

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة



مخطط درس

التسويق السياحي

موجه للسنة الأولى ماستر تسويق فندقي وسياحي
في إطار التكوين عن بعد لجامعة الاخوة منتوري قسنطينة

الأستاذة: د. هناء رمضاني

2024 / 2023

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
03	1. معلومات حول المقياس
04	2. تقديم المقياس
05	3. خريطة لأهم الفصول والمواضيع الأساسية في المقياس
06	4. المحتوى
06	5. المتطلبات الأساسية
06	6. الأهداف التعليمية
07	7. كيفية تقييم التعليم
07	8. أنشطة التعليم والتعلم
08	9. المقاربة البيداغوجية
09	10. سيرورة العمل
09	11. مصادر للمساعدة

معلومات حول المقياس

الجامعة	جامعة 8 ماي 1945 - قلمة
الكلية	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
القسم	العلوم التجارية
التخصص	التسويق الفندقي والسياحي
الفئة المستهدفة	السنة الأولى ماستر "السداسي الأول"
المقياس	التسويق السياحي
المعامل	02
الرصيد	05
الوحدة	أساسية
الحجم الساعي	ثلاث ساعات أسبوعيا: ساعة ونصف محاضرة وساعة ونصف أعمال موجهة مع تقديم محاضرات وأعمال موجهة "عن بعد" في الأسبوع الرابع (بعد كل 3 أسابيع حضورية)
التوقيت	الخميس من 09 سا و30د إلى 12 سا و30د
القاعة	121 "محاضرة"، 126 "أعمال موجهة"

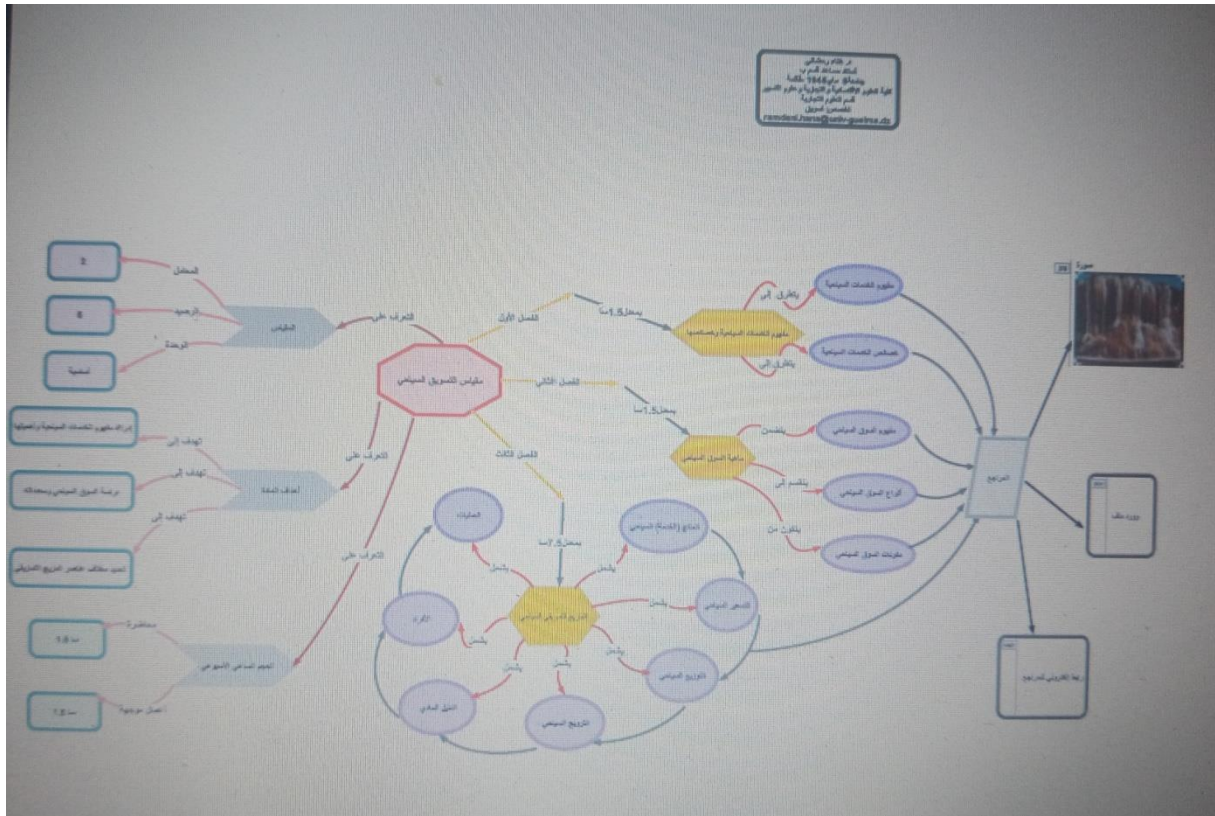
معلومات حول الأستاذ

الأستاذة	د. هناء رمضاني
البريد الإلكتروني	Ramdani.hana@univ-guelma.dz
رقم الهاتف	0673034084
أوقات التواصل	الأحد: 9 سا و30د إلى 10 سا و30د

2. تقديم مقياس التسويق السياحي

يعتبر هذا المقياس من المقاييس المهمة لتخصص التسويق الفندقى والسياحى، ويكتسب هذه الأهمية من الواقع، حيث تعتبر صناعة السياحة أحد الصناعات التى تقوم عليها اقتصاديات العديد من دول العالم نظرا لأهميتها الفعالة فى التنمية الاقتصادية، كما تمثل مصدرا رئيسيا للدخل فى كثير من هذه الدول وهو ما جعلها صناعة قائمة بذاتها تنافس فى أهميتها كبرى الصناعات المختلفة، ولقد تزايد الاهتمام بهذه الصناعة بتزايد انفتاح دول العالم على بعضها وزيادة أنشطة السفر (سياحة ترفيهية، دينية، سياحة الأعمال... إلخ) مما أدى إلى نمو الصناعة السياحية وتزايد الطلب على خدماتها، والجزائر هى الأخرى أولت اهتماما بالقطاع السياحى نظرا للدور الفعال الذى تلعبه الخدمات السياحية المقدمة لجذب السياح والنهوض بقطاع السياحة، لذا أصبح لزاما عليها تبني أساليب تسويقية حديثة فى مختلف أنشطتها.

3. الخريطة الذهنية لأهم فصول المقياس



4. محتوى المقياس

ينقسم محتوى هذا المقياس إلى ست محاور أساسية يمكن عرضها على النحو الموالي:

المحور الأول: مفهوم السياحة والمؤسسات السياحية

المحور الثاني: مدخل إلى سوق الخدمات السياحية

المحور الثالث: ماهية التسويق السياحي

المحور الرابع: سلوك السائح

المحور الخامس: المنافسة وإستراتيجيات السوق السياحي

المحور السادس: المزيج التسويقي السياحي

5. المتطلبات الأساسية (المكتسبات القبلية)

لكي يستطيع الطالب استيعاب هذه المقياس بسهولة يجب ان يكون على دراية بـ:

- أساسيات في التسويق؛

- سلوك المستهلك؛

-دراسة السوق وبحوث التسويق.

6. الأهداف التعليمية

يهدف هذا المقياس إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- معرفة مفهوم السياحة وأهميتها؛

- إدراك مفهوم الخدمات السياحية وخصائصها؛

- دراسة السوق السياحي ومحدداته؛

- تحديد مخلف أبعاد المزيج التسويقي السياحي وعنصره؛

- تحليل الاستراتيجيات السياحية والتنافسية.

7. كيفية تقييم التعلم

يكون تقييم مقياس التسويق السياحي على النحو الموالي:

-التقييم المستمر (الأعمال الموجهة)

يمثل 40% من العلامة النهائية للمقياس مقسم كما يلي:

-16% لعلامة البحث؛

- 8% لعلامة المشاركة ؛

- 6% لعلامة الحضور ؛

-10% لعلامة الامتحان الجزئي في نهاية السداسي.

-الاختبار الكتابي النهائي

يمثل 60% من العلامة النهائية للمقياس لأنه سيشمل مسح شامل لكل المعلومات والمكتسبات المعرفية للطلاب خلال كامل السداسي، مستمدة من الدروس والأعمال الموجهة.

يحتوي على كل ما تم التطرق اليه ومناقشته في المحاضرة إضافة الى بحوث وتمارين الاعمال الموجهة،

8. أنشطة التعليم والتعلم

لكي يستطيع الطالب استيعاب كل المفاهيم التي يتم التطرق إليها أثناء المحاضرة والقدرة على القيام بكل النشاطات التعلم، انتظر منكم: الحضور المستمر للمحاضرة وتدوين كل المعلومات واخذ رؤوس أقلام لكل ما تم مناقشته. بالإضافة الى المشاركة في المناقشات وطرح كل الأسئلة التي لم تتوصلوا الى الإجابة عنها، وتبادل الآراء ووجهات النظر حول المواضيع المطروحة لإثراء المكتسبات والمعلومات. وفي حصة الأعمال موجهة يتم التحقق من القدرة على توظيف المعلومات المكتسبة في المحاضرة لحل التمارين، وتحليل ومناقشة مواضيع بحوثكم مع احترام منهجية إعداد البحوث العلمية.

التعليم الحضوري:

- المعارف تنتقل من خلال المحاضرات وتدوين الملاحظات: الهدف منها هو إتقان المفاهيم المتعلقة بالتسويق السياحي، وهو أمر ضروري لتنفيذ الأنشطة التعليمية المقترحة خلال المحاضرة.

- المشاركة الحرة في النقاشات: تبدأ النقاشات بأسئلة تُطرح حول المحتوى التعليمي الجاري، بدون أي شكل من أشكال التقييم، بهدف تعزيز التبادل بين الطلاب، تقديم الإجابات على الأسئلة المطروحة يساعد في جمع معارف الطلاب، ومقارنة وجهات النظر، والاستفادة التعليمية من هذه التبادلات.

- الأعمال الموجهة: ترمج في كل حصة بحث، يقوم بإعداده فريق من الطلبة، إلى جانب بطاقة تقنية عن البحث من طرف بقية الطلبة، مع فتح النقاش الموسع مما يمكن الطلاب من التحقق من قدرتهم على تطبيق المعارف، وتطوير مهارات العمل الجماعي، حيث يتبادل الطلاب الأفكار لضمان جودة إنتاجهم البحثي، وتطوير مهارات التعاون التي ستكون مفيدة في حياتهم المهنية.

التعليم عن بعد:

- ترمج حصة عن بعد، بعد كل 3 حصص حضوري، في منصة الجامعة أو عن طريق google meet،
- فتح المجال للنقاش بين الطلبة لربط المفاهيم النظرية مع الواقع ومحاولة توجيه النقاش لإثرائه.

9. المقاربة البيداغوجية:

تعتمد المهارات المستهدفة على ثلاث ركائز وهي المعرفة - الخبرة المكتسبة من المعرفة - توظيف المعرفة - وتعتبر هذه الكفاءات مهمة في عملية التعلم وتحتاج إلى منهجية لتكون قدرا على تحقيقها، كما ستدعم بتقويمات لاختبار قدرة الطالب على استيعاب المعلومات المقدمة وتحقيق الأهداف المرجوة. بالنسبة للمعرفة في هذه المحاضرة سيكتسب الطالب كفاءة القدرة على التعرف والتعلم وفهم التسويق السياحي وتكتسب هذه الكفاءة عن طريق تخزين كل المعلومات والمفاهيم الخاصة بالدرس وتدعم هذه الكفاءة بتمارين وأسئلة نظرية حول مدى فهم واستيعاب المعلومات، وإجراء بحوث حول مواضيع مختلفة من المقياس. الخبرة المكتسبة من المعرفة وهي كيفية تطبيق هذه المعارف والمفاهيم والمعلومات حول التسويق السياحي، تدعم هذه الكفاءة ببعض التمارين المتنوعة والبحوث التي تزيد من استيعاب الدرس وتثري المفاهيم المقدمة.

توظيف المعرفة وتتمثل في تطبيق المفاهيم المكتسبة على أرض الواقع أي في المجالات المختلفة للتسويق السياحي.

10. سيرورة العمل

مقياس التسويق السياحي مقسم الى حصة محاضرة وحصة اعمال موجهة.

ففي المحاضرة يتم التعرف واكتساب المعارف والمفاهيم اللازمة النظرية لتوظيفها وتطبيقها في حصة الأعمال الموجهة التي قسمت إلى بحوث وتمارين.

11. مصادر للمساعدة

على الطالب الاطلاع على كل المراجع التي وضعت تحت تصرفه وذلك لضمان السيولة الجيدة لاكتساب كل الكفاءات المستهدفة ومن ثم النجاح المؤكد.

1. Philip Kotler , John T. Bowen, Seyhmus Baloglu, Marketing for Hospitality and Tourism, EIGHTH EDITION, Pearson Education, 2022.
2. Richard George, Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases, Publisher: Palgrave Macmillan, Year: 2021
3. حميد عبد النبي الطائي، التسويق السياحي (مدخل استراتيجي)، دار الوراق للنشر والتوزيع، الاردن، 2020.
4. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، رامي فلاح الطويل، التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة (توجه حديث متكامل)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
5. سعيد البطوطي، التسويق السياحي، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، 2012.
6. علي فلاح الزغبى، التسويق السياحي والفندقي مدخل صناعة السياحة والضيافة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الاردن، 2013.
7. مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، التنمية والتسويق السياحي، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2017