

ارزیابی و شناسایی عوامل موثر بر بازاریابی در شرایط رکود اقتصادی در بازار چوب و تخته تهران

۱- عنوان بالیه به "شناسایی عوامل موثر بر بازاریابی" تغییر کنید.

۲- هیچ آرژانتیشن مقدمه، بیان مسأله و اهداف، با موضوع اصلی تحقیق ربط ندارد. همه بخش‌ها باید با موضوع هم‌بسته باشند.

۳- موضوع بازاریابی، رکود، عوامل موثر، تغییرات اصلی تحقیق هستند که در فرضیه‌ها به آنها اشاره شده است.

۴- پیروپروزال یکا به بازار چوب است که دارد و بدین صورت قابل پذیرش است.

۵- در تدوین بخش‌ها مختلف باید از تمام معیارها استفاده شود. نخست به این عوامل موثر در بازاریابی با صد درصد اکتفا شده است. سپس ادوات گنجانده شود.

۶- فرضیه‌ها چه آرژانتیم با موضوع دارند!

X