

تعامل دانشگاه و صنعت

تالیف:

دکتر مهدی نورسینا

استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه



انتشارات موجک



سرشناسه: نورسینا، مهدی، ۱۳۴۸ -

عنوان و نام پدیدآور: تعامل دانشگاه و صنعت / تألیف مهدی نورسینا.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ط، ۲۸۱ ص.: جدول، نمودار.

شابک: ۱-۴۶-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸، ۲۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: ک-اینامه: ن [۲۹۴] - ۳۰۵.

موضوع: همکاری دانشگاه و صنعت -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Academic-industrial collaboration -- Iran -- Case studies

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ۷ ت ۱۳ / LC ۱۰۸۸

رده بندی دیویی: ۳۷۸/۱۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۴۶۳۴۱۶۵

انتشارات موجک

تلگرام: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۲۳۲۰۹۱ - ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۳ - ۰۲۱۶۶۱۷۵۹۱

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir

عنوان: تعامل دانشگاه و صنعت

تألیف: دکتر مهدی نورسینا

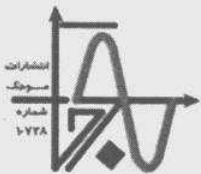
طراح جلد: سیده زهرا روشنایی

مشخصات ظاهری: ۲۸۱ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۶، تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال، شابک: ۱-۴۶-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸

حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.



فهرست مطالب

عنوان

صفحه

سخن مولف	۱
بخش اول: ارتباط دانشگاه و صنعت	۵
فصل اول: همکاری دانشگاه و صنعت	۷
۱-۱ مقدمه	۷
۲-۱ همکاری دانشگاه و صنعت بر اساس مطالعات در غرب	۸
۳-۱ ارتباط دانشگاه و صنعت بر اساس مطالعات در ایران	۹
۴-۱ دستاورد تعامل دانشگاه و صنعت در امریکا، انگلستان	۱۰
۵-۱ ارتباط صنایع کوچک و متوسط با دانشگاه و نقش آن در توسعه ملی	۱۳
۶-۱ ارتباط دانشگاه‌ها با صنایع کوچک و متوسط	۱۴
فصل دوم: نقش آموزش عالی در ارتباط دانشگاه و صنعت	۱۷
۱-۲ جهانی شدن اقتصاد و هدف گذاری آموزش عالی به سمت تولید دانش کاربردی	۱۷
۲-۲ ظهور دانشگاه‌های جدید به منزله مغز جامعه هوشمند و پاسخگو به نیازهای علمی بازار	۱۹
۳-۲ تأثیر ارتباطات بین المللی و توسعه علمی در تقویت تعامل دانشگاه‌ها و صنایع	۲۰
۴-۲ آموزش از راه دور و نقش آن در ارائه خدمات به صنایع	۲۰
۵-۲ ظهور صنایع دانش و اقتصاد دانش	۲۱
۶-۲ تفاوت در انتقال تکنولوژی از دانشگاه به صنایع دانش محور و صنایع توسعه محور در	
دانشگاه‌های هلند	۲۱

۷-۲ همکاری‌های علمی بین‌المللی آموزش عالی و کمک به کاهش فاصله میان دانش و فناوری

۲۲..... صنعتی

۲۲..... ۸-۲ اهداف آموزش عالی و ارتباط آن با اقتصاد بازار

۲۳..... ۹-۲ اهمیت کارآیی بیرونی آموزش عالی در پیشبرد اهداف اجتماعی و اقتصادی

فصل سوم: نقش دولت در ارتباط دانشگاه و صنعت..... ۲۵

۲۵..... ۱-۳ روش‌های تشویقی دولت برای برقراری ارتباط دانشگاه و صنعت

۲۹..... ۲-۳ رواء مدل‌های حمایتی دولت از صنایع کوچک و متوسط

۳۰..... ۳-۳ پشتیبانی و توسعه بنگاه‌های اقتصادی

۳۱..... ۴-۳ تفاوت‌های فکری میان دانشگاه و صنعت

۳۲..... ۵-۳ قوانین و محاسبات اخلاقی همکاری با صنعت

فصل چهارم: مالکیت فکری..... ۳۵

۳۵..... ۱-۴ مالکیت فکری چیست؟

۳۵..... ۲-۴ اهمیت مالکیت فکری در اقتصاد بازار

۳۶..... ۳-۴ کنترل مالکیت فکری و خلق دانش در دانشگاه‌های انگلستان

۳۶..... ۴-۴ وضعیت مالکیت فکری در ایران

۳۷..... ۵-۴ اهداف سازمان جهانی مالکیت معنوی

۳۸..... ۶-۴ اهداف تنظیم آیین‌نامه مالکیت فکری در دانشگاه‌ها

۳۸..... ۷-۴ مدیریت مالکیت فکری در ارتباط دانشگاه و صنعت

۳۹..... ۸-۴ خطر و سرمایه در معرض خطر در پروژه‌های تحقیقاتی دانشگاه و صنعت

۳۹..... ۹-۴ رازداری یا انتشار نتایج تحقیقات از دیدگاه صنایع و دانشگاه‌ها

فصل پنجم: نقش واسطه‌ها در ارتباط دانشگاه و صنعت..... ۴۱

۴۱..... ۱-۵ نقش واسطه‌ها

- ۲-۵ الگوی توسعه ارتباط دانشگاه و صنعت ۴۲
- ۳-۵ وظایف و ساختارهای سازمانی واسطه داخلی ۴۲
- ۴-۵ وظایف و ساختار سازمانی واسطه خارجی ۴۳
- ۵-۵ نقش واسطه‌های خارجی غیرمتمرکز در ارتباط میان دانشگاه و صنعت ۴۳
- ۶-۵ مدیریت و استقلال واسطه‌ها و کنترل آنها در تعامل دانشگاه و صنعت ۴۳

فصل ششم: مدیریت مالی در ارتباط دانشگاه و صنعت ۴۵

- ۱-۶ مدیریت مالی ارتباط دانشگاه و صنعت و نقش آن در بهبود این تعامل ۴۵
- ۲-۶ رویکردهای تعیین هزینه و قیمت گذاری خدمات دانشگاه به صنعت ۴۶
- ۳-۶ توزیع درآمد حاصل از فعالیت‌های ارتباط با صنعت ۴۷
- ۴-۶ توزیع درآمد بدست آمده از تجاری کردن حق اختراع‌ها و حق امتیازها ۴۸
- ۵-۶ توزیع درآمد بدست آمده از هزینه‌های الاسری (سربار) یا مازاد درآمد ایجاد شده ۴۸

فصل هفتم: منابع انسانی در ارتباط دانشگاه و صنعت ۵۱

- ۱-۷ مدیریت کارکنان در ارتباط دانشگاه و صنعت ۵۱
- ۲-۷ استخدام کارکنان و مدیریت منابع انسانی ۵۲
- ۳-۷ مدل‌ها و انواع پاداش‌ها ۵۳
- ۱-۳-۷ پاداش‌های مالی ۵۴
- ۲-۳-۷ ارتقاء ۵۴
- ۳-۳-۷ پاداش‌های غیرمالی ۵۵

فصل هشتم: کارآفرینی دانشگاهی ۵۷

- ۱-۸ بررسی ظهور سرمایه‌گذاری در شرکت‌های انشعابی دانشگاهی ۵۷
- ۲-۸ مقیاسی برای ارزیابی جهت‌گیری کارآفرینی در دانشگاه‌ها ۵۷
- ۳-۸ مدل ساختاری کارآفرینی دانشگاهی ۵۹

۴-۸ کارآفرینی ۶۰

فصل نهم: نظام ملی نوآوری ۶۳

۱-۹ اجزای نظام ملی نوآوری ۶۳

۱-۱-۹ بدنه اصلی ۶۳

۲-۱-۹ عناصر ساختاری ۶۴

۳-۱-۹ محیط پیرامونی (خارجی) ۶۴

۲-۹ بین‌های اجتماعی نوآوری در کانادا و نقش برنامه‌های تحقیقاتی دانشگاهی بر نوآوری ۶۴

۳-۹ پارک‌های علمی؛ حلقه ضروری زنجیره نوآوری در صنعت و بازار ۶۵

۴-۹ نقش پارک‌ها، علمی و فناوری در تبدیل پژوهش به دانایی و کاربرد آن در اقتصاد ۶۶

۵-۹ پارک‌های تحقیقاتی پژوهشی در تعامل دانشگاه‌ها و صنایع ۶۸

۶-۹ وضعیت پارک‌های علمی و فناوری در ایران ۶۹

۷-۹ بررسی اثر مجاورت جغرافیایی و کیفیت دانشگاه در همکاری دانشگاه و صنعت در

انگلستان ۷۰

۸-۹ پیش‌نیازهای توسعه علمی در ایران ۷۲

۹-۹ دانستنی‌های ضروری قبل از انجام پروژه علمی پژوهشی دانشگاه و صنعت ۷۲

۱-۹-۹ نوآوری ۷۲

۲-۹-۹ تکنولوژی ساخت ۷۳

۳-۹-۹ سیاست دولت - دانشگاه ۷۴

۴-۹-۹ سرمایه‌گذار ۷۴

۵-۹-۹ وضعیت بازار ۷۴

فصل دهم: روش‌ها و مراحل تجاری‌سازی تحقیقات ۷۷

۱-۱۰ جایگاه تجاری‌سازی تحقیقات در فرآیند نوآوری ۷۷

۲-۱۰ تجاری‌سازی تحقیقات و اهمیت آن ۷۸

- ۳-۱۰ روش‌های تجاری سازی ۷۸
- ۴-۱۰ مراحل تجاری سازی تحقیق ۷۹
- ۵-۱۰ چالش‌ها و مشکلات تجاری سازی تحقیقات ۸۰
- ۶-۱۰ تعیین میزان و قابلیت تجاری شدن پژوهش‌ها ۸۲
- ۱-۶-۱۰ عوامل فنی ۸۳
- ۲-۶-۱۰ عوامل تجاری ۸۳
- ۳-۶-۱۰ عامل مدیریتی ۸۳
- ۴-۶-۱۰ عوامل اقتصادی ۸۴

فصل یازدهم: تجاری سازی پروژه‌های دانشگاهی ۸۵

- ۱-۱۱ بررسی‌های مختلف تجاری کردن تحقیقات دانشگاهی و صنعت ۸۵
- ۱-۱-۱۱ بررسی تکنیکی ۸۵
- ۲-۱-۱۱ ارزیابی بازار ۸۵
- ۳-۱-۱۱ بررسی مالکیت فکری ۸۶
- ۴-۱-۱۱ نیاز به توسعه بیشتر ۸۶
- ۵-۱-۱۱ سازمان‌های نظارت کننده ۸۶
- ۶-۱-۱۱ الزامات مالی ۸۷
- ۷-۱-۱۱ تیم تحقیق و توسعه ۸۷
- ۲-۱۱ تجاری سازی و انتخاب دقیق پروژه‌ها در تعامل میان دانشگاه و صنعت ۸۷
- ۳-۱۱ انتخاب پروژه تحقیقاتی مناسب، تسريع در تجاری شدن یافته‌های پژوهش ۸۸
- ۴-۱۱ ارزیابی پتانسیل تجاری - چک لیست امتیازبندی پروژه‌ها در اولویت بندی تجاری شدن تحقیقات دانشگاهی ۸۸
- ۵-۱۱ اصول پیش نیاز تجاری سازی تحقیقات در آمریکای شمالی ۸۹
- ۶-۱۱ عوامل عمده کلیدی قابل توجه در تجاری شدن یافته‌های پژوهشی در صنعت ۹۰
- ۱-۶-۱۱ بازاریابی ۹۰

- ۱۱-۶-۲ تقاضا ۹۰
- ۱۱-۶-۳ محیط‌شناسی ۹۱
- ۱۱-۶-۴ پیش‌بینی فروش ۹۱
- ۱۱-۶-۵ تخمین اندازه و سهم بازار ۹۲

فصل دوازدهم: انتقال دانش و تکنولوژی از دانشگاه به صنعت ۹۳

- ۱-۱۲ روش‌های پیش‌بینی فروش در تجاری شدن یافته‌های پژوهش ۹۳
- ۱-۱۲ روش‌های کیفی پیش‌بینی فروش ۹۳
- ۱-۱۲ روش‌های کمی پیش‌بینی فروش ۹۴
- ۲-۱۲ انتقال تکنولوژی ۹۴
- ۳-۱۲ همکاری‌های حقیقی ۹۵
- ۴-۱۲ ثبت اختراع ۹۷
- ۵-۱۲ شرکت‌های تازه تاسیس ۹۸
- ۶-۱۲ نقش پارک علمی و انکوباتورها در تجاری سازی ۹۸
- ۷-۱۲ نقش دانشگاه در انتقال موثر و کدآمد اطلاعات علمی ۹۹
- ۸-۱۲ دسته‌بندی دانشگاه‌ها براساس انجام پروژهای مشترک با صنایع ۱۰۰
- ۹-۱۲ چه چیزهایی دانشمندان دانشگاهی را به اشتغال در تجاری سازی تحقیق ترغیب می‌کند؟
طلایا، روبان یا معما؟ ۱۰۳
- ۱۰-۱۲ آیا نشر مشترک صنعت و دانشگاه به ارتقاء فعالیت تجاری سازی فناوری دانشگاه منتج می‌گردد؟ ۱۰۳
- ۱۱-۱۲ مطالعه تطبیقی انتقال تکنولوژی دانشگاهی به صنعت در آلمان و چین ۱۰۷
- ۱۲-۱۲ ابعاد و مؤلفه‌های مستخرجه از مبانی نظری ۱۰۸

بخش دوم: تعیین میزان تأثیر مؤلفه‌های مدیریت آموزش عالی بر همکاری‌های دانشگاه و صنعت ۱۱۵

فصل سیزدهم: بیان مسئله ۱۱۷

۱-۱۳ مقدمه ۱۱۷

۲-۱۳ بیان مسأله ۱۱۸

۳-۱۳ اهمیت مسئله ۱۲۰

۴-۱۳ سوالات ۱۲۲

۵-۱۳ تعاریف نظری ۱۲۳

فصل چهاردهم: ارتباط دانشگاه با صنعت و تجاری سازی در جهان ۱۲۵

۱-۱۴ تاریخچه ارتباط دانشگاه با صنعت و تجاری سازی تحقیقات صنایع در جهان ۱۲۵

۲-۱۴ بررسی تحقیقات مشابه در جهان ۱۲۸

فصل پانزدهم: ارتباط دانشگاه با صنعت و تجاری سازی در ایران ۱۴۷

۱-۱۵ تاریخچه ارتباط دانشگاه با صنعت و تجاری سازی تحقیقات صنایع در ایران ۱۴۷

۲-۱۵ بررسی تحقیقات مشابه در ایران ۱۵۰

فصل شانزدهم: روش و ابزار ۱۶۱

۱-۱۶ روش شناسی ۱۶۱

۲-۱۶ جامعه آماری ۱۶۱

۳-۱۶ نمونه آماری و روش نمونه گیری ۱۶۲

۴-۱۶ ابزار گردآوری داده‌ها ۱۶۶

۱-۴-۱۶ مصاحبه ۱۶۷

۲-۴-۱۶ طراحی و ارزیابی پرسشنامه و پایایی ۱۶۸

۵-۱۶ روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها ۱۶۹

فصل هفدهم: تجزیه و تحلیل داده‌ها ۱۷۱

۱-۱۷ توصیف آماری ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان ۱۷۱

۲-۱۷ وضعیت متغیرها ۱۷۲

۱-۲-۱۷ وضعیت متغیر عوامل ساختاری ۱۷۳

۲-۲-۱۷ وضعیت متغیر عوامل فرهنگی - اجتماعی ۱۷۴

۳-۲-۱۷ وضعیت متغیر عوامل آموزشی ۱۷۵

۴-۲-۱۷ وضعیت متغیر عوامل مدیریتی ۱۷۶

۵-۲-۱۷ وضعیت متغیر عوامل مالی ۱۷۷

۳-۱۷ موارد راداری متغیرها ۱۷۸

۴-۱۷ تجزیه و تحلیل داده‌ها در ارتباط با سؤالات ۱۷۹

۱-۴-۱۷ تجزیه و تحلیل داده‌ها در ارتباط با سؤال اول ۱۷۹

۲-۴-۱۷ تجزیه و تحلیل داده‌ها در ارتباط با سؤال دوم ۱۹۱

۳-۴-۱۷ تجزیه و تحلیل داده‌ها در ارتباط با سؤال سوم ۲۰۵

۴-۴-۱۷ تجزیه و تحلیل داده‌ها در ارتباط با سؤال چهارم ۲۰۶

۵-۴-۱۷ تجزیه و تحلیل داده‌ها در ارتباط با سؤال پنجم ۲۱۰

فصل هجدهم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۲۱۳

۱-۱۸ جمع‌بندی ۲۱۳

۲-۱۸ یافته‌های کتاب و ارائه مدل ۲۱۵

۱-۲-۱۸ یافته‌های مربوط به سؤال اول ۲۱۵

۲-۲-۱۸ یافته‌های مربوط به سؤال دوم ۲۱۸

۳-۲-۱۸ یافته‌های مربوط به سؤال سوم ۲۲۱

۴-۲-۱۸ یافته‌های مربوط به سؤال چهارم ۲۲۳

۵-۲-۱۸ یافته‌های مربوط به سؤال پنجم ۲۲۴

۳-۱۸ یافته‌های جانبی ۲۲۵

۲۲۸	۴-۱۸ بحث و تفسیر یافته‌ها و ارائه مدل نهایی
۲۲۸	۱-۴-۱۸ بحث و تفسیر یافته‌های سؤال اول
۲۳۴	۲-۴-۱۸ بحث و تفسیر یافته‌های سؤال دوم
۲۵۲	۳-۴-۱۸ بحث و تفسیر یافته‌های سؤال سوم
۲۵۴	۴-۴-۱۸ بحث و تفسیر یافته‌های سؤال چهارم
۲۵۹	۵-۴-۱۸ بحث و تفسیر یافته‌های سؤال پنجم
۲۶۱	۵-۱۸ نتیجه‌گیری
۲۶۵	۶-۱۸ پیشنهادها
۲۶۷	۷-۱۸ توصیه‌های کاربردی

۲۷۱	منابع
۲۷۱	منابع فارسی
۲۷۷	منابع انگلیسی

سخن مولف

در جهان توسعه یافته امروزی شکل دانشگاه‌ها تغییرات زیادی یافته است و از شکل سنتی صرف به انعطاف پذیر، جامعه‌نگر، صنعت‌گرا تغییر پیدا کرده است. دانشگاه‌هایی که خواسته‌ها و نیازهای صنایع و جامعه را در نظر می‌گیرند و پاسخگوی این نیازها هستند، بهتر می‌توانند به حیات خود ادامه دهند، دانش خود را کاربردی کنند و برای جامعه خود مفید باشند. این کتاب با هدف "تعیین میزان تأثیر مؤلفه‌های مدیریت آموزش عالی بر همکاری‌های دانشگاه و صنعت و ارائه مدلی مفهومی" تألیف شده است.

کتاب حاضر کاربردی است. جامعه آماری از دو گروه از دانشگاه‌ها و صنایع بزرگ مستقر در کلان شهر تهران تشکیل شده بود. گروه اول را دانشگاه‌های مستقر در کلان شهر تهران شامل دانشگاه‌های دولتی (۲۵ دانشگاه)، آزاد اسلامی (۱۹ واحد)، جامع علمی کاربردی (۷۹ واحد) و پیام نور (۱۸ واحد) - جمعاً ۱۴۱ دانشگاه - و گروه دوم را ۶۳ کارخانه و مراکز صنعتی کلان شهر تهران - که با دانشگاه‌ها ارتباط و همکاری متقابل داشتند - تشکیل می‌دادند. از این میان ۲۱ دانشگاه انتخاب و ۶۳ شرکت صنعتی تمام شماری شدند. با مراجعه به دانشگاه‌ها و صنایع نمونه، ترتیب ۱۰۰ و ۱۲۰ پرسشنامه قابل استفاده گردآوری گردید.

در این کتاب از مصاحبه برای تعیین چارچوب کار و مشخص کردن مؤلفه‌ها و سؤالات مهم استفاده شد که به روشن شدن بهتر مسیر تألیف کتاب انجامید. سؤالات مصاحبه‌ها درباره چیستی مؤلفه‌های مدیریت آموزش عالی و تعیین میزان تأثیر و اهمیت هر کدام از این مؤلفه‌ها بر همکاری‌های میان دانشگاه و صنعت بودند.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود. پرسشنامه مذکور بر اساس جمع‌بندی حاصل از نظرات و مصاحبه‌های کیفی و ادبیات نظری در پنج عامل ساختاری با ۹ سؤال، فرهنگی و اجتماعی ۱۰ سؤال، آموزشی ۱۵ سؤال، مدیریتی ۸ سؤال و مالی ۶ سؤال طراحی شد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردید. همچنین از روش مدل سازی معادلات ساختاری، تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و مرتبه دوم، بهره گرفته شد. نتایج بدست آمده حکایت از شناسایی ۵ مؤلفه ساختاری (۹۲٪)، فرهنگی و اجتماعی (۱۰۰٪)، آموزشی (۴۳٪)، مدیریتی (۸۲٪) و مالی (۳۲٪) در دانشگاه‌ها داشت و در صنایع نیز به ترتیب مؤلفه‌های ساختاری (۷۱٪)، فرهنگی و اجتماعی (۹۹٪)، آموزشی (۹۲٪)، مدیریتی (۱۰۰٪) و مالی (۳۴٪) حائز اهمیت بودند. متغیرهای هر یک از مؤلفه‌ها نیز مورد شناسایی و تأییدسنجی قرار گرفتند. بدین ترتیب با توجه به خروجی‌های آزمون‌ها و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، مدل نهایی طراحی شد. در پایان نیز پیشنهادهایی به دانشگاه‌ها، صنایع و پژوهشگران پژوهش‌های آتی ارائه گردید.

شیوه سازماندهی کتاب، حاضر بصورت زیر می‌باشد.

این کتاب به دو بخش فصول آموزشی و فصول پژوهشی تقسیم خواهد شد. بخش اول شامل مباحث آموزشی در زمینه همکاری دانشگاه و صنعت می‌باشد. فصول آموزشی شامل دوازده فصل:

فصل اول: همکاری دانشگاه و صنعت

فصل دوم: نقش آموزش عالی در ارتباط دانشگاه و صنعت

فصل سوم: نقش دولت در ارتباط دانشگاه و صنعت

فصل چهارم: مالکیت فکری

فصل پنجم: نقش واسطه‌ها در ارتباط دانشگاه و صنعت

فصل ششم: مدیریت مالی در ارتباط دانشگاه و صنعت

فصل هفتم: منابع انسانی در ارتباط دانشگاه و صنعت

فصل هشتم: کارآفرینی دانشگاهی

فصل نهم: نظام ملی نوآوری

فصل دهم: روش‌ها و مراحل تجاری‌سازی تحقیقات

فصل یازدهم: تجاری‌سازی پروژه‌های دانشگاهی

فصل دوازدهم: انتقال دانش و تکنولوژی از دانشگاه به صنعت

می‌باشد.

در بخش دوم میزان تأثیر مؤلفه‌های مدیریت آموزش عالی بر همکاری‌های دانشگاه و صنعت بررسی می‌شود. فصول پژوهشی شامل شش فصل:

فصل سیزدهم: بیان مسئله

فصل چهاردهم: ارتباط دانشگاه با صنعت و تجاری‌سازی در جهان

فصل پانزدهم: ارتباط دانشگاه با صنعت و تجاری‌سازی در ایران

فصل شانزدهم: روش و ابزار

فصل هفدهم: تئریه تحلیل داده‌ها

فصل هجدهم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها

می‌باشد.

در پایان، بر خود لازم می‌دانم در هم‌عزیزانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب مرا یاری نموده‌اند بویژه از آقایان دکتر محمدتقی‌الدین، دکتر نادرقلی قورچیان، دکتر حمیدرضا آراسته که در نگارش این کتاب راهنمایی‌های زیادی نمودند و در مراحل مختلف بدون هرگونه محدودیتی قبول زحمت فرموده و از هرگونه کمکی دریغ نمود صمیمانه تقدیر و تشکر می‌نمایم.

دکتر مهدی نورسینا

زمستان ۱۳۹۶