

عنوان مقاله:

بررسی نقش بستر آموزش الکترونیکی و استراتژی ورود به بازار آموزش بین المللی

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس سالانه یادگیری الکترونیکی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

فریبرز رحیم نیا - استاد گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

صدیقه صادقی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

روند جهانی سازی در کنار فناوری اطلاعات مرزهای جغرافیایی و سیاسی بین المللی را درنور دیده و موجب تاثیرات جدی در مناسبات و تعاملات میان افراد در سراسر دنیا شده است. از این رو ضرورت درک متقابل فرهنگ ها و لزوم تعاملات علمیو فرهنگی در عرصه بین المللی از اهمیت ویژه ای برخوردار گردیده است. حرکت مستمر برای توسعه علمی هر کشور در محیط بینالملل شکل میگیرد و بیسبب نیست که حوزه آموزش در چند سال اخیر مورد توجه بسیاری از کشورهای توسعه یافته قرار گرفته است. ورود به عرصه بازار آموزش بین المللی مستلزم در نظر داشتن مقدماتی است که توجه بدان ها بویژه در شرایط رقابتی حاصل از فناوری اطلاعات و بسترهای الکترونیک توسعه یافته در عصر حاضر اجتناب ناپذیر است. این مطالعه ضمن بررسی عوامل تاثیرگذاری همچون ساختار بازار خارجی ومنابع خاص سازمان و نیز ساختار صنعت در استراتژی ورود به بازار آموزش بینالملل، به مرور جنبه های مثبت و منفی اثر تعدیلگر وجود بستر آموزش الکترونیکی کشور مادر بر انتخاب استراتژی پرداخته و ضمن تبیین ابعاد این موضوع، یک مدل مفهومی ارایه مینماید.

کلمات کلیدی:

آموزش بین المللی، استراتژی ورود به بازار، آموزش الکترونیکی، منابع خاص شرکت، ساختار بازار خارجی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/814539>

