

<<国际贸易学>>

图书基本信息

书名：<<国际贸易学>>

13位ISBN编号：9787802075016

10位ISBN编号：7802075017

出版时间：2007-12

出版时间：经济管理出版社

作者：克里斯·马歇尔

页数：219

译者：党晶波

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>

<<国际贸易学>>

内容概要

本书说明了企业应该如何通过分析其出口的难易程度和产品的适宜度来评估本企业的出口潜力，同时还强调说明了出口产品符合进口国所制定的各种标准和规章制度的重要性。

不过，上述这些内容还仅仅是冰山一角。

企业应该明确其进行海外贸易的目标，是长期扩张、提高竞争力、争取市场还是为了提高投资回报率？

本书的内容包括：市场营销的基本概念和分析工具，调查和评估产品市场潜力的重要性以及企业向其目标市场进行有效的渗透应该采取的战略。

该书还研究了价格原理、运输/后勤、货币、单证和保险，有助于我们全面深入地理解进出口的各种必要条件。

<<国际贸易学>>

书籍目录

序言致谢缩略词汇表第一章 导论第二章 为什么要开展海外贸易引言什么是进口和出口为什么要出口出口产品以增加销量出口产品以分散风险生产引致的出口出口以提升形象出口：实际情况出口商的类型为什么要进口自己生产还是从国外购买通过并购实现国际性增长并购的类型并购的缺点发展中国家与经济发展全球化支持国际贸易的观点国际企业/国际战略中小企业的观点成功迈出出口的第一步选择市场小结信息来源深入阅读课后思考题第三章 市场营销引言什么是市场营销市场调查和营销调查市场营销计划的制定市场细分营销组合通过互联网进行促销贸易展销会和展览会小结商业计划SMARTSWOT市场营销计划结束语信息来源深入阅读课后思考题案例分析：Jordan Clamps公司第四章 市场调研第五章 宏观因素第六章 进入市场的路线第七章 公司财务基础第八章 出口成本计算、定价与销售第九章 运输和物流第十章 国际贸易单证文件和通关手续第十一章 支付第十二章 充分利用货币第十三章 国际贸易的融资第十四章 供应商和支持机构第十五章 概述专业术语表

编辑推荐

本书是研究进出口的实用而又容易理解的著作。

它为设计制定有效的出口—营销规划、解释在全球市场中取得成功的基本流程提供了一个合理的指导。

它涵盖了包括市场营销、财务管理、国际背景下的合同法以及网络和国际收支在内的核心领域；每章都包括图、表和案例研究以供讨论，同时还包括学习目标和讨论题；随着本书内容的推进，每章还会回顾前面的章节所讲述的内容，从而有助于读者前后对照，做到理论联系实际。

本书概括了国际贸易战略中的主要影响因素，有助于国际商业研究，同时也是专业研究人员的理想的知识读本。

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>