

Spis treści

Spis treści	3
Wstęp	7
A. Geneza i współczesne problemy globalizacji	7
B. Prezentacja problemu	18
C. Hipotezy	19

Część I

Znaczenie państw i korporacji transnarodowych w systemie światowym

Rozdział I

Teoretyczna interpretacja znaczenia państw i korporacji transnarodowych w systemie światowym z punktu widzenia ekonomii globalnej	25
1. Interpretacja neorealistyczna	25
1.1. Istota teorii	25
1.2. Interpretacja znaczenia państw i korporacji transnarodowych	26
2. Interpretacja neomarksistowska	28
2.1. Istota teorii	28
2.2. Interpretacja znaczenia państw i korporacji transnarodowych	29
3. Interpretacja neoliberalna	31
3.1. Istota teorii	31
3.2. Interpretacja znaczenia państw i korporacji transnarodowych	32
4. Interpretacja globalnej spirali polityczno-ekonomicznej	34
4.1. Istota teorii	34
4.2. Interpretacja znaczenia państw i korporacji transnarodowych	35
5. Porównanie interpretacji teoretycznych	37

Rozdział II

Znaczenie zbiorowej hegemonii mocarstw i korporacji transnarodowych w globalizacji systemu światowego.....	39
1. Porównanie znaczenia państw i korporacji transnarodowych w gospodarce światowej	39
2. Znaczenie polityki mocarstw w procesie globalizacji	45
3. Znaczenie zbiorowej hegemonii globalnej mocarstw i korporacji transnarodowych dla stabilizacji i globalizacji systemu światowego .	46

Rozdział III

Znaczenie organizacji międzynarodowych w procesie globalizacji systemu światowego	64
1. Wpływ proglobalistycznych rządowych i pozarządowych organizacji i instytucji międzynarodowych na system światowy	64
2. Wpływ organizacji antyglobalistycznych, alterglobalistycznych i konsumenckich na system światowy	77

Wnioski z części I	82
--------------------------	----

Część II

Znaczenie globalizacji marketingu politycznego i ekonomicznego (marketingu mix) jako narzędzia korporacji transnarodowych w walce o hegemoniczną pozycję w systemie światowym

Rozdział IV

Znaczenie globalizacji strategii marketingu politycznego jako narzędzia wpływu korporacji na politykę państw	85
1. Istota marketingu politycznego	85
2. Globalizacja strategii marketingu politycznego jako efekt wzajemnych powiązań polityków i korporacji transnarodowych	87

Rozdział V

Globalizacja produktu i marki	91
1. Sposoby pozycjonowania produktu	91
2. Strategia produktu jako element marketingu mix	93
3. Cykl życia produktu	94
4. Cykl życia produktu dla artykułów przemysłowych i rolno- -spożywczych	94
5. Strategie dywersyfikacji i koncentracji produktu	97
6. Strategie rozciągania i nierozciągania marki	100
7. Globalizacja produktu i marki	104
8. Dywersyfikacja i koncentracja produktu jako konkurencyjne strategie dla małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu w warunkach globalizacji	107

Rozdział VI

Globalizacja ceny	111
1. Strategia ceny	111
2. Cena w warunkach globalizacji	114

Rozdział VII

Globalizacja strategii promocji	121
1. Strategia promocji	121
2. Globalizacja narzędzi strategii promocji	125
2.1. Globalizacja reklamy	126
2.2. Globalizacja promocji sprzedaży	129
2.3. Globalizacja publicity (public relations)	129
2.4. Globalizacja sprzedaży osobistej	130
2.5. Globalizacja marketingu bezpośredniego	131

Rozdział VIII

Globalizacja kanałów dystrybucji	133
1. Strategia dystrybucji	133
2. Globalizacja strategii dystrybucji	136

3. Znaczenie globalizacji kanałów dystrybucji dla biznesu małego i średniego	140
Wnioski z części II	143
Część III	
Perspektywy zmian systemu światowego w następstwie globalizacji	
Rozdział IX	
Koszty i korzyści z globalizacji. Perspektywy zmian systemu światowego	147
1. Problemy nierównomiernego rozwoju świata: koszty i korzyści z globalizacji	147
2. Perspektywy zmian systemu światowego	154
Wnioski z części III	158
Zakończenie	159
Tabele	166
Tabela 1. Bilans obrotów bieżących USA w latach 1946–2005	166
Tabela 2. Kursy głównych walut świata względem dolara amerykańskiego w latach 1969–2005	169
Tabela 3. Nominalne i procentowe zmiany kursu dolara amerykańskiego wyrażone w głównych walutach świata w okresie od upłynięcia kursów walutowych w marcu 1973 r. do roku 1998	172
Tabela 4. Nominalne i procentowe zmiany kursu dolara amerykańskiego wyrażone w głównych walutach świata w okresie od wprowadzenia do obiegu euro w 1999 r. do roku 2005	173
Tabela 5. Procentowe zmiany w realnym produkcie krajowym brutto USA w latach 1959–2005	174
Wykaz literatury	177