

عنوان مقاله:

تکنیک های قیمت گذاری در عرصه بین الملل

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

رقیه جاور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این مقاله بررسی تکنیک های قیمت گذاری بین المللی است. به این منظور عوامل تاثیر گذار بر قیمت گذاری بین المللی بیان خواهند شد و تاثیر آنها مشخص می گردد. با توجه به مطالعات پیشین در این زمینه، چارچوبی برای قیمت گذاری بین المللی مطرح می شود و روش های مختلف موجود برای قیمت گذاری در عرصه بین امل بیان می گردند. نتایج نشان می دهند قیمت گذاری بین المللی به علت وجود عواملی چون نرخ ارز، رقابت، تعرفه ها و مالیات، بسیار پیچیده تر از بازار داخلی است و شرکت باید ضمن رعایت مقررات موجود، با انتخاب استراتژی مناسب قیمت گذاری و کنترل دائم رویه ها، در بازارهای کشور های مختلف به رقابت بپردازد

کلمات کلیدی:

قیمت گذاری بین المللی / بازاریابی بین الملل / قیمت گذاری صادرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/476849>

