

عنوان مقاله:

بررسی نقش بازاریابی در توسعه صنعت گردشگری

محل انتشار:

اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

علی مصلی نژاد - it

خلاصه مقاله:

بازاریابی شامل فعالیت هایی می شود که در رابطه با رساندن خریدار و فروشنده به یکدیگر برای انجام معامله صورت می گیرد. بازار جهانبردج بر مبداج مدطقه جغرافیایی ترکیب جمعیتی نوع رفتار یا بر مبنای روان نگاری بخش بدج می شود. در آمیخته بازاریابی عوامل گوناگون که بر تلاش ها ی بازار یابی اثر می گذارند به چهارگروه اص لی طبقه بندی می شوند که عبارتند از محصول توزیع قیمت و ترویج یا گسترش محصول سیاستهای تشویقی). بر اج اطمینان یافتن از اینکه همه تلاش ها در راه تأمین هدفهای کوتاه مدت و بلندمدت سازمان انجام شود باید برای بازاریابی خدمات برنامه هایی تهیه کرد. کار تهیه یک برنامه موفق بازار یابی با تجزیه و تحلیل عوامل محیطی شروع می شود و باید به عوامل اقتصادی سیاسی و اجتماعی توجه کرد . در این را باید روند بازار و روند ر قابت را تجزیه و تحلیل نمود.

کلمات کلیدی:

بازاریابی خدمات جهانگردیا گردشگر-جهانگرد یا گردشگر آمیخته - بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/195831>

