

<<国际金融>>

图书基本信息

书名：<<国际金融>>

13位ISBN编号：9787300146843

10位ISBN编号：7300146848

出版时间：2011-12

出版时间：陈雨露 中国人民大学出版社 (2011-12出版)

作者：陈雨露 主编

页数：480

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>

<<国际金融>>

内容概要

《经济管理类课程教材·金融系列：国际金融（第4版）》有4大特点：

1.教材实行本土化。

为了更快地与国际接轨，许多人主张采用“拿来主义”原则，直接引进国外的教材。

实践证明，我国与发达国家相比，国情不同，文化背景不同，思维方式不同，语言表述方式不同，广大的专家教授一致认为：我们培养的是中国金融人才，是为中国的金融服务的，教材还是本土化为宜。

在了解我国现况之后，再学习国外的知识。

把中国的背景知识与国际接轨才是我们最需要的。

该套教材均为本土原创作品。

2.精选作者，保证教材质量。

金融与国家的政策联系紧密，应用性强，培养的学生既要懂理论又要会应用，既要与国际接轨，又要考虑中国的国情。

该套教材涵纳全国“政产学研”方面的作者，从源头上保证了这套书的质量。

3.要始终保持教材的“精”与“新”。

现代金融日新月异，课程设置不断变化。

该套教材根据形势的发展，不断推出新课程教材，并不断修订、完善。

4.形式多种多样，方便教材使用者。

书中每章都设有“本章小结”、“本章要点”、“本章关键术语”、“本章思考题”和“本章练习题”等栏目，此外，各书还有配套的“学习指导书”，方便读者学习和使用。

作者简介

陈雨露，金融学教授、美国艾森豪威尔基金高级访问学者、富布赖特基金高级访问学者。现任北京外国语大学校长，兼任中国国际金融学会副会长，中国金融学会副秘书长、常务理事；人事部“新世纪百千万人才工程”国家级人选，获全国优秀博士学位论文指导教师奖等多项国家级、省部级奖项。

主要研究方向为开放经济下的金融理论与政策、国际资本市场等。

<<国际金融>>

书籍目录

导论

- 0.1 全球化与国际金融学的地位
- 0.2 变革中的国际金融市场
- 0.3 更为复杂的跨国公司财务管理问题
- 0.4 内外均衡研究的崭新视角

第I篇 国际金融市场

第一章 ；外汇与外汇汇率

- 1.1 外汇
- 1.2 外汇汇率
- 1.3 汇率的经济分析I——汇率决定与变动
- 1.4 汇率的经济分析 ——汇率变化的经济影响
- 1.5 人民币汇率

第二章 外汇市场

- 2.1 外汇市场的起源、功能及发展趋势
- 2.2 外汇市场环境及结构
- 2.3 外汇市场交易活动与交易产品
- 2.4 外汇交易市场的有效性
- 2.5 中国的外汇市场

第三章 外汇衍生产品市场

- 3.1 外汇衍生交易的特征
- 3.2 外汇衍生产品的交易机制
- 3.3 外汇衍生产品市场的现状及发展

第四章 离岸金融市场

- 4.1 欧洲货币市场
- 4.2 欧洲债券市场

第五章 国际资产组合投资

- 5.1 国际金融市场一体化
- 5.2 国际金融市场上的机构投资者
- 5.3 国际组合投资

第 II 篇 跨国公司财务管理

第六章 外汇风险管理

- 6.1 企业的国际业务
- 6.2 外汇风险概述
- 6.3 汇率预测技术
- 6.4 外汇风险计量
- 6.5 外汇风险管理技术

第七章 国际直接投资

- 7.1 国际直接投资概述
- 7.2 跨国公司直接投资的经济利益
- 7.3 跨国投资项目资本预算
- 7.4 国家风险管理

第八章 跨国公司短期资产负债管理

- 8.1 现金管理
- 8.2 短期投资管理
- 8.3 短期贸易融资管理

<<国际金融>>

8.4 非贸易短期融资管理

第九章 跨国公司长期资产负债管理

9.1 跨国公司的资本成本

9.2 跨国公司的资本结构

第III篇 内外均衡理论与政策

.....

主要参考文献

章节摘录

版权页：插图：4.市场需求扩大市场份额是跨国投资的主要目标和动力之一。

对目标市场需求量预测的准确程度，是跨国公司资本预算决策中最重要的考虑因素。

然而，要准确预测未来的市场需求却是异常困难的事情。

这跟前面我们讲到的汇率预测有异曲同工之处。

通常的做法是通过预测公司在目标市场可能占领的市场份额大小，推算公司未来的产品销售量。

对市场份额的预测有几种方法：一是利用目标市场的历史数据，例如，以目标市场中现存外商在进入该市场时达到的市场份额为依据，剔除个性差异后进行估算。

利用这种类比方法，受到目标市场外商企业数目的影响，以及目标市场的市场结构和成熟程度的影响，也不能指望有太高的准确性。

二是聘请专业投资咨询机构，请它们提供详细的目标市场分析报告，包括宏观、微观因素以及行业、市场竞争者的变化、市场份额变化等。

不过跨国公司也不能完全依赖这些专业咨询报告，只能将之作为一个重要的参考。

5.产品的市场价格产品的市场价格是决定投资收益的关键因素。

销售价格是否稳定？

会不会出现激烈的价格战？

公司产品在价格的动态变化中能否保持竞争优势？

价格下降到什么程度公司将不得不退出目标市场？

这些都是跨国公司制定资本预算时必须考虑的问题。

对产品未来价格的预测方法可以采用同一市场中竞争产品的价格作为参考，但这种方法主要适用于价格的短期预测。

对于长期的投资项目而言，不仅需要预测近期的市场价格，还要考虑和预测整个项目执行期内的价格水平。

长期内影响价格水平的因素既多又复杂，通货膨胀、经济周期、收入政策、产业结构、消费习惯等等都是重要的影响价格的因素。

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>