

# التسويق والمبيعات السياحية والفندقية

الدكتور  
سليم محمد خنفر  
أستاذ مساعد - جامعة الملك سعود

الدكتور  
علاء حسين السرابي  
أستاذ مساعد - جامعة الملك سعود

الدكتور  
عبد المحسن عبد الله الحجي  
أستاذ مساعد - جامعة الملك سعود



دار جرير  
للنشر والتوزيع



www.darjareer.com



## الفهرس

11..... التمهد

### الفصل الأول

#### مدخل إلى التسويق السياحي والفندقي

- 1-1 مفهوم التسويق السياحي ..... 15
- 2-1 أهداف التسويق السياحي ..... 16
- 3-1 أهمية التسويق السياحي ..... 19
- 4-1 التسويق السياحي في الدول المتقدمة ..... 22

### الفصل الثاني

#### سلوكيات العملاء في القطاع السياحي والفندقي

- 1-2 تمهد ..... 31
- 2-2 مستخدمو الخدمات السياحية ..... 31
- 3-2 سلوك المستخدمين ..... 32
- 4-2 التأثيرات السلوكية ..... 34
- 5-2 سلوك المستخدم وأنماط الحياة ..... 39
- 6-2 سلوك المستخدمين ..... 41
- 7-2 دراسة رموز سلوك المستهلكين ..... 43
- 8-2 نماذج محددات السلوك ..... 45
- 9-2 فهم سلوك مستخدمي المنتج السياحي ..... 48
- 10-2 الدوافع النفسية للسياح ..... 54

## الفصل الثالث

### تجزئة السوق السياحي الفندقى

- 1-3 تمهد ..... 61
- 2-3 تجزئة السوق السياحي ..... 65
- 3-3 أهمية تجزئة السوق السياحي ..... 67
- 4-3 قواعد التجزئة ..... 75
- 5-3 التجزئة الأكثر فعالية للسوق ..... 75
- 6-3 قرار تجزئة السوق ..... 76

## الفصل الرابع

### بحوث التسويق السياحي ونظم المعلومات التسويقية

- 1-4 تمهد ..... 81
- 1-4 مفهوم نظم معلومات التسويق ..... 83
- 3-4 المزايا البارزة لنظم معلومات التسويق (MIS) ..... 84
- 4-4 مكونات نظام المعلومات التسويقي ..... 86
- 5-4 المكونات أو الأنظمة الثانوية (الفرعية) لنظام المعلومات التسويقي ..... 88
- 6-4 وظائف نظام المعلومات التسويقي ..... 88
- 7-4 أغراض نظام المعلومات التسويقي ..... 91
- 8-4 إدارة المعلومات في التسويق السياحي والفندقى ..... 94
- 9-4 أهمية نظام المعلومات التسويقي في التسويق السياحي والفندقى ..... 94
- 10-4 بحوث التسويق ..... 97
- 11-4 أساليب البحث ..... 98
- 12-4 بحوث التسويق في صناعة السياحة والفنادق ..... 100



## الفصل الخامس

### تخطيط وتنمية المنتج السياحي

- 1-5 تمهيد ..... 109
- 2-5 مفهوم المنتج السياحي ..... 110
- 3-5 المنتج السياحي: المظاهر والميزات البارزة ..... 112
- 4-5 تخطيط المنتج السياحي ..... 115
- 5-5 لماذا التخطيط للمنتج السياحي؟ ..... 118
- 6-5 مراحل التخطيط ..... 122
- 7-5 تأثير البيئة على عملية التخطيط ..... 128
- 8-5 التخطيط الإقليمي ..... 129
- 9-5 تقييم جدوى المشاريع والتخطيط السياحي ..... 131

## الفصل السادس

### إستراتيجية المنتج السياحي

- 1-6 تمهيد ..... 139
- 2-6 تطوير المنتج السياحي ..... 143
- 3-6 تميز المنتج السياحي ..... 146
- 4-6 إستراتيجية المنتج السياحي ..... 147

## الفصل السابع

### إستراتيجية التسعير في القطاع السياحي

- 1-7 تمهيد ..... 155
- 2-7 العوامل المؤثر في تحديد السعر ..... 157

161.....	3-7 أهداف التسعيرة
164.....	4-7 السياسات السعرية
168.....	5-7 استراتيجيات التسعير
171.....	6-7 استراتيجية السعر خلال مراحل دورة حياة المنتج السياحي

## الفصل الثامن

### استراتيجية التوزيع في القطاع السياحي

175.....	1-8 تمهيد
178.....	2-8 العوامل المؤثرة على استراتيجية التوزيع
179.....	3-8 قنوات التوزيع
179.....	4-8 نظام التوزيع
181.....	5-8 الوسطاء في مجال السياحة
188.....	6-8 اختيار القنوات في صناع السياحة

## الفصل التاسع

### استراتيجية الترويج في القطاع السياحي

193.....	1-9 عملية الاتصال
195.....	2-9 الاتصال الشخصي
203.....	3-9 الإعلان
224.....	4-9 تنشيط المبيعات
230.....	5-9 العلاقات العامة
233.....	6-9 الدعاية السياحية

## الفصل العاشر

### إستراتيجية الترويج السياحي الشاملة

- 1-10 تمهيد ..... 237
- 2-10 الخطة التسويقية الشاملة ..... 237
- 3-10 صياغة الاستراتيجية التسويقية الشاملة ..... 241
- 4-10 اختيار مدخلات التسويق ..... 242
- 5-10 عوامل اختيار مدخلات التسويق ..... 244
- 6-10 تنفيذ استراتيجية التسويق الشاملة ..... 244
- 7-10 استراتيجيات المدخلات التسويقية ..... 246
- 8-10 تقييم استراتيجية التسويق الشاملة من خلال المراجعة التسويقية ..... 251

## الفصل الحادي عشر

### التسويق السياحي بواسطة الإنترنت

- 1-11 تمهيد ..... 255
- 2-11 التوقعات الواقعية ..... 256
- 3-11 قياس النجاح ..... 256
- المصادر ..... 261