



مؤلف: مهدی منتخبی

تبلیغات و برندسازی در فست فود

سرشماری: انتشار، به پدی، ۱۳۶۴ -

عنوان و نام پدیدآور: تبلیغات و برندسازی در فست فود / مولف مهدی منتخبی.

مشخصات نشر: تهران: مهدی منتخبی، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۷۸ ص: مص: (نگار)، ۵/۱۴×۵/۲۱ س.م.

شابک: ۷۵۰۰۰ ۱۱۰ ۳۷۶ ۰۰۴۵ ۹۷۸۶۰۰۴۵

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: غذای فوری -- بازار: بی

Convenience foods -- Marketing موضوع:

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ت ۸م / ۲۸۳۷۰

رده بندی دیویی: ۶۱۳/۲۸

شماره کتابشناسی ملی: ۴۴۰۸۷۶۱



نظریات و برنڈسازی در فست فود

مؤلف: مهدی رستخیز

طراحی: آتلیه هنری گروه دانش گستران پریزاد

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۵

نشانی: تهران، شهرک گلستان، بلوار ایرکبیر، پلاک ۴۲۴، طبقه دوم

تلفن: ۰۲۱-۴۴۷۲۹۷۴۸

نمابر: ۰۲۱-۸۹۷۷۰۲۲۳

وبسایت: Fastfoodbook.ir

کلیه حقوق متعلق به پدیدآورندگان این اثر می باشد و هر گونه کپی برداری
و استفاده از این اثر به هر شکل بدون اجازه کتبی ممنوع است.

پیاوّل

این کتاب برای برطرف کردن نیاز کسانی که دقیقاً می‌دانند در صنعت فست‌فود به دنبال یافتن پاسخ برای چه سؤالی هستند منتشر شده است.

بعد از انتشار کتاب «راهنمای جامع راه‌اندازی و مدیریت فست‌فود در ایران» با مشورت سرکار خانم دکتر فرزانه آزاد اصل به این جمع‌بندی رسیدم که اجازه انتشار بخش‌های مختلف این کتاب را در قالب کتاب‌هایی جمع و جور که استفاده از آنها ساده‌تر و مطالب آنها متناسب با نیازهای خاص دست‌اندرکاران صنعت باشد بدهم.

دیدگاه من این بوده و هست که کسانی که قصد ورود به صنعت فست‌فود را دارند حتماً باید با اشراف به تمام جوانب آن دست به هر اقدام عملیاتی بزنند لذا همچنان نیز من به عزیزی که هنوز وارد این صنعت نشده یا به تازگی اقدام به این کار کرده‌اند، مطالعه کامل و خط به خط کتاب «راهنمای جامع راه‌اندازی و مدیریت فست‌فود در ایران» است؛ عزیزی هم هستند که در صنعت فست‌فود حضور دارند و شاید مطالعه بخش‌هایی از کتاب مذکور که موضوع روز فعالیتشان نیست برایشان ملال آور بوده و به صورت همدقمند به دنبال یافتن پاسخ برای موضوعاتی که با آنها دست به گریبانند باشند که تنها با این توجیه عرضه بخش‌های مختلف کتاب اصلی را موجه تسخیر کتاب بدانم.

برای شخص من لذت‌بخش‌ترین قسمت از انتشار کتاب‌هایم این است که شاهد شوم که مطالعه مطالب و بکارگیری آنها بتواند گره از کار کسی گشوده و یا جلوی صرف انرژی برای کسب تجربه‌ای که بهایش را یکبار پرداخته‌ام بگیرد. امیدوارم مطالعه این کتاب در موضوع تبلیغات و برندسازی در فست‌فود، برای شما هم مفید و ملموس دست‌آورد باشد.

مهری منتخبی / تابستان ۱۳۹۵

فهرست

۷ تبلیغات

۳۱ برندسازی

۳۳ تغییر پارادایم‌های ذهنی

۴۹ انتخاب نام برای فست‌فود

۵۹ شاخص‌های موفقیت در فست‌فود

