

## عنوان مقاله:

مقاله مروری: بررسی جنبه های بین فرهنگی گردشگری با تاکید بر دیدگاه بازاریابی و مدیریت خدمات

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی بازاریابی گردشگری سلامت (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسنده:

مینا موحیدیان عطار - دانشجو دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

## خلاصه مقاله:

یکی از مسائل مهمی که در سالهای اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است، صنعتگردشگری است. گسترش ارتباطات بین فرهنگی، همچنین آشنایی با فرهنگ های مختلف صنعت گردشگری تاثیرگذار بوده و به رشد و توسعه این صنعت کمک می کند. در نتیجه، به وضوح میتوان حضور گردشگران در کشورهای مختلف جهان برای شناخت فرهنگ های مختلف را مشاهده کرد. وجود ظرفیت های مناسب ایران در حوزه گردشگری و منافع چشمگیر رشد این صنعت، نیاز به ارائه ارزش برتر به مشتری، درک فرهنگ های مختلف از هر دو جهت تقاضا و عرضه گردشگری، مهماننوازی و تاثیر فرهنگ بر این صنعت بین المللی، منجر به شکل گیری این مقاله شد. در این مقاله تاثیر فرهنگ را بر فضای خدمات اجتماعی در گردشگری و مهماننوازی و همچنین فضای خدمات فیزیکی توضیح خواهیم داد. به عبارت دیگر، در این مقاله جنبه های بین فرهنگی گردشگری و مهمان نوازی را از دیدگاه مشتری (رفتار مصرف کننده و بازاریابی) و کارکنان (مدیریت منابع انسانی، رفتار سازمانی و مدیریت) تشریح و بررسی خواهیم کرد.

## کلمات کلیدی:

گردشگری، بین فرهنگی، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1564438>

