

2023/05/21

جامعة 08 ماي 1945-قائمة-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الامتحان النهائي في مقياس التسويق الفندقي

السنة الأولى ماستر تخصص تسويق فندقي وسياحي+تسويق الخدمات

مدة الامتحان: ساعة و20 دقيقة

السؤال الأول: 5نقاط

اشرح الفروقات الموجودة بين التوزيع المادي والتوزيع الفندقي؟

السؤال الثاني: 5نقاط

كيف يمكن للمؤسسة الفندقية مواجهة فترات الركود؟

السؤال الثالث: 5نقاط

على ماذا يجب أن يتضمن المحتوى الاعلاني الفندقي؟

السؤال الرابع: 5نقاط

اشرح أهم خصائص الفنادق الخضراء؟

الإجابة النموذجية للامتحان النهائي في مقياس التسويق الفندقي

الجواب الأول: 5 نقاط

يختلف التوزيع المادي عن التوزيع الفندقي من خلال طبيعة المنتج الموزع، ففي التوزيع المادي يتم توزيع منتج مادي يأخذ شكل سلعة صرفة أو سلعة مصحوبة بخدمات، في حين يعنى التوزيع الفندقي بتوزيع خدمة مصحوبة بمنتجات مادية 2.5 ن ان اعتماد القناة المباشرة في التوزيع المادي يؤثر بشكل كبير على السعر حيث يدفعه نحو الانخفاض على عكس التوزيع الفندقي الذي يعتمد على القنوات الغير مباشرة من خلال تدخل العديد من الوسطاء (وكالات سياحية، منظمو الرحلات، منصات الحجز الالكتروني..الخ)، 2.5 ن

الجواب الثاني: 5 نقاط

تواجه المؤسسة الفندقية فترات الركود وذلك من خلال :

*تقديم عروض ترقية بهدف زيادة الطلب على المنتج الفندقي (1.5 نقطة)

*الاعتماد على الطاقة التشغيلية الدنيا بهدف تقليل التكاليف التشغيلية، (مثال:

يعتمد الفندق فقط على العمالة الدائمة دون الموسمية) (1 نقطة)

*محاولة الاستثمار في الهياكل والتسهيلات المادية التي يحوزها الفندق كالمسابح الداخلية، قاعات الرياضة، قاعة الحفلات والمحاضرات والمطعم، والعمل على جذب الجمهور الخارجي (1.5 نقطة)

*تبني الفندق لقضايا مجتمعية (المحافظة على البيئة، مكافحة المخدرات..الخ)

واحتضانه لتظاهرات ثقافية...الخ، بهدف جذب الجمهور (1 نقطة)

الجواب الثالث: 5 نقاط

باعتبار ان الإعلان الفندقى يهدف للترويج عن خدمة، فمن الضرورى ان يتم التركيز على:

* الجوانب الملموسة المصاحبة للخدمة، (1 نقطة)

* التركيز على الرفاهية التى سيحصل عليها الزبون فى الغرفة، (1 نقطة)

* ابراز احترام المعايير المصنفة للفندق، (1 نقطة)

* التركيز على وسائل الراحة والاستجمام والترفيه التى يحوزها الفندق (1 نقطة)

* الاعتماد على شهادات الزبائن الراضين عن جودة الخدمات المقدمة (1 نقطة)

الجواب الرابع: 5 نقاط

يعتبر التسويق الأخضر من التوجهات التسويقية الحديثة، فبتزايد الوعي للاستهلاكي أصبح المستهلك اليوم يحرص على اقتناء المنتجات التى لا تشكل خطرا على صحته ولا تلحق ضررا بالبيئة (نقطة)، والفندق على غرار المؤسسات الأخرى تبنى هذا التوجه لتلبية حاجات بيئية لدى الزبون الأخضر (نقطة)، فيحرص الفندق الأخضر على استخدام مواد صديقة للبيئة فى اجزائه وكذا استخدام طاقات جديدة ومتجددة غير ملوثة و تقديم وجبات صحية وإعادة تدوير المواد المستخدمة فى الفندق (نقطة)، بالإضافة إلى اهتمامه بالبعد الايكولوجي، وترشيد استخدام الطاقة، كما نجد الأسعار المقترحة مرتفعة نسبيا وهذا لارتفاع التكاليف التشغيلية نسبيا مقارنة بالفنادق التقليدية (نقطة)، كما تعمل الفنادق الخضراء على ترسيخ الثقافة الاستهلاكية الخضراء فى أوساط الزبائن، ونجد هذه الفنادق منسجمة مع موقعها الطبيعي من

آلال المآفظة على المحيط الداخلي والخارجي للفندق والمساهمة في التنمية المحلية، وتعامل الزبائن مع هذا النوع من الفنادق نابع من قناعاتهم البيئية الراضة. (نقطة)