

## عنوان مقاله:

تیبین و شناسایی مدل ها و معیارهای ساخت برند شهری در کلانشهرها

## محل انتشار:

دومین کنفرانس عمران، معماری و شهرسازی کشورهای جهان اسلام (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

محمد تولائی شیرازی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیضاء، ایران

محمد علی خانی زاده - کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری، گروه شهرسازی، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان، شیراز، ایران.

## خلاصه مقاله:

امروزه رقابت در عرصه جهانی به شهرها رسیده است و هر شهری فارغ از سیاست کلان کشوری خود اهداف و راهبردهایی را طرح ریزی و دنبال می کند. این سیاست ها در راستای استیلای شهر در رقابت جهانی با دیگر شهرها رخمی دهد، هدف این سیاست ها بالابردن ثروت و رفاه شهرها از راه شناساندن آنها به بقیه شهرهای دنیا می باشد. این ترسیم ویژگی های مثبت شهری را در اصطلاح رایج برند سازی شهری می نامند. شهرهای ایران علی رغم دارا بودن ظرفیت ها و ژئانسپیل های فراوان از این مقوله دور مانده اند و هیچ تناسبی بین ظرفیت شهرها و برندسازی آنها وجود ندارد. از این رو این پژوهش بر آنست تا با ارائه مدل های کاربردی در راستای برند سازی رهنمودی برای کلانشهرهای ایران باشد تا ظرفیت مغفول کشور در این بخش بکار گرفته شود و از این رهگذر وضعیت معیشتی و اقتصادی کلانشهرها ارتقاء یابد.

## کلمات کلیدی:

تیبین و شناسایی، مدل، برند شهری، کلانشهر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1021229>

