

## عنوان مقاله:

نقش تبلیغات و بازاریابی در توسعه استراتژی مقاصد گردشگری (مطاله موردی: استان کرمان)

## محل انتشار:

سومین کنفرانس علوم مدیریتی ایران (با رویکرد نوآوری های مدیریتی) (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

شیوا طالبی زاده سردری - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه غیرانتفاعی فرهیختگان کرمان

احسان کوشش - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه غیرانتفاعی فرهیختگان کرمان

مسلم محمدی ساردو - مدرس، دانشگاه غیرانتفاعی فرهیختگان کرمان

## خلاصه مقاله:

شهرستان کرمان به دلیل تاریخ غنی و توانمندی های بالایی که در زمینه جذب گردشگران داخلی و خارجی دارا می باشد نیازمند برنامه ای منسجم و سازمان یافته برای دستیابی به توسعه در بخش گردشگری است. این شهرستان هنوز نتوانسته آن گونه که باید به نرخ مناسبی از ورود و خروج گردشگران دست یابد. این نقصان و مشکل را می توان در فعالیت های نامناسب بازاریابی در سطح استان و شهرستان مورد مطالعه بیان نمود که از علل به وجود آمدن این قبیل مشکلات، شناخت ناکافی مدیران و برنامه ریزان از علوم و فنون بازاریابی و قابلیت های گردشگری این شهرستان برای جذب مسافران می باشد که با پیگیری برنامه ای مناسب می توان توان اقتصادی شهر و سطح رفاه عمومی مردم را افزایش داد. در این تحقیق از روش توصیفی \_ تحلیلی استفاده شده است.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، گردشگری، استراتژی، بازاریابی گردشگری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/757680>

