



# دانشگاه شهید بهشتی

رویداد ارائه نیازهای فناورانه گردشگری شهری



پاییز ۱۴۰۰



---

**. نیازهای فناورانه**

۱. چالش توسعه زیرساخت های حمل و نقل و پارکینگ برای بازدیدکنندگان و ساکنان محلی
۲. گستره محدود پهنه ها و سایت های گردشگری موجود در عرصه و نیاز به افزایش و متنوع سازی آنها
۳. عدم ایفای نقش موثر توسعه گردشگری در بهبود کیفیت زندگی شهروندان عرصه ثبت جهانی باغت تاریخی شهر یزد

## شناختنامه

### ۱. عنوان نیاز

“چالش توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل و پارکینگ برای بازدیدکنندگان و ساکنان محلی”

### ۲. شرح نیاز

وضعیت زیرساخت‌های حمل و نقل و پارکینگ عرضه ثبت جهانی بافت تاریخی شهر گردشگر یزد مناسب نیست و با چالش‌های فراوانی روبرو است که امکان زیست ساکنان محلی و اقامت گردشگران را به شدت کاهش داده است. حضور خودروهای شخصی و استفاده از انواع موتورسیکلت‌های فرسوده و پرسروصدا و عدم وجود با رعایت اصول و ضوابط جلوگیری کننده از انواع آلودگی‌های هوا، صوتی، بصری، ادراکی و ... بر پیچیدگی وضعیت افزوده است. بنابراین لازم است با توجه به وضعیت خاص بافت تاریخی ثبت جهانی‌شده که امکان ایجاد زیرساخت‌های حمل و نقل و فضای پارکینگ به مانند بهانه‌های نوساز را نمی‌دهد و نیز ضرورت ایجاد حمل و نقل ویژه در درون بافت، پیشنهادات نوآورانه‌ای در این زمینه ارائه شوند.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

زیرساخت حمل و نقل

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

گردشگری و استقرار (سکونت) محلی

### ۵. حوزه اصلی توانمندی موردنیاز

توانایی در ارائه طرح‌های نوآورانه و کاربردی در ایجاد فضاهای پارکینگ و حمل‌ونقل درون بافت تاریخی ثبت جهانی شده

### ۶. ویژگی‌ها و خروجی‌های مورد انتظار

- طراحی پارکینگ‌های ویژه در فضاهای مطلوب پیرامون بافت تاریخی با توجه به تقاضا
- طراحی مسیرها و شبکه حمل و نقل درون بافت تاریخی با توجه به ویژگی‌های کالبدی-نظام سکونت‌گاهی و بهره‌برداری کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری و فراتر
- ارائه وسایل و ابزارهای حمل و نقل پاک، کارآمد و پایدار در درون بافت تاریخی

## شناسنامه

### ۱. عنوان نیاز

«گستره محدود پهنه‌ها و سایت‌های گردشگری موجود در عرصه و نیاز به افزایش و متنوع‌سازی آنها»

### ۲. شرح نیاز

گستره پهنه‌ها و سایت‌های گردشگری موجود در عرصه ثبت جهانی بافت تاریخی شهر گردشگر بزد، غیربم توانمندی‌های بالای تمام فضای این عرصه، محدود است. اگرچه پهنه‌ها و سایت‌های فعلی توسعه یافته نیز از تمام توانمندی خود برای ارائه تجربه ویژه به گردشگران و بازدیدکنندگان استفاده نمی‌کنند. در نتیجه از سویی بر پهنه‌ها و سایت‌های محدود فعلی، فشار بهره‌برداری بیش از ظرفیت تحمل آنها وارد می‌شود و از سویی دیگر از سایر توانمندی‌ها استفاده نشده و مدت اقامت و هزینه کرد گردشگران و بازدیدکنندگان پایین مانده است. بنابراین این نیاز احساس می‌شود که گستره پهنه‌ها و سایت‌های گردشگری موجود در عرصه بافت تاریخی ثبت جهانی‌شده افزایش یافته و بر بهبود تجربه گردشگری، به ویژه با تاکید بر استفاده از عناصر ناملموس فرهنگی تمرکز شود.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

مهیاسازی سایت‌ها و جاذبه‌های گردشگری، متنوع‌سازی تجربه گردشگری

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

گردشگری و فراغت

### ۵. حوزه اصلی توانمندی موردنیاز

ارائه طرح‌های بهبود بهره‌برداری از پهنه‌ها و سایت‌های گردشگری فعلی و توسعه سایر پهنه‌ها و سایت‌های دارای توانمندی در بافت تاریخی ثبت جهانی شده

### ۶. ویژگی‌ها و فروعی‌های مورد انتظار

- تعریف مسیرها، گریدورها و لوپ‌های جدید گردشگری درون محدوده ثبت جهانی‌شده بافت تاریخی
- مهیاسازی پهنه‌ها و سایت‌های فعلی برای بهره‌برداری بیشتر
- تعیین و مهیاسازی پهنه‌ها و سایت‌های جدید گردشگری
- تولید و ارائه محتوا در زمینه سایت‌های فعلی و آتی گردشگری عرصه با تاکید بر پیوست‌های اجتماعی و فرهنگی

## شناسنامه

### ۱. عنوان نیاز

“عدم ایفای نقش موثر توسعه گردشگری در بهبود کیفیت زندگی شهروندان عرصه ثبت جهانی بافت تاریخی شهر یزد”

### ۲. شرح نیاز

وضعیت فعلی توسعه بافت تاریخی ثبت جهانی شده به گونه‌ای است که علاوه بر وجود مشکلات زیرساختی، اجتماعی-فرهنگی، کالبدی و ... که زیست شهروندان عرصه ثبت جهانی بافت تاریخی شهر یزد را نامطلوب ساخته، کمترین میزان انتفاع اقتصادی ناشی از توسعه و بهره‌برداری گردشگری را برای آنها به همراه دارد. بنابراین به طراحی الگویی نیاز است تا تاثیر توسعه گردشگری بر بهبود کیفیت زندگی ساکنان ملموس شود.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

توسعه اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی با تاکید بر توسعه کسب‌وکارهای محلی، مشارکتی و متوسط و کوچک مقیاس معطوف به گردشگری و فراغت

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

گردشگری، برنامه‌ریزی شهری و اجتماعی-فرهنگی

### ۵. حوزه اصلی توانمندی موردنیاز

ارائه طرح‌های توانمندسازی ساکنان محلی و صاحبان کسب و کارهای مرتبط با گردشگری در شکل‌گیری مشارکت‌ها و انتفاع اقتصادی معطوف به افزایش رضایت گردشگران و بهبود کیفیت تجربه گردشگری

### ۶. ویژگی‌ها و خروجی‌های مورد انتظار

- توانمندسازی ساکنان محلی و صاحبان کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در شکل‌گیری مشارکت‌های اقتصادی و کسب و کارانه
- افزایش میزان انتفاع اقتصادی ساکنان محلی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی آنها
- افزایش رضایت گردشگران و بهبود کیفیت تجربه بازدیدکنندگان

---

**. نیازهای فناورانه**

۱. توسعه انواع فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای افزایش و بهبود اثربخشی فعالیت‌های گردشگری و استفاده از منابع و زیرساخت‌ها

۲. هوشمندسازی همه جانبه و هم پیوند در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی، کالبدی و ... در شهر یزد

## شناسنامه

### ۱. عنوان نیاز

"توسعه انواع فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای افزایش و بهبود اثربخشی فعالیت‌های گردشگری و استفاده از منابع و زیرساخت‌ها"

### ۲. شرح نیاز

از جمله مهم ترین اثرات و کاربردهای فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در حوزه گردشگری، افزایش توانایی مدیریت شهری در دستیابی به اهداف تعیین شده، افزایش تعامل موثر بین عرضه و تقاضای گردشگری و بهبود وضعیت زیرساخت‌ها و مهیاسازی منابع و جاذبه‌های گردشگری مبتنی بر گردآوری و تجزیه و تحلیل داده ها، کنترل، نظارت و پایشی است که با استفاده از این فناوری ها در مقیاس وسیع و به صورت یکپارچه امکان پذیر می‌شود. این توانمندی است که مدیریت شهری یزد، به ویژه در حوزه گردشگری، علیرغم تجهیز نسبی ولی ناکافی به این فناوری ها در برخی حوزه ها، مانند تهیه محتوای واقعیت مجازی، نصب دوربین‌ها و سنسورها و ... در اکنون خود فاقد آن است.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و مدیریت گردشگری

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

مدیریت شهری و گردشگری

### ۵. حوزه اصلی توانمندی موردنیاز

اینترنیت اشیا، برداش ابری، دستگاه‌های کاربر نهایی، سامانه گردآوری و تجزیه و تحلیل بزرگ داده‌ها

### ۶. ویژگی ها و خروجی های مورد انتظار

- تجهیز شهر یزد به انواع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به صورت یک سامانه یکپارچه و هم پیوند با زیرساخت ها و ساختارهای سازمانی تصمیم ساز و سیاست گذار
- استفاده بهینه از زیرساخت های شهری برای توسعه فعالیت‌های گردشگری
- افزایش و بهبود اثربخشی فعالیت‌های گردشگری با توجه به امکان استفاده از بزرگ‌داده‌ها برای تصمیم گیری در زمان و مکان واقعی



## شناسنامه

### ۱. عنوان نیاز

“هوشمندسازی همه جانبه و هم پیوند در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی، کالبدی و ... در شهر یزد”

### ۲. شرح نیاز

پژوهشگران از دهه ۹۰ میلادی، از واژه شهرهای هوشمند به عنوان یک شناسه استفاده کرده‌اند. مفهوم شهر هوشمند به این معنی است که شهرها برای ایجاد تمایز و ترویج خلاقیت و نوآوری در شهرها از راهبرد هوشمندی استفاده میکنند. شهر هوشمند بودن یک آرزو برای شهرها است و برای دستیابی به آن برنامه‌های بلندمدتی را توسعه داده‌اند. در شهرهای هوشمند، از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای مدیریت عملکردهای مختلف شهر استفاده می‌شود. به کارگیری مولفه‌های هوشمندی در شهرها در نهایت منجر به پایداری، کیفیت زندگی و خدمات مناسب برای شهروندان خواهد شد. مفهوم شهر هوشمند پیچیده بوده و تنها مرتبط با ایجاد زیرساخت فناوری های اطلاعات و ارتباطات نیست و استفاده از ظرفیت این فناوری‌ها برای مدیریت اطلاعات و منابع برای بهبود کیفیت زندگی مردم شهرها را نیز در برمی‌گیرد. در شهر یزد اقدامات چندی در زمینه توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و تلاش برای هوشمند شدن آن مانند قرارگیری این شهر در زمره شهرهای هوشمند دوازده‌گانه کشور (۱۳۹۵)، تهیه بیانیه چشم‌انداز شهر هوشمند یزد (۱۳۹۵) و برگزاری جلسات هم‌اندیشی مسئولان استانی و شهری با محوریت کانون تفکر شهر هوشمند یزد با مشارکت دانشگاه یزد، دولت، شهرداری و بخش خصوصی برای پیشنهاد راهکارهای حرکت هدفمند و همه‌جانبه در زمینه هوشمندی انجام شده است. با این وجود، در زمینه هوشمندسازی شهر یزد، اقدام یکپارچه و هدفمندی صورت نگرفته است.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

انواع تخصص‌های مرتبط با مدیریت شهری، فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی، برنامه ریزی اجتماعی و مدیریت و برنامه ریزی گردشگری

## شناختنامه

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

مدیریت شهری و گردشگری

### ۵. حوزه اصلی توانمندی مورد نیاز

طراحی و اجرای نرم افزار و سخت افزار فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی، طراحی پلتفرم گردشگری هوشمند و سامانه مدیریت مقصد گردشگری شهر یزد

### ۶. ویژگی ها و خروجی های مورد انتظار

- امکان پذیر شدن کاربرد فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و فناوری های نوین در حوزه افزایش بهره وری فعالیت های گردشگری و استفاده از منابع گردشگری، بهبود شرایط زیستی و افزایش کیفیت زیست محیطی مقصد گردشگری و بهبود و متنوع سازی تجربه گردشگری
- ایجاد امکان خلق تجربه مشترک بین عرضه کنندگان و متقاضیان خدمات گردشگری
- افزایش اثربخشی و کارایی توسعه مقصد گردشگری شهر یزد
- شکل گیری و اجرایی شدن مقصد هوشمند گردشگری شهر یزد با رویکرد افزایش زیست پذیری، برابری، پایداری و بهره وری تعامی عملکردهای سیستم گردشگری مقصد شهری در وجوه مختلف آن شامل عرضه، تقاضا و مدیریت اثرات با تاکید بر شکل گیری مولفه ها با ابعاد شش گانه یک مقصد شهری هوشمند شامل فضای کسب و کار گردشگری، محیط گردشگری، ساکنان / گردشگران، زندگی ساکنان / تجربه گردشگران، حاکمیت / مدیریت و دسترسی / حمل و نقل

---

. نیازهای فناورانه

۱. افزایش ظرفیت گردشگری شهری با هدف تحول آفرینی اقتصادی برای شهر یزد

۲. توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و ایجاد هم افزایی کسب و کارهای مرتبط در  
زنجیره ارزش گردشگری شهر یزد

## شناسنامه

### ۱. عنوان نیاز

"افزایش ظرفیت گردشگری شهری با هدف تحول آفرینی اقتصادی برای شهر یزد"

### ۲. شرح نیاز

شهر یزد علیرغم توانمندی بسیار در حوزه گردشگری و مطرح بودن به عنوان یکی از مقصدهای اصلی گردشگر پذیر خارجی کشور، اما با چالش‌های متعددی به‌ویژه در حوزه اثرگذاری توسعه گردشگری بر اقتصاد شهری روبرو است. پایین بودن میانگین مدت اقامت گردشگران در یزد (گردشگران خارجی متوسط دو روز در یزد اقامت می‌کنند) و هزینه گرد به نسبت پایین گردشگران در یزد (گردشگران خارجی متوسط ۳۰ دلار در طی اقامت در یزد هزینه می‌کنند)، نشان‌دهنده ناچیز بودن اثرگذاری مثبت اقتصادی گردشگری بر زندگی مردم محلی است. همچنین گردشگری این شهر از آسیب پذیری بسیار بالایی نسبت به بروز بحران‌ها برخوردار است که بر توانمندی آن برای تحول آفرینی اقتصادی در شهر یزد، اثر منفی می‌گذارد.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

اقتصاد شهری و گردشگری- برنامه ریزی گردشگری

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

مدیریت شهری و گردشگری

### ۵. حوزه اصلی توانمندی مورد نیاز

توانایی در طراحی مدل‌های درآمد زایی اقتصادی با استفاده از ظرفیت های گردشگری شهری موجود و تعیین سناریوهای آتی افزایش اثربخشی اقتصادی گردشگری بر اقتصاد شهر یزد با تاکید بر توسعه کسب وکارها و انواع مشارکت ها در این حوزه

### ۶. ویژگی ها و خروجی های مورد انتظار

- ارائه مدل های درآمد زایی اقتصادی با استفاده از ظرفیت های گردشگری شهری موجود
- شکل‌گیری انواع مشارکت‌های خصوصی- خصوصی- دولتی و دولتی- دولتی در حوزه گردشگری برای ایجاد تحول در اقتصاد گردشگری شهری
- افزایش میزان اقامت و هزینه گرد گردشگران بازدیدکننده از شهر یزد با تاکید بر ارائه تجربیات گردشگری متنوع و پیشینه سازی رضایت گردشگران

## شناختنامه

### ۱. عنوان نیاز

“توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و ایجاد هم افزایی کسب و کارهای مرتبط در زنجیره ارزش گردشگری شهر یزد”

### ۲. شرح نیاز

سهام سه برابری شهرهای اصفهان و شیراز (به عنوان مقصدهای گردشگری رقیب و هم‌پیوند) از گردشگران ورودی خارجی نسبت به شهر یزد، آسیب‌پذیری بسیار بالای صنعت گردشگری استان نسبت به بروز بحران‌ها، به ویژه خروج ایالات متحده آمریکا از برجام و بحران همه‌گیری کووید ۱۹، متوسط رشد سه برابری تعداد گردشگران ورودی نسبت به تعداد تخت اقامتی در طول برنامه ششم توسعه و کمبود فضای اقامتی اسکان گردشگران، پایین بودن میزان اقامت و هزینه‌کرد گردشگران در شهر یزد، کاهش سهم گردشگران داخلی ورودی به استان در طی ۱۵ سال اخیر، ورود عمده گردشگران داخلی به استان به شکل شخصی و بدون استفاده از انواع گشت‌ها، پایین بودن هزینه‌کرد گردشگران خارجی ورودی به استان در حوزه خوراک و نوشیدنی، سوغاتی و صنایع دستی و تفریح و سرگرمی، پایین بودن سهم اقامت و تفریح و سرگرمی در هزینه‌کرد گردشگران داخلی ورودی به استان و عدم وجود هماهنگی کافی بین نهادی و بخشی سازمان‌ها، ارگان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری، همگی نشان از وجود مشکلات اساسی در زنجیره ارزش گردشگری شهر یزد دارد. در این میان عدم وجود هم افزایی در کسب و کارها در زنجیره ارزش گردشگری شهر یزد و مشکلات فرآروی فعالیت‌های کارآفرینی گردشگری، حلقه مفقوده‌ای است که عدم وجود آن، موجب ایجاد این چالش و مساله شده است.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

مدیریت کارآفرینی و شکل‌گیری زنجیره ارزش مطلوب گردشگری شهر یزد

---

## شناختنامه

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

مدیریت شهری و گردشگری

### ۵. حوزه اصلی توانمندی مورد نیاز

طراحی و اجرای الگوهای کارآفرینی گردشگری با تاکید بر شکل‌گیری و پایداری زنجیره ارزش گردشگری شهر یزد

### ۶. ویژگی‌ها و خروجی‌های مورد انتظار

- اجرایی شدن زنجیره ارزش مطلوب گردشگری شهر یزد
- افزایش و بهبود عملکرد فعالیت‌های کارآفرینی گردشگری
- بهبود شاخص‌های توسعه گردشگری شهر یزد در قالب سیستم گردشگری در سه حوزه عرضه، تقاضا و اثرات

---

. نیازهای فناورانه

۱. تولید محتوا تخصصی و هدفمند منطبق بر نیازها و خواسته های مخاطبان برای معرفی جاذبه های گردشگری شهری با تاکید بر معرفی های روایت گونه متنوع و مبتنی بر حقایق تاریخی و برساخت های بومی برای جاذبه های گردشگری شهر یزد

## شناسنامه

### ۱. عنوان نیاز

تولید محتوا تخصصی و هدفمند منطبق بر نیازها و خواسته های مخاطبان برای معرفی جاذبه های گردشگری شهری با تاکید بر معرفی های روایت گونه متنوع و مبتنی بر حقایق تاریخی و برساخت های بومی برای جاذبه های گردشگری شهر یزد\*

### ۲. شرح نیاز

عمده محتوای تولید شده برای معرفی جاذبه های گردشگری شهر یزد بر اساس تمرکز بر دیدگاه عرضه کنندگان بوده است تا منعکس کننده نیازها و خواسته های مخاطبان. در این بین ارائه روایت های گوناگون پیرامون هر سایت، به یک روایت ساده فروکاسته شده و این روایت ها نیز عمدتاً مبتنی بر حقایق تاریخی نیست و از برساخت های بومی به صورت حداقلی استفاده شده است. همچنین در ارائه این روایت ها نیز از توانمندی های فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی استفاده ناچیزی شده است.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

ایران شناسی و یزدشناسی، تاریخ و فرهنگ، باستان شناسی، جامعه شناسی، انسان شناسی، فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی، معماری و مرمت

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

مدیریت شهری و گردشگری

### ۵. حوزه اصلی توانمندی مورد نیاز

توانایی در تهیه و تدوین محتوای کاربردی، جذاب، غنی، صحیح و مبتنی بر خواسته ها و نیاز مخاطبان برای جاذبه ها و سایت های گردشگری شهر یزد با تاکید بر کاربرد فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی

### ۶. ویژگی ها و خروجی های مورد انتظار

- تجهیز جاذبه ها و سایت های گردشگری شهر یزد به فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی حاوی محتوای جذاب، غنی، صحیح و مبتنی بر خواسته ها و نیاز مخاطبان
- متنوع سازی تجربه گردشگری و افزایش میزان رضایت گردشگران
- ایجاد و کاربرد محتوای جذاب، غنی، صحیح و مبتنی بر خواسته ها و نیاز مخاطبان برای جاذبه ها و سایت های گردشگری شهر یزد



---

. نیازهای فناورانه

۱. سناریوهای تغییرات آبی در زمینه زیست محیطی، فرهنگ زیست شهری، منابع کالبدی و کاربری ها و عملکرد مطلوب برای هر سناریو

## شناسنامه

### ۱. عنوان نیاز

"سناریوهای تغییرات آبی در زمینه زیست محیطی، فرهنگ زیست شهری، منابع کالبدی و کاربری‌ها و عملکرد مطلوب برای هر سناریو"

### ۲. شرح نیاز

بروز تغییرات اقلیمی و زیست محیطی، تغییر در الگوهای رفتاری، فرهنگی-اجتماعی ناشی از انقلاب فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، آزادسازی تجارت و جهانی شدن، افزایش جمعیت شهر بزد، مهاجرت، افزایش میزان فعالیت‌های گردشگری در سطح جهان و کشور و... ضرورت تغییر در فرهنگ زیست شهری، کالبد شهری، زیرساخت‌ها، کاربری‌های نوین شهری و گردشگری را در آینده دور و نزدیک گریزناپذیر میسازد. از این رو پیش‌بینی سناریوهای آبی توسعه مقصد گردشگری شهری بزد و تعیین نحوه عملکرد مطلوب برای هر سناریو در صورت وقوع از اهمیت انکارناپذیری برخوردار خواهد شد.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

آینده پژوهی، مدیریت، علوم اجتماعی، برنامه ریزی شهری، شهرسازی، گردشگری

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

مدیریت گردشگری و مدیریت شهری

### ۵. حوزه اصلی توانمندی موردنیاز

توانمندی در ارائه سناریوهای آبی زیست شهر گردشگری و عملکرد مطلوب برای هر سناریو

### ۶. ویژگی‌ها و خروجی‌های مورد انتظار

- تعیین ساز و کار مدیریت مقصد برای راهبری شهر بزد به سوی سناریوی مطلوب
- بهبود کیفیت زندگی شهروندان و تجربه گردشگران آبی
- بازآفرینی شهری در قالب شهر گردشگری
- افزایش تاب آوری شهر بزد در حوزه گردشگری در زمان بحران
- ایجاد امکان تعاملات موثر اجتماعی-فرهنگی بین ساکنان و گردشگران در آینده
- شناسایی سناریو/ سناریوهای آبی توسعه گردشگری شهر بزد و راهکارهای دستیابی به عملکرد مطلوب

---

. نیازهای فناورانه

1. ضعف نظام مند در بازاریابی و تبلیغات مقصد گردشگری شهریزد با تاکید بر ایجاد شناسه (برند) مطلوب و ساختار موثر برگزاری رویدادها

## شناسنامه

### ۱. عنوان نیاز

"ضعف نظام‌مند در بازاریابی و تبلیغات مقصد گردشگری شهر یزد با تاکید بر ایجاد شناسه (برند) مطلوب و ساختار موثر برگزاری رویدادها"

### ۲. شرح نیاز

شهر یزد با وجود انتخاب به عنوان شهر پایدار جهان (بنیاد جهانی انرژی، ۱۳۹۶)، ثبت جهانی بخشی از بافت تاریخی آن در سازمان یونسکو (۱۳۹۶) و علیرغم دارا بودن توان بالقوه بالا در دارا بودن شناسه یا برند مطرح، متأسفانه تاکنون اقدامات نظام مندی در بهره‌گیری از این توانها برای برخورداری از یک برند یا شناسه مطرح در بین مقصدهای گردشگری شهری جهان را انجام نداده است. همچنین علیرغم انجام فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات مختلف، مانند شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی گردشگری و برگزاری رویدادهای مختلف، مجموعه اقدامات در این زمینه پراکنده، جسته و گریخته و بدون وجود یک طراحی کارآمد و از پیش اندیشیده بوده و امکان ارزیابی میزان کارایی و اثربخشی آنها فراهم نبوده است.

### ۳. حوزه تخصصی نیاز

بازاریابی و تبلیغات، برندسازی، مدیریت رویداد

### ۴. حوزه کاربرد نیاز

مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری شهری

### ۵. حوزه اصلی توانمندی موردنیاز

طراحی و اجرای طرح بازاریابی کارآمد و اثربخش با تاکید بر شناسه‌گذاری و تدوین ساختار مدیریت رویدادهای موثر

### ۶. ویژگی‌ها و خروجی‌های مورد انتظار

- تعیین شناسه یا برند مطلوب مقصد گردشگری شهر یزد
- ساماندهی فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات فعلی و اجرایی شدن یک نظام بازاریابی و تبلیغات موثر و کارآمد
- ارائه برنامه اجرایی منطبق بر تقویم رویداد و مناسبت‌ها همراه با محتوای غنی و جذاب برای مخاطبان

# قالب پیشنهادیه طرح

۱. عنوان طرح

۲. شماره نیاز (مطابق با دفترچه)

۳. اطلاعات مربوط به مجری طرح

۴. مشخصات کلی طرح

۵. دلایل و ضرورت طرح

۶. اهداف و خروجی‌های طرح

۷. روش‌شناسی اجرای طرح

۸. شرح خدمات اجرای طرح (شامل جزئیات، مراحل، بندها و بخشها)

۹. آنالیز هزینه اجرای طرح

۱۰. زمانبندی اجرای طرح

۱۱. همکاران

