

<<国际商务概论>>

图书基本信息

书名：<<国际商务概论>>

13位ISBN编号：9787307083639

10位ISBN编号：7307083639

出版时间：2011-1

出版时间：武汉大学

作者：肖光恩//陈继勇

页数：324

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>

## <<国际商务概论>>

### 内容概要

国际商务是指商业组织在两个或两个以上的国家或经济体之间进行的以商业为目的的各种交易活动。

把国际商务活动作为一门学科进行综合研究，是适应当代经济全球化发展的需要，也是目前世界各国培养高素质、复合型、高级商务专门人才的必然选择。

本书内容主要分为五篇。

第一篇介绍了国际商务基本概念、国际商务发展趋势、国际商务基本形式和国际商务活动的基本动机，重点分析了国际商务发展的新趋势和企业精神对国际商务活动的影响。

第二篇介绍了国际商务活动方式选择理论和国际商务活动区位选择理论，重点介绍了彼得·巴克利和马克·卡森的国际商务活动方式选择一般理论和克鲁格曼的新经济地理理论及其对国际商务活动区位选择的决定机制。

第三篇介绍了国别环境和国际环境对国际商务活动的影响。

第四篇主要介绍了国际商务主体、国际生产管理、全球供应链管理、国际市场营销和国际人力资源管理的基本内容。

第五篇介绍了国际商务战略联盟和国际商务竞争战略的基本知识。

本书是专门为高等院校的本科生和研究生编写的国际商务教材，同时也可以作为国际商务人员培训用书以及对国际商务感兴趣的人员的自学教材。

## &lt;&lt;国际商务概论&gt;&gt;

## 书籍目录

|                    |                       |                     |                     |
|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| 第一篇 国际商务导论         | 第1章 国际商务及其发展趋势        | 1.1 国际商务的基本概念       | 1.1.1               |
| 国际商务的概念            | 1.1.2 国际商务学的概念        | 1.1.3 国际商务活动种类      | 1.1.4 国际商务活动体系      |
| 1.2 当代国际商务发展的趋势    | 1.2.1 国际商务活动网络化       | 1.2.2 国际商务主体微观化     | 1.2.3 国际商务活动电子化     |
| 2.1 国际商品贸易         | 2.1.1 国际商品贸易基本概念      | 2.1.2 国际商品贸易中的贸易术语  | 2.2 国际技术贸易          |
| 2.2 国际技术贸易         | 2.2.1 国际技术贸易基本概念      | 2.2.2 国际技术贸易的特点与方式  | 2.3 国际服务贸易          |
| 2.3 国际服务贸易         | 2.3.1 国际服务贸易基本概念      | 2.3.2 国际服务贸易的特殊性    | 2.4 国际资本流动          |
| 2.4.1 国际资本流动基本概念   | 2.4.2 国际资本流动的经营动机     | 第3章 企业家精神与国际商务      | 3.1 企业家精神与企业家精神     |
| 3.1 企业家精神与企业家精神    | 3.1.1 企业家与企业家精神       | 3.1.2 企业家精神与企业家精神   | 3.2 国际商务基本动机        |
| 3.2 国际商务基本动机       | 3.2.1 开拓国际市场          | 3.2.2 获取国外隐含科技知识    | 3.2.3 获取国外当地化的资源    |
| 3.2.3 获取国外当地化的资源   | 3.2.4 获取国外特定的关系资产     | 3.2.5 实现企业的多元化战略    | 第4章 国际商务活动方式选择理论    |
| 4.1 传统国际商务活动方式选择理论 | 4.1.1 国际贸易与国际投资选择理论   | 4.1.2 产品周期理论        | 4.1.3 生产折中理论        |
| 4.2 国际商务活动方式选择一般理论 | 4.2.1 理论基本特征          | 4.2.2 理论模型的创立       | 4.2.3 模型的解          |
| 4.2.3 模型的解         | 4.2.4 基本结论            | 第5章 国际商务活动区位选择理论    | 5.1 国际商务活动中的地理区位理论  |
| 5.1 国际商务活动中的地理区位理论 | 5.1.1 新古典贸易理论中的地理区位问题 | 5.1.2 新贸易理论中的地理区位问题 | 5.2 国际商务活动地区选择一般理论  |
| 5.2 国际商务活动地区选择一般理论 | 5.2.1 模型的基本结构         | 5.2.2 模型的长期稳定均衡分析   | 5.2.3 模型长期稳定均衡的动力机制 |
| 第三篇 国际商务环境         | 第6章 国际商务国别环境          | 6.1 国别文化环境的差异       | 6.1.1 文化的内涵         |
| 6.1 国别文化环境的差异      | 6.1.1 文化的内涵           | 6.1.2 文化的主要决定因素     | 第7章 国际商务的国际环境       |
| 第7章 国际商务的国际环境      | 第8章 国际商务主体与组织结构       | 第9章 国际生产管理          | 第10章 全球供应链管理        |
| 第8章 国际商务主体与组织结构    | 第9章 国际生产管理            | 第10章 全球供应链管理        | 第11章 国际市场营销         |
| 第9章 国际生产管理         | 第10章 全球供应链管理          | 第11章 国际市场营销         | 第12章 国际人力资源管理       |
| 第10章 全球供应链管理       | 第11章 国际市场营销           | 第12章 国际人力资源管理       | 第五篇 国际商务战略          |
| 第11章 国际市场营销        | 第12章 国际人力资源管理         | 第13章 国际商务战略联盟       | 第14章 国际商务竞争战略       |
| 第12章 国际人力资源管理      | 第五篇 国际商务战略            | 第13章 国际商务战略联盟       | 第14章 国际商务竞争战略       |
| 第五篇 国际商务战略         | 第13章 国际商务战略联盟         | 第14章 国际商务竞争战略       | 参考文献后记              |

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>