

### عنوان مقاله:

بررسی مولفه های جایگاه یابی برند در هنر با استفاده از روش تحلیل محتوا در تطبیق با اهمیت برندسازی در ترویج هنر اسلامی

### محل انتشار:

فصلنامه مطالعات هنر اسلامی، دوره 20، شماره 52 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 0

### نویسندگان:

سمانه خان جانی خباز رشتی - دانشجوی دکتری فلسفه هنر، گروه فلسفه هنر، دانشکده هنر و معماری، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

ابوالفضل داودی رکن آبادی - گروه طراحی پارچه و لباس، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

سالار ظهوری - طراحی پارچه و لباس، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

شهناز نایب زاده - گروه مدیریت بازرگانی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

حسین اردلانی - گروه فلسفه هنر، دانشکده هنر و معماری، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.

### خلاصه مقاله:

### کلمات کلیدی:

جایگاه یابی برند، هنر، هنر اسلامی، تحلیل محتوا، مرور نظام مند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1957654>

