

# آن روی سکه برند

## (بحران برند: از اجتناب تا سفر)

مؤلف:

سارا حمیدی

کریم حمدی

محمد حسن بهزادی



انتشارات دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران

۱۴۰۰

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرسنانه                 | حمیدی، سارا، ۱۳۵۹ -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| عنوان و نام پدیدآور     | آن روی سکه برند (بحران برند: از اجتناب تا تنفر)، مولف سارا حمیدی، کریم حمیدی، محمدحسن بهزادی، ویراستار مریم بوالحسنی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| مشخصات نشر              | تهران: ارتش جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، انتشارات دافوس، ۱۴۰۰.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| مشخصات ظاهری            | ۳۵۵ ص: مصور (رنگی)، جدول.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| شابک                    | ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۰۴-۵۹۰-۰                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| وضعیت فهرست نویسی       | فیبیا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| یادداشت                 | کتابنامه: ص. ۳۸۵.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| موضوع                   | برندسازی (بازاریابی) -- ایران -- نمونه پژوهی Case studies -- Iran -- Branding (Marketing)<br>مواد غذایی -- ایران -- بازاریابی -- نمونه پژوهی Case studies -- Iran -- Food -- Marketing<br>مصرف کنندگان -- رفتار -- نمونه پژوهی Case studies -- Iran -- Consumer behavior<br>مصرف کنندگان -- ایران -- رفتار -- نمونه پژوهی Case studies -- Iran -- Consumers behavior<br>کالاهای مارکدار -- نمونه پژوهی Case studies -- Iran -- Brand name products<br>مشتري شناسی -- ایران -- نمونه پژوهی Case studies -- Iran -- Customer relations |
| شناسه افزوده            | حمیدی، کریم، ۱۳۳۴ -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| شناسه افزوده            | بهزادی، محمدحسن، ۱۳۵۸ -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| شناسه افزوده            | ایران. ارتش. دانشگاه فرماندهی و ستاد. انتشارات دافوس                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| شناسه افزوده            | Staff Univesity. Dafoos Publisher & Iran. Army. Command                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| رده بندی کنگره          | HF۵۴۱۵/۱۳۵۵                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| رده بندی دیویی          | ۶۵۸/۸۲۷۰۰۹۵۵                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| شماره کتابشناسی ملی     | ۸۷-۸۲۷۹                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| اطلاعات رکورد کتابشناسی | فیبیا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

عنوان: آن روی سکه برند (بحران برند: از اجتناب تا تنفر)

نویسنده: سارا حمیدی، کریم حمیدی، محمدحسن بهزادی

ویراستار: مریم بوالحسنی

طراح جلد: میلاد فرهادی

صفحه آرایی: فرزاد پوراحمدی

ناشر: انتشارات دافوس آجا

شمارگان: ۱۰۰۰

تعداد صفحه: ۳۵۵ص

نوبت چاپ: چاپ اول

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰

چاپ و صحافی: مدیریت چاپ، انتشارات و فصلنامه دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا

قیمت: ۷۵۰/۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، میدان پاستور، خیابان دانشگاه جنگ، دانشگاه فرماندهی و ستاد، انتشارات دافوس

تلفن: ۶۶۴۱۴۱۹۱-۶۶۴۷۰۴۸۶-۰۲۱

مسئولیت صحت مطالب بر عهده مؤلف می باشد (کتاب مستخرج از پایان نامه دکتری است).

کلیه حقوق برای دافوس آجا محفوظ است. (نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است).

## پیشگفتار مولفین (سارا حمیدی<sup>۱</sup>، کریم حمیدی<sup>۲</sup>، محمد حسن بهزادی<sup>۳</sup>)

ویژگی بارز این مجموعه کتاب ها (مستخرج از رساله)، روش اکتشافی-تعلیمی آنهاست که می توانند پیام موردنظر را بشیوه ای ساده و روشن القاء نمایند. مولفین این کتاب، از نمونه های دستچین شده صنعت مواد غذایی (در رساله) بهره برده اند. اگرچه استفاده از نمونه های واقعی برای آموزش محدودیت های خود را داراست، اما عمدتاً سعی شده با معدودی پاراگراف پیام مورد نظر ارائه گردد تا عناصر اصلی نمونه واقعی را بصورت عملی برای درک مفاهیم بکاربرد. نمونه ها از ایران گردآوری شده و آینه ادراک صنایع مواد غذایی ایران هستند. تمام مسائلی که مطرح شده اند در جهان نمود مشابهی دارند و صاحبان برند باید فارغ از مکان وقوع این مشکلات با آن ها روبرو شوند. کلیه نمونه های استفاده شده، بخش اعظم مشکلات و موضوعاتی را در بر می گیرند که اغلب در رسوایی های ناشی از رسوایی امنیت غذایی آزاردهنده هستند و در بعضی موارد به عنوان بحث روز و داغ جامعه مطرح گردیده اند.

مولفین این کتاب سعی نمودند تا جایی که ممکن است از افشای موقعیت فردی و مکانی نمونه ها در کتاب خودداری نمایند تا بدینصورت حقوق فردی و رازداری شرکت ها حفظ گردد. دانشجویان در طی مطالعه این کتاب می آموزند که اولاً، حساسیت به مشکلات برند را گسترش دهند و بتوانند تعارضات را درک نمایند. دوماً، قادر به شناسایی و تحلیل بحران های برند شده و سوماً، توانایی لازم جهت اتخاذ تصمیمات را کسب نمایند. هدف این است که ابزار و زمینه مناسبی برای برانگیختگی فعال دانشجویان در فرایند تصمیم گیری ایجاد شود. آن ها باید یاد بگیرند که چگونه در یک موقعیت بحرانی موضع گیری کرده و چگونه آن را برطرف نمایند. با آموزش، تدریس و یادگیری می توان این ایدئولوژی را در اذهان دانشجویان حک نمود تا راهنمای تمام مدیران در عرصه مراقبت از برند باشند.

<sup>۱</sup> کتاب مستخرج از پایان نامه دکتری سارا حمیدی به راهنمایی دکتر کریم حمیدی و مشاوره دکتر محمد حسن بهزادی است.

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

sara.hamidi@srbiau.ac.ir

<sup>۳</sup> دکتر کریم حمیدی: دانشیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات k.hamdi@srbiau.ac.ir

<sup>۴</sup> دکتر محمد حسن بهزادی: دانشیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

bchzadi@srbiau.ac.ir

|         |                                                                             |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------|
| ۶.....  | پیشگفتار.....                                                               |
| ۱۳..... | نگاهی به صنعت مورد مطالعه.....                                              |
| ۱۴..... | مقدمه.....                                                                  |
| ۱۵..... | نگاه اجمالی به صنعت مورد مطالعه.....                                        |
| ۱۵..... | صنعت غذا:.....                                                              |
| ۱۶..... | ذهن آگاه.....                                                               |
| ۱۷..... | ملموس.....                                                                  |
| ۱۸..... | مزرعه.....                                                                  |
| ۱۸..... | تغذیه از بُعد عصبی.....                                                     |
| ۱۹..... | عادات مصرف.....                                                             |
| ۱۹..... | کالارسانی سریع محصولات غذایی در زنجیره ارزش.....                            |
| ۱۹..... | رویکرد استفاده از مدیریت دانش و هوش مصنوعی.....                             |
| ۲۰..... | تبلیغات و ترویج فروش.....                                                   |
| ۲۰..... | از بازاریابی سنتی به دیجیتال.....                                           |
| ۲۱..... | و در نهایت توسعه پایدار (بدیع فرهاد، ۱۳۹۷).....                             |
| ۲۳..... | غذا و نوشیدنی در جهان سال ۲۰۲۰.....                                         |
| ۲۷..... | صنعت غذا در ایران.....                                                      |
| ۳۵..... | <b>فصل اول: کلیاتی در مورد برند.....</b>                                    |
| ۳۶..... | مقدمه.....                                                                  |
| ۳۷..... | تعریف برند و طیف وسیع احساسات به برند.....                                  |
| ۳۷..... | تعریف برند.....                                                             |
| ۳۸..... | هویت برند:.....                                                             |
| ۳۹..... | اجتماع برند.....                                                            |
| ۴۰..... | توصیف اهداف و روابط عملکردی و احساسی (برپایه هنجارها و روابط بین فردی)..... |
| ۴۲..... | مدل بازاریابی مبتنی بر ارتباطات (تولید ارزش در روابط برند- مصرف کننده)..... |
| ۴۵..... | ماتریس ارتباطات با برند.....                                                |
| ۴۷..... | مدل ارتباطی وابستگی- تنفر.....                                              |

|                                                            |           |
|------------------------------------------------------------|-----------|
| فرآیند منحل شدن رابطه                                      | ۴۸        |
| ماتریس احساسات نسبت به برند                                | ۵۰        |
| <b>فصل دوم: احساسات منفی به برند</b>                       | <b>۵۳</b> |
| مقدمه                                                      | ۵۴        |
| احساسات منفی و برندها                                      | ۵۵        |
| تعریف معانی منفی برند (آن روی سکه برند)                    | ۵۷        |
| تولید مواد غذایی و ضد مصرف                                 | ۶۰        |
| چهار دوره تولید و ضد مصرف مواد غذایی                       | ۶۱        |
| ضد - مجموعه: بررسی تأثیر منفی در مصرف                      | ۶۴        |
| دو جریان (ضد) مصرف                                         | ۶۷        |
| ماهیت مبهم و گاه ناقص ضد مصرف گرایی                        | ۶۸        |
| عدم مصرف - ضد مصرف                                         | ۶۹        |
| تعریف ضد مصرف                                              | ۷۰        |
| انگیزه‌های ضد مصرف                                         | ۷۲        |
| انواع نگرش ضد مصرف                                         | ۷۳        |
| اقدامات ضد مصرف                                            | ۷۴        |
| ضد مصرف و وابستگی مصرف کننده                               | ۷۵        |
| <b>فصل سوم: اجتناب از برند (برند گریزی)</b>                | <b>۷۹</b> |
| مقدمه                                                      | ۸۰        |
| اجتناب از برند (برند گریزی)                                | ۸۰        |
| اجتناب تجربی (بعدی از برند گریزی و محرکی برای برند ستیزی)  | ۸۵        |
| اجتناب مبتنی بر تجربه: انتظارات                            | ۸۶        |
| اجتناب مبتنی بر تجربه: ریسک‌ها و خطرات مرتبط با سلامتی     | ۸۸        |
| اجتناب هویتی (بعدی از برند گریزی و محرکی برای برند ستیزی)  | ۸۸        |
| اجتناب هویتی: عدم تجانس نمادین                             | ۹۰        |
| اجتناب هویتی: عدم تجانس عملکردی                            | ۹۱        |
| اجتناب اخلاقی (بعدی از برند گریزی و محرکی برای برند ستیزی) | ۹۱        |