

International Conference on Management
نقش بازاریابی هنری در گردشگری پایدار بین المللی

نگار طول گیلانی^{۱*}، فاطمه اکبری^۲

۱- نویسنده مسئول^{*}: دانشجوی کارشناسی ارشد هنر دانشگاه هنر اسلامی

تبریز، ایران

negar_gillani@yahoo.com

۲- عضو هیأت علمی دانشگاه هنر اسلامی تبریز، ایران

Fakbari54@gmail.com

چکیده

امروزه فعالیت های هنری، نقش مهمی را در پایداری گردشگری بین المللی ایفا می کنند و بنابراین به بخش جدایی ناپذیری از برنامه ریزی دولت ها برای توسعه صنعت گردشگری تبدیل شده اند. در این میان، یکی از مهم ترین دغدغه های مدیران در این حوزه، درک رفتار گردشگران هنری در برنامه ریزی برای بازار گردشگری پایدار و همچنین ایجاد یک برنامه بازاریابی مؤثر برای توسعه فعالیت های هنری می باشد. با توجه به خلأ تئوریک در این حوزه، مقاله حاضر در نظر دارد ضمن مرور عمیق مبانی نظری و پیشینه تحقیق، متدولوژی مناسبی برای ساماندهی پژوهش ها در این حوزه ارائه دهد. نتایج پژوهش می تواند مورد استفاده دانشجویان تحصیلات تکمیلی و سیاست گذاران این حوزه قرار گیرد.

واژگان کلیدی: بازاریابی هنر، آمیخته بازاریابی، رفتار مصرف کننده، گردشگری.