



تاریخ: ۱۴۰۱/۱۱/۰۱  
شماره: ۱۹۷۸-۱۴۰۱-الف

## وجدان در کیفیت؛ انجام کار درست

به نام خدا

جناب آقای سید جواد زمانی

معاون محترم امور استان ها و تشکل ها اتاق ایران

باسلام و احترام

انجمن مدیریت کیفیت ایران ضمن مرور تعاریف و مبانی تحقیقات بازار و دقت به استاندارد سیستم مدیریت کیفیت و الزامات متمرکز می نماید تا بدینم نر سیستم مدیریت کیفیت چه فرصت هایی برای بهره گیری از تحقیقات بازار با هدف توسعه و بهبود مستمر کیفیت توصیه و الزام شده است بدین منظور دوره آموزشی با عنوان "نقش تحقیقات بازار در توسعه سیستم مدیریت کیفیت" در تاریخ 25 بهمن ۱۴۰۱ با ارائه گواهینامه آموزشی انجمن مدیریت کیفیت ایران؛ بصورت حضوری در محل انجمن برگزار می شود.

عنوان دوره	مفاهیم دوره	تاریخ برگزاری	هزینه دوره
نقش تحقیقات بازار در توسعه سیستم مدیریت کیفیت	<p>مرووری بر مبانی و تعاریف تحقیقات بازار</p> <p>انواع روش های انجام تحقیقات بازار و مزایای بهره گیری از هر کدام</p> <p>چرخه PDCA و ارتباط آن با تحقیقات بازار</p> <p>استاندارد سیستم مدیریت کیفیت و جایگاه بازار و مشتری در بهبود مستمر</p>	<p>۲۵ بهمن ۱۴۰۱</p> <p>۸ ساعت</p> <p>۸ لغایت ۱۶</p>	<p>۲۱/۸۰۰/۰۰۰</p> <p>ریال</p>
مدرسان دوره	<p><b>آقای حسن فروزان فرد</b>، عضو انجمن مدیریت کیفیت، مدرس و ارزیاب ارشد مدیریت کیفیت و تعالی سازمانی، مدیرعامل مهندسی مشاور پارسیان هوشمند</p> <p><b>خاتم پریسا پروشانی</b>، عضو موسسین و هیات مدیره انجمن کارفرمایی شرکتهای تحقیقات بازاریابی ایران، نماینده انجمن اروپایی تحقیقات بازاریابی ایزومار (Esomar) در ایران، سابقه تدریس در دوره های MBA بازاریابی و روابط عمومی، دانشگاه شهید بهشتی و دانشگاه تهران و دانشگاه شریف</p>		

از جنابعالی خواهشمند است نسبت به اطلاع رسانی دوره آموزشی فوق به تشکل های ملی و اتاق های سراسری کشور دستور مساعد صادر فرمایند. در این راستا علاقمندان معرفی شده از سوی اتاق و تشکل ها از ۲۰ درصد تخفیف دوره برخوردار خواهد بود. واحد آموزش انجمن مدیریت کیفیت ایران با شماره تماس ۴-۱۱۹۲-۸۸۱۰ آماده پاسخگویی و ثبت نام مخاطبین می باشد. پیشاپیش از توجه و همکاری بعمل آمده کمال تشکر و سپاس را دارم.

باتشکر  
امیر حیدری  
دبیر انجمن






انجمن مدیریت کیفیت ایران برگزار می کند

# نقش تحقیقات بازار در توسعه سیستم مدیریت کیفیت

## بصورت حضوری

تاریخ برگزاری: ۲۵ بهمن ۱۴۰۱  
از ساعت ۸ صبح الی ۱۶  
هزینه دوره: ۲.۱۸۰.۰۰۰ تومان



## محتوای دوره

- مروری بر مبانی و تعاریف تحقیقات بازار
- انواع روش های انجام تحقیقات بازار و مزایای بهره گیری از هر کدام
- چرخه PDCA و ارتباط آن با تحقیقات بازار
- استاندارد سیستم مدیریت کیفیت و جایگاه بازار و مشتری در بهبود مستمر

## هدف دوره

در این دوره ضمن مرور تعاریف و مبانی تحقیقات بازار با دقت به استاندارد سیستم مدیریت کیفیت و الزامات آن متمرکز می شویم تا بتوانیم در سیستم مدیریت کیفیت چه فرصت هایی برای بهره گیری از تحقیقات بازار با هدف توسعه و بهبود مستمر کیفیت توصیه و الزام شده است

## مدرسان دوره

### خانم پریسا پروشانی

پیشکسوت صنعت تحقیقات بازاریابی در ایران

بنیانگذار و مدیرعامل شرکت بازارنگار نوین شرکت حرفه ای، فعال در این صنعت در سال ۱۳۷۲  
نماینده انجمن اروپایی تحقیقات بازاریابی ایزوما (Esomar) در ایران  
عضو هیات مدیره انجمن کارفرمایان شرکت های تحقیقات بازاریابی ایران



### آقای حسن فروزان فرد

عضو هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران

مدرس و ارزیاب ارشد مدیریت کیفیت و تعالی سازمانی  
مدیرعامل مهندسی مشاور پارسیان خوشمند

