

جهانی شدن کسب و کار

علاء مقنیان ممقانی

www.ketab.ir



سرشناسه	: مقننای مقننای، صفا، ۱۳۵۶-
عنوان و نام پدیدآور	: جهانی شدن کسب و کار/صفا مقننای مقننای.
مشخصات نشر	: تیریز: ایشیق، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ز. ۱۷۱ ص.
شابک	: ۴۰۰۰۰۰ ریال ۲-۵۴۴۷۴۲-۹۷۸-۶۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابخانه.
موضوع	: کسب و کار
موضوع	: Business
موضوع	: جهانی شدن-مجموعه های اقتصادی
موضوع	: Globalization--Economic aspects
موضوع	: بازار بین المللی-مجموعه های اقتصادی
موضوع	: International trade--Economic aspects
موضوع	: بافته بین المللی-مجموعه های اقتصادی
موضوع	: International economic integration
موضوع	: جهانی شدن-مجموعه های اقتصادی
موضوع	: Globalization--Economic aspects--Iran
رده بندی کنگره	: HF۵۷۱۸:
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۷:
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۰۵۴۴۲۰:

شناسه مه کتاب:

نام کتاب: جهانی شدن کسب و کار
مؤلف: صفا مقننای مقننای
تعداد صفحه: ۱۷۱
ناشر: ایشیق
قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان
محل چاپ: تیریز
چاپ اول: ۱۳۹۸
چاپ و صحافی: پیشگام
قطع: وزیری
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۴۴۷-۴۲-۲

نشر ایشیق

۳۶۰۷۱۱۰

۰۹۱۲۱۴۷۳۰۸۷

www.lshigh.ir

۱	فصل اول: جهانی سازی
۲	نظریه جهانی سازی
۷	جهانی شدن به عنوان یک فرآیند تعمیمی
۹	جهانی شدن به عنوان یک پروژه تحمیلی
۱۱	ابعاد مختلف جهانی شدن
۱۲	بعد اقتصادی جهانی شدن
۱۳	بعد سیاسی - امنیتی شدن
۱۴	بعد فرهنگی جهانی شدن
۱۵	بعد حقوقی جهانی شدن
۱۶	بعد اجتماعی جهانی شدن
۱۶	جهانی سازی مدیریت منابع انسانی در عصر جهانی شدن
۱۸	بازارهای توسعه یافته
۱۹	پیشرفت تکنولوژی
۱۹	افزایش فرصت ها
۲۰	پیشرفت در سطح سرمایه گذاری
۲۰	رقابت
۲۱	اثرات قانونی
۲۲	نگرانی های جهانی سازی
۲۴	ویژگی های اصلی جهانی سازی
۲۵	فصل دوم: روابط بین المللی

۲۶	روابط بین المللی
۲۷	ساختارگرایی اجتماعی
۲۹	فرآیندهای اجتماعی در سازمان ها
۲۹	بازاریابی بین المللی
۳۰	مدیریت بازاریابی بین المللی
۳۱	نیروهای محرک
۳۱	آزادسازی مالی
۳۲	تنصوسی سازی
۳۴	اصول خصوصی سازی
۳۵	ادامه احاد مالی
۳۸	آزادسازی در مقابل دوگراتیک سازی
۳۸	عناصر اقتصاد بازار
۳۹	مؤسسات در اقتصاد بازار
۴۰	پیشرفت در اصلاحات عمومی
۴۳	فصل سوم: مقررات حاکم
۴۴	توافق نامه تجارت آزاد (FTA)
۴۵	تغییر در اقتصاد بین المللی
۵۰	مقررات در زمینه محیط جهانی تجارت
۵۱	بررسی تاریخیچه ی روابط میان تجارت و محیط زیست
۵۲	اقدامات مرتبط با حفاظت از منابع طبیعی تجدیدناپذیر
۵۳	اعمال محدودیت بر تولید یا مصرف داخلی
۵۳	موافقت نامه موانع فنی فراروی تجارت (TBT)

- ۵۵ موافقتنامه اقدامات بهداشتی و بهداشت گیاهی
- ۵۶ موافقتنامه کشاورزی
- ۵۷ موافقت نامه عمومی تجارت خدمات
- ۵۸ عملکرد زیست محیطی برخی از ارکان و مقررات نهادی سازمان تجارت جهانی
- ۵۸ ۱. عملکرد کمیته تجارت و محیط زیست
- ۶۰ ۲. شورای عمومی سازمان تجارت جهانی
۳. اقدامات مقرر در فرآیند حل و فصل اختلافات سازمان تجارت
- ۶۰ ۴. مقررات مربوط به عضویت کشورها در سازمان تجارت جهانی
- ۶۲ جایگاه مناسب برای محیط زیست در سازمان تجارت جهانی
- ۶۳ سازمان تجارت جهانی به عنوان سازمانی چند کارکردی
- ۶۶ اصول حاکم بر سازمان تجارت جهانی
- ۶۸ سرمایه گذاری مستقیم خارجی
- ۶۹ رویکردهای جهانی سازی
- ۷۰ جهانی سازی به عنوان یک فرصت
- ۷۲ جهانی سازی به عنوان یک تهدید
- ۷۶ راهکارهای مقابله با جنبه های منفی جهانی سازی
- ۸۱ فصل چهارم: آموزش جهانی سازی
- ۸۲ رهبری جهانی
- ۸۳ پرورش رهبر در مذاکرات جهانی
- ۸۴ تعلیم و تربیت مدیران عمومی جهانی
- ۸۷ اولین دوره صادرات- واردات در آکادمی ICC

۹۱	برنامه آموزش تجارت بین‌المللی (ITAP)
۹۲	توسعه شایستگی ITAP جهانی
۹۳	خدمات آموزش و توسعه متقابل فرهنگی
۹۴	توسعه تیم جهانی
۹۴	تغییر و تحول جهانی
۹۵	توسعه رهبری مالی جهانی - تحول در فرهنگ مالی
۹۷	اخلاق کسب و کار
۹۷	اخلاق مشتری و مشتری
۹۷	اخلاق تنوع فرهنگی
۹۷	رفتار اخلاقی در محیط کار
۹۹	فصل پنجم: ایران و - جهانی شدن
۱۰۰	جایگاه ایران در اقتصاد دنیا کیجاست؟
۱۰۲	نقش جمهوری اسلامی ایران در فرایند جهانی شدن
۱۰۹	مزایای پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی
۱۱۰	موانع و معضلات پیش روی جهانی شدن - اقتصاد ایران چیست؟
۱۱۱	تبارشناسی توسعه و نظریه‌ها
۱۱۵	فرآیند و چرخه توسعه
۱۱۶	اهداف توسعه
۱۱۶	سیاست‌های توسعه
۱۱۷	منابع و امکانات توسعه
۱۱۸	سازمان‌های توسعه
۱۱۹	مکاتب مهم توسعه یافتگی

۱۱۹	۱. مکتب نوسازی
۱۲۱	۲. مکتب وابستگی
۱۲۳	۳. مکتب نظام جهانی
۱۲۵	مفهوم مدیریت توسعه و رویکردها
۱۳۲	آسیب شناسی مدیریت توسعه در ایران
۱۳۲	۱. مفهوم آسیب شناسی مدیریت
۱۳۳	۲. آسیبهای مدیریت توسعه
۱۳۴	۱-۲. آسیبهای نظری
۱۳۹	۲-۲. آسیبهای عملی (اجرایی)
۱۵۰	سخن پایانی (اهمیت دانستن زبان هر کسب و کار)
۱۵۵	منابع

جهانی شدن به تغییراتی در دنیا مربوط می شود که از کشورهای خود فراتر رفته و به سمت جهان متحد پیش می روند. جهانی شدن کسب و کار تغییراتی در کسب و کار است که ارتباط یک شرکت را از یک کشور به چندین کشور دیگر توسعه می دهد. نزدیک سه دهه است که این دیدگاه در کسب و کارهای مختلف طرفدار یافته و در حال گسترش می باشد زیرا کسب و کار، جامعه و محیط، تاثیر بسزایی بر روی اقتصاد دارد. به این جهانی شدن کسب و کار به عنوان عاملی جهت یکپارچگی مردم جهان، سازمان ها و دولت ها می باشد. در دنیای امروز جهانی شدن، نتیجه روابط نزدیکتر در تجارت های بین المللی است که به عنوان توافق تجارت های دو جانبه شناخته می شوند. در دهه های آخر قرن بیستم، بسیاری از موانع تجارت بین المللی از بین رفتند و تعداد زیادی از شرکت ها برای دستیابی به مزیت رقابتی، راهبردهای جهانی را دنبال کردند. پیروی از استراتژی های جهانی برای به دست آوردن مزیت رقابتی شروع شد. مدیران به جای فکر کردن به بازارهای ملی و اقتصادهای ملی، به بازارهای جهانی فکر کردند.

جهانی شدن چیزی بیش از گسترش صرف تجارت بین المللی است. این مورد شامل سازمان هایی است که به تعداد فزاینده ای در بازارهای جغرافیایی پراکنده گسترش یافته اند. هدف غایی جهانی شدن یک بازار جهانی منفرد است. بر این اساس جهانی

شدن مجموعه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها را پیش روی سازمان‌ها قرار می‌دهد. وقتی شرکتی وب‌سایت خود را راه‌اندازی کرد، حرکت به سوی جهانی شدن را آغاز کرده است، چرا که با دسترسی به یک پایگاه، مشتریان عظیم بالقوه و فاقد مرزهای ملی را افزایش داده است.

کتاب حاضر با هدف فراهم‌آوری دانشی کلی از جهانی شدن کسب و کار تهیه و نگاشته شده است. طرح کلی کتاب بدین قرار است: جهانی سازی، کلیات و تاریخچه مختصری از آن؛ روابط بین‌المللی؛ اقتصاد و مسائل پیرامون آن؛ توافق نامه تجارت آزاد (FTA) و مقررات در زمینه محیط تجاری؛ فرصت‌ها و تهدیدهای جهانی سازی؛ برنامه آموزش تجارت بین‌المللی (TAP)؛ جایگاه ایران در اقتصاد دنیا و سهم ایران در جهانی شدن و مسائل مربوط به توسعه و مدیریت آن.

صفا مقنیان ممقانی

۱۳۹۸