

## عنوان مقاله:

نقش برند سازی در افزایش جذابیت محیط های شهری و جذب گردشگر

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی عمران، معماری و مدیریت توسعه شهری در ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

سمیه السادات حسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، موسسه آموزش عالی بینالود مشهد، ایران-

سید عادل محمودیان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت شهری، موسسه آموزش عالی بینالود مشهد، ایران-

## خلاصه مقاله:

گردشگری شهری، یکی از مهمترین و پیچیده ترین فعالیت های فضایی و مکانی انسان در جامعه شهری است. آنچه که فضاهای یک شهر را پویا و جذاب ساخته و سبب ایجاد رضایت در بین شهروندان و جذب گردشگران می شود، تاریخ، فرهنگ غنی، زیبایی بصری و منظر شهری است. برند سازی مقصد گردشگری در مورد تلفیق تمام ویژگیهایی است که با آن مکان عجیب شده است. پژوهش حاضر بدنبال طراحی چارچوبی نظام مند در خصوص مفاهیم برندسازی، جذابیت محیط شهری، افزایش گردشگری و ... می باشد و از این طریق سعی دارد تا در گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه اقدام نماید. داده های مورد نیاز برای این تحقیق بصورت توصیفی - تحلیلی جمع آوری شده و در یک کلیت منطقی و علت و معلولی در قالب فرایند علمی، با استفاده از منابع اسنادی و کتابخانه ای به بحث و نتیجه گیری پرداخته شده است. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که با توجه به اهمیت این موضوع ضروری است که شهرها برای جذب گردشگر در مسیر فضای رقابتی جهان کنونی، جهت برندسازی شهر خود اقدام کرده و با ایجاد برند شهری مناسب و درخور برای خود جایگاه واقعی خود را در این فضا کسب کرده به طوری که این شهر را از سایر شهرها متمایز نماید.

## کلمات کلیدی:

گردشگری، شهر، محیط شهری، برندسازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/847700>

