
بازاریابی بین الملل و صادرات

دکتر علیرضا مقدسی

سجانه اعتمادیان



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۳۹۷

سرشناسه: مقدسی، علیرضا، ۱۳۴۷ -
عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی بین الملل و صادرات / علیرضا مقدسی، بهاد اعتدیان
مشخصات نشر: تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری: ۴۴۸ ص.: جدول.
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۵۸۱-۱

وضعیت فهرست نویسی: فیا
یادداشت: کتابنامه: ص. [۴۱۹] - ۴۲۵.

موضوع: بازرگانی بین المللی
موضوع: International trade
موضوع: صادرات و واردات -- بازاریابی
موضوع: Export marketing
موضوع: بازرگانی الکترونیکی
موضوع: Electronic commerce
موضوع: ترانزیت
موضوع: Transit, International

شناسه افزوده: اعتمادیان، سجاد، ۱۳۶۱ -
رده بندی کنگره: HF۱۳۷۹/م۷ب۲۱۳۹۶

رده بندی دیویی: ۳۸۲
شماره کتابشناسی ملی: ۴۹۱۴۹۴۹

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

www.ketab.ir



پیشام پبلیکیشن

تأليف: د. علیرضا مقدسی



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

بازاریابی بین‌الملل و صادرات

دکتر علیرضا مقدسی، سجاد اعتمادیان

مدیر هنری و طراح جلد: پاشا دارابی

صفحه‌آرایی: دانش‌رسان

چاپ اول: بهار ۱۳۹۷

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۵۸۱-۱

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، نبش کوچه

همدان، شماره ۱۲۰۶ | تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹-۰۲۱

WWW.CPPC.IR



فهرست مطالب

فصل اول. تاریخچه بازرگانی بین الملل

۲۱	پیدایش تجارت خارجی
۲۳	تجارت خارجی ایران قبل از اسلام
۲۸	تجارت خارجی ایران از ظهور اسلام تا سال ۱۲۷۸
۳۲	روند تجارت خارجی از سال ۱۲۷۹ تا سال ۱۳۲۰ هجری شمسی
۳۴	تجارت از سال ۱۳۲۱ تا سال ۱۳۵۷ هجری شمسی
۳۵	تجارت خارجی ایران بعد از پیروزی انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷
۴۰	تجارت اتاق بازرگانی پس از انقلاب
۴۵	قانون تجارت ایران
۴۵	پیشینه قانون تجارت ایران

فصل دوم. تولید صادرات محور و بازرگانی

۴۹	مقدمه
۴۹	نظریه های تولید
۵۲	جریان فرآیند تولید و طراحی در سطح کارخانه
۵۳	انواع جریان های فرآیند تولید در سطح کارخانه
۵۴	طراحی محصول
۵۴	تعریف تولید
۵۵	منابع تولید
۵۶	انواع تولید
۵۷	اشکال فعالیت های تولیدی
۵۸	خدمات
۵۸	ویژگی بازاریابی خدمات
۵۸	بررسی SWOT در صادرات خدمات
۶۰	طبقه بندی خدمات در موافقت نامه عمومی تجارت (GATS)

۶۱	برخی پیشنهادات اجرایی جهت ارتقاء کیفیت محصولات و خدمات ساخت داخل
۶۲	برخی پیشنهادات اجرایی جهت کاهش قیمت تمام شده محصولات و خدمات صادراتی ایران
۶۳	افزایش قیمت تمام شده محصولات و خدمات صادراتی ایران
۶۴	توسعه صادرات غیرنفتی و موانع آن
۷۳	تأکید نسبتاً زیاد به صدور چند محصول خاص، محدود و سنتی
۷۴	وجود نوسانات نسبتاً زیاد در صادرات غیرنفتی کشور
۷۴	موانع موجود در جهت بازاریابی بهینه محصولات صادراتی کشور
۷۷	برخی پیشنهادات اجرایی در جهت افزایش امکانات بازاریابی محصولات صادراتی کشور
۷۹	هشت راهبرد در توسعه صادرات غیرنفتی
۸۱	مسائل چهارگانه
۸۳	مسائل فرهنگی و فرهنگی-عمرانی
۸۵	برخی موانع موجود در جهت تحقیقات کاربردی و اطلاع‌رسانی کارا
۸۶	راهبردهای عملی، به منظور نهادن اساسی واحدهای صادراتی
۸۹	خوشه‌سازی در واحدهای صادراتی، کارآفرین‌سازی
۹۰	تعرفه ترجیحی به منظور استفاده از قیمت‌گذار نفوذ
۹۰	نکات مورد توجه در انتخاب بازار
۹۰	نکات قابل توجه در انتخاب بازار هدف
۹۱	شرکت‌های چند ملیتی
۹۱	کنسرسیوم صادراتی
۹۲	روش‌های ورود به بازار و انتخاب آن
۹۳	روش‌های ورود به بازار خارجی
۹۴	عوامل مؤثر در انتخاب نماینده یا توزیع‌کننده در بازارهای خارجی
۹۴	اعزام هیات تجاری به بازارهای هدف به منظورهای ذیل می‌باشد
۹۵	اهداف بازاریابی از طریق نمایشگاه‌های بین‌المللی

فصل سوم. بازاریابی بین‌الملل

۹۹	مقدمه
۹۹	بازاریابی بین‌المللی
۱۰۰	حیطه عمل بازاریابی بین‌المللی
۱۰۰	عوامل قابل کنترل بازاریابی
۱۰۱	عوامل غیر قابل کنترل داخلی

۱۰۱	عوامل غیر قابل کنترل خارجی
۱۰۲	رمز موفقیت در بازارهای بین‌المللی
۱۰۳	موازنه بازرگانی خارجی
۱۰۳	مطالعات اقتصادی
۱۰۴	جغرافیای اقتصادی
۱۰۴	آب و هوا
۱۰۴	حفاظت از محیط زیست
۱۰۴	منابع طبیعی
۱۰۵	روندهای جمعیتی جهان
۱۰۵	هدف از بررسی کشورهای در حال توسعه
۱۰۵	مطالعات فرهنگی
۱۱۰	محیط سیاسی و اقتصادی
۱۱۲	راهبردهای ورود به بازارهای خارجی
۱۲۳	صادرکنندگانی که کالاهای مشتری را به الملل خود را خریداری می‌کنند
۱۲۴	صادرکنندگانی که با حساب خود خریدار را می‌شناسند
۱۲۶	بازاریابی از طریق عاملان و توزیع‌کنندگان بین‌المللی
۱۲۹	منابع و تجربیات تولیدکننده
۱۳۰	محیط‌های بازاریابی
۱۳۰	کنترل و پوشش دهی
۱۳۱	انواع واسطه‌ها
۱۳۲	کنترل توزیع‌کنندگان
۱۳۲	قیمت‌گذاری
۱۳۳	سیاست‌های قیمت‌گذاری
۱۳۴	عوامل مؤثر بر قیمت‌گذاری
۱۳۵	تفاوت قیمت‌ها در بازارهای مختلف
۱۳۵	جلوگیری از افزایش تصاعدی قیمت‌ها
۱۳۶	ارتباطات بازاریابی جامع و تبلیغات بین‌المللی
۱۳۶	ارتقاء فروش در بازارهای بین‌المللی
۱۳۶	روابط عمومی بین‌المللی
۱۳۷	تبلیغات بین‌المللی
۱۳۸	کانال‌های توزیع
۱۳۸	ساختار توزیع بین‌المللی

۱۳۹	تدوین استراتژی توزیع بین المللی
۱۴۲	طراحی کانال توزیع
۱۴۳	توانایی ها و میزان دسترسی به واسطه
۱۴۳	فرآیند انتخاب عاملان
۱۴۵	فرآیند بررسی و انتخاب بازارهای خارجی
۱۴۶	عوامل مؤثر بر انتخاب بازارهای بین المللی
۱۴۸	مشتریان و ویژگی های کالا
۱۴۹	بازاریابی بین الملل
۱۵۰	آمیخته بازاریابی
۱۵۰	بین المللی سازی
۱۵۱	اهمیت بازاریابی بین المللی
۱۵۲	پیشنهادهایی برای افزایش عملکرد در بازارهای خارجی
۱۵۳	مزایای بازاریابی بین المللی
۱۵۳	مزایای ورود به بازار جهانی
	انواع استراتژی های بازاریابی بین الملل
	اینترنت و بازاریابی بین الملل

فصل چهارم. تحقیقات بازاریابی در صادرات

۱۵۷	بازاریابی صادرات
۱۵۸	اهمیت تحقیقات بازاریابی بین الملل
۱۵۸	تحقیق و ارزیابی بازار صادرات
۱۶۵	مدیریت بازاریابی صادرات
۱۷۲	کنترل بودجه و بازاریابی
۱۷۴	طرح بازاریابی فروش
۱۷۵	پیش بینی بازار
۱۸۰	نرخ های پیش فروشی
۱۸۱	مبادله از پیش
۱۸۱	مدیریت صادرات
۱۸۲	نقش دفتر (اداره) صادرات
۱۸۳	تشکیلات و مسئولیت ها در دفتر صادرات
۱۸۵	کارگزار صادرات
۱۸۹	دارندگان امتیاز انحصاری (نمایندگان انحصاری)

فصل پنجم. بازرگانی بین المللی: رویکردها، قراردادهای و اینکوترمز

۲۰۵	مقدمه
۲۰۶	تجارت متقابل
۲۰۷	انواع روش های تجارت متقابل
۲۱۸	قراردادهای تسویه تهاتری
۲۲۰	قراردادهای تعویض
۲۲۱	قراردادهای معاوضه دیون
۲۲۳	رشد و مسیر تعالی تجارت بین المللی
۲۲۳	اهمیت تجارت بین المللی در عرصه اقتصاد جهانی
۲۲۴	رویکردهای تجارت
۲۲۵	رویکرد سنتی تجارت
۲۳۰	نظریه های جدید تجارت
۲۳۱	پیشرفت های اخیر
۲۳۲	منافع پویا
۲۳۳	نقش بنگاه های کوچک و متوسط در تجارت بین المللی
۲۳۳	مشکلات فراری بنگاه های کوچک و متوسط، انحصار تجارت خارجی
۲۳۴	تجارت و رشد اقتصادی
۲۳۴	مداخله دولت ها در تجارت بین المللی
۲۳۵	محدودیت های تجاری
۲۳۶	تشکیل های اقتصادی
۲۳۹	اصطلاحات رایج در بازرگانی بین المللی
۲۴۳	اینکوترمز
۲۴۵	اینکوترمز ۲۰۱۰ و بررسی مقررات قواعد آن
۲۶۵	گروه دوم شامل قواعد چهارگانه ویژه حمل دریایی در اینکوترمز ۲۰۱۰
۲۷۲	ویژگی های قانون جدید تجارت
۲۷۳	قانون امور گمرکی
۲۷۴	سایر قوانین و مقررات ذی مدخل در بازرگانی و تجارت خارجی
۲۷۵	وزارتخانه ها و سازمان های ذی مدخل در بازرگانی و تجارت خارجی کشور
۲۷۵	کنوانسیون های بین المللی مرتبط با بازرگانی و تجارت خارجی
۲۷۶	تشریفات گمرکی در تجارت خارجی

فصل ششم. مدیریت صادرات و واردات

۲۸۱	مدیریت صادرات
۲۸۱	اهمیت و نقش صادرات
۲۸۱	مهم‌ترین دلایل صدور کالا
۲۸۲	دلایل نیاز کشورها به درآمد ارزی
۲۸۲	عوامل افزایش درآمد ارزی
۲۸۲	اهداف صادرات
۲۸۲	ارمغان صادرات در بلندمدت
۲۸۳	انواع صادرات
۲۸۵	انواع کالا
۲۸۵	طبقه‌بندی کالاها
۲۸۵	استثنائات صادرات و واردات کالاها غیرمجاز
۲۸۵	ملاک تجاری بودن کالا
۲۸۶	صادرات غیرنفتی و انواع آن
۲۸۶	سیاست‌های تشویق صادرات
۲۸۷	مشوق‌های صادراتی
۲۸۷	جایزه صادراتی
۲۸۷	صادرات محصولات غیرنفتی
۲۸۸	تأمین مالی صادرات
۲۸۸	مراحل صدور کالا
۲۹۰	نمودار مراحل صدور کالا در گمرک
۲۹۰	مدیریت واردات
۲۹۰	کارت بازرگانی
۲۹۱	کالاهای تجاری
۲۹۱	تشریفات مربوط به خرید کالا
۲۹۱	مراحل ثبت سفارش
۲۹۲	واردات قطعی
۲۹۸	کالاهای مرجوعی (اعاده به خارج از کشور)
۲۹۸	راه‌های ورود کالا
۲۹۸	شرایط ورود و صدور کالا
۳۰۰	آیین‌نامه مقررات صادرات و واردات در مورد ارسال کالا به نمایشگاه‌های خارجی و نمونه صادراتی
۳۰۱	انواع تشریفات

۳۰۲	تنظیم یک اظهارنامه ورود قطعی
۳۰۵	تعیین تعرفه
۳۰۷	عملیات گمرکی
۳۱۰	طرز عمل گمرک نسبت به کسری اضافه تخلیه
۳۱۱	کالاهای ضبطی در گمرک
۳۱۲	مرورجان در گمرک
۳۱۲	انواع بارنامه یا سند حمل کالا
۳۱۲	ارزش کالا در گمرک
۳۱۳	ارزش کالای صادراتی در گمرک
۳۱۳	ارزش کالای ورودی در گمرک (ارزش گمرکی)
۳۱۳	سپرده در گمرک
۳۱۴	حقوق گمرکی
۳۱۴	سود بازرگانی
۳۱۴	هزینه های گمرکی
۳۱۴	عوارض دریافتی
۳۱۴	بیمه محلی
۳۱۵	بیمه نامه های صادراتی (بیمه نامه خاص)
۳۱۶	مراجع رسیدگی به اختلافات گمرکی
۳۱۷	کالاهای وارده به گمرک امانات پستی
۳۱۹	خروج کالا برای شرکت در نمایشگاه خارجی
۳۱۹	کالای همراه مسافر خروجی
۳۲۰	کالای متروکه
۳۲۳	پاره ای از عوامل رسوب کالا
۳۲۳	بیمه باربری
۳۲۷	شروع و خاتمه تعهدات بیمه گر
۳۲۸	مدت اعتبار بیمه نامه ها
۳۲۸	شرط طبقه بندی کشتی ها
۳۲۸	بیمه ارزش اضافی
۳۲۹	قراردادهای متحدالشکل خرید و فروش کالا (اینکوترمز)
۳۲۹	موارد مشمول اضافه نرخ ها
۳۲۹	قراردادهای بیمه حمل و نقل
۳۳۱	واجدین شرایط اخذ بیمه نامه

۳۳۱	بیمه نامه پوشش خرید دین اسناد صادراتی
۳۳۱	بیمه نامه کل گردش صادرات
۳۳۱	میزان حق بیمه
۳۳۱	بیمه نامه بلااثر شدن قرارداد صادراتی
۳۳۲	گزیده ای از شرایط عمومی بیمه نامه های باربری

فصل هفتم. پرداخت بین المللی

۳۳۷	مقدمه
۳۳۷	تعریف اعتبار اسنادی
۳۳۷	هدف و کاربرد اعتبار اسنادی
۳۳۹	عوامل موثر در انتخاب روش های پرداخت
۳۳۹	انواع اعتبارات اسنادی
۳۴۰	اصطلاحات رایج در اعتبار اسنادی
۳۴۰	عناوین رایج گروه های درگیر (مرتبط) در اعتبار اسنادی
۳۴۱	روش های پرداخت براساس درجه اطمینان
۳۴۵	اعتبارات اسنادی
۳۴۸	تعهدات بانک گشاینده و تاییدکننده اعتبار
۳۵۰	اعتبارات اسنادی برگشت ناپذیر تایید شده
۳۵۰	فرآیند پوشش در اعتبارات تایید شده
۳۵۱	تایید یک جانبه
۳۵۲	اعتبار اسنادی قابل انتقال
۳۵۴	اعتبار اسنادی ضمانتی
۳۵۶	اعتبار اسنادی متقابل (اتکایی)
۳۵۸	اعتبارات رد کلوز
۳۵۹	اعتبار اسنادی گردان
۳۶۱	اعتبار اسنادی بازگانی مستقیم
۳۶۱	اعتبار اسنادی بازگانی معامله (غیر مستقیم)
۳۶۱	اعتبار اسنادی دیداری
۳۶۲	اعتبار اسنادی مدت دار
۳۶۳	یوزانس
۳۶۴	کار مزد قبولی برات و هزینه تنزیل

۳۶۵	روش پیش پرداخت، دیداری
۳۶۵	رویه پرداخت دیر فرست
۳۶۶	اعتبار اسنادی قابل معامله
۳۶۶	اعتبار اسنادی فعال
۳۶۶	اعتبار اسنادی غیر فعال
۳۶۶	اعتبار اسنادی یک بانک
۳۶۶	نحوه انتقال وجه اعتبار
۳۶۷	اعتبار اسنادی ساده یا نقدی
۳۶۷	انواع اعتبار اسنادی: در ایران:

فصل هشتم. تجارت الکترونیک

۳۷۳	مقدمه
۳۷۵	تجارت الکترونیک
۳۷۶	تعریف تجارت الکترونیک
۳۷۷	هدف تجارت الکترونیک
۳۷۷	تفاوت تجارت الکترونیک و تجارت سنتی
۳۷۷	تاریخچه تجارت الکترونیک
۳۷۸	ویژگی های تجارت الکترونیک
۳۷۹	مزایا و محدودیت های تجارت الکترونیک
۳۸۱	معایب و محدودیت های تجارت الکترونیک
۳۸۳	تجارت الکترونیک در ایران
۳۸۵	موانع تجارت الکترونیک در ایران
۳۸۶	چارچوب تجارت الکترونیک
۳۸۶	استقرار تجارت الکترونیک
۳۸۷	مراحل توسعه (سطوح بلوغ) تجارت الکترونیک
۳۸۸	مدل های تجارت الکترونیک
۳۹۱	سازمان های تجارت الکترونیک

فصل نهم. اسناد

۴۰۹	اسناد تجاری
۴۰۹	اسناد تجاری (برات)
۴۰۹	بارنامه

۴۱۰	بازنامه هوایی
۴۱۰	بازنامه مشروط / بی قید و شرط
۴۱۰	بازنامه درون مرزی
۴۱۱	بازنامه سراسری
۴۱۳	صورت حساب کنسولگری
۴۱۳	گواهی مبدأ
۴۱۳	گواهی بازرسی
۴۱۵	گواهی بیمه
۴۱۶	سیاهه تجاری
۴۱۶	رسید بندر
۴۱۶	حکم کنترل در مبدأ
۴۱۶	اظهارنامه صادراتی فراتنده
۴۱۶	پیش فاکتور
۴۱۷	فهرست عدل بندی یا پکینگ لیست
۴۱۸	گواهی بازرسی کیفی / تطابق کالا / V.O.C. / O.V.
۴۱۸	استاندارد اروپا
۴۱۹	استاندارد آمریکا
۴۱۹	ایزو
۴۲۰	استاندارد TUV
۴۲۰	استاندارد حلال
۴۲۱	گواهی تجزیه کالا
۴۲۱	گواهی بهداشت
۴۲۱	فاکتور حمل

فصل دهم. حمل و نقل بین المللی (ترانزیت)

۴۲۵	مقدمه
۴۲۶	انواع ترانزیت
۴۲۶	تشریفات گمرکی کالای ترانزیت داخلی
۴۲۶	نحوه تأمین حقوق گمرکی و سود بازرگانی ترانزیت داخلی محصولات پستی و محمولات راه آهن
۴۲۷	محل تحویل کالای ترانزیت داخلی
۴۲۷	تأمین حقوق گمرکی و سود بازرگانی و عوارض کالای ترانزیت داخلی

۴۲۷	پروانه ترانزیت داخلی و تعداد نسخ آن
۴۲۸	کنترل کالای ترانزیت داخلی در گمرک مقصد
۴۲۸	کشف هر نوع اختلاف در گمرک مقصد
۴۲۸	اهمیت ترانزیتی ایران
۴۲۹	مزیت های ترانزیت از طریق ایران
۴۳۳	سیستم تیر
۴۳۳	کنواسیون تیر
۴۳۴	اصول سیستم تیر
۴۳۵	حمل و نقل تیر
۴۳۵	همکاری بین سازمان ایرو و سازمان ملل
۴۳۶	نقش مؤسسه ضامن
۴۳۶	نقش مؤسسه صادرکننده کارنه تیر
۴۳۷	قوانین کارنه تیر
۴۳۷	درهنگام حادثه / تصادف
۴۳۷	ترانزیت و ضعف سیستم حمل و نقل
۴۳۹	فهرست منابع

پیشگفتار مولفان

امروزه مباحث بازاریابی بین‌الملل، تجارت الکترونیک و صادرات تبدیل به اولویت‌های مهم برای کشورها شده است. در کشور ما هم این امر تبدیل به اولویت شده است. از طرف دیگر ما دارای چشم‌انداز ۱۴۰۴ هستیم که باید در تمام زمینه‌ها، منطقه نخستین باشیم. بنابراین همسویا این تغییرات و برنامه‌ها شایسته است در زمینه‌های بازاریابی بین‌الملل و صادرات محصولات تولیدی کشور سرمایه‌گذاری در حوزه‌های علمی و تجربی داشته باشیم. تا سرعالتحصیلان دانشگاهی ما با ترکیبی از علم و دانش پا به عرصه رقابت بگذارند. کتاب حاضر سعی کرده است تمرکز بری بودن تا حد امکان تجربی هم باشد و زمینه مناسبی را برای خوانندگان در علم و عمل فراهم کند و آنها را در - وژه صادرات کالا توانمند کند. بنابراین به دانشجویان و تجار، کلیه دست‌اندرکاران تجارت پیشنهاد می‌شود که کتاب حاضر را مطالعه کنند.

کتاب حاضر در ده فصل ارائه شده است که عناوین آنها در فهرست کتاب ذکر شده است. در این کتاب سعی شده است که کلیه مباحث مربوط به بازاریابی بین‌الملل و صادرات و به‌طور کلی تجارت خارجی طبق سرفصل‌های وزارت علوم، تحقیقات و فناوری پوشش داده شود. پیشنهاد می‌شود برای بهره‌برداری بیشتر و تکمیل اطلاعات، کتاب گمرک الکترونیک و کاربری‌های آن به عنوان مکمل مطالعه شود تا برای ورود به بازار کار با آمادگی و شناخت بالاتری اقدام شود.

این کتاب حاصل مدت‌ها مطالعه در حوزه‌های صادرات، بازاریابی بین‌الملل، تجارت الکترونیک و گمرک است که سعی شده است از مقالات کتاب‌ها، سایت‌های مرتبط و مصاحبه با افراد خبره در حوزه‌های صادرات، بازاریابی بین‌الملل و تجارت الکترونیک استفاده شود و اطلاعات به روز و جامعی در اختیار مخاطبان قرار دهد. از این کتاب، سازمان گمرک، تجار، شرکت‌های بازرگانی، کارگزاران گمرکی، سازمان‌های مرتبط با تجارت خارجی، دانشجویان رشته‌های مدیریت در تمامی گرایش‌ها و سایر علاقه‌مندان می‌توانند بهره‌برند. از آنجایی که این کتاب همانند همه اثرهای دیگر خالی از اشکال و نقص نیست امید است اساتید، کارشناسان، تجار، کارآفرینان، کارگزاران، دست‌اندرکاران و دانشجویان عزیز با بذل توجه و ارائه نظرات سازنده خویش ما را در مسیر پژوهش بیشتر و ارائه آثار علمی - کاربردی یاری رسانند.

در تنظیم این کتاب از کتاب و نوشته های داخلی و خارجی متعددی استفاده شده است که در این جا از محضر نویسندگان آن ها کسب اجازه و تشکر داریم.

دکتر علیرضا مقدسی

Ar_moghadasi@yahoo.com

سجاد اعتمادیان (دانشجوی دکتری سیاست گذاری بازرگانی)

Sajadetemadian@gmail.com

زمستان ۱۳۹۶

www.ketab.ir