



T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: التسويق السياحي
رمز المقرر: 450 نسق-3
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الالكترونية
الكلية: العلوم الإدارية
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: 2023
تاريخ آخر مراجعة: 1445-2-18





## المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



## أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:		3 ساعات معتمدة	
2. نوع المقرر			
أ.	متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص
ب.	إجباري	اختياري	√
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السابع	
4. الوصف العام للمقرر يسعى هذا المقرر إلى التعريف بالمداخل الحديثة لتسويق الخدمات. وبشكل خاص الخدمات السياحية وتأثيرها بالبيئة، عناصر المزيج التسويقي المتمثلة بالمنتج السياحي والسعر ومنافذ التوزيع و الترويج الموجه باتجاه السائح وكيفية استغلالها بالشكل الأمثل لاشباع رغبات وحاجات السياح وتحقيق ربحية معقولة ، وهذا يتم في القطاع الحيوي الذي يساهم مساهمة فعالة في الاقتصاد من خلال وضع استراتيجية تسويقية شاملة.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا توجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر يتعرف الطالب على مفهوم التسويق وأهميته بشكل عام وفي السياحة خصوصا، والتركيز على المفاهيم العامة المرتبطة بالتسويق السياحي: كمفهوم السوق والعملاء والمستهلكين والزبائن والسلع والخدمات، التعرف على عناصر المزيج التسويقي من منتج وتسعير وتوزيع وترويج للمنتج السياحي، عوامل البيئة التسويقية الخارجية والداخلية وتجزئة السوق السياحي.			

## 1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	45	%100
2	التعليم الإلكتروني		
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
4	التعليم عن بعد		

## 2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	%100
2	معمل أو إستوديو		
3	ميداني		
4	دروس إضافية		
5	أخرى		
	الإجمالي	45	% 100

## ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
<b>1.0</b>	<b>المعرفة والفهم</b>			
1.1	يتعرف على المهارات التسويقية المرتبطة بالمقرر	1ع	المحاضرة المناقشات البحوث والمقالات السمنارات	- تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية - تقييم الواجبات
1.2	يوضح المفاهيم الأساسية والمصطلحات المرتبطة بالمقرر	2ع		
1.3	يذكر : عناصر المزيج التسويقي السياحي	3ع		
1.4	يشرح : أنواع السياحة	4ع		
<b>2.0</b>	<b>المهارات</b>			
2.1	يطبق : التخطيط الاستراتيجي التسويقي السياحي	1م	المحاضرة المناقشات الواجبات حالات تطبيقية تمارين عملية	- تقييم الاختبارات الفصلية والنهائية - تقييم الواجبات
2.2	يحلل : استراتيجيات التسويق السياحي	2م		
2.3	يقترح : الحلول للمشاكل والصعوبات التي تواجه رجال التسويق في القطاع السياحي.	3م		
<b>3.0</b>	<b>القيم والاستقلالية والمسؤولية</b>			
3.1	يعمل الطالب ضمن الفريق سواء أكان قيادياً أو عضواً فيه.	1ق	التعلم الذاتي التكليفات والواجبات السمنارات والعروض التقديمية	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	يتحمل الطالب المسؤولية في اتخاذ القرارات لحل المشكلات التسويقية وقادراً على المبادرة والابتكار.	2ق		
3.3	يظهر الطالب القيم الأخلاقية في ممارسة المهنة وفي التعامل مع الآخرين.	3ق		

## ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	مقدمة في التسويق السياحي	3
2	البيئة في التسويق السياحي	6
3	تجزئة الاسواق السياحية والتخطيط الاستراتيجي التسويقي السياحي	3
4	استراتيجية المنتج السياحي	6
5	استراتيجية تسعير المنتج السياحي	3
6	استراتيجية توزيع المنتج السياحي	6



6	استراتيجية ترويج المنتج السياحي	7
6	السياحة الدينية والسياحة العلاجية والتعليمية	8
6	السياحة التراثية والسياحة الاجتماعية	9
45	المجموع	

### د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي الأول	الأسبوع السادس	15%
2	الإختبار الفصلي الثاني	الأسبوع الثاني عشر	15%
3	الواجبات	طول الفصل الدراسي	20%
4	الاختبار النهائي	نهاية الفصل الدراسي (يحدد من عمادة القبول والتسجيل)	50%
...			

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

### هـ. مصادر التعلم والمرافق:

#### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

التسويق السياحي: مدخل سلوكي، د محمد عبيدات، عمان ( الاردن ): دار وائل للنشر و التوزيع 2000	المرجع الرئيس للمقرر
التسويق السياحي : مدخل استراتيجي، د حميد الطائي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, ١٣ ربيع الآخر ١٤٢٥ هـ	المراجع المساندة
<a href="http://TourMarketing.pdf(mt.gov.sa)">TourMarketing.pdf (mt.gov.sa)</a> <a href="http://Tourism Marketing (tasueq.com)">Tourism Marketing (tasueq.com)</a>	المصادر الإلكترونية
لا توجد	أخرى

## . المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
<b>المرافق النوعية</b> (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية تتسع لـ 40 طالب
<b>التجهيزات التقنية</b> (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر
<b>تجهيزات أخرى</b> (تبعاً لطبيعة التخصص)	طابعة وسبورة مع اقلام وماسحة سبورة.

## و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة	غير مباشر
فاعلية طرق تقييم الطلاب	المراجع النظير	غير مباشر
مصادر التعلم	عضو هيئة التدريس	مباشر
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	قيادات البرنامج	غير مباشر

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

## ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	