

بررسی ارتباط بین برند سازمانی با کیفیت
گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته شده
در بورس اوراق بهادار تهران

محمدرضا خالقی نسب

استاد راهنما: دکتر

امیدوار خواجه

نویسنده

۱۳۹۵

۹۷۸-۶۰۰-۸۱۲۲-۸۸۰۴

۱۸۰۰۰

این کتاب در راستای اهداف نشریات علمی و پژوهشی چاپ شده است

© حق نشر محفوظ است. هرگونه کپی‌برداری بدون اجازه ممنوع است.



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	: ذالقدرنسب، محمدرضا، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: بررسی ارتباط بین برند سازمانی با کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران/ مولف محمدرضا ذالقدرنسب.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات راه دکتري، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهري	: ۱۳۰ ص.: مصور، جدول: ۲۲ x ۲۹ س.م.
شابک	: ۱۸۰۰۰۰ ریال : ۹۷۸-۶۰۰-۸۱۳۲-۸۸-۲
وضعیت فهرست نویسی	: کتابنامه: ص. ۱۰۱ - ۱۰۴.
یادداشت	: شرکتها -- امور مالی
موضوع	:
موضوع	: برندسازی (بازاریابی)
موضوع	:
رده بندی کنگره	: HG۲۰۲۶/د۳ب۲ ۱۳۹۵
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۱۸
شماره کتابشناسی ملی	:

بررسی ارتباط بین برند سازمانی با کیفیت گزارشگری مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

مؤلف:	محمدرضا ذالقدرنسب
ناشر:	انتشارات راه دکتري
صفحه آرایي:	نامدار افروغ
تیراژ:	۵۰ نسخه
نوبت چاپ:	اول، ۱۳۹۵
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۱۳۲-۸۸-۲
قیمت:	۱۸۰۰۰۰ ریال

نشانی: خ شریعتی بالاتر از پل صدر خ شهید میرزاپور-خ فاطمیه-ک مهر اول غربی پ ۳۴

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد.

فهرست مطالب

۱۰	مقدمه
۱۱	بیان مسئله
۱۲	کیفیت گزارشگری مالی :۸
۱۶	۳-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۹	۴-۱ اهداف تحقیق
۲۰	۵-۱ فرضیه های تحقیق
۲۱	۶-۱ قلمرو تحقیق
۲۲	۷-۱ تعاریف عملیاتی و مفهومی
۲۲	گزارشگری مالی :
۲۲	تعاریف عملیاتی
۲۴	۱-۲ مقدمه
۲۵	بخش اول :
۲۵	برند سازمانی
۲۶	۲-۲ برند چیست؟
۲۶	۱-۲-۲ مفهوم نام و نشان تجاری
۲۷	۲-۲-۲ ادراک و برداشت از برند
۲۹	۳-۲-۲ ابعاد نام تجاری
۳۱	۴-۲-۲ هویت نام تجاری
۳۳	۵-۲-۲ ابعاد هویت نام تجاری
۳۵	۱-۵-۲-۲ پیکر

۳۵	 ۲-۵-۲ شخصیت
۳۷	 ۶-۲-۲ شخصیت نام تجاری
۳۹	 ۷-۲-۲ مفروضات بنیادین در زمینه شخصیت نام تجاری
۴۲	 ۸-۲-۲ مفهوم شخصیت
۴۴	 ۹-۲-۲ هویت و مدل هرمی نام تجاری
۴۷	 ۱۱-۲-۲ مدیریت نام تجاری
۴۷	 ۱۲-۲-۲ ابعاد ارزش ویژه برند بر اساس مدل آکر
۴۹	 ۱۳-۲-۲ چارچوب شناسایی ارزش نشان تجاری
۵۱	 ۱۴-۲-۲ تأثیر نام تجاری بر وفاداری مشتری
۵۱	 ۱۵-۲-۲ نقش نام تجاری در موسسات
۵۲	 ۱۶-۲-۲ علت علاقه مصرف کنندگان به نام های تجاری
۵۴	 بخش دوم :
۵۴	 کیفیت گزارشگری مالی
۵۵	 ۳-۲ مقدمه
۵۶	 ۴-۲ ساختار گزارشگری مالی و گزارش حسابرس
۵۷	 ۵-۲ زنجیره تامین گزارشگری مالی
۵۸	 ۶-۲ کیفیت گزارشگری مالی
۶۰	 ۷-۲ هدف حسابداری و گزارشگری مالی
۶۱	 ۸-۲ عوامل توجیه کننده تقاضا برای حسابرسی از دیدگاه مفاهیم بنیادی حسابرسی
۶۳	 ۹-۲ فرضیه های بدیهی توجیه کننده حسابرسی
۶۴	 ۱۰-۲ فرضیه های بدیهی توجیه کننده رفتاری حسابرسی
۶۵	 ۱۱-۲ نقش عام اجتماعی و اقتصادی حسابرسی
۶۵	 ۱۲-۲ نقش خاص اجتماعی حسابرسی
۶۶	 ۱۳-۲ اظهارنظر حسابرس
۶۷	 ۱۴-۲ استانداردهای گزارشگری مالی بین المللی IFRS

۶۸	۱۵-۲ ضرورت تدوین استانداردهای حسابداری بین‌المللی
۶۹	۱۶-۲ پیشینه‌ی پذیرش استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی، از هم‌آهنگ‌سازی تا همگرایی
۷۴	۱۷-۲ ساختار استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی
۷۹	۱۸-۲ فرآیند تدوین و انتشار یک استاندارد گزارشگری مالی بین‌المللی
۸۰	۱- تدوین برنامه‌ی اقدام
۸۱	۲- برنامه‌ریزی پروژه
۸۱	۳- تدوین و انتشار مقاله‌ی مباحثه‌ای
۸۲	۴- تدوین و انتشار پیش‌نویس
۸۲	۵- تدوین و انتشار استاندارد
۸۳	۶- پس از انتشار استاندارد
۸۴	۱۹-۲ پژوهش‌های پذیرش استاندارد مالی گزارشگری مالی بین‌المللی
۸۵	۲۰-۲ پیشینه تحقیق
۸۵	پژوهش‌های مربوط به مقایسه‌ی نتایج
۹۵	۲۱-۲ چهارچوب نظری تحقیق
۹۶	فصل سوم
۹۶	روش اجرای تحقیق
۹۷	۱-۳ مقدمه
۹۸	۲-۳ روش تحقیق
۹۹	۳-۳ معرفی جامعه
۱۰۰	۴-۳ روش نمونه‌گیری
۱۰۰	۵-۳ انتخاب حجم نمونه
۱۰۱	۶-۳ روش گردآوری اطلاعات
۱۰۲	روش مطالعات میدانی:
۱۰۲	۷-۳ پایایی ابزار اندازه‌گیری
۱۰۳	۸-۳ روایی ابزار سنجش

۹-۳	روش تجزیه و تحلیل آماری مشاهدات	۱۰۳
	فصل چهارم	۱۰۵
	تجزیه و تحلیل داده‌ها	۱۰۵
۱-۴	مقدمه	۱۰۶
۲-۴	تحلیل توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی (نمودارها و جداول توصیفی)	۱۰۷
۳-۴	تحلیل استنباطی موضوع تحقیق	۱۱۰
۴-۴	یافته جانبی تحقیق	۱۱۴
	مدل رگرسیونی	۱۱۷
۱-۵	مقدمه	۱۲۰
۲-۵	نتایج	۱۲۱
۴-۵	پیشنهادات تحقیق	۱۲۴
۵-۵	پیشنهاد به محققان بعدی	۱۲۴
۶-۵	محدودیت‌ها و موانع تحقیق	۱۲۵
۷-۵	جمع‌بندی کلی در رابطه با تحقیق بر روی صورت‌های مالی	۱۲۵
	منابع و مآخذ	۱۲۷