

## عنوان مقاله:

شناسایی الگوهای مشارکت گروه های ذینفع در بازاریابی و برندسازی م قصد گردشگری

## محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، طبیعت گردی و جغرافیا (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

زهره کیانی فیض آبادی - عضو هیئت علمی دانشکده گردشگری دانشگاه سمنان

## خلاصه مقاله:

مشارکت گروه های ذینفع، یکی از عوامل اساسی موفقیت و پایداری دستاوردهای برنامه های بازاریابی مقصد است. مقصد گردشگری به دلیل پیچیدگی و ویژگی های خاص خود، نیازمند مشارکت گروه های ذینفع از جمله دولت، بخش خصوصی و جامعه میزبان در سطوح مختلف برنامه ریزی، بازاریابی و بویژه برندسازی می باشد. مقاله حاضر با هدف تبیین الگوهای مشارکت گروه های ذینفع در بازاریابی و برندسازی مقصد ارائه شده است. بدین منظور پس از معرفی اجمالی گروه های ذینفع گردشگری، نقش آنان در پایداری برند و مواجهه با چالش های برندسازی مقصد تشریح می شود. در ادامه چهار الگوی مهم مشارکتی معرفی و در بخش پایانی مقاله، چالش ها و منافع مشارکت ذینفعان برشمرده می شود.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی مقصد گردشگری، برندسازی مقصد، ذینفعان گردشگری، مشارکت ذینفعان گردشگری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/248656>

