly high at 25% (which may really be as high as 40%) , BEE scares away investment and deters foreign firms. Further, although BEE has rapidly created a new black business elite, it has not created jobs for the millions of poor and unemployed blacks. In other words, BEE has sliced up the economic cake differently but has done little to expand it. President Thabo Mbeki labeled firms such as SASOL "bigoted" and accused them of bad-mouthing South Africa's attempt to address the legacy of racism.

<<全球商务>>

编辑推荐

《全球商务》：工商管理经典教材·国际化管理系列,教育部高校工商管理类教指委会双语教学推荐教材

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>