

بررسی استراتژی‌های موفق صادرات و بازاریابی خدمات فنی و مهندسی

مؤلف:

رویا علی حسین زاده

www.ketab.ir

علی حسین زاده، رویا

بررسی استراتژی های موفق صادرات و بازاریابی خدمات فنی و مهندسی / رویا علی حسین زاده / مهر سبحان، ۹۴-۹۵

۱۲۳ ص: جدول، نمودار

ISBN: 978-600-334-641-3

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فنی

فارسی - چاپ سوم

۱- بررسی استراتژی های موفق صادرات و بازاریابی خدمات فنی و مهندسی ۲- آزمونها و تمرینها (عالی) ۳- آزمون دوره های

تحصیلات تکمیلی

۴- دانشکده ها و مدارس عالی - ایران - آزمونها

رویا علی حسین زاده

ج - عنوان

دوبندی کتبی: ۴۱۳۹۵ - ۱۴۱۶ HF

ردوبندی دیوبی: ۶۵۸۱ - ۸

شماره کتابستانی: ۴۲ - ۱۲۲

نام کتاب

بررسی استراتژی های موفق صادرات و بازاریابی خدمات فنی و مهندسی

رویا علی حسین زاده

مؤلف: ☒

مهر سبحان

ناشر: ☒

اول / ۹۴-۹۵

نوبت و تاریخ: ☒

۱۰۰۰ نسخه

تیراژ: ☒

۱۵۰۰ ریال

قیمت: ☒

ISBN ۹۷۸-۶۰۰-۳۳۴-۶۴۱-۳

شابک: ☒

انتشارات مهر سبحان: خیابان ولیعصر، بالاتر از تقاطع مطهری، پلاک ۲۰۵۰، جنب بانک ملی.

تلفن: ۸۸۱۰۰۱۱۲ - ۴

پلاک ۲۰۵۰

کتاب حقوق مادی و معنوی این اثر معالی به موسسه آموزش عالی آزاد باغبان می باشد و هرگونه انجاس و کپی برداری از آن بدون مجوز مکتوبی دارد.

آیا آنانکه می‌دانند با آنانکه نمی‌دانند برابرند؟ (قرآن کریم)

نفس از حمد و سپاس و ستایش به درگاه بی‌همتای احدیت و درود بر محمد مصطفی، علی نمونه بسریب که در تاریخ دور تاریخ، به به فرسافد حدیث از من مردمی برخاست که خود بودند در بسبترین حد بخش و سلال و میراث و انکه با فواین ساس منویس هم اینس را راهبری نمود و رهاوند از بدویت و استعانت جویم از قرآن کریم، کتابی که هست جانودانه و بی‌نقص تا ابدیت.

کتابی که در دست دارید آخرین ویرایش از مجموعه کتب خودآموز مؤسسه آموزش عالی آزاد ماهان است. بر مبنای خلاصه درس و تأکید بر نکات مهم و کلیدی و تنوع بررسی‌های چهار گزینه‌ای جمع‌آوری شده است. در این ویرایش ضمن توجه کامل به آخرین تغییرات در سرفصل‌های تعیین شده جهت آشنایی با روش‌های جدید تلاش گردیده است که مطالب از منابع مختلف معتبر و مورد تأکید مترجمان ارشد با ذکر مثال‌های متعدد بصورت بررسی‌های چهار گزینه‌ای با کلید و در صورت لزوم تشریح کامل ارائه گردد تا دانش‌آموزان گرامی را از مراجعده به سایر منابع مشابه بی‌نیاز نماید.

لازم به ذکر است شرکت در آزمون‌های آزمایشی ماهان که در جامعه آماری گسترده و در سطح کشور برگزار می‌گردد می‌تواند محک جدی و ارزشمندی برای عزیزان دانشجو باشد تا نقاط ضعف احتمالی خود را بیابند و با مرور مجدد مطالب این کتب، آنها را برطرف کنند که تجربه سال‌های مختلف موکد این مسیر به عنوان مطمئن‌ترین راه برای موفقیت می‌باشد.

لازم به ذکر است از پورتال ماهان به آدرس www.mahanportal.ir می‌توانید خدمات پشتیبانی را دریافت دارید.

و نیز بر خود می‌بایم که همه ساله میزان تطبیق مطالب این کتاب با سؤالات آزمون‌های ارشد- که از شاخصه‌های مهم ارزیابی کیفی این کتاب‌ها می‌باشد- ما را در محضر شما درج نمایند.

در خاتمه بر خود واجب می‌دانیم که از همه اساتید بزرگوار و دانشجویان ارجمند از سراسر کشور و حتی خارج از کشور و همه همکاران گرامی که با ارائه نقطه نظرات سازنده خود ما را در برابرتر کردن ویرایش جدید این کتاب یاری نمودند سپاسگزاری نموده و به پاس تلاش‌های بی‌چشمداشت، این کتاب را به محضرشان تقدیم نماییم.

مؤسسه آموزش عالی آزاد ماهان

معاونت آموزش

این تحقیق به بررسی استراتژی‌های موفق بازاریابی و صادرات خدمات فنی و مهندسی می‌پردازد تا با جمع و با ترکیب یافته‌ها در قالب الگو برای شرکت‌های صادرکننده خدمات فنی و مهندسی دست یابد. نتایج تحقیق حاکی از این است که با توجه به سانس‌های بسیار منحصر به فرد کشورهای همسایه و خاور میانه همچنین برخورداری ایران از لحاظ موقعیت استراتژیک سیاسی و اقتصادی و با در نظر گرفتن جامعه مهندسی و تکنسین‌های زبده و متخصص و با تجربه این امکان برای صادرات این بخش از خدمات برای کشور را مسر ساخته است. از طرفی صادرات خدمات فنی و مهندسی در مقایسه با صادرات مواد خام بسیار ارزان تر و در مقابل دستیابی به پیوندهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و به دنبال آن انتقال تکنولوژی به عبارتی گسترش روابط تجاری و سیاسی بسیار حائز اهمیت می‌باشد که در جای خود با ارزیابی همراه بوده اشتغال را نیز متضمن خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: صادرات، خدمات فنی و مهندسی، استراتژی‌های موفق، بازاریابی.

فصل اول: کلیات تحقیق

عنوان	شماره صفحه
مقدمه	۹
۱-۱- بیان مسأله	۹
۲-۱- اهداف	۱
۳-۱- سؤالات تحقیق	۱۱
۴-۱- فرضیه	۱۱
۵-۱- کاربرد نتایج تحقیق	۱۱
۶-۱- محدودیت های تحقیق	۱۱
فصل دوم: مروری بر ادبیات و مبینه تحقیق	

مقدمه	۱۳
۲-۱- ادبیات تحقیق و تاریخچه مختصری از موضوع پژوهش	۱۳
۱-۳-۱- تعریف صادرات	۱۳
۲-۲-۱- تعریف خدمات فنی و مهندسی	۱۳
۳-۳-۱- تعریف صادرات خدمات فنی و مهندسی	۱۳
۴-۳-۱- تعریف محصولات دانش بنیان	۱۳
۵-۲-۱- تعریف صادرات غیرتجاری	۱۴
۶-۲-۱- تعریف تورم	۱۴
۷-۲-۱- تعریف نرخ تورم	۱۵
۸-۲-۱- تعریف متعلقه خاور میانه	۱۵
۹-۲-۱- تعریف اسرارتری بازاربینی	۱۵
۱-۲-۱- تعریف موقعیت 'اسرارتریک'	۱۶
۲-۲- صدور بیش از ۱۶,۵۶۶ میلیون دلار خدمات فنی و مهندسی طی سالهای ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۰	۱۷
۳-۲- چهار شیوه ارائه خدمات یا روشهای تجارت خدمات	۱۸
۴-۲- تقسیم بندی خدمات	۱۹
۵-۲- صادرات خدمات فنی و مهندسی	۱۹
۶-۲- تاریخچه صادرات خدمات فنی و مهندسی در ایران	۲۰
۷-۲- مزایا و مشکلات صادرات خدمات فنی و مهندسی	۲۰
۱-۷-۲- مزایای صدور خدمات فنی و مهندسی برای شرکتها	۲۰
۲-۷-۲- مزایای صدور خدمات فنی و مهندسی برای دولتها	۲۱
۳-۷-۲- مشکلات شرکتها در صادرات خدمات فنی و مهندسی	۲۱
۸-۲- بازارهای هدف صادرات خدمات فنی و مهندسی	۲۲
۹-۲- فعالیتهای دولت در حمایت از صادرات خدمات فنی و مهندسی	۲۲
۱۰-۲- پیشنهاد برای توسعه صدور خدمات فنی و مهندسی	۲۲
۱۱-۲- عملکرد صادرات خدمات فنی و مهندسی طی سالهای ۱۳۸۹-۱۳۸۰ و ۶ ماهه ۱۳۹۰	۲۳

۲۷	۱۳-۲	جسمه انداز صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران
۲۹	۱۳-۲	مروری بر ادبیات و راهکارهای توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی
۲۹	۱۴-۲	مروری بر نقش فرهنگ در موفقیت پروژه های صدور خدمات فنی و مهندسی
۳۰	۱۵-۲	کمیته صدور خدمات فنی و مهندسی
۳۰	۱۵-۲-۱	فرآیند تشکیل کمیته صدور خدمات فنی و مهندسی
۳۰	۱۵-۲-۲	رسالت انجمن صنعتی در حوزه صدور خدمات فنی و مهندسی
۳۰	۱۵-۲-۳	جسمه انداز انجمن صنعتی در حوزه صدور خدمات فنی و مهندسی
۳۱	۱۵-۲-۴	استاندارد های بیسی
۳۱	۱۵-۲-۵	بستر سازی
۳۱	۱۵-۲-۶	تفازات
۳۱	۱۶-۲	پنجاه جالبی از صادرات خدمات فنی و مهندسی
۳۶	۱۷-۲	بین نامه تجارت حمایتی دولت برای صادرات خدمات فنی و مهندسی
۴۱	۱۸-۲	عملکرد صادراتی
۴۲	۱۹-۲	برنامه های توسعه صادرات
۴۳	۲۰-۲	تحول برنامه های توسعه صادرات در ایران
۴۵	۲۱-۲	تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها
۵۳	۲۲-۲	مدل مفهومی تحقیق حاضر
۵۴		مقدمه
۵۴	۱-۳	روسی تحقیق
۵۴	۲-۳	جامعه آماری
۵۵	۳-۳	روسی نمونه گیری
۵۵	۴-۳	قلمرو مکانی تحقیق
۵۵	۵-۳	قلمرو زمانی تحقیق
۵۵	۶-۳	قلمرو موضوعی تحقیق
۵۵	۷-۳	روایی و پایایی پرسشنامه ها
۵۵	۱-۷-۳	تعیین مایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه ها
۵۷	۲-۷-۳	تعیین اعتبار (روایی) پرسشنامه ها
۵۷	۸-۳	روشهای جمع آوری داده ها
۵۷	۱-۸-۳	مطالعات کتابخانه ای
۵۷	۲-۸-۳	تحقیقات میدانی
۵۸	۹-۳	روش های تجزیه و تحلیل داده ها
۵۸	۱-۹-۳	آمار توصیفی
۵۸	۲-۹-۳	آمار استنباطی
۵۹	۳-۹-۳	آزمون T-Student تک نمونه ای
۵۹	۴-۹-۳	تجزیه و تحلیل واریانس فریدمن
		فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها
۶۰	۱-۴	آمار توصیفی
۶۰	۱-۱-۴	جنسیت

۶۱	۲۰۱۴- میزان تحمیلات
۶۱	۳-۱-۴- سن
۶۲	۴-۱-۴- تجربه کار
۶۳	۲-۴- امار استنباطی
۶۳	۱-۲۰۴- اسپرینوف-کلموگروف
۶۴	۲۰۴-۲- ریس آتک نمونه ای
۷۴	۲۰۴-۳- روش تحلیل واریانس غیردست
	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهاد
۷۶	۱۵- دسته بندی خدمات فنی و مهندسی
۸۶	۵-۲- آنالیز محیط بیرونی (۵- نیروی مؤثر)
۸۶	۵-۳- تحلیل SWOT بازاریابی و صادرات خدمات فنی و مهندسی
۹۴	۵-۴- ضرورت توسعه کسب و کار
۹۴	۵-۴-۱- ساماندهی برنامه ریزی استراتژیک
۹۴	۵-۴-۲- اول- تهیه طرح بازاریابی
۹۵	۵-۴-۳- گام اول- انجام کارهای بازاریابی
۹۵	۵-۴-۴- گام دوم- ساختار خدمات
۹۵	۵-۴-۵- گام سوم- فعالسازی مرتبط با پروژه ها
۹۵	۵-۵- توسعه بایدار، مفهومی شدن، بهبود عملکرد شرکتی خدمات فنی و مهندسی
۹۶	۵-۶- نیاز به بایداری در پروژه ها
۹۷	۵-۷- نمونه هایی از شرح خدمات مربوط به بایدار
۹۷	۵-۸- مهارتهای مورد نیاز برای انجام پروژه های توسعه بایدار
۹۸	۵-۹- عناصر انجام پروژه
۱۰۰	۵-۱۰- پیشنهاد نمونه هایی از رویه های استاندارد در یک شرکت صادر کننده خدمات فنی و مهندسی موفق
۱۰۱	۵-۱۱- پیشنهاد مواردی در خصوص رعایت و کنترل مدیریت ریسک در شرکت های صادر کننده خدمات فنی و مهندسی موفق
۱۰۲	۵-۱۲- تدوین و توسعه استراتژی های موفق برای بهبود عملکرد شرکتی خدمات فنی و مهندسی
۱۲۰	۵-۱۳- ابزارهایی تسهیل و پشتیبانی برنامه ریزی و روند اجرای یک پروژه موفق
۱۲۰	۵-۱۴- موارد مورد توجه ویژه در بازاریابی خدمات فنی و مهندسی
۱۲۳	متابع و مأخذ