

《国际商务》考试大纲

第一部分 考试说明

一、考试性质

《国际商务》是工商管理学院 国际商务硕士研究生入学考试的专业基础课。考试对象为参加工商管理学院（国际商务硕士）2012 年全国硕士研究生入学考试的准考考生。

二、考试形式与试卷结构

（一）答卷方式：闭卷，笔试

（二）答题时间：180 分钟

（三）考试题型及比例

名词解释	25%
简答题	35%
案例题	20%
论述题	20%

（四）参考书目

1、王佳芥，国际商务，中国市场出版社，2010 年

2、王亚星，王文潭，国际商务，中国人民大学出版社，2010 年

第二部分 考查要点

（一）国际化：理论和过程

国际化和跨国公司内涵

国际化的基本理论

企业国际化过程

企业国际化程度的测量

企业国际化的方式

中国企业国际化模式

（二）全球动态贸易环境

二战后全球自由贸易框架的发展历程

区域性经济合作组织蓬勃发展的原因及一体化形式

区域性经济一体化的影响

（三）政治环境和政治风险

政府与政党体制、政府政策、民族主义对政治环境的影响

全球经营的政治风险及主要类型

（四）法律环境和商业伦理

法律争端中司法管辖权冲突如何解决

解决国际贸易争端的途径

商业伦理

（五）跨文化环境

全球市场中的文化因素构成及如何影响国际商务

跨文化沟通和谈判

跨文化冲突及管理

（六）国际贸易理论

绝对优势与比较优势论

要素禀赋论

贸易保护理论

国际贸易新理论

（七）国际贸易政策与壁垒

关税措施

非关税措施

国际贸易摩擦

国际贸易中的知识产权保护与环境保护政策

（八）货物贸易与服务贸易

货物贸易及其类型

服务贸易与服务外包

技术贸易与国际劳务合作

国际贸易的创新方式

（九）国际直接投资与跨国公司

国际直接投资与跨国公司

企业对外直接投资的战略决策

对外直接投资的母国与东道国效应

（十）全球外汇和资本市场

国际货币市场

全球资本市场

（十一）国际货币体系

国际货币体系的基本内涵和演变

学习汇率决定机制的理论

（十二）国际物流与供应链管理

国际物流定义与问题

国际物流与供应链管理

（十三）国际营销管理

国际营销计划和营销战略类型

建立全球营销方案

整合营销

（十四）国际会计与税收

跨国间主要会计差异

国际税收