

به نام خدا

۱۴۰۴۵۵
۵۷۶۵

مؤسسه فرهنگی هنری
دییگران تهران

روشهای کاربردی توسعه صادرات از طریق شبکه های مجازی

مؤلفان

مهندس علی زارعی

مهندس مهسا میری

هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی
ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق
مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.



عنوان کتاب: روشهای کاربردی توسعه صادرات

از طریق شبکه های مجازی

مؤلفان: مهندس علی زارعی

مهندس مهسا میری

ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

صفحه آرای: نازنین دبیر

طراح جلد: داریوش فرسای

نوبت چاپ: اول

تاریخ نشر: ۱۳۹۷

چاپ و صحافی: دانشجو

تیراژ: ۱۰۰ جلد

قیمت: ۲۳۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۲۴-۹۱۰-۵

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خیابان کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

کد پستی: ۱۳۱۴۹۸۳۱۸۵

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagarantehran.com

www.mftdibagaran.ir

نشانی تلگرام: @mftbook

لینک ربات دیباگران : @dibagaranetehranbot

اینتیکیشن دیباگران تهران را از سایت های اینترنتی دیباگران دریافت نمایید.

سرشناسه: زارعی، علی، ۱۳۷۵-

عنوان و نام پدیدآور: روشهای کاربردی توسعه صادرات از

طریق شبکه های مجازی / مؤلفان: علی زارعی، مهسا میری.

مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۱۳۲ ص: مصور.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۲۴-۹۱۰-۵

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه: ص ۱۲۸-۱۳۲

موضوع: صادرات-ایران

موضوع: Exports-Iran

موضوع: صادرات-ایران-بازاریابی

موضوع: export marketing-Iran

موضوع: تجارت-صادرات غیرنفتی-ایران

موضوع: nonpetroleum export-Iran

موضوع: صادرات-قوانین و مقررات-ایران

موضوع: exports-law and regulation-Iran

موضوع: بازرگانی الکترونیک

موضوع: electronic commerce

شناسه افزوده: میری، مهسا، ۱۳۶۳-

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷/۲/۹/۱۴۱۶/۶ HF

رده بندی دیویی: ۳۸۲/۶۳۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۵۲۲۸۸۰۴

فهرست مطالب

۹	فصل اول
۹	تاریخچه صادرات در ایران
۱۲	وضعیت بازرگانی خاصی پس از انقلاب
۱۳	تاریخچه صادرات در جهان
۱۵	فصل دوم
۱۵	مراحل صادرات یک کالا
۱۸	گواهی های مرسوم
۱۸	گواهی بهداشت نباتی
۱۸	گواهی بهداشت دامی (گواهی سازمان دامپزشکی)
۱۹	گواهی استاندارد
۱۹	گواهی انرژی اتمی
۱۹	صورت عدل بندی
۱۹	سایر اسناد مورد نیاز برای صادرات
۲۱	مراحل صادرات
۲۳	فصل سوم
۲۳	بازاریابی
۲۵	سیک های تبلیغاتی

۳۸..... بررسی سبک های مختلف تبلیغات در جهان

۳۸..... سبک تبلیغات آمریکایی

۴۰..... سبک تبلیغات انگلیسی

۴۲..... سبک تبلیغات آلمانی

۴۳..... سبک تبلیغات ایتالیایی

۴۴..... سبک تبلیغات اسپانیایی

۴۶..... سبک تبلیغاتی فرانسوی

۴۷..... سبک تبلیغات ژاپنی

۴۸..... سبک تبلیغات چینی

۴۹..... سبک تبلیغات در آفریقا جنوبی

۴۹..... سبک تبلیغات عربی و اسلامی

۵۱..... بازاریابی رسانه های اجتماعی (SOCIAL MEDIA MARKETING)

۵۲..... برنامه های بازاریابی رسانه های اجتماعی

۵۴..... ۱۴ ایده جالب برای حضور تجاری موثر در شبکه های اجتماعی

۶۵..... فصل چهارم

۶۵..... مقررات صادراتی

۶۶..... تعیین قیمت صادراتی (کمیسیون نرخ گذاری)

۶۶..... صدور پروفرما

۶۷..... تهیه و تدارک و بسته بندی

۶۷..... دریافت گواهی بازرسی کالا

۶۸..... صدور فاکتور و اخذ گواهی مبدا

۶۸..... عقد قرارداد حمل و بیمه

۷۰..... تحویل کالا روی عرشه کشتی دربندرمقصد DES (DELIVERED EX SHIP)

تحویل کالا درمحل مقرر درمقصد بدون ترخیص و بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی

۷۱..... DELIVERED DUTY (UNPAID DDU)

۷۳..... اظهار کالا به گمرک

۷۴..... ارسال کالا.....

۷۴..... دریافت واریزنامه یا گواهی صدور.....

۷۵..... فصل پنجم.....

۷۵..... چه عواملی موجب رشد اقتصادی و بهبود کالاها در کشورها میشوند؟.....

۷۹..... سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی.....

۸۰..... اینترنت و نقش آن در بازار صادرات.....

۸۱..... اصول پایه ای.....

۹۱..... تاریخچه تجارت الکترونیک در صادرات.....

۹۳..... سیر زمانی.....

۱۱۱..... فصل ششم.....

۱۱۱..... صادرات سنتی در برابر صادرات مدرن.....

۱۱۳..... توسعه همکاری های اقتصادی با کشورهای ثروتمند.....

۱۱۴..... ایران و ترکیه دو بازیگر بزرگ منطقه هستند.....

۱۱۴..... توسعه صادرات غیر نفتی به روسیه.....

۱۱۵..... مبادلات با عراق به ۳۰ میلیارد دلار می‌رسد.....

۱۱۷..... فصل هفتم.....

۱۱۷..... تکنیکهای کاربردی برای توسعه صادرات.....

۱۱۸..... بررسی نحوه کار صادر کنندگان برتر ایران.....

۱۱۹..... چگونه از شبکه های مجازی و اجتماعی برای توسعه صادرات استفاده کنیم؟.....

۱۲۱..... درباره مولفین.....

۱۲۸..... منابع.....

در دوران امروزی موفقیت کشورها در رقابت بین المللی بر اساس صادرات آنها رقم می خورد. صادرات و توسعه اقتصادی نیازمند برنامه ریزی های دقیقی از جمله قوانین شفاف و کاربردی، برنامه ریزی های درست و... می باشد. نقش صادرات در این بین به اندازه ای مهم است که بسیاری از کارشناسان صادرات را تنها مسیر موفق برای توسعه اقتصادی یک کشور در بازار جهانی می دانند.

اما در حلقه نهایی صادرات بازاریابی قرار دارد. نحوه معرفی کالاهای یک کشور در کشور دیگری که از نظرات فرهنگی کاملاً متفاوت برخوردارند بسیار مهم است.

امروزه با ورود شبکه های اجتماعی، امکان صد کردن بازارهای جهانی، ارتباطات تجاری و... فراهم شده است که بدین طریق امکان بازاریابی و معرفی کالا با همچنین ارتباط با مشتریان به مراتب راحت تر از قبل می باشد. در این کتاب ابتدا به معرفی شیوه های صادرات از گذشته تاکنون می پردازیم و سپس نقش شبکه های اجتماعی و ترفندهای آنها در صادرات را بررسی می نمایم.

با تشکر - مهناز علی زارعی