第一图书网, tushu007.com

<<国际企业管理>>

图书基本信息

书名：<<国际企业管理>>

13位ISBN编号：9787301160282

10位ISBN编号：7301160283

出版时间：2010-1

出版时间：马述忠、 廖红 北京大学出版社 (2010-01出版)

作者：马述忠，廖红 编

页数：460

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

本教材是由北京大学出版社于2007年出版的《国际企业管理》一书的第二版。
承蒙读者垂青，自2007年1月第一版问世以来，截止到2009年3月，已累计印刷4次、印数17000册，被国内众多高校选用，各方面反应较好。
为了更好地适应和服务教学需要，在北京大学出版社和广大读者的支持下，编者对原书内容做了修订。
这次修订仍保持了第一版的原有特色和基本框架，除了对资料进行更新外，还增加了一些新内容，删减了一些老内容，更换了部分引例，每章均添加了若干专栏，并重新制作了电子课件。
此外，作为第二版教材的配套教学用书，《国际企业管理案例》已由浙江大学出版社于2009年3月先行正式出版，所有案例均按照《国际企业管理》一书的体例进行归类、编排，为方便教学使用，都配有精美、标准的幻灯片。
本教材的修订工作基本延续了第一版的分工，具体执笔情况如下：马述忠修订了第一章至第六章，廖红修订了第七章至第九章。
在本书修订过程中，编者得到了许多同事和朋友的大力支持和帮助，特别是北京大学出版社的贾米娜、石会敏两位编辑为此付出了极大的热情和心血，她们提出了诸多宝贵的改进意见，在此，编者表示由衷的谢意。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《国际企业管理（第2版）》主要介绍国际企业管理方面的基础知识与系统理论，包括国际企业概论、基本理论、经营环境、战略管理、营销管理、文化管理、人力资源管理、组织管理、生产管理等内容。
从案例开始，以案例结束，注重理论而又结合实践，适合作为企业管理专业本科生教材。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

马述忠，男，博士，浙江大学经济学院教授，博士生导师，研究方向为国际投资与跨国公司、国际贸易理论与政策。
廖红，女，硕士，中国计量学院管理分院讲师，研究方向为组织行为与企业管理。

书籍目录

第一章 导论引导案例：海尔国际化的四个阶段第一节 国际企业的内涵与特征第二节 国际企业经营的动机与方式第三节 国际企业的产生与发展第四节 经济全球化的兴起与发展第五节 国际企业管理及其学科性质本章小结复习思考题案例分析：青岛啤酒，内向国际化第二章 与国际企业管理相关的基本理论引导案例：近二十年美国对外直接投资结构的变化及影响因素分析第一节 国际贸易的基本理论第二节 对外直接投资的基本理论第三节 发展中国家对外直接投资的基本理论本章小结复习思考题案例分析：印度软件业崛起探因第三章 国际企业的经营环境引导案例：中华商城的跨国经营第一节 国际企业的经营环境及其特征第二节 国际政治环境第三节 国际经济环境第四节 国际法律环境第五节 国际文化环境第六节 国际技术环境本章小结复习思考题案例分析：政府做靠山，前路仍艰险第四章 国际企业的战略管理引导案例：通用汽车的“全球经营”战略第一节 国际企业战略管理概述第二节 国际企业的战略模式选择与经营业务定位第三节 国际企业战略分析工具第四节 国际企业战略联盟本章小结复习思考题案例分析：联想集团战略大盘点第五章 国际企业的营销管理引导案例：TCL的国际营销第一节 国际企业营销管理概述第二节 国际目标市场的选择与进入第三节 国际产品策略第四节 国际定价策略第五节 国际分销策略第六节 国际促销策略本章小结复习思考题案例分析：高端攻略，一骑绝尘第六章 国际企业的跨文化管理引导案例：林肯电气公司国际扩张的惨痛教训第一节 文化与管理第二节 人际环境与文化环境第三节 国际企业文化管理概述第四节 文化差异与跨国经营管理第五节 国际企业的文化冲突与整合本章小结复习思考题案例分析：不同文化中的冲突第七章 国际企业的人力资源管理引导案例：快车道上的全球管理者第一节 国际人力资源管理概述第二节 国际企业的人员配备第三节 国际企业人员的培训与开发第四节 国际企业人员的绩效考核与薪酬第五节 外派人员的归国管理第六节 国际劳资关系管理本章小结复习思考题案例分析：可口可乐公司的国际化人力资源管理战略第八章 国际企业的组织管理引导案例：战略与组织结构的跨国教训第一节 国际企业组织管理概述第二节 国际企业组织结构的类型第三节 国际企业的生命周期与组织设计第四节 国际企业的组织控制本章小结复习思考题案例分析：把社交圈转移到网上第九章 国际企业的生产管理引导案例：诺基亚投资星网工业园第一节 国际生产系统第二节 国际企业生产系统的营运与控制第三节 国际采购第四节 国际技术转移本章小结复习思考题案例分析：来自新兴市场的灵感主要参考文献

章节摘录

插图：（四）从企业积极参与国际分工的地理导向进行划分（1）内向型。
通过进口、作为许可证交易的受约人、购买技术专利、在国内与外国公司建立合资企业、成为国外跨国公司的分支机构、成立国外企业的全资子公司（或被国外企业并购）等方式，发展国际化经营。
（2）外向型。
通过出口、出让技术专利、向外国公司发放许可证、在国外与外国企业建立合资企业、建立或收购外国企业、兼并国外企业、进行国际战略联盟等方式，发展国际化经营。
通常，“走向世界”并不是地理意义上的。
越来越多的企业发现，它们所面临的国际竞争并不是在遥远的异国他乡，而是在它们的“后院”，就在它们生长发展的本地市场。
改革开放三十多年来，数百亿美元的外资涌入中国，在中国直接生产产品销售，这既给中国经济带来了巨大的活力，也给技术和管理相对落后、受旧体制约束又较大的许多原来的国有骨干企业造成了巨大的压力。
对这类企业来说，走向世界在很大程度上意味着如何在本地市场迎接世界竞争的问题。
因此，“走向世界”可以分为“外向型”和“内向型”两类，或者说，分为走向世界的“外向道路”和“内向道路”（如表1.1所示）。
上海汽车厂和德国大众公司合营，在上海生产桑塔纳轿车；北京的首都钢铁公司投资3.12亿美元去秘鲁开采铁矿，就分别是“内向型”和“外向型”走向世界的例子。

编辑推荐

《国际企业管理(第2版)》：21世纪经济与管理规划教材·管理学系列。

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