

نام دانشجو: سعید نجم روشن

موضوع پایان نامه: ارائه و تبیین مدل شهرت ملی به عنوان چارچوبی برای سیاستگذاری بازرگانی مطالعه موردی: صنایع مصنوعات فلزی ایران

نام دانشگاه: پیام نور

مقطع تحصیلی: دکتری

رشته تحصیلی: مدیریت بازرگانی

واژگان کلیدی:

هویت ملی، قدرت نرم، برندسازی ملی، مدل داده بنیاد، شهرت کشور

چکیده:

موضوع «شهرت سازمانی» از سالها قبل توسط پژوهشگران مطرح شده و در خصوص آن نظریه پردازی ها، مطالعات میدانی و اقدامات اجرایی قابل توجهی صورت گرفته است. اما «شهرت ملی» به عنوان موضوعی جدید، در مراحل اولیه نظریه پردازی می باشد .

هدف از پژوهش حاضر، تبیین «مدل شهرت ملی» می باشد. این مدل می تواند به عنوان الگویی مفهومی با قابلیت توسعه عملیاتی، توسط سیاستگذاران، پژوهشگران و مجریان حوزه های مختلف به ویژه صنعت، اقتصاد و تجارت کشور مورد استفاده قرار گیرد .

روش تحقیق مورد استفاده در پژوهش، ترکیبی از دو روش تئوری سازی داده بنیاد و روش مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM) می باشد. بدین منظور در گام نخست، برای شناسایی و تعریف سازه های تشکیل دهنده مدل شهرت ملی، ادبیات موضوعات مرتبط با آن مورد بررسی قرار گرفت و پس از استخراج مفاهیم و مقوله سازی با استفاده از روش تئوری سازی داده بنیاد، «مدل پارادایمی شهرت ملی» تعیین گردید. در گام بعد، با انجام مصاحبه با مدیران اجرایی دولتی، مدیران ارشد بخش خصوصی و اساتید رشته مدیریت و اخذ نظرات آنها از طریق پرسشنامه، «مدل شهرت ملی» با استفاده از روش مدلسازی ساختاری تفسیری ارائه شد.

«نقشه راه شهرت ملی» شامل توصیه های سیاستی، راهکارهای اجرایی و شرح وظایف پیشنهادی هر یک از نهادهای حاکمیتی و ذی نفعان بخش خصوصی موثر در ارتقاء شهرت ملی ایران، از دیگر نتایج کاربردی این پژوهش می باشد.