

【跨国公司】

【Transnational Corporation】

一、基本信息

课程代码:【2060411】

课程学分:【2】

面向专业:【国际经济与贸易】

课程性质:【系级选修课】

开课院系: 商学院经济贸易系

使用教材:

教材:【跨国公司经营与管理(第3版) 任永菊主编,东北财经大学出版社,2018年8月第3版】

参考书目:

【跨国公司经营与管理,卢进勇,郜志雄,刘恩专,机械工业出版社,2017年1月第2版】

【跨国公司经营与管理,关雪凌,罗来军等,中国人民大学出版社,2012年2月第1版】

【跨国公司经营与管理,杨国亮,中国人民大学出版社,2016年09月第3版】

【International Business 国际商务(美)唐纳德·A·鲍尔,(中)李东贤等,清华大学出版社,2012年9月第1版】

课程网站网址:

先修课程:【政治经济学(2)】【微观经济学(3)】【宏观经济学 2060070(3)】【国际贸易 2060052(3); 国际金融 2060410(2)】【国际经济学(3)】

二、课程简介

跨国公司课程重点介绍了战略储备、组织挑战、面对未来的跨国管理启示,对学生进入外资企业、中外合作企业等跨国公司,奠定基本的语境和知识系统。

本书结合现代世界经济发展趋势和经济全球化发展的背景,介绍了跨国公司跨国界的动因、环境压力、竞争优势和跨国战略;在跨国经营中面临的组织管理整合,以及如何进行全球性的创新和学习;如何实现夸边界的合作;面对未来全球化发展,如何建构跨国经营能力,执行全球战略,并有效应对全球角色的演变。

针对中国企业“走出去”的实际需要,也有所启示和借鉴。

三、选课建议

适合国际经济与贸易专业三、四年级选修。

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
LO11: 理解他人的观点,尊重他人的价值观,能在不同场合用书面或口头形式,与国内外客户、不同部门的工作人员进行顺畅的沟通,建立、保持和发展一种友好的可持续的业务关系。	●
LO21: 学生能根据环境需要确定自己的学习目标,并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。	
LO31: 国际货物贸易能力:能够运用国际贸易专业知识、专业理论和相关的	

法律与惯例，开拓国际市场，与目标客户建立业务关系，签订国际货物贸易合同，并完成合同的履行和善后。	
LO32: 跨境平台运营能力: 能够跟踪分析公司产品运营行为转化数据和行为数据，准确识别市场需求和发展趋势，不断优化运营手段和运营规则，做出合理的管理决策。	
LO33: 国际商务谈判能力: 能够在平等互利的基础上，通过不同渠道搜集客户信息，运用一定谈判策略和谈判技巧，争取合作条件，达到双方满意的目的。	
LO34: 经济计量分析能力: 能够基于了解社会总体和单个经济单位的经济行为及其成果，以及各变量之间相互关系，对实际经济问题初步进行定性和定量描述与分析，并初步预测经济发展趋势。	
LO35: 外汇及商品风险防范能力: 能够识别国际贸易中的外汇收支风险、商品交易过程的风险以及资金风险,并能采取合理措施进行最大化的风险防范。	
LO41: 遵守纪律、守信守责; 具有耐挫折、抗压力的能力。(“责任”为我校校训内容之一)	
LO51: 同群体保持良好的合作关系, 做集体中的积极成员; 善于从多个维度思考问题, 利用自己的知识与实践来提出新设想。	●
LO61: 具备一定的信息素养, 能收集、筛选、分类、统计和汇总相关信息, 并能在工作中应用信息技术解决问题。	
LO71: 愿意服务他人、服务企业、服务社会; 为人热忱, 富于爱心, 懂得感恩(“感恩、回报、爱心”为我校校训内容之一)	
LO81: 具有基本的外语表达沟通能力与跨文化理解能力, 有国际竞争与合作的意识, 能够基于国际经济、投资理论, 评价企业的跨国行为可行性。	●

备注: LO=learning outcomes (学习成果)

五、课程目标/课程预期学习成果

序号	课程预期学习成果	课程目标 (细化的预期学习成果)	教与学方式	评价方式
1	L0112	应用书面或口头形式, 阐释自己的观点, 有效沟通。	讲授、提问 学生回答、课题做题、PPT报告	回答正确性及条理性 报告效果
2	L0341	能有意识观察现实生活中跨国企业运营模式, 运用所学课本知识分析跨国企业在实际运营中所遇的各种问题。	讲授、提问、 视频、案例分析 学生回答、PPT 演讲、书面报告	演讲 考试 论文报告
3	L0511	有质疑精神, 能有逻辑的分析与批判。	案例分析, 敢于批判并提出相应解决方案。	课堂提问 启发学生思考

六、课程内容

第一单元 跨国公司概述 理论学时 3

教学内容:

- 1.1 跨国公司的内涵
- 1.2 跨国公司的类型
- 1.3 跨国公司的特征
- 1.4 跨国公司的衡量指标
- 1.5 跨国公司的形成与发展

知识要求:

1. 跨国公司的定义、特征。
2. 跨国公司的衡量指标。

能力要求:

1. 掌握跨国公司的基本概念;
2. 了解跨国公司的基本特征;
3. 了解跨国公司的发展历史;

教学难点:

跨国公司; 对外直接投资。

第二单元 跨国公司对外直接投资 理论学时 3

教学内容:

- 3.1 对外直接投资概述
- 3.2 对外直接投资的动机
- 3.3 对外直接投资的影响因素
- 3.4 案例——沃尔玛的国际投资之路

知识要求:

1. 跨国公司外部环境的多样性, 复杂性及外部环境因素对内部环境的渗透。
2. 全球人口、资源与环境, 全球经济发展状况, 全球贸易与投资发展状况。
3. 东道国宏观环境分析的主要因素—PEST 分析, 微观环境—船业与市场环境分析。

能力要求:

1. 了解跨国公司外直接投资的动机;
2. 掌握对外直接投资的影响因素;

教学难点:

全球商务环境; 投资环境评价。

第三单元 跨国公司对外直接投资理论及其发展 理论学时 6

教学内容:

- 2.1 垄断优势理论
- 2.2 产品生命周期理论
- 2.3 内部化理论
- 2.4 国际生产折衷理论
- 2.5 小岛清比较优势投资论
- 2.6 跨国公司对外直接投资理论的新发展
- 2.7 案例——英国石油公司三大优势及扩张、日本三洋电机发展壮大

知识要求:

1. 垄断优势理论、产品生命周期理论、。
2. 比较优势理论。
3. 内部化理论、国际生产折衷理论、对外直接投资理论新发展。

能力要求:

1. 掌握跨国公司对外直接投资的 2-3 个主要理论;
2. 掌握对外直接投资理论新发展。

教学难点:

垄断优势理论；比较优势投资理论；产品生命周期理论；内部化理论等。

第四单元 跨国公司的组织与管理 理论学时 3

教学内容：

- 4.1 跨国公司的法律组织形态
- 4.2 跨国公司的组织结构
- 4.3 跨国公司的管理
- 4.4 案例——组织革新对中国海尔公司成功的重要作用

知识要求：

1. 跨国公司法律组织形态。
2. 跨国公司组织结构与管理。

能力要求：

1. 掌握跨国公司不同组织架构；
2. 掌握组织架构的基本原理。

教学难点：

流程再造；组织结构、组织动力。

第五单元 跨国公司内部贸易和转移价格 理论学时 3

教学内容：

- 6.1 跨国公司内部贸易概述
- 6.2 内部贸易理论
- 6.3 跨国公司转移价格概述

知识要求：

1. 跨国公司内部贸易含义及分类。
2. 跨国公司内部贸易的动因。
3. 内部贸易理论
4. 跨国公司转移价格概述

教学难点：

转移价格形成。

第六单元 跨国公司的技术转让 理论学时 3

教学内容：

- 8.1 技术转让概述
- 8.2 跨国公司技术转让理论
- 8.3 跨国公司技术转让的定价与支付
- 8.4 跨国公司技术转让策略

知识要求：

1. 跨国公司技术转让理论。
2. 跨国公司技术转让的定价与支付
3. 跨国公司技术转让策略。

能力要求：

1. 跨国公司技术转让的定价与支付
2. 跨国公司技术转让策略。

教学难点：

技术转让的定价与支付。

第七单元 跨国公司战略联盟 理论学时 3

教学内容：

- 5.1 跨国公司战略联盟概述

- 5.2 战略联盟理论
- 5.3 战略联盟的目标和动因
- 5.4 跨国公司战略联盟的发展

知识要求:

1. 战略联盟含义和特征。
2. 战略联盟理论。
3. 战略联盟目标和动因。

教学难点:

战略联盟构建维度。

第八单元 跨国公司跨国并购 理论学时 3

教学内容:

- 7.1 跨国并购和含义和特征
- 7.2 跨国并购的类型
- 7.3 跨国并购的基础与动因
- 7.4 跨国并购的历史演进
- 7.5 跨国并购的反垄断规制

知识要求:

1. 跨国并购含义和类型。
2. 跨国并购的动因。
3. 跨国并购的反垄断规制。

教学难点:

跨国并购的反垄断规制。

第九单元 发展中经济体的跨国公司 理论学时 3（自学） 学生演讲 ppt 老师评价（2 课时）

教学内容:

- 10.1 发展中国家的对外投资
- 10.2 发展中国家对外投资理论

知识要求:

- 10.1 了解发展中国家的对外投资
- 10.2 了解发展中国家对外投资理论

第十单元 中国跨国经营及其投资经营 理论学时（3） 学生演讲 ppt 老师评价（2 课时）

教学内容:

- 11.1 中国跨国公司的发展历程
- 11.2 中国跨国公司对外直接投资的特点
- 11.3 中国跨国公司对外直接投资的动机和形式
- 11.4 中国跨国公司的发展趋势
- 11.5 案例——华为的研发扩张

知识要求:

- 11.1 了解我国企业跨国经营现状
- 11.2 了解我国企业“走出去”背景演进
- 11.3 了解我国企业对外直接投资遇到的主要挑战

第十一单元 跨国公司市场营销策略 补充 理论学时 2（课下自学）

教学内容:

- 9.1 目标市场的选择与定位
- 9.2 市场营销产品策略
- 9.3 市场营销价格策略
- 9.4 市场营销渠道策略
- 9.5 市场营销促销策略
- 9.6 直销

知识要求：

- 1 目标市场的选择与定位
- 2 市场营销产品策略
- 3 市场营销价格策略
- 4 市场营销渠道策略
- 5 市场营销促销策略。

能力要求：

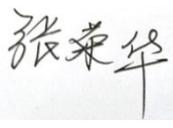
- 1. 掌握市场营销目标市场定位和选择；
- 2. 掌握市场营销的价格策略、渠道策略、促销策略；
- 3. 掌握跨数字直销。

教学难点：

新媒体市场营销。

七、评价方式与成绩

总评构成 (1+X)	评价方式	占比 (%)	评测的毕业要求/指标点编号
1	期终开卷考试	40%	L0112/L0341/L0511
X1	小组案例分析 1: XX 跨国公司面临挑战与对策建议 (Word)。	20%	L0112/L0341/L0511
X2	小组案例演示 2: 小组根据跨国公司案例 1, 进行 PPT 制作以及课堂演讲。	20%	L0112/L0341/L0511
X3	个人案例分析 3: XX 跨国公司的成功关键因素分析。	20%	L0112/L0341/L0511

撰写人：

系主任审核：

时间： 2023 年 2 月 8 日

时间： 2023 年 2 月 8 日