

توصيف مقرر دراسي

| قسم: الإدارة السياحية والفندقية | | كلية: إدارة الاعمال | | |
|---|-----------------|---------------------|---------|---------------------------|
| CBTE111 | رمز المقرر: | Tourism Behavior | | اسم المقرر: سلوك السائح |
| - | المتطلب السابق: | عملي: 2 | نظري: 2 | الساعات المعتمدة: 3 ساعات |
| التوصيف | | | | |
| <p>يتلخص المقرر في دراسة مفهوم سلوك المستهلك السياحي (مستهلك الخدمات السياحية)، ودراسة مجموعة العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على هذا السلوك. وطريقة تكوين دوافع استهلاكية مصطنعة بين السياح، وتصنيف مستهلكي الخدمات السياحية، وطريقة تشكيل سياسة الفندق على أساس تفضيلات السائح وغيرها.</p> | | | | |
| المحتوى | | | | |
| <p>المواضيع التي سيتم تدرسيها في المقرر:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. تعريف السلوك 2. تعريف الاستهلاك 3. مفهوم السلوك الاستهلاكي في علم الاجتماع، علم النفس، علم الاقتصاد وعلم التسويق. 4. ما المقصود بسلوك السائح 5. طبيعة العلاقة بين التسويق وسلوك السائح. 6. دراسة المستهلكين في التسويق. 7. المتطلبات الأساسية لدراسة سلوك السائح. 8. ما هو الأساس الجوهري (المضمون الأساسي) في دراسة سلوك السائح. 9. عملية السلوك الشرائي للفرد. 10. أسباب الاهتمام بدراسة سلوك السائح <p>مجموعة العوامل الداخلية المؤثرة على سلوك السائح الاستهلاكي:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. العوامل النفسية <ul style="list-style-type: none"> • الادراك • الذاكرة • التعلم • الدوافع والمحفزات 2. العوامل الشخصية <ul style="list-style-type: none"> • نوع الشخصية • العمر • أسلوب الحياة • مستوى الدخل • مستوى التعليم • الجنس (النوع) <p>مجموعة العوامل الخارجية المؤثرة على سلوك السائح الاستهلاكي:</p> | | | | |

.1. مجموعة العوامل التسويقية

.2. مجموعة عوامل البيئة المحيطة

• العوامل الاقتصادية

• العوامل السياسية

• العوامل الاجتماعية

• العوامل الثقافية

.1. تصنیف مستهلكي الخدمات السياحية

العوامل المؤثرة في تشكيل وتكوين دافع المستهلك في السياحة والضيافة

.2.اليات تحفيز السائح لشراء الخدمات السياحية

.3. تكوين دافع استهلاكية مصطنعة بين السياح

.4. تشكيل سياسة الفندق على أساس تفضيلات المستهلك

المراجع

1. П. В. Ястремская. Поведение потребителей: тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / П. В. Ястремская. – Минск : БГТУ, 2011. – 133 с. ISBN 978-985-530-066-4 .
2. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Ч-84 Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А. Д. Чудновский, М.А. Жукова. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 304 с
3. Алешина, И. В. Поведение потребителей: учеб. пособие / И. В. Алешина. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 525 с.

عميد كلية إدارة الأعمال

أ.د. محمود طيوب