

به نام خدا

برند سازی آموزشی

(مطالعه موردی برند سازی از دیدگاه مدیران و معلمان ابتدایی)

www.ketab.ir

فاطمه مومنی زاده پنداسی

انتشارات سارات

سرشناسه : مومنی زاده پنداسی، فاطمه، ۱۳۵۹-
 عنوان و نام پدیدآور : برندسازی آموزشی (مطالعه موردی برندسازی
 از دیدگاه مدیران و معلمان ابتدایی) / فاطمه مومنی زاده پنداسی.
 مشخصات نشر : تهران: سارات، ۱۴۰۰.
 مشخصات ظاهری : ۱۲۸ ص: جدول، نمودار (رنگی).
 شابک : ۸-۲۵-۷۹۳۸-۶۲۲-۹۷۸
 موضوع : آموزش ابتدایی - ایران -- نمونه پژوهی
 Education, Elementary- Iran -- Case studies
 رده بندی کنگره : ۵/۲۸۲۲LB
 رده بندی دیویی : ۱۲۰۰۹۵۵/۳۷۲
 شماره کتابشناسی ملی : ۸۶۸۹۸۱۹



عنوان کتاب : برندسازی آموزشی
 (مطالعه موردی برند سازی از دیدگاه مدیران و معلمان
 ابتدایی)
 فاطمه مومنی زاده پنداسی :
 سارات :
 صفحه آرا و طراح جلد : حدیث گوهری
 سال و نوبت چاپ : ۱۴۰۰ / اول
 شمارگان : ۱۰۰
 شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۷۹۳۸-۲۵-۸
 قیمت : ۴۰۰۰۰۰ ریال
 تهران-خیابان انقاب، خیابان ابوریحان، خیابان نظری- : آدرس
 پلاک ۱۲ واحد ۲۱ :
 ۰۹۱۰۵۸۸۷۹۵۵ : شماره تماس
 Saratpublication@gmail.com : تارنما
 www.saratbook.com : وب سایت

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات کتاب	۷
مقدمه	۹
بیانی ساده از موضوع کتاب	۱۰
این موضوع چه اهمیتی دارد؟	۱۳
واژگان کلیدی کتاب	۱۴
ارائه مدل مفهومی کتاب	۲۲
روند ارائه مدل	۲۲
۱. عوامل انسانی	۲۵
۲. عوامل اجتماعی	۲۵
۳. عوامل کالبدی رفاهی	۲۵
۴. عوامل آموزشی	۲۶
۵. عوامل تربیتی	۲۶
فصل دوم: نام تجاری	۲۷
مقدمه	۲۹
نام تجاری	۲۹
برند	۳۰
کیفیت درک شده برند و شهرت	۳۱
شهرت برند	۳۲
نفوذ برند	۳۲
قدرت در بازاریابی	۳۴
قدرت برند	۳۶

۳۸	فصل سوم: برند آموزشی
۳۹	برند آموزشی
۴۱	برند سازی خدمات
۴۱	بازاریابی در آموزش
۴۷	آمیخته بازاریابی مؤسسات آموزشی
۴۷	عوامل موثر بر برند سازی آموزشی
۵۳	برند سازی آموزشی
۵۵	ارزش ویژه برند
۶۳	اهمیت نام گذاری تجاری در آموزش
۶۵	ارزش ویژه برند آموزشی
۶۸	ابعاد ارزش ویژه برند آموزشی
۷۱	مدل های ارزیابی ارزش ویژه برند
۷۳	۱. ارزش ویژه برند مدل آکر
۷۴	۲. مدل پینار و همکاران (۲۰۱۴)
۷۸	نقش راهبردی برند آموزشی
۸۰	تعهد به برند آموزشی
۸۱	دریافت مشتری از برند آموزشی
۸۲	ماهیت برند آموزشی
۸۲	مفهوم برند سازی آموزشی
۸۳	فصل چهارم: مطالعه موردی برند سازی در مدارس ابتدایی شهر دلیجان
۸۵	مقدمه
۸۵	بخش کیفی
۸۵	توصیف نمونه مورد مطالعه (مدیران)
۸۹	تجزیه و تحلیل داده های بخش کیفی کتاب

۹۴	بررسی پایایی کدگذاری مصاحبه ها
۹۵	ارائه چارچوب الگوی تفسیری مدارس برند دوره ابتدایی
۹۶	ساخت ابزار کمی بر اساس یافته‌های مطالعه
۹۶	بخش کمی
۹۷	توصیف نمونه مورد مطالعه
۱۰۱	آزمون مدل و تجزیه و تحلیل ها
۱۰۱	مدل اندازه گیری یا تحلیل عاملی تاییدی (CFA)
۱۰۵	جمع‌بندی
۱۰۶	زیرمؤلفه ها
۱۰۹	مؤلفه‌های اصلی
۱۱۰	ابعاد
۱۱۰	الگوی تفسیری مدارس برند دوره ابتدایی
۱۱۲	میزان برازش الگوی تفسیری مدارس برند دوره ابتدایی
۱۱۲	بحث و تفسیر
۱۱۵	منابع:
۱۱۵	منابع فارسی
۱۱۸	منابع لاتین