

《跨国管理》

图书基本信息

书名：《跨国管理》

13位ISBN编号：9787500583622

10位ISBN编号：7500583621

出版时间：2005-9

出版社：中国财政经济出版社

作者：[美]克里斯托弗·

页数：700

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

《跨国管理》

内容概要

本书是本公认的优秀教科书，是跨国公司总裁们案头上的必备书籍。本书英文版的作者克里斯托弗·巴特利特为哈佛商学院工商管理教授，休曼特拉·戈歇尔为伦敦商学院战略与国际管理教授、朱利安·伯金绍为伦敦商学院副主席并担任战略与国际管理副教授。对外经济贸易大学的范黎波教授对本书进行了本地化，对理论部分进行了强化，并增加了国内的案例，使本书更适合国内院校及读者阅读。

作者简介

作者：（美国）克里斯托弗·巴特利特 休曼特拉·戈歇尔 朱利安·伯金 绍哈佛商学院研究生院小托马斯·D·卡斯里（Thomas D. Casserly, Jr.）工商管理教授。巴特利特教授于1964年在澳大利亚昆士兰大学获得经济学学士学位，并分别于1971年和1979年在哈佛大学获得工商管理硕士和博士学位。在他执教于哈佛商学院之前，他曾任澳大利亚Alcoa公司营销经理，在麦肯锡公司伦敦办事处从事管理咨询工作，并在Baxter实验室的法国子公司担任总经理。1979年巴特利特执教于哈佛商学院。他的主要研究领域是跨国公司的管理者在战略上和组织上所面临的挑战，以及公司转型时期对组织和管理的冲击。1990-1993年间他曾任国际高级管理项目主任，1995~1997年任商学院管理学部主任。他还在1998—2002年间担任哈佛商学院国际高级经理项目和全球领导项目（Project for Global Leadership）主任。巴特利特教授曾撰写、与他人合著或编辑了7部著作，其中包括与休曼特拉·戈歇尔教授合著的《跨边界管理》（Managing Across Borders: The Transnational Solut

《跨国管理》

书籍目录

前言.....	(1)	第一部分
总论第1章 跨国公司的定义、特征与跨国经营的演变.....	(3)	1.1 跨国公司.....
.....	(3)	1.2 跨国经营.....
.....	(8)	1.3 全球外国直接投资的特征和趋势.....
.....	(10)	1.4 跨国公司与东道国政府的关系.....
.....	(18)	1.5 跨国公司所面临的挑战.....
案例1—1 马狮公司如何应对挑战.....	(34)	阅读材料1—1 跨国公司的曲折演进.....
.....	(38)	阅读材料1—2 国际外包繁荣发展意味着什么?.....
.....	(46)	阅读材料1—3 “龙”与“象”之争.....
.....	(49)	第二部分 跨国经营理论第2章 基于贸易的跨国经营理论.....
.....	(57)	2.1 贸易结构优化理论.....
.....	(57)	2.2 比较优势理论的新发展.....
.....	(62)	2.3 产品生命周期理论.....
.....	(70)	2.4 小岛清的边际产业理论.....
.....	(73)	2.5 人力资本与国际贸易.....
.....	(76)	阅读材料2—1 遵守规则与发展中国家利用外国直接投资的关联性.....
.....	(81)	第3章 基于外国直接投资的跨国经营理论.....
.....	(91)	3.1 特定优势理论.....
.....	(92)	3.2 交易费用与内部化理论.....
.....	(99)	3.3 OIL范式及FDI导向的东道国发展战略.....
.....	(112)	3.4 子公司特定优势理论.....
.....	(119)	案例3—1 诺基亚的星网生产模式.....
.....	(131)	阅读材料3—1 跨国公司进入新兴市场的策略.....
.....	(140)	第三部分 战略规划第4章 冲突需求管理：全球一体化、当地适应和全球学习.....
.....	(151)	4.1 推动全球整合与合作的因素.....
.....	(151)	4.2 导致当地差异化和响应的因素.....
.....	(154)	4.3 全球性创新技术和竞争力量.....
.....	(159)	4.4 对同时来自多方面压力的反应.....
.....	(159)	4.5 结论：战略和组织的挑战.....
.....	(162)	案例4—1 玩具反斗城在日本.....
.....	(163)	案例4—2 全球酒业之战：新世界挑战旧世界.....
.....	(177)	阅读材料4—1 跨文化管理.....
.....	(192)	阅读材料4—2 集群和新的竞争经济学.....
.....	(200)	第5章 海外扩张：动因、方式与意识.....
.....	(213)	5.1 跨国公司：定义、范围和影响.....
.....	(213)	5.2 动因：国际化的推动力和牵引力.....
.....	(215)	5.3 国际化的方式：前提条件和进程.....
.....	(218)	5.4 意识的进化：国际化到跨国化.....
.....	(221)	5.5 结论.....
.....	(224)	案例5—1 快乐蜂食品公司(A)：国际扩张.....
.....	(225)	案例5—2 宏 有限公司：台湾暴龙.....
.....	(242)	案例5—3 艾肯国际媒体实验室A.B.....
.....	(256)	阅读材料5—1 在没有国界的世界进行管理.....
.....	(268)	第6章 发展战略能力：创建梯级的竞争优势.....
.....	(277)	6.1 全球竞争优势：目标与方法.....
.....	(278)	6.2 多国的、国际的、全球的和跨国战略.....
.....	(282)	6.3 全球范围的竞争优势：战略任务.....
.....	(285)	6.4 结论.....
.....	(288)	案例6—1 卡特彼勒公司.....
.....	(289)	案例6—2 2002年通用电气医疗系统.....
.....	(305)	阅读材料6—1 全球战略——不考虑国别差异?.....
.....	(323)	阅读材料6—2 全球产业竞争：一个概念框架.....
.....	(334)	第四部分 组织挑战第7章 加强协调和控制：来自组织的挑战.....
.....	(359)	7.1 结构不适应.....
.....	(359)	7.2 矩阵结构的失败.....

《跨国管理》

.....(360)	7.3 构建组织能力.....	(360)
.....(361)	7.4 管理传统.....	(361)
.....(362)	7.5 跨国组织.....	(362)
7.6 跨国公司的骨架、生理机制和心理机制.....	(367)	7.7 管理变革过程.....
.....(369)	7.8 变革中的跨国组织.....	(369)
.....(371)	7.9 结论.....	(371)
.....(372)	案例7—1 1998年飞利浦和松下：两个全球性企业的成长.....	(372)
.....(373)	案例7—2 施奈德电气的客户管理.....	(373)
ABB公司继电器业务：创立并管理全球矩阵组织.....	(395)	阅读材料7—1 令你的子公司遍及全球.....
.....(410)	阅读材料7—2 发挥全球战略的作用.....	(410)
.....(417)	第8章 知识的创造与运用：全球学习的挑战.....	(417)
.....(435)	8.1 中心式、地区式和跨国式创新.....	(435)
8.2 使中央创新活动富有成效.....	(437)	8.3 使地区性活动富有效率.....
.....(438)	8.4 使跨国创新模式成为可行.....	(438)
.....(439)	8.5 结论.....	(439)
.....(443)	案例8—1 宝洁日本：SK—II全球化项目.....	(443)
.....(444)	阅读材料8—1 让外国子公司焕发创新活力.....	(444)
.....(459)	阅读材料8—2 企业整合.....	(459)
.....(465)	阅读材料8—3 造知识的企业.....	(465)
.....(475)	第9章 企业的边界管理：合作的挑战.....	(475)
.....(483)	9.1 为什么建立战略联盟.....	(483)
.....(484)	9.2 合作的风险和成本.....	(484)
.....(487)	9.3 建立和管理合作企业.....	(487)
.....(489)	9.4 结论性评述.....	(489)
.....(493)	案例9—1 施乐和富士—施乐.....	(493)
.....(494)	案例9—2 雷诺/尼桑：一个全球联盟的形成.....	(494)
.....(514)	阅读材料9—1 战略联盟的全球逻辑.....	(514)
.....(536)	阅读材料9—2 与竞争对手合作并胜出.....	(536)
第五部分 对管理的启示 第10章 构建跨国经营能力：管理的挑战.....	(555)	10.1 全球业务管理.....
.....(556)	10.2 全球职能管理.....	(556)
.....(558)	10.3 地区子公司管理.....	(558)
.....(560)	10.4 公司最高管理层.....	(560)
.....(562)	案例10—1 印度辛德勒公司的斯维亚·拿破利.....	(562)
.....(565)	案例10—2 通用电气的能源管理方案(A).....	(565)
.....(578)	案例10—3 Genzyme的高雪氏病解决方案：全球风险与责任.....	(578)
.....(583)	案例10—4 BRL哈迪：一家澳大利亚酒业公司的全球化.....	(583)
.....(601)	阅读材料10—1 一个全球经理的当地回忆录.....	(601)
.....(616)	阅读材料10—2 子公司开发新市场.....	(616)
.....(623)	第11章 未雨绸缪：跨国经营的历史演进.....	(623)
.....(633)	11.1 创业过程：支持与配合开创性活动.....	(633)
.....(634)	11.2 整合过程：能力的维系和提升.....	(634)
.....(639)	11.3 更新过程：有效管理、合理优化和再造活力.....	(639)
.....(642)	11.4 未来模式.....	(642)
.....(646)	案例11—1 英国石油公司(BP)的转型.....	(646)
.....(648)	案例11—2 通用电气20年变革：杰克·韦尔奇的领导.....	(648)
.....(663)	阅读材料11—1 管理者的制胜之道：新角色、新技能.....	(663)
.....(681)	阅读材料11—2 新全球游戏：公司如何在知识经济中胜出.....	(681)
.....(694)	补充案例和阅读材料补充案例：遭遇挫折：耐克及其国际劳工实践(第4章) 麦肯锡公司：知识管理和学习(第8章) 星空联盟(A)：一个全球网络(第9章)补充阅读材料：走向全球化：来自后动者的教训(第5章) 市场全球化(第6章) 销售可以全球化吗?——全球客户管理的缺陷(第7章)	(694)

章节摘录

书摘外国直接投资(FDI)理论产生于20世纪60年代,主要分为两个时期:60年代初期至70年代末期,是理论的提出和创建时期;80年代初期至90年代末期,是理论的修正和发展时期。折衷范式(the eclectic paradigm)是理解跨国公司对外投资的基本框架,该范式是在威廉姆森(williamson, 1975)对科斯交易费用(1937)进一步发展、巴克利与卡森(Buckley and Casson, 1976)的内部化理论(internalization theory)和邓宁(Dunning, 1993)提出的区位优势(location specific advantages, ISAs)的基础上建立起来的。折衷范式后获得了持续的充实和完善(Dunning and Kundu, 1995; Moore and Lewis, 1999),该理论的主要观点浓缩在OLI 3个字母中,OLI分别代表着跨国公司所具有的3类主要优势:所有权特定优势(ownership specific advantage)或企业特定优势(firm specific advantage)、区位特定优势(location specific advantage)和内部化优势(internalization advantage)。所有权特定优势属于公司层面的优势。邓宁(Dunning, 1993)指出,潜在的所有权优势有很多,包括:与公司规模相关的优势(如规模经济、多元化和组织规模)、资源获取能力、劳动力或成熟技术、产品差异性、营销和管理能力、国内市场进入方面的优势等。另外,邓宁还列出了其他的能力,如预见能力、利用全球生产和营销机会的能力、筹资和金融技术、接近自然资源及组织调整的能力等。区位特定优势(LSA)来源于跨国公司及其子公司所处的地理位置,是东道国和母国所具有的,不属于跨国公司的,跨国公司只能利用不能支配。邓宁(1993)指出了一系列可能的区位特定优势:输入成本(如员工工资和国家资源)、劳动生产率、市场大小和特点、运输成本、重要市场与跨国公司母国的地理距离,还有关税壁垒、税收政策、风险大小、对FDI的态度、竞争状况等。内部化优势来源于把外部市场活动转化为企业内部活动,使之处于内部管理的直接控制之下所带来的交易成本的节省。内部化优势基于内部化理论,内部化理论的代表人物有巴克利、卡森、邓宁和鲁格曼(Rugman)。该理论认为,跨国公司是靠“用内部市场替代不完全的外部市场”方式来扩张的(Rugman, 1980),如果再加上能决定固定成本价格的区域变量,那么该理论就能解释跨国公司扩张的模式和方向。当存在不完全的市场时,跨国公司是进行国际生产的最有效的方式。对跨国公司来说,最重要的不完全市场是独占信息的定价。独占信息包括技术和营销等方面的知识(通过研究与开发获得的)、管理经验、新生产技术、产品异质和市场知识。这种信息产品市场难以定价,并且它本身又具有公共物品(指一方消费不会减少或影响它方消费价值的商品)的许多属性,公共物品的市场价格为零,因为任何人都可以使用它。按此含义,知识应属于一种公共物品,因为任何人或组织应用它去解决特定问题并不会妨碍知识运用到别处的能力(Rugman, 1980)。所以,为了保护知识产权,企业采取内部化方式,即用它的内部市场去监测和控制知识的使用,而这一点外部市场则无法做到。其他不完全市场包括政府管制、税收、控制、关税、潜在市场、买卖双方对产品质量和价值的不对称信息。这些都会导致市场价格的歪曲,成为内部市场存在的其他动因。综合上述,折衷范式指出了跨国公司存在的3种层面的优势及每种优势的组织和运作方式。但随着近些年来跨国公司母子关系及子公司自身发展和地位变化的趋势,国外有部分学者提出了跨国公司里新出现的另外一种优势——子公司特定优势,作为第四层面的优势,对折衷范式进行扩展和补充。

3.1 特定优势理论对传统国际资本流动理论的挑战

现代国际FDI投资的动因和机理是在对传统国际资本流动理论批判的基础上建立起来的。最为典型的研究就是“特定优势理论”、“通货区域理论”和“寡占反应理论。”(一)海默的特定优势理论

1. 理论框架

传统国际资本流动理论是建立在收益率基础上的,认为国际资本必然会从资本供给丰裕、利率低的国家流向资本供给短缺、利率高的国家。国际投资的原因在于各国利率的差异,每一个投资者都会将资金投在回报最多的地方,以获取最大化利润。在这个理论的基本假设是:资金的流动是收益可以预期的和无障碍的——资金会自由地从收益较低的地方流向收益较高的地方,直至各处的收益都相等,资本流动的内在动力才会衰竭。斯蒂芬·海默于20世纪60年代在他的博士论文《民族企业的国际经营:关于对外直接投资的研究》中对“国际投资的原因在于各国利率的差异”的传统理论提出了质疑并加以批判。海默认为,传统国际资本移动理论能够说明的是证券资本的国际移动,而不能解释发达国家之间相互直接投资的现象。 P91-92

《跨国管理》

媒体关注与评论

书评本书自1992年第1版面世以来，即在美国各知名院校广受欢迎，成为一本公认优秀教科书，并几乎成为跨国公司总裁们案头上的必备书籍。第4版更是针对当前跨国公司的管理者所面临的挑战，提出了一个在全球战略和跨边界管理的情境下思考应对策略的概念性的框架。本书系统地考察了基于国际贸易的跨国经营理论和基于国际直接投资的跨国经营理论，全面地反映了跨国经营方面的理论进展。书中的这杂例主要来自哈佛商学院、伦敦商学院、毅伟商学院等著名院校的教学案例，阅读材料则多出自迈克尔·波特、西奥多·莱维特、普拉哈拉德等管理大师之手。本书适合商学院的企业管理专业本科高年级学生和研究生、MBA、EMBA学生使用，并可作为相关研究人员及企业领导者的参考书。本书配有丰富的教辅课件，使用本书做教材的教师可以与我们联系索取相关教辅资料。

《跨国管理》

编辑推荐

本书自1992年第1版面世以来，即在美国各知名院校广受欢迎，成为一本公认的优秀教科书，并几乎成为跨国公司总裁们案头上的必备书籍。第4版更是针对当前跨国公司的管理者所面临的挑战，提出了一个在全球战略和跨边界管理的情境下思考应对策略的概念性的框架。

精彩短评

1、准确说是看过英文版.....啊不是考过.....（眼神死

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