

<<国际贸易实务>>

图书基本信息

书名：<<国际贸易实务>>

13位ISBN编号：9787030209450

10位ISBN编号：7030209451

出版时间：2008-1

出版时间：科学

作者：李文臣

页数：437

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>

<<国际贸易实务>>

内容概要

本书着重从国际商务的实用性出发，围绕产品国际市场的进入序列，介绍了相关的国际贸易操作知识。

主要内容包括：国际市场进入前的准备、国际货物买卖合同的基本条款、国际货物买卖的履行与单据制作、国际货物买卖的灵活贸易方式以及电子商务国际贸易系统设计等五大部分。

其最大特点是兼顾了国际贸易业务操作过程所需的一些技能知识以及商务系统设计等理论。

同时，为适应国际贸易惯例变化的新要求，本教材还及时介绍了最新修订的UCP600变化内容。

本书可作为高等院校经管类专业、商贸英语类专业以及MBA学生的国际贸易实务教材，也可以作为国际贸易相关领域工作人员的培训教材和参考读物，更能为实际外贸工作者提供学习的方便。

<<国际贸易实务>>

作者简介

李文臣（1964--），男，江苏徐州人，中国矿业大学管理学院经济系主任，国际经济与贸易专业建设负责人，硕士生导师。
系中国国际贸易学会理事，江苏省国际贸易学会理事，徐州市外国经济学研究会副会长，徐州市企业家协会会员。

李文臣教授长期从事国际贸易理论与实践、国际商务、企业国际化以及企业社会责任领域的教学与科研工作。

先后在《中国工业经济》、《管理世界》、《经济体制改革》、《中南大学学报》、《经济纵横》、《生态经济》等学术刊物发表论文40余篇，多次参加国内外学术会议并发表多篇国际会议论文，其中多篇被ISTP、CSSCI、《中国社会科学文摘》以及人大复印资料收录和转载，被他人引用50余次。

出版了《国际商务》、《国际贸易实务》等多部教材。

主持或参与过纵、横向科研项目近10项，曾获得徐州市自然科学优秀论文二等奖、徐州市哲学社会科学优秀成果二等奖以及江苏省哲社优秀成果奖三等奖等多种奖项。

先后为研究生、本科生讲授《国际贸易》、《国际贸易实务》、《国际商务》、《国际结算》等课程，主持过中国矿业大学教学改革以及精品课程建设等课题，多次获得校院级优秀教学质量奖和教学成果奖。

<<国际贸易实务>>

书籍目录

前言第一章 导言 第一节 《国际贸易实务》的研究对象与研究内容 第二节 《国际贸易实务》课程的学习方法第二章 国际市场进入前的准备 第一节 国际市场调研与目标市场评价 第二节 产品类型与国际市场进入模式 第三节 国际市场进入渠道 第四节 典型的出口交易第三章 国际货物买卖合同与交易磋商 第一节 国际贸易法律适用的基本原则 第二节 国际贸易所适用的法律法规 第三节 国际货物买卖合同 第四节 国际货物买卖合同的磋商过程第四章 国际货物买卖合同的标的 第一节 商品的品名 第二节 商品的品质 第三节 商品的数量 第四节 商品的包装第五章 进出口商品价格 第一节 国际贸易术语 第二节 主要的国际贸易术语 第三节 其他贸易术语 第四节 贸易术语的选用 第五节 商品的定价与价格核算 第六节 合同中的价格条款第六章 国际货物运输 第一节 运输方式 第二节 运输单据 第三节 国际货运托运程序 第四节 运输条款 第五节 国际货运代理第七章 国际货物运输保险 第一节 保险的基本原则 第二节 海运货物保险保障的范围 第三节 海运货物保险险别 第四节 英国伦敦保险协会海运货物保险条款 第五节 海运货物保险程序 第六节 其他运输保险第八章 国际结算与融资 第一节 支付工具 第二节 支付方式 第三节 支付条款的订立 第四节 国际结算风险及其防范 第五节 出口贸易融资第九章 检验、索赔、不可抗力与仲裁 第一节 商品检验条款 第二节 索赔与理赔条款 第三节 不可抗力条款 第四节 仲裁条款第十章 合同履行 第一节 出口合同的履行 第二节 进口合同的履行第十一章 进出口贸易单证制作与审核 第一节 单证概述 第二节 出口单证制作要求及单证流转程序 第三节 出口单证制作 第四节 单据审核与不符点处理 第五节 进口单证制作第十二章 灵活贸易方式 第一节 经销和代理 第二节 寄售和展卖 第三节 拍卖和招标投标 第四节 商品交易所 第五节 对销贸易 第六节 补偿贸易 第七节 加工贸易 第八节 国际租赁第十三章 EDI与进出口报关 第一节 EDI概述 第二节 电子报关第十四章 国际贸易电子商务系统设计与构造 第一节 国际贸易电子商务系统设计概述 第二节 从事国际贸易的企业的组织结构 第三节 电子商务系统的需求分析 第四节 数据库设计参考文献

章节摘录

第二章 国际市场进入前的准备 随着世界经济一体化进程的不断加快，各国市场的开放度也在不断提高，企业国际市场进入变得相对容易。

不过，现在的国际贸易已不仅仅限于出口，沿着价值链的增值序列，逐渐提高产品的赢利空间是现代企业从事国际商务的关键。

微观层次的国际商务是现代企业的主题，而国际商务领域里的关键问题是提高企业的国际化水平。

企业的国际化面临两方面的问题：一是具体国家市场如何沿着价值链增值环节，逐步提高市场进入的层次和方式；二是对于外部市场的进入序列选择。

传统的国际化阶段理论认为，国际化的经验对于具体市场进入是关键，企业国际化是沿着从间接出口开始，逐步提高市场进入层次，最后采取国外投资方式的固定序列进行。

但近年来出现的中小企业的国际化经营打破了传统的模式，这种企业被称为天生的国际化、国际新企业等。

事实上，中国的大多数中小企业的出口也没有沿着国际化阶段模式的固定序列进行，这些年龄不长的中小企业国际化进程却非常快。

中小企业国际化是经济全球化的现实要求，也是自身的主动行为。

在现代经济背景下，国际人员流动的加速以及国内教育国际化进程的加快，也为国际化提供了丰富的人力资源，使企业进入国际市场成为可能。

对于外部市场的进入，传统理论认为是沿着“心理距离”的序列进入，就像“水中的涟漪”（ringin the water）一样。

从地理范围而言，是从本国市场出发，由近而远，逐步向外扩散。

但事实上，由于现代信息流的加快，外部市场知识可以更便捷地获取，当今企业的国际化完全跨越了传统的心理距离阶段，了解了国外市场需求以及相关的国际商务环境知识后，可以很快进入。

第一节 国际市场调研与目标市场评价 企业的国际商务活动往往要面临许多全新的国际经营环境，这其中包括：东道国的文化、政治体系及其稳定性，社会结构，语言差异，法律环境等。

因此，在进入国际市场之前，首先的工作就是进行国际市场调研，在此基础上初步筛选出那些有吸引力的目标国市场，然后，对行业市场的潜在获利机会进行评价，最后再对公司未来销售潜力进行分析，从而确定需要进入的目标市场。

.....

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>