

برند سازی به چه معناست؟

نویسنده: آنه ریندل

مترجم: مهوش نوری مجد



انتشارات مینای عدالت



به کوشش:

مؤسسه
بازارهای
و تبلیغات
ریحان طرح گسترده

سرشناسه: آنه ریندل

Anne Rindell

عنوان و نام پدیدآور: برند سازی به چه معناست؟ / نویسنده: Anne Rindle؛ مترجم مهوش نوری مجد؛ مجید فکری ویراستار نازنین افضلی.

مشخصات نشر: تهران: میثاق عدالت، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: [۲]، ۲۶ ص: سیاه و سفید؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۷۷-۱۰-۵

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتاب حاضر ترجمه فایل الکترونیکی با فرمت pdf، تحت عنوان "What do brands mean to us" است که از سایت <http://www.academia.edu> گرفته شده است.

موضوع برند سازی به چه معناست

موضوع What do brands mean to us

شناخت اف: ه: نوری مجد، مهوش، ۱۳۵۸ - مترجم، فکری، مجید، ۱۳۶۰ مترجم

رده بندی کنگره:

رده بندی دیویی:

شماره کتابشناسی ملی:



انتشارات میثاق عدالت

نام کتاب: برند سازی به چه معناست؟

نویسنده: آنه ریندلی

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸

نشانی مرکز: خیابان مفتاح جنوبی، نرسیده به انقلاب، ساختمان محمدتک، ۱، طبقه اول، واحد ۲

تلفن تماس: ۸۸۸۶۲۵۳۱

انتشارات: میثاق عدالت

مترجم: مهوش نوری مجد - مجید فکری

ویراستار: نازنین افضلی

طراح و صفحه آرا: ریحان طرح گستر، مدیر واحد طرح و گرافیک محمد افشار

به کوشش مجید فکری

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۷۷-۱۰-۵

ISBN 978-964-2777-10-5

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کل یا جزء به هر صورت چاپ، کپی، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی بدون مجوز مکتوب ناشر ممنوع است.

فهرست مطالب

خلاصه	۶
مقدمه	۷ تا ۱۱
برند از دیدگاه مصرف کننده	۱۲
جامعه ی برند	۱۹ تا ۲۴
برندها هنرمندان تمن	۲۵ تا ۲۶
پایان	۲۷

www.ketab.ir

این کتاب درباره من، شما و برند ماست. درباره ی دیدگاه ما از برند، نحوه ی ایجاد تصویر و مفهوم برند در ذهن مصرف کننده و استفاده از آنها در تعامل با افکار جامعه است. معنی و مفهوم برند برای شما چیست؟ آیا اینکه شلوار و کفش شما جزو برندی ست مهم است؟ آیا تا بحال فکر کرده اید کدام برندها برای شما مهم هستند و چرا؟ به عبارت دیگر تعریف شما از برند خاصی که استفاده می کنید چیست؟ انتخاب آن برند چه چیزی را میخواهید به دیگران نشان دهید؟ مطالب این کتاب به صورت زیر آمده است: پس از مقدمه ای بر دیدگاه سازمان محور و دیدگاه مشتری محور به برند و تصویر آن به مروری بر مطالعات برند در سطح مشتری پس از سطح برند پرداخته می شود. در ادامه جوامع طرفداران برند و پیوندهای برند در سطح فرهنگ مورد بحث قرار میگیرد و در نهایت نتایج کلی تحقیقات مشتری محور ارائه خواهد شد.