

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС

Б.И. ШЕВЧЕНКО

- ПОЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
- ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЙ БИЗНЕС:
АСПЕКТЫ ЕГО РЕОРГАНИЗАЦИИ
- СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ
МЕЖДУНАРОДНЫМ БИЗНЕСОМ
- ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

+ eПриложение

Дополнительные
материалы
BOOK.ru



Введение	5
----------------	---

ЧАСТЬ I. ПОЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Глава 1. Политические цели и средства субъектов международной экономической деятельности.	13
1.1. Парадигмы взаимосвязи мировой политики и экономики в современном мире	14
1.2. Политико-экономические тенденции развития современного миропорядка в условиях глобализации	28
1.3. Гуманистические ориентиры мирового экономического развития	39
Глава 2. Экономическая дипломатия — современная система межгосударственного регулирования мировой экономики	65
2.1. Сущность экономической дипломатии	66
2.2. Экономическая дипломатия в современной системе международных отношений	78
2.3. Политико-нормативное направление экономической дипломатии	90
2.4. Дипломатическое сопровождение национального бизнеса	107

ЧАСТЬ II. ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЙ БИЗНЕС: АСПЕКТЫ ЕГО РЕОРГАНИЗАЦИИ

Глава 3. Международный бизнес: природа, системное качество и формы	133
3.1. Международный бизнес, его система и признаки	134
3.2. Механизм международного бизнеса и его характерные черты	145
3.3. Международное регулирование транснационального бизнеса	154
Глава 4. Внешняя среда международного бизнеса	165
4.1. Понятие внешней среды: политико-правовые и экономические аспекты	166
4.2. Культурная внешняя среда международного бизнеса	175
4.3. Социальная организация общества, его ценности и взаимоотношения	187
Глава 5. Современные формы международного бизнеса	198
5.1. Развитие сетевых взаимодействий в международном бизнесе	199
5.2. Информационные и коммуникационные технологии в международном бизнесе	211
5.3. Военно-промышленный бизнес	223

ЧАСТЬ III. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМ БИЗНЕСОМ

Глава 6.	Теория международного корпоративного управления	240
6.1.	Основные категории теории управления	241
6.2.	Международные организационные структуры управления	257
6.3.	Типология организационной структуры управления международной компании	267
Глава 7.	Особенности менеджмента международной компании	291
7.1.	Предмет, виды и функции международного менеджмента	292
7.2.	Ключевые характеристики международного менеджмента	302
7.3.	Факторы, влияющие на эффективность международного менеджмента	309
Глава 8.	Международный стратегический менеджмент	318
8.1.	Концепции международного стратегического менеджмента	319
8.2.	Стратегическое планирование в международных организационных структурах	333
8.3.	Стратегический анализ при формировании стратегии международной компании	345
8.4.	Классификация международных бизнес-стратегий	361

ЧАСТЬ IV. ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Глава 9.	Международный маркетинг	372
9.1.	Сущность международного маркетинга	373
9.2.	Маркетинговые стратегии в международном бизнесе	391
9.3.	Маркетинговые исследования мировых рынков	407
9.4.	Маркетинговые коммуникации в международном бизнесе	421
Глава 10.	Международный финансовый менеджмент	437
10.1.	Сущность международного финансового менеджмента	438
10.2.	Состав финансовых ресурсов и капитала	450
10.3.	Управление стоимостью в международном бизнесе	465
Глава 11.	Управление рисками в международном бизнесе	482
11.1.	Сущность и содержание риска в международной предпринимательской деятельности	483
11.2.	Теория управления рисками	498
11.3.	Стратегии управления рисками	509
Глава 12.	Управление корпоративной социальной ответственностью в международном бизнесе	520
12.1.	Концепции корпоративной социальной ответственности бизнеса	521
12.2.	Система менеджмента корпоративной социальной ответственности	534
12.3.	Модели корпоративной социальной ответственности	548
Заключение.		565

еПриложение: дополнительные материалы www.book.ru