

برند و مفاهیم کلیدی آن

مجید ملک پور



انتشارات آثار فکر

تهران-۱۴۰۲

سرشناسه	: ملک پور، مجید، ۱۳۵۷-
عنوان و نام پدیدآور	: برند و مفاهیم کلیدی آن/ مجید ملک پور.
مشخصات نشر	: تهران: آثار فکر، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۴ص: مصور(بخشی رنگی)، جدول: ۲۱/۱۴×۵/۱۴س.م.
شابک	: 978-622-7332-44-5
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت موضوع	: کتابنامه: ص. ۱۳۱-۱۴۴. برندسازی (بازاریابی) (Branding) Marketing موفقیت در کسب و کار Success in business برندسازی (بازاریابی) -- مدیریت Branding (Marketing) -- Management کالاهای مارک دار -- مدیریت Brand name products -- Management مصرف کنندگان -- رفتار Consumer behavior HF۵۲۱۵/۱۲۵۵
رده بندی کنگره	: ۶۵۸/۸۲۷
رده بندی دیویی	: ۹۳۹۲۳۳۱
شماره کتابشناسی ملی	: فیبا
اطلاعات رکورد کتابشناسی	

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

برند و مفاهیم کلیدی آن

نویسنده: مجید ملک پور

ناشر: آثار فکر

چاپ: اول ۱۴۰۲

شمارگان: ۲۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۳۳۲-۴۴-۵



تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، خیابان شهید وحید نظری،

پلاک ۹۹، طبقه دوم تلفن: ۶ و ۶۶۹۶۷۳۵۵ / نمابر: ۶۶۴۸۰۸۸۲

قیمت ۱۵۰۰۰۰ تومان

همه حقوق برای نویسنده محفوظ است.

تقدیم به

تمام کسانی که
برای غلبه بر ظلمت و تاریکی،
دانایی و مهارت خود را افزایش می‌دهند.

فهرست

۱۱	مقدمه
۱۳	تاریخچه برند
۱۹	تعریف برند
۲۲	کارکرد برند
۲۳	پیامدهای برند
۲۴	مدیریت برند
۲۶	مدیر برند
۲۸	رقابت پذیری برند
۲۹	جامعه برند
۳۱	تصویر برند
۳۵	نگرش برند
۳۷	آگاهی از برند
۴۲	شناخت برند
۴۴	ترجیحات برند
۴۶	تداعی برند
۴۷	ارزش ویژه برند
۵۰	هم آفرینی برند
۵۱	اسناد برند
۵۲	شایعه برند
۵۴	جایگاه یابی برند
۵۵	تعمیم برند

۵۹	شخصیت برند
۶۴	جنسیت برند
۶۶	هویت برند
۶۸	هویت بصری برند
۷۰	میراث برند
۷۲	احیای برند
۷۵	اصالت برند
۷۷	تجربه برند
۸۲	کیفیت ادراک شده از برند
۸۵	قدرت برند
۸۷	شهرت برند
۸۸	دانش برند
۹۰	عملکرد برند
۹۱	امضای برند
۹۲	وعده برند
۹۴	داستان سرایی برند
۹۶	اشتیاق برند
۹۷	اعتبار برند
۹۸	اعتماد به برند
۱۰۰	تعهد به برند
۱۰۱	وفاداری به برند
۱۰۴	دلبستگی به برند
۱۰۶	وابستگی به برند
۱۰۸	حسادت به برند
۱۱۰	عشق به برند

۱۱۲.....	تنفر از برند
۱۱۵.....	خجالت از برند
۱۱۷.....	بشارت برند
۱۱۹.....	ضدبرند
۱۲۰.....	توسعه برند
۱۲۲.....	معماری برند
۱۲۷.....	پرسونال برند
۱۳۱.....	منابع فارسی
۱۴۰.....	منابع لاتین

مقدمه

دنیای برند دنیای شگفت‌انگیزی است و این دنیا به قدری جذاب است که اگر وارد آن شوید، ذهنیت‌تان نسبت به تاثیرگذاری کسب‌وکارتان بر جامعه برای همیشه تغییر می‌کند. نگاهی مختصر به تاریخچه برند شاهدی است که موضوعات برندسازی متعلق به امروز و دیروز نیست و همواره مهم بوده و برای موفقیت در تجارت به آن نیاز بوده است. مفاهیم برند، بسیار گسترده هستند و با نام‌های مختلفی شناخته می‌شوند. در این کتاب سعی شده است تا با بیانی ساده، این مفاهیم توضیح داده شوند.

