

عنوان مقاله:

جایگاه روابط عمومی در گسترش گردشگری

محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی مکانیک، ساخت، صنایع و مهندسی عمران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

اعظم کربلایی خانی - گروه روابط عمومی، دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد 11

خلاصه مقاله:

امروزه با ورود فضای مجازی و توسعه شبکه های اجتماعی و ارتباطی، دیگر نمی توان از روابط عمومی ها تنها وظایف و تکالیف گذشته را انتظار داشت و پوست اندازی و حرکت آنها از فضای سنتی به دنیای مدرن و جدید اطلاع رسانی ضروری و الزامی است. روابط عمومی برای هر مکانی که آرزومند ارتقای جذابیت، شهرت و حفظ نام مثبت باشد ضروری است. معمول ترین عناصر موجود در ابزار روابط عمومی بازاریابان عبارت است از: انتشار رسانه ای، ابزارهای مطبوعاتی، دیدارهای رسانه ای، کنفرانس های رسانه ای، جلسه های توجیهی، ترویج ها، مناقصه ها، سخنرانی ها و فرآیند اسپانسر شدن. روابط عمومی قوی می تواند صرفه مالی فوق العاده ای داشته باشد و چنانچه خوب اجرا شود موجب افزایش چشمگیر آگاهی و شکستن هزینه های پرداختی تبلیغ ها شود. نتایج نشان می دهد گردشگری نه تنها به مثابه ابزاری بالقوه برای حل برخی مشکلات در زمینه های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی مطرح است، بلکه همچنین به عنوان یکی از عناصر جدایی ناپذیر راهبرد توسعه جوامع نیز شناخته می شود. روابط عمومی ها قلب تپنده هر دستگاه و سازمانی بوده و وظایف سنگین و رسالت های خطیری را در بخش های مختلف از ارتباط با رسانه ها تا پاسخگویی به شبهات و انتقادات و تکریم مراجع کندگان برعهده دارند. مدیران روابط عمومی ها با تکیه بر رویکرد "روابط عمومی مردم محور" می توانند به شهروندان احساس عضویت در یک خانواده مشترک اما بزرگ را القاء کرده و در توسعه فعالیت های خود، تقویت دامنه اطلاع رسانی و به ویژه افزایش اثرگذاری از آنها کمک بگیرند.

کلمات کلیدی:

روابط عمومی، گردشگری، توسعه شبکه،

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1597122>

