

عنوان مقاله:

بازاریابی گردشگری پزشکی و چالشهای آن در ایران

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

نگین حیدرزاده خویی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه بناب

علی قربانی - دکترای مدیریت بازرگانی، رییس دانشگاه پیام نور بناب

خلاصه مقاله:

امروزه صنعت گردشگری پزشکی به عنوان یکی از صنایع مهم جهان و یکی از درآمدزاترین صنعت ها بشمار می رود. توسعه گردشگری پزشکی علاوه بر درآمدزایی ابزار بسیار مناسبی برای توسعه کشور و انتقال دانش و تکنولوژی است. در این مقاله پس از مطالعه پیشینه پژوهش ابتدا مدیریت بازاریابی و بازاریابی خدمات تعریف می شود سپس به گردشگری پزشکی و مفاهیم آن پرداخته می شود پس از آن به تاریخچه گردشگری می پردازیم و محرک های بازار گردشگری پزشکی مورد بررسی قرار می گیرد. سپس اشاره ای جایگاه ایران در بازا بین المللی خدمات درمانی می گردد و سپس به بررسی بازاریابی گردشگری پزشکی پرداخته و چالش های آن در ایران مورد بررسی قرار می گیرد. در انتهای مقاله پیشنهاداتی در خصوص رفع چالش های پزشکی ارائه می شود.

کلمات کلیدی:

گردشگری پزشکی، بازاریابی گردشگری پزشکی، چالش های گردشگری پزشکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/378682>

