

عنوان مقاله:

بررسی تاثیرات مهمترین عوامل بازاریابی (محصول و قیمت) بر رشد، شکوفایی مدیریت برند صنعت گردشگری ایران

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی نوآوری، توسعه و کسب و کار (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

زینب آشناقریه دلو - دانش آموخته مدیریت بازرگانی (بازاریابی)

ودود جوان امامی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی عوامل بازاریابی موثر بر مدیریت برند گردشگری ایران است. جامعه آماری این پژوهش کلیه گردشگران داخلشهر اصفهان بودند که 384 نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که تعداد 372 پرسشنامه در نهایت متورد تیلیتل رترار گراتت. ابت ارپژوهشی این پژوهش پرسشنامه ی استاندارد بوده است. روش تحقیق، پیمایشی (زمینه یابی و اکتشافی)، توصیفی، تحلیلی، مبتنی برپرسشنامه است. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات از طریق ضریب همبستگی پیرسون و آزمون کالمو گروف اسپمرونف و روش های آماریمناسب که از نرم افزار SPSS استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که، تمامی متغیرهای قیمت، محصول، هویت برند به صورت مستقیم بر عوامل بازاریابی اثرگذار بودند.

کلمات کلیدی:

صنعت گردشگری، گردشگر، عوامل بازاریابی، مدیریت برند گردشگری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/573329>

