

## عنوان مقاله:

طراحی مدل بازاریابی الکترونیکی برای توسعه اکوتوریسم

## محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های گردشگری و توسعه پایدار، دوره 2، شماره 5 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

ندا تقوی سنوکش - کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیک و دانشجوی کارشناسی ارشد اکوتوریسم،  
دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، دانشگاه تبریز

بابک اصغری آژیری - مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی، کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیک

## خلاصه مقاله:

پیشرفت و توسعه روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات تاثیرات عمیق و گسترده ای در کسب و کارهای تجاری و خدماتی به وجود آورده و در نهایت باعث به وجود آمدن شاخه جدیدی از علم به نام تجارت الکترونیکی شده است. به طوری که هر شرکت و بنگاه تجاری برای بقا و توسعه خود نیازمند استفاده و بهره جویی از این علم است. درآمدزایی بالای صنعت گردشگری که سومین صنعت درآمدزای جهان است باعث رقابت کشورها برای جذب هر چه بیشتر گردشگران شده است. بدین جهت از روش های مختلف بازاریابی برای جذب و حفظ گردشگر استفاده می نمایند. یکی از ابزارهای مفید تجارت الکترونیک، بازاریابی الکترونیکی است که با پوشش جهانی امکان رسیدن شرکت ها به بازارهای بین المللی را فراهم ساخته است. اکوتوریسم رویکرد جدید گردشگری در طبیعت است که در سال های اخیر مطرح شده و طرفداران زیادی را به خود جلب کرده است. کشور ایران با دارا بودن قابلیت اکوتوریسم چهار فصل، می تواند اکوتوریست های سراسر جهان را در تمامی ایام سال جذب کرده و باعث افزایش درآمدهای ارزی شود. در این پژوهش با مطالعه دقیق در زمینه بازاریابی الکترونیکی و روش های مختلف آن مدل بازاریابی الکترونیکی برای توسعه اکوتوریسم کشور طراحی شده است.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی الکترونیکی، اکوتوریسم، بازاریابی گردشگری، توسعه اکوتوریسم

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1503268>

