



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

یک ابزار تحقیقاتی بازاریابی برای طراحی آرم سازمان های مدیریت  
مقصد گردشگری

عنوان انگلیسی مقاله :

A marketing research tool for destination marketing  
organizations' logo design



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل  
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



## بخشی از ترجمه مقاله

### 4.Discussion

As an exploratory study, this research argues that proper choice of color is critical in developing destination logos because color is one of the main vehicles that communicate image, cut through clutter to gain attention, and speed up recognition of the destination (Hem & Iversen, 2004). As a result, tourism marketing managers must develop a better understanding of the effects of color in order to make informed decisions in the development of strong destination logos. Tourists often perceive destination image through its logo, which has been an important contributor in determining destinations' representativeness, visual brand awareness, and marketing effectiveness (Morgan et al., 2013).

#### ۵. نتیجه‌گیری

کشور هائیتی به عنوان یکی از مقصدهای گردشگری، از سال ۱۹۶۰ تاکنون از خود یک تصویر عدم اطمینان و عدم ایمنی نشان داده است. سازمان مدیریت مقصد گردشگری هائیتی برای به دست آوردن مجدد محبوبیت خود، اقدام به معرفی یک آرم جدید نموده است. این مقاله موضوع انتخاب یک آرم جدید را مورد پرسش قرار نداده است. در عوض، کانون تمرکز این مقاله، طراحی آرم (شامل رنگ‌های مورد استفاده) و به ویژه فقدان تحقیقات تجربی برای اتخاذ تصمیمات آگاهانه بوده است. این مطالعه چارچوبی مفهومی ارائه می‌کند تا رنگ‌های مناسب برای آرم سازمان مدیریت مقصد گردشگری تعیین گردند. این چارچوب رابطه‌ای بین رنگ و تاثیر آن بر توان رقابتی سازمان‌های مدیریت مقصدهای گردشگری برقرار نموده است.



### توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.