

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

وثيقة تعريف مقرر: التسعير السياحي

1- معلومات أساسية:

اسم المقرر	التسعير السياحي
رمز المقرر	TMK502
ساعات الجلسات المسجلة	24
ساعات الجلسات المتزامنة	18
ساعات المذاكرة	-
ساعات الامتحان	75 دقيقة
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	48
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	18
عدد الساعات المعتمدة	5
سوية المقرر	5

2- المقررات المطلوب دراستها قبل المقرر مباشرة:

المقرر	الرمز
التسويق الخدمي	BMK501

3- الهدف من المقرر:

يهدف المقرر إلى تعريف الطالب على مفهوم عملية التسعير للمنشأة وأهمية السعر بالنسبة للمستهلك والزبون وكذلك أسس التسعير الأربعة: التكلفة، القيمة، المنافسين، الطلب. وكذلك العوامل المؤثرة في قرارات التسعير والتسعير الدولي والتسعير الإلكتروني وقنوات التوزيع المناسبة لكل منشأة واستراتيجيات التسعير المختلفة واختيار الأنسب

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

للمنشأة وسياسات التسعير المتنوعة حيث يتم التسعير على أحد أو أكثر من هذه السياسات. ويمكن تبديلها وفقاً لظروف المنشأة والسوق.

4- المحصّلات التعليمية المرجوة (ILO – Intended Learning Objectives/Outcomes):

الرمز	المحصّلات التعليمية المرجوة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	التعريف بأهمية وطبيعة السعر من وجهة نظر المنشأة والسائح.
ILO2	التعرف على كيفية تحديد الأسعار في المنشآت والقرارات التسويقية.
ILO3	التعرف على العوامل المؤثرة في التسعير وظروف اتخاذ قرار التسعير في المنشآت.
ILO4	التعرف على التسعير الخدمي السياحي المتكامل واستراتيجياته المناسبة.
ILO5	التعرف على أسس التسعير من حيث الطلب والتكلفة.
ILO6	التعرف على أسس التسعير من حيث القيمة والمنافسين.
ILO7	تحديد سياسات التسعير المناسبة للخدمة واستراتيجياتها.
ILO8	التعريف بالتسويق الدولي كنشاط خارجي للمنظمة.
ILO9	التعريف بالتسعير الدولي للخدمات السياحية.
ILO10	قنوات التوزيع للخدمات وتصميمها وإدارتها.
ILO11	التعرف على العوامل المؤثرة في التسعير الدولي ومتغيراتها.
ILO12	استراتيجيات وسياسات التسعير المعتمدة.

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

5- محتوى المقرر: (24 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المسجلة، 18 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المتزامنة)

المحصولات التعليمية	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
ILO1	- أهمية السعر. - تعريف السعر ودوره. - تحديد السعر من قبل المنشأة.	2	1.5	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	
ILO2	- كيفية تحديد أسعار الخدمات السياحية. - الاستجابة والتفاعل مع متغيرات الأسعار لدى المنافسين. - العوامل المؤثرة في التسعير.	2	1.5	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	
ILO3	تحديد العوامل المؤثرة في قرارات	2	1.5	☐ تمارين (TD)	

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى			التسعير. • العوامل الداخلية. • العوامل الخارجية.	
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• أنواع الخدمات السياحية المختلفة وخصائصها وتصنيفها. • وضع رؤية باستراتيجية تسعير الخدمات السياحية.	ILO4
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• تحديد أنواع الطلب ومفهومها والإحاطة بالتسعير على أساسها. • ربط التكاليف الإجمالية بالتسعير للخدمة.	ILO5
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• تحديد أنواع المنافسين والإحاطة بالتسعير على أساس القائد فيها. • ربط التكاليف الإجمالية بقيمة	ILO6

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى			الخدمة.	
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• مفهوم تعديل السعر. • مبدأ التغيرات في السعر والاستجابة له. • الحصة السوقية.	ILO7
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• مفهوم التسويق الدولي وعناصره. • أهمية التسويق الدولي. • تصميم عمل المنشأة خارج البلد.	ILO8
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• مفهوم التسعير الدولي. • أهمية التسعير الدولي. • تصميم التسعير خارج البلد.	ILO9

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

	☐ أخرى				
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• التعرف على مفهوم قناة التوزيع. • تحديد وظائف قنوات التوزيع. • تصميم قرارات قنوات التوزيع.	ILO10
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• مداخل الأسعار في السياحة الدولية. • مداخل الأسعار في السياحة المحلية. • تمييز مداخل التسعير المختلفة. • التسويق السياحي الإلكتروني.	ILO11
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	• تمييز قرارات التسعير واستراتيجياته. • التكتيك السعري. • أنواع التسعير (الترويجي - النفسي).	ILO12

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

6- معايير التقييم:

نمط التقييم					معايير التقييم لتحقيق المحصلات	المحصلات التعليمية	ILO Code
تفاعلي	عملي	امتحانات	عروض ومقابلات	تقارير	على الطالب أن يظهر الإمكانات اللازمة للقيام بالأنشطة التالية:		
					- بيان أهمية السعر. - تعريف السعر ودوره. - كيفية تحديد السعر من قبل المنشأة.	التعريف بأهمية وطبيعة السعر من وجهة نظر المنشأة والسائح.	ILO1
					- كيفية تحديد أسعار الخدمات السياحية. - بيان الاستجابة والتفاعل مع متغيرات الأسعار لدى المنافسين. - ذكر العوامل المؤثرة في التسعير.	التعرف على كيفية تحديد الأسعار في المنشآت والقرارات التسويقية.	ILO2
					- تحديد العوامل المؤثرة في قرارات التسعير. - التعرف على العوامل الداخلية. - ذكر العوامل الخارجية.	التعرف على العوامل المؤثرة في التسعير وظروف اتخاذ قرار التسعير في المنشآت.	ILO3

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

			×	×	• أنواع الخدمات السياحية المختلفة وخصائصها وتصنيفها. • وضع رؤية باستراتيجية تسعير الخدمات السياحية.	التعرف على التسعير الخدمي السياحي المتكامل واستراتيجياته المناسبة.	ILO4
			×	×	• تحديد أنواع الطلب ومفهومها والإحاطة بالتسعير على أساسها. • ربط التكاليف الإجمالية بالتسعير للخدمة.	التعرف على أسس التسعير من حيث الطلب والتكلفة.	ILO5
			×	×	• تحديد أنواع المنافسين والإحاطة بالتسعير على أساس القائد فيها. • ربط التكاليف الإجمالية بقيمة الخدمة.	التعرف على أسس التسعير من حيث القيمة والمنافسين.	ILO6
			×	×	• مفهوم تعديل السعر. • مبدأ التغيرات في السعر والاستجابة له. • الحصة السوقية.	تحديد سياسات التسعير المناسبة للخدمة واستراتيجياتها.	ILO7
			×	×	• مفهوم التسويق الدولي وعناصره. • أهمية التسويق الدولي.	التعريف بالتسويق الدولي كنشاط خارجي للمنظمة.	ILO8

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

					• تصميم عمل المنشأة خارج البلد.		
			×	×	• مفهوم التسعير الدولي. • أهمية التسعير الدولي. • تصميم التسعير خارج البلد.	ILO9 التعريف بالتسعير الدولي للخدمات السياحية.	
			×	×	• التعرف على مفهوم قناة التوزيع. • تحديد وظائف قنوات التوزيع. • تصميم قرارات قنوات التوزيع.	ILO10 قنوات التوزيع للخدمات وتصميمها وإدارتها.	
			×	×	• مداخل الأسعار في السياحة الدولية. • مداخل الأسعار في السياحة المحلية. • تمييز مداخل التسعير المختلفة. • التعرف على التسويق السياحي الإلكتروني.	ILO11 التعرف على العوامل المؤثرة في التسعير الدولي ومتغيراتها.	
			×	×	• تمييز قرارات التسعير واستراتيجياته. • التكتيك السعري. • أنواع التسعير (الترويجي - النفسي).	ILO12 استراتيجيات وسياسات التسعير المعتمدة.	

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

7- أدوات ومختبرات القسم العملي:

إسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	-----

8- المراجع الأساسية:

1. أبو قحف, عبدالسلام (2002), "التسويق الدولي" الدار الجامعية, الإسكندرية.
2. حنا, نسيم (1985), مبادئ التسويق, الرياض, دار المريخ.
3. الضمور, هاني (2002), "تسويق الخدمات" دار وائل للنشر, عمان, الأردن.
4. الديوه جي, أبي سعيد, العجارمة, تيسير محمد (2001), التسويق الدولي, دار الحامد, عمان, الأردن.
5. Kotler, Philip, Armstrong, Cary, Sanders, John and Wong Veronica (1999), "Principles of Marketing", Prentic Hall, London.
6. Kotler, Philip, (2000),), "Marketing Management" Prentic Hall, USA, The Millennium Ed.
7. Lovelock, Christopher (2001), "Services Marketing: People, Technology, Strategy", Prentic Hall, USA, 4th Ed.