

# 목 차

---

<b>제1장 서론</b> .....	<b>3</b>
제1절 연구의 배경 및 목적 .....	3
1. 연구의 배경 .....	3
2. 연구의 목적 .....	5
제2절 연구의 내용 및 방법 .....	5
1. 연구의 내용 .....	5
2. 연구의 방법 .....	6
3. 예상 결론 및 기대 효과 .....	7
<b>제2장 관광 제휴 마케팅의 이론적 고찰</b> .....	<b>11</b>
제1절 관광 제휴 마케팅의 이론 .....	11
1. 관광 제휴 마케팅의 개념 .....	11
2. 관광 제휴 마케팅의 중요성 .....	13
3. 관광 제휴 마케팅의 중요 영향 요인 .....	15
제2절 관광 제휴 마케팅의 형태 .....	18
1. 제휴 마케팅 대상에 따른 분류 .....	18
2. 제휴 마케팅의 전략적 형태에 따른 분류 .....	19
3. 업종 간 결합 형태에 따른 분류 .....	21
제3절 관광 제휴 마케팅의 프로세스 .....	22
1. 제휴 전략 목표 설정 .....	23
2. 적절한 제휴 파트너의 선정 .....	23
3. 목적에 맞는 제휴 구조 결정 .....	24
4. 제휴의 효율적 관리 .....	24
5. 제휴 평가 .....	25

<b>제3장 서울시 관광 제휴 마케팅 현황</b> .....	<b>29</b>
제1절 서울시 관광 현황 .....	29
1. 외래관광객 입국 현황 .....	29
2. 외래관광객 주요 방문지 .....	30
3. 외래관광객 여행정보 수집 경로 .....	31
4. 해외 여행사의 서울 여행상품 분석 .....	34
제2절 서울시 제휴 마케팅 현황 .....	37
1. 서울시 관광 마케팅 글로벌 전략 .....	37
2. 서울시 관광 마케팅 현황 .....	39
3. 서울시 홍보 현황 자료 .....	41
4. 서울시 관광 제휴 마케팅 현황 .....	46
제3절 서울 이미지 및 인지도 활용 현황 .....	60
1. 국내외 글로벌 기업 도시 이미지 홍보 현황 .....	60
2. 관광 및 문화관련 기관 홈페이지 서울 소개 현황 .....	65
3. 영상물에 활용된 서울의 도시 이미지 .....	66
제4절 관광 마케팅 성공 사례 .....	67
1. 말레이시아 .....	67
2. 싱가포르 .....	72
3. 홍콩 .....	76
<b>제4장 서울시 글로벌 관광 제휴 마케팅 전략</b> .....	<b>85</b>
제1절 서울시 글로벌 관광 제휴 마케팅 목표 및 추진 방향 .....	85
1. 서울시 글로벌 관광 제휴 마케팅의 목표 .....	85
2. 서울시 글로벌 관광 제휴 마케팅 세부 추진 방향 .....	86
제2절 서울시 글로벌 관광 제휴 파트너의 선정 및 세부 마케팅 전략 .....	87
1. 서울시 글로벌 관광 제휴 파트너의 선정 .....	88
2. 서울시 관광 세분시장별 제휴 마케팅 전략 .....	90

제3절 서울시 글로벌 관광 제휴 마케팅의 효율적 관리 및 평가 .....	102
1. 글로벌 관광 제휴 전략에 대한 주기적인 모니터링 .....	103
2. 글로벌 관광 제휴 마케팅에 대한 대안의 준비 .....	103
3. 글로벌 관광 제휴 마케팅 제휴기간의 유지 .....	104
4. 글로벌 관광 제휴 마케팅에 대한 평가 및 피드백 .....	104
<b>제5장 결론 및 정책 제언 .....</b>	<b>107</b>
제1절 결론 .....	107
1. 서울시 관광 제휴 마케팅 전략의 문제점 .....	107
2. 서울시 글로벌 관광 제휴 마케팅 전략 .....	109
제2절 정책 제언 .....	112
<b>참고문헌 .....</b>	<b>117</b>
<b>영문요약 .....</b>	<b>127</b>