

۲۰۱۰۷۰۵

# السلامة للجميع

عوامل برند و متمایز بودن دانشگاه ها و موسسات

آموزش عالی

مؤلف : حمیدرضا نوربخش

|                     |                                                                              |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| سروش                | نوربخش، حمیدرضا، ۱۳۶۶ -                                                      |
| عنوان و نام پدیدآور | عوامل برند و متمایز بودن دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی/مؤلف حمیدرضا نوربخش. |
| مشخصات نشر          | تهران: انتشارات راه دکتري، ۱۳۹۷.                                             |
| مشخصات ظاهري        | ۸۱ ص.                                                                        |
| شابک                | ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۵-۳۶۰-۲                                                            |
| تیراژ               | ۵۰۰ نسخه                                                                     |
| قيمت                | ۱۵۰۰۰ ريال                                                                   |
| وضعيت فهرست نویسی   | فپا                                                                          |
| موضوع               | آموزش عالی -- بازاریابی                                                      |
| موضوع               | Education, Higher -- Marketing                                               |
| موضوع               | آموزش عالی -- ایران -- بازاریابی -- نمونه‌پژوهی                              |
| موضوع               | Education, Higher -- Iran -- Marketing -- Case studies                       |
| موضوع               | آموزش عالی (بازاریابی) -- ایران -- نمونه‌پژوهی                               |
| موضوع               | Branding (Marketing) -- Iran -- Case studies                                 |
| موضوع               | دانشگاه و مدارس -- ایران -- نمونه‌پژوهی                                      |
| موضوع               | Universities and colleges -- Iran -- Case studies                            |
| رده بندی کنگره      | ۱۳۷۹ ن/۲۳۲۴LB                                                                |
| رده بندی دیویی      | ۰۱/۳۷۸                                                                       |
| شماره کتابشناسی ملی | ۵۱۳۳۶۳۹                                                                      |



عنوان : عوامل برند و متمایز بودن دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی  
 مؤلف : حمیدرضا نوربخش  
 ناشر: انتشارات راه دکتري ، سنجش و دانش  
 نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷  
 صفحه آرایي: مهتاب دوستي  
 طراح جلد: مهتاب دوستي  
 تیراژ: ۵۰۰ نسخه  
 قيمت: ۱۵۰,۰۰۰ ريال

کليه حقوق مادي و معنوي براي مؤلف محفوظ مي باشد

[www.rezomephd.ir](http://www.rezomephd.ir)

[www.sanjesh.ir](http://www.sanjesh.ir)

## فهرست مطالب

صفحه

عنوان

|         |                                                             |
|---------|-------------------------------------------------------------|
| ۱.....  | فصل اول:                                                    |
| ۱.....  | کلیات                                                       |
| ۶.....  | روش                                                         |
| ۶.....  | روشهای گردآوری اطلاعات                                      |
| ۷.....  | قلمرو                                                       |
| ۷.....  | ب) مکان:                                                    |
| ۸.....  | جامعه آماری (N)                                             |
| ۸.....  | روش یا روشهای نمونه گیری                                    |
| ۹.....  | روشهای مورد نظر برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه ها |
| ۱۰..... | فصل دوم:                                                    |
| ۱۰..... | ادبیات                                                      |
| ۱۱..... | مقدمه                                                       |
| ۱۲..... | بازاریابی خدمات فرهنگی                                      |
| ۱۳..... | بازاریابی مؤسسات آموزشی                                     |
| ۱۵..... | نقش تبلیغات در مورد خدمات فرهنگی                            |
| ۱۶..... | گرایش به برند سازی                                          |
| ۱۶..... | تصویر ذهنی نام و نشان تجاری یا برند                         |
| ۱۸..... | جایگاه برند در قلمرو خدمات                                  |
| ۱۹..... | برند سازی خدمات در محیط فرهنگی                              |
| ۲۰..... | برند سازی برای مؤسسات خدماتی                                |

|    |                                      |
|----|--------------------------------------|
| ۲۱ | برند سازی برای مؤسسات آموزشی         |
| ۲۳ | جایگاه برند در مؤسسات آموزشی         |
| ۲۴ | برندسازی در محیط علمی آموزشی ایران   |
| ۲۵ | ارزش ویژه برند در بخش خدمات آموزشی   |
| ۲۶ | وفاداری به برند مؤسسات آموزشی        |
| ۲۷ | نقش مشتری خدمات در برند سازی         |
| ۲۸ | ترویج برند سازی در بخش فرهنگ و آموزش |
| ۳۰ | عوامل برند سازی مؤسسات آموزشی        |
| ۳۱ | متغیر های مستقل                      |
| ۳۱ | معروفیت و برند اساتید                |
| ۳۲ | اقدامات ترویجی و ترفیعی              |
| ۳۳ | جایگاه و مرجعیت موسسه در جامعه علمی  |
| ۳۶ | محیط فیزیکی موسسه آموزشی             |
| ۳۷ | پژوهشهای انجام گرفته در زمینه موضوع  |
| ۴۰ | آزمون مدل مفهومی و فرضیات            |
| ۵۱ | فصل سوم                              |
| ۵۱ | روش اجرا                             |
| ۵۲ | روش                                  |
| ۵۲ | روش های گردآوری داده ها              |
| ۵۳ | ابزار جمع آوری داده ها               |
| ۵۳ | بررسی روانی و پایانی پرسشنامه        |
| ۵۴ | روانی یا اعتبار پرسشنامه             |
| ۵۵ | پایانی ابزار                         |

|         |                                 |
|---------|---------------------------------|
| ۵۶..... | جامعه آماری .....               |
| ۵۷..... | فرضیه ها .....                  |
| ۵۹..... | فصل چهارم: .....                |
| ۵۹..... | تجزیه و تحلیل داده ها .....     |
| ۶۰..... | مقدمه .....                     |
| ۶۱..... | تحلیل توصیفی داده ها .....      |
| ۶۴..... | تحلیل استنباط .....             |
| ۶۴..... | بررسی وضعیت توزیع متغیرها ..... |
| ۶۶..... | مدل سازی معادلات .....          |
| ۶۷..... | آزمون مدل اندازه گیری .....     |
| ۷۲..... | آزمون مدل ساختاری .....         |
| ۷۴..... | آزمون روابط مدل .....           |
| ۷۸..... | آزمون کلی مدل .....             |