قائمة المحتويات

تمهيد.....11

الفصل الأول: مفهوم الأعمال الدولية وطبيعتها.....13

مقدمة:.....15

مفهوم الاعمال الدولية وادارتها.....16

اهمية ادارة الاعمال الدولية.....16

خصائص الاعمال الدولية.....17

أشكال وصور الاعمال الدولية.....17

بيئة الاعمال الدولية.....24

اولا: البيئة السياسية والقانونية.....24

ثانيا: البيئة الثقافية والاجتماعية.....24

ثالثا: البيئة الاقتصادية.....24

رابعا: البيئة التكنولوجية.....25

الفصل الثاني: التجارة الخارجية ونظرياتها.....27

مقدمة.....29

مفهوم التجارة الخارجية (الدولية).....29

اهمية التجارة الخارجية.....30

الاسباب التي ادت الى قيام التجارة الخارجية.....31

الاختلافات بين التجارة الخارجية والتجارة الداخلية.....32

نظريات التجارة الخارجية.....39

العوامل الحركية المؤثرة في قيام التجارة الخارجية.....50

الفصل الثالث: السياسات التجارية الخارجية.....55

المقدمة.....57

مفهوم السياسة التجارية الخارجية.....57

أدوات السياسة التجارية الخارجية.....58

أهداف السياسة التجارية الخارجية.....58

الانظمة الاقتصادية والسياسة التجارية الخارجية.....58
سياسة حرية التجارة الخارجية.....60
مبررات سياسة حرية التجارة الخارجية.....60
سياسة الحماية التجارية الخارجية (القيود).....61
مبررات سياسة الحماية التجارية الخارجية.....62
سياسة الإغراق التجاري.....63
أشكال الإغراق.....63
السياسات التجارية في الدول النامية.....64
خصائص التجارة الخارجية في الدول النامية.....64
المشاكل التجارية في الدول النامية.....65
الفصل الرابع: الدخول إلى الأسواق الناشئة والمتقدمة والتحالف الاستراتيجي.....67
اولا: الدخول الى الأسواق الناشئة والمتقدمة.....69
مقدمة.....69
مفهوم الاسواق الناشئة.....69
مفهوم الاسواق المتقدمة.....69
قرار تحديد السوق الخارجي.....70
الطرق المستخدمة لدخول الاسواق الخارجية.....71
ثانيا: التحالفات الاستراتيجية.....72
مفهوم التحالفات الاستراتيجية.....72
خصائص التحالفات الاستراتيجية.....72
مزايا التحالفات الاستراتيجية.....73
عيوب التحالفات الاستراتيجية.....74
شروط نجاح التحالفات الاستراتيجية.....74
الفصل الخامس: سلسلة التوريد المحلية والدولية.....75
مقدمة.....77
مفهوم سلسلة التوريد.....77
أهمية سلسلة التوريد.....77
اهداف سلسلة التوريد.....78
ابعاد سلسلة التوريد.....79

سلسلة التوريد العلوية والسفلية.....81
سلسلة التوريد المحلية وسلسلة التوريد الدولية.....81
اثر سلاسل التوريد الدولية على الاسواق واسعار المنتجات.....83
الفصل السادس: التسويق الدولي.....85
مقدمة.....87
نطاق السوق (مساحة السوق).....87
مفهوم التسويق الدولي.....88
الاختلافات بين التسويق المحلي و التسويق الدولي.....88
أهمية التسويق الدولي للمنظمات.....89
الأسباب التي تدعو المنظمات لتسويق منتجاتها دولياً.....90
عناصر البيئة الدولية والتسويق الدولي.....90
1) البيئة السياسية والقانونية.....90
2) البيئة الاجتماعية والثقافية.....91
3) البيئة الاقتصادية.....91
4) البيئة التكنولوجية.....92
بعض استراتيجيات التسويق الدولي.....92
الفصل السابع: ميزان المدفوعات وسوق العملات الاجنبية.....93
الاطار الاول: ميزان المدفوعات.....95
مقدمة.....95
مفهوم ميزان المدفوعات.....95
اهمية ميزان المدفوعات.....96
القيد المزدوج في حساب ميزان المدفوعات.....96
هيكل ميزان المدفوعات (مكونات ميزان المدفوعات).....97
التسجيل المحاسبي في ميزان المدفوعات.....98
الاختلال الاقتصادي في ميزان المدفوعات.....99
علاج الاختلال في ميزان المدفوعات.....99
الاطار الثاني: سوق العملات الأجنبية Foreign Exchange.....100
اهمية التعامل بالعملات الاجنبية.....101
تحديد سعر الصرف التوازني للعملة.....101

الطلب على العملة الأجنبية والوطنية.....102
الفصل الثامن: إدارة الموارد البشرية الدولية.....105
مقدمة.....107
مفهوم إدارة الموارد البشرية الدولية.....108
أهمية إدارة الموارد البشرية الدولية.....108
استراتيجيات إدارة الموارد البشرية الدولية.....109
العوامل والأسباب التي دفعت إدارة الموارد البشرية الى التوجه الدولي.....110
أوجه الاختلاف بين إدارة الموارد البشرية المحلية ونظيراتها الدولية.....111
أبرز التحديات التي تواجه إدارة الموارد البشرية الدولية.....112
الفصل التاسع: موضوعات خاصة في الأعمال الدولية.....113
الاطار الاول: الشركات متعددة الجنسيات.....115
مقدمة.....115
مفهوم الشركات متعددة الجنسيات.....115
أسباب نمو الشركات متعددة الجنسيات.....115
استقطاب الاستثمارات الدولية المباشرة.....117
معارضة الشركات متعددة الجنسيات.....117
الاطار الثاني: المناطق الحرة.....118
مفهوم المناطق الحرة.....118
اهمية المناطق الحرة.....118
الاطار الثالث: التجارة الالكترونية.....119
مفهوم التجارة الالكترونية.....119
الخصائص العامة للتجارة الالكترونية.....120
اهداف التجارة الالكترونية.....120
خدمات شبكة الانترنت.....121
الفصل العاشر: الخصخصة والشراكة بين القطاعين العام والخاص.....123
مقدمة.....125
مفهوم الخصخصة.....125
مبررات الخصخصة.....126
اهداف الخصخصة.....126

الخصخصة بين المعارض والمؤيد.....127
مقومات نجاح برامج الخصخصة.....128
العوامل التي تؤدي الى فشل الخصخصة.....129
أساليب خصخصة المنظمات العامة.....129
نبذة عن الخصخصة والشراكة بين القطاعين العام والقطاع الخاص.....129
اهداف ومزايا الشراكة بين القطاعين العام والخاص.....132
التحديات التي تواجه الشراكة بين القطاعين العام والخاص.....132
الفرق بين الخصخصة والشراكة بين القطاعين العام والخاص 133
المراجع.....139