

عنوان مقاله:

جایگاه شبکه اجتماعی در اشتراک گذاری دانش در صنعت گردشگری

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

لیلا کریمی زاده شقاقی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

شبکه های اجتماعی یکی از قدرتمندترین ابزارها آنلاین ارتباطی است که با زندگی اجتماعی و اقتصادی افراد یکپارچه شده است. کاربران شبکه های اجتماعی در یک جامعه مجازی با یک سیستم متقابل با هم ارتباط برقرار می کنند و در نتیجه می توانند بروی رفتارها و زندگی واقعی مردم تاثیر بگذارد. شبکه های اجتماعی ارتباطات در صنعت گردشگری را متحول کرده است و به فعالان این صنعت فرصتی داده تا بتوانند تقاضاهای مصرف کنندگان را درک و دریابند. ظهور شبکه های اجتماعی گردشگران را قادر به اشتراک گذاری تجارب سفر خود کرده است. اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در سایت ها و شبکه های اجتماعی یک منبع مهم اطاعتی می باشد که گردشگران را در برنامه ریزی برای سفر راهنمایی می کنند و حتی ممکن است تصمیم گیری های آنها را تحت تاثیر قرار دهد. هدف از این مطالعه بررسی جایگاه رسانه های اجتماعی در به اشتراک گذاری دانش در بخش گردشگری است.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، اشتراک گذاری دانش، صنعت گردشگری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/518351>

