



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

بازاریابی ارتباطی استراتژیک در صنعت گردشگری زیارتی

عنوان انگلیسی مقاله :

Strategic Marketing Communication in Pilgrimage Tourism



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

6. Conclusion

Globalization increases the level of competition also in religious and pilgrimage tourism that became an important tourism business. Especially less-known destinations and sites in Slovakia should use all the suitable marketing tools to communicate with visitors including internet communications. Limited financial resources on both destinations and visitors side in Slovakia and the availability and relatively low cost of Internet predetermine this medium to become dominant in strategic interactive communication with visitors.

Increase the awareness of religious and pilgrimage sites should be a priority in the coming years for Prešov region. Religious and public educational institutions should play important role in this process. Also municipalities responsible for tourism a regional development should coordinate this process. Collaboration and partnership between church, regional tourism organization and destination management organizations are crucial to reach this goal. For this purpose, all suitable communication channels should be used. Previous attempts to promote religious and pilgrimage sites were performed before by the separate activities and there was no systematic approach.

6. نتیجه‌گیری

جهانی‌سازی سطح رقابت را در گردشگری زیارتی و مذهبی افزایش می‌دهد. گردشگری زیارتی به‌عنوان گردشگری تجارتي مهم شناخته شده است. اماکن کمتر شناخته شده در اسلواکی باید از همه ابزارهای مناسب بازاریابی مثل اینترنت، برای ارتباط با بازدیدکنندگان استفاده شود. منابع مالی محدود برای اماکن و بازدیدکنندگان در اسلواکی و در دسترس بودن و قیمت نسبتاً پایین تعرفه اینترنت، باعث شده تا این رسانه در روابط استراتژیک متقابل با بازدیدکنندگان به‌عنوان رسانه‌ای غالب شناخته شود.

افزایش بازدید از اماکن مذهبی و زیارتی در سال‌های آینده در پرفشاری باید در اولویت قرار گیرد. مؤسسات مذهبی و آموزش عمومی در این فرآیند باید نقش مهمی ایفا کنند. شهرداری‌ها در برابر رشد گردشگری منطقه‌ای مسئول هستند و باید در این فرآیند هماهنگ عمل کنند. همکاری‌ها و شراکت میان کلیسا، سازمان گردشگری منطقه‌ای و سازمان مدیریت اماکن برای دستیابی به این هدف از اهمیت برخوردارند. برای این منظور، از همه کانال‌های ارتباطی مناسب باید استفاده شود. تلاش‌هایی که در گذشته برای ارتقای مکان‌های زیارتی و مذهبی انجام شده، فعالیت‌هایی جداگانه و فاقد رویکردی نظام‌مند بودند.

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.

