

مواصفات مقرر:
الاعلام والتسويق السياحي

Republic of Yemen

Alandalus University

Quality Assurance Unit



الجمهورية اليمنية

جامعة الاندلس

للعلوم والتقنية

وحدة ضمان الجودة

كلية: الآداب والعلوم الانسانية	توصيف مقرر: الاعلام والتسويق السياحي	قسم: العلاقات العامة
--------------------------------	--------------------------------------	----------------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:					
1.	اسم المقرر:	الاعلام والتسويق السياحي			
2.	رمز المقرر ورقمه:	463-3612			
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب
		2		1	3
4.	المستوى والفصل الدراسي:	المستوى الرابع- الفصل السابع			
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر (إن وجدت):	الاتصالات التسويقية المتكاملة			
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر (إن وجدت):	لا يوجد			
7.	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	بكالوريوس العلاقات العامة			
8.	لغة تدريس المقرر:	العربية			
9.	نظام الدراسة:	فصلي			
10.	أسلوب الدراسة في البرنامج:	عن بعد			
11.	مكان تدريس المقرر:	جامعة الاندلس			
12.	اسم معد مواصفات المقرر:	د. ابراهيم محمد عبدالله الاكوع			
13.	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:				

ثانياً: وصف المقرر:
يتعرف الطالب من خلال هذا المقرر على مفهوم وأهمية الاعلام والتسويق، وطبيعة العلاقة بين الاعلام والتسويق السياحي، وعناصر ومكونات المزيج التسويقي السياحي، وخطوات التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي، وعناصر استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن. ويتيح المقرر للطالب للاطلاع على كيفية تعامل الاعلام بكافة وسائله المطبوعة والمسموعة والمرئية مع الجمهور السياحي، بالإضافة الى التعرف على وكالات وشركات التسويق السياحي، مع خطوات عملية واستراتيجيات للإعلام والتسويق السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد، بما يخدم أهداف الاعلام والتسويق السياحي.
ثالثاً: مخرجات التعلم:
يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادراً على ان: المعرفة والفهم: تعريف وشرح مفهوم الاعلام والتسويق السياحي، وأهميته، وطبيعة العلاقة بين الاعلام والتسويق السياحي، وعناصر ومكونات المزيج التسويقي السياحي، وخطوات التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي، وعناصر استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن. التعرف على وكالات وشركات التسويق السياحي، والخطوات العملية لاستراتيجيات الإعلام والتسويق

السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد، بما يخدم الأهداف المشتركة للإعلام والتسويق السياحي. المهارات الذهنية: فهم وإدراك ومقارنة كافة عناصر ومكونات المزيج التسويقي السياحي، خطوات التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي، وعناصر استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن نظرياً وعملياً. المهارات العملية المهنية: الربط بين الجوانب النظرية والتطبيقية لكيفية تعامل الاعلام بكافة وسائله المطبوعة والمسموعة والمرئية مع الجمهور السياحي، والخطوات العملية لاستراتيجيات الإعلام والتسويق السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد، بما يخدم أهداف الاعلام والتسويق السياحي من خلال التدريب العملي. المهارات العامة: الاتصال والتواصل مع وسائل الاعلام والشركات السياحية المختلفة واكتساب روح العمل الجماعي وتحمل المسؤولية أثناء تنفيذ التكاليف/التطبيقات الفردية/ الجماعية مع زملائه تنمية ثقافته العامة من خلال الاطلاع على كم كبير من استراتيجيات التسويق والترويج السياحي في اليمن.

رابعاً: مواعمة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم		
أولاً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:		
مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
تعريف وشرح مفهوم الاعلام والتسويق السياحي، وأهميته، وطبيعة العلاقة بين الاعلام والتسويق السياحي، وعناصر ومكونات المزيج التسويقي السياحي، خطوات التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي، وعناصر استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن.	المحاضرات الحوار والمناقشة	الامتحانات الشفوية والتحريرية
التعرف على وكالات وشركات التسويق السياحي، والخطوات العملية لاستراتيجيات الإعلام والتسويق السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد، بما يخدم الأهداف المشتركة للإعلام والتسويق السياحي.		

خامساً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
فهم وإدراك ومقارنة كافة عناصر ومكونات المزيج التسويقي السياحي، وخطوات التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي، وعناصر استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن.	المحاضرة الحوار والمناقشة خارطة المفاهيم	الامتحانات الشفوية والتحريرية الملاحظة

سادساً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
الربط بين الجوانب النظرية والتطبيقية لكيفية تعامل الاعلام بكافة وسائله المطبوعة والمسموعة والمرئية مع الجمهور السياحي.	المحاضرات التدريب/ التطبيق العملي الفردى داخل وخارج المحاضرة	الامتحانات الشفوية والتحريرية الملاحظة تقييم التكاليف
الخطوات العملية لاستراتيجيات الاعلام والتسويق السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد، بما يخدم أهداف الاعلام والتسويق السياحي من خلال التدريب العملي.	المحاضرات التدريب/ التطبيق العملي الفردى داخل وخارج المحاضرة	الامتحانات الشفوية والتحريرية الملاحظة تقييم التكاليف
سابعاً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر/ المهارات العامة	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
الاتصال والتواصل مع وسائل الاعلام والشركات السياحية المختلفة واكتساب روح العمل الجماعي وتحمل المسؤولية أثناء تنفيذ التكاليف/ التطبيقات الفردية/ الجماعية مع زملائه تنمية ثقافته العامة من خلال الاطلاع على كم كبير من استراتيجيات التسويق والترويج السياحي في اليمن.	المحاضرات الحوار والمناقشة التعلم الذاتي	الملاحظة تقييم التكاليف الامتحانات الشفوية والتحريرية

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

وحدات /مواضيع محتوى المقرر					
أولاً: الجانب النظري والعملية					
الرقم	وحدات/ موضوعات المقرر	المواضيع التفصيلية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	رموز مخرجات تعلم المقرر
1	الاعلام والتسويق، المفهوم والاهمية	مفهوم الاعلام السياحي مفهوم التسويق السياحي الفرق بين التسويق السياحي والتسويق السلعي أهمية الاعلام في التخطيط للنشاط التسويقي في المجال السياحي أهداف الاعلام و التسويق السياحي	1	3	A+b+c+d
2	الاعلام والتسويق السياحي	دور وسائل الاعلام في التسويق السياحي الصحافة والتسويق السياحي الاذاعة و التلفزيون والتسويق السياحي فوائد استخدام وسائل الاعلام في التسويق السياحي	2	6	A+b+c+d
3	المزيج التسويقي السياحي	المنتج السياحي تسعير المنتج السياحي توزيع المنتج السياحي العنصر البشري (الناس) السوق السياحي (البيئة المادية) عملية تقديم الخدمة السياحية الترويج السياحي التسويق والترويج السياحي عبر الشبكات الاجتماعية	2	6	A+b+c+d
4	التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي	تعريف التخطيط الاستراتيجي السياحي أهمية التخطيط الاستراتيجي السياحي أهداف التخطيط الاستراتيجي السياحي مراحل التخطيط الاستراتيجي السياحي الاستراتيجيات التسويقية في مجال السياحة	2	6	A+b+c+d
5	التسويق والترويج السياحي في اليمن	محددات استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن الاعلام و استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن	2	6	A+b+c+d

			نقد وتقييم تجربة اليمن في التسويق والترويج السياحي		
A+b+c+d	3	1	دور الاعلام في التسويق السياحي المتخصص أنواع الجمهور السياحي بحوث الجمهور السياحي	6	الاعلام و الجمهور السياحي
A+b+c+d	6	2	مهام وكالات وشركات التسويق السياحي التنظيم الاداري لوكالات وشركات التسويق السياحي وكالات وشركات التسويق السياحي في اليمن	7	وكالات وشركات التسويق السياحي
A+b+c+d	6	2	مميزات استخدام الشبكات الاجتماعية في التسويق السياحي أمثلة للتواجد الناجح لبعض الشركات السياحية اليمنية والعربية والعالمية على الشبكات الاجتماعية	8	الاعلام والتسويق السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد
	42	14	إجمالي الأسابيع والساعات		

تاسعا: استراتيجيات التدريس:	
	المحاضرات.
	التطبيق العملي في الميدان.
	واجبات منزلية
	مناقشة جماعية
	تكاليف جماعية صفية

I. التعيينات والتكليفات:				
الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	تقديم ملخصات مصغرة فردية أو جماعية لكتب حول الاعلام والتسويق السياحي	A+b+c+d	3-4-5	5
2	إعداد تصورات مقترحة لحملات تسويق سياحي	D+C	6-8-9	5
3	تقديم تكليف عملي فردي يتضمن تحليل لحملتي تسويق سياحي نشرت في أحد وسائل الاعلام المطبوع أو الالكتروني أو الجديد	A+b+c+d	10+11+12	10

				أو أحد نشرات أو مطبوعات العلاقات العامة	
	3-13	c+A+B		مجموعة نقاش	4
عاشرا: تقويم التعلم:					
الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	الواجبات / الأنشطة/ التكاليف Homework/Tasks/Assignments	13-1	20	20%	A+b+c+d
2	اختبار أول (قصير) Quiz 1	-	-	-	
3	اختبار منتصف الفصل Midterm Exam	7	20	20%	A+b+c+d
4	اختبار ثاني (قصير) Quiz 2	-	-	-	
5	الاختبار النهائي Final Exam	14	60	60%	A+b
	المجموع		100	100%	
الحادي عشر: مصادر التعلم:					
(اسم المؤلف، سنة النشر، اسم الكتاب، دار النشر، بلد النشر).					
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)					
1. حميد الطائي وبشير عباس العلاق، (2009م) تسويق الخدمات، دار اليازوري.					
المراجع المساعدة					
1. محمد منير حجاب، (2003م) الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ط2					
2. أحمد الجلال، (2003م) دراسات في بيئة التنمية والاعلام السياحي المستدام، عالم الكتب ، القاهرة.					
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)					

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1.	الحضور والغياب: إذا تغيب الطالب 25% من المحاضرات بدون عذر يرفع اسمه لشؤون الطلاب ويحرم من دخول امتحان المادة النهائي.
2.	الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.
3.	ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.

4.	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
5.	الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
6.	الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
7.	سياسات أخرى:

خطة مقرر: (الاعلام والتسويق السياحي)

I. معلومات عن مدرس المقرر:						
الساعات المكتبية (3 / أسبوعيا)						الاسم
السبت الأحد الاثنين الثلاثاء الأربعاء الخميس						المكان ورقم الهاتف
						البريد الإلكتروني

II. معلومات عامة عن المقرر:						
الاعلام والتسويق السياحي						1. اسم المقرر:
463-3612						2. رمز المقرر ورقمه:
الساعات						3. الساعات المعتمدة للمقرر:
المجموع	نظري	سمنار	عملي	تدريب		
3	2		1			
الرابع- السابع						4. المستوى والفصل الدراسي:
الاتصالات التسويقية المتكاملة						5. المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):
لا يوجد						6. المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):
بكالوريوس العلاقات العامة						7. البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:
العربية						8. لغة تدريس المقرر:
جامعة الاندلس						9. مكان تدريس المقرر:

III. وصف المقرر الدراسي:

يتعرف الطالب من خلال هذا المقرر على مفهوم وأهمية الاعلام والتسويق، وطبيعة العلاقة بين الاعلام والتسويق السياحي، وعناصر ومكونات المزيج التسويقي السياحي، وخطوات التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي، وعناصر استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن.

ويتيح المقرر للطالب للاطلاع على كيفية تعامل الاعلام بكافة وسائله المطبوعة والمسموعة والمرئية مع الجمهور السياحي، بالإضافة الى التعرف على وكالات وشركات التسويق السياحي، مع خطوات عملية واستراتيجيات للإعلام والتسويق السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد، بما يخدم أهداف الاعلام والتسويق السياحي.

IV. مخرجات التعلم المقصودة للمقرر:

1. تعريف وشرح مفهوم الاعلام والتسويق السياحي، وأهميته، وطبيعة العلاقة بين الاعلام والتسويق السياحي، وعناصر ومكونات المزيج التسويقي السياحي، وخطوات التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي، وعناصر استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن.
2. التعرف على وكالات وشركات التسويق السياحي، والخطوات العملية لاستراتيجيات الإعلام والتسويق السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد، بما يخدم الأهداف المشتركة للإعلام والتسويق السياحي.
3. فهم وادراك ومقارنة كافة عناصر ومكونات المزيج التسويقي السياحي، وخطوات التخطيط الاعلامي للنشاط السياحي التسويقي، وعناصر استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن نظرياً وعملياً.
4. الربط بين الجوانب النظرية والتطبيقية لكيفية تعامل الاعلام بكافة وسائله المطبوعة والمسموعة والمرئية مع الجمهور السياحي، والخطوات العملية لاستراتيجيات الإعلام والتسويق السياحي عبر وسائل الاعلام الجديد، بما يخدم أهداف الاعلام والتسويق السياحي من خلال التدريب العملي.
5. الاتصال والتواصل مع وسائل الاعلام والشركات السياحية المختلفة واكتساب روح العمل الجماعي وتحمل المسؤولية أثناء تنفيذ التكليف/التطبيقات الفردية/ الجماعية مع زملائه تنمية ثقافته العامة من خلال الاطلاع على كم كبير من استراتيجيات التسويق والترويج السياحي في اليمن.

V. محتوى المقرر:

الجانب النظري:

الرقم	وحدات المقرر	المواضيع التفصيلية	الأسبوع	الساعات الفعلية
1	الاعلام والتسويق، المفهوم والاهمية والدور	مفهوم الاعلام السياحي مفهوم التسويق السياحي الفرق بين التسويق السياحي والتسويق السلعي أهمية الاعلام في التخطيط للنشاط التسويقي في المجال السياحي أهداف الاعلام و التسويق السياحي دور وسائل الاعلام في التسويق السياحي	الاول، الثاني، الثالث	9

		الصحافة والتسويق السياحي الإذاعة و التلفزيون والتسويق السياحي فوائد استخدام وسائل الاعلام في التسويق السياحي		
12	الرابع، الخامس، السادس، السابع	المنتج السياحي تسعير المنتج السياحي توزيع المنتج السياحي العنصر البشري (الناس) السوق السياحي (البيئة المادية) عملية تقديم الخدمة السياحية الترويج السياحي التسويق والترويج السياحي عبر الشبكات الاجتماعية تعريف التخطيط الاستراتيجي السياحي أهمية التخطيط الاستراتيجي السياحي أهداف التخطيط الاستراتيجي السياحي مراحل التخطيط الاستراتيجي السياحي الاستراتيجيات التسويقية في مجال السياحة	المزيج التسويقي السياحي والتخطيط السياحي	2.
9	الثامن، التاسع، العاشر	محددات استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن الاعلام و استراتيجية التسويق والترويج السياحي في اليمن نقد وتقييم تجربة اليمن في التسويق والترويج السياحي دور الاعلام في التسويق السياحي المتخصص أنواع الجمهور السياحي بحوث الجمهور السياحي	التسويق والترويج السياحي في اليمن والجمهور السياحي	3
12	الحادي عشر، الثاني عشر، الثالث عشر، الرابع عشر	مهام وكالات وشركات التسويق السياحي التنظيم الاداري لوكالات وشركات التسويق السياحي وكالات وشركات التسويق السياحي في اليمن مميزات استخدام الشبكات الاجتماعية في التسويق	وكالات وشركات التسويق السياحي والاعلام الجديد	4

		السياحي أمثلة للتواجد الناجح لبعض الشركات السياحية اليمنية والعربية والعالمية على الشبكات الاجتماعية	
42	14	عدد الأسابيع والساعات	

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	تقديم تكليف عملي فردي يتضمن تحليل لحملتني تسويق سياحي نشرت في أحد وسائل الاعلام المطبوع أو الالكتروني أو الجديد أو أحد نشرات أو مطبوعات العلاقات العامة	10+11+12	
2	تنفيذ نزول ميداني الى احد الشركات السياحية وكتابة تقرير عن الزيارة	13	
3	مجموعة نقاش	9	
إجمالي الأسابيع والساعات			

VI. استراتيجيات التدريس
1. المحاضرات. 2. التطبيق العملي في الميدان. 3. مناقشة جماعية 4. واجبات منزلية 5. تكاليف جماعية صفية

VII. التكاليف / المهام:			
الرقم	التكليف/النشاط	الأسبوع	الدرجة (إن وجدت)
1	تقديم ملخصات مصغرة فردية أو جماعية لكتب حول الاعلام والتسويق السياحي	3-4-5	10 درجات
2	إعداد تصورات مقترحة لحملات تسويق سياحي	9-8-7--6	10 درجات

VIII. تقويم التعلم:				
الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم / اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي (نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي)
1.	الواجبات / الأنشطة/ التكاليف والمشاركة	الاسبوع 2- 10	20	20%
2.	اختبار منتصف الفصل	الاسبوع السابع	20	20%
	اختبار نهاية الفصل	الاسبوع الرابع عشر	60	60%
	المجموع		100	100%

IX. مصادر التعلم:	
1. <u>المراجع الرئيسية:</u> 1. حميد الطائي وبشير عباس العلق، (2009م) تسويق الخدمات، دار اليازوري. 2. المراجع المساعدة: 1. محمد منير حجاب، (2003م) الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ط2 2. أحمد الجلال، (2003م) دراسات في بيئة التنمية والاعلام السياحي المستدام، عالم الكتب ، القاهرة. 3. مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)	

X. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:	
1.	الحضور والغياب: اذا تغيب الطالب 25% من المحاضرات بدون عذر يرفع اسمه لشؤون الطلاب ويحرم من دخول امتحان المادة النهائي.
2.	الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة اذا تكرر حضوره المتأخر اكثر من مرة.
3.	ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.

4.	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
5.	الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
6.	الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
7.	سياسات أخرى: