

<<全球化、国际贸易与文化互动>>

图书基本信息

书名：<<全球化、国际贸易与文化互动>>

13位ISBN编号：9787501775262

10位ISBN编号：7501775265

出版时间：2006-12

出版时间：中国经济出版社

作者：罗能生 著

页数：317

字数：290000

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>

<<全球化、国际贸易与文化互动>>

内容概要

本书紧扣当下时代背景，运用多种研究方法系统阐释了国际贸易中的文化问题。

主题前沿、视角独到，可谓国内第一本从文化角度研究国际贸易的学术专著。

作者在书中提出了诸多创新性的理论观点，得出了不少有关国际贸易的新结论，填补了传统国际贸易理论关于文化要素缺失的遗憾，开拓了国际贸易理论研究的一个新领域。

本书综合运用经济学、国际贸易学、文化社会学的理论和方法进行跨学科研究，把理论分析、实证研究、历史和案例考察有机结合起来，创新了对国际贸易的研究方法。

本书对国家贸易文化战略和对策的研究，对提升我国对外贸易的竞争力和促进国际贸易的健康发展，具有积极的指导和启示意义。

作者简介

罗能生，男，1957年生，湖南新田人。

湖南大学经贸学院教授、博士生导师、副院长，哲学博士。

主要致力于制度经济学、经济伦理学以及可持续发展经济学方面的学术研究。

近五年多来，在《世界经济文汇》、《伦理学研究》、《光明日报》(理论版)等刊物发表学术论文70余篇。

出版《非正式制度与中国经济改革和发展》(中国财政经济出版社)、《传统儒商精神和现代市场理性的建构》(湖南人民出版社)、《产权的伦理维度》(人民出版社)等个人学术专著5部，主持“非正式制度与中国的经济改革和发展”、“中国经济改革和发展中的产权伦理问题研究”等国家级、省级研究课题7项；“员工时效管理”、“企业文化与企业管理”等横向课题5项。

获国家级研究成果一等奖1项，省级优秀科研成果一等奖1项，二等奖3项，三等奖1项。

书籍目录

导论 经济全球化中的文化互动 第一节 经济全球化的趋势与效应 第二节 经济全球化与文化全球化 第三节 一个新视角：全球化和国际贸易的文化分析第一章 文化视野中的国际贸易 第一节 贸易是人类文明的交往方式之一 第二节 历史回眸：从丝绸之路到地理大发现 第三节 现实关注：可口可乐和美国大片的昭示 第四节 国际贸易中的文化互动第二章 国际贸易的文化依据 第一节 文化的解读 第二节 商品的文化价值 第三节 文化差异与贸易需求 第四节 文化比较优势与国际贸易 第五节 文化、交易费用与贸易效率第三章 国际贸易的文化冲突 第一节 国际贸易中文化冲突的表现 第二节 国际贸易中文化冲突的根源 第三节 文化冲突的贸易效应 第四节 国际贸易中文化冲突的化解与超越第四章 国际贸易中的文化共融 第一节 贸易合作需要文化共识 第二节 贸易往来促进文化共融 第三节 国际贸易规则与惯例中的文化整合 第四节 国际贸易活动中的文化交融 第五节 以文化共融促贸易双赢第五章 贸易秩序、伦理约束与贸易绩效 第一节 国际贸易中的伦理蕴含 第二节 国际贸易中的信用及其实现机制 第三节 国际贸易中的公平原则 第四节 国际贸易与企业社会责任第六章 国际贸易中的文化竞争力 第一节 全球竞争的文化态势 第二节 国际贸易中文化竞争力的构成和作用 第三节 国际贸易竞争中的文化动力 第四节 国际贸易竞争中的文化资源 第五节 国际贸易竞争中的文化载体 第六节 国际贸易竞争中的文化环境 第七节 提升国际贸易竞争力的文化战略第七章 全球文化产业与文化贸易 第一节 全球文化产业的崛起 第二节 文化产品国际贸易的发展 第三节 文化产业全球化的效应 第四节 全球化条件下我国文化产业的发展第八章 全球化、跨国公司与跨文化管理 第一节 经济全球化时代的跨国企业及其文化 第二节 跨文化的管理理念 第三节 跨文化管理的模式 第四节 跨文化管理中的激励约束机制 第五节 跨文化管理中的文化手段第九章 国际贸易中的跨文化营销 第一节 国际营销中的文化蕴含 第二节 国际营销中的跨文化沟通 第三节 营销中产品的跨文化设计 第四节 国际营销中的跨文化促销第十章 全球化下我国对外经贸的文化战略 第一节 全球化视野下中华文化的反思 第二节 经济全球化中的文化战略主要参考文献后记

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>