


<b>Petra University</b>		جامعة البترا
<b>Faculty of Administrative And Financial Sciences</b>		كلية العلوم الإدارية والمالية
<b>Marketing Department</b>		قسم التسويق
<b>Year:</b>	السنة الدراسية:	<b>Term:</b>
		الفصل الدراسي:
<b>Syllabus</b> خطة المقرر		

<b>Course Title</b>	التسويق السياحي	اسم المقرر
<b>Course Number</b>	306223	رقم المقرر
<b>Prerequisite Course</b>	تسويق الخدمات	المتطلب السابق

<b>Course Objectives</b>	أهداف وغايات المقرر
<p>يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• أهمية التسويق السياحي وما له من أثر على الاقتصاد الوطني .</li> <li>• مفهوم السياحة وخصائصها وكذلك مفهوم التسويق السياحي وسلوكيات السائح .</li> <li>• تلبية احتياجات الطلاب للنشاط التسويقي السياحي من المعلومات والبيانات العملية التي تجعلهم قادرين على مواجهه المستقبل لتحقيق الأهداف المنشودة لهم ولؤمستهم السياحية .</li> <li>• أهمية الطلب والعرض السياحي في تسويق المنتج السياحي.</li> <li>• عناصر المزيج التسويقي السياحي وكيفية أعداده ليتوافق مع السوق السياحي المستهدف .</li> <li>• تنمية مهارات الطالب على كيفية اختيار الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للسوق المستهدف .</li> <li>• تدريب الطالب على إدارة خدمة العملاء CRM</li> <li>• تعريف الطالب بتجارب بعض الدول العربية في التسويق السياحي</li> </ul>	

<b>Learning Outcomes (knowledge and skills )</b>	مخرجات التعليم (المعارف والمهارات)
<p>بعد الانتهاء من دراسة هذا المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادرا على:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• الاستفادة من المبادئ والأسس العملية للتسويق السياحي .</li> <li>• الإلمام بسلوك المستهلك السياحي وكيفية التعامل معه .</li> <li>• فهم واستيعاب العرض والطلب السياحي مما يتيح له القدرة على البحث والتحليل لتطوير الأداء التسويقي للمنشأة .</li> <li>• فهم ما هيه المزيج التسويقي السياحي ليتمكن الطالب من وضع واختيار عناصر المزيج التسويقي الفعالة للسوق السياحي المستهدف.</li> <li>• قدرة الطالب على إعداد وتطوير الاستراتيجيات التسويقية للسوق السياحي المستهدف وكيفية خدمة العملاء في القطاع السياحي.</li> <li>• فهم واستيعاب الاتجاهات الحديثة في التسويق السياحي.</li> </ul>	

Course content محتوى المقرر		
Week	الأسبوع	
1 <sup>st</sup> week	الأسبوع الأول	
2 <sup>nd</sup> week	عرض الخطة ومفردات المادة	الأسبوع الثاني
	مقدمة في السياحة 1. مفهوم السياحة 2. دوافع السياحة والسفر وأنواعها 3. آثار السياحة المباشرة 4. آثار السياحة الغير المباشرة 5. مكونات النشاط السياحي	
3 <sup>rd</sup> week	خصائص السائح 1. من هو السائح 2. تعريف المستهلك السياحي وخصائصه . 3. العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك السياحي. 4. المراحل التي يمر بها قرار السائح والعوامل المؤثرة على هذا القرار	الأسبوع الثالث
4 <sup>th</sup> week	التسويق السياحي : 1. مفاهيم التسوق السياحي 2. أدوات التسويق السياحي وعناصره 3. المزيج التسويقي السياحي	الأسبوع الرابع
5 <sup>th</sup> week	تجزئة التسويق السياحي 1. أنماط السياحة والسفر 2. أسواق السفر. 3. بائعو السفر. 4. منظمو الرحلات.	الأسبوع الخامس
6 <sup>th</sup> week	الخدمات السياحية: 1. سمات الخدمات السياحية. 2. مستويات الخدمات السياحية	الأسبوع السادس
7 <sup>th</sup> week	3. مستويات الخدمات السياحية (تابع) 4. دورة حياة الخدمة في السياحة.	الأسبوع السابع
8 <sup>th</sup> week	تسعير الخدمات السياحية 1. طرق التسعير. 2. الاستراتيجيات التسعيرية للخدمات السياحية.	الأسبوع الثامن
9 <sup>th</sup> week	توزيع الخدمات السياحية: 1. الإجراءات التوزيعية المطبقة في القطاع السياحي. 2. قنوات التوزيع المباشرة 3. قنوات التوزيع غير المباشرة.	الأسبوع التاسع
10 <sup>th</sup> week	الاتصالات التسويقية السياحية: 1. أهداف الاتصالات السياحية. 2. أهمية الاتصالات السياحية.	الأسبوع العاشر

	3. الإعلان السياحي.	
11 <sup>th</sup> week	4. الدعاية السياحية. 5. العلاقات العامة السياحية.	الأسبوع الحادي عشر
12 <sup>th</sup> week	6. تنشيط المبيعات السياحي. 7. وسائل الاتصال عبر شبكة الإنترنت. 8. التسويق المباشر (وسائل الاتصال الإلكترونية)	الأسبوع الثاني عشر
13 <sup>th</sup> week	9. البيع الشخصي. 10. وسائل الاتصال الجماعي للسياحة. 11. وسائل الاتصال الجماهيري	الأسبوع الثالث عشر
14 <sup>th</sup> week	استراتيجيات التسويق السياحي: 1. الإستراتيجية التسويقية الدفاعية. 2. الإستراتيجية التسويقية الهجومية. 3. الإستراتيجية التسويقية العامة. 4. مقومات نجاح الإستراتيجية التسويقية السياحية.	الأسبوع الرابع عشر
15 <sup>th</sup> week	إدارة خدمة العملاء في القطاع السياحي (CRM) 1. مفهوم إدارة خدمة العملاء. 2. أهمية إدارة العملاء. 3. كيفية الاتصال مع العملاء. 4. كيفية التعامل مع شكاوي العملاء. 5. كيفية معالجة المواقف المختلفة أثناء الخدمة. 6. كيفية استقبال العملاء. 7. العوامل التي تساهم في رفع الروح المعنوية للعملاء	الأسبوع الخامس عشر
16 <sup>th</sup> week	مناقشة التقارير المقدمة.	الأسبوع السادس عشر

أساليب التدريس Teaching and Learning Methods		
1- lectures	Yes	1- المحاضرات
2- Slides	Yes	2- الشفائيات
3- Practical Exercises		3- التطبيقات العملية
4- Field Visits		4- الزيارات الميدانية
5- Research	Yes	5- البحوث
6- Others		6- أخرى
وسائل التقييم: Assessment Tools		
Examinations		الاختبارات
First Exam	20%	الاجتبار الأول
Second Exam.	20%	الاجتبار الثاني
Final Exam.	50%	الاجتبار النهائي
Homework and participation.	10%	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Textbook and Supporting Material المرجع الأساسي والمراجع الإضافية		
<b>1- Text Book</b>		<b>1- المرجع الأساسي الموصى به</b>
<b>Authors:</b>	حميد عبد النبي الطائي	المؤلف
<b>Title:</b>	التسويق السياحي - مدخل استراتيجي.	عنوان الكتاب
<b>Editor:</b>	دار الوراق	الناشر
<b>Year of Edition:</b>	<b>2004</b>	سنة النشر
<b>2- Other Books</b>		<b>2- مراجع أخرى</b>
<b>Authors:</b>	محمد منير حجاب	المؤلف
<b>Title:</b>	الإعلام السياحي	عنوان الكتاب
<b>Editor:</b>	دار الفجر للنشر والتوزيع	الناشر
<b>Year of Edition:</b>	<b>2002</b>	سنة النشر
<b>3- Other Books</b>		<b>3- مراجع أخرى</b>
<b>Authors:</b>	رعد مجيد العاني	المؤلف
<b>Title:</b>	تكنولوجيا التنظيم السياحي	عنوان الكتاب
<b>Editor:</b>	دار كنوز المعرفة العلمية	الناشر
<b>Year of Edition:</b>	<b>2008</b>	سنة النشر
<b>4- Other Books</b>		<b>4- مراجع أخرى</b>
<b>Authors:</b>	فؤاده عبد المنعم البكري	المؤلف
<b>Title:</b>	التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات.	عنوان الكتاب
<b>Editor:</b>	عالم الكتب	الناشر
<b>Year of Edition:</b>	<b>2007</b>	سنة النشر
<b>5- Other Books</b>		<b>5- مراجع أخرى</b>
<b>Authors:</b>	<b>Philip Kotler</b>	المؤلف
<b>Title:</b>	<b>Marketing for hospitality and tourism</b>	عنوان الكتاب
<b>Editor:</b>	<b>US Prentice Hall</b>	الناشر
<b>Year of Edition:</b>	<b>2003</b>	سنة النشر
<b>Research Journal</b>		<b>6- المجلات العلمية</b>

Important Dates: تواريخ هامة		
Evaluation Method & Scheme		نوع التقييم
First Exam.	الاسبوع السادس	الاختبار الأول
Second Exam.	الاسبوع الثاني عشر	الاختبار الثاني
Final Exam.	في نهاية الفصل	الاختبار النهائي
Homework and participation	تحدد في حينها	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Instructor عضو هيئة التدريس		
Name:		الاسم:
Office Number and Telephone:		رقم المكتب والهاتف:
E- mail:		البريد الإلكتروني:
Office Hours:		الساعات المكتبية:

<p>1. يلتزم الطالب بحضور كافة المحاضرات وحسب الجدول الدراسي ويسمح له بالغياب بعذر أو بدون عذر بما لا يزيد عن (7) ساعات. إن أي تجاوز للنسبة المسموح بها للغياب سيعرض الطالب للحرمان وتعطى له علامة (FA) في حال عدم توفر عذر مقبول من قبل المدرس وعمادة الكلية.</p> <p>2. يلتزم الطالب بتقديم الاختبارات والامتحانات وتقارير البحوث وأية مهام صفية أو منزلية يتم تكليفه بها في المواعيد المحددة.</p> <p>3. يستطيع الطالب مراجعة مدرس المقرر خلال الساعات المكتبية للحصول على مساعدة إضافية فيما يتعلق بالمواضيع التي تمت مناقشتها داخل الصف.</p> <p>4. هنالك مراجع رئيسة وثانوية للمقرر على الطالب الرجوع لها لزيادة تحصيله العلمي.</p> <p>5. لتعزيز الجانب المهاري، سيتم عرض ومناقشة حالات دراسية وتمارين مختلفة.</p> <p>6. كوسيلة لمساعدة الطالب، يمكن للطالب الرجوع إلى برنامج التعليم الإلكتروني ، علماً بأن الملخصات الموجودة على الموقع لا تغني عن المرجع الرئيسي للمادة.</p>	سياسات واستراتيجيات التدريس والتعليم
---	--------------------------------------