2024

TP-153

توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)

اسم المقرر: إدارة الترويج السياحي
رمز المقرر: ٤٠٨ سيح
البرنامج: بكالوريوس
القسم العلمي: الإدارة السياحية والفندقية
الكلية: كلية السياحة والاثار
المؤسسة: جامعة الملك سعود
نسخة التوصيف: ٢
تاريخ آخر مراجعة: ٢٠٢٦/٠٩/٠٦م

جدول المحتويات

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ٣
ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ٤
ج. موضوعات المقرر ٥
د. أنشطة تقييم الطلبة ٦
هـ. مصادر التعلم والمرافق: ٦
و. تقويم جودة المقرر: ٧
ز. اعتماد التوصيف: ٨

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: (٣)

٢. نوع المقرر

أ -	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب -	☒ إجباري	☐ اختياري			

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السادس)

٤. الوصف العام للمقرر

يتناول المقرر المفاهيم والمبادئ الأساسية لإدارة الترويج السياحي ودوره في تحقيق الأهداف التسويقية للمنظمات والوجهات السياحية، مع التركيز على الترويج بوصفه عملية اتصال تهدف إلى تعريف السائح بالمنتجات والخدمات والوجهات السياحية والتأثير في اتجاهاته وسلوكه. ويتناول المقرر عناصر المزيج الترويجي المتمثلة في الإعلان، والبيع الشخصي، وترويج المبيعات، والدعاية والنشر، والعلاقات العامة والإعلام، وآليات التكامل بينها. كما يناقش أساليب تحديد الميزانية الترويجية، ومفهوم الإعلان وتطوره وأهدافه وعلاقته بالمزيج التسويقي، ومراحل تخطيط الحملات الإعلانية، واختيار الوسائل الإعلانية، وتطوير الاستراتيجية الابتكارية وتصميم الرسائل الإعلانية. ويتيح المقرر للطلبة توظيف هذه المفاهيم في تحليل وتخطيط الأنشطة والحملات الترويجية للمنتجات والخدمات والوجهات السياحية.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

٣٠٨ سيح

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

إكساب الطلبة المعارف والمهارات اللازمة لفهم وإدارة أنشطة الترويج السياحي، وتحليل عناصر المزيج الترويجي وتوظيفها بصورة متكاملة، وتخطيط الأنشطة والحملات الإعلانية والترويجية وتصميم رسائلها بما يتناسب مع خصائص الجمهور المستهدف والمنتجات والخدمات والوجهات السياحية.

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم التقليدي	٣	%١٠٠
٢	التعليم الإلكتروني		
٣	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		

٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣	%١٠٠
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى		
	الإجمالي		

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يشرح المفاهيم والمبادئ الأساسية للترويج السياحي والاتصال التسويقي ودورهما في تسويق المنتجات والخدمات والوجهات السياحية.	K1	المحاضرات التفاعلية، المناقشة، العروض المرئية، الأمثلة السياحية	الاختبارات الفصلية والنهائية. عروض تقديمية. التكاليف والواجبات
1.2	يميّز بين عناصر المزيج الترويجي وخصائصها وأهدافها واستخداماتها في القطاع السياحي.	K2	المحاضرات التفاعلية، المناقشة، العروض المرئية، الأمثلة السياحية	الاختبارات الفصلية والنهائية. عروض تقديمية. التكاليف والواجبات

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.3	يوضح المبادئ والمراحل الأساسية لتخطيط الحملات الإعلانية والترويجية واختيار وسائلها وتصميم رسائلها.	K3	المحاضرات التفاعلية، المناقشة، العروض المرئية، الأمثلة السياحية	الاختبارات الفصلية والنهائية. عروض تقديمية. التكاليف والواجبات
2.0	المهارات			
2.1	يحلل الأنشطة والاستراتيجيات الترويجية والحملات الإعلانية المستخدمة في القطاع السياحي.	S1	تحليل حالات و اقعية، تحليل حملات سياحية، التعلم القائم على المشكلات	دراسة الحالة – المشروع التطبيقي والاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يختار عناصر ووسائل الترويج المناسبة وفقًا للجمهور المستهدف والأهداف والرسالة والتكلفة والظروف التسويقية.	S2	تحليل حالات و اقعية، تحليل حملات سياحية، التعلم القائم على المشكلات	دراسة الحالة – المشروع التطبيقي والاختبارات الفصلية والنهائية
3.3	يصمم خطة ترويجية متكاملة لمنتج أو خدمة أو منشأة أو وجهة سياحية.	S3	التعلم القائم على المشروع، العمل الجماعي، تصميم حملة ترويجية	دراسة الحالة – المشروع التطبيقي والاختبارات الفصلية والنهائية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يلتزم بالممارسات المهنية والأخلاقية والمسؤولية عند إعداد وتقييم الأنشطة والرسائل الترويجية.	V1	المناقشات الأخلاقية، العمل الجماعي، النقد والتقييم المتبادل	المشروع الجماعي – الملاحظة والتقييم الزملاء
3.2				
...				

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	مدخل إلى الترويج السياحي: مفهوم الترويج، أهميته وأهدافه، الترويج والاتصال في التسويق، الاتصال الإقناعي	٣

٢	المزيج الترويجي وعناصره: الإعلان، البيع الشخصي، ترويج المبيعات، الدعاية والنشر، العلاقات العامة والإعلام	٣
٣	ميزانية الترويج: مفهوم الميزانية الترويجية وأهميتها والعوامل المؤثرة فيها وأساليب تحديدها	٣
٤	البيع الشخصي: المفهوم والأهمية والخصائص ودور رجل البيع وعملية البيع	٣
٥	ترويج المبيعات: المفهوم والأهداف والأهمية ووسائل وأساليب ترويج المبيعات	٣
٦	الإعلان ونشأته وتطوره: مفهوم الإعلان وخصائصه وتطوره ودوره ضمن النشاط الترويجي	٣
٧	أهداف الإعلان وأنواعه: الإعلان الإخباري/الإبلاغي، الإقناعي، والتذكيري	٣
٨	الإعلان والمزيج التسويقي والترويجي: علاقة الإعلان بالمنتج والسعر والتوزيع والترويج	٣
٩	تخطيط الحملة الإعلانية: تحليل السوق، تحديد الأهداف، الميزانية، اختيار الوسائل، التنسيق والتقييم	٣
١٠	اختيار وسائل الإعلان: الجمهور المستهدف، الوصول، التكرار، الأثر، التكلفة والرسالة	٣
١١	الاستراتيجية الابتكارية للإعلان: مفهوم الإبداع الإعلاني والاستراتيجية الابتكارية	٣
١٢	تصميم الرسالة الإعلانية: أنواع الرسائل والأساليب الإقناعية وصياغة المحتوى	٣
١٣	تحليل الحملات الترويجية السياحية: تطبيقات ودراسات حالة	٣
١٤	تصميم حملة ترويجية سياحية متكاملة	٣
١٥	**عرض وتقييم الحملات الترويجية ومراجعة المقرر**	٣
	المجموع	٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	اختبار فصلي أول	الأسبوع السابع	%٣٠
٢	مشروع حملة ترويجية سياحية	الأسبوع الثالث عشر	%٢٠
٣	تقرير عن حملة ترويجية	الأسبوع التاسع	%١٠
٤	الاختبار النهائي	الأسبوع السادس عشر	%٤٠

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره).

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	Kotler, P., Bowen, J. T., Baloglu, S., & Morosan, C. (2026). Marketing for Hospitality and Tourism (9th ed.). Pearson.

المراجع المساندة	Belch, G. E., & Belch, M. A. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw Hill, 2026 Release.
المصادر الإلكترونية	Juska, J. M. (2017). *Integrated marketing communication: advertising and promotion in a digital world*. Routledge.
أخرى	

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	**القاعات الدراسية**
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	**السبورة الذكية**
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	المقرر، أستاذ المقرر، منسق المقرر	استبانة تقييم المقرر، التقييم الذاتي، تحليل نتائج الطلاب
فاعلية طرق تقييم الطلاب	أستاذ المقرر، منسق المقرر، أعضاء هيئة التدريس	مراجعة أدوات التقييم، تحليل نتائج الاختبارات والتكليفات، مراجعة عينات من أعمال الطلاب
مصادر التعلم	الطلاب، أستاذ المقرر	استبانة الطلاب، مراجعة مدى حداثة وملاءمة الكتب والمراجع والمصادر الإلكترونية
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	أستاذ المقرر، منسق المقرر	القياس المباشر لمخرجات التعلم، تحليل نتائج أدوات التقييم، مقارنة النتائج بالمستويات المستهدفة
أخرى		

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	