تاثیرات توانایی های بازاریابی اینترنتی در حوزه فعالیت های بین المللی شرکت های صادراتی.

1-1- بیان مسئله

1-2- ضرورت و اهمیت پژوهش

1-3- چارچوب نظری تحقیق

1-4- اهداف تحقیق

1-4-1- هدف کلی تحقیق

1-4-2- اهداف اصلی پژوهش

1-5- فرضیات تحقیق

1-6- مدل مفهومی تحقیق

1-7- نوع و روش تحقیق

1-8- روش و ابزار جمع آوری داده¬ها

1-9- جامعه آماری، روش نمونه¬گیری و حجم نمونه

1-10- حیطه تحقیق

1-11- روش تجزیهوتحلیل داده¬ها

1-12- تعریف واژه¬ها و متغیرهای تحقیق

1-12-1- تعاریف مفهومی

1-12-2- تعاریف عملیاتی

فصل دوم

مطالعات نظری

مقدمه

2-1- ادبیات نظری پژوهش

2-1-1- عملکرد صادرات

2-1-2- دسترسی‌پذیری اطلاعات

2-1-4- ارتباطات شبکه داد و ستد

2-1-5- دانش صادرات

2-1-6- رشد بازار صادرات

2-2- پیشینه پژوهش

2-2-1- پیشینه داخلی

1- 2-2-2- پیشینه خارجی

2-3- شرکت‌های صنایع لبنی

2-4- مدل مفهومی پژوهش

2-5- جمع¬بندی فصل

فصل سوم

روش شناسی تحقیق

مقدمه

3-1- فرایند تحقیق

3-2- روش پژوهش

3-2-1- طبقه‌بندی انواع پژوهش براساس هدف

3-2-2- طبقه‌بندی براساس روش

3-3- جامعه آماری

3-4- نمونه‌گیری

3-5- روش جمع آوری اطلاعات

3-6- روش و ابزار جمع آوری داده¬ها

3-6-1- پرسشنامه

3-7- اعتبار (روایی) پرسشنامه

3-8- پایایی پرسشنامه

3-9- روش‌های موردنظر برای آنالیز اطلاعات و آزمون فرضیه¬ها

3-9-1- آمار توصیفی

3-9-2- تحلیل استنباطی

3-10- جمع¬بندی فصل

فصل چهارم

آنالیز یافته¬های تحقیق

مقدمه

4-1- آمار توصیفی

4-2- آمار استنباطی