

عنوان مقاله:

تبیین الگو برندسازی با رویکرد رقابت پذیری شهری

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی عمران، معماری و مدیریت توسعه شهری در ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

نسرین مختاری - مدرس دانشگاه، گروه شهرسازی، واحد دختران اصفهان، دانشگاه فنی و حرفه ای مهاجر، اصفهان، ایران

نگین نوروزی - دانشجو، گروه شهرسازی واحد دختران اصفهان، دانشگاه فنی و حرفه ای مهاجر اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه برندسازی شهری به عنوان ابزاری راهبردی جهت افزایش رقابت پذیری، اعتبار، قدرت و نفوذ شهرها استفاده می شود. برندسازی شهری مستلزم آن است که شهر از ظرفیت بالایی در برنامه ریزی و سازماندهی نهادهای مختلف اداره کننده شهر بهره مند باشد. در این مقاله به جایگاه برند در صنعت معماری در ابعاد تکمیل کننده آن در بعد رقابت پذیری شهرها از یک طرف و اثر بخشی آن بر پدیدار سازی شهرهای جهانی در عرصه اقتصاد فراملی پرداخته شده است. جذابیت و رقابت پذیری یک شهر بستگی به نحوه مدیریت تصویر آن شهر داشته و استراتژی های برنامه ریزی تصویر شهر برای شهرهایی که به دنبال رشد اقتصادی هستند، به امری ضروری بدل گشته است. یکی از این استراتژی ها که شهرهای پیشروی جهان برای بهبود تصویر خود به کار گرفته اند، برند سازی شهری است. روش تحقیق این مقالهها مطالعه مقالات و کتب متفاوت در مورد موضوع و تحلیل محتوایی متون مختلف این منابع در این پژوهش به تبیین الگو برند سازی با رویکرد رقابت پذیری شهری پرداخته شد و در نهایت به استخراج الگو خواهد رسید. در پایان ضمن اشاره به میزان و چگونگی تاثیر معماری بر رقابت پذیری و ابعاد شهرهای جهانی، به مواردی چند پیرامون مفهوم برندسازی معماری اشاره شده و راهکارهایی چند در رابطه با وضعیت ایران و خاصه کلانشهر تهران مورد اشاره قرار گرفته است. مضامین اصلی برند سازی موفق در ایران شامل تغییر نهاد ذهنی و هدف گذاری بر برند سازی شهر بهبود همکاری بین سازمانی تدوین چشم انداز و راهبرد شناخته و فعالیت های مرتبط هم افزایی ذینفعان مختلف برند سازی شهر و تحلیل نقش دولت است با توجه به عدم وجود نظام مدیریت یکپارچه شهری در ایران نگرش مبتنی بر سایبرنیتک سازمانی قابلیت بالایی در افزایش اثربخشی فرآیند برندسازی شهری دارد. دستاوردهای پژوهشی حاضر می تواند در عرصه خط مشی گذاری شهری به کار گرفته شود تا بدین ترتیب زمینه توسعه برند، تصویر مطلوب و نیز بازشناسی و خلق هویت برای کلان شهرهای ایران فراهم آید و در نتیجه تمایز جایگاه یابی کلان شهرهای ایران در منطقه تسهیل شود

کلمات کلیدی:

برند سازی شهر، مدل سازی معادلات ساختاری، رقابت پذیری، شهرهای جهانی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1119346>

