

钱学峰国际贸易学课件

设计者：XXX
时间：2024年X月

目录

- 第1章 课程简介
- 第2章 国际贸易的主体
- 第3章 跨国公司的战略选择
- 第4章 国际贸易中的风险管理
- 第5章 国际贸易的未来趋势
- 第6章 课程总结与展望

• 01

第一章 课程简介

课程背景

国际贸易学作为一门重要课程，在当今全球化背景下扮演着至关重要的角色。钱学峰教授作为本课程的授课教授，具有丰富的学术背景和教学经验，旨在通过本课程帮助学生深入了解国际贸易的理论和实践，并培养他们的分析能力和决策能力。

国际贸易概述

定义和范围

全面介绍国际贸易
的定义和范围

国际贸易的发展 历程

回顾国际贸易的
发展历史和重要事件

国际贸易的影 响因素

分析影响国际贸易
的各种因素

国际贸易理论

绝对优势理论

由亚当·斯密提出
解释国际贸易中各国利益的分配

比较优势理论

由大卫·里卡提出
比较各国生产能力的差异

因素比较理论

关注生产要素在国际贸易中的作用
不同生产要素在不同国家间的流动

01 贸易壁垒与贸易自由化

分析不同贸易政策对国际贸易的影响

02 世界贸易组织 (WTO) 的作用

介绍WTO在国际贸易中的角色和功能

03 贸易政策的影响

探讨贸易政策对经济发展和国际关系的影响

• 02

第2章 国际贸易的主体

跨国公司的兴起

跨国公司是指在两个或多个国家开展业务活动的公司。随着全球化的发展，跨国公司逐渐崛起，利用全球资源和市场，实现跨国经营。跨国公司通常具有庞大的规模和复杂的组织结构，以在不同国家间实现竞争优势。

政府的贸易政策

关税调整

对进口产品征收关税，调节贸易规模

出口补贴

通过补贴措施提高本国产品在国际市场的竞争力

贸易协定签署

与其他国家签署协定，促进贸易自由化

01 环境保护

推动贸易活动与环境保护相协调

02 人权关注

监督企业在国际贸易中的人权问题

03 社会责任

倡导企业承担社会责任

地方政府的贸易参与

投资吸引

为吸引外商投资制定优惠政策
促进本地经济发展

贸易促进

开展贸易促销活动
扩大本地产品出口

政策支持

向本地企业提供政策支持
促进贸易合作

社会群体的贸易参与

社会群体包括各类组织和团体，在国际贸易中发挥着重要作用。他们通过组织活动、宣传教育等方式参与贸易事务，推动公平贸易和可持续发展。社会群体的贸易参与有助于弥补政府和企业贸易活动中的不足，促进全球贸易伙伴关系的和谐与稳定。

● 03

第三章 跨国公司的战略选择

跨国公司的全球 市场战略

跨国公司在选择全球市场战略时，需考虑核心竞争力及选择、核心竞争力与市场选择以及核心竞争力与资源配置。这些因素将直接影响公司在全球市场上的竞争力和发展方向。

跨国公司的全球生产战略

全球生产网络的布局

优化生产布局，降低
成本提高效率

生产技术与生产效率

应用先进技术提升
生产效率，提高产
品质量

生产外包与内部管理

灵活运用外包及内
部管理手段，保持
竞争优势

01

全球品牌定位

建立全球品牌形象，提升品牌价值

02

跨国公司的市场营销方式

灵活运用不同的市场营销方式，满足不同市场需求

03

跨国公司的市场扩张策略

制定有效的市场扩张策略，拓展更多市场份额

跨国公司的全球供应链战略

供应链管理的核心原则

透明性
灵活性
创新性

供应链风险管理

风险评估
备份计划
危机应对

供应链的可持续发展

环保政策
社会责任
质量管理

结尾

通过分析跨国公司的战略选择，我们可以看到在全球化竞争中，公司需不断优化市场、生产、营销和供应链等方面的策略，以保持竞争优势并实现可持续发展。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/665000032033011130>