

《新编国际贸易学》

图书基本信息

书名：《新编国际贸易学》

13位ISBN编号：9787302127031

10位ISBN编号：7302127034

出版时间：2006-4

出版社：清华大学

作者：徐盛华

页数：348

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《新编国际贸易学》

内容概要

本书第一篇主要介绍古典国际贸易理论、近现代国际贸易理论、当代国际贸易理论的产生背景、代表人物、代表著作、主要观点。第二篇主要介绍国际贸易政策的背景、目标、理论依据、政策内容、政策对经济的影响。第三篇主要介绍国际贸易磋商、国际贸易合同条款、国际贸易合同的履行。第四篇主要介绍国际分工与世界市场、企业目标市场的选择、企业品牌营销、企业产品策略、企业产品价格策略、企业产品分销渠道策略、企业产品促销策略。

本书可作为高等学校工科类学生，在职研究生及相关专业的研究生贸易理论公共课程的教材，亦可用作中高级管理人员学习国际贸易知识的培训教材和自学参考资料。

书籍目录

第一章 绪论 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 国际贸易的特点与作用 本章小结 思考题第一篇 国际贸易理论篇 第二章 古典国际贸易理论 第一节 重商主义理论 第二节 绝对成本理论 第三节 比较成本理论 本章小结 思考题 第三章 近代国际贸易理论 第一节 H—O理论 第二节 里昂惕夫之谜及其解释 第三节 幼稚产业保护理论 本章小结 思考题 第四章 当代西方国际贸易理论 第一节 技术差距与产品生命周期理论 第二节 产业内贸易理论 第三节 对外贸易乘数理论 第四节 国家竞争优势理论 本章小结 思考题第二篇 国际贸易政策篇 第五章 国际贸易政策总论 第一节 国际贸易政策概述 第二节 关税措施 第三节 非关税措施 第四节 国际贸易的促进和管制措施 本章小结 思考题 第六章 世界贸易组织 第一节 世界贸易组织简介 第二节 世界贸易组织法律框架 第三节 世界贸易组织基本原则 第四节 中国与世界贸易组织 本章小结 思考题 第七章 国际服务贸易 第一节 国际服务贸易的概念与特征 第二节 乌拉圭回合与《服务贸易总协定》 第三节 世界服务贸易发展趋势 本章小结 思考题 第八章 跨国公司对外直接投资 第一节 跨国公司概述 第二节 跨国公司对外直接投资 第三节 跨国公司在我国的投资策略及效应 第四节 中国利用外资和对外投资 本章小结 思考题 第九章 区域经济一体化 第一节 区域经济一体化的概念和类型 第二节 世界主要区域贸易集团的发展 本章小结 思考题第三篇 国际贸易实务篇 第十章 国际贸易磋商 第一节 国际贸易术语 第二节 国际贸易磋商前的准备 第三节 国际货物买卖合同商定 本章小结 思考题 第十一章 国际贸易合同条款之一 第一节 商品的品质 第二节 商品的数量 第三节 商品的包装 第四节 商品的价格 本章小结 思考题 第十二章 国际贸易合同条款之二 第一节 国际货物运输 第二节 国际货物运输保险 第三节 国际货款的收付 本章小结 思考题 第十三章 国际贸易合同条款之三 第一节 商品检验 第二节 索赔 第三节 仲裁 第四节 不可抗力 本章小结 思考题 第十四章 国际贸易合同的履行 第一节 出口合同的履行 第二节 进口合同的履行 本章小结 思考题第四篇 国际市场营销篇 第十五章 国际分工与世界市场 第一节 国际分工 第二节 国际价值与世界市场价格 第三节 世界市场 本章小结 思考题 第十六章 企业目标市场的选择 第一节 国际市场调查与分析 第二节 国际市场预测 第三节 国际市场细分的概念及内容 第四节 企业目标市场的选择 本章小结 思考题 第十七章 企业品牌营销 第一节 企业品牌的含义及特征 第二节 企业品牌决策 第三节 企业品牌营销的内容 第四节 企业实施品牌营销存在的问题分析与对策 本章小结 思考题 第十八章 企业产品策略 第一节 企业产品概念及其分类 第二节 企业产品组合优化策略 第三节 企业产品生命周期 第四节 企业新产品开发策略与国际市场扩散 第五节 企业商标、小包装和服务策略 本章小结 思考题 第十九章 企业产品价格策略 第一节 影响产品定价的主要因素 第二节 定价方法 第三节 定价策略 第四节 价格变动与企业决策 本章小结 思考题 第二十章 企业产品分销渠道策略 第一节 企业分销渠道的职能与类型 第二节 分销渠道策略 第三节 批发商与零售商 第四节 物流策略 本章小结 思考题 第二十一章 企业产品促销策略 第一节 促销与促销组合 第二节 商业广告策略 第三节 公共关系策略 第四节 营业推广策略 本章小结 思考题 参考文献

精彩短评

1、这是学校的教材，不买也不行啊。

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：www.tushu111.com