

سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

شابک

یادداشت

موضوع

موضوع

شناسه افزوده

رده‌بندی کنگره

رده‌بندی دیویی

شماره کتابشناسی ملی

سیکول لویی باندی

Sichol Lowey Bundy

دیزنی از ایده تا برند: چطور افزایش اعتبار نام تجاری، دیزنی را به نامی آشنا بدل کرد/نویسنده لوی باندی سیکول؛ تصویرگر سی. اس. جینینگر؛ مترجم جواد کریمی؛ ویراستار نیما سرلک.

تهران: شرکت انتشارات فنی ایران، کتاب‌های نردبان، ۱۳۹۹.

۱۰۴ص؛ مصور (بخشی رنگی)؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م

978-600-477-400-0

عنوان اصلی: From an idea to Disney: how branding made Disney a household name. [2019].

household name. [2019].

دیزنی، والت. ۱۹۶۶-۱۹۰۱م. -- ادبیات کودکان و نوجوانان

برندسازی (بازاریابی) -- ادبیات کودکان و نوجوانان

کریمی، جواد. ۱۳۶۲. -- مترجم

PN1۹۹۹

۷۹۷/۴۳۳

۶۱۹۷۷۸۴



شرکت
انتشارات
فنی ایران

کتاب‌های
نردبان

دیزنی از ایده تا برند

نردبان قرمز - مهارت‌های زندگی ۷۴۱ | کد کتاب ۱۹۲۰

نویسنده لوی باندی سیکول Lowey Bundy Sichol

تصویرگر سی. اس. جینینگر

مترجم جواد کریمی

ویراستار نیما سرلک

مدیر هنری کیانوش غریب‌پور

صفحه‌آرا الناز حکیم‌آبادی

طراح جلد حامد زاهد

چاپ سوم ۱۴۰۲، ۳۰۰۰ نسخه | چاپ اندیشه برتر

حقوق چاپ و نشر این اثر متعلق به شرکت انتشارات فنی ایران است.

میرعماد، شماره ۲۴، تهران ۱۵۸۷۷۳۶۵۱۱ ☎ ۸۸۵۰۵۰۵۵

info@entesharat.com ✉ entesharat.com

@nardebanbooks 📧 nardebanbooks

کاغذ این کتاب از

جنگل‌های صنعتی

مدیریت شده

تهیه شده است.



فهرست

۱. کودکی والت دیزنی ۸
۲. پیش به سوی هالیوود ۱۴
۳. میکی ماوس و سفیدبرفی ۲۳
۴. چطور دیزنی سهامی عام شد ۳۱
۵. جادوی دیزنی‌لند ۴۰
۶. نام تجاری دیزنی ۵۲

- ۵۵ ۷. روزگار سختی است
- ۶۰ ۸. صدویک پیشرفت
- ۶۷ ۹. موفقیت چشمگیر مایکل آیسنر
- ۷۴ ۱۰. ناجیان
- ۸۶ ۱۱. صد سال بعد
- ۹۸ جدول زمانی رویدادهای شرکت والت دیزنی