

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة-

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

المقياس: الاتصالات التسويقية السياحية

المستوى: أولى ماستر

التخصص: تسويق فندقي وسياحي

2024/05/13

المدة: ساعتين(2سا)

امتحان السداسي الثاني لسنة الجامعية 2023/2024

السؤال الأول(4ن): أذكر

1. أهم أربعة (4) أنواع للسياحة حسب الغرض.
2. النواتج المحتملة لعملية الاتصال.
3. أهم ثلاثة (3) أهداف للاتصال التسويقي.
4. مستويات التخطيط للاتصالات التسويقية.

السؤال الثاني(6ن): اشرح ما يلي مدعما إجابتك بأمثلة

1. يؤثر القطاع السياحي على القطاعات الأخرى تأثيرا مضاعفا ويزداد اتساعا باستمرار.
2. السوق المستهدفة لقطاع السياحة متنوعة الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية.
3. تعزيز السياحة المسؤولة.

السؤال الثالث(6ن): صحح العبارات التالية

1. الاتصالات التسويقية المتكاملة هي عملية التنسيق بين عناصر المزيج الترويجي لتعظيم قيمة المعلومات.
2. تغيير الاتجاهات هو الهدف الأول لأي استراتيجية إعلامية ، ويتم ذلك من خلال التأثير في المستويات المعرفية للفئة المستهدفة.
3. تركز الاتصالات التسويقية المتكاملة على مبدأ اساسي يتمثل في اتخاذ كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي بما فيها الاتصال رؤية مستقلة .

السؤال الرابع(4ن): تمتلك الجزائر مقومات سياحية طبيعية ضخمة لكنها تعاني من ضعف قطاع السياحة.

1. ما هي أهم الصعوبات التي حالت دون النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.
2. قدم (ي) بعض المقترحات التي من شأنها زيادة جاذبية القطاع وتنافسيته.

## الإجابة النموذجية للامتحان النهائي للسداسي الثاني 2024/2023

المقياس: الاتصالات التسويقية السياحية

المستوى: أولى ماستر

التخصص: تسويق فندقي وسياحي

### الإجابة على السؤال الأول

1. أهم أربعة (4) أنواع للسياحة حسب الغرض:

ترفيهية (0.25)، تسوق (0.25)، رياضية (0.25)، شاطئية (0.25)، علاجية، تجوال، علمية، دينية، غوص، ثقافية، مؤتمرات، معارض...

2. النواتج المحتملة لعملية الاتصال:

• قد يحدث تغيير مرغوب فيه (+). (0.25)

• قد يحدث تغيير غير مرغوب فيه (-). (0.25)

• قد لا يحدث أي تغيير (0). (0.25)

3. أهم ثلاثة (3) أهداف للاتصال التسويقي:

• ترسيخ صورة حسنة عن المنظمة في ذهن العملاء. (0.25)

• تحقيق زيادة مستمرة في المبيعات. (0.25)

• تأكيد أهمية المنتجات والخدمات بالنسبة للعميل ومستوى الطلب وأسعار المنافسين. (0.25)

• تشجيع الطلب على المنتجات واختيار الوسيلة المناسبة.

• نشر المعلومات والبيانات عن السوق والمنتج والتعريف بها لعميل.

• التأثير على السلوك وتوجيهه نحو أهداف المنظمة.

• خلق صورة مميزة ومؤثرة لمنتج في المجتمع عبر جودة المنتج وولاء العميل.

4. مستويات التخطيط للاتصالات التسويقية:

**المستوى الأول/** التخطيط على مستوى الأهداف الكلية: هي الأهداف التي تستند على رسالة المنظمة والهدف من وجودها

أساسا. (0.25)

**المستوى الثاني/** التخطيط على مستوى الأهداف التسويقية: الأهداف التي تهتم بالمبيعات والحصة السوقية والأرباح و

الاستثمار. (0.25)

**المستوى الثالث/** أهداف الاتصالات التسويقية: هي الأهداف التي على ضوءها يتم تحديد استراتيجية الاتصالات

التسويقية والخطوات لتنفيذ الخطة. (0.25)

### الإجابة على السؤال الثاني

1. يؤثر القطاع السياحي على القطاعات الأخرى تأثيرا مضاعفا ويزداد اتساعا باستمرار:

تقدم صناعة السياحة منتجاتها في صورة خدمة سياحية مركبة تتكون من نقل وإقامة وإطعام وزيارات وترفيه (1)،

ولكي تستطيع صناعة السياحة أن تقدم هذه الخدمة المركبة لابد لها من إحداث قدر من علاقات التشابك

الاقتصادي بين المنشآت المقدمة للخدمة السياحية والقطاعات التي توفر العناصر التي تتكون منها هذه الخدمة(1).

فعدد القطاعات الرئيسية والثانوية التي تساهم في تصنيع المنتج السياحي تفوق الـ 140 قطاع.

2. السوق المستهدفة لقطاع السياحة متنوعة الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية: إن السوق المستهدفة تمتد من مواطني البلد الواحد إلى مواطني الدول الأخرى(1)، وهذا يحدث بدوره تنوعا في الثقافات من حيث القيم و المعتقدات، العادات، اللغة والسلوكيات. (1)

3. تعزيز السياحة المسؤولة: هي السياحة التي تتم وفقا لمبادئ عدالة اجتماعية واقتصادية مع احترام كامل تجاه البيئة والثقافة المستضيفة(1). وهي تدخل ضمن أحد مقومات السياحة المستدامة التي ترمي إلى جعل الصناعة السياحية ضمن تنمية مستدامة ذات تأثيرات إيجابية في خدمة التنمية المحلية دون التأثير على البيئة والمجتمع والاقتصاد المحلي. (1)

الإجابة على السؤال الثالث (نقطة على معرفة الخطأ ونقطة على تصحيحه)

• الاتصالات التسويقية المتكاملة هي عملية التنسيق بين عناصر المزيج الترويجي وبقية الجهود التسويقية الأخرى(1) لتعظيم قيمة المعلومات.

1. تغيير الاتجاهات هو الهدف الأول لأي استراتيجية إعلامية ، ويتم ذلك من خلال التأثير في المستويات المعرفية و العاطفية والسلوكية (1) للفئة المستهدفة.

2. تركز الاتصالات التسويقية المتكاملة على مبدأ أساسي يتمثل في اتخاذ كل عناصر المزيج التسويقي بما فيها الاتصال رؤية مشتركة. (1)

الإجابة على السؤال الرابع

1. أهم الصعوبات التي حالت دون النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر:

- مكانة القطاع السياحي ضمن الخطط التنموية. (0.5)
- ضعف الثقافة السياحية. (0.5)
- تدهور الوضع البيئي. (0.5)
- رداءة البنية التحتية. (0.5)
- ضعف وسائل الاعلام والاتصال.

2. بعض المقترحات التي من شأنها زيادة جاذبية القطاع وتنافسيته:

- اقتراح بعض البرامج لتحسين الاتجاهات نحو السياحة لدى الأفراد. (0.5)
- تكوين المورد البشري لتحسين جودة الخدمات السياحية. (0.5)
- تقديم التسهيلات اللازمة لتشجيع الاستثمار السياحي. (0.5)
- الاهتمام بتطوير البنى التحتية. (0.5)