

CUPRINS

CAPITOLUL I

COMERȚUL - SECTOR AL ECONOMIEI NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE 11

| | |
|---|----|
| SECȚIUNEA I. NOȚIUNEA, FUNCȚIILE ȘI SPECIFICUL ACTIVITĂȚII DE COMERȚ | 11 |
| § 1. <i>Noțiunea de comerț</i> | 11 |
| § 2. <i>Funcțiile comerțului</i> | 16 |
| § 3. <i>Tipologia activității de comerț</i> | 18 |
| § 4. <i>Relațiile de piață generate de comerț</i> | 19 |
| SECȚIUNEA A II-A. COMERȚUL CU RIDICATA..... | 22 |
| § 1. <i>Noțiunea și caracteristicile comerțului cu ridicata</i> .. | 22 |
| § 2. <i>Importanța economică a comerțului cu ridicata</i> | 25 |
| § 3. <i>Funcțiile comerțului cu ridicata</i> | 26 |
| SECȚIUNEA A III-A. COMERȚUL CU AMĂNUNTUL..... | 28 |
| § 1. <i>Noțiunea și caracteristicile comerțului cu amănuntul</i> | 28 |
| § 2. <i>Importanța economică a comerțului cu amănuntul</i> .. | 30 |
| § 3. <i>Funcțiile comerțului cu amănuntul</i> | 30 |
| SECȚIUNEA A IV-A. COMERȚUL INTERNAȚIONAL CA VEHICUL AL ECONOMIEI INTERNAȚIONALE..... | 31 |
| § 1. <i>Economiile naționale ca bază a economiei internaționale</i> | 31 |
| § 2. <i>Globalizarea economiei internaționale</i> | 33 |

CAPITOLUL II

TEORII CLASICE ȘI MODERNE PRIVIND COMERȚUL INTERNAȚIONAL 46

SECȚIUNEA I. TEORII CLASICE PRIVIND COMERȚUL

INTERNAȚIONAL 46

§ 1. Comerțul dintre țări 46

§ 2. Mercantilismul 48

§ 3. Teoria avantajului absolut (Adam Smith) 49

§ 4. Teoria avantajului comparativ sau modelul ricardian 50

SECȚIUNEA A II-A. TEORII MODERNE PRIVIND COMERȚUL

INTERNAȚIONAL 55

§ 1. Modelul Eli Heckscher-Bertil Ohlin (resursele și
comerțul) 55

§ 2. Factorii specifici și distribuția veniturilor. Modelul
Paul Samuelson și Ronald Jones 56

§ 3. Modelul standard al comerțului. Paul Krugman și
Maurice Obstfeld. 59

§ 4. Avantajul competitiv (modelul Michael Porter) 61

CAPITOLUL III

POLITICA COMERCIALĂ – INSTRUMENTE ȘI MĂSURI FOLOSITE PE PLAN INTERNAȚIONAL 64

SECȚIUNEA I. DEFINIȚIA, OBIECTIVELE ȘI FUNCȚIILE POLITICII

COMERCIALE 64

§ 1. Definiția politicii comerciale 64

§ 2. Obiectivele politicii comerciale 66

§ 3. Funcțiile politicii comerciale 67

SECȚIUNEA A II-A. POLITICA COMERCIALĂ TARIFARĂ (POLITICA VAMALĂ) 68

| | |
|--|----|
| § 1. <i>Tariful vamal</i> | 68 |
| § 2. <i>Taxa vamală</i> | 69 |
| § 3. <i>Teritoriul vamal</i> | 71 |
| SECȚIUNEA A III-A. POLITICA COMERCIALĂ NETARIFARĂ | 72 |
| § 1. <i>Caracteristici ale politicii comerciale netarifare</i> | 72 |
| § 2. <i>Restricțiile de ordin cantitativ</i> | 73 |
| § 4. <i>Restricții tehnice și calitative</i> | 75 |
| SECȚIUNEA A IV-A. POLITICI DE PROMOVARE ȘI STIMULARE A EXPORTULUI | 77 |
| § 1. <i>Mijloace de promovare a exportului</i> | 77 |
| § 2. <i>Mijloace de stimulare a exportului</i> | 80 |

CAPITOLUL IV

COMERȚUL ELECTRONIC SAU E-COMMERCE, FORMĂ SPECIFICĂ DE COMERȚ INTERNAȚIONAL 85

| | |
|---|----|
| SECȚIUNEA I. NOȚIUNEA, PRINCIPIILE, AVANTAJELE ȘI DEZAVANTAJELE COMERȚULUI ELECTRONIC | 85 |
| § 1. <i>Noțiunea comerțului electronic</i> | 85 |
| § 2. <i>Principiile reglementărilor comerțului electronic</i> | 89 |
| § 3. <i>Avantajele și dezavantajele comerțului electronic</i> ... | 90 |
| SECȚIUNEA A II-A. PIEȚELE ELECTRONICE ȘI MODELELE DE COMERȚ ELECTRONIC | 91 |
| § 1. <i>Piețe electronice pentru comerțul între companii (B2B-Business to Business)</i> | 91 |
| § 2. <i>Piețe electronice pentru comerțul între companii și consumatori (B2C-Business to Consumers)</i> | 93 |
| § 3. <i>Comerțul electronic în România</i> | 94 |

CAPITOLUL V

CADRUL INSTITUȚIONAL AL COMERȚULUI INTERNĂȚIONAL 96

SECȚIUNEA I. DE LA GATT (ACORDUL GENERAL PENTRU TARIFE
ȘI COMERȚ) LA OMC (ORGANIZAȚIA MONDIALĂ A COMERȚULUI)
..... 96

§ 1. *Noțiunea, obiectivele și principiile GATT* 96

§ 2. *Structura și organizarea GATT* 98

§ 3. *Activitatea GATT* 99

SECȚIUNEA A II-A. ORGANIZAȚIA MONDIALĂ A COMERȚULUI 102

§ 1. *Noțiunea, obiectivele și funcțiile OMC*..... 102

§ 2. *Structura OMC* 105

§ 3. *Activitatea OMC* 107

SECȚIUNEA A III-A. CONFERINȚA NAȚIUNILOR UNITE PENTRU
COMERȚ ȘI DEZVOLTARE (UNCTAD) 113

§ 1. *Noțiunea, obiectivele și funcțiile UNCTAD*..... 113

§ 2. *Structura și membrii UNCTAD* 115

§ 3. *Activitatea UNCTAD* 116

CAPITOLUL VI

INVESTIȚIILE STRĂINE DIRECTE - CALEA DE EXPANSIUNE A CORPORAȚIILOR TRANȘNAȚIONALE (CTN)..... 120

SECȚIUNEA I. CORPORAȚIILE TRANȘNAȚIONALE..... 120

§ 1. *Noțiunea, apariția și evoluția corporațiilor
transnaționale* 120

§ 2. *Factorii care au favorizat dezvoltarea corporațiilor
transnaționale și expansiunea acestora.* 124

SECȚIUNEA A II-A. INVESTIȚIILE STRĂINE DIRECTE 129

| | |
|---|------------|
| <i>§ 1. Noțiunea de investiție străină directă și formele fluxurilor investiționale internaționale.....</i> | <i>129</i> |
|---|------------|

CAPITOLUL VII

| | |
|---|------------|
| COMERȚUL INTERNAȚIONAL ÎN CONTEXTUL CRIZEI FINANCIARE GLOBALE..... | 145 |
|---|------------|

| | |
|---|-----|
| SECȚIUNEA I. MECANISMUL ȘI CAUZELE CRIZEI FINANCIARE GLOBALE..... | 145 |
|---|-----|

| | |
|---|------------|
| <i>§1. Declanșarea crizei financiare globale.....</i> | <i>145</i> |
|---|------------|

| | |
|---|------------|
| <i>§ 2. Cauzele crizei financiare globale</i> | <i>147</i> |
|---|------------|

| | |
|--|-----|
| SECȚIUNEA A II-A. COMERȚUL ȘI CRIZA FINANCIARĂ GLOBALĂ | 154 |
|--|-----|

| | |
|---|------------|
| <i>§1. Evoluția comerțului internațional cu mărfuri</i> | <i>154</i> |
|---|------------|

| | |
|---|------------|
| <i>§ 2. Evoluția comerțului internațional cu servicii</i> | <i>158</i> |
|---|------------|

| | |
|--------------------------|------------|
| BIBLIOGRAFIE..... | 161 |
|--------------------------|------------|

| | |
|---------------------------|------------|
| INDEX TABELE | 167 |
|---------------------------|------------|

| | |
|---------------------------|------------|
| INDEX FIGURI | 168 |
|---------------------------|------------|