

اسم المقرر	التسويق السياحي
رقم المقرر ورمزه	211 فسخ
الوحدات الدراسية(النظري + العملي)	3 (0+3)
المستوى	المستوى الثالث
المتطلب السابق	--

يتناول المقرر التعريف بالأسس والمداخل الرئيسية في التسويق السياحي، وقواعد تنمية وتطوير المنتجات السياحية وجهود كسب الأسواق.

تعريف موجز بالمقرر

أهداف المقرر

- التعريف بالتسويق وقواعد التسويق السياحي.
- التعريف بمفهوم التسويق السياحي المباشر.
- دراسة العمل على فتح أسواق جديدة وتنمية وتطوير المنتجات السياحية.
- دراسة عوامل الرواج أو الكساد وتأثيراتها على النشاط السياحي.
- دراسة سياسات المنتج السياحي وآليات تسعيره.

مفردات المقرر

1. تعريف التسويق
2. مبادئ التسويق الحديث
3. أسس التسويق السياحي
4. تعريف المزيج التسويقي وعناصره
5. التعرف على الرغبات والدوافع السياحية Travel Motivations
المشروعة -
6. تنمية مقومات الجذب السياحي Tour Attractions
7. سمات الخدمات السياحية والظروف التسويقية لها
8. ارتباط التسويق السياحي بدراسة وبحوث الأسواق المستهدفة
Marketing Research وطبيعتها
9. تعريف المزيج التسويقي والبيئة التسويقية
10. تحليل عناصر المزيج التسويقي
11. التعرف على آفاق ومعدلات السياحة الوافدة من البلدان المصدرة
للسياحة
12. العمل على فتح أسواق

13. متابعة تطورات الحركة السياحية صعوداً وهبوطاً خلال المواسم السياحية المختلفة

14. دراسة عوامل الرواج أو الكساد المختلفة

15. سياسات التسعير السياحي

16. إستراتيجية التسويق السياحي الشاملة

وسائل التقويم

- الاختبارات الفصلية
- الواجبات والتطبيقات العملية
- تقديم العروض

أساليب تدريس المقرر

- المحاضرات العلمية
- الواجبات والتطبيقات العملية
- تقديم العروض
- الزيارة الميدانية للطلاب لمواقع بعض الشركات السياحية و الفنادق بالمنطقة .

الكتاب المقرر

– Perreault William D. (2006): Basic marketing. Irwin/McGraw-hill, 1st edition. ISBN- 9780073324043.

– Philip Kotler (2008): Marketing management. Pearson Education, 1st edition. ISBN-9788131716830.

– Perreault William D. (2006): Basic marketing. Irwin/McGraw-hill, 1st edition. ISBN- 9780073324043.

– Joseph S. Chen (2007): Advances in Hospitality and Leisure, Volume 3. JAI Press, 1st edition. ISBN- 978-0762314454.

المراجع