

## عنوان مقاله:

کاربردهای واقعیت مجازی در گردشگری

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

هما خانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

محمدصالح ترکستانی - عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

کبری بخشی زاده - عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

## خلاصه مقاله:

واقعیت مجازی به عنوان یکی از مهم ترین پیشرفت های تکنولوژیکی معاصر که تاثیر زیادی بر صنعت گردشگری دارد از اواخر دهه 1960 ساخته شده است؛ واقعیت مجازی کاربردهای گسترده و مفیدی برای صنعت گردشگری به وجود می آورد و به همین دلیل شایسته آن است که از سوی محققان و افراد حرفه ای مشغول به فعالیت در این حوزه مورد توجه خاص قرار گیرد. تعداد گردشگرانی که اینترنت را برای سفرهای تجاری یا پر کردن اوقات فراغت استفاده می کنند، در حال افزایش است؛ به آن دلیل که گردشگری مجازی، به عنوان یک از انواع گردشگری سایبری، از ویژگی های نظیر نداشتن مرکزیت، به هم پیوستگی، دیجیتالی بودن و دسترسی آسان برخوردار است، بنابراین، واقعیت مجازی ابزار خوبی برای بدست آوردن فرصتی جهت رونق بخشیدن به صنعت رو به رشد گردشگری ایران می باشد. هدف از انجام این پژوهش معرفی کاربردهای واقعیت مجازی در صنعت گردشگری می باشد.

## کلمات کلیدی:

واقعیت مجازی، گردشگری، گردشگری مجازی، بازاریابی مقصد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/950798>

