

عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل جایگاه تبلیغات در توسعه پایدار گردشگری شهری (نمونه موردی: شهر شیراز)

محل انتشار:

اولین کنفرانس معماری و فضاهای شهری پایدار (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

عباس ارغان - استادیار گروه جغرافیا دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

محمد رضا عباسی - دانشجویی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

خلاصه مقاله:

علی رغم توانمندیهای شهر شیراز در زمینه گردشگری، متأسفانه تا کنون نتوانسته به جایگاه شایسته ای در این صنعت دست یابد. از جمله عواملی که می تواند صنعت گردشگری شیراز را توسعه و بهبود بخشد بکارگیری ابزارها و پارامترهای موثر تبلیغاتی می باشد. بنابراین امروزه در صنعت گردشگری باید از تبلیغات به عنوان مهمترین ابزار، بصورت حرفه ای استفاده کرد. لذا این پژوهش نقش تبلیغات در توسعه پایدار گردشگری شهر شیراز را مورد توجه قرار داده است. روش تحقیق این پژوهش بر اساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت توصیفی-موردی است. در این پژوهش از آزمون T.test، رگرسیون و آزمون پیرسون استفاده گردیده است. یافته های این پژوهش نشان می دهد که تبلیغات می تواند باعث گسترش صنعت گردشگری در شهر شیراز و توسعه پایدار این شهر شود. در ضمن نشان داده شده است که سطح تبلیغات در شهر شیراز از مطلوبیت خوبی برخوردار نمی باشد و نیازمند به بازنگری و ارائه سیاست های مناسب در جهت رفع ضعفها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصتها می باشد.

کلمات کلیدی:

گردشگری شهری، توسعه پایدار، تبلیغات، شهر شیراز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/295158>

