

## عنوان مقاله:

توسعه گردشگری با برند سازی شهری: نهاوند "شهر گیاهان دارویی و گشنیز"

## محل انتشار:

اولین همایش ملی کاربرد پژوهش های نوین شیمی و کشاورزی در توسعه گیاهان دارویی (با محوریت گشنیز) (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

عاطفه ملکیان - استادیار ترویج کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، مجتمع آموزش عالی فاطمیه نهاوند، دانشگاه بوعلی سینا

مهرداد پویا - استادیار ترویج کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا

## خلاصه مقاله:

شهر نهاوند دارای پتانسیل های قدرتمندی در حوزه گردشگری به ویژه مبتنی بر طبیعت گردی است. نهاوند خاستگاه گیاهان دارویی بسیار و قطب تولید گیاهان دارویی در استان همدان است. یکی از مهم ترین گیاهان دارویی شهرستان محصول گشنیز است که در حال حاضر ۹۰ درصد محصول گشنیز استان و ۹۰ درصد محصول کل کشور را تولید می کند. برندسازی، از مباحث جدید بوده که هر منطقه را با ویژگی های منحصر به فرد گردشگری خود به بازدیدکنندگان معرفی کرده و در ذهن آنها ثبت می کند. بنابراین، این مقاله سعی در برندسازی گردشگری شهر نهاوند، با تاکید بر پتانسیل های گیاهان دارویی آن نموده است. این مقاله مروری، از مدل پنج فازی برندینگ مورگان و پریچارد بهره برده و استراتژی ها و راهکارهای عملیاتی برای برند سازی شهر نهاوند را ارائه نموده است.

## کلمات کلیدی:

برندسازی، گشنیز، گردشگری، گیاهان دارویی، نهاوند

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1377946>

