

## اصول و مبانی سازمان مدیریت مد بازاریابی و برند پوشاک

مولفین: مریم سیاری، پیمان ولی پور (اردیبهشت ۱۴۰۰)

### پیشگفتار

برند و برندینگ جزء جدانشدنی کسب و کار است. کسب و کار در هر کالا یا خدمتی وجود دارد. توسعه و مدیریت تولید و فروش یک برند به مدیریت و روش‌های حل مسئله و تصمیم‌گیری بستگی دارد. استراتژی، برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی و عوامل پیچیده در طراحی، تولید و فروش پوشاک ذهن اندیشمندان و پژوهشگران را به خود مشغول نموده است.

در جهان امروز پژوهش و تحقیق، اساس و بنیاد همه پیشرفت‌ها و توسعه‌ی امور محسوب می‌شود، به طوری که «توانایی» در گرو «دانایی» است و می‌توان گفت بدون دانایی، توانایی جایگاهی ندارد. همان‌گونه که فردوسی شاعر گرانمایه‌ی ایرانی فرموده است:

درخت تو گر بار دانش بگیرد / به زیر آوری چرخ نیلوفری را

این کتاب برای آشنایی و تحقیق در مبانی و کاربرد مدیریت سازمان‌ها، مبانی سازمان و مدیریت بازاریابی و برند و مهارت‌های مسئله‌یابی و تصمیم‌گیری در رشته‌های مدیریت بازرگانی، طراحی پارچه و لباس، طراحی و تکنولوژی دوخت، طراحی پوشاک، مهندسی نساجی، مهندسی پوشاک و چرم، در مقاطع کاردانی تا دکتری تخصصی و همچنین برای تولیدکنندگان و خرده‌فروشان و عمده‌فروشان در بازارهای فیزیکی و الکترونیک داخلی و بین‌المللی تدوین شده است.

کتاب حاضر را در سه بخش با عناوین اصول و مبانی سازمان و مدیریت، بازاریابی و برند سازی و بخش نهایی با عنوان مد و پوشاک تدوین شده است. حتی الامکان تلاش شده است که موضوعات مربوط، به طور کامل مطرح شوند. به عنوان مثال در بحث‌های رهبری، انگیزش، بازاریابی و برند و نظایر آن غالب نظریه‌ها مربوط به این مباحث دسته‌بندی و بیان شده‌اند تا خوانندگان بتوانند با کل مفاهیم آشنایی پیدا نمایند.

هر یک از بخشها، از فصول گوناگونی تدوین شده که مخاطب میتواند سوالات پیش آمده در دانشگاه، صنعت و تجارت را در زمینه مد، بازاریابی و برند را پاسخ دهد.

بخش اول با عنوان مبانی سازمان و مدیریت، دارای ۹ فصل با عناوین: سازمان، برنامه‌ریزی، انگیزش، رهبری، ارتباطات، تصمیم‌گیری، کنترل، خلاقیت، مسئله‌یابی و حل مسئله.

بخش دوم با عنوان بازاریابی و برند، دارای ۴ فصل با عناوین: برند، برندسازی در مد، ساخت برند، معرفی چندین برند معروف در زمینه نساجی و پوشاک در جهان و ایران.

بخش سوم با عنوان مد و پوشاک دارای ۶ فصل با عناوین: مد و پوشاک از فصل با عناوین: مقدمه‌ای بر مد، مد و دنیای تأثیرات، مد و طراحی لباس، تأثیرات رنگ در مد، سمبولیسم رنگ، رنگ در مد.

تهیه و تدوین شده است.

این کتاب در ۴۶۹ صفحه با قطع وزیری و کیفیت کاغذ خوب توسط انتشارات تخصصی کتابهای بازاریابی موسسه آروین نگار چاپ شده است. مبلغ این کتاب به خاطر استفاده بیشتر دانشجویان و علاقه‌مندان به تجارت خرده‌فروشی و کسب و کارهای تازه مبلغ ۱۰۰ هزار تومان در نظر گرفته شده است

