

كلية السياحة والفنادق
جامعة الفيوم

توصيف مقرر التسويق السياحي

1. بيانات المقرر		
المستوى: الثاني (لائحة جديدة ساعات معتمدة)	اسم المقرر: التسويق السياحي	الرمز الكودي: TBM401
ساعات معتمدة: 2 نظري: 2 تطبيقي/عملي: -		التخصص: دراسات سياحية
2. هدف المقرر		
إعداد طالب على دراية بالمفاهيم والأسس العامة للتسويق والتسويق السياحي وكيفية تطبيق إستراتيجية التسويق السياحي وأدوات التسويق السياحي وعناصر المزيج الترويجي والتعرف على الاتجاهات الحديثة في التسويق ولديه القدرة لأعداد خطة تسويقية لأى منتج سياحي.		
3. المستهدف من تدريس المقرر بنهاية هذا المقرر يكون الطالب قادراً على أن:		
أ. المعارف والمفاهيم	أ-1- يعرف المفاهيم والاهداف والخصائص العامة المتعلقة بالتسويق بوجه عام والتسويق السياحي بوجه خاص.	
	أ-2- يوضح النظريات الخاصة بالتسويق.	
	أ-3- يحدد عناصر ومكونات المزيج التسويقي وكذلك المزيج الترويجي في مجال السياحة.	
	أ-4- يتعرف على اليات التطوير الخاصة بتسويق المنتج السياحي.	
	أ-5- يعرف أساليب تسويق المنتج السياحي.	
ب. المهارات الذهنية	ب-1- يحلل مراحل التخطيط للتسويق.	
	ب-2- يقيم الاتجاهات التسويقية الحديثة في بيئة العمل السياحي.	
	ب-3- يُصنف الاساليب المختلفة لتسويق المنتج السياحي.	
	ب-4- يقارن بين الأسواق السياحية المختلفة	
ج. المهارات المهنية	ج-1- يتواصل مع العملاء بفاعلية.	
	ج-2- ينفذ المهام التسويقية فى منظمات الاعمال السياحية.	
	ج-3- يستخدم المصطلحات المهنية الخاصة بالتسويق باللغة العربية والاجنبية فى مجال العمل السياحي.	
	ج-4- يطبق الاتجاهات التسويقية المعاصرة للتعامل مع المتغيرات فى السوق السياحي.	
	ج-5- يستخدم أساليب مختلفة لتسويق المنتج السياحي	
	ج-6- يسوق كافة مكونات المنتج السياحي.	
	ج-7- يعد دراسات جدوى للمشروعات السياحية من الناحية التسويقية.	
	ج-8- يعد بحوث لدراسة الاسواق السياحية.	
	ج-9- يستخدم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات فى التسويق للمنتج السياحي.	
د. المهارات العامة	د-1- يتواصل مع مؤسسات التسويق السياحي الحكومية وفي القطاع الخاص.	
	د-2- يقدم عروض تسويقية فعالة.	
	د-3- يدير الوقت بكفاءة وفاعلية.	
	د-4- يعمل فى فريق.	
	د-5- ينجز المهام التسويقية المكلف بها فى اطار جدول زمنى محدد.	
	د-6- يتعلم ذاتيا المهارات الخاصة بالتسويق.	
	د-7- يتعامل مع الضغوط فى العمل.	
	د-8- ينظم مناقشات فعالة مع فريق العمل.	
4. محتوى المقرر		
- نشأة وتطور التسويق.		
- مفاهيم التسويق وأهميته.		
- أهداف وخصائص وظائف التسويق.		

- ماهية التسويق السياحي وأهميته وأهدافه وخصائصه. - التسويق الداخلي (مفهوم - أهداف - أهمية - إيجابيات وسلبيات التسويق الداخلي) - المزيج التسويقي. - المزيج التسويقي السياحي (المنتج والسعر التوزيع والترويج والعمليات والدليل المادى والأفراد) - المزيج الترويجي في مجال السياحة. - امتحان نصف العام. - التخطيط للتسويق السياحي. (المفهوم) - التخطيط الاستراتيجي للتسويق السياحي (المفهوم والمصطلحات المرتبطة به) - أهمية التخطيط الاستراتيجي للتسويق السياحي - قضايا تسويق الوجهة السياحية والعلامات التجارية للمقصد السياحي - امتحان نهاية العام	
5. أساليب التعليم والتعلم	
- محاضرات - عروض تقديمية - أبحاث - مناقشات - عصف ذهني - تكليفات فردية وجماعية	
6. تقويم الطلاب	
- امتحان آخر الفصل الدراسي - امتحانات فصلية - تكليفات وأبحاث - مناقشة بحث وأنشطة.	الأساليب المستخدمة
- امتحان آخر الفصل الدراسي (الأسبوع السادس عشر) - امتحانات أعمال السنة في الأسبوع التاسع والثالث عشر - بداية تسليم الأبحاث ومناقشتها من الأسبوع الثامن	التوقيت
- امتحان آخر الفصل الدراسي 60 درجة (60 %) - الامتحانات الفصلية 16 درجات (16 %) - البحث ومناقشته 10 درجات (10 %) - شفوى 10 درجات (10 %) - أنواع تقييم أخرى 4 درجات (4 %) - المجموع 100 درجة (100 %)	توزيع الدرجات
7. قائمة الكتب الدراسية والمراجع	
- حسن، سوزان بكري وعبد الحميد، شيماء عبد القوى عبد التواب (2024) محاضرات في التسويق السياحي، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.	أ- مذكرات

- حسين، شوقي (1993) التسويق فى السياحة والفنادق، الطبعة الأولى، دار المعارف، القاهرة. - سعيد، هناء عبد الحليم (2000) إدارة التسويق، مدخل إستراتيجى، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة. - رولى، جنيفر (2008): فن تسويق المعلومات، الطبعة العربية، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، مصر. • Kotler, Philip (2003) Marketing Management: Analysis, Implementation, and Control, 9th Edition, Prentice – Hall, Inc., New Jersey, USA. • Holloway, Christopher (2004) Marketing for tourism, Prentice – Hall • Vellas, Francois and Becherel, Lionel (1999): The International Marketing of Travel and Tourism, A strategic approach, Machmicllan. • https://seo-arabic.com/what-is-7ps/ • http://www.ehow.com/how_5614486_write_tourism_marleting_plan.htm • https://slideplayer.ae/slide/17439797/ Marketing Strategy Planning & Decision التخطيط والقرار الاستراتيجي التسويقي	ب- كتب ملزمة
- الأزهرى، محي الدين (1995): ماهية التسويق وعناصره، دار الفكر العربى، القاهرة. - أبو زيد الدسوقي حامد (2007): الأصول العلمية والعملية للتسويق، الطبعة السادسة، كلية التجارة جامعة القاهرة.	ج- كتب مقترحة
- عبد الحميد، شيماء عبد القوي عبد التواب (2015) دور بحوث التسويق فى تطوير أداء قطاع الأعمال السياحي فى مصر، رسالة دكتوراه الفلسفة فى الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، قسم الدراسات السياحية. - مقداد، شهيرة و شلوف، يمنية (2018): دور الترويج السياحي فى تسويق خدمات وكالات السياحة والسفر ، دراسة ميدانية لبعض الوكالات السياحية بولايتى غليزان و مستغانم نموذجاً، رسالة ماجستير فى علوم الموسومة، جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم- قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال. - حجازي، محمد عبد الرحمن (2001): الوضع التنافسي لقطاع السياحة المصري فى ضوء المتغيرات الاقتصادية الدولية "دراسة تطبيقية على قطاع الفنادق فى مصر"، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية التجارة، قسم الاقتصاد.	د- رسائل علمية
• Journal of Marketing Research	هـ دوريات علمية

رئيس القسم

القائمون بالتدريس

أ. د/ مصطفى محمود حسين محمود

أ. د/ سوزان بكرى حسن

أ.م. د/ شيماء عبد القوي عبد التواب

مصنوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر

مسمى المقرر		التسويق السياحي			
كود المقرر		TBM 401			
محتويات المقرر	أسبوع الدراسة	المعارف الرئيسية	المهارات الذهنية	مهارات مهنية	مهارات عامة
التعريف بالمقرر	1				د-4
نشأة وتطور التسويق، مفهوم التسويق العام وأهدافه وأهميته	2	أ-1 ، أ- 2			د-3، د-4
أسس التسويق السياحي ووظائف التسويق	3،4	أ-1	ب-3	ج-2	د-4
التسويق الداخلي (مفهوم - أهداف - أهمية -إيجابيات وسلبيات التسويق الداخلي)	5	أ-1	ب-3	ج-2	د-4
المزيج التسويقي السياحي التوزيع والترويج والعمليات والدليل المادى والأفراد	6،7	أ-3	ب-4	ج-1، ج-2، ج-3، ج-6،	د-2، د-4
التسويق الاستراتيجي- التخطيط الاستراتيجي للتسويق السياحي (المفهوم والمصطلحات المرتبطة به) - أهميته	8	أ-5	ب-1، ب-5	ج-2، ج-3، ج-5، ج-8، ج-7،	د-5، د-6، د-7
اختبار دورى أعمال السنة	9	أ-4 ، أ-5	ب-2	ج-1، ج-4، ج-5، ج-9	د-1، د-2، د-6
المزيج التسويقي السياحي المنتج والسعر	10،11	أ-3	ب-4	ج-1، ج-2، ج-3، ج-6،	د-2، د-4
قضايا تسويق الوجهة السياحية والعلامات التجارية للمقصد السياحي	12	أ-1	ب-2	ج-2، ج-4	د-3، د-4، د-8
اختبار دورى أعمال السنة	13	أ-4 ، أ-5	ب-2	ج-1، ج-4، ج-5، ج-9	د-1، د-2، د-6
مناقشة ابحاث ومراجعة عامة	14	أ-5	ب-3	ج-4، ج-5	د-1، د-3، د-4، د-5، د-6، د-7