**كلية السياحة والفنادق**

**جامعة الفيوم**

**توصيف مقرر التسويق الالكترونى**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. **بيانات المقرر** | | |
| **الرمز الكودى: TBME007** | **اسم المقرر: التسويق الالكترونى** | **المستوى: الثالث**  **(لائحة جديدة ساعات معتمدة)** |
| **التخصص: دراسات سياحية** | **ساعات معتمدة: 2 نظري: 1**  **عملى /تطبيقى: 2** |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **هدف المقرر** | **إعداد طالب على دراية بالمفاهيم والأسس العامة للتسويق الالكترونى وكيفية تطبيقه فى المجال السياحي والتعرف على أدوات التسويق الالكترونى المختلفة واستخدامها فى التسويق للمنتجات والخدمات السياحية .** |
| 1. **المستهدف من تدريس المقرر**   **بنهاية هذا المقرر يكون الطالب قادراً على أن:** | |
| **أ. المعارف والمفاهيم** | **أ-1- يعرف نشأة وتطور التسويق الالكترونى والمفاهيم والاهداف المتعلقة بالتسويق الالكترونى .**  **أ-2- يتعرف على أدوات التسويق الالكترونى.**  **أ-3- يُحدد مميزات التسويق الالكترونى للمنتجين والمستهلكين.**  **أ-4- يعرف خصائص التسويق الالكترونى.** |
| **ب. المهارات الذهنية** | **ب-1- يحلل مراحل التسويق الالكترونى.**  **ب-2- يقيم مدى استخدام التسويق الالكترونى فى بيئة العمل السياحى.**  **ب-3- يُصنف أدوات التسويق الالكترونى.** |
| **ج. المهارات المهنية** | **ج-1- يتواصل مع العملاء بفاعلية.**  **ج-2- يستخدم المصطلحات المهنية الخاصة بالتسويق الالكترونى باللغة العربية والاجنبية فى مجال العمل السياحى.**  **ج-3- يطبق الاتجاهات التسويقية المعاصرة للتعامل مع المتغيرات في السوق السياحي.**  **ج-4- يستخدم أدوات مختلفة لتسويق المنتج السياحى الكترونيا.**  **ج-5- يستخدم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات فى التسويق للمنتج السياحى.**  **ج-6- يعد المعايير الخاصة بتصميم المواقع الالكترونية .** |
| **د. المهارات العامة** | **د-1- يتواصل مع مؤسسات التسويق السياحي الحكومية وفي القطاع الخاص.**  **د-2- يقدم عروض تسويقية فعالة.**  **د-3- يدير الوقت بكفاءة وفاعلية.**  **د-4- يعمل في فريق.**  **د-5- ينجز المهام التسويقية المكلف بها فى اطار جدول زمنى محدد.**  **د-6- يتعلم ذاتيا المهارات الخاصة بالتسويق.**  **د-7- يتعامل مع الضغوط فى العمل.**  **د-8- ينظم مناقشات فعالة مع فريق العمل.** |
| 1. **محتوي المقرر** | |
|  | **- نشأة وتطور التسويقالالكترونى**  **- مفاهيم التسويق الالكترونى واهدافه.**  **- مميزات التسويق الالكترونى بالنسبة للمسوقين والمستهلكين.**  **- أدوات التسويق الالكترونى (المواقع الالكترونية)**  **- البريد الالكترونى**  **- الاعلانات الالكترونية**  **- المنتديات والمدونات**  **- مواقع التواصل الاجتماعى**  **- التسويق باستخدام الهاتف المحمول**  **- أنواع وخصائص التسويق الالكترونى**  **- مراحل التسويق الالكترونى**  **- التسويق الالكترونى فى السياحة** |
| 1. **أساليب التعليم والتعلم** | |
|  | * **محاضرات- عروض تقديمية - أبحاث - مناقشات – عصف ذهنى- لعب الأدوار**   **- تكليفات فردية وجماعية** |
| 1. **تقويم الطلاب** | |
| **الأساليب المستخدمه** | * **امتحان آخر الفصل الدراسي** * **إمتحانات فصلية** * **تكليفات وأبحاث** * **مناقشة بحث وأنشطة.** |
| **التوقيت** | * **امتحان آخر الفصل الدراسي (الأسبوع الخامس عشر)** * **امتحان أعمال السنة الاول فى الاسبوع السابع** * **امتحان أعمال السنة الثانى فى الاسبوع الثالث عشر** * **بداية تسليم الأبحاث ومناقشتها من الاسبوع الرابع** |
| **توزيع الدرجات** | * **امتحان آخر الفصل الدراسي 60 درجة (60 %)** * **الامتحانات الفصلية 20 درجات (20 %)** * **البحث ومناقشته 10 درجات (10 %)** * **شفوى 10 درجات (10 %)** * **المجموع 100 درجة (100 %)** |
| 1. **قائمة الكتب الدراسية والمراجع** | |
| **أ- أبحاث علمية** | * Abd El Aziz, T, A., (2008): **Study of the Websites of the Official Tourist Authorities in Egypt**, Master Thesis, Faculty of Tourism and Hotels Management, Helwan University**.** * Abd El Latif, A,T., (2007): **The Marketing Mix in An E-Marketing Context: As Applied to Five Star Hotel Chains in Egypt**, Master Thesis, Faculty of Commerce, Cairo University**.** * Angle, G and Martorell, V., (2002): **The Internet As A marketing Tool for Tourism in the Balearic Islands**, Information Technology and Tourism,vol. 5 , pp.90-104. * Ashill,J ,Casagranda,L and Stevens,M., (2005): **Creating Competitive Advantage using the Internet:**Evidence from New Zealand Primary Sector Industries, School of Business&Government,Victoria University of Wellington,New Zealand. * Benckendorff, P., (2006): **An Exploratory Analysis of Traveler Preferences for Airline Website Content**, Information Technology and Tourism, vol.8, pp.149-159. * Berthon, P., R., Pitt, L., F., Plangger, K., and Shapiro, D. (2011): "**Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers**: Implications for international marketing strategy", Business Horizons. |
| **ب- كتب مقترحة** | أحمد، محمد سمير(2009): **التسويق الإلكترونى**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.  **-** موسى، عبد الله فرغلى على (2007): **تكنولوجيا المعلومات ودورها فى التسويق التقليدى والإلكترونى**، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة. |
| **د- رسائل علمية** | **- محمد ، حنان ماهرعلى (2010 ) المواقع الالكترونية لشركات السياحة فى مصر، رسالة ماجستير في الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، قسم الدراسات السياحية.** |
| **هـ- دوريات علمية** | * **Journal of Marketing Research** |

|  |  |
| --- | --- |
| **القائمون بالتدريس** | **رئيس القسم** |
| أ. د/ سوزان بكرى حسن  د/ حنان ماهر على  د/ دولت عزالدين شكرى | أ. د/ مصطفى محمود حسين محمود |

مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **مسمى المقرر** | **التسويق الالكترونى** |
|  | **كود المقرر** | **TBME007** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **محتويات المقرر** | **أسبوع الدراسة** | **المعارف الرئيسية** | **المهارات الذهنية** | **مهارات مهنية** | **مهارات عامة** |
| التعريف بالمقرر | 1 |  |  |  | د-4 |
| نشأة وتطور التسويق الالكترونى، مفهوم التسويق الالكترونى وأهدافه | 2 | أ-1 |  |  | د-3 |
| مميزات التسويق الالكترونى للمنتجين والمستهلكين | 3 | أ-3 | ب-3 | ج-2 | د-أ |
| أدوات التسويق الالكترونى (الموقع الالكترونى) | 4 | أ-2 | ب-3 | ج 1، ج 6، ج4 | د-2، د-4 |
| أدوات التسويق الالكترونى (البريد الالكترونى والاعلانات الالكترونية) | 5 | أ-2 | ب2، ب3 | ج-1، ج-2 ،ج-3  ج 4،  ج 5 | د-2، د-4 |
| المدونات والمنتديات | 6 | أ-2 | ب-3 | ج-1، ج-2 ،ج-3  ج 4،  ج 5 | د-3، د-5، د-7 |
| اختبار اعمال سنة (1) | 7 |  |  |  |  |
| مواقع التواصل الاجتماعى | 8 | أ-2 | ب-2، ب-3 | ج-1، ج-2 ،ج-3  ج 4،  ج 5 | د-5، د-6، د-7 |
| التسويق باستخدام الهاتف المحمول | 9 | أ-2 | ب-2، ب-3 | ج-2،ج-4 | د-3،د-4، د-8 |
| أنواع وخصائص التسويق الالكترونى | 10 | أ-4 |  |  | د-1، د-2، د-6 |
| مراحل التسويق الالكترونى | 11 |  | ب-1 |  | د-3، د-5،د-7 |
| التسويق الالكترونى فى السياحة | 12 | أ-1 | ب-2 | ج-2، ج-3 | د-1، د-4، د-6 |
| اختبار اعمال سنة (2) | 13 |  |  |  |  |