

عنوان مقاله:

نقش و جایگاه بازاریابی و تبلیغات در رفع چالش های مدیریت توریسم در جزیره قشم

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

علی اصغر ساجدی فر - کارشناس ارشد مدیریت MBA گرایش بازاریابی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

علی هاشم زهی - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

امید مقیمیان بروجنی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی بین الملل، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

امروزه گردشگری در بسیاری از مناطق، به فعالیت اقتصادی مهمی در بخش خدمات تبدیل شده است و نیروی اصلی پیشبرد و رشد اقتصادی کشور محسوب می شود. جزیره قشم، هم از نظر تاریخی و مذهبی و هم از نظر طبیعت بکر و حیات وحش، یکی از جاذبه های توریستی کشورمان محسوب می شود، ولی با وجود توانمندی ها و پتانسیل های فراوان در زمینه گردشگری، متأسفانه تاکنون نتوانسته به جایگاه مطلوب خود در صنعت گردشگری دست یابد و اقدامات صورت گرفته در این زمینه به تنهایی نمی تواند راهگشای مشکل صنعت توریسم در این منطقه باشد. از جمله اقداماتی که می توان برای توسعه صنعت گردشگری در این جزیره انجام داد، سرمایه گذاری و تدوین سیاست های روشن در امر بازاریابی و استفاده از ابزارهای بازاریابی و ارتباطی مؤثر برای معرفی و شناساندن جاذبه های توریستی این منطقه به گردشگران داخلی و خارجی می باشد. در این تحقیق با انجام مطالعات اسنادی و کتابخانه ای سعی شده تا مهمترین ابزارهای بازاریابی و ارتباطی که می تواند برای معرفی جاذبه های توریستی این منطقه مورد استفاده قرار گیرد شناسایی و معرفی گردد.

کلمات کلیدی:

گردشگری، بازاریابی گردشگری، تبلیغات، توریسم، قشم

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/495299>

