

عنوان مقاله:

نقش طراح لباس در مدیریت تولید مد اسلامی-ایرانی جهت بهبود بازاریابی

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی پوشاک، طراحی پارچه و لباس (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

نادره معدل حقیقی - دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی آپادانا شیراز، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه لباس به شیوه نامناسب و در جهت تهاجم فرهنگی به کارودمی. همچنین با واردات کالاهای غربی خصوصاً پوشاک، شاهد تنش زیاد بر عرصه های ساخت و تولیدات داخلی کشورمان هستیم. که این موضوع زنگ خطری برای احوال اقتصادی، فرهنگی و تولیدات داخلی به حساب می آید. فرهنگ اسلامی دارای چارچوبهایی است که پوششهایی را شامل میشود و برای طراحان، بازاریاب و تولیدات لباس ایده هایی را دارد. بنابراین هدف اصلی این مقاله بررسی مدیریتهای اجرایی در بازاریابی و تولیدات در راستای پوشش اسلامی است. این پژوهش سعی دارد تا با معرفی ایده های جذاب در قالب اسلامی، لباسهایی را معرفی کند که علاوه بر بهروز بودن آنها، زیبا و مناسب بانوان ایرانی باشد. روش این تحقیق به صورت کاربردی-تحلیلی میباشد و ابزار گردآوری اطلاعات به شیوه کتابخانهای است. نتایج پژوهش نشان میدهد که در راستای مدیریت پوشش و تولید لباس اسلامی- ایرانی، سیستم بازاریابی نقش مهمی دارد و استانداردهایی برای آن تعیین شده است که باعث افزایش عملکرد و کارایی بهتر آن میشود.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، پوشاک اسلامی، مدیریت، طراحی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1856786>

