

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 مقرّر: التسويق الالكتروني السياحي

1- معلومات أساسية:

اسم المقرّر	التسويق الالكتروني السياحي
رمز المقرّر	BMK505
ساعات الجلسات المسجلة	24
ساعات الجلسات المتزامنة	18
ساعات المذاكرة	-
ساعات الامتحان	75 دقيقة
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	36
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	18
عدد الساعات المعتمدة	4
سوية المقرّر	5

2- المقرّرات المطلوب دراستها قبل المقرّر مباشرة:

المقرّر	الرمز
التسويق الخدمي	BMK501

3- الهدف من المقرّر:

يستعرض المقرّر مفهوم التسويق الالكتروني السياحي وخصائصه المميزة، ويوضح مزاياه وفوائده على صعيد المستهلك ومنظمات الأعمال السياحية، ويبين عناصر المزيج التسويقي الالكتروني السياحي، كما يوضح مفهوم الأسواق الإلكترونية السياحية ومكوناتها وأنواعها واليات عملها، والبنية التحتية اللازمة للقيام بعمليات التسويق

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

الالكتروني السياحي، وعمليات البيع والشراء الالكتروني السياحي، والتعريف بالنقود الالكترونية وأنواعها، والمخاطر المحتملة التي يواجهها عمل التسويق الالكتروني السياحي ووسائل الحماية والأمان اللازمة.

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

الرمز	المحصّلات التعليمية المرجوة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	امتلاك قاعدة نظرية حول مفهوم التسويق الالكتروني السياحي وخصائصه وأهميته في المنظمة السياحية المعاصرة وعلى صعيد المستهلك.
ILO2	التعرف على تطور شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية وأثرها على عناصر المزيج التسويقي الالكتروني السياحي.
ILO3	الالمام بمفهوم الأسواق الالكترونية السياحية ومكوناتها وأنواعها.
ILO4	معرفة البنية التحتية اللازمة للقيام بعمليات التسويق الالكتروني السياحي.
ILO5	المقدرة على تخطيط أعمال التسويق الإلكتروني السياحي.
ILO6	فهم آلية البيع والشراء الالكتروني السياحي.
ILO7	التعرف على مفهوم النقود الالكترونية وأنواعها، وأشكال وطرق السداد الالكتروني السياحي.
ILO8	الالمام بخصائص وسلوك المستهلك السياحي الالكتروني والعوامل المؤثرة على قراره الشرائي.

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

استيعاب المخاطر التي تواجه عمليات التسويق الالكتروني السياحي، وتحديد وسائل الأمان والحماية المطلوبة لضمان تسويق الكتروني سياحي ناجح.	ILO9
--	-------------

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	مفهوم التسويق الالكتروني السياحي وأهميته	2	1	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	
ILO2	- تطور التجارة الالكترونية السياحية وأنماطها - المزيج التسويقي الالكتروني السياحي وعناصره	3	2	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	
ILO3	الأسواق الالكترونية السياحية	2	2	☐ 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

	☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى			ومكوناتها والية عملها	
	☐ <u>تمارين (TD)</u> ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2	3	• البنية التحتية للتسويق الإلكتروني السياحي	ILO4
	☐ <u>تمارين (TD)</u> ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1	2	• تخطيط أعمال التسويق الإلكتروني السياحي	ILO5
	☐ <u>تمارين (TD)</u> ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع	2	2	• الية البيع والشراء الإلكتروني السياحي	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

	☐ تجارب ☐ أخرى				
	☐ <u>تمارين (TD)</u> ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2	3	• نظم السداد والدفع الإلكتروني (النقود الإلكترونية) في المنظمات السياحية	ILO7
	☐ <u>تمارين (TD)</u> ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	2	2	• سلوك المستهلك السياحي الإلكتروني	ILO8
	☐ <u>تمارين (TD)</u> ☐ <u>وظائف</u> ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	3	4	• مخاطر التسويق الإلكتروني السياحي • الحلول الأمنية للتسويق الإلكتروني السياحي • واقع وتحديات التسويق الإلكتروني السياحي في سورية	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

6- معايير التقييم:

نمط التقييم					معايير التقييم لتحقيق المحصلات	المحصلات التعليمية	ILO Code
تفاعل في الجلسات المتزامنة	عملي	امتحانات	عروض ومقابلات	تقارير			
					<u>على الطالب أن يظهر الإمكانات اللازمة للقيام بالأنشطة التالية:</u> - استيعاب مفهوم التسويق الالكتروني السياحي وخصائصه المميزة - التمييز بين التسويق الالكتروني السياحي والمصطلحات المتداخلة معه مثل التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية... الخ - معرفة الفوائد والمزايا التي يقدمها التسويق الالكتروني على صعيد المنظمة السياحية والعمل السياحي	امتلاك قاعدة نظرية حول مفهوم التسويق الالكتروني السياحي وخصائصه وأهميته في المنظمة السياحية المعاصرة وعلى صعيد العمل السياحي	ILO1
					- الامام بالتطور التاريخي لشبكة الانترنت والتجارة الالكترونية السياحية - معرفة أنماط التجارة	التعرف على تطور شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية السياحية وأثرها على عناصر	ILO2

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

	×		×	الالكترونية السياحية - التعرف على عناصر المزيج التسويقي الالكتروني السياحي - فهم أثر شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية على عناصر المزيج التسويقي السياحي التقليدي	المزيج التسويقي الالكتروني السياحي	
			×	- فهم الأسواق الالكترونية السياحية وخصائصها - التعرف على مكونات الأسواق الالكترونية السياحية - معرفة الأنواع المختلفة للأسواق الالكترونية السياحية وخصائص كل نوع	ILO3 الالمام بمفهوم الأسواق الالكترونية السياحية ومكوناتها وأنواعها	
×			×	- تحديد المستلزمات المادية الأساسية للقيام بأنشطة التسويق الالكتروني السياحي - معرفة المستلزمات البشرية ونوعيتها اللازمة للقيام بالتسويق الالكتروني السياحي - تحديد البرامج والمستلزمات المعلوماتية المطلوبة لأنشطة	ILO4 معرفة البنية التحتية اللازمة للقيام بعمليات التسويق الالكتروني السياحي	

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

					التسويق الالكتروني السياحي	
					تعريف خطة الأعمال الإلكترونية	ILO5
					تحديد مكونات خطة الأعمال الإلكترونية السياحية	
					معرفة نماذج الأعمال الممكنة وأنواعها ضمن التسويق الإلكتروني السياحي	
					معرفة تطور آلية البيع والشراء الإلكتروني السياحي	ILO6
					تحديد خطوات الشراء الإلكتروني السياحي	
					الاعتماد بعوامل بناء الثقة على الموقع الإلكتروني السياحي	
					تعريف النقود الإلكترونية السياحية وأشكالها	ILO7
					التمييز بين أنواع البطاقات البلاستيكية الإلكترونية	
					الاعتماد بطرق السداد الإلكتروني السياحي	
					(الشيكات والمقايضة الإلكترونية)	

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

				×	- توضيح مفهوم المستهلك الإلكتروني السياحي وخصائصه - فهم سلوك المستهلك الإلكتروني السياحي - الالمام بالعوامل المؤثرة على القرارات الشرائية للمستهلك الإلكتروني السياحي	الالمام بخصائص وسلوك المستهلك الإلكتروني السياحي والعوامل المؤثرة على قراره الشرائي	ILO8
	×			×	- الالمام بالمخاطر التي تواجه عمليات التسويق الإلكتروني السياحي - تحديد الحلول الأمنية المناسبة لنجاح عمليات التسويق الإلكتروني السياحي - توصيف واقع التسويق الإلكتروني السياحي في سورية - امتلاك نظرة مستقبلية حول افاق عمل التسويق الإلكتروني السياحي في سورية	استيعاب المخاطر التي تواجه عمليات التسويق الإلكتروني السياحي، وتحديد وسائل الأمان والحماية المطلوبة لضمان تسويق الكتروني سياحي ناجح	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

7- أدوات ومختبرات القسم العملي:

اسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	-----

8- المراجع الأساسية:

1. Kingsnort, Simon,,Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, 2nd edition, Kogan Page, New York, 2019
2. Sokes, Rob, e-Marketing: The essential guide to marketing in a digital world- 6th Edition
3. Red & Yellow Creative School of Business, Cape Town, South Africa, 2018
4. خميس ، أحمد حسن، التسويق الالكتروني، المركز المصري لتبسيط العلوم، القاهرة، 2015
5. الطائي، يوسف حجيم سلطان، التسويق الالكتروني، مؤسسة الوراق للتوزيع والنشر، العراق، 2009

9- المراجع الإضافية:

1. Kim A. J.; and Ko, K., Impacts of luxury fashion brand's social media marketing on customer relationship and purchase intention, J Glob Fashion Mark, USA.2010
2. الصيرفي، محمد، التسويق الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2008
3. موسى، علي؛ وفرغلي، عبد الله، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، إيتراك، القاهرة، 2007