

د. سعد غالب ياسين

الإدارة الدولية



اليازوري

1439 هـ

المحتويات

٥	المقدمة
	الفصل الأول
	أساسيات الإدارة الدولية
١١	تقديم
١١	- الإدارة الدولية والأعمال الدولية
١٢	- الإدار . الدولية وإدارة الأعمال
١٣	أولاً : مفهوم الإدارة الدولية
١٤	ثانياً : أهداف الإدارة الدولية
١٨	ثالثاً : العوامل المؤثرة في ظهور وتطور الإدارة الدولية
٢٧	رابعاً : عملية الإدارة الدولية
	الفصل الثاني
	الإدارة الدولية ومداخل الانتقال إلى أنشطة الأعمال الدولية
٣٥	أولاً : العوامل المؤثرة في اختيار مدخل الانتقال المناسب
٣٨	ثانياً : مدخل التصدير
٤٠	١ - قنوات توزيع وتسويق التصدير
٤٢	٢ - العلاقة بين نشاط التصدير وحجم الشركة الدولية
٤٦	٣ - تصميم استراتيجية التصدير
٥٠	ثالثاً : الترخيص الدولي
٥٢	١ - المخاطر المرافقة للتخصيص الدولي
٥٢	٢ - اتفاق التخصيص الدولي
٥٤	رابعاً : الامتياز الدولي
٥٥	خامساً : الإدارة الدولية والتحالفات الاستراتيجية
٥٥	١ - التحالف الاستراتيجي Joint Venture
٥٦	٢ - فوائد التحالفات الاستراتيجية الدولية

٦٤	٣- أسباب فشل التحالفات الاستراتيجية الدولية
٦٨	٤- الشروط الأساسية لنجاح التحالفات الاستراتيجية الدولية
٧١	سادساً: إدارة الشركات المشتركة الدولية
٧٢	١- أهداف المشروعات المشتركة الدولية
٧٨	٢- شروط نجاح المشروعات المشتركة الدولية
٨٠	سابعاً: إدارة الاندماج والامتلاك
٨٢	١- تنفيذ الاندماج الاستراتيجي
٨٣	٢- الاستثمار المباشر الخارجي
٨٥	ثامناً: عقود التصنيع
٨٥	تاسعاً: عقود الإدارة
٨٧	عاشراً: عمليات تسليم المفتاح

الفصل الثالث

مراحل عملية الإدارة الدولية

٩١	أولاً: صياغة الرؤية الاستراتيجية
٩٢	ثانياً: صياغة رسالة المنظمة
٩٤	- دراسة حالة: تحليل وصياغة رسالة المنظمة بالتطبيق على رسالة شركة ABB
١٠٣	ثالثاً: صياغة الأهداف الاستراتيجية
١٠٧	- الإدارة بالأهداف
١١١	رابعاً: تحليل بيئة الأعمال الدولية
١١٢	١- قسط البيئة الدولية
١١٤	٢- تحليل وتقييم التهديدات
١١٨	٣- تحليل هيكل المنافسة
١٢٨	٤- تحليل حاذبية الصناعة
١٣٠	خامساً: تحليل البيئة الداخلية للمنظمة
١٣٩	١- نموذج سلسلة القيمة لتحليل الأنشطة الداخلية
١٤٣	٢- تطبيق تحليل Swot

الفصل الرابع

صياغة استراتيجية الأعمال الكونية

- أولاً : استراتيجيات المنافسة الكونية (Porter) ١٥٦
- ثانياً : اختيار استراتيجية الأعمال للشركات المتعددة الجنسيات والدولية ... ١٦٠
- ثالثاً : الاستراتيجية الدولية ومفهوم التعاضد ١٧٦

الفصل الخامس

تطبيق نماذج تحليل حقيية الأعمال الصياغة

استراتيجية الأعمال الدولية

- أولاً : نموذج جماعة بوسطن الاستشارية (BCG) ١٨١
- ثانياً : نموذج شاشة الأعمال لشركة (GE) ١٨٧
- ثالثاً : مصفوفة تحليل تطور السوق / المنتج ١٩٢
- رابعاً : نموذج SPACE ١٩٦
- خامساً : المدخل الحديث في صياغة استراتيجية المنظمة ٢٠٣

الفصل السادس

تطبيق استراتيجية الأعمال الدولية

- أولاً : العلاقة بين صياغة وتطبيق الاستراتيجية ٢١١
- ثانياً : مستلزمات تطبيق استراتيجية المنظمة ٢١٣
- ثالثاً : استراتيجية الأعمال الدولية والهيكل التنظيمي ٢١٦
- حالة دراسية حول علاقة الاستراتيجية بالهيكل التنظيمي ٢١٨
- رابعاً : الانظمة الإدارية المساندة لتطبيق استراتيجية الأعمال الدولية ٢٢٤
- خامساً : أسلوب القيادة الإدارية ٢٣٠
- سادساً : نظرية McKinsey لتطبيق الاستراتيجية ٢٣٦
- سابعاً : تحليل الثقافة التنظيمية ٢٣٨
- ١ - منهجية تحليل وتقييم ثقافة المنظمة الدولية ٢٤٣
- ٢ - الاتصالات بين الثقافات التنظيمية المتعددة ٢٥١

الفصل السابع

عمليات رقابة وتقييم استراتيجية الأعمال الدولية

٢٥٧	أولاً : الرقابة التقليدية
٢٦١	ثانياً : الاستراتيجية والرقابة
٢٦٤	ثالثاً : الرقابة في الإدارة الدولية
٢٦٩	رابعاً : مستويات عملية مراجعة وتقييم الاستراتيجية
	خامساً : الأدوات المستخدمة لمراقبة وتقييم الشركات المتعددة الجنسيات
٢٨٤	والشركات الدولية

الفصل الثامن

تنظيم الشركات متعددة الجنسيات

٢٩٤	أولاً : الهياكل التنظيمية للشركات متعددة الجنسيات
٢٩٥	١ - الهيكل التنظيمي على أساس المجال الكوني
٢٩٧	٢ - الهيكل التنظيمي على أساس المنتج الكوني
٣٠٠	٣ - الهيكل التنظيمي للمصفوفة الكونية
٣٠٢	٤ - هيكل التنظيم الوظيفي الكوني
٣٠٤	٥ - الهيكل التنظيمي على أساس المستهلك الكوني
٣٠٧	ثانياً : المدير الدولي : الخصائص والأدوار

الفصل التاسع

مدخل لوظائف منظمة الأعمال الدولية

٣١٩	أولاً : التسويق الدولي
٣٢٠	ثانياً : التصنيع الدولي وإيجاد المصادر
٣٢٣	ثالثاً : المحاسبة الدولية والإدارة المالية الدولية
٣٢٧	الملاحق
٣٣٨	قائمة المراجع باللغة العربية
٣٣٨	قائمة المراجع باللغة الإنجليزية
٣٤٣	المصطلحات
٣٤٩	المحتويات