



## رۆلی میدیایی نوێ له ستراتژی بازارسازی مۆدیرندا لای کۆمپانیای پهیوهندیکردن: (ئاسیاسیل و کۆرهک تلیکۆم) به نمونه

ظاهر حمدآمین صابیر<sup>۱</sup> شهووبۆ میرزا صابیر<sup>۲</sup>

shawbo.sabir@epu.edu.iq- zahir.sabir@epu.edu.iq

<sup>۱+۲</sup> بهشی تهکنیکی میدیا، کۆلیژی تهکنیکی کارگێری ههولێر، زانکۆی پۆلیتهکنیکی ههولێر، ههولێر، ههرێمی کوردستان، عێراق.

### پوخته:

ئهم توێژینهوهیه به ناوینشانی (رۆلی میدیایی نوێ له ستراتژی بازارسازی مۆدیرندا لای کۆمپانیای پهیوهندیکردن ئاسیاسیل و کۆرهک تلیکۆم به نمونه)، ئهم توێژینهوهیه له جۆری توێژینهوهی وهسفیه، که له گهڵ شیوازی توێژینهوه که گونجاوه، مه بهستی به دهستههینانی داتا و زانیاری ورد و دروست، میتۆدی رۆپۆپی به کارهیناوه، کۆمه لگه ی توێژینهوه که پیکدیت له کۆمپانیای ئاسیاسیل و کۆرهک تلیکۆم، ههرچی نمونه ی ئهم توێژینهوهی بریتیه (۱۰۲) له کارمندانانی بهشی بازارسازی له کۆمپانیای ئاسیاسیل و کۆرهک تلیکۆم، به شیوهی نمونه ی مه بهستدار (العینه العمدیة Purposive Sample) له کۆمه لگه ی توێژینهوه که وهگرهوه، توێژه پشتی به فۆرمی راپرسی بهستوه وهک ئامرازێ کۆکردنهوهی داتا و زانیاری.

گرنگترین ئامانجه کانی ئهم توێژینهوهیه ئهمانه:

۱. زانیی ئاستی گرنگی میدیایی نوێ له ستراتژی بازارسازی لای کۆمپانیای کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل.
۲. زانیی رادهی گهیشتن به ئامانجه کانی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیای کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل.
۳. زانیی ستراتژی کۆمپانیای کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل له بهجیگه یانندی قوناغه کانی بازارسازی مۆدیرندا. له گرنگترین ده رته نجامه کانی ئهم توێژینهوهیه:
۱. گرنگی میدیایی نوێ له ستراتژی بازارسازی مۆدیرن لای کۆمپانیای پهیوهندی له ئاستیکی بهرز دایه به رێیه کی زۆر بهرز گرنگی به به کارهینانی پلاتفۆرمه کانی میدیایی نوێ ده دن له بازارسازی خزمه تگوزاریه کانیان بۆ به کاربه ران.
۲. کۆمپانیای پهیوهندی ئامانجه کانیان له بازارسازی ههولێر گه شه کردن و فراوانبون ده دن، بازارسازی مۆدیرن یارمه تی کۆمپانیا پهیوهندیه کانی داوه ته نانه ت پێش کړین کړیاره کان بناسنه وه له رێگه ی میدیایی نویدا.
۳. کۆمپانیا پهیوهندیه کان ئامانجیان پێشکه شکردنی زۆرترین خزمه تگوزاری و له مانه وه و به رده وامیه.
۴. ستراتژی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیای پهیوهندی هاوکاره بۆ ناساندنی زیاتری به رهه م و خزمه تگوزاریه کان، ئالنگاریه کانی به رده م خزمه تگوزاریه کان دیاری ده کات.

کلپه وشه کان: رۆل، میدیایی نوێ، ستراتژی بازارسازی، بازارسازی مۆدیرن

## The Role of New Media in the Modern Marketing Strategy of Telecommunications Companies: Asiacell and Korek Telecom as Case Studies.

Thahir Hamadamin Sabir<sup>1</sup> - Shawbo Merza Sabir<sup>2</sup>

<sup>1+2</sup>Media Techniques Department, Erbil Technical Administrative College, Erbil Polytechnic University, Erbil, Kurdistan Region, Iraq

### Abstract:

This research, titled "*The Role of New Media in the Modern Marketing Strategy of Telecommunications Companies (Asiacell and Korek Telecom as Case Studies)*", is a descriptive study, employing a suitable research method to obtain accurate and detailed data. A field method was used for data collection. The research community consists of Asiacell and Korek Telecom companies. The sample includes 102 employees from the marketing departments of both companies, selected through purposive sampling. The researcher relied on a structured questionnaire as the primary tool for data collection.

### The main objectives of the research are:

1. To identify the significance of new media in the marketing strategies of Korek Telecom and Asiacell.
2. To assess the extent to which modern marketing objectives are achieved by both companies.
3. To evaluate the effectiveness of Korek Telecom and Asiacell in utilizing the features of modern marketing through new media.

### Key findings of the study include:

1. New media holds great importance in the modern marketing strategies of telecommunications companies. Both companies assign high value to the use of new media platforms in promoting their services to customers.
2. The telecommunications companies place strong emphasis on market research and identifying customer needs, which facilitates better service delivery during various stages of modern marketing.
3. The telecommunications companies aim to offer the most comprehensive services with continuity and consistency.
4. Modern marketing strategies assist these companies in promoting their products and services, and in identifying challenges in delivering their services.

**Keywords:** Role, New Media, Marketing Strategy, Modern Marketing

**پیشه کی:**

بازارسازی مۆدیرن بریتیییه له به کارهێنانی شیکاری داتا بۆ سهیرکردنی پیشهوه. ئەمه یارمهتیدهوه بۆ پیشببینیکردنی پێداویستییه دابیننه کراوه کانی به کاربهەر، دهستنیشانکردنی ئەو دهرفه تانهی که نه یاندهزانی هه بون، و ئاشکرکردنی خاله کانی ئازاری کپیار که ده توانریت چاره سه ر بکرتن. شیکاری داتا له م سه رده مه دیجیتالییه دا زۆر گرنگه چونکه ده توانیت پیشببینی باشتین رپهوی کارکردنی داها تو بکات، له وانه ش تیکه لکردنی دروستی په یامه کانی بازرگانی و به شداریکردن.

پیشکەوتنه خێراکانی بواری ته کنه لوژیا و ئامرازی په یوه ندییه کان رۆلی گه و ره بان له سه رجه م بواری و لایه نه جیا وازه کانی بواری مرقایه تیدا بینیوه له وانه (ئابوری، کۆمه لایه تی، سیاسی، رۆشنیری... هتد)، دهرکه وتنی ئامرازه کانی میدیایي نوئی له م نیوه نده دا، که به شیوه یه کی خیرا و فراوان بلاو بوه وه و جیهانی خسته نیو شاشه یه ک بچوک.

بازارسازی مۆدیرن میتۆدۆلۆژیایه کی بزوتنه ره که برانده کان به کپیاره گونجاوه کانه وه ده به ستیتیه وه بۆ به ده سه تهینانی دهرئه نجامه ئامانجداره کانی بازرگانی. ئەم رپیازه بیرکردنه وهی دا هپنه رانه و جپبه جپکردن له گه ل توئینه وه، ستراتژی، ته کنه لوژیا و شیکاری تیکه ل ده کات بۆ گه یشتن به ئامانجیکي کۆمپانیا. نزیکه ی هه مو رپیکراوه کان ئامانجیکي هاوبه شیان هه یه بۆ گه شه کردن، که بریتیییه له زیادکردنی ژماره ی کپیاران، فراوانکردنی پشکی بازار، زیادکردنی قازانج، دامه زراندنی کارمەند و زۆر شتی تر. بۆ پشتگیریکردنی ئەم ئامانجانە، به رپوه به ران ده بیت له و توانا پتیویستانه تیبگه ن و چون به هر مه نده کان له ناوه وه و دهره وهی شوپنی کاردا به کاربه یین بۆ ئەوه ی کاره که به ئەنجام بگه یه نن.

هه ربۆیه کیشه ی ئەم توئینه وه یه هه ولئیکه بۆ دهرخستنی و رونی کردنه وهی رۆلی میدیایي نوئی له ستراتژی بازارسازی مۆدیرن لای کۆمپانیاکانی په یوه ندی کۆره ک تلیکۆم و ئاسیاسیل به نمونه.

ئەم توئینه وه یه پیکهاتوه له سی به ش به شی یه که م بریتیییه له رپیا زنامه ی توئینه وه که به شی دوهم تیوری نامه، به شی سییه م پراکتیکی نامه له کۆتاییدا دهرئه نجامه کان خراوه ته رو.

## بهشی یه کهم ریبازنامهی توئینهوه که

یه کهم: میتودنامهی توئینهوه که

۱. رهههنده کانی توئینهوه که

(۱) کیشهی توئینهوه:

کیشهی ئەم توئینهوهیە ئەم توئینهوهیە ههولیکه بۆ دهرخستی و رونکردنهوهی رۆلی میدیایی نوی له ستراتیژی بازارسازی مۆدیرن لای کۆمپانیاکانی په یوهندی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل به نمونه، مه بهست له م توئینهوهیهدا دۆزینهوهی په یوندی نیوان ستراتیژی بازارسازی مۆدیرن و میدیایی نوی له لای کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل.

(۲) پرسیاره کانی توئینهوه:

گرنگترین پرسیاره کانی توئینهوه که مان ئەمانه ی خوارهوهن:

(۱) گرنگی میدیایی نوی له ستراتیژی بازارسازی لای کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل له چ ئاستیکدایه؟

(۲) تاچه ند کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل له ستراتیژی بازارسازی مۆدیرن له ریگهی میدیایی نویوه ناگادارن؟

(۳) راده ی گه یشتن به ئامانجه کانی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل له چیه؟

(۴) ستراتیژی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل چۆنه؟

(۳) ئامانجه کانی توئینهوه:

گرنگترین ئامانجه کانی ئەم توئینهوه خۆی له مانه ده بیئتهوه:

(۱) زانیخی ئاستی گرنگی میدیایی نوی له ستراتیژی بازارسازی لای کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل.

(۲) رونکردنهوهی ئاگایی کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل له ستراتیژی بازارسازی مۆدیرن له ریگهی میدیایی نوی دا.

(۳) زانیخی راده ی گه یشتن به ئامانجه کانی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل.

(۴) زانیخی ستراتیژی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل.

(۵) گرنگی توئینهوه:

گرنگی سه ره کی ئەم توئینهوهیە له سه ره ئەم بنه مایانه ی خوارهوه خۆی ده بیئتهوه:

(۱) لایه نی ره سه نایه تی: گرنگی سه ره کی ئەم توئینهوهیە له ره سه نایه تییه وه سه رچاوه ی گرتوه، یه کیکه له و

توئینهوهی زانستیانه ی له سه ره ئاستی کوردستان تاوتوی بازارسازی مۆدیرن له میدیایی نوی ده کات، هه ره وه ها باس له رۆلی ئەم بواره له هاندانی کۆمپانیای په یوهندی له به کاره یانی ستراتیژی ده کات.

(۲) لایه نی زانستی: ئەم توئینهوهیە، ده چیته بواری پسپۆری بازارسازی مۆدیرن به تایبه تی چۆنییه تی به گه رخستی

میدیایی نوی، له بواری بازارسازی و هه ره وه ها هه ولێکی ئە کادیمییه بۆ شروقه کردنی په یوهندی و کارلێک له نیوان میدیایی نوی و بازارسازی مۆدیرن.

(۳) لایه نی په یوهنده ار: گرنگی ئەم توئینهوهیە بۆ لایه نی په یوهنده ار که کۆمپانیاکانی کۆرهک تلیکۆم و ئاسیاسیل بۆ

ئه وه ده گه ریتته وه زانیخی سه روشتی بازارسازی مۆدیرن له میدیایی نویدا و چۆنییه تی کاریگه ری دروستکردن له پرۆسه ی بازارسازی، له ئاکامی گه شه سه ندنی ته کنیکی و شارستانی و ئابوری له جیهاندا، به تایبه ت گه شه سه ندنی

میدیاپی نو، که بوته به شیک سهره کی له ژبانی خه لک و ناکریت دهستبهرداری بیت، ههر بویه ش گرنگی بازارسازی وهک زانست و هونه ر پهیدا بوه، ئەو توانایه، که ههیه تی له دانانی پرۆگرام له چوارچێوهی ههلمهتیک رنکخراو، که ئامانجی خستنه روی زانیارییه بۆ به کاربه ران له نیو رکا بهری توندوتیژی بازاردا.

### ٦) میتۆدی توێژینه وه:

جۆری و رێبازی توێژینه وه که: جۆری ئەم توێژینه وهیه، توێژینه وهیه کی وه سفیه. بۆ گهیشتن به داتا و زانیارییه کان، میتۆدی روپتوی به کارهاتوه، که یه کیکه له میتۆده زانستییه بهربلاو و به کارهاتوه کانی توێژینه وه له بواری زانسته مرفایه تیه کاند؛ له نیویشیان توێژینه وه کانی بواری میدیاپی.

### ٧) کۆمه لگه ی توێژینه وه و نمونه ی توێژینه وه که:

کۆمه لگه ی ئەم توێژینه وهیه، بریتیه له به شی بازارسازی بنکه ی سهره کی و لقه کانی ههر دو کۆمپانیای ئاسیاسیل و کۆره ک تلیکۆم.

نونه ی ئەم توێژینه وه ی بریتیه له (١٠٢) کارمه ندانی به شی بازارسازی ههر دو کۆمپانیای ئاسیاسیل و کۆره ک تلیکۆم، به شیوه ی نونه ی مه به ستدار (العينة العمدية - Purposive Sample) له کۆمه لگه ی توێژینه وه که وه رگراوه.

### ٨) که رسته کانی توێژینه وه:

گرنگترین ئەو که رهسته ی له م توێژینه وه یه دا به کارهاتوه بریتیه له فۆرمی راپتوی.

### ٩) چه مکه کانی توێژینه وه:

١. رۆل: بریتیه له کۆمه له ئەرک و گرنگیه ک، که به شرداری ده کات له پیناو به روه دان به بابته تیک یا خود بواریکی

دیاریکراو، به مه به ستی گهیشتن به ئامانج و پشتیوانیکردنی بۆ چون و ئاراسته یه کی دیاریکراو.

٢. میدیاپی نو: میدیاپی نو، ئەو خزمه تگوزاریه میدیاپییه بواری به گه شه سهندنی ناوه رۆکی ئامرازه کانی

په یوه ندی کردنه وه ده دات، له ریکه ی ئامیره کان له پرۆسه ی میدیا، به به کارهێنانی ته کنیکی ئەلیکترۆنی نو،

له ده ره نه نجامی هاو جوتبون له نیوان ته کنۆلۆژیای په یوه ندپی و زانیارییه وه، وه کو گواستراوه یه کی ده وله مه ندی

میدیا به هه مو ئەو توانایه ی له شیوه و ناوه رۆکدا هه یه تی، پاشان له وینه ی ئامازه کان و زانیاری و ده نگ و

ره نگ و پیکهاته جیاوازه کانی میدیا.

٣. ستراتیژی بازارسازی: ستراتیژی بازارسازی پلانیک درێخایه نه بۆ گهیشتن به و ئامانجه ی که کۆمپانیا ده یه ویت

له ئەنجامی خزمه تگوزاری یان به ره مه مه کانی دا به ده ستی به یینیت، بۆ به ده سه ته یینانی ئەم ئامانجه، پتویسته

رئوشوینی پتویست به باشی دیاری بکه یه تی بۆ به یزکردنی ناوبانگی کۆمپانیا که ت و ئەوه ی پشکه شی ده کات

یان زیادکردنی فرۆشتن له بازاردا، هه روه ها بۆ گهیشتن به بازار ی ئامانج و توانای دروستکردنی کپاری شاراه

بۆ کۆمپانیا.

٤. بازارسازی مۆدیرن: بازارسازی مۆدیرن ده سه ته واژه یه ک به کاردیت بۆ وه سفکردنی ته کنیکی جیاواز و ستراتیژی

که کۆمپانیاکان به کاری ده یین بۆ به رزکردنه وه و فرۆشتنی به ره مه مه کانیان یان خزمه تگوزاریه کانیان به

به کارهێنانی ته کنه لۆژیای مۆدیرن.

## بهشی دوهم زانیارینامه

## یه کهم: میدیای نوی (پیناسه و تایبتهندییه کانی)

## ۱. پیناسه ی میدیای نوی

میدیای نوی، چه مکیکه هه مو ئه و په یوهندی و زانیاریه ژماره بیانه ده گرتیه وه، که له توانای دایه به ره مه پیمان و بلاوکردنه وه و به کاره پیمان و ئالوگۆری زانیاری له خو بگریت و هه لئزاردن ده داته ده ست خو مان، که به چ کات و شیوازیک ده مانه ویت به کاری به پنین، له ریگه ی ئامیره ئه لیکترۆنییه کانه وه، که به سترایته وه به هیللی ئینته رنیت، یان به بی هیللی ئینته رنیت، ئه م چه مکه به چه ندين جور له گو فآر و سه رچاوه کانی تایبته به راگه یانندن رونکراوه ته وه، له گو فآری (بی سی) بو میدیای نوی به م جوره باسی چه مکی میدیای نوی کردوه: شیوهیه که له شیوه کانی په یوهندی، که خو ی له بلاوکردنه وه ی تو ماری ئه لیکترۆنی و دی فی دی به شیوهیه کی گرنگتر له سه ر تو ری ئینته رنیت ده خاته رو. (Manovich 1999, 43)

میدیای نوی به وه جیا ده کرتیه وه، که میدیایه کی فره ژانره (Multigene) ئه مه ش به و مانایه ی زانیاریه کان به شیوه ی نوسین و وینه و فیدیۆ به یه که وه په خش ده کرت، و له زانیاریه که ده کات زیاتر به هیز و کاریگه ر بیته، ئه و زانیاریانه، زانیاری ژماره پین، ئاماده کردن، ده ستکاری کردن، گواسته وه و هه لگرتی به شیوه ی ئه لیکترۆنی ده بیته، هه روه ها میدیای نوی به وه جیا ده کرتیه وه، هه مه جوره له روی ئامرازه وه و به شیوهیه کی ئاسانیش به کارده هینرته. (شیخانی ۲۰۱۰، ۲۸) میدیای نوی ئه و به ره هه م و خزمه تگوزاریانه، که زانیاری دابینده که ن له ریگه ی پشتبه ستن به ئینته رنیت، نه ک ریاز و میتوده کلاسیکیه کانی وه ک ته له فزیۆن و روژنامه. هه روه ها فۆرمیک میدیایه، بنچینه که ی له کۆمپیوته ره وه سه رچاوه ی گرتوه، وه ک ناوه ندیک په یوهندی جه ماوه ری ته که نه لوژیای ئینته رنیت به کارده هینرته. میدیای نوی له ئیستادا چه ق و گو ره پانی سیاسه ته. (جه لال ۲۰۱۸، ۲۱۱)

فه ره هه نگی کامبریج Cambridge به م شیوازه پیناسه ی میدیای نوی ده کات، بریتیه له و به ره هه م و خزمه تگوزاریه ی، که زانیاری یان کاتبه سه ربردن به به کاره پینه رانیان ده به خشن به هو ی کۆمپیوته ر و ئینته رنیتیه وه له ریگه ی ئامرازه ناکلاسیکیه کان، که پیشتر بو ته له فزیۆن و روژنامه کان به کارده هاتن. (الدعی ۲۰۱۷، ۵۶) میدیای نوی، ته که نه لوژیایه کی نوئیه، به هو ی ئاویته بونی نیوان کۆمپیوته ر و میدیای کلاسیک دروست ده بیته، که نوسین، وینه و فیدیۆ پیکه وه کو ده کاته وه. (علی ۲۰۱۶، ۵)

چه مکی میدیای نوی ته واوی ئه و ئامرازه نوئیانه ده گرتیه وه که له سه ر تو ری ئینته رنیت، وه ک (فه یسبوک، تویتەر، لینکدین، بلوگسپۆت، وۆردپریس، یوتیوب، هه مو خزمه تگوزاریه کانی گوگل... هتد). (الفیصل ۲۰۰۶، ۷۹) زۆربه ی توئزه ران و تیۆریزه بیانیه کانی بواری میدیا، ده سه وازه ی (online journalism) له جیاتی (electronic journalism) به کارده هینن، له به ره وه ی هه مو جوره کانی بلاوکردنه وه ی خیرای ناگاهه زپی له ریگه ی تو ره کانی ئینته رنیت، یان مۆبایل یا خود کۆمپیوته ره وه له خو ده گرت. (hall 2001, 16)

له کو ی ئه و پیناسانه ی خواره وه که بو میدیای نوی کراون ده توانین بلین میدیای نوی زاروایه که بو ئامازهدان به شیوازیک له شیوازه جیاوازه کانی میدیا، که پشت ده به ستیت به کۆمپیوته ر و ئه و ئامیرانه ی وه ک کۆمپیوته ر کارده که ن، بو گه یانندی ناوه روکی په یامی میدیای و ده رفه تی کارلینکردن پیشکه ش ده کات.

## ۲. تایبتهندی میدیای نوی:

- میدیاپی نوێ، به کۆمه ئێك تایبهتمهندی جیا دهکێتهوه له پراکتیزه کردن و راهینان له گهڵ ئامرازه کانی تری میدیادا، وێرای جیاوازی ئەم تایبهتمهندییانه له جۆریک بۆ جۆریکی تر میدیانوێوه، که لێره دا دهیانخهینهرو:
۱. سانای به کارهینان: مامه له کردن له گهڵ میدیاپی نویدا، پێویستی به شارهزای نییه، بۆ ئهوهی کارلیککاری له گهڵ ناوهخنه کهیدا بکریت. (الداغر ۲۰۱۳، ۳۶)
  ۲. کارلیککردن: له میدیاپی نوێ، کاتیک که سێک په یام بۆ که سێکی دیکه ده نێریت، که سی دوهمیش به هه مان شیوه په یام بۆ که سی یه کهم ده نێریتهوه، واته ههردوکیان رۆلی وه رگر و نێره ده بینن، کرداری په یوه ندیکردن له میدیاپی نوێ پرۆسه یه کی دو ئاراسته و ئالوگۆرییه، نهک ته نیا ئاراسته یه کی تاکلا یه نه. (کاکه شیخ و سالح ۲۰۱۹، ۸۷)
  ۳. تاکرهوی و تایبهتی: یه کێک له تایبهتمهندییه کان بریتییه له تاکرهوی و تایبهتی، گهر میدیاپی جهماوه ری له مه ودا یه کی به رفراواندا بیت، چونکه میدیا له سه دهی بیسته مدا تایبهتمهندی سه رتاسه ری هه بو (شقره ۲۰۱۴، ۲۲).
  ۴. شوتین: میدیاپی نوێ سه رجه م به ربه سه ته جوگرافیهی کان ده برن، که له به ربه یانی میژوه وه بونه ته به ربه سه ته له به رده م بلاونه بونه وهی هزی ئاوێته بونی که لتور و ئالوگۆری زانین له نیوان تاک و میله تاندا، (ش. اللبان ۲۰۱۱، ۷).
  ۵. کات: پرۆسه ی به ره مه هینان و گواسته نه وهی زانیاریه کان له میدیاپی نویدا زۆر خیرا به رتیه ده چیت، به شیوه ک هه رکه بابته که بلاو کرایه وه، یه کسه ر ده که ویته به ر دیدی به کارهینه ران (المقدادی ۲۰۱۷، ۴۳).
  ۶. خێراپی: له گرن گرتین ئه و سیمایانه ی میدیاپی نوێ له ئامرازه کانی دیکه ی راگه یان دن جیا ده کاته وه و پێوانه ده کات، خێرا یه که له پرۆسه ی ئالوگۆری میدیاپی له نیوان نێره و وه رگر دا هه یه (أمین ۲۰۱۵، ۹۱).
  ۷. ئاسانی بۆ نوێکردنه وه له کاتیکدا رۆژنامه ی کاغزه ی پێویستی به رۆژیکی ته وا وه بۆ نوێکردنه وه یان راستکردنه وهی هه ندیک زانیاری، یان له باشترین حاله تدا پێویستی به چاپیکی دیکه هه یه بۆ ئه وهی به شیک له ناوه رۆکه که ی نوێ بکاته وه، له میدیاپی نوێ پێویست به مه ناکات، (الخطاب ۲۰۱۰، ۳۶)
  ۸. پێکه وه لکاندن ئامرازی کۆن و نوێ: میدیاپی نوێ بۆته ناوه ندیک بۆ به سه تنه وهی ئامرازه کۆن و نوێیه کان به یه که وه، هه ر بۆیه ئامرازه کانی میدیاپی کلاسیک به تایبه تی ته له فزیۆن ده کات، هه روه ها میدیاپی نوێ رینگه به وه رگر ده دات به ئاره زوی خۆی به کار به یین. (البدرا نی ۲۰۱۷، ۳۲)

### ۳. پۆلین کردنی فورمه کانی میدیاپی نوێ:

- تیگه یشتن له پۆلینی میدیاپی نوێ به شیوه یه کی گشتی ئامرازه کانی میدیاپی نوێ ده گرته وه و زیاده بونی مه ودا ی رومال کردنی میدیاپی، ئەم تیگه یشتنه ده کریت بلین که زیاد کردنی چه ند سیفه تیکن بۆ میدیاپی کۆن بۆ ئه وهی له گهڵ ئامرازه کانی میدیاپی نویدا بگونجین و خزمه تگوزاری زیاتر پێشکەش به به کارهینەر بکه ن، پۆلینی میدیاپی نوێ ئه مانه له خۆ ده گریت: (عواد ۲۰۱۰، ۴۳)
۱. وێبسا یته کان: هه مو ئه و پێگانه ده گرته وه که توانای بلاو کردنه وهی به رده وامیان هه یه جا پێگه ی ئاسایی بن یان رۆژنامه ی ئه لیکترۆنی.
  ۲. خزمه تگوزاری ئیمه یل که توانای په خش یا بلاو کردنه وه یان هه یه.
  ۳. په خشی ته له فزیۆنی له رینگای مۆبایل و ئینته رنیته ی.
  ۴. په خشی رادیۆی له رینگای مۆبایل و ئینته رنیته ی.
  ۵. ئه پلێکه یشنه میدیاپییه جیاوازه کان له له شاشه ی مۆبایله زیه که کان.
  ۶. تۆره کانی په یوه ندی کردنی کۆمه لایه تی وه کو فه یس بو، ئینستا گرام، تویته ر... هتد

۷. کتیبە ئەلیکترونیەکان یان گۆفاره ئەلیکترونیەکان که له رینگای ئامیره زیره که کانهوه دهخوینرینهوه. ههروهها ههریه که له ریحارد دیفیس (Richard Davis) و دینا ئوین (Diana Owen) له کتیبه هاوبه شه که یان (میدیای نوێ و سیاسهتی ئەمریکا) پۆلینی میدیای نوێ ده کهن به سێ جۆر:

### یه کهم: میدیای نوێ به ته کنه لۆژیای کۆن

له چهند شیوهیه کی وهک رادیۆ، ته له فزیۆن، رۆژنامه ده بینهتهوه، نمونه دینیتتهوه به گفتوگۆی رادیۆ و ته له فزیۆنی و سهرهتای سهرهه لدانى ده گهریتتهوه بۆ دهیهی سیه می سهدی رابردو، (فرانکلین رۆزفیلت) سهرۆکی ئەوسای ویلایه ته یه کگرتوه کانی ئەمریکا رادیۆی به کاردههینا وهک ئامرازێکی سهره کی گفتوگۆکردن له گه ل خه لک، گوتار و گفتوگۆکانی له سهر ئاستیکی فراوان گوێ بۆ ده گیرا. ته له فزیۆن وهک رادیۆ گۆرانکاری زۆری به سهر خۆی دا هینا له رینگه ی به رنامه زیندوده کانی گفتوگۆ (Talk show) گۆفاری هه والی (Television news magazine) وهک (Data line) و (۶۰ Minutes) ههروهها به رنامه زیندوده کانی هه والی (Live show) به رنامه کانی ئیواران وهک (Night line) به رنامه به ناوبانگه کانی به یانیان وهک به یانی باش ئەمریکا (Good Morning America) به رنامه ی تابلوید وهک (Inside Edition) زیاتر له رۆژنامه ی کاغه زی قه باره تابلوید ده رچو، گۆرانکاریه کان زۆر بواری گرتوه وهک به رنامه که ی ئوپرا و که ناله کانی وهک ئیم تی فی تایبه تمه ند له بواری مۆسیقا له ئیستادا ئاسۆی کارکردنی فراوان کردوه بۆ رومالکردنی هه وال به شیوهیه کی به رده وام.

هه ندیک له و به رنامه نه ی باسکران بۆ نمونه توده ی (Today) ده گهریتتهوه بۆ په نجا کانی سهدی رابردو، به لام له ئیستادا وهک شیوازیکی نوێ راگه یانندن خۆی ده نوێی، زۆریک له و به رنامه نه ده ستپیشخه ریان کردوه بۆ به کارهینانی ته کنه لۆژیای نوێ وهک کۆمپیوتەر و تۆره جیاوازه کان، شیوازی نوێیان پهیره وکرد له بنیاتان و پیشکه شکردنی بابه ته کانیان، هه ندی له رومالکردنه کان بوه سهره تای قوناغیکی نوێ له کاری میدیا وهک رومالکردنی کیشه ی وه رزشوانی به ناوبانگ ئۆجه ی سیبسون و کیشه ی ویلیام که نه دی سمیس و تیمپی ماکفی باله خانه ی شاره وانى له ئۆکلاهما ستی ته فاندوه، ئەم رومالکردنه گۆرانی گه وهره ی به سهر داها ت له شیوه و رینگه ی به دوادا چون و به کارهینانی ئامرازه کانی په یوه ندی کردن و په خش و گرافیک و ئامار به هۆی کۆمپیوتەر وه. (ئیراهیم ۲۰۱۴، ۵۵)

### دوهم: میدیای نوێ به ته کنه لۆژیای نوێ:

مه به ست له مجۆره زۆریه ی ئەو میدیایانه یه له ئیستادا له گه لیدا ده ژین و به کاریده هینین، ئەوانه ی له رینگای کۆمپیوتەر وه به کاردین، تۆره جیاوازه کانی کۆمپیوتەر له سهروی هه مویان تۆری ئینتهرنیت و پۆستی ئەلیکترونی و... هتد، ئەم ئامرازانه رینگه یان خۆشکرد بۆ ئەنجامدانی ئالوگۆری راسته وخۆ و خپرای زانیاری، په یوه ندی کردنی زیندوی نیوان هه ردو لایه نی (نیرهر و وه رگر) ده رفه تی ره خساند بۆ هاوولاتی ئاسای ده نگی خۆی بگه یه نیتته جیهان، به هۆیه وه توانا ئامراز و ته کنه لۆژیه جیاوازه کان تیکه ل به یه ک بکرین و سنور و به ربه سته کاتیه که کان له نیوان ولاتان تپه رینیت که جارن رینگیه کی گه وره بو له به رده م میدیای کۆن، ئەم میدیایه رۆلێکی کارای له به دیهینانی کارلیکردنی، به ده سترکردنی سه رچاوه و ژماره یه کی زۆر له شیوه و به کارهینانه کانی په یوه ندی کردن هه یه. (ئیراهیم ۲۰۱۴، ۵۶)

### سێهه م: میدیای نوێ به ته کنه لۆژیای تیکه ل:

له م پۆلینه دا جۆریک له گۆرینه وه و ئالوگۆرکردنی قازانج له نیوان میدیای کۆن و نوێ ده بینه ریت، زۆریک له رۆژنامه نوسان له ئیستادا که له میدیا و ئامرازه کلاسیکییه کانی میدیا کارده کهن ئامرازه نوێیه کان به کاردههین بۆ ئەنجامدانی کاره رۆژنامه وانیه کانیان.



بەو مانایەى رۆژنامەنوسان ھەردو جۆرى میدیا لە یەك كاتدا بە كاردەھینن، دامەزراروھ كۆنەكانى میدیا دان بە گرنكى میدیای نوێ دادەنێن و كارمەندانی ئەم بوارە كاردەكەن بۆ گەشتن بە تەكنەلۆژیا و بەكارھێنانى ئامرازەكانى میدیای نوێ، بۆ نمونە زۆریك لە رۆژنامە گەورەكانى وەك واشنتۆن پۆست لەسەر تۆرى ئینتەرنێت پۆرتالێكى گەورەیان ھەبە، بەھەمان شێوھە زۆریك لە بەرنامەكانى تەلەفزیۆن و بلاكرواھ ھەوائیەكان ھەولەدەن لە ڕینگەى ئامرازە میدیایە نوێكان پەيوەندى بە جەماوەرەكانیان بكەن و لە ڕینگەى ھەوھە كارە میدیایەكانى تەواو بكەن و راپرسى بەردەوام لە ڕینگەى ئامرازە نوێیەكانیانەوھە ئەنجامدەدەن. (صادق ۲۰۰۸، ۱۳)

## دوهم: بازارسازی مۆدیرین (پیناسە، قوئاغەكان، تاییبەتمەندیەكان)

### ۱. پیناسەى بازارسازی مۆدیرین:

لەفەرھەنگى ئۆكسفۆرډیش بەم شێوھە چەمكى بازارسازی ھاتوھ، (Marketing) لە وشەى (Market) ھاتوھ كە ئەویش بریتىيە لە چالاكى پێشكەشكردن و پيشاندان و فرۆشتنى بەرھەمەكانى كۆمپانیا و خزمەتگوزارییەكان بە باشترین رینگە (Hornby 2015)(176), .

لە فەرھەنگى بە بازاركردن بە شێوھەكى گشتى پیناسەى بە بازاركردن ھاتوھ بە مانای چالاکییەكى كۆمەلایەتى و سیاسى و رۆشنیى، لە چوارچێوھى دەولەتدا، بە ئامانجى بە دەستھێنانى ئامانجەكانى كۆمەلگە بەھۆى گونجان لە نێوان بە بازارخستنى كالا و ئەو خزمەتگوزارییانەى پێشكەشكارون، ئەویش بەھۆى بەرھەمھێنراوھەكان و دەبیت لە نێوان داواكارى لەسەر كالاو ئەو خزمەتگوزارییانەى دەبنە ھۆى بەرزكردنەوھى ئاستى خۆشگوزەرانى تاكەكانى كۆمەلگە ھەن بە شێوھەكى گشتى (العبدلی ۲۰۱۱، ۱۸۲).

بازارسازی بریتىيە لە كۆمەلگەى جموجۆل و كارى تەواوكارى كە پشتدەبەستیت بە بەرپۆھەردى تاییبەتمەند لە دامەزراروھدا، كە ھەولێ دەستەبەركردنى كەلوپەل یان خزمەتگوزارى یان بېرۆكە دەدات بۆ بەكاربەرى ئیستا و ئەو بەكاربەرانیە كە لە داھاتوى نزیكدەستەبەردەبن، بە بروكوالى خوازراو لەكات و شوێنى گونجاودا و بە كەمترین تێچو و بە ئاسانترین رینگە بە دەستبیت، ئەمەش بە ھاوکارى و ھەماھەنگى لەگەڵ ئیدارەى بەرھەمھێناندا. (الشیخ ۲۰۰۸، ۸).

بازارسازی مۆدیرن و كلاسكى لە ئامراز و رێكارەكان لە پيشاندان و فرۆشتن جیاوازیان ھەبە لە بازارسازی مۆدیرین بە كارھێنەر لە رینگەى پەيوەندیەوھە پیداوایستىەكانى بە دەست دەھێنیت، فرۆشیاریش لە رینگەى ئینتەرنێت و میدیای نوێ سەرنجى زیاترى بە كارھێنەر رادەكێشیت، بەلام ئەو كاتە بە بازاركردنى ئەلیكترۆنى زۆر سەركەوتنى ھێنا كە ئینتەرنێت چوھ نێو ژيانى مرقوھەكان و بەشێكى ژيانى مرقوھ كرايە (دیجیتالى) ژمارەپى. (الخضر ۲۰۱۸، ۱۲)

ھەرچى پیناسەى رێككارى توێژەرە بۆ بازار سازی مۆدیرن بریتىيە لە چالاکییەكى ئابورى و بەرپۆھەردن، بەمەبەستى ئالوگۆرکردن و خستنەروى ئەو كالا و خزمەتگوزارییەكان لە رینگەى ئامرازەكانى نوێیەكانى میدیا لە رینگەى بە كارھێنانى تەكنەلۆژیاى سەردەم بۆ گەياندنیا بە بەكاربەران بەمەبەستى بە كارھێنان و سودمەندبون لەو كەلوپەل و خزمەتگوزارییانە.

### ۲. قوئاغەكانى ئەنجامدانى بازارسازی مۆدیرن

كوتلەر پى وایە كە بازارسازی دەكریت بۆ كالا و خزمەتگوزارى و زانیاریەكان بكریت بەلام لە دوایدا ھەندىك رەھەندى تریش زیاد دەكات كە دەكریت بازارسازى ان بۆ بكریت لە وانە: سیاسەت، بیرو ھزر، شوێن و شوێنەوارەكان، دامەزراروھەكان، بۆنەكان و خودى مرقوھەكانیش دەكریت بازارسازى ان بۆ بكریت (كوتلر ۱۹۹۹، ۴)

پروژه‌ی به بازارسازی چەند قوناغیکی هه‌یه و هه‌ندیکی له زانیانی بواری (التسویق) دابه‌شی سه‌ر هفت قوناغی ده‌که‌ن که یارمه‌تیدەر ده‌بیت بۆ به‌ده‌سته‌پێانی باشترین ئەنجام:

۱. به‌ره‌مه‌کان: به‌ره‌مه‌کان ئەو به‌ره‌مه‌مانه‌ن یاخود ئەو خزمه‌تگوزاریانه‌ن که‌وا چالاکیه‌کی له‌پیناو ئەنجام ده‌دریت. کرۆک و سه‌ره‌تای پروژسه‌که‌یه پێویسته‌ خاوه‌نکاره‌کان گرنگی به‌ به‌ره‌مه‌ تایبه‌تیه‌کانی خۆیان بده‌ن و لیکۆلینه‌وه‌ بکه‌ن تا بریاری گونجاو بده‌ن بۆ ئەوه‌ی بزانه‌ن کاره‌کانیان راستن له‌م کاته‌دا یاخود نا. (مویزه ۲۰۱۳، ۶۳)

۲. نرخ: نرخ گرنگی به‌ گه‌ران ده‌دات به‌ شیوه‌یه‌کی به‌رده‌وام له‌سه‌ر نرخه‌کانی تایبه‌ت به‌ خزمه‌تگوزاری و کالاکه‌ خاوه‌ن کار ده‌یفروشتیت، به‌ ئامانجی ئەوه‌ی نرخه‌کان له‌ گه‌ل بازار بگونجینیت، له‌وانه‌یه‌ هه‌ندیکی جار پێویست بیت نرخه‌کان دابه‌زینیت یاخود به‌رز بکریته‌وه‌ له‌ کاته‌کانی تر یان ئۆفهری قه‌رز و پیدانی خه‌لات و چەند شتیکی دیکه‌ له‌ گه‌ل نرخه‌ی ئەسلی بخریته‌رو. (عواد ۲۰۱۱، ۴۱)

۳. قوناغی ریکلام: ریکلام به‌مانای گرتنه‌به‌ری ته‌واوی رینگا‌کان و هۆکاره‌کانی راگه‌یانده‌ن له‌لایه‌ن خاوه‌ن کاره‌وه‌ دیت، سه‌ره‌کیتین رینگه‌ی به‌ کاره‌پێراوه‌ له‌ فروشتنیدا کۆمپانیا هه‌مه‌ره‌نگه‌کان ناچاری تاقیکردنه‌وه‌ی جوهره‌ها رینگه‌ن بۆ بانگه‌شه‌ی جیاواز بۆ خزمه‌تگوزاریه‌کانیان و به‌ره‌مه‌کانیان، مه‌رج نیه‌ هه‌مو رینگا‌کان بۆ هه‌مو به‌ره‌م و کالایه‌ک به‌ کاربیت، ده‌بیت به‌ لیکۆلینه‌وه‌ له‌ شوین و جووری کیریاری که‌ دیاری کراوه‌، جووری بانگه‌شه‌که‌ش دیاری بکریت.

۴. شوین: شوین ئەو جینگه‌یه‌یه‌ که‌ خزمه‌تگوزاریه‌کان و کالاکانی لێ ده‌فروشریت، گرنگیشه‌ شوینتیکی گونجاو بۆ به‌یه‌گه‌یشتنی به‌ره‌مه‌که‌ و کیریاری دیاری بکریت زۆریه‌ی جار شوین گۆرین ده‌بیته‌ هۆی زیادکردنی فروشتن به‌ رینگه‌یه‌کی خیرا، بۆیه‌ ده‌کری به‌ره‌مه‌کان بفروشرین له‌ شوینی هه‌مه‌ره‌نگ، زۆریه‌ی کۆمپانیاکان فروشتی راسته‌وخۆ به‌ کارده‌هێنن، له‌وانه‌یه‌ هه‌ندیکی کۆمپانیا‌ی تر پشت به‌سه‌تیت به‌ فروشتنی به‌ره‌مه‌کانیان له‌ رینگه‌ی به‌بازارکردنی دور و ئۆنلاین یان له‌ رینگه‌ی پێشانگای تایبه‌ته‌وه‌. (مویزه ۲۰۱۳، ۶۵)

۵. خه‌لک: خه‌لک ئەو که‌سانه‌ن که‌ به‌رکه‌وتنیان هه‌یه‌ له‌ گه‌ل خزمه‌تگوزاریه‌کان و کالاکان، نمونه‌ی فه‌رمانبه‌ر و کارمه‌ندی کۆمپانیاکان و خه‌لکی ئاسایی، زۆری دیکه‌ش له‌ پیکهاته‌ مروییه‌کان له‌ پروژه‌ی به‌بازارکردن رۆلیان هه‌یه‌، ده‌بیت زانیاری ته‌واو کۆبکریته‌وه‌ له‌سه‌ر جوور و خواست و ویستی کیریاری و خزمه‌تکردنیان و رازیکردنیان هه‌روه‌ها جوور و ره‌فتاری تایبه‌تی ئەو ئەندامه‌ی به‌بازارکردن ئاسانکاری ده‌کات بۆ پێشبینیه‌کانی خاوه‌ن کار ده‌رباره‌ی خزمه‌تگوزاریه‌کان و کالاکانی تایبه‌ت به‌ کۆمپانیاو به‌ره‌وپێش بردنیان.

۶. به‌لگه‌ی به‌رجه‌سته: ئەو ده‌سته‌واژه‌یه‌ مانای ئەوه‌یه‌ که‌ ئەو ژینگه‌یه‌ی که‌ خزمه‌تگوزاریه‌که‌ی لێ پێشکه‌ش ده‌کریت ئاسانکاری له‌سه‌ر کاردانه‌وه‌ی نیوان کارمه‌ندان و پیکهاته‌ به‌رجه‌سته‌یه‌کانی تر ده‌کات که‌ ئاسانکاری بۆ پێشکه‌شکردنی خزمه‌تگوزاری ده‌کات هه‌روه‌ها به‌لگه‌ به‌رجه‌سته‌یه‌کان هه‌مو ئەو شتانه‌ ده‌گریته‌وه‌ که‌ خزمه‌تگوزاری ده‌نوینیت وه‌ک راپۆرت و کتیبه‌کان و کارتی کارکردن و خزمه‌تگوزاری په‌یوه‌ندیه‌کان و زۆرتەر له‌ به‌لگه‌ ماددییه‌کان خۆی ده‌بینیته‌وه‌. (حسین ۲۰۱۹، ۶۵)

۷. پروژسێس: واته‌ هه‌مو ئەو کار و چالاکیانه‌ی که‌وا پێویسته‌ بۆ چالاکی به‌بازارکردن بۆ ئاسانکردنی پێشکه‌شکردنی خزمه‌تگوزاری و کالاکه‌ و جیبه‌جیکردنی هه‌نگاوه‌کانی کارکردن تا ده‌گاته‌ قوناغی فروشتن و پیدانی کۆمه‌لێک به‌لگه‌ی گونجاو بۆ کۆنترۆلکردن یاخود چۆنیه‌تی ره‌فتارکردن له‌ گه‌ل کالاکه‌ و خزمه‌تگوزاریه‌کان. (عه‌لی ۲۰۱۶، ۳۳)

واتا ده‌توانین ئەوه‌ بلین که‌ پروژه‌ی بازارسازی ته‌نها خسته‌رووی کالایه‌کی یان خزمه‌تگوزاریه‌کی نیه‌ به‌لکو پروژه‌یه‌کی تیکه‌له‌ و درێژخایه‌نه‌ و هه‌مو قوناغه‌کان ده‌گریته‌وه‌ له‌سه‌ره‌تای به‌ره‌مه‌پێنانه‌وه‌ تا ده‌گاته‌ ده‌ستی به‌ کاره‌پێنه‌ر.

**۳. تايبه تمه نديه كاني ستراتيزي بازارسازي مۆديرن**

دانانی ستراتيز بۆ پرۆسهی به بازارسازي گرنگی خۆی ههيه و به دانانی پلانتيکی تۆكمه و به هيز بۆ بازارسازي کالآ و به رهه مه كان به شيويهه کی سه ركه وتو وا ده كات ئامانجه كان زۆر به باشي بيته دی، تايبه تمه نديه كاني ستراتيزي بازارسازي مۆديرن ئەمانه ن: (عواد ۲۰۱۱، ۶۱-۶۲)

۱. هاوکار ده بيته بۆ ناساندنی زياتری به رهه م و کالآ و خزمه تگوزاريه كان و هه مو به ربه ست و ئالنگاريه كاني به رده م کالآ که ديارى ده کریت و به پي توانا لاده بریت بۆ ئه وهی کالآ يان به رهه می به بازارکراو سه ركه وتن به ده ست به يتيته و زۆرتري فرۆشی هه بيته.
۲. به ده سه ته يني هاوسه نگی له ريكلام و بازارسازي بۆ ئه و کالايه ی له ده ورره و له نيو زۆری به رهه م و خزمه تگوزاريه كان ده خریته رو.
۳. له ستراتيزي بازارسازيدا جوړه كان و ئاست و بنه ماكان و تايبه تمه ندي بازار دياریده کریت ئه وه ش هاوکار ده بيته بۆ ده رخستنی قه باره ی بازار له رابردو و ئیستا و داهاتو بۆ ئه و که سانه ی هه لده ستن به ئه رکی بازارسازي له به شی په يويه نديه كان.
۴. دانانی ستراتيز هاوکاری به بازارکاره كان ده كات تا بتوانن پيشبيني بۆ داهاتوی بازار بکه ن و کيشه كان و رودانی روداوه نه خوازراوه كان بکه ن.
۵. هاوکاری به بازارکاران ده كات بۆ ئه وهی پيشبيني بۆ قازانج و زيانه كان بکه ن.
۶. دانانی ستراتيزي بازارسازي ئاسانکاری بۆ پرۆسه ی چاوديري ده كات و ده توانيته به ئاسانی چاوديري کاريگه ری پرۆسه ی بازارسازي بکریت له رينگه ی تيمه كاني فرۆشتن.
۷. به دانانی ستراتيزي بازارسازي ده توانيته به ئاسانی هه ماهه نگی له نيوان به بازارکاران و يه که كاني فرۆشتن و دابه شکردنی بکریت بۆ ئه وهی هاوکارين له پرۆسه ی بازارسازي به رهه مه كان.

**۴. ئامانجه كاني بازارسازي مۆديرن**

ئامانجه كاني بازارکردن به ويژه شيوازی مامه له کردنيان ده گۆريته، چونکه ئامانجي به کاربه ر به ده سه ته ينيان زۆرتري کواليتي به که مترین نرخ، به لآم بۆ دامه زراوه که به ده سه ته ينيان زۆرتري تيجوی گونجاوه، ئامانجه كان به سه ر دو به شی سه ره كيدا دابه ش ده کرين:

**يه که م: ئامانجه كاني بازارسازي مۆديرن بۆ دامه زراوه که:**

۱. ئامانجه كاني قازانج: زۆربه ی بيرمه ندانی ئابوري له و باوه رهدان که زۆرتري قازانج ئامانجي سه ره کی هه ر دامه زراويه که به لآم بۆمان ده رده که ویت که هه نديک سنوردار هه ن که رينگره له دامه زراوه كان له زيادکردنی قازانجه كانيان به و شيويه ی که خۆيان ده يانه ویت وه ک پيناسه ی رکا به ره كان، کاريگه ری کالآی جينگره وه و کۆنترۆلی حکومه ت. هتد و سه ره له دانی چه مکی به بازارسازي وای له بازرگانان کردوه بروا به وه به يتيته که قازانج ته نيا يه که ی به رپرسياريتي و بازارکردنه و ئه وه ش وایکردوه که بگاته به رهه می هه ولی هاوبه شی هه مو يه که دامه زراوه كان زه حمه ت بيت و له م روانگه يه وه ئه م ئه رکه ئاراسته کراوه بۆ به ده سه ته ينيان قازانج له رپي: گه ران به دوای ده رفه تی نوپي بازارکردن و که رته كاني بازاری قازانج به خش دارشتن و جيبه جينکردنی ستراتيزي هه رزان بۆ باشترکردنی به شداریکردنيان له قازانج. (غسان ۱۹۹۲، ۱۲)

۲. ئامانجه كاني گه شه كردن: زۆربه ي دامه زراوه كان هه وئى گه شه كردن و فراوانبون ده دهن، ئەم ئامانجه وهرده گيردريت بۆ ئهركى بازاركردن له قه باره ي فروشتن يان پشكى بازاردا، بۆيه ئەم دامه زراوانه به چونه ناو بواری ئەو بهرهمانه ي كه خواستی زۆريان هه يه بۆ به ده سه ته ينانى پشكى له م بازارهدا به دوای ده رفه ته كاني بازاردا ده گه رپن و ئامانجه كاني گه شه كردن له م خالانه دا نيشان ده دريت: (ايهاب ۲۰۱۹)

أ- بهر زكردنه وه ي فروشى دامه زراوه به

ب- فراوانكردنى هيله كاني بهرهمه داراييه كان.

ت- كۆمپانياكه هه وئ ده دات كالا كاني په ره پييدات و بهرهمى نوئ بهرهم به يئيت.

۳. ئامانجه كاني مانه وه و بهرده وامي: ئامانجى سه ره كى و سه ره كى ريكخواه كه يه بۆيه پيوسته ريكخواه كه له م خاله تيبگات و كار بۆ به ده سه ته ينانى بكات و بۆ ئەم مه به سه ته ش به شى به بازاركردن ده ي: په ره پيدانى سيسته ميكي زانيارى به بازاركردن و يارمه تيدان له به ديته ينانى ئامانجه كاني ريكخواه له پلانداناندا (ابوعقلا ۲۰۰۲، ۴۴)

### دوهم: ئامانجه كاني بازاركردن بۆ به كاربه ر:

۱. كالاى گونجاو: ئەو كالا يه يه كه له گه ل ئاره زوى به كاربه ر ده گونجيت و له گه ل ئاره زو و ئاره زوى ئەو ده گونجيت و بۆ به ده سه ته ينانى ئەو قازانج و پيداويستيانه ي كه ده يه وئيت، به ديزاينكردنى به تايبه تمه ندى و كواليتى و فۆرمى شايسته ي ره زامه ندى ئەم به كاربه ر. (ahmedkordy 2013)

۲. داينكردنى كالا بۆ به كاربه رى گونجاو: پيوسته بهرهمه يئنه ر پيش پيشكه شكردنى كالاكه له بازاردا تايبه تمه نديه كاني به كاربه ر بزائيت، به زانينى جوړه كان به پيشى ته من و ره گه ز و داها ت و هتد و ئەم شتانه پيوستن بۆ يارمه تيدانى بهرهمه يئنه ر بۆ پيشكه شكردنى كالاكه ي به به كاربه رى گونجاو. نرخى گونجاو: ئەو نرخه يه كه له گه ل تواناى كرينى به كاربه ر ده گونجيت و له هه مان كاتدا داها تپكى په سه ند به ده ست ده يئيت بۆ داينكردنى تيجوه كان، بۆيه يه كيك له ئامانجه كاني بازاركردن په ره پيدانى سياسه تى نرخدانانى رونه كه به شيويه كى سه ره كى له سه ر بنه ماي ليكوئينه وه و ره چاو كردنى به كاربه ر دامه زراوه. (غسان ۱۹۹۲، ۱۴)

۳. له كاتى خویدا: ماناى ئەوه يه يه كيك له ئامانجه كاني بازاركردنى ئاستى به كاربه ر ئەوه يه كه ئەو كالا يانه بخاته پيشه وه كه هه ست ده كهن له كاتپكى دياريكراودا پيوستيان پيه تى. ليره دا گرنگى كردارى عه مباركردن ده رده كه وئيت، كه سودى كاتى به ده ست ده يئيت به هه لگرتنى كه لوپه ل تا كاتى داوا كردن يان. (ابوعقلا ۲۰۰۲، ۴۶)

۴. شوئنى گونجاو: بهرهمه يئنه ر ئەو كه سه يه كه كالاكه ي خوئى بۆ به كاربه ر داين ده كات بۆ ئەوه ي مانده نه بيت له كرينى يان خه رچى ناپيوست بۆ ئەنجامدانى ئەو كاره، زانينى شوئنى گونجاو بۆ گروپى به كاربه ر و چۆنيه تى دابه شكردن يان له روى جوگرافيه يه وه ئەوه يه كه ده زگان ده توان جوړى ئەو كوگايانه هه لبه ژيرن كه كالاى بهرهمه يئنه روى تيدا ده فروشريت. (ahmedkordy 2013)

### به شى سيته م كرده نيينامه توئينه وه كه

له م توئينه وه يه دا توئنه ر به مه به سه تى وردبونه وه له نمونه ي توئينه وه وه رگرتوه، دوای گه رانه وه ي فۆرمه كان، توئنه ر كردارى به تال كردنى بۆ زانياريه به ده سه ته اتونكانى ناو فۆرمه كه ئەنجام دا، له چه ندين خسته كه پيك هاتون، له خواره وه زانياريه كان له شيويه خسته به ند پۆلين و ريكخواون رون كراونه ته وه.

له خشتهی (۱)، که ره گهزی نمونهی توژیینهوه رون ده کاتهوه، ره گهزی نیر له نمونهی توژیینهوه ریژه کهی بریتیه له (۸، ۶۰٪) که به پلهی یه کهم هاتون به (۶۲) دوباره بونهوه، ره گهزی می له نمونهی توژیینهوه به پلهی دوهم دین به ریژهی (۲، ۳۹٪) وه به (۴۰) دوباره بونهوه.

ئه گهر سه رهنج بدهین لهم خشتهیه جیاوازی ره گهز ئه وهنده زور نیه که شایه نی باس کردن بیت ئه مهش ده رخهری ئه وهی کۆمپانیای پهیوهندی گرنگی به ههردو ره گهز ده دهن بو به شی بازار پسیان.

**خشتهی 1 ره گهزی تاکه کانی نمونهی توژیینهوهی روون ده کاتهوه**

ریژهی سهی	دوباره بونهوه	ره گهز
60.8	62	نیر
39.2	40	می
100.0	102	کۆی گشتی

خشتهی (۲) که تایبه ته به ته مه نی تاکه کانی نمونهی توژیینهوه، ته مه نه کانی نیوان ۲۸-۳۷ سال به ریژهی (۸، ۶۱٪) به پلهی یه کهم هاتون به (۶۳) دوباره بونهوه، ته مه نه کانی نیوان ۳۸-۴۷ سال له نمونهی توژیینهوه به پلهی دوهم دین به ریژهی (۵، ۲۷٪) وه به (۲۸) دوباره بونهوه، ههروه ها له پلهی سییه مده ته مه نه کانی ۱۸-۲۷ سال دیت به ریژهی (۹، ۵٪) به (۶) دوباره بونهوه، له پلهی چواره م و کۆتا ئه وانه دین که ته مه نیان نیوان ۴۸-۵۷ سال به ریژهی (۹، ۴٪) به (۵) دوباره بونهوه، له ئه نجامی خشتهی ۲ بۆمان ده رده که ویت که زۆرتین کارمه ندانی به ششی- بازار سازی له ههردو کۆمپانیای ئاسیا سیل و کۆره کتیلیکۆم له ته مه نی گه نجدان که ئه مهش بار پکی ئاسییه و باشه.

**خشتهی 2 ته مه نی تاکه کانی نمونهی توژیینهوهی روون ده کاتهوه**

ریژهی سهی	دوباره بونهوه	ته مه ن
61.8	63	37-28 سال
27.5	28	47-38 سال
5.9	6	27-18 سال
4.9	5	57-48 سال
100.0	102	کۆی گشتی

له خشتهی (۳) که تایبه ته به رۆنکردنه وهی بروانامه ی کارمه ندانی به شی به شی بازار سازی له کۆمپانیای ئاسیاسیل و کۆره کتیلیکۆم، هه لگرنی بروانامه ی به کالۆریۆس به ریژهی (۶۶.۷٪) به پلهی یه کهم هاتون به (۶۸) دوباره بونهوه، ههروه ها هه لگرنی بروانامه ی دبلۆم به ریژهی (۱۴.۷٪) به پلهی دوهم دین به (۱۵) دوباره بونهوهی، هه چی هه لگرنی بروانامه ی دیبلۆمی بالاییه و ئاماده ی به ریژهی (۷، ۸٪) له پلهی سییه مده دین به (۸) دوباره بونهوه، له کاتیکدا هه لگری بروانامه ی ماسه تر به ریژهی (۲٪) هاتوه به ۲ دوباره بونهوه، له پلهی چواره میشدا هه لگرنی بروانامه ی دکتۆرا دین به ریژهی (۱٪) به یه ک دوباره بونهوه.

ئه گهر تیبینی خشتهی (۳) بکهین بۆمان دهرده کهوئیت ریژهی زۆری نمونهی توئینهوه ئهوانه که هه لگه بروانامه ی به کالۆریۆسن و که مترینان ئهوانه که هه لگه بروانامه کانی دکتۆرا و ماسته رن.

**خشتهی 3 بروانامه ی تاکه کانی نمونهی توئینهوه ی روون دهکاتهوه**

بروانامه	دوباره بوونهوه	ریژدی سهدی
به کالۆریۆس	68	66.7
دیبلۆم	15	14.7
دیبلۆمی بالا	8	7.8
نامادهی	8	7.8
ماجستیر	2	2.0
دکتۆرا	1	1.0
کۆی گشتی	102	100.0

خشتهی (۴) ئەزمونی کارکردنی کارمه ندانی به شی بازارسازی له کۆمپانیای ئاسیاسیل و کۆره ک تیلکۆم روون دهکاتهوه، له پله ی یه کهم ئهوانه که ئەزموی کارکردنیان له ۱۰ سال و زیاتره که ریژه کانیان بریتیه له (۵۸,۸٪) وه به (۶۰) دوباره بوونهوه، له پله ی دوهم ئهوانه که ئەزمونی کارکردنیان له نیوان ۴-۶ سال که ریژه که شی بریتیه له (۲۰,۶٪) وه به (۲۱) دوباره بوونهوه هاتوه، هه رچی له پله ی سییه مه ئهوانه ن که ئەزمونی کارکردنیان له نیوان ۷-۹ سال به ریژه ی (۱۳,۷٪) وه به (۱۴) دوباره بوونهوه هاتون، له کاتیکدا به پله ی چواره من ۱-۳ سال دیت به (۵,۹٪) وه به (۶) دوباره بوونهوه له کۆتا پله ئهوانه که ئەزمونی کارکردنیان که متره له ۱ سال و ریژه که شیان بریتیه له (۱٪).

ئه گهر سه رهنج بدهین له دهرئه نجامی خشتهی (۴) بۆمان دهرده کهوئیت که کارمه ندانی به شی بازارسازی له کۆمپانیای ئاسیاسیل و کۆره ک تیلکۆم له روی ئەزمونی کارکردن ئەزموندارن ههروه ها رابوردیه کی باشیان هه یه له کارکردن له م به شه دا ئەمه ش ئه وه ده گه یه نیت که کۆمپانیای کانی په یوه ندی ده میکه له گرنگی به شی بازارسازی گه یشتون هه ربۆیه هه مو دامه زراوه کان ئەم به شه یان به کۆلکه ی کاریان داناوه.

**خشتهی 4 ئەزمونی کارکردنی کارمه ندانی به شی بازارسازی روون دهکاتهوه**

ئه زمونی کارکردن	دوباره بوونهوه	ریژدی سهدی
10 سال و زیاتر	60	58.8
4-6 سال	21	20.6
7-9 سال	14	13.7
1-3 سال	6	5.9
که متر له 1 سال	1	1.0
کۆی گشتی		100%

خشتهی (۵) راده ی به کاره یانی پلاتفۆرمه کانی میدیای نو ی له بازارسازی له کۆمپانیای که تاندا رو نده کاته وه، دهرده کهوئیت که به شی زۆری نمونهی توئینهوه پتان وایه به راده یه کی زۆر پلاتفۆرمه کانی میدیای نو ی له بازارسازی به کارده هین له کۆمپانیای که یاندا له پله ی یه که من و ریژه که یان بریتیه له (۶۰,۸٪) به (۶۲) دوباره بوونهوه، له پله ی

دوهم ئهوانهن كه پيان وايه به رادهيه كي مامناوهند پلاتفورمه كاني ميدياي نوئ له بازارسازي به كاردههين له كۆمپانياكه ياندا و ريزه كه يان برتيه له ( 38,2 %) به ( 39 ) دوباره بونه وه، هه رچي ئهوانه ي پيان وايه به رادهيه كي كه م پلاتفورمه كاني ميدياي نوئ له بازارسازي به كاردههين له كۆمپانياكه ياندا له پله ي سييه م دان ريزه كه شيان برتيه له ( 1 %) كه ئه م ريزه يه كجار كه مه .

له ده رئه نجامي ئه م خشته ي خواره وه بۆ مان ده رده كه وي ت كه به شي بازارسازي له كۆمپانياي ئاسياسيل و كۆره ك تيلكۆم به ريزه يه كي زۆر به رز گرنگي به به كارهي تاني پلاتفورمه كاني ميدياي نوئ ده دن له بازارسازي خزمه تگوزار يه كانيان بۆ به كاربه ران.

**خشته ي (5) راده ي به كارهي تاني پلاتفورمه كاني ميدياي نوئ له بازارسازي له كۆمپانياكه تاندا دياريد هكات**

رێژهي سه دي	دووباره بوونه وه	راده ي به كارهي تاني
1.0	1	كه م
38.2	39	مامناوه ند
60.8	62	به رز
100.0	102	كۆي گشتي

خشته ي (6) راده ي به كارهي تاني پلاتفورمه كاني ميدياي نوئ له بازارسازي له كۆمپانياكاني په يوه ندي ديار ي ده كات، له پله ي يه كه مدا فه يسبو ك به ريزه ي ( 40,2 %) وه به ( 41 ) دوباره بونه وه دي ت، به لام له پله ي دوهم ئينستگرام دي ت به ريزه ي ( 16,7 %) وه به ( 17 ) دوباره بونه وه، له كاتي كدا تيكتۆك له پله ي سييه م دي ت به ريزه ي ( 13,7 %) وه به ( 14 ) دوباره بونه وه، هه رچي سنا پچاته له پله ي چواره م دي ت به ريزه ي ( 11,8 %) وه به ( 12 ) دوباره بونه وه، له پله ي پينچه م يوتوب و پلاتفورمي تر دين به ريزه ي ( 8,8 %) وه به 9 دوباره بونه وه.

له ده رئه نجامي ئه م خشته ي خواره وه بۆ مان ده رده كه وي ت كۆمپاياكاني په يوه ندي به ريزه يه كي يه كجار زۆر گرنگي به به كارهي تاني فه يسبو ك ده دن دواتر ئينستگرام ئه مه ش بۆ ئه وه ده گه رتته وه كه زۆر به ي به كارهي نه راني تۆره كۆمه لايه تيه كان به كارهي نه ري فه يسبو ك و ئينستگرامن بۆ يه كۆمپانياكاني په يوه ندي بۆ بازارسازي خزمه تگوزار يه كانيان سو د له م پلاتفورمانه وه رده گرن .

**خشته ي 6 به كارهي تاني پلاتفورمه كاني ميدياي نوئ له بازارسازي له كۆمپانياكاني په يوه ندي ديار ي ده كات**

رێژهي سه دي	دووباره بوونه وه	پلاتفورمه كاني ميدياي نوئ
40.2	41	فه يسبو ك
16.7	17	ئينستگرام
13.7	14	تيكتۆك
11.8	12	سنا پچات
8.8	9	يوتوب
8.8	9	هيتر
%100	102	كۆي گشتي

له برگه‌ی (X1) ی خشته‌ی (۷) دهرکه‌وتوه، که‌وا ریزه‌ی (۵۰٪) ی نمونه‌ی توئینه‌وه هاوران، که کۆمپانیاکانی په‌یوه‌ندی گرنگی به لیکۆلینه‌وه و شیکردنه‌وه‌ی بازار دده‌ن له ریگی بازارسازیدا که ئەمه به‌رزترین ریزه‌یه به پله‌ی یه کهم هاتون به (۵۱) دوباربونه‌وه، و ئەوانه‌ی که ته‌واو هاوران ریزه‌که‌یان (۳۴،۳) ه به (۳۵) دوباره‌بونه‌وه، که‌چی ده‌بینین (۱۱،۸٪) ی نمونه‌ی توئینه‌وه به دلنیا‌نین وه‌لامیان داوه‌ته‌وه به (۱۲) دوباره‌بونه‌وه له‌پله‌ی چوارم ئەوانه دین که هاورانین و به ته‌واوی هاورانین به (۲) دوباره و ریزه‌ی (۲٪)، لیردا ریزه‌ی سه‌دی له‌گه‌لبون بریتیه له (۳،۸۴٪) ه و ناوه‌ندی ژمیره‌ی (۴،۱۳)، لادانی پیوانه‌ی (۰،۸۴۰) ه و (t-test) یه‌کسانه به (۱۳،۵۴۸) و sig یه‌کسانه به (۰،۰۰۰). له دهرئه‌نجامی ئەم برگه‌یه ئەوه‌مان بۆ رۆن ده‌بیتته‌وه، که کۆمپانیاکانی په‌یوه‌ندی گرنگی به لیکۆلینه‌وه و شیکردنه‌وه‌ی بازار دده‌ن له ریگی بازارسازیدا

له برگه‌ی (X2) ی خشته‌ی (۷) دهرده‌که‌ویت، که‌وا ریزه‌ی (۵۰٪) ی نمونه‌ی توئینه‌وه به هاورا بون وه‌لامیان داوه‌ته‌وه که کۆمپانیای په‌یوه‌ندی گرنگی به پیداویستییه‌کانی به‌کاره‌ینه‌ران دده‌ن ئاسانکاری ده‌کەن له پیشکه‌شکردنی خزمه‌تگوزارییه‌کان بۆیان له قۆناغه‌کانی ئەنجامدانی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیاکانی په‌یوه‌ندی له‌ریگی میدیای نویدا، به‌رزترین ریزه‌یه به پله‌ی یه کهم هاتون به (۵۱) دوباربونه‌وه. ریزه‌ی (۳۸،۲٪) ی نمونه‌ی توئینه‌وه به‌ته‌واوی هاوران به (۳۹) دوباربونه‌وه، هه‌رچی ئەوانه‌ی که دلنیا‌نین ریزه‌که‌یان (۷،۸٪) ه به (۸) دوباره‌بونه‌وه، هه‌روه‌ها ئەوانه‌ی هاورانین له‌گه‌ل ئەم برگه‌یه ریزه‌که‌یان (۲،۹) ه به (۳) دوباربونه‌وه، هه‌روه‌ها له نمونه‌ی توئینه‌وه ئەوانه‌ی ته‌واو هاورانین ریزه‌که‌یان که‌مترینه بریتیه له (۱٪) به (۱) دوباره‌بونه‌وه. لیردا ریزه‌ی سه‌دی له‌گه‌لبون بریتیه له (۲،۸۸٪) له کاتیکدا ناوه‌ندی ژمیره‌ی (۴،۲۲)، لادانی پیوانه‌ی (۰،۷۹۱) و (t-test) یه‌کسانه به (۱۵،۵۱۴) و نرخ یه‌کسانه به (۰،۰۰۰)، له‌دهرئه‌نجامی ئەم برگه‌یه ئەوه‌مان بۆ رۆن ده‌بیتته‌وه، که‌وا کۆمپانیای په‌یوه‌ندی گرنگی به پیداویستییه‌کانی به‌کاره‌ینه‌ران دده‌ن ئاسانکاری ده‌کەن له پیشکه‌شکردنی خزمه‌تگوزارییه‌کان بۆیان له قۆناغه‌کانی ئەنجامدانی بازارسازی مۆدیرن.

له برگه‌ی (X3) ی خشته‌ی (۷) دهرده‌که‌ویت، که‌وا ریزه‌ی (۴۲،۲٪) ی نمونه‌ی توئینه‌وه هاوران که کۆمپانیاکانی په‌یوه‌ندی گرنگی به‌دانانی پلانی ستراتیژی بازارسازی بۆگه‌یشتنه به ئامانجه‌کان دده‌ن وه‌ک زیادکردنی ژماره‌ی به‌کاره‌ینه‌ران و به‌ده‌سته‌یه‌تانی قازانج له قۆناغه‌کانی ئەنجامدانی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیاکانی په‌یوه‌ندی له‌ریگی میدیای نویدا، ئەمه به‌رزترین ریزه‌یه و به پله‌ی یه کهم هاتون به (۴۳) دوباربونه‌وه و ئەوانه‌ی ته‌واو هاوران ریزه‌که‌یان (۴۰،۲٪) یه به (۴۱) دوباره‌بونه‌وه له‌پله‌ی دوهمدا دین، که‌چی ده‌بینین (۱۴،۷٪) ی نمونه‌ی توئینه‌وه دلنیا‌نین به (۱۵) دوباربونه‌وه، هه‌روه‌ها ئەوانه‌ی هاورانین ریزه‌که‌یان (۲٪) یه به (۲) دوباربونه‌وه، ریزه‌ی (۱٪) له نمونه‌ی توئینه‌وه به ته‌واوی هاورانین به (۱) دوباربونه‌وه. لیردا ریزه‌ی سه‌دی له‌گه‌ل بون بریتیه له (۴،۸۲٪) و به ناوه‌ندی ژمیره‌ی (۴،۱۹)، لادانی پیوانه‌ی (۰،۸۲۹) و (t-test) یه‌کسانه به (۱۴،۴۴۷) و نرخ یه‌کسانه به (۰،۰۰۰).

له برگه‌ی (X4) ی خشته‌ی (۷) هاتوه، که‌وا ریزه‌ی (۴۴،۱٪) ی نمونه‌ی توئینه‌وه ته‌واو هاوران، ئەمه به‌رزترین ریزه‌یه و به پله‌ی یه کهم هاتون به (۴۵) دوباربونه‌وه و ئەوانه‌ی هاوران که کۆمپانیای په‌یوه‌ندی گرنگی به ریگی‌کانی به‌ره‌وپیشبردنی خزمه‌تگوزارییه‌کان دده‌ن، وه‌ک ریکلام، تۆره‌کۆمه‌لایه‌تییه‌کان، یان په‌یوه‌ندی راسته‌وخۆ بۆ گه‌یشتن به ئامانجه‌کان ریزه‌که‌یان (۴۲،۲٪) ه به (۴۳) دوباره‌بونه‌وه له‌پله‌ی دوهمدا دین، که‌چی ده‌بینین (۱۱،۸٪) ی نمونه‌ی توئینه‌وه دلنیا‌نین به (۱۲) دوباربونه‌وه، هه‌روه‌ها ئەوانه‌ی هاورانین و ته‌واو هاورانین ریزه‌که‌یان (۱٪) ه به (۱)



دوبار بونوهه. لیره دا ریژهی سه دی له گه ل بون بریتیه له (۸۶,۳٪) و به ناوهندی ژمیره پی (۴,۲۷)، لادانی پیوانه پی (۰,۷۸۵) و (t-test) یه کسانه به (۱۶,۳۸۷) و نرخي sig یه کسانه به (۰.۰۰۰). له برگه ی (X5) ی خسته ی (۷) دهرده که ویت، که وا ریژه ی (۳۱,۴٪) ی نمونه ی توژینه وه هاوارنن که کومپانیای په یوه نندیه کان چاودیری و پیوانه ی نه جامی پلانه کانی پرۆسه ی بازارسازی ناکن و به رزترین ریژه یه به پله ی به که م هاتون به (۳۲) دوبار بونوهه و نهوانه ی که دنیان نین ریژه که یان (۲۴,۵) یه به (۲۵) دوباره بونوهه، که چی ده بین (۱۷,۶٪) ی نمونه ی توژینه وه به ته واو هاوارنن و ههروه ها به هه مان ریژه هاوارن به (۱۸) دوبار بونوهه، ههروه ها نهوانه ی ته واو هاوارن که مترین ریژه یان هه یه که (۸,۸٪) ه به (۹) دوباره بونوهه. لیره دا ریژه ی سه دی له گه ل بون بریتیه له (۲۶,۴٪) ه و ناوهندی ژمیره پی (۲,۶۹)، لادانی پیوانه پی (۱,۲۱۰) و (t-test) یه کسانه به (-۲,۶۱۸) و نرخي sig یه کسانه به (۰.۰۱). که نه مهش کاریگری گوراوه که دهرده خات.

له برگه ی (X6) ی خسته ی (۷) دهرده که ویت، که وا ریژه ی (۴۹٪) ی نمونه ی توژینه وه هاوارن کومپانیای په یوه نندی سود له کارلیکی به کاربه ران وهرده گرن له ریگه ی توره کومه لایه تییه کانه که نه مه به رزترین ریژه یه به پله ی به که م هاتون به (۵۰) دوبار بونوهه، نهوانه ی به ته واو هاوارن ریژه که یان (۲۶,۵٪) ه به (۲۷) دوباره بونوهه و نهوانه ی که دنیان نین ریژه کایان بریتیه له (۱۹,۶٪) به (۲۰) دوباره بونوهه، و نهوانه ی به ته واو هاوارنن ریژه یان بریتیه له (۳,۹٪) به (۴) دوباره بونوهه و نهوانه ی به ته واو هاوارنن له پله ی کوتا دین به ریژه ی (۱٪) به (۱) دوباره بونوهه. لیره دا ریژه ی سه دی له گه ل بون بریتیه له (۷۵,۵٪) ه و ناوهندی ژمیره پی (۳,۹۶)، لادانی پیوانه پی (۰,۸۴۳) و (t-test) یه کسانه به (۱۱,۵۰۵) و نرخي sig یه کسانه به (۰.۰۰۰).

خسته ی 7 دووبار بونوهه و ناوهندی ژمیری و لادانی پیوانه یی و ریژی له گه ل بون بۆ ته ودری قوناهه کانی نه جامدانی بازارسازی مؤدیرن له کومپانیای په یوه نندی له ریگه ی میدیایی نوندا دیاریددکات

ژ	نماری برگه	برگه	ته واو هاوارنیم		هاوارنیم		دنیانیم		هاوارم		ته واو هاوارم		ناوهندی ژمیری	لادانی پیوانه یی	ریژی له گه ل بون (%)	t-test	sig
			%	دووبار بونوهه	%	دووبار بونوهه	%	دووبار بونوهه	%	دووبار بونوهه	%	دووبار بونوهه					
دووبار بونوهه و ناوهندی ژمیری و لادانی پیوانه یی و ریژی له گه ل بون بۆ ته ودری قوناهه کانی نه جامدانی بازارسازی مؤدیرن له کومپانیای په یوه نندی له ریگه ی میدیایی نوندا دیاریددکات	X1	کومپانیای په یوه نندی گرگی به لیکونه وه و شیکرته وه بازار ددهن له ریگه ی بازارسازندا.	2.0	2	2.0	2	11.8	12	50.0	51	34.3	35	4.13	.840	84.3%	13.548	.00
	X2	کومپانیای په یوه نندی گرگی به پیداستییه کانی به کاربه ران ددهن ناساکاری دکهن له پیشکه شکرکی خزمه تگوزاریه کان بیان.	1.0	1	2.9	3	7.8	8	50.0	51	38.2	39	4.22	.791	88.2%	15.514	.00
	X3	کومپانیای په یوه نندی گرگی به دانی پلانی ستراتیژی بازارسازی بوگه شسته به نامانجه کان ددهن وک زیاد کردنی ژماری به کاربه ران و به دسته تانی قازانج.	1.0	1	2.0	2	14.7	15	42.2	43	40.2	41	4.19	.829	82.4%	14.447	.00
	X4	کومپانیای په یوه نندی گرگی به ریگه کانی به روپیشبردنی خزمه تگوزاریه کان ددهن، وک ریگام، توره کومه لایه تییه کان، یان په یوه نندی راسته وخو بو گه شتن به نامانجه کان.	1.0	1	1.0	1	11.8	12	42.2	43	44.1	45	4.27	.785	86.3%	16.387	.00
	X5	کومپانیای په یوه نندی چاودیری و پیوانه ی نه جامی پلانه کانی پرۆسه ی بازارسازی ناکن	17.6	18	31.4	32	24.5	25	17.6	18	8.8	9	2.69	1.21	26.4%	-2.618	.01
	X6	کومپانیای په یوه نندی سود له کارلیکی به کاربه ران وهرده گرن له ریگه ی توره کومه لایه تییه کانه	1.0	1	3.9	4	19.6	20	49.0	50	26.5	27	3.96	.843	75.5%	11.505	.00

له برگه ی (X7) ی خسته ی (8) دهرده که ویت که وا ریژه ی (56.9٪) ی نمونه ی توژینه وه هاوارن، ستراتیژی بازارسازی مؤدیرن له کومپانیای په یوه نندی هاوکاره بۆ ناساندنی زیاتری به رهه م و خزمه تگوزاریه کان له ریگه ی میدیایی نویدا، که نه مه به رزترین ریژه یه به پله ی به که م دیت به (۵۸) دوبار بونوهه، له پله ی دوهم نهوانه ن که ته واو هاوارن ریژه که یان (۲۷,۵٪) ه به (۲۸) دوباره بونوهه، که چی ده بین (۱۲,۷٪) ی نمونه ی توژینه وه به دنیان بون وه لایمان داوه ته وه به (۱۳) دوباره بونوهه، له پله ی چوارم نهوانه دین که هاوارنن به ریژه ی (۲٪) به (۲) دوباره بونوهه،

وئەوانەى تەواو ھاوورانين بە (۱) دوبرە و رېژەى (۱٪) لەپەلەى پىنجەم دان. لێرەدا رېژەى سەدى لەگەڵبون برىتيەى لە (۸۴،۴٪) ە و ناوەندى ژميرەى (۴،۰۸)، لادانى پىوانەى (۰،۷۵۴) ە و (t-test) يە كسانە بە (۱۴،۴۵۱) و sig يە كسانە بە (۰،۰۰).

لە ئەنجامى ئەم برگەيەى خوارەو ئەوەمان بۆ رۆن دەبیتەو، كە ستراتىژى بازارسازى مۆديرن لە كۆمپانیاكانى پەيوەندى ھاوکارە بۆ ناساندنى زياترى بەرھەم و خزمەتگوزارىيەكان لەرېگەى ميدياى نويدا گۆراوئىكى كارىگەرە ئەميش لەرېگەى نرخى sig بۆ (t-test) كە يەكسانە بە ۰،۰۰ كە كەمترە لە ۰،۰۵ ئەمەش واتە بەھادارى ئەم گۆراو.

لە برگەى (X8) ى خستەى (8) دەرکەتووە كەوا رېژەى (56.9٪) ى نمونەى تووژينەو ھاوران، ستراتىژى بازارسازى مۆديرن لە كۆمپانیاكانى پەيوەندى ئالنگارىيەكانى بەردەم خزمەتگوزارىيەكان ديارى دەكات و بەپىي توانا لادەبريەت بۆ ئەو ى خزمەتگوزارى بەبازاركراو سەرکەوتن بەدەستبھيئيت لەرېگەى ميدياى نويدا، كە ئەمە بەرزترين رېژەى بە پەلەى يەكەم ديت بە (58) دوبرابونەو، لەپەلەى دوەم ئەوانەن كە تەواو ھاوران رېژەى كەيان (22.5٪) ە بە (23) دوبرابونەو، كەچى دەبينين (17.6٪) ى نمونەى تووژينەو بەدلتيانەبون وەلاميان داووتەو بە (18) دوبرابونەو، لەپەلەى چوارەم ئەوانە دین كە تەواو ھاورانين بەرېژەى (۲٪) بە (۲) دوبرابونەو، و ئەوانەى ھاورانين بەرېژەى (۱٪) دوبرابونەو ى (۱) لەپەلەى پىنجەم دان. لێرەدا رېژەى سەدى لەگەڵبون برىتيەى لە (۷۹،۴٪) ە و ناوەندى ژميرەى (۳،۹۷)، لادانى پىوانەى (۰،۷۸۹) ە و (t-test) يە كسانە بە (۱۴،۴۲۰) و sig يە كسانە بە (۰،۰۰).

لە ئەنجامى ئەم برگەيەى خوارەو ئەوەمان بۆ رۆن دەبیتەو، كە ستراتىژى بازارسازى مۆديرن لە كۆمپانیاكانى پەيوەندى ئالنگارىيەكانى بەردەم خزمەتگوزارىيەكان ديارى دەكات و بە پىي توانا لادەبريەت بۆ ئەو ى خزمەتگوزارى بەبازاركراو سەرکەوتن بەدەست بھيئيت لەرېگەى ميدياى نويدا گۆراوئىكى كارىگەرە ئەميش لەرېگەى نرخى sig بۆ (t-test) كە يەكسانە بە ۰،۰۰ كە كەمترە لە نرخى ھەلەى رېييدراو ۰،۰۵ ئەمەش واتە بەھادارى ئەم گۆراو.

برگەى (X9) ى خستەى (8) دەرکەتوويت كەوا رېژەى (۷۱،۶٪) ى نمونەى تووژينەو ھاوران، ستراتىژى بازارسازى مۆديرن لە كۆمپانیاكانى پەيوەندى بۆ بەدەستبھيئانى ھاوسەنگى لە ريكلام و بازارسازى بۆ ئەو كالاىەى لە دەوروبەر و لە نيو زۆرى بەرھەم و خزمەتگوزارىيەكان دەخرتتەرو لەرېگەى ميدياى نويدا، كە ئەمە بەرزترين رېژەى بە پەلەى يەكەم ديت بە (۷۳) دوبرابونەو، لەپەلەى دوەم ئەوانەن كە ولاميان بەدلتيانەبون داووتەو رېژەى كەيان (۱۴،۷٪) ە بە (۱۵) دوبرابونەو، كەچى دەبينين (۱۰،۸٪) ى نمونەى تووژينەو بەتەواو ھاوراوبون وەلاميان داووتەو بە (۱۱) دوبرابونەو، لەپەلەى چوارەم ئەوانە دین كە ھاورانين بەرېژەى (۲٪) بە (۲) دوبرابونەو، ھەرچى ئەوانەى تەواو ھاورانين بەرېژەى (۱٪) دوبرابونەو ى (۱) لەپەلەى پىنجەم دان. لێرەدا رېژەى سەدى لەگەڵبون برىتيەى لە (۸۲،۴٪) ە و ناوەندى ژميرەى (۳،۸۹)، لادانى پىوانەى (۰،۶۴۳) ە و (t-test) يە كسانە بە (۱۴،۰۰۴) و sig يە كسانە بە (۰،۰۰).

لە ئەنجامى ئەم برگەيەى خوارەو ئەوەمان بۆ رۆن دەبیتەو، ستراتىژى بازارسازى مۆديرن لە كۆمپانیاكانى پەيوەندى بۆ بەدەستبھيئانى ھاوسەنگى لە ريكلام و بازارسازى بۆ ئەو كالاىەى لە دەوروبەر لە نيو زۆرى بەرھەم و خزمەتگوزارىيەكان دەخرتتەرو لەرېگەى ميدياى نويدا گۆراوئىكى كارىگەرە ئەميش لەرېگەى نرخى sig بۆ (t-test) كە يەكسانە بە ۰،۰۰ كە كەمترە لە نرخى ھەلەى رېييدراو ۰،۰۵ ئەمەش واتە بەھادارى ئەم گۆراو.

برگەى (X10) ى خستەى (8) نيشانیدەدات كەوا رېژەى (۵۲٪) ى نمونەى تووژينەو ھاوران، ستراتىژى بازارسازى مۆديرن لە كۆمپانیاكانى پەيوەندى ھارىكارى كۆمپانيا پەيوەنديەكان دەكات تا بتوانن پيشبىنى بۆ داھاتوى بازاريان

بكه‌ن له‌رێگه‌ی میدیایي نوێدا، ئەمه به‌رزترین رێژه‌یه به‌پله‌ی یه‌كه‌م دیت به‌ (۷۳) دوباریونه‌وه، له‌پله‌ی دوهم ئەوانه‌دین كه‌ ته‌واوه‌وران به‌رێژه‌كه‌ی (۳۲,۴٪) ه‌ به‌ (۳۳) دوباره‌بونه‌وه، كه‌چی ده‌بینین (۱۳,۷٪) ی نمونه‌ی تووژینه‌وه به‌ دڵنیانه‌بون وه‌لامیان داوه‌ته‌وه به‌ (۱۴) دوباره‌بونه‌وه، له‌پله‌ی كو‌تا ئەوانه‌ دین كه‌ هاو‌رانین و ته‌واو هاو‌رانین به‌رێژه‌ی (۱٪) به‌ (۱) دوباره‌بونه‌وه. لێرده‌ا رێژه‌ی سه‌دی له‌گه‌ڵبون بریتیه‌ له‌ (۸۴,۴٪) ه‌ و ناوه‌ندی ژمیره‌ی (۴,۱۴)، لادانی پێوانه‌ی (۰,۷۵۸) ه‌ و (t-test) یه‌كسانه‌ به‌ (۱۵,۱۴۶) و sig یه‌كسانه‌ به‌ (۰,۰۰).

له‌ ئەنجامی ئەم بره‌گه‌یه‌ی خواره‌وه ئەوه‌مان بو‌ رۆن ده‌بێته‌وه، ستراتیژی بازا‌سازی مۆدیرن له‌ كۆمپانیاكانی په‌یوه‌ندی هاریكاری كۆمپانیا په‌یوه‌ندیه‌كان ده‌كات تا بتوانن پێشبینی بو‌ داها‌توی بازا‌ریان بكه‌ن له‌رێگه‌ی میدیایي نوێدا گۆراوێکی کاریگه‌ره‌ ئەمیش له‌رێگه‌ی نرخي sig بو‌ (t-test) كه‌ یه‌كسانه‌ به‌ ۰,۰۰ كه‌ كه‌متره‌ له‌ نرخي هه‌له‌ی رێپیدراو ۰,۰۵ ئەمه‌ش واته‌ به‌ها‌داری ئەم گۆراوه‌.

له‌ بره‌گه‌ی (X11) ی خسته‌ی (8) ده‌رده‌كه‌وێت كه‌وا رێژه‌ی (۴۹٪) ی نمونه‌ی تووژینه‌وه هاو‌ران، ستراتیژی بازا‌سازی مۆدیرن هاریكاری كۆمپانیا په‌یوه‌ندیه‌كان ده‌كات بو‌ دیاریكردن و شیکردنه‌وه‌ی هێژ و توانای رکا‌به‌ره‌كانیان له‌رێگه‌ی میدیایي نوێدا، كه‌ ئەمه به‌رزترین رێژه‌یه به‌پله‌ی یه‌كه‌م دیت به‌ (۵۰) دوباریونه‌وه، له‌پله‌ی دوهم ئەوانه‌ن كه‌ ته‌واوه‌وران به‌رێژه‌ی (۳۱,۴٪) ه‌ به‌ (۳۲) دوباره‌بونه‌وه، كه‌چی ده‌بینین (۱۵,۷٪) ی نمونه‌ی تووژینه‌وه وه‌لامیان به‌دڵنیانه‌بون بو‌ه به‌ (۱۶) دوباره‌بونه‌وه، له‌پله‌ی چواره‌م ئەوانه‌ دین كه‌ هاو‌رانین به‌رێژه‌ی (۲,۹٪) به‌ (۳) دوباره‌بونه‌وه، وئه‌وانه‌ی ته‌واو هاو‌رانین به‌ (۱) دوباره‌ و رێژه‌ی (۱٪) له‌پله‌ی پێنجه‌م دان. لێرده‌ا رێژه‌ی سه‌دی له‌گه‌ڵبون بریتیه‌ له‌ (۸۰,۴٪) ه‌ و ناوه‌ندی ژمیره‌ی (۴,۰۷)، لادانی پێوانه‌ی (۰,۸۲۴) ه‌ و (t-test) یه‌كسانه‌ به‌ (۱۳,۱۰۳) و sig یه‌كسانه‌ به‌ (۰,۰۰).

له‌ ئەنجامی ئەم بره‌گه‌ی خواره‌وه ئەوه‌مان بو‌ رۆن ده‌بێته‌وه، ستراتیژی بازا‌سازی مۆدیرن هاریكاری كۆمپانیا په‌یوه‌ندیه‌كان ده‌كات بو‌ دیاریكردن و شیکردنه‌وه‌ی هێژ و توانای رکا‌به‌ره‌كانیان له‌رێگه‌ی میدیایي نوێدا گۆراوێکی کاریگه‌ره‌ ئەمیش له‌رێگه‌ی نرخي sig بو‌ (t-test) كه‌ یه‌كسانه‌ به‌ ۰,۰۰ كه‌ كه‌متره‌ له‌ ۰,۰۵ ئەمه‌ش واته‌ به‌ها‌داری ئەم گۆراوه‌.

له‌ بره‌گه‌ی (X12) ی خسته‌ی (8) وا ده‌رده‌كه‌وێت كه‌وا رێژه‌ی (۵۶,۹٪) ی نمونه‌ی تووژینه‌وه هاو‌ران، ستراتیژی بازا‌سازی مۆدیرن ئاسانكاری بو‌ كۆمپانیا په‌یوه‌ندیه‌كان ده‌كات له‌ پرۆسه‌ی چاودێری كردن، ده‌توانیت به‌ ئاسانی چاودێری کاریگه‌ری پرۆسه‌ی بازا‌سازی بكات له‌رێگه‌ی میدیایي نوێدا، كه‌ ئەمه به‌رزترین رێژه‌یه به‌پله‌ی یه‌كه‌م دیت به‌ (۵۸) دوباریونه‌وه، له‌پله‌ی دوهم ئەوانه‌ن كه‌ ته‌واوه‌وران به‌رێژه‌ی (۲۵,۵٪) ه‌ به‌ (۲۶) دوباره‌بونه‌وه، كه‌چی ده‌بینین (۱۶,۷٪) ی نمونه‌ی تووژینه‌وه وه‌لامیان به‌دڵنیانه‌بون بو‌ه به‌ (۱۷) دوباره‌بونه‌وه، له‌پله‌ی چواره‌م ئەوانه‌ دین كه‌ ته‌واوه‌وران به‌رێژه‌ی (۱٪) به‌ (۱) دوباره‌بونه‌وه. لێرده‌ا رێژه‌ی سه‌دی له‌گه‌ڵبون بریتیه‌ له‌ (۸۲,۴٪) ه‌ و ناوه‌ندی ژمیره‌ی (۴,۰۶)، لادانی پێوانه‌ی (۰,۷۱۵) ه‌ و (t-test) یه‌كسانه‌ به‌ (۱۴,۵۴۹) و sig یه‌كسانه‌ به‌ (۰,۰۰).

له‌ ئەنجامی ئەم بره‌گه‌ی خواره‌وه ئەوه‌مان بو‌ رۆن ده‌بێته‌وه، ستراتیژی بازا‌سازی مۆدیرن ئاسانكاری بو‌ كۆمپانیا په‌یوه‌ندیه‌كان ده‌كات له‌ پرۆسه‌ی چاودێری كردن، ده‌توانیت به‌ ئاسانی چاودێری کاریگه‌ری پرۆسه‌ی بازا‌سازی بكات له‌رێگه‌ی میدیایي نوێدا گۆراوێکی کاریگه‌ره‌ ئەمیش له‌رێگه‌ی نرخي sig بو‌ (t-test) كه‌ یه‌كسانه‌ به‌ ۰,۰۰ كه‌ كه‌متره‌ له‌ ۰,۰۵ ئەمه‌ش واته‌ به‌ها‌داری ئەم گۆراوه‌.

له برگی (X13) ی خشته ی (8) ده ده که ویت که و ریژه ی (۹, ۵۴٪) ی نمونه ی توژیته وه هاوران، ستراتیژی بازارسازی مؤدیرن کومپانیان ده توانن زور به خیرایی به رهه م و ئوفه ره کانیا ن بسرنه وه، زیاد بکن و گورانکاری پیویست له نرخ و تاییه تمه ندیه کان به هه مان خیرایی ئه نجام بدن له ریگه ی میدیایی نویدا، که ئه مه به رزترین ریژه یه به پله ی یه که م دیت به (۵۶) دوباریونه وه، له پله ی دوهم ئه وانن که ته واه و هاوران به ریژه ی (۴, ۲۹٪) ه به (۳۰) دوباره بونه وه، که چی ده بینن (۸, ۱۱٪) ی نمونه ی توژیته وه به دننیا نه بون وه لامیاندا وه ته وه به (۱۲) دوباره بونه وه، له پله ی چوارم ئه وانن دین که هاورانین و ته واه و هاورانین به ریژه ی (۲٪) به (۲) دوباره بونه وه. لیژده ا ریژه ی سه دی له گه لبون بریتیه له (۳, ۸۴٪) ه و ناوه ندی ژمیره یی (۰, ۸۱۷) ه و (t-test) یه کسانه به (۱۳, ۳۳۶) و sig یه کسانه به (۰, ۰۰).

خشته ی 8 دوویار بونه وه و ناوه ندی ژمیره یی و لادانی پیناونه یی و ریژه یی له گه لبونن بو ته ودری ستراتیژی بازارسازی مؤدیرن له کومپانیایان په یوه ندی له ریگه ی میدیایی نویدا رووندکاته وه

رد	رد	پرسیارکان	ته واه و هاورانین		هاورانین		دننیا نین		هاوران		ته واه و هاوران		ناروشن ژمیره یی	لادانی پیناونه یی	ریژه یی له گه لبونن (%)	t-test	sig
			%	دوویار بونه وه	%	دوویار بونه وه	%	دوویار بونه وه	%	دوویار بونه وه	%	دوویار بونه وه					
X7	1	1.0	2	2.0	13	12.7	58	56.9	28	27.5	4.08	.754	84.4%	14.451	.00		هاوکاری له کومپانیایان په یوه ندی ددیت بو ناساندنی زیاتری به رهه م و خزمه تگوزاریه کان و هه وو به ره به ست
X8	2	2.0	1	1.0	18	17.6	58	56.9	23	22.5	3.97	.789	79.4%	12.420	.00		ناننگاریه کان به رهه م خزمه تگوزاریه کان دیاری دکات و به پنی توانا لادیریت بو نه وی خزمه تگوزاری به بازارا کر او سه ره کوشن به ده ست بیه نیت
X9	1	1.0	2	2.0	15	14.7	73	71.6	11	10.8	3.89	.643	82.4%	14.004	.00		به ده ست پینان هاوسه نگی له ریکلام و بازارسازی بو نه و کالایه له دور و به ر و له نیو زوری به رهه م و خزمه تگوزاریه کان ده خرینته و وو.
X10	1	1.0	1	1.0	14	13.7	53	52.0	33	32.4	4.14	.758	84.4%	15.146	.00		هاوکاری کومپانیا په یوه ندی به دکات تا بتوانن پیشینی بو دها ناووی بازاریان بکن.
X11	1	1.0	3	2.9	16	15.7	50	49.0	32	31.4	4.07	.824	80.4%	13.103	.00		هاوکاری کومپانیا په یوه ندی به دکات بو دیاری کردن و شیکرته و وی هیز و توانای رکا به رکا نیان.
X12	1	1.0	0	0	17	16.7	58	56.9	26	25.5	4.06	.715	82.4%	14.954	.00		ناسانکاری کومپانیا په یوه ندی به دکات له پرۆسه ی چاپویری کردن، ددوانیت به ناسانی چاپویری کاربگه ری پرۆسه ی بازارسازی بکات.
X13	2	2.0	2	2.0	12	11.8	56	54.9	30	29.4	4.08	.817	84.3%	13.336	.00		کومپانیان ددوانن زور به خیرایی به رهه م و ئوفه رکانیا ن بسرنه وه، زیاد بکن و گورانکاری پیویست له نرخ و تاییه تمه ندیه کان به هه مان خیرایی ئه نجام بدن.

### ده ره ئه نجامه کان

دوا به دوای به ئه نجام گه یانندی ئه م توژیته وه یه، توژیتر به چه ند ده ره ئه نجامیک گه یشته وه، که به چه ند خالیکی ده یانخه یه رو:

۱. گرنگی میدیایی نویره ستراتیژی بازارسازی مؤدیرن لای کومپانیایان په یوه ندی له ئاستیکی به رز دایه به ریژه یه کی زور به رز گرنگی به به کارهینانی پلاتفورمه کان میدیایی نویدا ده دن له بازارسازی خزمه تگوزاریه کانیا ن بو به کار به ران.

۲. کومپانیایان په یوه ندی گرنگی به لیکۆلینه وه و شیکرته وه ی بازار و پیداویستییه کان به کارهینان ده دن ئاسانکاری ده کهن له پیشکه شکردنی خزمه تگوزاریه کان بویان له قوئاغه کان ئه نجامدانی بازارسازی مؤدیرن.

۳. کۆمپانیاکانی په یوه نندیدا ئامانجه کانیان له بازارسازی هه وئێ گه شه کردن و فراوانبون ده ده، بازارسازی مۆدیرن یارمه تی کۆمپانیا په یوه نندیه کانی داوه ته نانه ت پئیش کرین کرپاره کان بناسنه وه له رینگه ی میدیای نویدا.
۴. ئامانجی سه ره کی کۆمپانیاکانی په یوه نندیکردن بریتیه له رینگه ی میدیای نویدا.
۵. کۆمپانیا په یوه نندیه کان ئامانجیان پئیشکه شکردنی زۆرتین خزمه تگوزاری و له مانه وه و به رده وامیه.
۶. ستراتژی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیاکانی په یوه ندی هاوکاره بو ناساندنی زیاتری به رهه م و خزمه تگوزاریه کان، ئالنگاریه کان به رده م خزمه تگوزاریه کان دیاریده کات.
۷. ستراتژی بازارسازی مۆدیرن له کۆمپانیاکانی په یوه ندی هاریکاری کۆمپانیا په یوه نندیه کان ده کات تا بتوانن پئیشینی بو داها توی بازاریان بکه ن، هاوسه نگی له ریکلام و بازارسازی بو ئه و کالایه ی له ده وره به له نیو زوری به رهه م و خزمه تگوزاریه کان ده خریته رو له رینگه ی میدیای نویدا.

### پیشنیا ر و راسپارده

تویژه ره له کۆتاییدا پئیشنیا ر و راسپارده ی هستوته رو که ئه مانه ی خواره وه ن:

۱. تویژه ره پئیشنیا ر ده کات کۆمپانیاکانی په یوه ندی گرنگی به به شی بازارسازی بده ن، ئه م به شه له لایه ن پئسپورانی بازارسازی به رتیه به رده ت.
۲. تویژه ره تویژه رانی دوا یی خو ی راده سپریت به ئه نجامدانی تویژینه وه شیکاری له باره ی کارامه یی په یامی بازارسازی له میدیای نویدا.

### سه رچاوه کان:

- غسان، أحمد. (۱۹۹۲). أصول التسويق. مكتبة عين الشمس.
- بن مویزه، احمد. (۲۰۱۳). إعداد الإستراتيجية التسويقية وعملياتها. عمان الاردن: دار اليازوري العلميه للنشر والتوزيع.
- حسین، أحمد عبدالستار. (۲۰۱۹). الأعلام الرقمي ودوره في تسويق النتائج الفنية. دراسة ميدانية، مجلة الاكاديمي.
- المقدادي، خالد غسان يوسف. (۲۰۱۷). ثورة شبكات الاجتماعية. عمان: دار النفائس.
- جهلال، سامان. (۲۰۱۸). هونه ره کانی رۆژنامه وانی. هه ولیر: چاپخانه ی رۆژه لات.
- حمدي، بشير محمد علي. (۲۰۱۶). الاعلام الرقمي و اقتصاديات صناعته. الرياض: منتدى الإعلام والاقتصاد تكامل الأدوار في خدمة التنمية، وزارة التجارة والصناعة جمهورية مصر العربية.
- أمین، رضا عبدالواجد. (۲۰۱۵). الاعلام الجديد. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- شیخانی، سمیره. (۲۰۱۰). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. دمشق: مجلة جامعة دمشق، المجلد ۲۲، العدد الاول والثاني.
- اللبن، شريف. (۲۰۱۱). مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني. القاهرة: دار العالم العربي.
- صادق، عباس مصطفى. (۲۰۰۸). الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق.
- الفیصل، عبدالامیر. (۲۰۰۶). صحافة الالکترونية في الوطن العربي. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- ئیبراهیم، عبدالحاق. (۲۰۱۴). میدیای نوئ له سه رده می ناسمانه کراوه کاند. هه ولیر: چاپخانه ی موکریانی.
- العبدلی، عبید سعد. (۲۰۱۱). قاموس التسويق. الرياض: مكتبة ملك فهد الوطنية للنشر.
- ابوعقلا، عصام الدين امين. (۲۰۰۲). التسويق(المفاهيم والاستراتيجيات، النظرية والتطبيق). مصر: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
- شقرة، علي خليل. (۲۰۱۴). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. الأردن، عمان: دار أسامة.
- الدعمي، غالب كاظم جیاد. (۲۰۱۷). الإعلام الجديد اعتمادية متساعده و وسائل مجدده. عمان: دار أمجد للنشر و التوزيع.
- الخطاب، فارس. (۲۰۱۰). فضائيات العلمي العربي الرقمي. عمان: دار ايلة للنشر والتوزيع.

- البدراني، فاضل محمد. (٢٠١٧). الإعلام الرقمي في عصر التدفق الأخباري. بيروت: منتدى المعارف.
- عواد، فاطمة حسين . (٢٠١١). الاتصال والاعلام التسويقي. عمان الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- حسين، فتحي. (٢٠١١). وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- كوتلر، فليب . (١٩٩٩). كوتلر يتحدث عن التسويق. مكتبة الجري.
- الخضر، محمد ابراهيم . (٢٠١٨). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق من خلال استخدامها كوسيلة للاعلان. عمان: دار اليازوري.
- أبوالنجا، محمد عبدالعظيم. (٢٠١٢). التسويق الإلكتروني آليات التواصل الجديدة مع العملاء. الاسكندرية: الطبعة الثانية، دار الجامعية للنشر.
- عواد، محمد. (٢٠١٠). مدخل الى الاعلام الجديد. عمان: دار أسامة.
- الشيخ، محمود. (٢٠٠٨). التسويق الدولي. عمان-الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- الصميدعي و يوسف، محمود جاسم، ردينه عثمان (٢٠٠٣). التسويق الاعلاي. عمان-الاردن: دار المناهج.
- قتلوني، مصعب. (٢٠١٦). ثورات الفيس بوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير. بيروت : شركة المطبوعات التوزيع والنشر.
- على، نهرو. (٢٠١٦). ماركيتينج. ههولير: نوسينگهه تهفسير.
- الداغر، محمد . (2013). استخدامات الإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة:دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية السعودية. مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، المجلد ٢٥، العدد 61.
- ككه شيوخ و سالح، ههردهان مهحمود، شليير على. (٢٠١٩). رؤولي نامرازه كاني ميدياي نوي له بهدهستههيناني ههليكاردا. ههولير: گؤفاري زانكو بؤ زانسته مروفاهه تيبه كان، توؤئينه وهه زانسته.

Kordy, Ahmed. (2013, february 22). kenanaonline. Retrieved jun 14, 2020, from <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/510099>

hall, J. (2001). Online Journalism. London: A Critical Primer, Pluto Press.

Hornby, M. (2015). Oxford Advanced Learner's Dictionary. London: Publisher Oxford University Press.

Manovich, L. (1999). Language of New Media. Stockholm: Royal Institute of Technonlogy.