

به نام یگانه هستی بخش...

روابط و نهادهای بین الملل؛ با رویکردی بر تجارت بین الملل

زهرا فتحی

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی (E-MBA)، گرایش مارکتینگ و صادرات



- سرشناسه : فتحی، زهرا، ۱۳۶۵ -
- عنوان و نام پدیدآور : روابط و نهادهای بین الملل : با رویکردی بر تجارت بین الملل / زهرا فتحی.
- مشخصات نشر : اردبیل: باغ رضوان، ۱۳۹۷.
- مشخصات ظاهری : ۲۵۲ ص.
- شابک : ۳۰۰۰۰ ریال 7-41-7931-600-978:
- وضعیت فهرست نویسی : فیپا
- موضوع : روابط بین المللی
- موضوع : International relations :
- موضوع : سازمان های بین المللی
- موضوع : International agencies :
- موضوع : بازرگانی بین المللی
- موضوع : International trade :
- موضوع : اقتصاد بین الملل
- موضوع : International economic relations :
- رده بندی کنگره : ۱۳۹۷/۲۹۰۵/۱۷
- رده بندی دیویی : ۳۲۷/۱۰۱
- شماره کتابشناسی ملی : ۵۲۰۹۲۷۲

شناسنامه کتاب

❖ نام کتاب : روابط و نهادهای بین الملل؛	❖ نویسنده : زهرا فتحی
❖ با رویکردی بر تجارت بین الملل	❖ ناشر : انتشارات باغ رضوان
❖ مؤلف : زهرا فتحی	❖ چاپ و صحافی : شقایق
❖ قطع : وزیری	❖ قیمت : ۳۰۰۰۰ ریال
	❖ شابک : ۷-۴۱-۷۹۳۱-۶۰۰-۹۷۸
	❖ ISBN : 978-600-7931-41-7

کلیه حقوق قانونی و مادی و معنوی برای مؤلف و ناشر محفوظ است. هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق تکثیر تمامی قسمتی از این مجموعه را ندارد. در صورت مشاهده تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند. آدرس انتشارات : اردبیل، میدان ورزش، اول خیابان معادی، روبروی بانک ملی

۰۴۵- ۳۳۲۳۸۲۷۱ - ۰۹۱۴۴۵۲۱۵۰۷

فهرست مطالب

بخش اول - روابط و نهادهای مرتبط با تجارت بین الملل	۱۱
فصل اول - ماهیت روابط بین الملل	۱۳
فصل دوم - دیپلماسی سیاسی و اقتصادی	۳۱
فصل سوم - مبنای تئوریک، مبرر و شکل گیری سازمانهای بین المللی	۵۱
فصل چهارم - سازمان گات و سازمان تجارت جهانی	۶۱
بخش دوم - مفاهیم و موضوعات مرتبط با تجارت بین الملل	۷۵
فصل اول - نظریه های تجارت بین الملل	۷۷
فصل دوم - حقوق مالکیت معنوی در تجارت بین الملل	۸۵
فصل سوم - پولشویی، نحوه انجام و اثرات آن در نظام تجارت بین الملل	۱۰۱
فصل چهارم - وضعیت بانک مرکزی در تجارت بین الملل	۱۱۳
بخش سوم - بازارهای بین المللی و عوامل موثر در آن	۱۲۱
فصل اول - عوامل موثر در تجارت بین الملل	۱۲۳
فصل دوم - بازارهای بین الملل	۱۳۱
فصل سوم - بازاریابی بین الملل	۱۴۳
فصل چهارم - صادرات و عوامل موثر در آن	۱۵۱

بخش چهارم - مفاهیم عملیاتی در تجارت بین الملل.....	۱۵۷
فصل اول - اعتبارات اسنادی در دنیای تجارت بین الملل.....	۱۵۹
فصل دوم - پرداخت و انواع روشهای آن در تجارت بین الملل.....	۱۷۱
فصل سوم - اینکوئترمزها و بیمه های حمل و نقل دریایی در تجارت بین الملل.....	۱۸۹
بخش پنجم - فنون مذاکره در تجارت و تجارت بین الملل.....	۲۱۱
فصل اول - موانعی مفاهیم مرتبط با مذاکرات تجاری.....	۲۱۳
فصل دوم - مذاکره و ابعاد گوناگون آن.....	۲۳۱
فصل سوم - عوامل اثر گذار در مذاکره.....	۲۳۷
فهرست منابع.....	۲۴۷

پیشگفتار

در عصر دانش، تجارت به عنوان جزء جدایی ناپذیر ارزش آفرینی کشورها در صحنه بین الملل، عاملی جهت تحقق اهداف کشورها، از طریق کسب درآمدهای ارزی گردیده است. هر نوآوری و عملکرد نوینی در سطح داخلی کشورها، زمانی ارزش افزوده چندانی را ایجاد خواهند کرد که کشورها بادرک و شناسایی متدهای نوین تجارت و دانش های زمینه ای آن بتوانند سهمی از بازارهای جهانی را از آن خود نمایند. در همین راستاست که گروه بندی ها، کنوانسیون ها و سازمانهای بین المللی مختلفی در سطح جهانی در بین کشورها در حال شکل گیری، رایزنی و مبادله اطلاعات با هم هستند تا با ایجاد توافق، دنیای تجارت بین الملل را تحت تاثیر قرارداد و سهمی از بازارهای جهانی را داشته باشند. به همین دلیل در بازارهای بین الملل، نیازمند درک مدیریتی و تجاری صحیح، براساس قواعد حقوقی، اقتصادی، و سیاسی در سطح بین الملل هستیم، تا از این عرصه غافل نمانده و رشد و توسعه را برای سرزمین ما به همراه آوریم.

در انجام فرایندهای مرتبط با تجارت در سطوح سازمانی، اخلال کشوری حتی در سطوح بین الملل، افراد از طریق ایجاد گروههای و تشکیلات مؤسست چون گروه های مذاکره کننده ویا گروه ها و معاهدات و سازمانهای بین المللی سعی در ایجاد ارتباطات مرتبط با فعالیت های مورد نیاز سازمان در راستای کسب اهداف ویژه خود هستند و همین نیاز به مذاکره پیش نیازهایی چون ارتباطات، ایجاد گروه، رفتارهای گروهی را در دل خود جای می دهد و پس از شکل گیری گروه ها و انجام مذاکرات نیز مباحث گوناگونی تعارض و برنامه ریزی، استراتژی های مذاکره، خطاهای ذهنی و رفتارها و

ویژگی‌های رفتاری مذاکره کنندگان وارد عمل می‌شوند که در ماهیت مذاکرات موثر هستند. در مذاکرات مرتبط با تجارت در سطوح مختلف یاد شده ابتدا اهداف مذاکره را تعیین کرده و با تطبیق آن‌ها با روش‌های حقوقی و اقتصادی و... که در ارتباط با تجارت هستند قدم در راه مذاکره می‌نهییم.

بنابراین در این مخلص بر آن شده‌ام تا با توصیفی از ماهیت روابط بین‌الملل و تجارت بین‌الملل و نحوه همسو سازی این عوامل در راستای ایجاد دیپلماسی تجاری در سطح بین‌المللی و ایجاد درکی از نهادها و نحوه شکل‌گیری کنوانسیون‌ها و معاهدات بین‌المللی و نحوه اثر آن در بازارهای تجاری بین‌الملل، به پیش رفته و با بررسی نظریه‌های مرتبط با تجارت بین‌الملل و مفاهیم مرتبط با بازارها و بازاریابی و تجارت بین‌الملل چون پولشویی، حقوق مالکیت معنوی، وضعیت بانک مرکزی در تجارت بین‌الملل پرداخته و سپس با بحث بر سر مفاهیم عملیاتی چون اعتبارات اسنادی، روش‌های پرداخت بین‌المللی و اینکوترمز و بیمه‌های بین‌المللی کتاب را به پایان برسانیم.

ساختار کلی این کتاب به چهار بخش موضوعی تقسیم شده است، بخش اول با موضوع روابط و نهادهای مرتبط با تجارت بین‌الملل، به تشریح ماهیت روابط بین‌الملل، دیپلماسی سیاسی و اقتصادی، مبانی تئوریک شکل‌گیری سازمان‌های بین‌المللی و تاریخچه و ساختار گات و سازمان جهانی می‌پردازد. در بخش دوم این کتاب با عنوان مفاهیم و موضوعات مرتبط با تجارت بین‌الملل به بررسی مبانی تئوریک تجارت بین‌الملل، موضوعات مرتبط با مالکیت معنوی و پولشویی و وضعیت بانک‌های مرکزی در تجارت بین‌الملل می‌پردازیم. در بخش سوم کتاب به مبحث بازارهای بین‌المللی و

عوامل موثر در آن پرداخته و به مباحثی چون عوامل موثر در بازاریابی بین‌الملل، بازارهای بین‌الملل، بازاریابی بین‌الملل و عوامل موثر در صادرات می‌پردازیم. و در نهایت در بخش چهارم از این کتاب به بررسی مفاهیم عملیاتی در تجارت بین‌الملل چون اعتبارات اسنادی، روش‌های پرداخت در نظام تجارت بین‌الملل و در نهایت بیمه‌های حمل دریایی و اینکوترمز، می‌پردازیم و فنون مذاکره در تجارت و تجارت بین‌الملل بحث را به پایان می‌رسانیم.

زهرافتی

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی (E-MBA)

گرایش مارکتینگ و صادرات

۱۳۹۶