

Содержание

Предисловие

Раздел I. Управление внешнеэкономической деятельностью
предприятия в условиях развития рыночной экономики в России

Глава 1. Проблемы интеграции России в систему мирохозяйственных
связей

1.1. Россия в современном мире. Оценка конкурентоспособности
российской экономики

1.2. Взаимозависимость социально-экономического состояния страны и
ее внешнеэкономических связей

1.3. Взаимодействие России и российских регионов с Европейским
Союзом

1.4. Внешнеэкономические связи России и стран СНГ

1.5. Экспортная специализация России

Глава 2. Регулирование внешнеэкономической деятельности в России

2.1. Регулирование внешнеэкономической деятельности на уровне
государства

2.2. Регулирование внешнеэкономической деятельности на уровне
региона

Глава 3. Организация управления внешнеэкономической деятельностью
на уровне предприятия

3.1. Работа предприятия по выходу на внешний рынок

3.2. Формы организации внешнеэкономической службы на уровне
предприятия

Раздел II. Организационно-правовые и экономические условия выбора иностранного партнера

Глава 4. Выбор иностранного партнера

4.1. Классификация фирм, действующих на мировом рынке

4.2. Правовое положение и ответственность фирм

Глава 5. Основные показатели деятельности зарубежных фирм

5.1. Отчетность фирм

5.2. Показатели, характеризующие фирму

Глава 6. Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности

6.1. Источники коммерческой информации

6.2. Интернет и внешнеэкономическая деятельность

6.3. Внешнеэкономическая деятельность организации и

Международная торговая палата

Раздел III. Договор международной купли-продажи товаров.

Экономическое обоснование решений

Глава 7. Международный коммерческий договор (контракт)

7.1. Международный коммерческий договор (контракт): понятие и юридические признаки

7.2. Источники правового регулирования договорных отношений в сфере международного коммерческого оборота

7.3. Договор (контракт) международной купли-продажи товаров: понятие и признаки

7.4. Правовой режим заключения договора (контракта) международной купли-продажи товаров

7.5. Формирование содержания договора международной купли-продажи товаров

Глава 8. Экономический анализ внешнеэкономической деятельности предприятия

- 8.1. Анализ внешнеторговой деятельности предприятия
- 8.2. Дисконтирование при расчете эффективности внешнеторговых операций
- 8.3. Влияние валютного курса на экономические результаты деятельности хозяйствующих субъектов

Раздел IV. Финансовые аспекты организации внешнеэкономической деятельности

Глава 9. Валютно-финансовые отношения предприятий с зарубежными партнерами

- 9.1. Основы валютного законодательства РФ
- 9.2. Основы организации международных расчетов
- 9.3. Формы международных расчетов
- 9.4. Банковская гарантия в практике международных расчетов
- 9.5. Валютно-финансовые условия контрактов
- 9.6. Кредитование внешней торговли

Глава 10. Международный рынок ценных бумаг. Операции на международных биржах, торгах, аукционах

- 10.1. Международный рынок ценных бумаг
- 10.2. Операции на международных биржах
- 10.3. Коммерческие операции на международных торгах и аукционах

Глава 11. Страхование и внешнеэкономическая деятельность

- 11.1. Общие вопросы управления рисками во внешнеэкономической деятельности
- 11.2. Страхование внешнеторговых грузов
- 11.3. Страхование экспортных кредитов
- 11.4. Страхование рисков, связанных с инвестициями
- 11.5. Страхование ответственности

11.6. Страхование строительных рисков

11.7. Перестрахование

Раздел V. Проведения внешнеэкономических операций: организация и техника

Глава 12. Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности

12.1. Таможенные органы Российской Федерации на современном этапе

12.2. Правовые основы регулирования таможенной деятельности

12.3. Таможенный контроль внешнеэкономической деятельности

12.4. Временное хранение товаров и транспортных средств при производстве таможенного оформления и таможенного контроля

12.5. Таможенное оформление товаров и транспортных средств

12.6. Таможенные пошлины и таможенные сборы

Глава 13. Система корпоративных ценностей предприятия во внешнеэкономической среде

13.1. Трансформация системы корпоративных ценностей предприятия во внешнеэкономической среде

13.2. Элементы системы корпоративных ценностей во внешнеэкономической среде

Глава 14. Арендные операции во внешнеэкономической деятельности

14.1. Аренда: понятие и виды

14.2. Условия арендного договора

14.3. Лизинг

Глава 15. Посредническая деятельность на рынке

15.1. Целесообразность использования посредников

15.2. Виды посреднической деятельности

15.3. Договоры консигнации

15.4. Торговые агенты. Агентские соглашения

- 15.5. Дистрибьюторские услуги
- 15.6. Права посредников на рынках
- 15.7. Риски в международной торговле
- 15.8. Вознаграждение посредников
- 15.9. Посредничество на российском рынке
- 15.10. Организация сбыта

Глава 16. Транспортная логистика во внешнеэкономической деятельности предприятия

- 16.1. Задачи транспортной службы предприятия во внешнеэкономической деятельности
- 16.2. Логистический выбор
- 16.3. Алгоритм доставки груза
- 16.4. Перспективы развития транспортной логистики

Глава 17. Выставки и конференции как способ интеграции в мировую экономическую систему

- 17.1. Современное содержание международной выставочной и конгрессной деятельности
- 17.2. Международная выставка в системе управления внешнеэкономической деятельностью предприятия
- 17.3. Особенности участия предприятия в международных конгрессах

Раздел VI. Формирование образа фирмы во внешней среде и на международном рынке

Глава 18. Качество во внешнеэкономической деятельности предприятия

- 18.1. Качество как понятие
- 18.2. Показатели качества
- 18.3. Приоритетные направления повышения качества
- 18.4. Сертификация

Глава 19. Инвестиционная привлекательность предприятия

19.1. Оценка стоимости предприятия

19.2. Корпоративное управление

19.3. Управление инвестиционной привлекательностью предприятия

Глава 20. Инновационные аспекты внешнеэкономической деятельности предприятий

20.1. Инновации и инновационное развитие

20.2. Инновационная основа внешнеэкономической деятельности предприятий

Глава 21. Паблик рилейшнз

21.1. Формирование позитивного имиджа

21.2. Составляющие деятельности PR

21.3. Практика рекламы в области PR

21.4. Методы PR

21.5. Оценка результатов

Библиографический список