

گردشگری اسلامی

دکتر حمید قابلی

محمد رضا باقری، ندا سلطانی، سید جعفر قدیری نژاد

عنی مخطوط، امیر حسین نورالدینی



نشر سورمه
رفستجان - ۱۳۹۳

عنوان و نام پدیدآور: گردشگری اسلامی / حمید تلیلی - (و دیگران)

مشخصات نشر: رفسنجان / سورمه ۱۳۹۳

نوبت چاپ: اول

مشخصات ظاهری: ۱۹۲ صفحه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۳۰۰۲۰-۵

وضعیت فهرست نویسی: فبا

بافت: مولفان: حمید تلیلی، محمد رحمتی، ندا سلطانی، سید جعفر قدیری نژاد، علی محفوظی، امیر حسین نورالدینی

موضوع: گردشگری

موضوع: گردشگری - جنبه های مذهبی - اسلام

موضوع: گردشگری - ایران

شناسه افزوده: حمید تلیلی، ۱۳۵۲

رده بندی کنگره: G ۱۵۵/۱۴ ۱۳۹۳

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۲۷۹۱

شماره کتبخانی ملی: ۳۳۹۱-۲۵



نشر سورمه

رفسنجان / سورمه
کوچه ۲۱ جنب درمانگاه امام خمینی
مستدوق پست: ۱۹۶
دورنگار: ۰۳۹۱۵۲۳۹۶۰۲
پست الکترونیک: mail Co
Nashresoorme

کلیه حقوق مربوط به چاپ
ناشر محفوظ است

گردشگری اسلامی

نویسندگان: حمید تلیلی، محمد رحمتی، ندا سلطانی، سید جعفر قدیری نژاد، علی محفوظی،

امیر حسین نورالدینی

مدیر هنری: امیر حسین نورالدینی

طرح جلد و گرافیک: مسعود نورالدینی

مشقچہ: آرای قاطمه مطلی

شمارگان: ۱۰۰۰

چاپ: لیتوگرافی - صحافی: سورمه

قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال

فهرست

فصل اول: کلیات گردشگری (مبانی و مفاهیم)

۱۳	تعاریف گردشگری
۱۵	گردشگری، بازاریابی و تفریح
۱۶	تعریف گردشگری
۱۸	انواع گردشگری
۲۱	۱. گردشگری فرهنگی
۲۳	۲. گردشگری هنری
۲۴	۳. گردشگری تاریخی
۲۴	۴. گردشگری تفریح و تفرج
۲۵	۵. گردشگری دریایی
۲۵	۶. گردشگری طبیعت
۲۶	۷. گردشگری تجاری و بازرگانی
۲۷	۸. گردشگری شهری
۲۷	۹. گردشگری روستایی
۲۸	۱۰. گردشگری قومی و عشایری
۲۹	۱۱. گردشگری مذهبی
۳۰	۱۲. گردشگری ورزشی
۳۰	۱۳. گردشگری ماجراجویانه
۳۱	۱۴. گردشگری جنسی
۳۱	۱۵. گردشگری سلامت
۳۲	۱۶. گردشگری فضا
۳۲	۱۷. گردشگری الکترونیکی

۳۳	۱۸. گردشگری مجازی
۳۴	۱۹. گردشگری بیابانی
۳۴	۲۰. گردشگری آموزشی و علمی و گردهمایی
۳۴	۲۱. گردشگری کاری
۳۵	اهمیت گردشگری
۳۵	توسعه گردشگری فرهنگی، احیای غرور ملی است
۳۶	گردشگری و افزایش درآمد ملی
۳۸	تاریخچه گردشگری در ایران و جهان
۳۸	تاریخچه گردشگری
۴۴	سینه تاریخی گردشگری در ایران
۴۷	جایگاه گردشگری در اسلام
۴۸	اهداف گردشگری در اسلام
۴۹	مبانی گردشگری
۵۲	گردشگری در ایران
۵۴	گردشگری از نگاه روانشناسی
۵۵	ابعاد و انواع گردشگری اسلامی

فصل دوم: مبانی گردشگری

۵۹	مقدمه
۶۱	نقش دولت ها در توسعه گردشگری
۶۵	اقتصاد گردشگری
۶۶	سیاست اقتصادی
۶۷	آثار مثبت اقتصادی
۶۸	آثار منفی اقتصادی
۶۸	ابعاد اقتصادی
۶۹	دیدگاه اقتصادی
۷۰	منافع اقتصادی
۷۱	مدیریت گردشگری
۷۲	گردشگری به مثابه سیستم
۷۲	بهبود سیستم مدیریت در حوزه گردشگری
۷۵	گردشگری و تجارت

۷۶	گردشگری و بازاریابی
۷۸	عوامل موثر در توسعه گردشگری
۸۰	تأثیر فرهنگ بر گردشگری
۸۱	جاذبه های فرهنگی گردشگری
۸۳	تأثیر عوامل اجتماعی بر گردشگری
۸۳	آثار فرهنگی - اجتماعی جهانگردی
۸۴	عوامل اجتماعی
۸۴	تأثیرات مثبت اجتماعی
۸۴	راهکارهای اجتماعی
۸۵	عوامل مؤثر در شناختی در توسعه گردشگری
۸۶	انگیزه گردشگری
۸۷	نقش تبلیغات در توسعه گردشگری
۸۷	تبلیغات داخلی
۸۸	تبلیغات خارجی
۸۸	دورنمای گردشگری
۸۸	تأثیر عوامل سیاسی بر گردشگری
۸۹	راهکارهای سیاسی و بین المللی
۹۰	نقش امنیت در گردشگری
۹۰	امنیت لازمه توسعه
۹۱	راهکارهایی در راستای تأمین امنیت گردشگران
۹۲	تأثیر اقتصاد بر گردشگری
۹۵	مدل های گردشگری
۹۶	نظریه باتلر

فصل سوم: اصول و مبانی گردشگری در اسلام

۱۰	مقدمه
۱۰۸	وحدت اسلامی
۱۰۸	انواع گردشگری در اسلام
۱۰۸	۱- گردشگری زیارتی
۱۰۹	۲- گردشگری حلال
۱۰۹	۳- گردشگری مسیحی

۴- گردشگری جنگ.....	۱۱۰
۵- گردشگری سیاه.....	۱۱۰
۶- گردشگری معنوی.....	۱۱۰
۷- گردشگری درمانی.....	۱۱۱
۸- گردشگری خلاق و و آور.....	۱۱۱
آداب سفر در اسلام.....	۱۱۲
گردشگری در آینه آیات و روایات.....	۱۱۳
۱. جایگاه گردشگری در قرآن.....	۱۱۴
۲. احادیث اسلامی درباره گردشگری.....	۱۲۱
گردشگری زمینه ساز وحدت اسلامی.....	۱۲۳

فصل چهارم: مبانی و حقوق جهانگردان از دیدگاه منابع اسلامی

مقدمه.....	۱۲۹
بخش اول: مبانی و اصول.....	
۱. کرامت انسانی.....	۱۳۰
۲. عدالت.....	۱۳۲
۳. وفا به عهد.....	۱۳۲
۴. دعوت.....	۱۳۴
۵. تألیف قلوب.....	۱۳۵
بخش دوم: حقوق جهانگردان.....	
۱. حق امنیت.....	۱۳۷
۲. حق ورود، اقامت، عبور و مرور و خروج از کشور.....	۱۳۹
۳. حقوق دیگر.....	۱۴۲
نتیجه.....	۱۴۹

فصل پنجم: مدیریت استراتژیک گردشگری

مقدمه.....	۱۵۳
تعریف استراتژی.....	۱۵۴
مدیریت استراتژیک.....	۱۵۴
برنامه ریزی استراتژیک.....	۱۵۵
ویژگی های برنامه ریزی استراتژیک.....	۱۵۵

۱۵۶	مراحل برنامه ریزی استراتژیک
۱۵۷	رویکردهای گردشگری
۱۵۹	تعریف برنامه ریزی استراتژیک گردشگری
۱۵۹	مراحل برنامه ریزی استراتژیک گردشگری
۱۵۹	مرحله اول: چشم انداز
۱۵۹	مرحله دوم: بیانیه مأموریت
۱۵۹	مرحله سوم: تعیین اهداف
۱۵۹	مرحله چهارم: تدوین استراتژی
	شناسایی عوامل خارجی و داخلی تأثیر گذار بر صنعت گردشگری ایران
۱۶۰	بررسی عوامل خارجی صنعت گردشگری در ایران
۱۶۰	۱. محیط مولود
۱۶۱	۲. محیط اداری و قانونی
۱۶۱	۳. محیط اقتصادی
۱۶۱	۴. محیط اجتماعی/ فرهنگی
۱۶۱	۵. محیط رقابتی
	فرصتها و تهدیدها
۱۶۲	الف) فرصتها
۱۶۴	ب) تهدیدها
	بررسی عوامل داخلی صنعت گردشگری در ایران
۱۶۶	الف) نقاط قوت
۱۷۰	ب) نقاط ضعف
۱۷۸	استراتژیهای گردشگری کشور
۱۸۱	چند نکته در رابطه با یکارگیری راهبردهای توسعه صنعت توریسم
۱۸۲	خلاصه فصل
۱۸۳	منابع و مآخذ