



الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي

توصيف المقرر

(٣٠٨ سيح)

مبادئ التسويق السياحي والفندقي

قسم الإدارة السياحية والفندقية

١٤٣٢هـ - ٢٠١١م

نموذج توصيف المقرر

المؤسسة التعليمية : جامعة الملك سعود

القسم: الإدارة السياحية والفندقية

الكلية/ السياحة والآثار

أ) تحديد المقرر والمعلومات العامة

١ – اسم المقرر و رقمه:

مبادئ التسويق السياحي والفندقي (٣٠٨ سيح)

٢ – الساعات المعتمدة:

٣ ساعات

٣ – البرنامج أو البرامج التي يتم تقديم المقرر ضمنها :

برنامج البكالوريوس في تخصصات الإدارة السياحية والفندقية

٤ – اسم عضو هيئة التدريس المسؤول عن تدريس المقرر:

د. محمد بن عبدالعزيز الدغيشم

٥ – المستوى أو السنة التي سيتم تقديم هذه المقرر فيه:

السنة الثالثة: المستوى الخامس

٦ – المتطلبات المسبقة لهذه المقرر(إن وجدت): لا يوجد

٧ – المتطلبات المصاحبة لهذه المقرر(إن وجدت) : لا يوجد

٨ – مكان تدريس المقرر إن لم يكن في المقر الرئيسي للمؤسسة التعليمية: داخل الكلية

ب) الأهداف

١ – وصف موجز لنتائج التعلم الأساسية للطلبة المسجلين في هذا المقرر:

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلبة بأهم المعارف والمهارات اللازمة التي تساعدهم على النجاح في تسويق الخدمات والمنتجات السياحية والفندقية بشكل احترافي

٢ - صف باختصار أية خطط يتم تنفيذها في الوقت الراهن من أجل تطوير وتحسين المقرر:

- العمل على تطوير المحتوى العلمي من خلال متابعة المستجدات في مجال التسويق السياحي ونتائج الأبحاث
- إضافة بعض الحالات الدراسية من الحياة العملية لإثراء التجربة التعليمية
- الاستعانة بالمجلات العلمية وشبكة الانترنت للوصول إلى آخر الأبحاث والدراسات في مجال التسويق بشكل عام والتسويق السياحي بشكل خاص
- متابعة الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للسياحة والآثار وخاصة مركز المعلومات السياحية (ماس) للتعرف على آخر البرامج والأنشطة السياحية التي تتبناها الهيئة لدعم السياحة في المملكة.
- السعي لتطوير المادة العلمية وتحويل المقرر إلى مقرر إلكتروني يمكن تطويره بشكل مستمر ليستوعب المستجدات المعرفية والمهارية في مجال التسويق السياحي
- الاستعانة بالحقائب التدريبية التي صممها الهيئة العامة للسياحة والآثار في مجال التسويق السياحي

ج) وصف المقرر: (ملاحظة: وصف عام للنموذج الذي سيستخدم للنشرة أو الدليل الذي سيرفق)
يأتي هذا المقرر الدراسي في إطار الاهتمام الأكاديمي الذي توليه كلية السياحة والآثار بجامعة الملك سعود من أجل النهوض بالقطاع السياحي بالمملكة وتطويره وإعداد الكوادر الوطنية المدربة على ممارسة الأعمال المرتبطة بصناعة وتقديم المنتجات والخدمات السياحية وفقا للمعايير الدولية وبمستوى منافس لما يقدم في الدول المتقدمة. وقد تم عند إعداد المحتوى العلمي لهذا المقرر أن يعتمد على المعايير المهنية التي تم وضعها من قبل الهيئات المختصة لممارسة العمل السياحي وذلك لاستخدامه كمرجع مبسط للطلاب المهتمين بدراسة مجالي السياحة والفندقة. وهذا المقرر يمثل المدخل إلى دراسة التسويق السياحي ومن ثم فإنه لا يشتمل بشكل كامل على كافة المعرفة التسويقية في المجال السياحي، وإنما يجسد محاولة مبسطة لعرض بعض المفاهيم والأفكار التي تساعد طالب تخصص السياحة والفندقة على إثراء المعرفة والممارسة في مجال التسويق السياحي.

| ١ - المواضيع المطلوب بحثها وشمولها | | |
|------------------------------------|--------------|---------------|
| الموضوع | عدد الأسابيع | ساعات الاتصال |
| مفهوم التسويق بشكل عام | ٢ | ٤ |
| مفهوم التسويق السياحي | ٢ | ٤ |
| تنظيم إدارة التسويق | ١ | ٢ |
| الطلب السياحي | ٢ | ٤ |
| العرض السياحي | ٢ | ٤ |
| المزيج التسويقي السياحي | ٢ | ٤ |
| الإستراتيجيات التسويقية | ٢ | ٤ |
| الإستراتيجية الترويجية | ٢ | ٤ |
| مجموع الأسابيع والساعات | ١٥ | ٣٠ |

| ٢ - مكونات المقرر (مجموع ساعات الاتصال في الفصل الدراسي): ٣٠ ساعة | |
|--|---|
| المحاضرة | الوسائل المساعدة والتدريب العملي |
| معظم المادة يتم تقديمها من قبل أستاذ المقرر نظريا أثناء المحاضرة مع الاستعانة ببعض تطبيقات الحاسب Power (point) ، وكذلك عرض نماذج للإعلانات التجارية المصورة المتعلقة بتسويق المنتجات السياحية والخدمات الفندقية، وغير ذلك من الوسائل المتاحة | مشارك الطلاب في عملية التعلم وذلك من خلال تقديم عروض وتطبيقات عملية ومناقشة حالات دراسية ونقل التجارب العملية في تسويق الخدمات السياحية والفندقية التي يكتسبها الطلاب أثناء التدريب الصيفي، متى ما سمح الوقت بذلك |

| |
|--|
| ٣ - دراسة إضافية خاصة/ ساعات تعلم متوقعة من الطلبة في الأسبوع (المطلوب هنا المعدل المتوقع للفصل الدراسي وليس المتطلبات المحددة في كل أسبوع): لكي يستوعب الطالب المقرر بشكل جيد ويلم بأهم المعارف والمهارات التسويقية، فإنه يحتاج إلى الإطلاع وقراءة الموضوعات المتعلقة بموضوع التسويق السياحي -من المرجع الرئيس للمقرر وغيره من مصادر التعلم والمعرفة المتاحة بأشكال عديدة - وذلك بمعدل لا يقل عن ١٠ ساعات في الأسبوع. هذا علاوة على أن ممارسة النشاط التسويقي من خلال التدريب العملي في بعض المنشآت السياحية والفندقية يساهم بشكل كبير في إثراء العملية التعليمية وترسيخ المفاهيم وإتقان المهارات، وهذا بدوره يعد الطلب بشكل ممتاز للحياة العملية بعد التخرج من الكلية. |
|--|

٤ - تطوير نتائج التعلم في نطاقات أو مجالات التعلم لكل مجال من مجالات التعلم الموضحة فيما يلي يجب توضيح :

- ملخص موجز للمعرفة أو المهارات التي صمم المقرر من أجل تطويرها.
- وصف لاستراتيجيات التعلم المطلوب استخدامها لتطوير تلك المعرفة أو المهارات.
- طرق تقييم الطالب المستخدمة في المقرر لتقييم نتائج التعلم في المجال المعني.

أ - المعرفة

(i) وصف المعرفة التي سيتم اكتسابها في المقرر:

- يهدف هذا المقرر إلى مساعد الطالب على الإلمام بأهم المعارف المتعلقة بنشاط التسويق بشكل عام ونشاط تسويق الخدمات والمنتجات السياحية والفندقية بشكل خاص.

(ii) استراتيجيات التعليم (التدريس) المطلوب استخدامها لتطوير تلك المعرفة

- المحاضرات
- النقاش
- تقديم العروض
- عرض الأفلام الإعلانية التجارية
- عرض بعض الحالات العملية
- لعب الأدوار
- تدريب عملي في المنشآت السياحية حسب الإمكان

(iii) طرق تقييم المعرفة المكتسبة

- الاختبارات الشفوية والتحريرية
- المناقشة الشفوية

ب - المهارات المعرفية (الإدراكية)

١ - المهارات المعرفية المطلوب تطويرها:

- معرفة أهم مراحل تطور مفهوم الفكر التسويقي
- معرفة المفهوم الحديث لنشاط التسويق، وتعريف التسويق وأهم العناصر التي يشتمل عليها، مع فهم أهم المصطلحات المرتبطة بالتسويق
- معرفة المنافع التي يحققها التسويق للمنشآت والمجتمع بشكل عام.
- معرفة أهم المجالات التي يشملها نشاط التسويق.

- التعرف على مفهوم التسويق السياحي بشكل خاص.
- الإلمام بأهم الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها التسويق السياحي.
- معرفة الفرق بين التسويق السلعي والتسويق السياحي
- معرفة الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق في المنظمات السياحية.
- التعرف على اختصاصات إدارة التسويق في المنظمات السياحية.
- فهم صفات الشخص المسئول عن التسويق في المنظمات السياحية.
- التعرف على الوصف الوظيفي لمدير التسويق في المنظمات السياحية.
- الإلمام بدور مأمور الحجز كرجل تسويق.
- معرفة مفهوم السوق بوجه عام، و مفهوم السوق السياحي بشكل خاص.
- التعرف على عناصر دراسة السوق السياحي، والإلمام بأسس تقسيم السوق السياحي، والتعرف على أنواع الأسواق السياحية.
- معرفة المقصود بالطلب السياحي، والتعرف على خصائص الطلب السياحي.
- الإلمام بمراحل الطلب السياحي، ومعرفة علاقة الطلب السياحي ببعض المتغيرات
- التعرف على مفهوم وخصائص العرض السياحي، والتعرف على أهم مكونات العرض السياحي، مع التعرف على علاقة العرض السياحي ببعض المتغيرات.
- الإلمام بأهم المعارف والمهارات المتعلقة بكيفية تطوير مكونات العرض السياحي.
- معرفة عناصر المزيج التسويقي التي تشمل: المنتج السياحي، السعر، الترويج، التوزيع، الموارد البشرية السياحية، ومكونات إدارة العملية السياحية.
- معرفة مفهوم ومتطلبات صياغة الإستراتيجية التسويقية.
- التعرف على أنواع الإستراتيجية التسويقية المختلفة.
- التعرف على مفهوم النشاط الترويجي، وعناصره، والأهداف المختلفة للمزيج الترويجي.
- التعرف على دور المزيج الترويجي في الاتصال بالعملاء وتحقيق الأهداف التسويقية
- الإلمام بآلية وضع إستراتيجية ترويجية ملائمة.

- المحاضرات
- النقاش
- تقديم العروض
- عرض الأفلام
- حالات عملية

٣- طرق تقييم المهارات المعرفية المكتسبة:

- الاختبارات الشفوية
- الاختبارات التحريرية
- امتحانات مفاجئة

ج - مهارات العلاقات البينية (الشخصية) والمسئولية

١ - وصف لمهارات العلاقات الشخصية مع الآخرين، والقدرة على تحمل المسئولية المطلوب تطويرها:

- مساعدة الطالب على اكتساب مهارات العمل كعضو فاعل في فريق
- تحمل المسئولية
- الانضباط واحترام الوقت
- احترام العملاء مهارة التواصل والاتصال الفعال مع الآخرين
- تنمية مهارة العمل الجماعي

٢ - استراتيجيات التعليم المستخدمة في تطوير هذه المهارات والقدرات:

- تشكيل فرق عمل
- تنظيم مشاريع طلابية مشتركة
- تكليف الطلبة بالمشاركة في الفعاليات السياحية المختلفة

٣ - طرق تقييم اكتساب الطلبة لمهارات العلاقات الشخصية وقدرتهم على تحمل المسئولية:

- ملاحظة أداء الطلاب أثناء مشاركتهم في الأنشطة الجماعية
- استخدام الاستبيانات لتقييم أداء الطلاب
- تقييم الطلاب لبعضهم البعض من حيث مهارات الاتصال والتواصل والتفاعل
- تقييم مدى مساهمة الطلاب في المشاريع المشتركة

د - مهارات الاتصال ، وتقنية المعلومات، والمهارات الحاسوبية (العددية):

١ - وصف المهارات العددية ومهارات الاتصال المطلوب تطويرها:

- تنمية مهارات احترام العملاء وتقديم الخدمات المتميزة لهم
- تنمية مهارة التواصل والاتصال الفعال مع الآخرين
- تنمية مهارات الاتصال الشفوي
- تنمية مهارات الاتصال الهاتفي
- تنمية مهارات الاتصال التحريري
- تنمية مهارات الحساب واحتساب النسب والخصومات الكمية والسعرية

٢ - استراتيجيات التعليم المستخدمة في تطوير هذه المهارات:

- كتابة التقارير
- تقديم العروض
- لعب الأدوار لتنمية مهارات خدمة العملاء
- تمثيل الأدوار وتصوير المشاهد بغرض المراجعة وتقييم الأداء بشكل ذاتي
- عرض نماذج متميزة لكيفية الاتصال والتواصل الفعال
- تكليف الطلاب بإجراء بعض التمارين على كيفية احتساب النسب والخصومات الكمية والسعرية

٣ - طرق تقييم اكتساب الطلبة لمهارات الاتصال ، وتقنية المعلومات، والمهارات الحسابية (العددية):

- الملاحظة الشخصية لكيفية تفاعل الطلاب داخل المجموعات وفرق العمل
- مراجعة استمارات تقييم الطلاب المعدة من قبل المشرفين عليهم أثناء التدريب العملي والصيفي
- استخدام اسلوب تقييم الطلاب لبعضهم البعض
- مراجعة نماذج التقييم الذاتي التي يعدها الطلاب بعد مشاهدتهم للتمارين الاتصالية والتفاعلية التي تم تصويرها وتسجيلها

هـ) المهارات الحركية (إن كانت مطلوبة)

١ - وصف للمهارات الحركية (مهارات عضلية ذات منشأ نفسي) المطلوب تطويرها في هذا المجال:

تقديم نماذج للعروض التسويقية والبيعية

٢ - استراتيجيات التعلم المستخدمة في تطوير المهارات الحركية:

- لعب الأدوار
- تكليف الطلاب بتصميم وتقديم العروض البيعية والتسويقية
- التدريب الميداني والعملي

٣ - طرق تقييم اكتساب الطلبة للمهارات الحركية:

- ملاحظة الأداء أثناء تقديم العروض التسويقية والبيعية
- مراجعة تقارير تقييم الأداء المعدة من قبل المشرفين على الطلاب أثناء التدريب التعاوني والصفوي

٥ - تحديد الجدول الزمني لمهام التقويم التي يتم تقييم الطلبة وفقها خلال الفصل الدراسي

| رقم التقييم | طبيعة مهمة التقييم (مثلا: مقالة، أو اختبار قصير، أو مشروع جماعي، أو اختبار فصلي... الخ | الأسبوع المستحق | نسبة الدرجة إلى درجة التقييم النهائي |
|-------------|--|-----------------|--------------------------------------|
| ١ | مناقشة واختبارات شفوية | بشكل مستمر | |
| ٢ | تدريبات وحالات عملية | مستمر | ١٠% |
| ٣ | امتحانات أعمال سنة (٢) | ١٣، ٧ | ٣٠% |
| ٤ | امتحان نهائي | السادس عشر | ٦٠% |

(د) الدعم المقدم للطلبة

الإجراءات أو الترتيبات المعمول بها لضمان تواجد أعضاء هيئة التدريس من أجل تقديم المشورة والإرشاد الأكاديمي للطلاب المحتاج لذلك (مع تحديد مقدار الوقت - الساعات المكتبية- الذي يتواجد فيه أعضاء هيئة التدريس في الأسبوع):

تخصيص ٤ ساعات مكتبية في الأسبوع، مع إتاحة الفرصة للطلاب بالاتصال بأستاذ المقرر عبر وسائل الاتصال الهاتفي والإلكتروني

هـ) مصادر التعلم

١ – الكتاب (الكتب) الرئيسة المطلوبة:

مذكرة التسويق السياحي التي تم إعدادها لهذا المقرر

٢ – المراجع الأساسية:

Marketing for Hospitality & Tourism
Author: Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J.
© Copyright Date: 2006
Publisher: Pearson/Prentice Hall

٣ – الكتب والمراجع الموصى بها (الدوريات العلمية، التقارير... الخ) (يرفق قائمة بذلك):

- الحقائب التدريبية التي أعدت من قبل الهيئة العامة للسياحة والآثار
- الدوريات العلمية المتخصصة في التسويق والتسويق السياحي

٤ – المواد الالكترونية و مواقع الانترنت ... الخ:

- موقع الهيئة العامة للسياحة والآثار: مركز المعلومات السياحية بالهيئة العامة للسياحة والآثار (ماس)
- موقع الجمعية الأمريكية للتسويق AMA

٥ – مواد تعلم أخرى مثل البرامج التي تعتمد على الكمبيوتر أو الأقراص المضغوطة أو المعايير المهنية أو الأنظمة:

جهاز عرض البيانات (DATA SHOW)
انترنت (Internet)

و) المرافق المطلوبة

حدد متطلبات المقرر بما في ذلك حجم الفصول والمختبرات (أي عدد المقاعد في الفصول والمختبرات ومدى توافر أجهزة الكمبيوتر .. الخ).

١ – المرافق التعليمية (حجرات المحاضرات والمختبرات .. الخ):

معظم التعلم النظري يتم في القاعة الدراسية المجهزة بالتقنيات التعليمية، مع إتاحة الفرصة للتدريب العملي في بعض المنشآت السياحية والمشاركة في الفعاليات

٢ – أجهزة الكمبيوتر:

يحتاج الطلبة إلى استخدام أجهزة الكمبيوتر لكي يصلوا إلى مصادر المعرفة الرقمية من أجل تنمية معارفهم وتطوير مهاراتهم في مجال التسويق السياحي.

٣ – موارد أخرى (حدها – مثلا: إذا كان مطلوبا معدات مختبر معينة حدد المتطلبات أو أرفق قائمة):

لا ينطبق على هذا المقرر

ز (تقييم المقرر وعمليات التحسين:

١ – استراتيجيات الحصول على نتائج الطالب وفعالية التعليم:

- المناقشة
- تقييم العروض والمشروعات التي يشارك الطالب في إعدادها وتقييمها
- الاختبارات الفصلية والنهائية

٢ – الاستراتيجيات الأخرى المتبعة في تقييم عملية التعليم إما عن طريق الأستاذ أو عن طريق القسم:

- متابعة تقارير الأداء التي يقوم بتعبئتها المشرفون على الطالب أثناء فترة التدريب الصيفي والتعاوني
- فحص التقارير التي يتم إعدادها عن الطلاب أثناء مشاركتهم بالأنشطة اللاصفية أو في الفعاليات المتنوعة التي تنظمها الجامعة أو تشارك في تنظيمها مع الجهات الأخرى

٣ – عمليات تحسين التعليم:

- دمج المهارات بالمعارف من خلال التعليم التعاوني والمشاريع والمشاركة في الفعاليات السياحية

٤ – عمليات التحقق من مستويات إنجاز الطلبة (مثلا: فحص التصحيح أو الدرجات من قبل عضو هيئة تدريس مستقل لعينة من أعمال الطلبة، وقيام أستاذ المقرر بتبادل تصحيح عينة من الواجبات أو الاختبارات بصفة دورية مع عضو هيئة تدريس آخر لنفس المقرر في مؤسسة تعليمية أخرى):

يتم عادة مراجعة النتائج واعتمادها من قبل رئيس القسم.

٥ - صف الترتيبات والخطط المعدة للمراجعة الدورية لفاعلية المقرر والتخطيط للتحسين:

- يقوم أستاذ المقرر مع بداية كل فصل دراسي بمراجعة المناهج والخطط العالمية ومتابعة ما يحدث على الساحتين المحلية والدولية من مستجدات ومتغيرات ذات علاقة بنشاط السياحة وتسويق المنتجات والخدمات السياحية، ومن ثم العمل على تطوير خطة ومحتوى المقرر ليواكب هذه المستجدات.