

عنوان مقاله:

نقش ابزارهای تبلیغاتی در بازاریابی و جذب گردشگر مطالعه موردی استان فارس

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی ارتباطات ورزشی: سواد ارتباطی و سواد رسانه ای در ورزش (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

وحید رستگار - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، بندرعباس، ایران

حمیرا محمودی - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، بندرعباس، ایران

راضیه عزیزی - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، بندرعباس، ایران

افشین سلطانی مقدم - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، بندرعباس، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی نقش ابزارهای تبلیغاتی در بازار یابی و جذب گردشگر (مطالعه موردی استان فارس) می باشد. جامعه آماری تحقیق کلیه گردشگران ورزشی که در زمستان ۱۳۹۸ و بهار ۱۳۹۹ به استان فارس سفر کرده اند. این تعداد حدود ۲۰۰۰ نفر می باشند. حجم نمونه آماری تحقیق پیش رو برابر با ۳۲۲ نفر تعیین شد. از پرسشنامه یگانه و همکاران (۱۳۹۴ با پایایی ۰/۹۲ درصد استفاده شد. از روشهای آمار استنباطی و آزمون تی تک نمونه ای استفاده شد. بحث و نتیجه گیری: ابزارهای مختلف تبلیغاتی بر بازاریابی و جذب گردشگر ورزشی در استان فارس موثر است.

کلمات کلیدی:

ابزار تبلیغاتی- بازاریابی- گردشگری ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1251267>

