

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: مدخل إلى السياحة

معلومات أساسية:

اسم المقرّر	مدخل إلى السياحة
رمز المقرّر	TGT401
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	4

1- المقرّرات المطلوب دراستها قبل المقرّر مباشرة: لا يوجد

المقرّر	الرمز
لا يوجد	----

2- الهدف من المقرّر:

يهدف المقرّر إلى تعريف الطلاب بمفهوم السياحة وخصائصها ، والسوق السياحي ومكوناته، والتطور التاريخي للسياحة عبر العصور، والتعريف بالأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة، ومدى مشاركة القطاع السياحي في الاقتصادي العالمي، مع تعريف الطالب بأنواع السياحة وأهمية تصنيف السياحة وأشكال الاستقبال السياحي، ومن ثم التعريف بالتخطيط السياحي ومتطلباته ومستوياته ومنهجية التخطيط في المنظمات السياحية، كما يهدف المقرّر إلى التعريف بمفهوم الطلب السياحي وخصائصه، ومراحل الطلب السياحي وأنواعه والعوامل المحدد له، وكذلك

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

التعريف بالعرض السياحي ومكوناته وعناصره خصائصه، وكذلك التعريف بمفهوم المنتج السياحي ومبادئ تشكيل المنتج السياحي وخصائصه ودورة حياة المنتج السياحي، ومن ثم يتناول المقرر تعريف الطالب بتسعير المنتج السياحي وأهدافه والعوامل المؤثرة على تسعير المنتج السياحي وكيفية تسعير المنتج السياحي، وكذلك استراتيجيات تسعير المنتج السياحي، وبعد ذلك يتم تعرف الطالب بالترويج السياحي وأهدافه وعناصره وأدواته، وكذلك يتم تعريف الطلب بموضوع الجذب السياحي وعوامل اختيار مناطق الجذب السياحي ومقومات الجذب السياحي المتنوعة، ومن ثم يتم عرض الآثار الاقتصادية والبيئية والثقافية والاجتماعية للسياحة ووسائل تطورها، وفي الجزء الأخير من الكتاب يتم تعريف الطالب بالمنظمات السياحية العالمية ودواعي ظهورها وأنواعها سواء الحكومية أو غير الحكومية. هذا ويتمثل الهدف الرئيس لمقرر مدخل إلى السياحة في التالي :

1. معرفة المفاهيم الأساسية حول السياحة والسوق السياحية ومكوناته .
2. التعرف على التطور التاريخي لصناعة السياحة ودراسة مراحل هذا التطور .
3. إدراك الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة ومدى مساهمة السياحة بالاقتصاد العلمي.
4. التعرف على أنواع السياحة ومتطلبات كل منها وأشكال الاستقبال السياحي
5. امتلاك مهارة ومنهجية التخطيط السياحي في المنظمات السياحية .
6. فهم طبيعة الطلب والعرض السياحي وتحليل العوامل المؤثرة على كل من الطلب والعرض السياحي .
7. إدراك طبيعة المنتج السياحي ومبادئه وتحليل دورة حياة المنتج، وامتلاك مهارات انشاء منتج سياحي جديد.
8. التعرف على كيفية تسعير المنتج السياحي، وامتلاك مهارات تحديد استراتيجيات التسعير للمنتجات السياحية وأدواتها.
9. دراسة وتحليل عناصر الترويج السياحي وأدواته وأهدافه.
10. فهم المقارنة بين عناصر الجذب السياحي وعوامل اختيار مناطق الجذب السياحي.
11. إدراك الآثار الاقتصادية والبيئية والثقافية والاجتماعية للسياحة ، وتحليل طرق بناء وتطوير السياحة.
12. تحليل أسباب ظهور المنظمات السياحية العالمية ودراسة المنظمات السياحية العالمية الحكومية وغير الحكومية.

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

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

الرمز	المحصّلات التعليمية المرجوة
ILO	Intended Learning Objectives/Outcomes
ILO1	معرفة المفاهيم الأساسية حول السياحة والسوق السياحية ومكوناتها.
ILO2	التعرف على التطور التاريخي لصناعة السياحة ودراسة مراحل هذا التطور.
ILO3	إدراك الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة ومدى مساهمة السياحة بالاقتصاد العلمي.
ILO4	التعرف على أنواع السياحة ومتطلبات كل منها وأشكال الاستقبال السياحي.
ILO5	امتلاك مهارة ومنهجية التخطيط السياحي في المنظمات السياحية.
ILO6	فهم طبيعة الطلب والعرض السياحي وتحليل العوامل المؤثرة على كل من الطلب والعرض السياحي.
ILO7	إدراك طبيعة المنتج السياحي ومبادئه وتحليل دورة حياة المنتج، وامتلاك مهارات انشاء منتج سياحي جديد.
ILO8	التعرف على كيفية تسعير المنتج السياحي، وامتلاك مهارات تحديد استراتيجيات التسعير للمنتجات السياحية وأدواتها.
ILO9	دراسة وتحليل عناصر الترويج السياحي وأدواته وأهدافه.
ILO10	فهم المقارنة بين عناصر الجذب السياحي وعوامل اختيار مناطق الجذب السياحي.
ILO11	إدراك الآثار الاقتصادية والبيئية والثقافية والاجتماعية للسياحة ، وتحليل طرق بناء وتطوير السياحة.
ILO12	تحليل أسباب ظهور المنظمات السياحية العالمية ودراسة المنظمات السياحية العالمية الحكومية وغير الحكومية.

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

4- 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	السياحة: المفهوم والخصائص • مفهوم وتعريف السياحة • خصائص السياحة • التعاريف المعتمدة من قبل منظمة السياحة العالمية • السوق السياحي ومكوناته	2	1.5	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً
ILO2	التطور التاريخي للسياحة • مقدمة • التطور التاريخي للسياحة عبر العصور • السياحة في العصور القديمة • السياحة في العصور الوسطى • السياحة في عصر النهضة • السياحة في عصر ما بعد الثورة الصناعية • السياحة في العصر الحديث	2	1.5	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً

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

في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة • مقدمة • الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة • أهمية السياحة على مستوى العالم • واقع مشاركة القطاع السياحي بالاقتصاد العالمي	ILO3
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	أنواع السياحة • مقدمة • أهمية تصنيف السياحة • أنواع السياحة • أشكال الاستقبال السياحي	ILO4
في هذا المقرر النظري والعملية مندمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	التخطيط السياحي • مفهوم وتعريف التخطيط السياحي • أهمية التخطيط السياحي وأهدافه • متطلبات التخطيط السياحي • خصائص التخطيط السياحي الجيد • المستويات المكانية للتخطيط السياحي • منهجية التخطيط في المنظمات السياحية • وخطواته • أنواع الخطط	ILO5

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

في هذا المقرر النظري والعملية مدمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	الطلب والعرض السياحي - الطلب السياحي - مفهوم وتعريف الطلب السياحي - خصائص وسمات الطلب السياحي - العوامل التي تساعد على زيادة الطلب السياحي - مراحل الطلب السياحي - أنواع الطلب السياحية - العوامل المحددة للطلب السياحي - العرض السياحي 1. تعريف ومفهوم العرض السياحي 2. خصائص العرض السياحي 3. عناصر العرض السياحي 4. مكونات العرض السياحي	ILO6
	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	المنتج السياحي - مقدمة - تعريف المنتج السياحي - مبادئ تشكيل المنتج السياحي ومكوناته - خصائص المنتج السياحي - مراحل إنشاء منتج سياحي جديد - خدمات المنتج السياحي - دورة حياة المنتج السياحي - الخصائص التسويقية للمنتج السياحي	ILO7

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

في هذا المقرر النظري والعملية مدمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	تسعير المنتج السياحي • مقدمة • تعريف السعر • مفهوم السعر للمنتج السياحي • أهداف التسعير للمنتج السياحي • العوامل المؤثرة في تسعير المنتج السياحي • كيفية تسعير المنتج السياحي • استراتيجية التسعير : التعريف والأنواع • أسعار المنتج السياحي ومستوى السياحة السائدة	ILO8
في هذا المقرر النظري والعملية مدمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	الترويج السياحي • مقدمة • تعريف الترويج السياحي • أهداف الترويج السياحي • أهمية الترويج السياحي • عناصر الترويج السياحي • أدوات الترويج السياحي • ميزانية الترويج السياحية	ILO9
في هذا المقرر النظري والعملية مدمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع	1.5	2	ال جذب السياحي • مفاهيم عامة في الجذب السياحي • عوامل اختيار مناطق الجذب السياحي • مقومات الجذب السياحي	ILO10

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			1. العوامل الطبيعية المؤثرة في الجذب السياحي 2. العوامل البشرية المؤثرة في الجذب السياحي 3. المقومات الفنية والتاريخية 4. المقومات الأثرية التاريخية	
في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	الآثار الاقتصادية والبيئية والثقافية والاجتماعية للسياحة ووسائل تطورها: • مقدمة • الآثار الاقتصادية للسياحة • الآثار البيئية للسياحة • الآثار الثقافية للسياحة • الآثار السياسية للسياحة • آثار السياحة على المواقع التاريخية والأثرية • آثار السياحة في الإعلام • عوامل بناء وتطوير صناعة السياحة	ILO11
في هذا المقرر النظري والعملي مندمجين معاً	☐ تمارين (TD) ☐ وظائف ☐ حلقات بحث ☐ مشاريع ☐ تجارب ☐ أخرى	1.5	2	المنظمات السياحية العالمية • مقدمة • دواعي ظهور المنظمات السياحية العالمية وفوائدها • السياحة والأمم المتحدة • أنواع المنظمات السياحية العالمية	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

				1. المنظمات الحكومية 2. المنظمات غير الحكومية 3. المنظمات السياحية الرئيسية الإقليمية والعربية	
--	--	--	--	--	--

5- معايير التقويم:

نمط التقويم					معايير التقييم لتحقيق المحصلات على الطالب أن يظهر الإمكانات اللازمة للقيام بالأنشطة التالية:	المحصلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
X		X	X	X	1. التعرف على المفاهيم الأساسية للسياحة 2. تحديد مكونات السوق السياحية	معرفة المفاهيم الأساسية حول السياحة والسوق السياحية ومكوناته	ILO1
X		X	X	X	1. التعرف على التطور التاريخي لصناعة السياحة 2. دراسة مراحل التطور التاريخي للسياحي عبر العصور	التعرف على التطور التاريخي لصناعة السياحة ودراسة مراحل هذا التطور	ILO2
X		X	X	X	1. إدراك الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة 2. تحديد مدى مساهمة السياحة بالاقتصاد العلمي	إدراك الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة ومدى مساهمة السياحة بالاقتصاد العلمي	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

X		X	X	X	1. تحديد أنواع السياحة ومتطلبات كل منها 2. القدرة على تحديد أشكال الاستقبال السياحي	التعرف على أنواع السياحة ومتطلبات كل منها وأشكال الاستقبال السياحي	ILO4
X		X	X	X	1. امتلاك مهارة ومنهجية التخطيط السياحي في المنظمات السياحية 2. تحديد انواع الخطط السياحية	امتلاك مهارة ومنهجية التخطيط السياحي في المنظمات السياحية .	ILO5
X		X	X	X	1. فهم طبيعة الطلب والعرض السياحي 2. القدرة على تحليل العوامل المؤثرة على كل من الطلب والعرض السياحي	فهم طبيعة الطلب والعرض السياحي وتحليل العوامل المؤثرة على كل من الطلب والعرض السياحي	ILO6
X		X	X	X	1. امتلاك القدرة على إدراك طبيعة المنتج السياحي ومبادئه. 2. القدرة على تحليل دورة حياة المنتج. 3. امتلاك مهارات انشاء منتج سياحي جديد	إدراك طبيعة المنتج السياحي ومبادئه وتحليل دورة حياة المنتج، وامتلاك مهارات انشاء منتج سياحي جديد	ILO7
X		X	X	X	1. التعرف على كيفية تسعير المنتج السياحي. 2. امتلاك المقدرة على تحديد استراتيجيات التسعير للمنتجات	التعرف على كيفية تسعير المنتج السياحي، وامتلاك مهارات تحديد استراتيجيات التسعير	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

					السياحية وأدواتها.	للمنتجات السياحية وأدواتها	
X		X	X	X	1. امكانية دراسة وتحليل عناصر الترويج السياحي. 2. تحديد أدوات الترويج السياحي واهدافه.	دراسة وتحليل عناصر الترويج السياحي وأدواته واهدافه	ILO9
X		X	X	X	1. المقدرة على إجراء المقارنة بين عناصر الجذب السياحي. 2. امتلاك المقدرة على تحديد عوامل اختيار مناطق الجذب السياحي	فهم المقارنة بين عناصر الجذب السياحي وعوامل اختيار مناطق الجذب السياحي	ILO10
X		X	X	X	1. امتلاك المعرفة حول الآثار الاقتصادية والبيئية والثقافية والاجتماعية للسياحة . 2. القدرة على تحليل طرق بناء وتطوير السياحة.	إدراك الآثار الاقتصادية والبيئية والثقافية والاجتماعية للسياحة ، وتحليل طرق بناء وتطوير السياحة	ILO11
X		X	X	X	1. المقدرة على تحليل أسباب ظهور المنظمات السياحة العالمية . 2. التعرف على اسباب دراسة المنظمات السياحة العالمية الحكومية وغير الحكومية	تحليل أسباب ظهور المنظمات السياحة العالمية ودراسة المنظمات السياحة العالمية الحكومية وغير الحكومية	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- أدوات ومختبرات القسم العملي:

اسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	-----

7- المراجع الأساسية:

- أحمد فوزي ملوخية. (2001). مدخل إلى علم السياحة. مصر، القاهرة: دار الفكر الجامعي للنشر.
- أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف. (1999). تنظيم وإدارة المنشآت السياحية. الاسكندرية، مصر: المكتب العربي الحديث.
- أحمد محمد الخضير. (2007). تطور السياحة في العالم . القاهرة: مكتبة مدبولي.
- أكرم عاطف رواشدة. (2009). السياحة البيئية: الأسس والمرتكزات. عمان ، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع.
- إلياس سراب نعيم الظاهر. (2001). مبادئ السياحة. الاردن ، عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- تيسير زاهر. (2014). مبادئ السياحة. دمشق: جامعة دمشق.
- ثامر البكري. (2005). التسويق أسس ومفاهيم معاصرة. الأردن: الكاتب .
- حسين عبد السميع صبري. (1992). أصول التسويق السياحي. القاهرة.
- خالد مقابلة وعلاء السرابي. (2001). التسويق السياحي الحديث. الأردن ، عمان: درا زائل للنشر والتوزيع.
- خليل محمد سعد. (2017). مبادئ علم السياحة (المجلد الأولى). الجزائر: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
- زينب عليوة. (2014). تقييم اثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر. بحوث اقتصادية عربية(6).
- صورية زاوي و أحلام خان. (2010). السياحة البيئية وأثرها في تنمية المناطق الريفية. أبحاث اقتصادية.
- طلعت أسعد عبد الحميد. (2000). استراتيجيات التسويق. الاسكندرية.

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

- ماهر عبد العزيز. (2011). صناعة السياحة. الاردن، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- ماهر عودة الشمالية وآخرون. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. الاردن ، عمان: دار الأعمال للنشر للتوزيع.
- مثني طه الحوري. (2000). مبادئ السياحة. الاردن ، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- محمد الطائي. (2006). إدارة السياحة والفنادق. الاردن ، عمان: كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- محمد حسين بازرة. (1998). العلاقات العامة والسياحة. القاهرة: دار المعارف.
- محمد خميس الزوكة. (1992). صناعة السياحة من المنظور الجغرافي. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- محمد سليمان جرادات هوارى معراج. (2004). السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري،. مجلة الباحث(1).
- محمد عبيدات. (2008). التسويق السياحي: مدخل سياحي. الاردن ، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- محمد عثمان غنيم. (2004). التخطيط السياحي والتنمية . الاردن، عمان.
- محيا زيتون. (2020). السياحية مستقبل مصر بين امكانيات التنمية ومخاطر الهدر. القاهرة: مكتبة نور.
- مروان أبو رحمة وآخرون. (2001). تسويق الخدمات السياحية. عمان ، الاردن: دار البركة للنشر والتوزيع.
- مصطفى عبد القادر. (2003). دور الإعلان في التسويق السياحي. القاهرة: المؤسسة الجامعية.
- مصطفى يوسف كافي. (2018). صناعة السياحة والأمن السياحي. دمشق: دار رسلان للطباعة والنشر.
- ناجي التوني. (2001). دور وأفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية. الكويت: المعهد العربي للتخطيط.
- نديم شمسین. (2001). مبادئ السياحة. دمشق: الجمعية الجغرافية السياحية.
- نور الدرين هرمز. (2006). الخطيط السياحي والتنمية السياحية. سلسل العلوم الاقتصادية والقانونية (8).

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

- Camilleri, M. A. (2018). The Tourism Industry: An Overview Cham. Switzerland: Springer Nature.
- CaMilleri, M. a. (2019). Tourism Planning and destination marketing. Wagon Lane, bingley bd16 1WA, UK.: Emerald Publishing LimitedHoward House.
- Christopher lover lock, J. w. (2008). Marketing des services. France: Person education.
- comitte., O. T. (2014). OECD Tourism Trends and Policies. OECD Tourism comitte.
- comittee, O. T. (2012). Measuring the Role of Tourism in OECD Economies .
- DEVELOPMENT, O. F.-O. (2012). TOURISM POLICY AND INTERNATIONAL TOURISMIN OECD COUNTRIES .
- Ellison, D. M. (2007). Social network definition history and scholar ship. California: University of California USA.
- Haward, R. H. (1996). Dictionary of hospitality, Travel and tourism. Melbonne: Hospitality press.
- Joseph, P. (2007). Tourism Principles, Policies & Practices, MBA – TOURISM III Semester. Mangalore University, ISBN No. 978-93-81932-07-0.
- Kendra, D. (2016). Tourism Concepts and Practices. Community Centre, Preet Vihar, Delhi-110301.
- Mathieson, A. a. (1982). Tourism: Economic , Physical and- social impacts.
- Metelk, C. J. (1990). Dictionary of hospitalisy, travel and tourism. New yorK.
- Musḩa, M. (2011). Improving The Contribution of Domestic-Tourism to The Economy of Jordan. (2).
- Ritchie, 1. C. (2009). TOURISM Principles, Practices, Philosophies.
- Rusa, S. (2011). "Tourism Multiplier Effect". Journal Of Economic-And Business Research.

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

- SusanneFaerber, L. (2021، June). When are visitors actually satisfied at visitor attractions? What we know from more than 30 years of research. Tourism Management.

8- المراجع الإضافية:

- إبراهيم اسماعيل الحديد. (2010). إدارة التسويق السياحي. القاهرة.
- احمد الجلاذ. (1998). دراسات في جغرافية السياحة. الأردن.
- أحمد محمد زيدان. (1988). دور الدعاية في تنشيط السياحة . القاهرة: دار المعارف.
- أيمن برنجي. (2009). الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك- دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية. الجزائر: رسالة ما جستير ، جامعة أحمد بوقرة بومرداس.
- بديعة بوعلقين. (2006). الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر. الجزائر: رسالة دكتوراه ، جامعة الجزائر .
- بلقاسم تويضة. (2016). الترويج السياحي وأثره في تفعيل السياحة بالجزائر ،حالة عينة من مركبات السياحة الجهوية. الجزائر: أطروحة دكتوراه في العلم الاقتصادية .
- حميد عبد النبي الطائي. (2009). أصول صناعة السياحة. الأردن ، عمان: مؤسسة الورق للنشر والتوزيع.
- زيد سلمان عليوي. (2008). السياحة في الوطن العربي: دراسة لأهم المواقع السياحي العربية . الاردن، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
- زيد عليوي. (2008). فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي. الاردن، عمان: دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع.
- سليم بطرس جلدة. (2017). مبادئ إدارة المكاتب السياحية والسفر. عمان - الأردن: درا الخليج للصحافة والنشر.
- عادل الرواي أسعد أبو رمان. (2009). السياحة في الأردن (المجلد الأول). عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع.
- عامر عيساني. (2010). الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة. جامعة الحاج لخضر بانتة، الجزائر: أطروحة دكتوراه.
- عبد الإله أبو عياش و آخرون. (2007). مدخل إلى السياحة بالأردن بين النظرية والتطبيق. الاردن: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- عدالة العجال و أحلام كريمة. (2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق المنتجات السياحية. مجلة

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

الاستراتيجية والتنمية.

- فاروق عبد النبي عطا الله و سوزان بكري حسن. (2010). السياحة والبيئة. مصر، الفيوم: جامعة الفيوم.
- محمد جاسم محمد صميدعي. (2007). استراتيجيات التسويق. الاردن، عمان.
- مروان أبو رحمة وآخرون. (2001). إدارة المنشآت السياحية. عمان: دار البركة للنشر والتوزيع.
- مصطفى يوسف كافي. (2006). صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية. دمشق: دار الفرات و نياز للنشر والتوزيع.
- (UNWTO), World Tourism Organization. (2020). World Tourism Barometer. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO), vol. 18، No. 4، June 2020.
- (UNWTO), World Tourism Organization. (2020). World Tourism Barometer. Madrid،: World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism Barometer، vol. 18، No. 4، June، available at <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>.
- Tourism industry sub-sectors: executive report. European commission. (2014).
- B.N، B. a. (2008). social network sites ;Definition, history and scholarship. Journal of computer- Medited communication.
- Organization (UNWTO), World Tourism. (2013). Sustainable Tourism for Development Guidebook. Madrid: Capitán Haya, 42 -28020 -Madrid (Spain)Institutional and Corporate Relations Programme.
- organization، W. t. (2010). tourism highlights (2008 – 2009).
- Organization, World tourism. (2006). Tourism highlights (2004–2005).