

## عنوان مقاله:

تحلیل تاثیرگذاری تبلیغات و بازاریابی الکترونیک بر جذب گردشگران سلامت در ایران

## محل انتشار:

دومین همایش بین المللی دستاوردهای نوین در علوم مدیریت و اقتصاد (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

اسماعیل ملک اخلاق

محسن اکبری

حسن مقدادی کاسانی

## خلاصه مقاله:

دولت ایران بر اساس برنامه ریزی های خود باید تا پایان برنامه چهارم توسعه، 30 درصد از نیازهای بهداشتی و درمانی کشور را از طریق صدور کالا، خدمات پزشکی و توریسم درمانی فراهم کند. برآورد شده است هر گردشگر سلامت سه برابر یک گردشگر معمولی موجب آآوری میشود. از طرفی بهترین و رضایت بخشترین تسهیلات گردشگری بدون بازاریابی سودآور نخواهند بود. باید در خصوص مقصد-های گردشگری اطلاع رسانی کافی انجام گیرد و مردم قبل از سفر کردن به آنجا، به بازدید کردن از آن جا علاقمند شوند. امروزه مشتریان برای برنامههای سفر خود، انتخاب و خرید محصول گردشگری از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات، اطلاعات مورد نیاز را به دست می-آورند. فناوری اطلاعات باعث تغییر گردشگری در سطح جهانی شده است. در واقع ما بعد از انقلاب افزایش استفاده از اینترنت، امروزه انقلاب دوم در اینترنت یعنی نفوذ تجارت الکترونیک و پیرو آن بازاریابی الکترونیک را تجربه میکنیم. تعیین استراتژی بازاریابی و تبلیغات اثربخش با توجه به ظهور، نفوذ و تاثیرات اینترنت در سراسر دنیا و ایران و همچنین تاثیرات و تغییراتی که در زندگی جاری مردم و دانش بازاریابی ایجاد نمودهاند، جزء لاینفک و جدایی ناپذیر جذب گردشگران سلامت میباشد. بنابراین این پژوهش سعی دارد که به تحلیل تاثیرگذاری تبلیغات و بازاریابی الکترونیک بر جذب گردشگران سلامت در ایران و ضرورت و اهمیت آن بپردازد.

## کلمات کلیدی:

تبلیغات، اینترنت، بازاریابی الکترونیک، گردشگری، گردشگری سلامت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/615775>

