

التسويق الفندقى

تأليف: عمر جوابرة الملكاوى



للنشر والتوزيع

الوراق



www.alwarraq-pub.com

المحتويات

الصفحة

الموضوع

الفصل الأول

مفاهيم التسويق

- 15 - تعريف التسويق وأهمته
- 30 - مفهوم الخدمات السياحية
- 31 - تحديد خصائص الخدمات السياحية

الفصل الثاني

العرض والطلب في قطاع السياحة

- 37 - أبعاد العرض السياحي
- 39 - العوامل المؤثرة في تسويق الخدمات السياحية
- 42 - عوامل بيئية
- 42 - عوامل ديموغرافية
- 42 - عوامل سياسية
- 43 - البيئة الايكولوجية
- 45 - دور القطاع السياحي الخاص في تنمية الطلب السياحي

الفصل الثالث

خصائص المستهلك

- 55 - خصائص المستهلك
- 56 - سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة
- 59 - العوامل المؤثرة على الخدمات السياحية
- 63 - مراحل شراء السلع السياحية

الفصل الرابع

العرض والطلب السياحي

- 67 - مكونات العرض السياحي
- 78 - العلاقة ما بين العرض والطلب السياحي
- 82 - دوافع وموانع السفر

الفصل الخامس

المزيج التسويقي للسلع والخدمات السياحية

- 87 - المنتج
- 92 - السعر
- 99 - الترويج
- 113 - قناة التوزيع
- 118 - العاملون
- 122 - العملية
- 124 - المحيط المادي
- 127 - النوعية

الفصل السادس

الأسواق المستهدفة

- 135 - إستراتيجية اختيار الأسواق المستهدفة
- 135 - السوق الموحد
- 136 - السوق الأوحد
- 136 - السوق المركز

الفصل السابع

الإستراتيجية التسويقية

- 139 - مراحل الإستراتيجية التسويقية
- 140 - العوامل المؤثرة في الإستراتيجية التسويقية
- 141 - تقسيم السوق
- 142 - تقسيم السوق على أساس جغرافي
- 142 - تقسيم السوق على أساس ديموغرافي
- 143 - تقسيم السوق على أساس المنفعة
- 143 - تقسم السوق على أساس الهدف من السفر
- 143 - تقسم السوق على أساس سيكولوجي
- 144 - تقسيم السوق على أساس السعر

الفصل الثامن

بحوث السوق

- 147 - أهمية بحوث التسويق
- 147 - أهداف بحوث التسويق
- 148 - أنواع الرئيسية للبحوث التسويقية
- 149 - إجراءات البحث التسويقي

الفصل التاسع

السياحة الإلكترونية

- 159 - المقدمة
- 161 - مفهوم السياحة الإلكترونية
- 169 - أهمية السياحة الإلكترونية وتأثيرها على الاقتصاد

الصفحة	الموضوع
171	- المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الالكترونية
177	- المقاصد السياحية وتكنولوجيا المعلومات
180	- تحديات السياحة الإلكترونية

الفصل العاشر

التسويق بالعلاقات

191	- مرتكزات التسويق بالعلاقات
194	- مزايا التسويق بالعلاقات
195	- استراتيجيات التسويق بالعلاقات
196	- مستويات العلاقات التسويقية مع الزبون

الفصل الحادي عشر

التسويق الدولي

201	- مقدمة
202	- مفهوم التسويق الدولي
206	- التشابه والاختلاف بين التسويق المحلي والتسويق الدولي
209	- قائمة المراجع