

به نام خدا

تدوین مدل‌های عملکرد صادراتی

مؤلف:

عبدالحسین کریمپور

امین آرچین

انتشارات گیوا

سرشناسه :	کرمپور، عبدالحسین، ۱۳۵۵ -
عنوان و نام پدیدآور :	تدوین مدل‌های عملکرد صادراتی / مولف عبدالحسین کرم‌پور، امین آرچین.
مشخصات نشر :	تهران: گیوا، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری :	۳۲۹ ص..
شابک :	978-600-451-587-0
وضعیت فهرست نویسی :	فیپا
موضوع :	صادرات و واردات -- بازاریابی
شناسه افزوده :	آرچین، امین، ۱۳۶۰ -
هـ پندی کنگره :	HF۱۴۱۶
هـ پندی دیویی :	۸۴/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی :	۵۶۸۱۵۸۳

عنوان کتاب :	تدوین مدل‌های عملکرد صادراتی
تألیف :	عبدالحسین کرم‌پور، امین آرچین
ناشر :	انتشارات گیوا
همکار ناشر :	باشگاه علمی تحقیقاتی پوشش «انی» (ک)
مدیر اجرایی :	علی عظیم‌زاده
ناظر فنی :	سیده محبوبه حسینی
صفحه‌آرا :	آدینه کبرایی
مدیر هنری و اجرای جلد :	یکتا شیرکوند
سال و نوبت چاپ :	بهار ۱۳۹۸ / اول
شمارگان :	۱۰۰۰
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۱-۵۸۷-۰
قیمت :	۵۵۰,۰۰۰ ریال
وب سایت :	www.givabook.com

فصل اول: مفاهیم عملکرد و صادرات

۷	مقدمه
۷	مسیر بررسی ادبیات موضوع
۸	ادبیات موضوع درباره عملکرد صادراتی
۹	تعریف عملکرد صادراتی
۹	معیارهای سنجش عملکرد صادراتی
۱۰	عملکرد مالی
۱۱	عملکرد استراتژیک
۱۱	رضایت مدیریت از عملکرد صادراتی
۱۴	عوامل و اثر عملکرد صادراتی
۱۸	نظریه پنج عامل موفقیت بازاریابی
۲۰	استراتژی‌های بازاریابی
۲۱	انواع استراتژی‌های بازاریابی
۲۳	نظام محیطی بازاریابی
۲۶	انواع منابع در مدیریت سازمانی
۲۹	سبک بازاریابی
۳۳	تنویری‌های ورود به بازار
۳۴	پیشینه تحقیقات انجام شده

فصل دوم: مؤلفه‌های مدل عملکرد صادراتی

۳۹	مدل‌ها و چهارچوب‌های مربوط به شناسایی عوامل مؤثر در عملکرد صادراتی
۴۷	شایستگی‌های بازاریابی
۶۹	استخراج مدل نظری
۷۲	انتخاب بازارهای هدف صادراتی

فصل سوم: معیارهای کمی و کیفی عملکرد صادراتی

۷۵	مقدمه‌ای بر عملکرد صادراتی
۷۸	معیارهای سنجش عملکرد صادراتی
۸۴	مطالعات موجود در حوزه عملکرد صادراتی
۸۶	عوامل و متغیرهای مؤثر بر عملکرد صادراتی
۹۰	نحوه تأثیرگذاری متغیرها بر همدیگر

فصل چهارم: رویکردهای عملکرد صادراتی

۹۷	رویکردهای موجود در حوزه عملکرد صادراتی
۹۸	رویکرد اقتضایی
۱۰۷	رویکرد مبتنی بر منابع
۱۱۵	اهمیت تحقیقات در صادرات

فصل پنجم: روش های ورود به بازارهای جهانی

۱۱۷	اهمیت ورود به بازارهای خارجی
۱۱۹	آمیخته بازاریابی صادرات
۱۲۰	تعریف و طبقه بندی روشهای ورود
۱۲۳	صادرات
۱۲۵	اتحادهای استراتژیک
۱۲۷	سرمایه گذاری مشترک
۱۲۸	سرمایه گذاری مستقیم خارجی
۱۳۲	عوامل موثر بر انتخاب روش های ورود به بازارهای خارجی
۱۳۳	تئوری ها و دیدگاه های نظری انتخاب روش ورود
۱۴۹	عوامل موثر داخلی و خارجی بر انتخاب روش های ورود به بازارهای خارجی

فصل ششم: نظریه های تجارت بین المللی

۱۶۷	مروری بر نظریات تجارت بین الملل
۱۷۱	ویژگی شرکت
۱۷۸	اهمیت اطلاعات در صادرات و انتخاب بازار هدف
۱۸۲	مزایای صادرات
۱۸۲	توسعه صادرات
۱۸۴	موانع رشد صادرات غیر نفتی در ایران
۱۹۱	اصل همسویی استراتژی - محیط
۱۹۷	ابزارهای توسعه صادرات
۱۹۷	تحول برنامه های توسعه صادرات در ایران
۱۹۹	تاثیر برنامه های توسعه صادرات بر روی عملکرد صادراتی
۲۰۲	اثرات توسعه صادرات بر رشد اقتصادی
۲۰۴	مخالفان نظری تجارت آزاد
۲۰۹	تاریخچه پیدایش مکتب منابع

۲۱۶	منابع سازمان
۲۱۷	قابلیت‌های سازمان
۲۲۱	سیستم‌های سازمانی
۲۲۶	دانش سازمانی
۲۳۱	معیارهای رویکرد مبتنی بر منابع
۲۳۳	اهمیت منابع پیچیده جامعه

فصل هفتم: مفاهیم استراتژی و محیط در صادرات

۲۳۵	مقدمه ای بر استراتژی
۲۳۵	مفهوم استراتژی
۲۳۶	طبقه بندی سطح استراتژی
۲۳۷	استراتژی‌ها: سطح کلان
۲۴۷	رویکردی مرتبط با تدوین استراتژی
۲۵۰	مفهوم ابعاد چندگانه محیط

فصل هشتم: زمینه متغیرهای عملکرد صادراتی و استخراج مدل نهایی

۲۷۶	بررسی پیشینه تحقیقات داخلی
۲۷۷	جمع بندی و تحلیل مدل‌های طرح عملکرد صادراتی
۲۷۸	بررسی و پایش تحقیقات عملکرد صادراتی انجام شده در دنیا (پایش تحقیقاتی)
۲۸۳	بررسی تأثیر استراتژی رقابتی سازمان بر عملکرد صادراتی
۲۹۴	قابلیت‌های استراتژیک سازمانی
۲۹۶	قابلیت‌های تحقیقات بازاریابی
۳۱۲	تحلیل و جمع بندی از پایش تحقیقات انجام شده در دنیا
۳۱۳	ارائه مدل علمی و مفهومی تحقیق
۳۱۳	استخراج مدل مفهومی تحقیق
۳۲۱	منابع و مأخذ