



Module (Course Syllabus) Catalogue

2023-2022

College/ Institute	Erbil Administrative Technical Institute	
Department	قسم ادارة المنشآت السياحية Tourism Foundation Administration dept.	
Module Name	التسويق السياحي Tourism Marketing	
Module Code	TOM302	
Degree	Technical Diploma ☐	Bachelor ☐ High Diploma ☐
	Master ☐	PhD ☐
Semester	3	
Qualification	Phd	
Scientific Title	Lecture	
ECTS (Credits)	175	
Module type	Prerequisite ☐	Core ☐ Assist. 0 ☐
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)	د عفاف يوسف نوري م. روبار روستم	
E-Mail & Mobile NO.		
Websites		

Course Book

Course Description	ان مادة التسويق السياحي من المواد الرئيسية في منهاج السمسستر الثالث وبهذا فان ساعات (CREDITS 175) وعدد الساعات هذه اعتمدت لما للمادة الاهمية المهنية للطالب وسوف ينعكس ذلك على ممارسة المهنة مستقبلا فان لخصوصية المنتج السياحي غير ملموس وغير منظور وخواص اخرى ينفرد بها كونه ينصب في مضمار تسويق الخدمات 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 ولاجل تفعيل وتطبيق طرق التعليم (ects) يتم تقسيم الطلبة الى مجاميع , باعداد متناسبة 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 (ects). ومن خلال مفرداته ضمن المنهج التعليمي التي تركز من جهة على الركائز والمفاهيم التقليدية الاساسية
--------------------	---

	والتي تشكل المدخل الاساسي للتسويق السياحي, ومن جهة اخرى, يركز على الركائز الحديثة للتسويق السياحي المرتكزة على الدراسات والابحاث الحديثة , والآليات التي احدثتها الابتكارات التكنولوجية والالكترونية , ادناه محاضرات النظري , وكذلك محاضرات العملي , وهنا يتم التنسيق ليتم التداخل بين ساعات النظري والعملي بحيث تغطي ساعات النظري وعملي بشكل متداخل حسب الجدول الاسبوعي المعتمد من رئاسة القسم.				
Course objectives	يهدف تعليم مادة التسويق السياحي الى دعم المعرفة والفهم والقدرة لدى الطالب لاغثائه بالمهارة التي تؤهله للعمل في مجال التسويق 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.				
Student's obligation	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 المعرض لبعقمة في اربيل مثلا في ارض المعرض الدولية في برك سامي عبد الرحمن و زيارة الاماكن الثقافية مثلا المتحف السرياني في عينكاوة و زيارة الكنائس للتعرف على اهمية وخصوصية المنتج السياحي , وزيارة مطعم دووكلكاب في كل هذه الاماكن وربط سوق العمل من القطاع العام والخاص بالمفردات النظرية والعملي التي يتناولها المنهج المعتمد . اضافة الى أن لطالب مطالب ايضا باستخدام برامج اليوربونت 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.				
Required Learning Materials	استخدام السبورة والداتا شو اضافة الى جلب مواد تباع داخل قاعة المحاضرة العملي تتناسب مع مادة التسويق السياحي .				
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 المطلوب 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 الالقاء واجراء المناقشات اضافة الى اغناء المعرفة من خلال المادة العلمية والمهنية لكل سمنار
	Essay			
	Project	1	7	ان قيام الطالب باعداد مشروع يكسبه القدرة لمعرفة الخطوات الاساسية لاعداد المشاريع وكيفية عمل دراسة الجدوى الاقتصادية, وغيرها وتحليل sowt
	Quiz, class activities		8%	
	Home work, seminar, report, project		10%,16%, 16%,16%	
	Midterm Exam		24%	
	Final Exam		40%	
	Total		100%	
Specific learning outcome:	من أهم مخرجات تعلم مادة التسويق السياحي هي 1- معرفة التطور التاريخي للتسويق السياحي 2- اكتساب الطالب المهارة للترويج لمنتج السياحي عبر القنوات التسويقية , تفهم ماهية التسويق السياحي وخصائصه والياته الميكانيكية. 3- تفهم ما هو 7PS (المزيج التسويقي السياحي) معرفة الطرق التقليدية والحديثة في التسويق السياحي والعمل على البحث والدراسة الاكاديمية و الميدانية عنهما لدعم اكتساب الطالب بالمهارة المطلوبة من سوق العمل . 4- التعرف على اهمية اقامة المهرجانات والمعرض الدولية والمحلية في دعم التنشيط والتسويق السياحي 5- تحديد الهوية البارزة للمنتج المحلي الوطني الكوردستاني وتحديد قنوات التوزيع السياحي على حسب نوع المنتج السياحي المراد تسويقه وخاصة السوق المستهدفة 6- التعرف على خاصية كل وسيلة للترويج والاعلان ومعرفة السلبات والايجابيات لكل منها 7- اجادة لاهم المصطلحات التسويقية المهنية السياحية التسويقية باللغات الثلاث العربية والانكليزية			

	والكوردية.	
Course References:	1. مسلم, ع (2015), الادارة التسويقية الحديثة, دار المعترف للنشر والتوزيع , عمان 2. ابو رمان, أ و الديوه جي, أ (2000), التسويق السياحي والفندقي , دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان 3. كافي,م (2014), فلسفة التسويق الأخضر, مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع, عمان 4. ابو رمان, أ و الديوه جي, أ (2000), التسويق السياحي والفندقي, دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان 5. السعيد, ع (2009), التسويق والترويج السياحي والفندقي, دار الراية للنشر والتوزيع , عمان 6. كافي,م (2015), فلسفة اقتصاد السياحة والسفر, دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان 7. عبيدات, م (2011), التسويق الاجتماعي الأخضر والبيئي, دار وائل للنشر والتوزيع, عمان. 8. الملكاوي, ع (2012), التسويق الفندقي, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, عمان السرابي, ع وغيره (2011), التسويق والمبيعات تاريخ الدخول 2019-11-1 http://www.forum.topmaxtech.net/t37669.htm تاريخ الدخول 2019-11-1 https://historicalcities.wordpress.com http://kenanaonline.com https://www.academia.edu https://tawasulforum.org هيئة السياحة في اقليم كوردستان http://bot.gov.krd/arabic/tourism-board	
Course topics (Theory)	Week	Learning Outcome
لمفهوم التسويق. الأسبوع الأول: التطور الفلسفي 1	1	ان المخرجات لهذه اطلاع المحاضرة هو لمعرفة خمس مراحل التطور الفلسفي لمفهوم التسويق لتكون نبذة واضحة الوصول الى المفهوم الحديث في التسويق.
الأسبوع الثاني: ممارسات التسويق القديم, ممارسات التسويق الحديث 2	2	معرفة ماهي خصوصية ووظائف النظريتين والفرق بينهما ؟ وما هو الفرق بين البيع والتسويق ؟
الأسبوع الثالث: عناصر المزيج التسويقي السياحي الاسبوع الرابع عناصر المزيج التسويقي السياحي ايضا (محاضرة عدد 3)	3/4	معرفة وتفهم ماهي عناصر المزيج التسويقي حيث يعتبر ps السياحي 7 هذه الموضوع اساسي في التسويق السياحي وسوف يحصل الطالب على التفهم والمعرفة للعناصر السبعة الاساسية والتي سينتج عنها المنتج السياحي والذي هو مركب في خاصيته وبهذا سيحصل على القدرة في تسويق كل منتج حسب خصوصيته لان قنوات التسويق سوف تتنوع لتتنسج مع خصوصية المنتج

السوق المستهدف .		
السياحة الإلكترونية تعتبر السياحة الإلكترونية موضوع حيوي لأنها وسيلة وأداة للتسويق السياحي وتقديم الخدمات من خلال مناصات ومواقع الإلكترونية متعددة وسوف يحصل الطالب على المعرفة والقدرة لكسب مبدئياً مهارة التسويق الرقمي. إضافة الى ان الطالب يحصل على المعرفة بأهمية السياحة الإلكترونية وتأثيرها على الاقتصاد القومي وكذلك المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الإلكترونية.	5	الأسبوع الخامس : محاضرة عدد (4) السياحة الإلكترونية
يتفهم الطالب وظائف التسويق بصورة عامة وأهميته وأهدافه والمناافع الأساسية ثم يتم التطرق الى اهداف التسويق السياحي الاربع الاساسية	6	التسويق محاضرة عدد(5).الاسبوع السادس : وظائف التسويق السياحي
Learning Outcome	Week	Practical Topics
يكتسب الطالب المعرفة والتفهم لماهية هذه المصطلحات المهمة ولاسيما في عصرنا الحاضر وأهميتها في التنمية والتسويق السياحي .	1	تختار كل مجموعة من الطلبة إحدى العناوين التالية لعمل تقرير يقدم من قبلها على ان تكون من 3 الى 4 صفحات بشكل مختصر وب 2 لغة يقدم الاسبوع القادم يوم 26-9-2022 مصدر المعلومات من الكتب في مكتبة المعهد او القسم لايحوز ان يكرر اختيار العنوان ما بين مجاميع الطلبة في كلا الشعبتين العناوين: التطور الفلسفي لمفهوم التسويق. ممارسات التسويق القديم، ممارسات التسويق الحديث عناصر المزيج التسويقي السياحي السياحة الإلكترونية وظائف التسويق السياحي السياحة الذكية السياحة الخضراء التسويق الأخضر الفرق بين التسويق السياحي والتسويق السلعي دورة حياة الخدمة السياحية الاسس الاجتماعية للتسويق البيئة التسويقية السياحية اهداف التسويق السياحي التسويق الداخلي المراحل الذي يمر بها قرار السائح والعوامل المؤثرة على هذا القرار تقسيم السوق

السياحي		
اختيار موضوع (كتابة تقرير/رابورت) عن (فيديو أو موضوع) لاي مكان في العالم يتطرق الى التسويق السياحي	2/3	من خلال هذا الواجب سوف يكتسب الطالب المعرفة لتحليل عناصر 7P المزيج التسويقي ووسائل التسويق السياحي الحديث والتقليدي ومن هي الفئه المستهدفه في التسويق السياحي حسب المنطقة السياحية المختارة
الواجب يتضمن مايلي:- اسئلة المطلوب ايجاد الجواب عنها اثناء الزيارة العلمية الى المعرض الفلكلوري الكوردستاني في سامي عبد الرحمن وبعد الحصول على الاجوبة المناسبة يتم متابعة تقرير يتضمن مايلي اعداد :- د. عفاف يوسف ، م. روبر روسم 2022_10_4 القسم الاول :- س1 ماهو موقع المبارك . المساحة . لماذا سمية المبارك سامي عبد الرحمن ؟ ماهي ماهي اهم الاقسام التي يتكون منها المبارك ؟ وماهو الغرض من كل قسم ؟ وماهي الاهداف التي يقصدها كل قسم س2 نبذة تاريخية لماذا انشا؟ ولماذا تم اختيار هذا الموقع؟ س3 ماهي اهم الاهداف التي يحققها المبارك الى سكان اربيل - سكان الاقليم - السواح القادمين الى اربيل - ماهي علاقة المبارك بالسياحة - ماهو المنتج السياحي (الذي يقدمه المبارك) والذي يتطلب تسويقه - نبذة عن ادارة المبارك , عدد العاملين , اهم الاقسام التي يتكون منها المبارك ... الجهة (الوزارة) الادارية التي يتبع اليها الاقليم القسم الثاني :- يتضمن القسم الثاني من التقرير مايلي عن المعرض الكوردستاني ماهي اهم اقسام المعرض - ماهي المواد المعروضة للبيع المحاولة لاجاد تكلفة ما يقدم من (اطعمة (الصحن الواحد لكل نوع) ' قطعة الحلويات , الانتاج اليدوي كيف تم الحصول على الموافقات الادارية لاعداد المعرض . التكلفة . كيف تم التنسيق بين العاملين في المعرض ؟ ماهي الاهداف التي حققها ماهي الاهداف التي لم يتمكن من تحقيقها ماهي سياسات التسويق المتبعة ؟ وماهي الوسائل التسويقية المتبعة في المعرض ؟ ماهي علاقة المعرض بالتسويق السياحي ؟ ماهي المشاكل والتحديات التي تواجه المعرض؟ ماهي اهم المقترحات لمعالجة المشاكل وتذليل التحديات وللتطوير ؟ القسم الثالث المطلوب اخذ الصور وتسجيل تعليق مناسب سواء بعرض جوانب ايجابية او سلبية ماهو رأيكم بالمعرض (الاطعمة , الاعمال اليدوية) الجودة . النظافة . هل العرض جيد ؟ ام لا ولماذا ؟	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 وترفيها

زيارة المتحف السرياني في عينكاوة 6/7 سيحصل الطالب على المعرفة في كيفية إدارة المتاحف واهميتها كمنتج سياحي ثقافي وماهي آلية تسويقه وماهي الاهداف التي ستحقق وماهي مهارات المرشد السياحي المطلوبة اسئلة خاصة بالزيارة العملية الى ناحية عين كاوة في اربيل اسئلة الخاصة بالمتحف مصدر الاجابة :- النت + الزيارة العلمية + مصادر اخرى حسب جهد الطالب المطلوب اعداد رابورت بشكل كروب والتحضير للمناقشة في محاضرات العملي س1 موقع المتحف ؟ العنوان ؟ لمن الجهة التي يتبع اليها المتحف ؟ ماهي الفكرة الاساسية يعني ماهو السبب في انشاء المتحف؟ س2 كم استغرق انشاء المتحف ؟ متى تم الافتتاح؟ كيف تم جمع المقتنيات ، الموجودات في المتحف؟ س3 ماهي اقسام الاساسية التي يتكون منها المتحف ؟ ولماذا؟ س4 ماهي الرسالة (الهدف) التي يحملها المتحف ؟ س5 كم متحف في اربيل ؟ وماهي انواع المتاحف ؟ وماهو فرق هذا المتحف عن غيره ؟ كم متحف في اربيل وفي الاقليم مثل هذا المتحف ؟ س6 ماهي المقتنيات الموجودة في المتحف والتي تتشابه وتشارك بها كل سكة كوردستان من ثقافات عريقة واثنية ودينية ؟ وماهي المقتنيات التي تبرز خصوصية المتحف ؟ س7 كيف بروت الفكرة ؟؟ ومن هي الجهات الرسمية وغير الرسمية المساهمة بالانشاء ؟ س8 هل الدخول مجاني ؟ اذا كان مجاني لماذا لا يوجد بطاقة بثمان تشكل دخل للمتحف لغرض المساعدة في تطوير وضمان الديمومة ؟ س9 ماهي طرق الترويج المستخدمة ؟ لغرض تنشيط التسويق ؟ س10 اي نوع من مفاهيم التسويق المتحف ولماذا؟ س11 ماهي الشروط المتبعة والتعليمات عند زيارة المتحف ؟ س12 ماهي الخطط للمستقبل لغرض التطوير والتوسيع ؟ س13 ماهو الكادر الذي يعمل في المتحف ؟ ولمن يتبع ؟ وما هي مؤهلات الكادر والشهادات التي يحملها ؟ س14 ماهي اهم التحديات والمصاعب التي تواجه المتحف السرياني ؟ وماهي مقترحات المعالجة س15 ماهي الوسائل التقليدية المستخدمة في الشرح عند زيارة الضيوف ؟ وماهي الطرق الحديثة الالكترونية ؟ ان كانت متبعة		
تعاريف ادوة الترويج اعلان اعلام دعائية علاقات عامة حفلات هدايا	8	سوف يحصل الطالب على المعرفة بادوة الترويج ومن خلالها سيحصل على مهارة استخدامها وسوف يضع تكنيك مناسب لاستخدامها اثناء

9 زيارة الى المطعم مطعم دوكلي كباب Dokaly Kabab Restaurant الاجابة من موقع الالكتروني للمطعم + الزيارة العلمية الترفيهية الاسئلة مقدمة عن المطعم الموقع , العنوان , التصنيف . , 2- سؤال واحد فقط (ماهو 7p في المطعم اشرحها بالتفصيل مع الصور	سوف يحصل الطالب على المهارة والمعرفة بسوق العمل وتتكون له الفكرة لغرض مجال تأسيس المشاريع الصغيرة كانشاء مطاعم او كفتريات فلكلورية يختص بتقديم الاطعمة والاشرية ذات الهوية الكوردستانية التي تتميز بها كوردستان عن غيرها . والعراقية اضافة الى العديد من الفوائد التي تغني الطالب فكريا ومهنيا
---	---

Questions Example Design

س املاء الفراغات التالية الجواب باللغة العربية فقط (5) درجة

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 ماهو 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 7p ماهي ؟

نموذج اسئلة العملي

نماذج اسئلة واجوبة العملي

س1 اذا رغبة بالمستقبل من انشاء معرض كوردستاني (فلكلوري) يشمل العديد من الفعاليات ماهي الترتيبات التي ستقوم بها لمايلي

س2 او ان يكون السؤال كالآتي : ماهي اهم الاعتبارات والسياسات والمستلزمات الرئيسية التي تحتاج اليها عند الرغبة في انشاء معرض كوردستاني يضم مجموعة من الفعاليات تقدم العديد من الانتاج والخدمات للسياح والزوار القادمين الى اقليم كوردستان؟

الجواب هكذا للسؤال الاول و الثاني

-اختيار الموقع ؟.....

حسب راي الطالب مثلا باريك سامي عيد الرحمن . بيشمركة الخ اي باريك في كوردستان او اي موقع مناسب اخر

- المساحة ؟..... 400 - 300 كيلومتر مربع تقريبا

- راس المال.....؟ تخميناً من 40 - 50 \$ الف

- اهم الاقسام التي يتكون منها المعرض ونوع المنتجات والخدمات التي يقدمها.....؟

قسم لتقديم المشروبات الباردة والحارة بطريقة فلكلورية ، قسم لاعداد و لتقديم الاطعمة بطريقة الشواء بصورة انية وتقديمها

للضيف مباشرة ، الصاج ، ... الخ ، قسم اخر لتقديم اطعمة معدة سابقا يتم فقط تقديمها للضيف ، قسم للاعمال اليدوية

الفلكلورية ، قسم بفضل لتقديم خدمات متنوعة مثلا الرسم بالحنة ، عمل التاتو ،،، الخ من الاقسام التي تعنى بتقديم الانشطة

والفنون الكوردستانية

- من هم العاملين في المعرض ؟....

العاملون من المهتمين باعداد الانشطة التي ذكرت سابقا انواع الاطعمة الكوردستانية الوطنية المحلية والعاملين من منتسبي

النقابات او جمعيات ويكونا من الشباب والنساء على الاغلب

- ماهي المهارات التي يفترض ان يملكها العاملين.....؟

مهارات فنية متخصصة بالطعمة والاشربة والاعمال اليدوية مع مهارات فت التعامل والتواصل مع الضيوف والقدرة على ادارة المعرض واجادة فن التسويق ، والتحدث والتفاوض وحل المشاكل بشكل سريع ومقنع

- كم هو عدد العاملين في المعرض ولماذا؟

انشاء العمل وبقمة الموسم يتطلب 10-15 شخص والعدد يعتمد على حجم المعرض واعداد الزوار والضيوف وانواع الخدمات المقدمة

- ماهي المعدات والادوات والاثاث والديكورات (البينة المادية) المفروض استخدامها؟

يتم وصف ادوات والمعدات التي وردت في الفيديو لمعرض الكوردستاني في برك سامي عبد الرحمن او اضافة اي ادوات ومعدات وديكورات ما يناسب وافكار الطالب (الخيمة ، المنقل، شاي الفحم . الديكورات الكوردستانية. لبس الملابس الكوردستانية للعاملين في المعرض ...اواني واقداح التقديم كلها تحمل الطابع المحلي

- ماهي انواع المنتجات والخدمات وماهي الاسعار الافتراضية حسب رايتك لكل منهاولماذا؟؟؟

الاطعمة كانت بحدود 1000 الى 2000 دينار عراقي بالنسبة كاله نان ،،،،،باتواعه و صحت دولمة او برياني او ،،،،، الخ في هذه الحدود وهي تكف لشخص او شخصين فالاسعار تناسب ذوي الدخل المحدود والجميع

- ماهي طرق التسويق المتبعة للمعرض الفلكلوري الكوردستاني ...؟

تعتمد الطرق التقليدية وهي الاعلانات ، البوسترات ،،، الناس الذين يزورون المعرض ويتحدثون عنه مع الاخرين ،،، ثم تعتمد الطرق الحديثة وهي مواقع التواصل الاجتماعي وو الاعلانات على شبكات النت والتعامل مع الشركات السياحية القادمة من وسط وجنوب العراق

- من هي الجهات الحكومية وغير الحكومية والمطلوب استحصال الموافقات منها ولماذا؟

وزارة البلديات والسياحة . وزارة الداخلية ، الدوائر التابعة لها المحافظة القائمة ، وكل الدوائر التي تتطلب اشتراكها لاكمال المستلزمات القانونية ، والحصول على الموقع يتم باجراء المساطحة عن طريق المزايدة او الايجار ،،،،،

- ماهي التحديات والمصاعب التي تواجه هكذا مشاريع؟

اهم التحديات هي ضبابية الشروط وغياب الشفافية في اعلان شروط الحصول على الموقع ، شروط وتعليمات تجديد العقود / الموسمية بالعمل / غياب جهات استشارية لتطوير ودعم هذه الانشطة / ندرة القروض والسلف الممنوحة للراغبين بالقيام بمثل هذه الانشطة / غلاء الايجار وبالتالي ارتفاع الكلف / المراقبة والمتابعة لضمان الحفاظ على النظافة و تطوير المنتج والمحافظة على جودته.

- هل تعتبر هكذا مشاريع ناجحة او غير ناجحةولماذا؟

نعم تعتبر ناجحة لان هناك فوائد لهذه المشاريع متعدد منها توفير فرص عمل لانتاج يحمل هوية وخصوصية المجتمع . الاسعار مقبولة . نكهة الاطعمة مفضلة لدى اغلب الضيوف وان من عادات السكان والسواح ارتياد هذه المعارض دوما

- ماهي اهمية هكذا معارض للصناعة السياحية ؟ تعتبر هذه المعارض قناة لتسويق المنتج الوطني المحلي ذو المشاريع الصغيرة وبهذا فهي تشجع مشاريع الصغيرة وتعتبر خير واجهة محلية لتسويق المنتج السياحي المحلي

س3 ماهو المنتج السياحي للاماكن التي تم زيارتها في ناحية عينكاوة ؟ وماهو المفهوم التسويقي لكل منها ولماذا؟

اولا :- الكنيسة

ثانيا :- المتحف السرياني

ثالثا :- مطعم دوكلي كباب

جواب

المنتج السياحي

الكنيسة : منتج ثقافي . ديني . اجتماعي

المتحف السرياني:- منتج ثقافي ، فلكلوري ، اجتماعي

مطعم دوكلي كباب :- منتج خدمات للطعمة والاشربة يحمل هوية البلد ، فلكلوري ، خدمة وتسهيلات الاستمتاع

المفهوم التسويقي

الكنيسة : مفهوم اجتماعي

المتحف السرياني : مفهوم اجتماعي

مطعم دوكلي كباب : مفهوم تسويقي واجتماعي

س4 ماهي طرق التسويق المتبع في كلا ما يلي

لغرض معرفة طرق التسويق للكنيسة يجب ان نحدد الفئة المستهدفة ، طرق التسويق. وسائل التسويق

الفئة المستهدفة :- لغرض تحديد طرق التسويق يفضل ان نحدد (الفئة المستهدفة) والمقصود اي من هم انواع السياح الذين نرغب ان ياتون لزيارة هذه الاماكن ويحدد التصنيف هل ان التصنيف حسب العمر, الجنس, الحالة الاقتصادية, الاجتماعية, الدين, العرق, الخ

- الكنيسة :- ان نوع السواح الذين يرغبون بزيارة الكنيسة هم من عدة انواع :- حسب الدين اي السواح من الديانة المسيحية , السائح الذي لديه رغبة بالتعرف على ثقافة الاديان الاخرى . السائح المثقف, السائح الذي يرغب لمشاركة الاخرين بالمهرجانات والانشطة الاجتماعية والثقافية التي تقيمها الكنائس ودور العبادات الاخرى
- طرق التسويق :- وبهذا فان التسويق يتم عن طريق الشركات السياحية. الجمعيات الدينية والثقافية والاجتماعية , الجامعات والمعاهد والمدارس . النقابات
- وسائل التسويق فهي كالآتي :- الوسائل التقليدية اي الاعلانات عن طريق المجلات والصحافة والبوسترات او الوسائل التسويقية الحديثة مواقع الشبكات الالكترونية
- المتحف السرياني
- لغرض تحديد طرق التسويق للمتحف السرياني ايضا يتم تحديد الفئة المستهدفة ثم طرق التسويق ثم وسائل التسويق
- الفئة المستهدفة :- السواح من خارج وداخل العراق , السواح الذين ياتون لغرض الدافع الثقافي او لغرض الاطلاع على الثقافات المتنوعة . حسب العرق او الدين . طلاب الدراسة بمختلف مستوياتهم .
- طرق التسويق :- وبهذا فان التسويق يتم عن طريق الشركات السياحية. الجمعيات الدينية والثقافية والاجتماعية , الجامعات والمعاهد والمدارس . النقابات

وسائل التسويق فهي كالآتي :- الوسائل التقليدية اي الاعلانات عن طريق المجلات والصحافة والبوسترات او الوسائل التسويقية الحديثة مواقع الشبكات الالكترونية

- مطعم دوكلي كباب
- لغرض معرفة طرق التسويق للمطعم يجب ان نحدد الفئة المستهدفة , طرق التسويق. وسائل التسويق
- الفئة المستهدفة :- السواح والزوار الداخليين والخارجيين ومن ذوي الحالة الاقتصادية المتوسطة ويقدم الخدمات والتسهيلات الخاصة بالطعام والاشربة في اجواء تناسب الثقافة العراقية والكوردستانية حيث في المطعم يشكل مزيج تسويقي متناسق حيث ان السعر والمكان والبيئة المادية والعاملين والترويج العمليات الانتاجية والمنتج بشكله المادي
- 7p والخدمي كل ذلك يشكل المزيج التسويقي للمطعم والذي يتم تسويقه كما يلي

- طرق التسويق :- وبهذا فان التسويق يتم عن طريق الشركات السياحية. الجمعيات الدينية والثقافية والاجتماعية , الجامعات والمعاهد والمدارس . النقابات , القنصليات, منظمات

وسائل التسويق فهي كالآتي :- الوسائل التقليدية اي الاعلانات عن طريق المجلات والصحافة والبوسترات او الوسائل التسويقية الحديثة مواقع الشبكات الالكترونية

س5 حدد المزيج التسويقي 7p الذي تجده في مطعم دوكلي كباب في عينكاوة موضحا رايك به

ج حيث في المطعم يشكل مزيج تسويقي متناسق حيث ان السعر والمكان والبيئة المادية والعاملين والترويج العمليات الانتاجية والمنتج بشكله المادي والخدمي كل ذلك يشكل المزيج التسويقي للمطعم والذي يتم تسويقه كما 7p بشكل منظم ثم يبدأ تحليل كل نقطة من 7 p السعر يناسب اغالب فئات المجتمع من سعر 4 الاف دينار للفرد الواح , المنتج جيد من ناحية المنتج الملموس والخدمة وهي تشكل منتج غير ملموس الترويج حيث يستخدم العديد من العروض والتخفيضات وتنوع المنتجات واستخدام وسائل للدعاية والاعلانات على مختلف الوسائل التقليدية والحديثة وان العاملين يمتازون بالمهارة والقدرة على تقديم الخدمات بشكل مباشر واني جيد وبشكل مباشر وان البيئة المادية المتمثلة بالديكورات والاثارة ونوع المقاعد والكراسي كلها تضيف قوة للمزيج التسويقي و المكان حيث ان الموقع يناسب الجميع بالوصول اليه

Extra notes:

External Evaluator

