

سازمان جهانی گردشگری

مدیریت گردشگری

تجربیات جهانی

(جلد دوم)

ترجمه

مهسا صدیق باز کیاگوراب

سعیده اسماعیلی

مژده پاسیار



سرشناسه	:	سازمان جهانی گردشگری
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت گردشگری / سازمان جهانی گردشگری / مترجم: مهسا صدیق
مشخصات نشر	:	تهران، ثوره، ۱۴۰۱
مشخصات ظاهری	:	ج: جدول، نمودار (رنگی)
شابک	:	ج. ۲: ۹-۹۸۱۲۵-۶۰۰-۹۷۸
یادداشت	:	عنوان اصلی: Policy and practice for global tourism, 2011
موضوع	:	گردشگری - مدیریت - بازاریابی
رده بندی کنگره	:	G155
رده بندی دیویی	:	۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۸۴۸۹۷۰

www.ketab.ir



ناشر: انتشارات ثوره

فروشگاه اینترنتی: www.thoureh.ir

پست الکترونیکی: info@thoureh.ir

تلفن مرکز پخش: ۰۹۰۱۱۹۶۴۵۲۴

نام کتاب: مدیریت گردشگری (تجربیات جهانی) - جلد دوم

نوشته‌ی: سازمان جهانی گردشگری

ترجمه: مهسا صدیق بازکیاگوراب، سعیده اسماعیلی، مژده پاسیار

صفحه آرایشی: انتشارات ثوره

چاپ اول: ۱۴۰۱ خورشیدی. تهران.

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۶۵۰,۰۰۰ ریال

تمامی حقوق مادی و معنوی این اثر برای مترجمین محفوظ است.

فهرست مطالب

۱۱	فصل هفتم
۱۱	۱.۷. مقدمه
۱۴	۲.۷. مزایای بازاریابی الکترونیکی
۱۶	۳.۷. چالش‌های اصلی
۱۷	۴.۷. تکنیک‌های بازاریابی الکترونیکی برای هر مرحله از «سفر مشتری»
۲۱	۵.۷. ده کلید موفقیت بازاریابی الکترونیکی کسب و کارهای گردشگری
۲۱	۱.۵.۷. به حداکثر رساندن ارزش طول عمر مشتریان - شروع و حفظ ارتباط از طریق مدیریت ارتباط با مشتری
۲۳	۲.۵.۷. ایجاد یک تجربه‌ی وبسایت هیجان‌انگیز که کاربران می‌توانند از طریق موتورهای جستجو پیدا کنند
۲۷	۳.۵.۷. حفظ محتوا با کیفیت بالا
۲۸	۴.۵.۷. قابلیت رزرو آن‌لاین
۲۹	۵.۵.۷. مشارکت در شبکه‌های اجتماعی
۳۹	۶.۵.۷. دستیابی به توزیع: تا جای ممکن به مشتریان بالقوه دست یابید
۴۱	۷.۵.۷. بازاریابی پست الکترونیکی: با مشتریان فعلی و مشتریان بالقوه در تماس باشید
۴۳	۸.۵.۷. تلفن‌های هوشمند: با بازدیدکنندگان از قبل و حین بازدیدشان ارتباط برقرار می‌کند
۴۵	۹.۵.۷. همکاری با سایر کسب و کارهای محلی
۴۷	۱۰.۵.۷. اندازه‌گیری و ارزیابی عملکرد
۵۲	۶.۷. در جستجوی بازار پیشرو و روند تکنولوژی
۵۲	۱۶.۷. کاربران آن‌لاین - در زمان فعلی
۵۳	۲۶.۷. پیوند دستگاه‌ها و خدمات
۵۴	۳۶.۷. بازار سفر
۵۶	۴۶.۷. شبکه‌های اجتماعی و محتوای تولید شده توسط کاربر
۵۷	۵۶.۷. استفاده از ویدئو
۵۹	فصل هشتم
۵۹	۱.۸. مقدمه
۶۳	۲.۸. مشارکت‌های عمومی - خصوصی
۶۷	۳.۸. شبکه‌های کسب و کار گردشگری
۷۳	۴.۸. نقش هماهنگ‌کننده‌ی سازمان‌های مدیریت مقصد منطقه‌ای
۷۵	۵.۸. مشارکت گسترده‌تر

۷۹.....	۶.۸ برنامه‌های آینده
۸۳.....	فصل نهم
۸۳.....	۱.۹. مقدمه
۸۴.....	۲.۹ مدیریت منابع انسانی
۸۵.....	۱.۲.۹ مسائل و چالش‌های کلیدی مرتبط با مدیریت منابع انسانی
۸۶.....	۲.۲.۹ پاسخ به موضوعات و چالش‌های مطرح شده در مدیریت منابع انسانی
۹۱.....	۳.۹ آموزش و تعلیم
۹۵.....	۱.۳.۹ نقش سازمان جهانی گردشگری در آموزش و تعلیم
۹۹.....	۴.۹ مدیریت سرمایه انسانی
۱۰۱.....	۱.۴.۹ روش‌های جدید مدیریت
۱۰۴.....	۲.۴.۹ بهبود شرایط کار و وضعیت استخدام در بخش گردشگری
۱۰۵.....	۵.۹ موضوعات آینده برای مدیریت منابع انسانی در گردشگری
۱۱۳.....	فصل دهم
۱۱۳.....	۱.۱.۱۰ مقدمه
۱۱۵.....	۲.۱.۰ بحران چیست؟
۱۲۰.....	۳.۱.۰ مدیریت بحران
۱۲۹.....	۴.۱.۰ کسب و کارهای کوچک و متوسط و مدیریت بحران
۱۳۲.....	۵.۱.۰ سازمان‌های مدیریت مقصد و مدیریت بحران
۱۳۹.....	۶.۱.۰ شیوع (H1N1) ۲۰۰۹: آنچه در پشت صحنه اتفاق افتاد
۱۳۹.....	۱۶.۱.۰ آغاز
۱۴۰.....	۲۶.۱.۰ چالش‌ها
۱۴۲.....	۳۶.۱.۰ درس‌هایی که تاکنون آموخته شده‌اند
۱۴۵.....	۴۶.۱.۰ نتیجه‌گیری
۱۴۶.....	فصل یازدهم
۱۴۶.....	۱.۱.۱۱ مقدمه
۱۴۷.....	۲.۱.۱۱ تحقیقات آینده: مروری کلی
۱۵۳.....	۳.۱.۱۱ برنامه‌ریزی سناریو
۱۵۵.....	۴.۱.۱۱ پیش‌بینی تقاضا
۱۶۲.....	۵.۱.۱۱ روندهای کلیدی برای آینده
۱۶۲.....	۱.۵.۱۱ گردشگری بدون نفت