



معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مسابقة الدكتوراه

تخصص: التسويق السياحي
مدة الامتحان: ساعتان

شعبة: العلوم التجارية
مادة: تسويق سياحي

الموضوع الثاني

السؤال الأول: (07 نقاط)

أجب على الأسئلة الآتية بدقة وباختصار شديد:

- 1- ماذا نقصد بالمكتب الخلفي في مجال الخدمات السياحية ؟
- 2- ما هي أهم مستويات إدراك المستهلك للخدمة السياحية المتكاملة ؟
- 3- كيف تستطيع المؤسسة السياحية معرفة كيفية استجابة المستهلك للجهود التسويقية التي تبناها ؟
- 4- فيما تتمثل أهم خصائص الطلب والعرض السياحي ؟

السؤال الثاني: (07 نقاط)

من أهم الأسباب التي تفرض على المؤسسة السياحية الاهتمام بالجودة في قراراتها التسويقية هو تأثيرها على سلوك المستهلك (حجم الطلب)، كما تعتبر وسيلة جد مهمة لكسب ميزة تنافسية والتميز على باقي المؤسسات الأخرى.

- 1- أذكر أهم خصائص المستهلك السياحي.
- 2- اشرح مؤشرات قياس جودة الخدمات السياحية من وجهة نظر المستهلك.
- 3- ناقش طبيعة العلاقة بين جودة الخدمة السياحية ومستوى رضا المستهلك.

السؤال الثالث: (06 نقاط)

تري المنظمة العالمية للسياحة أهمية تشجيع المؤسسات الناشئة على تطوير خدمات سياحية مع شركاء متخصصين ضمن جميع سلسلة القيمة. الهدف والقاسم المشترك هو تحقيق مستقبل مستدام ومريح من خلال التكنولوجيا والابتكار.

المطلوب: ما هي المجالات التي يمكن أن يمتد إليها نشاط المؤسسات السياحية الناشئة ؟



معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مسابقة الدكتوراه

تخصص: التسويق السياحي
مدة الامتحان: ساعتان

شعبة: العلوم التجارية
مادة: تسويق سياحي

الموضوع الثاني

السؤال الأول: (07 نقاط)

أجب على الأسئلة الآتية بدقة وباختصار شديد:

- 1- ماذا نقصد بالمكتب الخلفي في مجال الخدمات السياحية ؟
- 2- ما هي أهم مستويات إدراك المستهلك للخدمة السياحية المتكاملة ؟
- 3- كيف تستطيع المؤسسة السياحية معرفة كيفية استجابة المستهلك للجهود التسويقية التي تبناها ؟
- 4- فيما تتمثل أهم خصائص الطلب والعرض السياحي ؟

السؤال الثاني: (07 نقاط)

من أهم الأسباب التي تفرض على المؤسسة السياحية الاهتمام بالجودة في قراراتها التسويقية هو تأثيرها على سلوك المستهلك (حجم الطلب)، كما تعتبر وسيلة جد مهمة لكسب ميزة تنافسية والتميز على باقي المؤسسات الأخرى.

- 1- أذكر أهم خصائص المستهلك السياحي.
- 2- اشرح مؤشرات قياس جودة الخدمات السياحية من وجهة نظر المستهلك.
- 3- ناقش طبيعة العلاقة بين جودة الخدمة السياحية ومستوى رضا المستهلك.

السؤال الثالث: (06 نقاط)

ترى المنظمة العالمية للسياحة أهمية تشجيع المؤسسات الناشئة على تطوير خدمات سياحية مع شركاء متخصصين ضمن جميع سلسلة القيمة. الهدف والقاسم المشترك هو تحقيق مستقبل مستدام ومريح من خلال التكنولوجيا والابتكار.

المطلوب: ما هي المجالات التي يمكن أن يمتد إليها نشاط المؤسسات السياحية الناشئة ؟



معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مسابقة الدكتوراه

تخصص: التسويق السياحي

مدة الامتحان: ساعتان

شعبة: العلوم التجارية

مادة: تسويق سياحي

الموضوع الثاني

السؤال الأول: (07 نقاط)

أجب على الأسئلة الآتية بدقة وباختصار شديد:

- 1- نقصد بالمكتب الخلفي في مجال الخدمات السياحية: الأجزاء غير المرئية لعملية الخدمة.
- 2- من أهم مستويات إدراك العميل للخدمة السياحية المتكاملة:
① الخدمة الجوهر؛
② الخدمات الداعمة كافة (التكميلية).
- 3- تستطيع المؤسسة السياحية معرفة كيفية استجابة المستهلك للجهود التسويقية التي تتبناها من خلال:
المثير/الاستجابة.
- 4- تتمثل أهم خصائص الطلب السياحي في: الحساسية الشديدة نحو العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة: المرونة: التوسع؛ والموسمية.
- 5- تتمثل أهم خصائص العرض السياحي في: عدم المرونة: استقلالية العناصر المكونة للعرض السياحي عن بعضها: عدم انتقال الملكية: المنافسة.

السؤال الثاني: (07 نقاط)

- 1- ذكر أهم خصائص المستهلك السياحي:

① الاتجاه نحو زيادة الإنفاق؛

② عدم الاشتراك في تصميم المنتج السياحي؛

③ الاستهلاك النهائي للمنتج السياحي؛

④ عدم الاهتمام بتفاوت الأسعار؛

٥ السلوك الاستهلاكي الجماعي.

2- اشرح مؤشرات قياس جودة الخدمات السياحية من وجهة نظر المستفيد:

١ مقياس عدد الشكاوي؛

٢ مقياس الأداء الفعلي؛

٣ مقياس الفجوة؛

٤ مقياس الرضا.

3- يكمن الفرق بين جودة الخدمة السياحية ومستوى رضا العميل في أن: رضا العميل يجب أن يكون مسبقا بتجربة فعلية مع مزود الخدمة، بينما جودة الخدمة لا يشترط بها التجربة المسبقة.

السؤال الثالث: (06 نقاط)

المجالات التي يمكن أن يمتد إليها نشاط المؤسسات السياحية الناشئة:

١ مؤسسات ناشئة لإعادة التفكير في الموقع وتحديد الموقع الجغرافي rethinking location and geolocation؛

٢ مؤسسات ناشئة للتنقل الذكي؛

٣ مؤسسات ناشئة للوجهات الذكية؛

٤ مؤسسات ناشئة للضيافة غير المسبوقة.