

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 1.2

اسم المادة: التسويق السياحي والفندقي

الرصيد: 06

المعامل: 03

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- فهم خصوصية السياحة كخدمة وأنواعها
- فهم خصوصية التسويق السياحي والفندقي، وفهم سلوك المستهلك السياحي والفندقي
- القدرة على تكييف مبادئ التسويق مع خصوصية القطاع السياحي
- القدرة على تصميم عرض تسويقي مبني على مؤهلات الوجهة السياحية
- القدرة على تصميم عرض تسويقي خاص بالمرافق السياحية
- التمكن من تكييف العرض التسويقي السياحي مع الفئات المختلفة للمستهلك السياحي

المعارف المسبقة المطلوبة:

- المبادئ العامة للتسيير والاقتصاد
- التمكن من المفاهيم العامة للخدمة وتسويقها

محتوى المادة:

- المحور الأول: الصناعة السياحية والفندقية
- المحور الثاني: التسويق السياحي والفندقي: المبادئ - خصائص الخدمات السياحية والفندقية
- المحور الثالث: نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق في القطاع السياحي والفندقي
- المحور الرابع: سلوك العميل السياحي والفندقي: الأفراد والمؤسسات
- المحور الخامس: تقسيم السوق السياحي والفندقي، الاستهداف والتموضع
- المحور السادس: سياسة المنتجات السياحية والفندقية
- المحور السابع: تسعير الخدمات السياحية والفندقية

المحور الثامن: توزيع الخدمات السياحية والفندقية

المحور التاسع: ترويج الخدمات السياحية والفندقية

المحور العاشر: الأفراد، العمليات والدليل المادي في التسويق السياحي والفندقي

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. محمد ابراهيم عبيدات، التسويق السياحي، ط3، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008
2. Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens, Marketing du tourisme et de l'accueil, Pearson, 2016.
3. Isabelle Frochot, Patrick Legohérel, Marketing du tourisme Construire une stratégie efficace, Dunod, 4eme édition, 2018
4. Micah Solomon, The Heart of Hospitality: Great Hotel and Restaurant Leaders Share Their Secrets, Select Books Inc, 2016