

إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر

عصام حسن السعيد



المحتويات

الصفحة

الموضوع

11	المقدمة
13	الفصل الأول: ماهية السياحة والسفر
15	تعريف السياحة والسفر
16	أهداف السياحة والسفر
16	أسباب الانتشار والتقدم المهم لقطاع السياحة والسفر
17	السفر المنظم
20	دور وكيل السفر
21	مهارات وكيل السفر
21	سمات السفر
21	مميزات السفر في العصر الحديث
22	مزيج السياحة والسفر
22	أنواع السياحة
25	العوامل التي تساعد على تحقيق النمو السريع للسياحة المحلية
26	تقسيم السياحة
26	أهمية السياحة
27	أركان السياحة
27	اتجاهات السياحة العالمية
29	الفصل الثاني: مكاتب السياحة والسفر
31	تمهيد
32	الأمور المراد مراعاتها عند إقامة المكتب السياحي
32	المهارات والكفاءات التي يجب توافرها في العاملين في المكتب السياحي

33 الهيكل التنظيمي للمكتب السياحي
39 الأرشيف
40 قوائم البريد الأساسية
40 ملفات السكرتارية
41 مكاتب للسياحة والسفر أم (دكاكين)
44 السياحة مكاتب وشركات
53 الفصل الثالث: وكالات السياحة والسفر
55 تمهيد
55 تعريف وكيل السفر والسياحة
55 الشروط الواجب توافرها في وكيل السفر لنجاح السياحة
56 التطور التاريخي لوكالات السياحة والسفر
58 الخدمات السياحية في الوكالة السياحية
60 الأعمال التي يقوم بها وكيل السياحة والسفر
61 المهارات الفنية في الوكالة السياحية والسفر
62 إيجابيات وكيل السياحة والسفر
62 سلبيات وكيل السياحة والسفر
63 مزايا وعيوب عمل وكالات السياحة والسفر
64 المهارات الفنية الضرورية في أعمال وكالة السفر والسياحة
64 خطوات افتتاح وكالة السفر والسياحة
66 أرباح وكالة السفر (وكيل السفر)
67 إيرادات العمولات والبيع لوكيل السفر
69 الفصل الرابع: الشركات السياحية
71 تعريف الشركات السياحية

71 الأعمال التي تقوم بها الشركات السياحية
71 مراحل اعداد الرحلات التي تقوم بها الشركات السياحية
73 الهيكل التنظيمي للشركة السياحية
74 كيف تحصل الشركات السياحية على أرباحها
75 الخدمات التي تقدمها شركات السياحة
77 الفصل الخامس، علاقة الشركات السياحية مع وكلاء السفر
79 تمهيد
79 الفرق بين وكيل السفر والشركات السياحية
80 عمليات وكالة السفر والسياحة
80 سوق السفر من رجال الأعمال
82 الأعمال التي يقوم بها مؤسسات التسويق السياحية (الوكيل)
83 البناء الإداري والمالي لشركات السياحة ووكالات السفر
95 الفصل السادس، التوزيع والاتصال في شركات السياحة والسفر
97 تعريف قنوات التوزيع في الشركات السياحية والسفر
98 جدوى استخدام وكالة السياحة والسفر كقناة توزيع
99 الاتصال في الوكالة السياحية والسفر
99 العلاقات مع العملاء
100 معالجة سياسة الاتصالات في المؤسسات السياحية ووكلاء السفر
105 الفصل السابع، سلوك السائح
107 السياحة التي تهتم بسلوك السائح من حيث العرض من السفر
110 دوافع السياح للسفر
111 نماذج تفسير سلوك السائح
114 السمات الشخصية للسائح

115 معيقات السفر عند السائح
117 الفصل الثامن: تطوير مناطق الجذب السياحي
119 أنواع مناطق الجذب السياحي
121 العوامل التي ينبغي اخذها في الحسبان عند انتقاء اقليم لتحديد موقع لمنطقة جذب معينة
123 طرق تقييم مناطق الجذب السياحي
124 الصورة الذهنية في المناطق الجذابة
124 مكونات الصورة الذهنية
124 تكوين الصورة الذهنية عند السواح
125 المبادئ والخواص التي يمكن اعتمادها من قبل المعنيين بتطوير الصورة الذهنية
127 الفصل التاسع: المنظمات العالمية التي تهتم بالسياحة والسفر
129 تمهيد
129 أهمية ودور السياحة الدولية
129 السياحة ودور الأمم المتحدة
130 وكالات الأمم المتحدة التي تعنى بشؤون السياحة
131 اهداف شركات الطيران
131 اهداف خدمة المطار
132 الأدوات الرئيسية التي تعطى لمدير المحطة
132 فوائد المنظمات السياحية الدولية
133 المنظمات الدولية السياحية الحكومية
137 المنظمات الدولية الغير الحكومية للسياحة والسفر

139 الفصل العاشر: مكاتب السياحة والسفر في الأردن
141 تمهيد
142 أهمية البحث ومبرراته
142 مشكلة البحث
142 أهداف الدراسة
143 تقديم
144 مهام مكاتب السياحة والسفر الأردنية
151 دور مكاتب السياحة والسفر الأردنية في تنشيط السياحة الأردنية
157 المشاكل
160 النتائج
161 التوصيات
162 الاقتراحات لتحسين صناعة السياحة والسفر
163 خلاصة الفصل
164 نظام مكاتب وشركات السياحة والسفر في الأردن
173 قائمة المراجع العربية والأجنبية