

**مخطط المادة الدراسية**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| التسويق السياحي | اسم المادة | **.1** |
| 2603422 | رقم المادة | **.2** |
| 03 | الساعات المعتمدة (نظرية،عملية) | **.3** |
| 03 | الساعات الفعلية (نظرية، عملية) |
| لا يوجد | المتطلّبات السابقة/المتطلبات المتزامنة | **.4** |
| بكالوريوس في الإدارة السياحية | اسم البرنامج | **.5** |
| 03 | رقم البرنامج | **.6** |
| الجامعة الأردنية | اسم الجامعة | **.7** |
| الآثار والسياحة | الكلية | **.8** |
| الإدارة السياحة | القسم | **.9** |
| طلاب السنة الثانية أو الثالثة | مستوى المادة | **.10** |
| 2019/2020 | العام الجامعي/ الفصل الدراسي | **.11** |
| بكالوريوس | الدرجة العلمية للبرنامج | **.12** |
| لا يوجد | الأقسام الأخرى المشتركة في تدريس المادة | **.13** |
| الإنجليزية | لغة التدريس | **.14** |
| 1/9/2018  15/12/2019 | تاريخ استحداث مخطط المادة الدراسية/ تاريخ مراجعة مخطط المادة الدراسية | **.15** |

**16. منسّق المادة**

|  |
| --- |
| د. نور العقيلي قسم الإدارة السياحية / كلية الآثار والسياحة  هاتف رقم: 0653555000 (فرعي 25032)  البريد الالكتروني: n.okaily@ju.edu.jo |

**17. مدرسو المادة**

|  |
| --- |
| الرجاء إدراج ما يلي: رقم المكتب، الساعات المكتبية، رقم الهاتف، البريد الإلكتروني. |

**18. وصف المادة**

|  |
| --- |
| يهدف هذا المساق لتطوير فهم الطلبة لنظرية التسويق في سياق صناعة السياحة. تبدأ المادة باستعراض للمفاهيم الأساسية للتسويق السياحي إلى جانب مفاهيم التخطيط الاستراتيجي للتسويق. يتم إيلاء اهتمام كبير لفهم التقنيات المرتبطة بتجزئة السوق والمزيج التسويقي. ويركز التركيز أيضا على سلوك شراء السياح والدافع. سيتم استكشاف كل هذه الأفكار في السياق العملي لسلسلة من دراسات الحالة والتعلم القائم على الطلاب من خلال التعلم الإلكتروني |

**.19 أهداف تدريس المادة ونتاجات تعلمها**

|  |
| --- |
| **أ- الأهداف:**   1. تزويد الطلاب بنظرة عامة عن التسويق في صناعة السياحة والسفر 2. فهم المفاهيم المتعلقة بالتسويق السياحي وخصائص الصناعة. 3. التعرف على العناصر الرئيسية في عملية التخطيط الاستراتيجي للتسويق في كل من بيئة الأعمال في المنظمات السياحية والوجهات 4. تعزيز فهم الطلاب للسلوك السياحي وتجزئة السوق. 5. تعزيز فهم الطلاب حول كيفية استخدام المزيج التسويقي في السياحة 6. تزويد الطلاب بفهم للتقنيات المرتبطة بتجزئة السوق 7. فهم جانب عناصر المزيج التسويقي في تسويق المنتجات السياحية. 8. فهم النظريات الرئيسية المتعلقة بسلوك الشراء السياحي ودوافع السياح.   **ب- نتاجات التعلّم:**   1. يحلل مفهوم التسويق في صناعة السياحة والسفر 2. يشرح المفاهيم المتعلقة بالتسويق السياحي وخصائص الصناعة. 3. يعرف على العناصر الرئيسية في عملية التخطيط الاستراتيجي للتسويق في كل من بيئة الأعمال في المنظمات السياحية والوجهات 4. يحلل السلوك السياحي وتجزئة السوق. 5. يشرح كيفية استخدام المزيج التسويقي في السياحة 6. يعدد التقنيات المرتبطة بتجزئة السوق 7. يعدد عناصر المزيج التسويقي في تسويق المنتجات السياحية. 8. يشرح النظريات الرئيسية المتعلقة بسلوك الشراء السياحي ودوافع السياح. 9. الانخراط في البحوث السياحية والتسويقية |

**20. محتوى المادة الدراسية والجدول الزمني لها**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **أساليب التقييم** | **نتاجات التعلّم المتحققة** | **الأسبوع** | **المحتوى** |
| ----- | 1 | الأسبوع الأول | مقدمة في التسويق السياحي |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 2 | الأسبوع الثاني | المفاهيم المتعلقة بالتسويق السياحي |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 3 | الأسبوع الثالث | التخطيط الاستراتيجي للتسويق |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 3 | الأسبوع الرابع | التخطيط الاستراتيجي للتسويق |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 4&6 | الأسبوع الخامس | تجزئة السوق |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 4&6 | الأسبوع السادس | تجزئة السوق |
| إمتحان فصلي | 5 &7 | الأسبوع السابع | المزيج التسويقي للسياحة |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 5 &7 | الأسبوع الثامن | المزيج التسويقي للسياحة |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 5 &7 | الأسبوع التاسع | المزيج التسويقي للسياحة |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 8 | الأسبوع العاشر | الدافع السياحي وسلوك المشتري |
| التدريبات الجماعية والنقاش | 8 | الأسبوع الحادي عشر | الدافع السياحي وسلوك المشتري |
| العصف الذهني والنقاش | 9 | الأسبوع الثاني عشر | مراجعة وتقديم الاوراق البحثية |
| العصف الذهني والنقاش | 9 | الأسبوع الثالث عشر | مراجعة وتقديم الاوراق البحثية |
| الامتحان النهائي | 9 | الأسبوع الرابع عشر | مراجعة وتقديم الاوراق البحثية |

**21. النشاطات والاستراتيجيات التدريسية**

|  |
| --- |
| يتم تطوير نتاجات التعلم المستهدفة من خلال النشاطات والاستراتيجيات التدريسية التالية:   * المحاضرة * الحوار والمناقشة * التدريبات الجماعية * العصف الذهني * إعداد المشاريع |

**22. أساليب التقييم ومتطلبات المادة**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| يتم إثبات تحقق نتاجات التعلم المستهدفة من خلال أساليب التقييم والمتطلبات التالية:   |  |  | | --- | --- | | * اختبار منتصف الفصل | 30% | | * مشروع بحثي والتفاعل الصفي | 20% | | * الاختبار النهائي | 50% | | المجموع | 100% | |

**23. السياسات المتبعة بالمادة**

|  |
| --- |
| **أ**- سياسة الحضور والغياب   * يجب على الطالب حضور جميع المحاضرات لهذا المساق. * الطالب الذي يتجاوز نسبة الغياب المسموحة في الجامعة، بما يعادل 7غيابات، سيتم التنسيب بحرمانه من المساق، ويمنع من التقدم إلى الإمتحان النهائي للمادة، وتكون علامته في هذا المساق هي الصفر الجامعي (ه). * في الحالة المذكورة أعلاه، إذا تقدم الطالب بعذر مرضي رسمي مختوم من عيادة الطلبة يبرر غياباته على نحو يجده عميد الكلية الآثار والسياحة مقنعاً، حينها فقط يعد الطالب منسحبا من المادة وتظهر كلمة منسحب إلى جوار إسمه في تقرير العلامات. * لا يسمح للطلبة بالتأخر عن موعد بدء المحاضرة، وإذا حصل ذلك لا يسمح له بحضور تلك المحاضرة ويسجل غائبا في ذلك اليوم.   ب- الغياب عن الامتحانات وتسليم الواجبات في الوقت المحدد  أن التغيب عن الامتحانات أو الفشل في تقديم المشروع البحثي في تاريخة المتفق علية بدون عذر موثق يقبله مدرس المادة و/أو عميد الكلية يؤدي إلى نزول علامة ذلك الامتحان صفرا. أما إذا قبل عذر الطالب فيعمل له امتحان مكمل يحدد تاريخه مسبقاً.  ج- إجراءات السلامة والصحة  د- الغش والخروج عن النظام الصفي  إن المشاركة في ارتكاب الغش أو الخروج عن النظام الصفي ستؤدي إلى تنفيذ العقوبات المنصوص عليها في تعليمات الجامعة الأردنية.  ه- إعطاء الدرجات  علامة (د) هي الحد الأدنى للنجاح في هذا المساق.  و- الخدمات المتوفرة بالجامعة والتي تسهم في دراسة المادة   * التقنيات السمعية والبصرية ووسائل العرض * قواعد البيانات والمجلات العلمية الإلكترونية والإنترنت * مصادر وكتب مكتبة الجامعة الأردنية   كتاب المساق |

**24. مصادر التعلّم والتعليم**

|  |
| --- |
| * المعينات السمعية والبصرية * مواقع التعلم الألكتروني لكل عضو هيئة تدريس * مواقع الألكترونية ذات الصلة بالسياحة محلياً وعالمياً * زيارات ميدانية لمقومات الجذب السياحي في الإردن حيثما أمكن |

**25. المراجع**

|  |
| --- |
| * Hudson, S. (2008). Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective. London: Sage. * Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M., and Ranchhod, W. (2009). Marketing in travel and tourism (4th Ed). Oxford: Butterworh-Heinemann. |

**.26 معلومات إضافية**

|  |
| --- |
| لا يوجد |

مدرس أو منسق المادة: ------------------- التوقيع: --------------------- - التاريخ: ------------------

مقرر لجنة الخطة/ القسم: -------------------------- التوقيع --------------------------------------

رئيس القسم: ------------------------- التوقيع-----------------------------------------------

مقرر لجنة الخطة/ الكلية: ------------------------- التوقيع --------------------------------------

العميد: ------------------------------------------- التوقيع--------------------------------