

جامعة 8 ماي 1945 – قالمة-

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

التخصص: تسويق فندقي وسياحي المستوى: أولى ماستر المقياس: الاتصالات التسويقية السياحية المدة: ساعة ونصف

الاسم واللقب: التاريخ: 2024/05/13 الرقم السري:

الرقم السري:

الامتحان الاستدراكي للسنة الجامعية 2024/2023

السؤال الأول (4.5ن): فرّق بين المصطلحات الثلاثة التالية من خلال التعريف:

| المصطلح | التعريف |
|----------------|----------------|
| السياح | |
| المتنزهون | |
| الزائر العابري | |

السؤال الثاني (6.5ن): أذكر مع شرح بسيط

1. أربعة (4) أهداف نوعية للسياحة:

-
-
-
-

2. أربعة (4) أهداف كمية للسياحة:

-
-
-
-

3. المكونات الأساسية للسياحة:

.....

.....

.....

.....

.....

السؤال الثالث(5ن): املأ الجدول

| مثال | طرق تطوير الخدمات السياحية |
|-------|----------------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

السؤال الرابع(4.5ن): قارن بين استراتيجيات السحب والدفع من خلال الأبعاد الظاهرة في الجدول

| استراتيجية السحب | استراتيجية الدفع | الأبعاد |
|------------------|------------------|----------------------|
| | | نشاط الترويج الرئيسي |
| | | نوع المنتج |
| | | منافذ التوزيع |
| | | السعر |
| | | طبيعة المنتجات |

الإجابة النموذجية للامتحان الاستدراكي للسنة الجامعية 2023/2024

السؤال الأول (4.5ن): فرّق بين المصطلحات الثلاثة التالية من خلال التعريف:

| المصطلح | التعريف |
|----------------|---|
| السياح | وهم عبارة عن زوار مؤقتين يبقون في الدولة المقصودة للزيارة أو المكان المقصود مدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن السنة الواحدة ، وينحصر الغرض من زيارتهم قضاء وقت الفراغ. (1.5) |
| المتنزهون | وهم زوار مؤقتين يبقون في المكان المقصود للزيارة مدة تقل عن 24 ساعة، ويتضمن هذا النوع المسافرين على السفن البحرية أو النهرية ويطلق هذا المصطلح عموماً على المتنزهين والمستجمين لمدة تقل عن 24 ساعة وهم ما يمكن أن نعرفهم بالرحلات العارضة. (1.5) |
| الزائر العابري | أي شخص يسافر في بلد غير بلده لفترة أقل من 24 ساعة شريطة أن يكون كل توقف لفترة زمنية بسيطة ولأسباب غير سياحية. (1.5) |

السؤال الثاني (6.5ن): أذكر مع شرح بسيط

4. أربعة (4) أهداف نوعية للسياحة:

- تهيئة الطاقات الطبيعية والثقافية والحضارية والدينية لجعلها مناسبة لجلب السواح وبالتالي إدخال العملة الصعبة. (0.5)
- تحسين نوعية الخدمات السياحية المقدمة للسواح والارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية. (0.5)
- إعادة بناء الطابع أو الصورة السياحية للدولة في الخارج وإدخال المنتجات السياحية في الدائرة التجارية الدولية. (0.5)
- تلبية الحاجات المتزايدة باستمرار للمواطنين الراغبين في السياحة بأنواعها. (0.5)

5. أربعة (4) أهداف كمية للسياحة:

- زيادة طاقة الإيواء السياحي. (0.5)
- - زيادة حجم الاستثمار السياحي. (0.5)
- - زيادة التدفقات السياحية. (0.5)
- - خلق مناصب شغل جديدة. (0.5)

6. المكونات الأساسية للسياحة:

- عوامل جذب الزوار (0.5)
- مرافق وخدمات الإيواء والضيافة (0.5)
- الخدمات المختلفة (0.5)
- خدمات النقل (0.5)
- خدمات البنية التحتية (0.5)

السؤال الثالث(4.5ن): املأ الجدول

| مثال | طرق تطوير الخدمات السياحية |
|--|---|
| 1. خدمة النقل من المطار إلى الفندق. (0.75) | 1. تحسين الخدمات السياحية الحالية (0.75) |
| 2. رحلة جوية + مشاهدة مباشرة لمباريات كأس العالم لكرة القدم أو البطولة الأوروبية. (0.75) | 2. إظهار منافع جديدة للخدمة السياحية (0.75) |
| 3. السياحة الحلال، رعاية الأطفال داخل المراكز الرياضية. (0.75) | 3. ابتكار خدمات سياحية جديدة. (0.75) |

السؤال الرابع(4.5ن): قارن بين استراتيجية السحب و الدفع من خلال الأبعاد الظاهرة في الجدول

| استراتيجية السحب | استراتيجية الدفع | الأبعاد |
|--------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| الإعلان (0.5) | البيع الشخصي (0.5) | نشاط الترويج الرئيسي |
| استهلاكية (ميسرة و تسوق) (0.5) | صناعية و استهلاكية خاصة (0.5) | نوع المنتج |
| متعددة (0.5) | محدودة (0.5) | منافذ التوزيع |
| منخفض (0.5) | مرتفع (0.5) | السعر |
| بسيطة (0.5) | معقدة (عالية التقنية) (0.5) | طبيعة المنتجات |