

بازاریابی گردشگری

با رویکردی استراتژیک

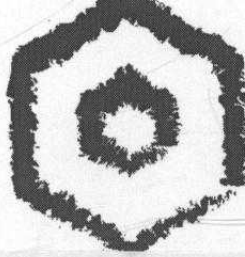
www.ketab.ir

نویسنده:

نیلانجان رای، دیلیپ کومار داس، راج کومار

ترجمه:

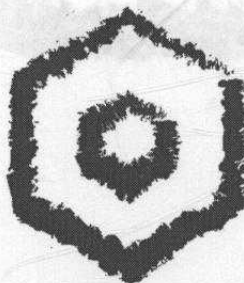
دکتر سید حسین اورعی

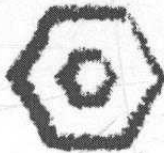


سرشناسه: رای، نیلانجان، ۱۹۸۴ - م. Ray, Nilanjan
عنوان و نام پدیدآور: بازاریابی گردشگری با رویکردی استراتژیک / نویسنده
نیلانجان رای، دیلیپ کومار داس، راج کومار؛ ترجمه سید حسین اورعی.
مشخصات نشر: تهران: ویرسو، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری: ۲۴۷ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۹۴۳-۱-۹
وضعیت فهرست نویسی: فیا
موضوع: گردشگری -- بازاریابی
رده بندی کنگره: ۱۵۵G
رده بندی دیویی: ۹۱۰/۶۸
شماره کتابشناسی ملی: ۸۵۴۲۴۲۱

www.ketab.ir
نشر ویرسو
THERAJ KIRAN OP.

نام کتاب: بازاریابی گردشگری
نویسنده: نیلانجان رای، دیلیپ کومار داس، راج کومار
مترجم: دکتر سید حسین اورعی
ناشر: ویرسو
شمارگان: یکصد نسخه
نوبت چاپ: یکم
قیمت: هفتاد هزار تومان
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۹۴۳-۱-۹
آدرس، تلفن و سامانه الکترونیک:





فهرست

مقدمه مترجم ۹

مقدمه نویسندگان ۱۱

استراتژی‌های رشد ۱۵

عوامل مؤثر بر بازدید گردشگران و توسعه‌ی مقصد ۲۵

تصویر ذهنی، رضایت و وفاداری به مقصد گردشگری ۳۷

تصمیم به بازدید مجدد از مقصد گردشگری ۵۵

نقش بازاریابی در صنعت گردشگری هند ۶۹

هماهنگی مدیریت زنجیره‌ی تأمین در گردشگری ۸۳

هم‌انزایی صنعت گردشگری و صنعت بانکداری ۹۷

نقش ظرفیت‌های جغرافیایی در بازاریابی گردشگری ۱۰۷

دیدگاه شرکت‌ها در رابطه با عوامل ایجادکننده‌ی اعتماد ۱۳۵

نقش آمیخته‌ی بازاریابی در توسعه‌ی گردشگری روستایی ۱۴۵

بازاریابی گردشگری در ایالت ناگالند ۱۵۲

ارتقای اکوتوریسم ۱۶۷

عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی گردشگر ۱۸۳

استراتژی‌های ترویجی اکوتوریسم ۱۹۳

نقش رسانه‌های اجتماعی در صنعت گردشگری ۲۰۳

توسعه‌ی گردشگری در میانمار ۲۱۷

مزیت رقابتی در صنعت رستوران از طریق تنوع محصول ۲۳۵

مقدمه مترجم

امروزه صنعت گردشگری به یکی از حوزه‌های اساسی اقتصاد بسیاری از کشورها تبدیل شده است، به طوری که به عنوان صنعتی استراتژیک شناخته شده و بودجه‌های قابل توجهی صرف رشد و توسعه‌ی آن می‌کنند.

بدیهی است تنها با ایجاد زیرساخت‌های گردشگری باهدف تقویت جاذبه‌های گردشگری نمی‌توان درآمدهای مدنظر کشورها را تأمین نمود بلکه تحقق این هدف، مستلزم تدوین و اجرای استراتژی‌ها و فعالیت‌های بازاریابی به منظور افزایش قدرت جذب گردشگران است. در سال‌های اخیر این موضوع مورد توجه اکثر کشورها خصوصاً کشورهای دارای اقتصاد مبتنی بر گردشگری قرار گرفته و در این راستا پژوهش‌های متنوع و متعددی صورت گرفته است.

این کتاب نیز حاصل گردآوری تعدادی از این پژوهش‌هاست که در خصوص مکان‌ها و فعالان مختلف این حوزه، در اندازه‌ها و موقعیت‌های جغرافیایی متفاوت انجام شده است. موضوعات استراتژیک متنوعی در حوزه‌ی بازاریابی گردشگری از جمله استراتژی‌های رشد، رضایت و وفاداری گردشگر، عوامل آمیخته‌ی بازاریابی، هم‌افزایی صنعت گردشگری با سایر صنایع، نقش پتانسیل جغرافیایی و چگونگی به کارگیری رسانه‌های اجتماعی و سایر توسعه‌دهنده‌های تبلیغاتی از جمله مباحثی است که در این پژوهش با ذکر تجربه‌های مطالعات موردی بیان شده است.

در برگردان این کتاب، تلاش شده است ضمن رعایت اخلاق حرفه‌ای و انتقال مباحث و مفاهیم اساسی، درک و فهم متن، ساده‌سازی شود. لیکن بدیهی است مواردی وجود داشته باشد که می‌توان آن‌ها را بهبود بخشید لذا از محضر خوانندگان محترم تقاضا می‌شود به منظور بهبود اثر در چاپ‌های آتی، ما را از نقطه نظرات ارزشمند خود مطلع نمایند.

دکتر سید حسین اورعی

s.h.ouraei@gmail.com