

کار آفرینی مد
برنامه، محصول و فرآیند

Fashion Entrepreneurship
Program , Product and Process

مولفان
ملیسا جی، کر-لیندا هاپکینز نیوول

مترجمان
دکتر امیررضا علیزاده مجد - دکتر پریسا ترکی

سرشناسه	: کار، ملیسا جی. Carr, Melissa G
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرینی مد: برنامه، محصول و فرآیند/ مولفان ملیسا جی. گر، لینداهاپکینز نیوول + مترجمان امیررضا علیزاده مجد، پریسا ترکی.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه کارآفرین، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۳۲۱ ص.: مصور (رنگی)، جدول (رنگی)، نمودار (رنگی). ۲۹×۲۲ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۹۸۹۱۶-۱۶-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: Guide to fashion entrepreneurship : the plan, the product, the process , 2014.
یادداشت	: چاپ قبلی: آرن، ۱۳۹۴. (۲۵۳ ص.) (فیبا)
عنوان دیگر	: برنامه، محصول و فرآیند.
موضوع	: بازاریابی مد
موضوع	: Fashion merchandising
شناسه افزوده	: علیزاده مجد، امیررضا، ۱۳۶۵ - مترجم
شناسه افزوده	: ترکی، پریسا، ۱۳۶۰ - مترجم
شناسه افزوده	: دانشگاه کارآفرین. انتشارات
رده بندی کنگره	: HD۹۹۴۰
رده بندی دیویی	: ۳۸۱/۴۵۶۸۷۰۶۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۲۶۴۶۳۰



کارآفرینی مد: برنامه، محصول و فرآیند

مترجمان: دکتر امیررضا علیزاده مجد - دکتر پریسا ترکی

چاپ اول: ۱۳۹۹

ناشر: دانشگاه کارآفرین

قیمت: ۲۶,۰۰۰ تومان

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

ویراستاران: نرگس سقازاده - عارفه داودی - فائزه لطیفیان

تلفن انتشارات: ۰۲۱۸۸۴۵۵۲۴۶ - ۰۹۱۰۷۵۵۶۷۰۵

سفرارش اینترنتی کتاب: www.enun.ir

مقدمه مترجمان

براساس نظریه سلسله‌مراتب نیازهای مازلو، افراد جهت کمال‌گرایی نیازمند طی کردن پلکانی نیازها جهت رسیدن به آخرین جایگاه‌ها هستند. نیازهای اولیه در تاریخ بشریت همواره از اهمیت به سزایی برخوردار بوده و پوشاک و تهیه آن نیز یکی از این نیازها به شمار می‌آید. امروزه صنعت پوشاک و مد در جایگاه خاصی در میان کسب‌وکارها قرار دارد و بخش مهمی از تولید ناخالص داخلی و ملی کشورها را تشکیل می‌دهد. جذابیت بازارهای داخلی از یک‌سو و صادرات نیز از سوی دیگر، فعالان عرصه کسب‌وکار را با این صنعت درگیر می‌کند. اصلی‌ترین و مهم‌ترین شالوده کسب‌وکارها در فاز ایجاد آن خلاصه می‌شود. در فاز ایجاد، درگیر فرآیند کارآفرینی هستیم و به این باب باید این‌گونه بیان نمود که قبل از مرحله مدیریت باید به کارآفرینی بپردازیم. کارآفرینی را می‌توان در عبارت خلق ارزش خلاصه و تعریف نمود. در صنعت مد نیز کارآفرینی خلق ارزش است که می‌تواند جنس اقتصادی یا فرهنگی و... داشته باشد؛ لذا جهت پی‌ریزی صحیح کسب‌وکار در صنعت مد، درک صحیحی از کارآفرینی مد ضروری به شمار می‌آید. کتاب حاضر یکی از برترین کتاب‌ها در زمینه کارآفرینی مد است که جهت ترجمه آن تلاش‌های زیادی صورت پذیرفته و محصولی که امروز پیش روی مخاطبان عزیز است، از منابع بسیار با کیفیت در این پارادایم به شمار می‌رود. مطالعه این کتاب را به کلیه اساتید، دانشجویان، مدیران برجسته و همچنین علاقه‌مندان حوزه مد، کارآفرینی و مدیریت توصیه می‌نماییم. از آنجاکه هیچ کاری بی‌عیب و نقص نیست، امیدوارم متخصصین این امر و دانشگاهیان عزیز، موارد مهم را پس از مطالعه به مترجمان بیان کرده و پیشاپیش از تمام پیشنهادهای ارزشمند آنان در بهبود و غنای این اثر نهایت تشکر و قدردانی را داریم. به همین جهت بر این جانب منت گذاشته و موارد خود را از طریق نشانی پست الکترونیک Enun.ac@gmail.com ارسال فرمایید.

دکتر پریسا ترکی

دکتر امیررضا علیزاده مجد



کارآفرینی مد

Fashion Entrepreneurship

فهرست مطالب شماره صفحه

بخش سوم - شریک ۱۷۳

- فصل ۸: استراتژی ورود به بازار ۱۷۵
فصل ۹: فروش مستقیم و غیر مستقیم ۱۹۳
فصل ۱۰: ذهن خریدار ۲۰۷
فصل ۱۱: گره گشایی شبکه ۲۲۵

بخش چهارم - فرآیند ۲۲۹

- فصل ۱۲: برنامه بازاریابی ۲۵۱
فصل ۱۳: برنامه کار ۲۶۷
فصل ۱۴: ابزارهای معامله ۲۸۱
فصل ۱۵: رشد استراتژیک ۳۰۳

بخش اول - طرح ۹

- فصل ۱: تلاش های کارآفرینان ۱۱
فصل ۲: هدف سیار ۳۳
فصل ۳: تجسم و شخصیت دهی به برند ۶۱

بخش دوم - محصول ۸۵

- فصل ۴: الهام و نبوغ ۸۷
فصل ۵: تامین منابع استراتژیک ۱۰۹
فصل ۶: قیمت گذاری محصول ۱۳۷
فصل ۷: چک لیست بازرگانی ۱۵۷