

استراتيجيات تنمية و تنشيط المبيعات السياحية

اسم المقرر	استراتيجيات تنمية و تنشيط المبيعات السياحية
الكود:	TE 304

الأهداف العامة للمقرر:

يتميز المعارف الأساسية و المهارات المرتبطة بالأهداف البيعية المختلفة و سياسات الترويج والتسعير والتوزيع و يربط ذلك التعريفات الأساسية لعمليات التسويق و الترويج. يصنف العوامل المؤثرة على حجم المبيعات السياحية و الترويج Promotion و سياسات التسعير وآلياته وأهدافه و سياسات التوزيع و التخطيط الاستراتيجي التسويقي بما يكفل نجاح العمل. يخطط برامج التدريب و تقييم الأداء في مجال تنمية المبيعات السياحية و يصمم عمليات البيع السياحي الناجح و وضع الأهداف البيعية و مراحل العملية البيعية و يطبق قواعد اسلوب المبيعات السياحية للعرض السياحي في مصر و البرامج السياحية وفقا لرغبات السائحين بناء على تحليله لطبيعة المستهلكين.

المخرجات التعليمية المستهدفة (ILOs)

أ) المعرفة والفهم:

بنهاية المقرر بنجاح يصبح الطالب قادراً على:

- أ. ١- يصف الطالب مفاهيم المبيعات المختلفة.
- أ. ٢- يسترجع الطالب التعريفات الأساسية لعمليات التسويق و الترويج.
- أ. ٣- يشرح الطالب بالأهداف البيعية المختلفة و سياسات الترويج والتسعير والتوزيع.
- أ. ٤- يفسر الأهداف البيعية المختلفة و دورها في دراسة جدوي المشاريع السياحية.
- أ. ٥- يذكر برامج التدريب و تقييم الأداء في مجال تنمية المبيعات السياحية.

ب) المهارات الذهنية

بنهاية المقرر بنجاح يصبح الطالب قادراً على:

- ب. ١- يحلل العوامل المؤثرة على مناطق عوامل الجذب السياحي حجم المبيعات السياحية و الترويج و سياسات التسعير وآلياته وأهدافه و سياسات التوزيع و التخطيط الاستراتيجي التسويقي
- ب. ٢- يجهز عمليات البيع السياحي الناجح و وضع الأهداف البيعية و مراحل العملية البيعية
- ب. ٣- يكتشف المهارات البيعية و تطويرها وتنميتها.
- ب. ٤- يميز الطالب مفهوم البيع الشخصي والإعلان و العلاقات العامة السياحية

ت) المهارات المهنية والعملية

بنهاية المقرر بنجاح يصبح الطالب قادراً على:

ت.١- يتصفح ويكتب التقارير الخاصة بعملية المبيعات السياحية

ت.٢- يبتكر أسلوب المبيعات السياحية للعرض السياحي في مصر

ت.٣- يصمم البرامج السياحية وفقاً لرغبات السائحين بناءً على تحليله لطبيعة المستهلكين .

ث) المهارات العامة والمنقولة

بنهاية المقرر بنجاح يصبح الطالب قادراً على:

ث.١- يتعلم الطالب كيفية اعداد التقارير عن عملية المبيعات السياحية.

ث.٢- يتذكر الطالب كيفية التعامل مع تنوع مصادر السوق السياحي العالمي.

ث.٣- يسترجع الطالب كيفية الاتصال الفعال وتوصيل المعلومات لكافة عناصر عملية البيع

السياحي.

محتويات المقرر

الموضوع	عدد الساعات	محاضرة	تمارين	عملي
مفهوم السياحة وأبعادها وأنواع الخدمات السياحية والعوامل المؤثرة عليها وتطوير مزيج الخدمة السياحية وتميز المنتج السياحي	٣	١		
مفاهيم المزيج التسويقي والترويجي و مكوناته ومفهوم تسعير الخدمات والترويج السياحي	٣	٢		
أهداف الترويج و المزيج الترويجي السياحي ومفاهيم الإعلان والبيع الشخصي و العلاقات العامة الدعاية السياحية و أساسيات تنمية المبيعات وعلاقة تنمية المبيعات بالمزيج الترويجي وخطوات الإدارة السليمة لتنمية المبيعات وتقنيات تنمية المبيعات والمعارض التجارية	٦	٣-٤		
الفرق بين التسويق و الترويج و المبيعات وأهمية الثقافة الترويجية لدي رجال البيع وأثر الترويج في زيادة الحصة السوقية وماهية السوق	٣	٥		
مراحل اختيار السوق و متغيرات تقسيم السوق والعوامل المؤثرة في سلوك المستهلك و علي قرار الشراء	٣	٦		

		٧	٣	امتحان منتصف الفصل الدراسي
		١٠-٨	٩	مفهوم التجارة الإلكترونية و الانترنت في الترويج السياحي و أهمية التجارة الإلكترونية في القطاع السياحي و الأدوات الترويجية للمنظمة السياحية و الفندقية عبر الانترنت و أهمية التجارة الإلكترونية في القطاع السياحي و الأدوات الترويجية للمنظمة السياحية و الفندقية عبر الانترنت
		-١١ ١٤	١٢	الإعداد والتجهيز لعملية البيع و أهداف عملية البيع و اعتراضات العملاء و مواصفات رجل البيع السياحي الناجح و تدريب رجال البيع السياحي و مكافأة و رواتب وتحفيز رجال البيع السياحي و تقييم أداء رجال البيع و نصائح لانجاح عمل موظفي المبيعات السياحية وأهم عشر خطوات للبيع الناجح
		١٥	٣	امتحان نهاية العام

قائمة الكتب الدراسية والمراجع:

*- **مذكرات المقرر:** استراتيجيات تنمية و تنشيط المبيعات السياحية د. عماد أبو العنين

٢٠١٤/٢٠١٣

كتب مقترحة

- Carter T., Business | Marketing | Sales, A Brief Synopsis of Knowledge, Unpublished Research.
- Rizal P. and Asokan R., Promotion of tourism: An economic analysis, International Journal of Management and Development Studies 1, Volume No. 2 (2013), Issue No. 6 (June) ISSN (Online): 2320-0685, www.ijmds.com.
- Stampoulidou K. and Ioannis S., Hospitality Word of Mouth 3.0- the importance of Word of Video, London Metropolitan University, London, UK.
- Chandraiah, I. Introduction to marketing of library and information services
- Foster, Dennis L. Marketing hospitality : sales and marketing for hotels, motels, and resorts / Glencoe, McGraw-Hill 1993
- Shoemaker stowe Marketing essentials in hospitality and tourism Pearson Prentice Hall 2008
- Bolt Gordon. Market and sales forecasting atotal approach gordon bolt. 1994
- Solberg, Carl Arthur Relationship between exporters and their foreign sales and marketing intermediaries Elsevier JAI 2006

٣,٦ الدوريات العلمية والنشرات والمواقع الإلكترونية:

- Michael J., SALES FORECASTING, IEBM Encyclopedia of .Marketing, International Thompson Business Press, 1999
- Stilianidis C., Win On Sale, A New Perception Of Sale And Its 22 Basic Principles Or A Guide For The Modern Seller, ISBN: 97 8-960-93-4225-4, Visit author page at www.win-on-sale.com

■