

Хасбулатов Р. И.

Международное предпринимательство : учебник. — 2-е изд., перераб.
и доп. — Москва : Проспект, 2016. — 640 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1. Экономическая среда и предпринимательство	12
1. Общая характеристика.....	12
2. Новые тенденции.....	19
3. Структуры и отраслевые сдвиги в мировом хозяйстве: пространственно-континентальная динамика.....	21
4. Тип экономического роста с позиций экспорта и импорта товаров и услуг.....	23
5. ТрансТихоокеанское торговое партнерство и ТрансЕвроатлантическое торговое и инвестиционное партнерство: институциональные контуры.....	28
6. Уровень вовлеченности стран в международную торговлю: индекс интернационализации страны.....	29
7. Региональный рост и товарная структура мировой торговли — отражение тенденции роста доли современных средств производства.....	33
8. Международная конкурентоспособность стран.....	35
9. Глобальный индекс конкурентоспособности.....	36
10. Изменение структуры общества: рост среднего класса и потребления.....	41
11. Международная торговля.....	44
12. Роль государства.....	46
Глава 2. Предприятия и предпринимательство — понятия, сущность и содержание	56
1. Понятия и определения.....	56
2. Эволюция предприятия: от собственности индивидуального лица к коммерческому обществу.....	59
3. Предприниматель и предприятие.....	64
4. Разновидности предприятий.....	68
5. Виды фирм.....	69
6. Корпорация США — XXI век.....	74
7. Разнообразие форм деятельности: иллюстрации.....	79
8. Управленческий персонал компаний.....	82
9. Национальное и международное предпринимательство — общая характеристика.....	84
10. Правовой аспект взаимоотношений менеджера и акционера: миф об акционерном капитале.....	88

11. Институциональная структура предпринимательства: мелкий, средний, крупный бизнес США.....	90
12. Малый бизнес в Америке.....	91
13. Корпоративная Америка.....	93
Глава 3. Теории менеджмента — становление и развитие.....	98
1. Понятие и содержание.....	98
2. Особенности теории.....	101
3. Международное и национальное предпринимательство — новые явления.....	105
4. Учет внутренних и внешних изменений.....	109
5. Группировки рынков для деятельности отдельных компаний.....	111
6. Показатели возможностей для предпринимательства.....	112
7. Динамизм менеджмента.....	113
8. Изменение структуры менеджмента.....	115
9. Школы теорий управления.....	118
10. Теории предшествовавших периодов.....	121
11. Функциональное управление.....	123
12. Целевые ориентации.....	126
13. Главные функции менеджмента.....	128
14. Разделение функций управления.....	131
15. Вклад школы человеческих отношений в теории управления.....	131
16. Теории лидерства.....	132
17. Современные теории управления.....	133
18. Воздействие меняющихся условий.....	135
19. Изменяющиеся предпочтения.....	135
20. Углубление разделения функций собственности и управления.....	136
21. Современные тенденции в менеджменте.....	139
22. Концепция ключевой компетентности.....	150
23. Изменения в технологии международного менеджмента.....	156
24. Новые подходы (и принципы) организации фирменной деятельности.....	164
Глава 4. Экономика и рынок — эволюция спроса и предложения: теория и политика.....	172
1. Изменения рыночной среды.....	172
2. Немного из истории экономических учений.....	180
3. Наступление неолиберал-монетаризма.....	184
4. Либерально-монетарная разновидность экономической теории.....	185
5. Неокейнсианцы и последователи теории общего равновесия.....	187
6. Изменения экономической среды: внутренняя интеграция.....	192
7. Требования рынка к управлению компаниями.....	195
8. Изменения мировой экономической среды.....	202
9. Многообразие форм и видов собственности в смешанной экономической системе.....	205
10. Рынок и государство.....	206
11. Эволюция главной цели капиталистического производства: рынок и государство.....	208
12. Современная экономика — это смешанная экономика.....	209
13. Социальные контрреволюции.....	212
Глава 5. Глобальный рынок в организационном строении предпринимательства — внешние и внутренние экстерналии.....	218
1. Общая характеристика.....	218
2. Критерии в международном предпринимательстве.....	221

3. Изменения организационных структур фирмы.....	223
4. Отражение на структурах корпораций процесса социализации.....	228
5. Индустриальные и постиндустриальные модели строения менеджмента.....	232
6. Предпринимательство и процессы концентрации производства.....	236
7. Диверсификация фирм.....	238
8. Модели конкуренции.....	239
9. Особая роль фактора глобализации.....	241
10. Тенденции, определившиеся в 90-х гг. XX в. в эпоху глобализации.....	246
11. Неутолимая жажда потребления.....	247
Глава 6. Транснациональные корпорации (ТНК) в мировой экономике.....	253
1. Понятие, сущность, основные черты.....	253
2. Сферы международного предпринимательства ТНК.....	265
3. Компания Koch Industries и ее владельцы.....	270
4. Строительство нефтеперерабатывающих заводов в СССР.....	271
5. Международное производство ТНК в формах СНУК.....	273
6. ТНК в переходных и развивающихся странах.....	278
7. ТНК как фактор укрепления взаимозависимости государств.....	283
8. Некоторые новые тенденции деятельности ТНК.....	284
9. Российские ТНК и особенности формирования русского капитализма.....	287
10. Евроатлантическая интеграция: институциональные контуры.....	289
Глава 7. Менеджмент: деятельность, общие принципы.....	294
1. Понятие, сущность, содержание.....	294
2. Анализ деятельности предпринимателя-менеджера.....	295
3. Функции менеджера.....	304
4. Менеджмент и менеджмент бизнеса по Питеру Друкеру.....	305
5. Предприниматель и менеджер: особенности взаимодействия.....	308
6. Фрагменты современных теорий фирмы и рынка.....	309
7. Революция менеджеров.....	313
8. Питер Друкер о производительности работников умственного труда.....	320
9. Требования к менеджменту.....	326
10. Организация менеджмента.....	330
11. Менеджмент и внешняя среда организации.....	334
12. Процесс (технология) управления организацией.....	337
13. Как руководить персоналом.....	338
Глава 8. Маркетинг — функция менеджмента.....	342
1. Общая характеристика.....	342
2. Возникновение маркетинга.....	345
3. Анализ общей среды.....	351
4. Факторы международного маркетинга компании.....	352
5. Национальная стратегия маркетинга.....	352
6. Сферы влияния внешних и внутренних факторов на рынке и в планировании деятельности корпораций.....	355
7. Осознание проблемы.....	358
8. Поиск информации.....	359
9. Покупка как процесс и результат.....	359
10. Международный маркетинг.....	360
11. Изучение среды международного маркетинга.....	362
12. Решение о целесообразности выхода на внешний рынок и выбор рынка.....	363
13. Маркетинг в России.....	364

Глава 9. Топ-менеджмент: глобальные стратегии.....	368
1. Подготовка к выходу на глобальные рынки.....	368
2. Политико-правовая среда.....	374
3. Глобальные стратегии ТНК.....	375
4. Трансфертные цены.....	378
5. Стратегические альянсы.....	379
6. Управление стратегическим альянсом.....	384
7. Девять принципов (рекомендаций) профессора Дэниэла Айзенберга по созданию предпринимательской эффективности.....	387
8. Топ-менеджмент в представлениях профессора Питера Друкера: штрихи деятельности.....	396
9. Единственно правильный способ управления персоналом.....	402
10. Мотивы и способы выхода корпораций на международные рынки.....	406
11. Стратегии выхода на международный рынок торговой компании.....	408
12. Характерные особенности глобальной стратегии компаний.....	411
13. Понятие и сущность стратегии управления компаниями.....	416
14. Системный подход и системный анализ.....	418
15. Глобальная этика и этика предпринимателя.....	426
Глава 10. ТНК в горнодобывающей промышленности, сельском хозяйстве, сфере лицензий и инфраструктуре.....	433
1. Международный бизнес в отраслях добывающей промышленности.....	433
2. Частные и государственные ТНК.....	436
3. Последствия деятельности сырьевых ТНК для принимающих стран.....	440
4. Необходимость государственного регулирования деятельности ТНК, нормы и способы.....	445
5. ТНК: международное предпринимательство в сельском хозяйстве (развивающиеся и переходные страны).....	448
6. Международный бизнес в сфере лицензий и других технологий.....	458
7. Международное предпринимательство в инфраструктурных проектах.....	463
Глава 11. Международное предпринимательство в секторе деловых услуг и образовании.....	475
1. Понятие и содержание деловых услуг.....	475
2. Рост торговли деловыми услугами: развитые страны — основные экспортеры.....	476
3. Формы деловых услуг.....	478
4. Особенности международной торговли услугами.....	481
5. Транспортные услуги, связанные с обслуживанием внешней торговли.....	482
6. Услуги в области информации.....	484
7. Услуги по современным и информационным коммуникациям: экономическая эффективность.....	487
8. Программное обеспечение компьютеров.....	488
9. Иные услуги.....	490
10. Образование в системе международных социальных и экономических отношений.....	491
11. Улучшение образования по вопросам предпринимательства и развитие предпринимательских навыков у молодежи: взгляд ООН.....	496
12. Глобальные молодежные предпринимательские инициативы ООН.....	500
Глава 12. Предпринимательство в международном туризме.....	504
1. Понятие, сущность и содержание предпринимательства в туристском секторе (международных путешествиях).....	504

2. Основные тенденции в международном туризме.....	506
3. Воздействие международного туризма на экономику стран.....	510
4. Туристский маркетинг.....	510
5. Экономический эффект и география международного туризма.....	511
6. Современные тенденции.....	513
7. Туристическая инфраструктура: воздушные перевозки.....	519
8. Международное содействие туризму в целях развития предпринимательства.....	520
9. Укрепление рыночных тенденций в международной туристической сфере.....	521
10. Страны, расходующие больше всего средств на международный туризм.....	522
11. Формирование спроса на международные путешествия.....	526
12. Факторы предложения.....	529
13. Глобализация индустрии туризма.....	531
Глава 13. Анализ роли предпринимательства в работах международных организаций.....	536
1. ООН о предпринимательстве.....	536
2. Всемирный Банк (ВБ) о предпринимательстве и ведении бизнеса.....	553
Глава 14. Международное предпринимательство и устойчивое развитие: новые подходы.....	573
1. Понятие устойчивого экономического развития.....	573
2. Комплекс глобальных экологических проблем.....	576
3. Предпринимательство и экология: три стратегии.....	581
4. Экологически ориентированное развитие компаний: от планов к реальности.....	585
5. Устойчивое развитие и переход компаний на «зеленые» технологии.....	586
Глава 15. Политика, экономическая дипломатия и технологии переговоров.....	594
1. Внешнеэкономическая политика государств, механизм ее формирования.....	594
2. Внешнеэкономические связи и платежный баланс.....	596
3. Содержание и опыт экономической дипломатии.....	609
4. Фрагменты механизма внешнеэкономической политики США.....	610
5. Экономическая дипломатия и технология международных переговоров.....	616
6. Необходимость создания Кодекса экономических переговоров.....	620
7. Факторы воздействия на деловые переговоры.....	621
Список литературы.....	632