

<<国际商务管理>>

图书基本信息

书名：<<国际商务管理>>

13位ISBN编号：9787564213831

10位ISBN编号：7564213833

出版时间：2012-8

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：张海东

页数：260

字数：428000

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>

## 内容概要

张海东主编的《国际商务管理（第4版）》分五部分，共十一章：第一部分即第一章，是全书的导论。

第二部分是理论部分，由第二、第三章构成，包括国际商务的理论基础与环境。

第三部分是战略部分，由第四、第五章构成，其中第四章分析企业国际商务经营形式及其选择，第五章论述战略管理。

第四部分是职能管理部分，由第六至第十章构成，包括国际企业组织管理、国际市场营销管理、国际技术转移与创新管理、国际人力资源管理、国际财务管理等具体问题。

第五部分即第十一章，探讨中国企业的国际化经营。

本书适合作为高等院校经济与管理类本科生的教材，也适用于企业管理人员的在职培训与MBA教学。

书籍目录

前言

第一章 导论

- 第一节 国际商务与国际商务管理
- 第二节 经济全球化与企业国际化
- 第三节 国际商务活动的主体——跨国公司
- 第四节 当代国际商务活动的现状及其发展趋势

本章小结

参考读本

思考题

第二章 国际商务的理论基础

- 第一节 国际贸易理论
- 第二节 国际直接投资理论
- 第三节 企业国际化理论

本章小结

参考读本

思考题

第三章 国际商务环境

- 第一节 国际商务的制度与市场环境
- 第二节 政治与法律环境
- 第三节 经济与技术环境
- 第四节 社会文化环境
- 第五节 国际商务环境的评估

本章小结

参考读本

思考题

第四章 国际商务经营形式及其选择

- 第一节 国际商务经营形式
- 第二节 国际商务经营形式的选择

本章小结

参考读本

思考题

案例分析

第五章 国际商务战略

- 第一节 战略管理概述
- 第二节 战略分析
- 第三节 战略规划
- 第四节 战略实施
- 第五节 国际商务战略的新内容

本章小结

参考读本

思考题

案例分析

第六章 国际企业组织管理

- 第一节 企业的法律形式
- 第二节 跨国公司的组织结构演进及其形式

<<国际商务管理>>

第三节 企业的组织结构选择与设置

第四节 企业的组织控制模式及其选择

本章小结

参考读本

思考题

案例分析

第七章 国际市场营销管理

第一节 国际市场细分与目标市场策略

第二节 国际产品策略

第三节 国际定价策略

第四节 国际分销渠道策略

第五节 国际促销策略

本章小结

参考读本

思考题

案例分析

第八章 国际技术转移与创新管理

第一节 国际技术转移

第二节 国际技术创新

本章小结

参考读本

思考题

案例分析

第九章 国际人力资源管理

第一节 国际人力资源管理概述

第二节 海外经理人员管理

第三节 国际劳工管理

本章小结

参考读本

思考题

案例分析

第十章 国际财务管理

第一节 国际财务管理概述

第二节 国际融资管理

第三节 国际营运资金管理

第四节 国际转移定价与税收管理

第五节 外汇风险管理

本章小结

参考读本

思考题

第十一章 中国企业的国际化经营

第一节 中国企业国际化经营的必要性与可能性

第二节 中国企业国际化经营的发展

第三节 中国企业国际化经营的作用分析

第四节 中国企业国际化经营战略研究

本章小结

参考读本

思考题  
案例分析  
参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：六、发展中国家的国际直接投资理论 以上论述的各种国际直接投资理论，基本上是以发达国家尤其是美国跨国公司作为研究对象来展开理论分析的。

然而，20世纪70年代以来，发展中国家的对外直接投资开始崛起，改变了国际直接投资的格局。与发达国家相比，大多数发展中国家的跨国公司并不具备垄断优势，一些学者于是提出了许多有价值的理论与观点，以诠释发展中国家企业的海外投资行为。

（一）小规模技术理论 美国学者刘易斯·威尔斯（Louis T.Wells）在1983年出版的《第三世界跨国企业》一书中较为系统地论述了发展中国家企业的海外直接投资行为，提出了小规模技术理论（Small—Scale Technology Theory），认为发展中国家跨国公司的比较优势主要来源于小规模生产技术。

威尔斯主要从以下三个方面分析发展中国家跨国公司的比较优势：第一，为小市场需求服务的小规模生产技术。

低收入国家由于市场容量有限，大规模生产技术无法从这种小市场需求中获得规模收益，而许多发展中国家的跨国公司正是由于开发了满足小市场需求的劳动密集型的、生产灵活的、适合小批量生产的技术而获得竞争优势。

第二，当地采购与特殊产品。

由于普遍存在外汇短缺，也为了减少因进口技术而形成对特殊进口原材料的依赖，发展中国家企业积极寻求用本国的原材料与零部件来替代进口投入。

拥有这类技术后，就可以将其推广到面临同样问题的其他发展中国家。

而且，一些发展中国家的对外直接投资具有鲜明的民族文化特色，投资目的主要是为了满足海外同一民族团体的需要，由于利用母国的特殊技能与资源在东道国当地生产，形成了自己的特殊优势。

第三，低价营销策略。

发达国家的跨国公司往往投入大量广告费用，创造名牌产品效应；而发展中国家的跨国公司则采取低价营销策略，花费较少的广告支出，以物美价廉取胜。

关于发展中国家企业对外直接投资的动机，威尔斯根据调查研究提出其中最为重要的是保护出口市场，通过资本输出规避关税、配额等贸易壁垒，使出口市场得以保护。

其他投资动机包括寻求低生产或运输成本、种族纽带、分散资产、母国市场的局限以及利用先进技术等。

威尔斯的小规模技术理论被公认为是发展中国家国际直接投资研究的代表性理论，它从发展中国家自身的市场特征出发来分析其跨国公司竞争优势的产生，为后人提供了一个崭新的分析思路。

该理论对于那些技术不够先进的发展中国家企业如何在多元化的国际市场上通过技术创新和采纳适当的经营战略参与国际竞争并取得一席之地具有启迪意义。

但是，该理论的局限性在于，它认为发展中国家跨国公司的技术创新只是继承和使用发达国家的现有技术，生产的不过是发达国家的成熟产品，因此，发展中国家只能定位于国际生产的边缘，其技术创新活动只能是追随性的技术创新。

（二）技术地方化理论 桑杰亚·拉奥（Sanjaya Lall）在对印度跨国公司的海外投资做深入研究的基础上，于1983年提出了技术地方化理论（The Theory of Localized Technological Change）。

技术地方化理论的主要观点是：发展中国家的企业完全可以通过对成熟技术的本地化改进而形成和发展自己特有的国际竞争优势，进而开展海外投资。

拉奥认为，这些技术优势表现在，通过对从发达国家进口的成熟技术进行本地化改进，发展中国家企业可以拥有与本国的要素价格条件和产品质量要求一致的技术，可以生产出更适合于发展中东道国市场需求和消费偏好的产品；甚至能够开发出与名牌产品不同的差异化产品。

拉奥特别强调，发展中国家企业的竞争优势不仅来自于其生产过程及产品与本国的供给和需求条件相协调，而且还来源于本地化改进中内在的创新活动在小规模生产条件下具有更高的经济效益。



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>