

خونسردی برند در صنعت پوشاک

www.ketab.ir

مؤلف

مهدیه زیدآبادی نژاد

سرشناسه	: زیدآبادی نژاد، مهدیه، ۱۳۵۶-
عنوان و نام پدیدآور	: خونسردی برند در صنعت پوشاک / مولف مهدیه زیدآبادی نژاد.
مشخصات نشر	: تهران: موسسه آموزشی تالیفی ارشدان، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۰ ص: مصور (رنگی)، جدول.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۰۸-۲۴۷۶-۳
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۹۷-۱۰۶.
موضوع	: پوشاک ورزشی - بازاریابی Sport clothes - Marketing پوشاک -- صنعت و تجارت - بازاریابی Clothing trade - Marketing برندسازی (بازاریابی) Branding (Marketing)
رده بندی کنگره	: TT۶۴۹
رده بندی دیویی	: ۷۴۶/۹۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۷۴۷۴۸۹
اطلاعات رکورد کتابشناسی	



مؤسسه آموزشی تالیفی ارشدان

نام کتاب:	خونسردی برند در صنعت پوشاک
تألیف:	مهدیه زیدآبادی نژاد
ناشر:	آموزشی تالیفی ارشدان
ویرایش:	اول
نوبت چاپ:	اول ۱۴۰۰
حروفچینی و صفحه آرایی:	www.irantypist.com
طراح و گرافیکست:	www.irantypist.com
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۰۸-۲۴۷۶-۳
شمارگان:	۱۰۰۰
مرکز خرید آنلاین:	www.arshadan.com www.arshadan.net
مرکز پخش و توزیع:	۰۲۱۴۷۶۲۵۵۰۰
قیمت:	۴۸۰۰۰ تومان

پیشگفتار ناشر:

به نام ایزد دانا که آغاز و انجام از آن اوست

هرگز دل من ز علم محروم نشد کم ماند زاسرار که مفهوم نشد
اکنون که به چشم عقل در می نگرم معلوم شد که هیچ معلوم نشد

ای دانای بی همتا، ای بخشنده ایی که ناخواسته عطا فرمایی و هر نیازمندی را به عدالت بی نیاز گردانی، مگر اینکه نالایق باشد و آن عنایت را به بازگونه از دست دهد. در عرصه پیشرفت تکنولوژی در هزاره سوم، هنوز نیاز بر مطالعه کتاب در کنار استفاده از منابع کامپیوتری و اینترنت احساس می شود. از این بابت خوشحالم که می توانیم در جهت اعتلای علم، دانش و فرهنگ کشور قدمی هر چند کوچک برداریم.

و من الله التوفیق

دکتر شمس الدین یوسفیان

مدیر مسئول انتشارات ارشدان

حضرت علی علیه السلام:

هیچ ثروتی چون دانش و هیچ فقری چون نادانی نیست.

مقدمه نویسنده

سپاس بی‌کران به درگاه خداوند متعال که رحمتش شامل حالم گردید و بار دیگر مسیر علم و دانش را بر من میسر نمود و این عشق، علاقه و توان را به من عطا کرد تا بتوانم در راه علم قدمی هرچند کوچک بردارم. این کتاب ضمن یک تحقیق علمی انجام گردیده است و با هدف بررسی توسعه مدل پیشایندها و پیامدهای خونسردی برند در صنعت پوشاک، ضمن بررسی اثر میانجی خونسردی برند تحقیق شده است. این مطالعه از لحاظ هدف کاربردی، از نوع توصیفی و با روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این مطالعه ۳۳۰ نفر از مشتریان برندهای لوکس ورزشی بودند که به روش نمونه‌گیری هدفمند در دسترس انتخاب شدند. برای تحلیل داده‌ها از روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس. نسخه دو استفاده شد. به‌منظور سنجش روایی از تحلیل عاملی بهره گرفته شد و برای برازش پایایی آلفای کرونباخ به کار برده شد و ضریب آن برای تمام سازه‌های پژوهش بیشتر از ۰/۷ بود. یافته‌ها نشان داد که ارزش‌های لوکس ادراک شده بر خونسردی برند و اشتیاق پرشور مشتریان برندهای لوکس ورزشی تأثیر مثبت و معنادار دارد و خونسردی برند نیز تأثیر مثبت و معناداری بر اشتیاق پرشور مشتریان برندهای لوکس ورزشی دارد. خونسردی برند ارتباط میان ارزش‌های لوکس ادراک شده و اشتیاق پرشور مشتریان برندهای لوکس ورزشی را میانجی‌گری می‌کند. امید است که این مطالب علمی بتواند به پیشبرد اهداف علمی کشور کمک کند.

مهدیه زیدآبادی نژاد

طراح و خالق برند گیتا برتون

فهرست مطالب

فصل اول: مروری بر کلیات	۱۵
۱-۱ مقدمه	۱۷
۲-۱ ضرورت توجه به موضوع	۱۹
۳-۱ تعریف اصطلاحات	۲۰
۱-۳-۱ ارزش لوکس ادراک شده	۲۰
۲-۳-۱ خونسردی برند	۲۱
۳-۳-۱ اشتیاق پرشور	۲۱
فصل دوم: خونسردی برند و اهمیت برندسازی	۲۳
۱-۲ مقدمه	۲۵
۲-۲ مفهوم برند	۲۶
۳-۲ تاریخچه برند	۲۹
۴-۲ اهمیت و ضرورت برندسازی	۳۲
۵-۲ شناخت برند	۳۳
۶-۲ تصویر برند	۳۵
۷-۲ هویت برند	۳۷
۸-۲ اثرات برند سازی داخلی	۳۸
۹-۲ مدیریت استراتژیک برند	۳۹

- ۴۰ ۱۰-۲ جایگاه یابی برند
- ۴۱ ۱۱-۲ قابلیت های سازمانی و جایگاه برند شرکت
- ۴۳ ۱۲-۲ دیدگاه های موجود در خصوص برند
- ۴۴ ۱۳-۲ ارزش ادراک شده
- ۴۷ ۱-۱۳-۲ بعد تجربی
- ۴۸ ۲-۱۳-۲ بعد مالی
- ۴۹ ۳-۱۳-۲ بعد عملیاتی
- ۵۰ ۴-۱۳-۲ ابعاد فردی
- ۵۱ ۵-۱۳-۲ ابعاد اجتماعی
- ۵۲ ۱۴-۲ خونسردی برند
- ۵۴ ۱-۱۴-۲ عناصر خونسردی برند
- ۵۶ ۲-۱۴-۲ ارکان ایجاد برند خونسردی
- ۵۷ ۱-۲-۱۴-۲ ارائه محصولات خلاقانه
- ۵۸ ۲-۲-۱۴-۲ ترسیم چهره مستقل از برند
- ۵۸ ۳-۲-۱۴-۲ کمبود برند
- ۵۸ ۴-۲-۱۴-۲ ارتباط با افراد جذاب
- ۵۸ ۱۵-۲ اشتیاق پرشور
- ۶۵ فصل سوم: مروری بر مطالعات مرتبط با موضوع
- ۶۷ ۱-۳ مطالعات خارجی
- ۷۱ ۲-۳ مطالعات داخلی
- ۷۵ ۳-۳ چارچوب نظری موردنظر مؤلف

۸۱.....	فصل چهارم: بحث و نتیجه‌گیری
۸۳.....	۱-۴ مقدمه
۸۴.....	۲-۴ خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات
۸۸.....	۳-۴ بحث و نتیجه‌گیری
۹۲.....	۴-۴ پیشنهادات کاربردی
۹۷.....	منابع و مأخذ
۱۰۷.....	پیوست

www.ketab.ir