



Module (Course Syllabus) Catalogue

2023-2024

|                          |                                                                                                                                                                                                            |                          |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| College/ Institute       | Erbil Administrative Technical Institute                                                                                                                                                                   |                          |
| Department               | Tourism Foundation Administration dept.                                                                                                                                                                    |                          |
| Module Name              | Tourism Marketing                                                                                                                                                                                          |                          |
| Module Code              | TOM302                                                                                                                                                                                                     |                          |
| Degree                   | Technical Diploma <input type="checkbox"/> Bachler <input type="checkbox"/> High <input type="checkbox"/><br>Diploma <input type="checkbox"/> Master <input type="checkbox"/> PhD <input type="checkbox"/> |                          |
| Semester                 | 3                                                                                                                                                                                                          |                          |
| Qualification            | Phd                                                                                                                                                                                                        |                          |
| Scientific Title         | Lecture                                                                                                                                                                                                    |                          |
| ECTS (Credits)           | 175                                                                                                                                                                                                        |                          |
| Module type              | Prerequisite <input type="checkbox"/> Core <input type="checkbox"/> Assist. <input type="checkbox"/>                                                                                                       |                          |
| Weekly hours             | 5                                                                                                                                                                                                          |                          |
| Weekly hours (Theory)    | ( 2 )hr Class                                                                                                                                                                                              | ( 87 )Total hrs Workload |
| Weekly hours (Practical) | ( 3 )hr Class                                                                                                                                                                                              | ( 88 )Total hrs Workload |
| Number of Weeks          | 15                                                                                                                                                                                                         |                          |
| Lecturer (Theory)        | Dr.Afaf yousif noori                                                                                                                                                                                       |                          |
| E-Mail & Mobile NO.      | afaf.noori@epu.edu.iq 07504139974                                                                                                                                                                          |                          |
| Lecturer (Practical)     | M. fakhraddin ahmad                                                                                                                                                                                        |                          |
| E-Mail & Mobile NO.      | Fakhraddin.ahmad@epu.edu.iq<br>07504827019                                                                                                                                                                 |                          |
| Websites                 |                                                                                                                                                                                                            |                          |

Course Book

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Course Description | <p>التسويق السياحي مادة دراسية للمرحلة الثانية سمستر 3 ولها ساعات بولقع (175 CREDITS) وعدد الساعات هذه اعتمدت لما للمادة الاهمية المهنية للطلاب وسوف ينعكس ذلك على ممارسة المهنة مستقبلا حيث تشكل 5 ساعات اسبوعيا 3 عملي و2 نظري وتم إعداد المحاضرات النظري ووضع تمارين وفعاليات الساعات العملي ضمن معايير تتناسب وطريقة تسويق المنتج السياحي والذي يعتبر قطاع خدماتي وان للمنتج السياحي له خصوصيته فهو غير ملموس وغير منظور اضافة لخواص اخرى متعددة والذي اخذت كل المنظمات والمؤسسات السياحية في سوق العمل تتنافس وتبتكر الاساليب والطرق لتصل الى السوق المستهدفة على ضوء مراقبة ومتابعة كل المستجدات في الطلب السياحي لتعمل اليات التسويق على توفير العرض المناسب في سوق قادر على مواجهة التحديات والمنافسات في سوق العمل السياحي ، ولأجل تفعيل وتطبيق نظام بولونا المتبع في جامعة اربيل التقنية فتم اتباع الية في ساعات المحاضرات النظري والعملي فيتم تحديد المفردات واعلام الطلبة بها ليكونوا قادرين على تحضير المحاضرات والقيام بالواجبات المطلوب منهم من واجب منزلي وسمنارات واعداد تقارير ، تم تقسيم الطلبة الى مجاميع ، باعداد متناسبة لكل مجموعة ويؤخذ بالاعتبار ان تضم كل المجموعة على طالب يمتلك اللابتوب ومهارة في الاستخدام وطالب يجيد اللغة العربية والانكليزية ليسهل ذلك عمل المجموعة واتمام الواجبات المطلوبة من تقارير وسمنارات واختبارات حسب نظام (بولون).</p> |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                |                |          |                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Course objectives           | <p>يهدف تعليم مادة التسويق السياحي الى دعم المعرفة والفهم واكتساب المهارة التي تؤهل الطالب للعمل في مجال التسويق السياحي وتفعيل كافة مجالات التسويق السياحي من خلال الترويج للمنتج السياحي. والقدرة القيام بالحملات الاعلانية والترويجية وعلى مهارات تفعيل السياسات التكتيكية في التسعير، والتعرف على طرق التسويق التقليدية والحديثة وخاصة التسويق الرقمي واهم التطبيقات الخاصة والقدرة على التواصل باللغة العربية والكوردية والانكليزية. والقدرة على التسويق وقت الازمات والقدرة على احتواء التغييرات والتقلبات والتحديات التي تواجهه على الغالب دوما ظروف السوق السياحي.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |                |          |                                                                                                                                                                                            |
| Student's obligation        | <p>يلتزم الطالب بحضور المحاضرات حسب المواعيد الرسمية ويكون فعالا من خلال المشاركة بكل الواجبات المطلوبة سواء بشكل انفرادي او مع مجاميع الطلبة التي ينتمي اليها ويؤدي المهمات والواجبات المطلوبة مثلا اعداد تقرير والقاء سمنار والمشاركة بالزيارات العلمية المتمثلة بزيارة المعارض وزيارة الاماكن الثقافية مثلا المتاحف والاماكن الاثرية والتراثية في الاقليم للتعرف على اهمية وخصوصية المنتج السياحي ، وزيارة المطاعم واماكن الايواء المتعددة ومركز المدينة للتعرف على خصوصية المنتج السياحي الذي سيحصل عليه السائح او الزائر لربط سوق العمل من القطاع العام والخاص بالمفردات النظرية والعملية التي يتناولها المنهج المعتمد . اضافة الى أن كل طالب مطالب ايضا باستخدام برامج البوربونت من خلال الحاسوب الشخصي للطالب وعرضه على جهاز الداتا شو كفريق عمل والقدرة على كتابة النصوص باللغة العربية والكوردية والانكليزية . والمناقشة باستخدام اللغة الكوردية والانكليزية حسب ما يتطلبه التمرين او الموضوع المطلوب تقديمه.، فهنا يلزم الطالب العمل بروح الفريق والتعاون مع زملائه سواء اكان داخل القاعة الدراسية او اثناء الزيارات العملية او اثناء اجراء التمارين داخل القاعة الدراسية.</p> |                |                |          |                                                                                                                                                                                            |
| Required Learning Materials | <p>استخدام السبورة والداتا شو اضافة ويكون ملتزم باداء التمارين المطلوبة والتي تتناسب مع مادة التسويق السياحي .</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                |                |          |                                                                                                                                                                                            |
| Evaluation                  | Task                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                | Weight (Marks) | Due Week | Relevant Learning Outcome                                                                                                                                                                  |
|                             | Paper Review                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                |                |          |                                                                                                                                                                                            |
|                             | Assignments                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Homework       | 10             | 8        | يكتسب الطالب المعرفة بانواع التسويق السياحي مستخدما اللغات المهمة الثلاث العربية والكوردية والانكليزية والفهم والقدرة على البحث على شبكات الانترنت.                                        |
|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Class Activity | 2              | 12       | يشترك الطالب بالمناقشة والرد على الاستفسارات والاسئلة الموجهة له من قبل الاستاذ اثناء المحاضرة ويشترك الطالب ضمن المجموعة التي ينتمي اليها بالسمنارات والتقارير وكل الفعاليات المطلوبة منه |
|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Report         | 1              | 5        | يكون الطالب قادر على معرفة ادبيات الاكاديمية والمهنية لاعداد التقارير واكتساب المعرفة من المواضيع مطلوب تحضيرها ودمج الدراسات النظري مع حاجات سوق العمل والتحديات والمقترحات الخاصة به     |
|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Seminar        | 1              | 2        | يكتسب الطالب المهارة في استخدام المنصات الالكترونية بمختلف انواعها والتواصل مع زملائه داخل المجموعة التي ينتمي اليها فيكسب مهارة العمل                                                     |

|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |                  |                                                                                                                                                        |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |                  | بروح الفريق الواحد ومهارة<br>الالقاء واجراء المناقشات اضافة<br>الى اغناء المعرفة من خلال<br>المادة العلمية والمهنية لكل<br>سمنار                       |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Essay   |                  |                                                                                                                                                        |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Project | 1                | 7                                                                                                                                                      |
|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |                  | ان قيام الطالب باعداد مشروع<br>يكسبه القدرة لمعرفة الخطوات<br>الاساسية لاعداد المشاريع<br>وكيفية عمل دراسة الجدوى<br>الاقتصادية, وغيرها<br>وتحليل sowl |
|                               | Quiz, class activities                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |                  | 8%                                                                                                                                                     |
|                               | Home work, seminar,<br>report, project                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |                  | 10%,16%,<br>16%,16%                                                                                                                                    |
|                               | Midterm Exam                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |         |                  | 24%                                                                                                                                                    |
|                               | Final Exam                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |         |                  | 40%                                                                                                                                                    |
|                               | Total                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |         |                  | 100%                                                                                                                                                   |
| Specific learning<br>outcome: | <p>من أهم مخرجات تعلم مادة التسويق السياحي هي</p> <p>1- معرفة التطور التاريخي للتسويق السياحي</p> <p>2- اكتساب الطالب المهارة للترويج لمنتج السياحي عبر القنوات التسويقية , تفهم ماهية التسويق السياحي وخصائصه والياته الميكانيكية.</p> <p>3- تفهم ما هو 7PS (المزيج التسويقي السياحي)</p> <p>معرفة الطرق التقليدية والحديثة في التسويق السياحي والعمل على البحث والدراسة الاكاديمية و الميدانية</p> <p>عنهما لدعم اكتساب الطالب بالمهارة المطلوبة من سوق العمل .</p> <p>4- التعرف على اهمية اقامة المهرجانات والمعرض الدولية والمحلية في دعم التنشيط والتسويق السياحي</p> <p>5- تحديد الهوية البارزة للمنتج المحلي الوطني الكوردستاني وتحديد قنوات التوزيع السياحي على حسب نوع المنتج السياحي المراد تسويقه وخاصة السوق المستهدفة</p> <p>6- التعرف على خاصية كل وسيلة للترويج والاعلان ومعرفة السلبيات والايجابيات لكل منها</p> <p>7- اجادة لاهم المصطلحات التسويقية المهنية السياحية التسويقية باللغات الثلاث العربية والانكليزية والكوردية.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |         |                  |                                                                                                                                                        |
| Course References:            | <p>1. مسلم, ع (2015), الادارة التسويقية الحديثة, دار المعزز للنشر والتوزيع , عمان</p> <p>2. ابو رمان, أ و الديوه جي, أ (2000), التسويق السياحي والفندقي , دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان</p> <p>3. كافي,م(2014), فلسفة التسويق الأخضر, مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع, عمان</p> <p>4. ابو رمان, أ و الديوه جي, أ(2000), التسويق السياحي والفندقي, دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان</p> <p>5. السعيد, ع(2009), التسويق والترويج السياحي والفندقي, دار الراية للنشر والتوزيع , عمان</p> <p>6. كافي,م(2015), فلسفة اقتصاد السياحة والسفر, دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان</p> <p>7. عبيدات,م(2011), التسويق الاجتماعي الأخضر والبيئي, داروائل للنشر والتوزيع, عمان.</p> <p>8. الملكاوي,ع(2012), التسويق الفندقي, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, عمان</p> <p>السراي, ع وغيره (2011), التسويق والمبيعات</p> <p>تاريخ الدخول 2019-11-1 <a href="http://www.forum.topmaxtech.net/t37669.htm">http://www.forum.topmaxtech.net/t37669.htm</a></p> <p>تاريخ الدخول 2019-11-1 <a href="https://historicalcities.wordpress.com">https://historicalcities.wordpress.com</a></p> <p><a href="http://kenanaonline.com">http://kenanaonline.com</a></p> <p><a href="https://www.academia.edu">https://www.academia.edu</a></p> <p><a href="https://tawasulforum.org">https://tawasulforum.org</a></p> <p>هيئة السياحة في اقليم كوردستان <a href="http://bot.gov.krd/arabic/tourism-board">http://bot.gov.krd/arabic/tourism-board</a></p> |         |                  |                                                                                                                                                        |
| Course topics (Theory)        | Week                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |         | Learning Outcome |                                                                                                                                                        |

| 1                                                                                                                                                                                                             | ان المخرجات لهذه المحاضرة<br>اطلاع لمعرفة خمس مراحل هو<br>التطور الفلسفي لمفهوم التسويق<br>لتكون نبذة واضحة الوصول الى<br>المفهوم الحديث في<br>التسويق.                                                                                                                                                                                                                                                                  | لمفهوم التسويق. الأسبوع الأول: التطور الفلسفي 1                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2                                                                                                                                                                                                             | معرفة ماهي خصوصية ووظائف<br>النظريتين والفرق بينهما<br>؟<br>وماهو الفرق بين البيع<br>والتسويق؟                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | الأسبوع الثاني: ممارسات التسويق القديم, ممارسات التسويق الحديث 2                                                     |
| 3/4                                                                                                                                                                                                           | معرفة وتفهم ماهي عناصر<br>ps المزيج التسويقي السياحي 7<br>حيث يعتبر هذه الموضوع اساسي<br>في التسويق السياحي وسوف<br>يحصل الطالب على التفهم<br>والمعرفة للعناصر السبعة<br>الاساسية والتي سينتج عنها<br>المنتج السياحي والذي هو مركب<br>في خاصيته وبهذا سيحصل على<br>القدرة في تسويق كل منتج حسب<br>خصويته لان قنوات التسويق<br>سوف تتنوع لتتنسجم مع<br>خصوصية المنتج والسوق<br>المستهدف .                                 | الأسبوع الثالث: عناصر المزيج التسويقي السياحي<br>الاسبوع الرابع عناصر المزيج التسويقي السياحي<br>ايضا (محاضرة عدد 3) |
| 5                                                                                                                                                                                                             | السياحة الإلكترونية تعتبر<br>السياحة الالكترونية موضوع<br>حيوي لانها وسيلة واداة<br>للتسويق السياحي وتقديم<br>الخدمات من خلال منصات<br>ومواقع الالكترونية متعددة<br>وسوف يحصل الطالب على<br>المعرفة والقدرة لكسب مبدئيا<br>مهارة التسويق<br>الرقمي.<br>اضافة الى ان الطالب يحصل<br>على المعرفة بأهمية السياحة<br>الالكترونية وتأثيرها على<br>الاقتصاد القومي وكذلك<br>المتطلبات العامة لتطبيق<br>السياحة<br>الالكترونية. | الأسبوع الخامس : محاضرة عدد (4) السياحة الإلكترونية                                                                  |
| 6                                                                                                                                                                                                             | يتفهم الطالب وظائف التسويق<br>بصورة عامة واهميته واهدافه<br>والمنافع الاساسية ثم يتم<br>التطرق الى اهداف التسويق<br>السياحي الاربع الاساسية                                                                                                                                                                                                                                                                              | التسويق محاضرة عدد(5). الاسبوع السادس : وظائف التسويق السياحي                                                        |
| Practical Topics                                                                                                                                                                                              | Week                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Learning Outcome                                                                                                     |
| تقديم واجب يتضمن التطرق عن عناصر الصناعة بشكل عام وتطبيق هذه العناصر<br>على الصناعة السياحية وبالتالي تفهم مهية المنتج السياحي وخصوصيته التي تتطلب<br>طرق واساليب تسويق تتناسب معه للوصول الى الفئة المستهدفة | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | لمعرفة وتفهم خصوصية المنتج<br>السياحي وبالتالي فم مسؤولية                                                            |

|                                                                                                                                                                                                                                                                              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                              |     | التسويق السياحي لتحقيق صناعة سياحية مستدامة                                                                                                                                                                                                                                                  |
| اجراء مقارنة بين عناصر الصناعة بشكل عام وعناصر الصناعة السياحية ماهو المنتج السياحي ؟ وماهي مميزاته ماهي العناصر الثلاث الرئيسية لمكونات السياحية ؟ ماهي التجربة السياحية ؟ وماهي انواعها؟ وماهي اهميتها للتسويق السياحي ؟                                                   | 2/3 | لمعرفة عناصر الصناعة السياحية وماهي المنتج السياحي وماهي انواع التجربة السياحية ودورها في تنشيط التسويق السياحي                                                                                                                                                                              |
| ممارسة ميدانية عملية في موقع خنس الاثري في محافظة دهول وتطبيق تمارين ميدانية متعددة تتعلق بكيفية تسويق المنتج السياحي الاثري والتراثي وتحضير التقارير والسمنارات وممارسة عمل المرشد السياحي لكل طالب                                                                         | 4/5 | سيحصل الطالب على المعرفة والقدرة على العمل ضمن فريق والتعرف على اهمية المعارض المحلية والدولية لاسناد المنتج السياحي في اربيل واهميتها ثقافيا واكاديميا وترفها                                                                                                                               |
| ممارسة ميدانية لمركز مدينة اربيل وزيارة المتاحف والاسواق ذات العلاقة بدعم التسويق السياحي واداء تمارين وواجبات من قبل الطلبة بشكل انفرادي ومن خلال كروبات حسب متطلبات توجه لهم لتعزيز تنفيذ سياسات التسويق السياحي بشكل ميداني عند الزيارة وبعدها بتحضير التقارير والسمنارات | 6/7 | سيحصل الطالب على المعرفة في كيفية ادارة المتاحف واهميتها كمنتج سياحي ثقافي وماهي الية تسويقه وماهي الاهداف التي ستحقق وماهي مهارات المرشد السياحي المطلوبة                                                                                                                                   |
| تعريف ادوة الترويج اعلان اعلام دعاية علاقات عامة حفلات هدايا                                                                                                                                                                                                                 | 8   | سوف يحصل الطالب على المعرفة بادوة الترويج ومن خلالها سيحصل على مهارة استخدامها وسوف يضع تكتيك مناسب لاستخدامها اثناء                                                                                                                                                                         |
| اداء تمارين وذلك بتحضير منتجات متعددة داخل الساعات الدراسية في المعهد ومحاولة ترويجها وثم بيعها ضمن ضوابط وشروط تهدف الى تحقيق مهارة في التسويق                                                                                                                              | 9   | سوف يحصل الطالب على المهارة والمعرفة بسوق العمل وتكون له الفكرة لغرض مجال تاسيس المشاريع الصغيرة كانشاء مطاعم او كفتريات فلكلورية يختص بتقديم الاطعمة والاشربة ذات الهوية الكوردستانية التي تتميز بها كوردستان عن غيرها .والعراقية اضافة الى العديد من الفوائد التي تغني الطالب فكريا ومهنيا |

#### Questions Example Design

س اجراء مقارنة بين عناصر الصناعة بشكل عام وعناصر الصناعة السياحية

س ماهو المنتج السياحي ؟ وماهي مميزاته

س ماهي العناصر الثلاث الرئيسية لمكونات السياحية ؟

س ماهي التجربة السياحية ؟ وماهي انواعها؟ وماهي اهميتها للتسويق السياحي ؟

س املاء الفراغات التالية الجواب باللغة العربية

1- مفاهيم التسويق القديم على التسويق الحديث تستند على نظريتين وهما

أ-..... ب. ....

## 2- تقسم وظيفة التسويق بثلاث مراحل وهي

أ-..... ب-..... ج-..... 1

س ما هو الفرق بين المفهوم التسويقي وبين المفهوم البيعي الجواب باللغة العربية او الكوردية 4 درجات  
س وضح العبارة التالية " التسويق ليس عملية بيع سلع فقط" الجواب باللغة العربية فقط 4 درجات  
س وضح مايلي هذه الرموز بعبارات باللغة العربية او الانكليزية 6 درجات

B2b -

B2c -

C2c -

س اذكر المصطلحات الخاصة باللغات الثلاث العربية والكوردية والانكليزية ؟ 9 درجات 7 ماهي ؟  
نموذج اسئلة العملي

نماذج اسئلة العملي

اسئلة يتوجب على الطالب الحصول على الاجابة عنها بشكل اعداد تقرير وتقديم سمنار اثناء الزيارة في الموقع  
الاثري في خنس

### المقدمة

س 1 الموقع الجغرافي بالنسبة للعراق وبالنسبة لاقليم كردستان، لمن تابع الموقع اداريا، ابرز خطوط المواصلات البرية المؤدية الى  
موقع خنس

س2 نبذة عن موقع خنس تاريخها مميزاتا اهم الوظائف التي انشأ لاجلها اهم القطع الاثرية التي يشتهر بها الموقع

س3 صور لابرز مكونات الموقع مع الشرح والتوضيح لكل صورة الشرح يتضمن توضيح لتفاصيل المنحوتة وتوضيح رمزياتها  
ووظيفتها

س4 ماهي المقومات الطبيعية التي يمتلكها الموقع

س5 ماهي المقومات البشرية التي يمتلكها الموقع

س6 ماهي ابرز المقومات البشرية القريبة والتي تحيط بخنس والتي تشكل مقصد سياحي مهم

س7 ماهي ابرز المقومات الطبيعية القريبة والتي تحيط بخنس والتي تشكل مقصد سياحي مهم

### ادارة موقع خنس الاثري

س 1 الهيكل التنظيمي الاداري والفني لادارة موقع خنس

س2 الكوادر السياحي المتوفرة

من هي المنظمات المشرفة والمنفذة للتنقيب وصيانة اثار خنس؟

التسهيلات والخدمات السياحية المتوفرة في موقع خنس الاثري

ماهي اقرب خدمات الايواء المحيطة ب خنس

ماهي خدمات الاطعمة والاشربة ؟

الطرق ووسائل النقل

خدمات الاتصال

الطلب السياحي لموقع خنس الاثري

### الطلب الحالي

نوع السواح داخلي / خارجي

شباب / عوائل

مثقون / وغيرهم

الطلب المحتمل

الطلب الكامن

التسويق السياحي لموقع خنس الاثري

كيف يتم التسويق هل عن طريق شركات سياحية ، جامعات ، زيارات خاصة بشكل انفرادي

ماهو المنتج السياحي لموقع خنس اي نوع من السياحة؟ كم نوع من السياحة تتوقع بخنس والمنطقة المحيط

ماهي طرق التسويق وماهي الوسائل المستخدمة للتسويق

التحديات والمعوقات

المقترحات

Extra notes:

External Evaluator