



L'influence des médias sociaux sur le comportement des touristes

L'expérience chinoise

Type de publication : Article de revue

Revue : [European Review of Service Economics and Management](#) [Revue européenne d'économie et management des services](#)
2019 - 1, n° 7. varia

Auteurs : Luo (Yingchan), Zhang (Linjia), Duy (Jingjing)

Résumé : Le développement rapide des médias sociaux a transformé le tourisme traditionnel et ses modalités. Nous examinons les facteurs affectant l'influence des médias sociaux sur l'organisation des voyages touristiques, en nous appuyant sur les données collectées auprès de 445 répondants en Chine. L'usage des modèles de succès des systèmes d'information et de confirmation des attentes corrobore la plupart de nos hypothèses. Mais, l'âge et le sexe sont deux caractéristiques démographiques déterminantes.

Pages : 117 à 148

Revue : [Revue Européenne d'Économie et Management des Services](#)

Thème CLIL : 3306 -- SCIENCES ÉCONOMIQUES -- Économie de la mondialisation et du développement

EAN : 9782406092308

ISBN : 978-2-406-09230-8

ISSN : 2555-0284

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-09230-8.p.0117

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 20/05/2019

Périodicité : Semestrielle

Langue : Anglais

Mots-clés : Médias sociaux, comportement des touristes, management des destinations, tourisme, information

[Afficher en ligne](#)