

۲۰۱۶۱۱۴

برای شناسایی و لویت بندی مطالعه در

تهیه تدوین استراژیک مناسب برای شناسایی و لویت بندی مطالعه در
زمینه صنایع دستی شمال غرب کشور در زمینه کبیر و فرش (گبه)

مؤلف:

مرتضی صالحی

سرشناسه	صالحی، مرتضی، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	تهیه تدوین استراژیک مناسب برای شناسایی و اولویت‌بندی مطالعه در زمینه صنایع دستی شمال غرب کشور در زمینه گلیم و فرش (گبه) / مولف مرتضی صالحی.
مشخصات نشر	تهران : گروه آموزشی مدرس: سنجش و دانش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۹۶ ص.: مصور، جدول، نمودار (رنگی).
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۲۱۶-۰۲۹-۶
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۹۳ - ۹۵.
موضوع	صنایع دستی -- ایران -- بازاریابی -- نمونه پژوهی
موضوع	Handicraft -- Marketing -- Iran -- Case studies
موضوع	گلیم‌ها -- ایران -- بازاریابی -- نمونه پژوهی
موضوع	Kilims-- Iran -- Marketing -- Case studies
موضوع	قالی و بافی -- ایران -- صنعت و تجارت -- بازاریابی -- نمونه پژوهی
موضوع	Rug and carpet industry -- Marketing-- Iran -- Case studies
رده بندی کنگره	۹۹۹ HD ۱۳۹۰ / ص ۹
رده بندی دیویی	۴۷۰۹۵۵/۳۳۸
شماره کتابشناسی ملی	۵۵۰۶۳۴۷



عنوان: تهیه تدوین استراژیک مناسب برای شناسایی و اولویت‌بندی مطالعه در زمینه صنایع دستی شمال غرب کشور در زمینه گلیم و فرش (گبه)

مولف: مرتضی صالحی

ناشر: گروه آموزشی مدرس، سنجش و دانش

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

صفحه آرای: مهتاب دوستی

طراح جلد: مهتاب دوستی

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال

کلیه حقوق مادی و معنوی برای مولف محفوظ می باشد

www.rezomephd.ir

www.sanjesh.ir

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول
۱	طرح
۲	مقدمه
۱۲	مدل مفهومی
۱۳	بازاریابی
۱۳	بازاریابی بین‌الملل
۱۳	صنایع دستی
۱۴	گلیم
۱۴	گبه
۱۵	فصل دوم
۱۵	ادبیات و پیشینه
۱۶	مقدمه
۱۷	عوامل فرهنگی
۱۷	تعریف فرهنگ
۱۹	بازاریابی بین‌الملل
۲۰	فلسفه های بازاریابی
۲۰	کانال بازاریابی
۲۰	اعصار بازاریابی از دیدگاههای مختلف
۲۳	تعریف بازاریابی

۲۴	انواع بازاریابی
۲۵	بازاریابی مبادله‌ای (معاملاتی)
۲۵	بازاریابی مستقیم
۲۶	استراتژی بازاریابی
۲۷	تعریف استراتژی بازاریابی
۲۸	همسویی استراتژیها با بازاریابی
۲۸	الگوهای تعیین تدوین استراتژی بازاریابی
۲۹	الگوی طبیعی تدوین استراتژی بازاریابی
۲۹	استراتژیهای بازاریابی در بستر فناوری اطلاعات
۳۰	مدل ناکاجیوا
۳۰	استراتژی بازاریابی تسریعی
۳۱	تولید سفارشی
۳۱	توزیع سفارشی
۳۲	پرداخت به هنگام
۳۲	توسعه محصول جدید
۳۳	استراتژی بازاریابی مبادله‌ای
۳۴	استراتژی بازاریابی مبتنی بر پایگاه داده
۳۶	استراتژی بازاریابی رابطه‌ای
۳۷	بازاریابی مبتنی بر دانش
۳۹	ناحیه‌های بازاریابی ارتباطی
۳۹	ارتباطات

۳۹	رفتار ترجیحی:
۳۹	شخصی سازی:
۴۰	پاداش:
۴۰	وابستگی اجتماعی:
۴۰	نیاز به احترام:
۴۰	لذت بردن از خرید:
۴۱	گرایش طبقه بندی محصول (مد):
۴۱	رضایت ارتباطی:
۴۱	اعتماد:
۴۱	تعهد ارتباطی:
۴۲	رفتار خرید:
۴۲	تمایل به خرید:
۴۲	تمایل به ارتباط:
۴۲	تعریف بازاریابی بینالمللی:
۴۴	ترکیب کالاها و خدمات:
۴۴	قیمتگذاری در بازارهای خارجی:
۴۷	نحوه ورود به بازارهای خارجی:
۴۷	برنامه بازاریابی بینالملل:
۴۸	راهبرد صادرات:
۴۸	توسعه صادرات:
۴۹	صنایع دستی:

۵۰	تعریف صنایع دستی
۵۰	ویژگیهای صنایع دستی
۵۲	صادرات صنعت گلیم
۵۳	تاریخچه گلیم
۵۹	تعریف صادرات
۶۰	شرایط صادرات
۶۰	اصول و قواعد صادرات
۶۱	آمار صادرات مواد غیر نفتی (گلیم) در ایران
۶۳	پیشینه
۶۷	فصل سوم
۶۷	روش شناسی
۶۸	مقدمه
۶۹	روش
۷۰	جامعه و نمونه آماری
۷۰	روش گردآوری اطلاعات
۷۰	ابزار گردآوری اطلاعات
۷۱	مقیاس های پرسشنامه
۷۲	روایی و پایایی ابزار جمعآوری اطلاعات
۷۳	روش تجزیه و تحلیل داده های آماری
۷۴	فصل چهارم
۷۴	(تحلیل داده ها)

۷۵	مقدمه.....
۷۵	بخش اول: توصیف آماری سؤالات پرسشنامه.....
۷۹	آمار استنباطی.....
۷۹	بررسی نرمال و غیر نرمال بودن داده ها.....
۸۰	پاسخ یابی سؤال ها.....
۸۱	پایایی مقیاس.....
۸۱	تحلیل مله کشافی.....
۸۲	پاسخ یابی سؤال ۱:.....
۸۲	آزمون کفایت نمونه گیری برای جامعه.....
۸۴	پاسخیابی سؤال ۲:.....
۸۴	آزمون کفایت نمونه گیری عوامل فرهنگ.....
۸۶	پاسخیابی سؤال ۳:.....
۸۶	آزمون کفایت نمونه گیری خصوصیات و ویژگی های صنایع.....
۸۸	پاسخ یابی سؤال ۴:.....
۹۴	منابع و مآخذ.....