

الوصف التفصيلي Syllabus للمادة التعليمية

إدارة الضيافة والسياحة	اسم المؤهل
جميع مسارات المؤهل	اسم المسار (التخصص)
سلوك المستهلك في قطاع الفنادق والسياحة	اسم المادة التعليمية
L60900133	رقم المادة التعليمية
-	المتطلب السابق / المتزامن للمادة
3	الساعات المعتمدة للمادة
2	الساعات النظرية (المحاضرات) للمادة
1	الساعات العملية / التطبيقية للمادة
مشروع	طبيعة المادة العملية / التطبيقية
وجاهي / عند بعد	طريقة التدريس

أولاً: الوصف المختصر للمادة

عمليات اتخاذ القرار لدى المستهلك، بدءاً من تحديد الاحتياجات مروراً بالبحث وتقييم البدائل والشراء وتقييم ما بعد الشراء . النظريات والأطر الأساسية، وكيفية ربطها بأمثلة واقعية . تأثير العمليات الكامنة وراء كيفية اتخاذ المستهلك قرار شراء منتج وفي التسويق . وتأثيره على ربحية ونمو أي مؤسسة ضيافة . العوامل المؤثرة في قرارات العملاء في عمليات التسويق والضيافة .

ثانياً: مخرجات التعلم للمادة CLOs

CLO1	تزويد الطالب بالمعرفة الأساسية حول مفهوم السياحة، طبيعة السوق السياحي، ودور التسويق في جذب وتلبية احتياجات السائحين.
CLO2	تمكين الطالب من فهم سلوك المستهلك السياحي، والعوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في قراراته.
CLO3	تعريف الطالب بالمراحل التي يمر بها السائح في عملية الشراء السياحي، وكيفية تأثير كل مرحلة على قراراته وتفضيلاته.
CLO4	تدريب الطالب على تصنيف السياح بناءً على معايير متعددة (مثل الدخل، الجنسية، الدوافع)، وفهم كيفية تصميم خدمات تتناسب مع كل فئة.
CLO5	تطوير قدرة الطالب على ربط النظريات بالتطبيق العملي من خلال تحليل دراسات حالة واقعية أو تنفيذ محاكاة تسويقية موجهة

ثالثاً: محتوى الجزء النظري للمادة

رقم مخرج التعلم	الزمن المخصص للوحة بالساعات	محتوى الوحدة	عنوان الوحدة
CLO1	5	• مفهوم السياحة . • توضيح مبادئ التسويق السياحي ودوره في جذب السائحين • التعرف على مكونات السوق السياحي وعناصره الأساسية . • التعرف على أنواع الخدمات السياحية وأثرها على رضا السياح	ماهية التسويق والأسواق السياحيين
CLO2, CLO3	7	• فهم المفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك . • تحليل العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك • تمييز مراحل اتخاذ القرار الشرائي . • فهم نموذج الصندوق الأسود في تفسير سلوك المستهلك وآليات اتخاذ القرار. • تطبيق المفاهيم النظرية على سلوك الشراء الفعلي عبر دراسة حالات واقعية أو محاكاة تسويقية	مقدمة في مفهوم سلوك المستهلك السياحي

رقم مخرج التعلم	الزمن المخصص للوحدة بالساعات	محتوى الوحدة	عنوان الوحدة
CLO3, CLO4, CLO5	6	• فهم دور المستهلك السياحي كمحور أساسي في النشاط التسويقي السياحي. • التعرف على النظريات الاقتصادية المفسرة لسلوك الاستهلاك السياحي على المستويين الكلي والجزئي. • تحليل خصائص المستهلك السياحي من النواحي النفسية، الاجتماعية، والاقتصادية. • تصنيف أنواع السياح وفقاً لمعايير متعددة مثل الدخل، العمر، التعليم، الاهتمامات، والجنسية. • إبراز أهمية سلوك المستهلك السياحي في تصميم البرامج والخدمات السياحية الفعالة. • توجيه المؤسسات السياحية لفهم الشرائح المختلفة من السياح وتلبية احتياجاتهم لتحقيق رضاهم وولائهم.	المستهلك السياحي
CLO3, CLO4, CLO5	6	• مراحل الشراء للمستهلك السياحي. • تحديد وفهم المراحل المختلفة التي يمر بها المستهلك السياحي في عملية الشراء. • تحليل مجالات السلوك السياحي المختلفة وأدوار الأفراد في عملية الشراء. • التعرف على العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك السياحي. • تطبيق المفاهيم والنظريات على مواقف عملية في السياحة.	مراحل الشراء للمستهلك السياحي
CLO2, CLO4, CLO5	6	• فهم سلوك المستهلك السياحي وعوامل تأثير. • تحليل العوامل الشخصية والاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على قرارات السياح. • مساعدة المسوقين في تصميم برامج تلبي احتياجات السياح. • تحسين رضا السياح وتطوير تجربة السفر.	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك السياحي

خامساً: الكتب والمراجع:

- مطبوعة جامعية ، سلوك المستهلك في السياحة 2022 – 2023 د. حمزة مزيان .