

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر فضای مجازی بر توسعه کسب وکار گردشگری داخلی و خارجی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی توانمندی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

باقر باقریان کاسگری - استادیار دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

حمیده سر آبادانی تفرشی - دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش منابع انسانی و رفتار سازمانی، دانشگاه پیام نور واحد تهران غرب

خلاصه مقاله:

در دیدگاه سنتی، گردشگری نیازمند فضای حقیقی و جابجایی از یک مکان به مکان دیگر است، اما اکنون با پیدایش فناوری اطلاعات و ارتباطات، اینترنت و شبکه جهانی وب، فضای مجازی ایجاد شده سهم قابل توجهی از اوقات فراغت و برنامه ریزی های افراد برای گردش و تفریح را به خود اختصاص داده است. در این مقاله به تحلیل و بررسی گردشگری، انواع آن، تعریف فضای مجازی و رابطه یا تاثیر فضای مجازی بر گردشگری داخلی و خارجی پرداخته شده و در نهایت نقش فضای مجازی که پدیده های نوظهور است را توضیح داده و مزایا و معایب فضای مجازی در رابطه با صنعت گردشگری داخلی و خارجی را بررسی نموده است. این مقاله یک مقاله مروری، توصیفی و کیفی است و با استفاده از منابع علمی پژوهشی و کتابخانه ای به تحلیل تحولات صنعت گردشگری و فضای مجازی دخیل در آن پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

گردشگری داخلی و خارجی؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات؛ فضای مجازی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1691185>

