

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

فتح

عرض تكوين ماستر

مهني

القسم	الكلية/ المعهد	المؤسسة
العلوم التجارية	كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

الميدان : علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية (D06)

الفرع: علوم تجارية

التخصص: التسويق الفندقي والسياحي

السنة الجامعية: 2020-2021

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

OUVERTURE

OFFRE DE FORMATION MASTER

PROFESSIONNALISANT

Etablissement	Faculté / Institut	Département
Université 20 Août 1955 - Skikda	Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion	Sciences Commerciales

Domaine: Sciences économiques, de gestion et commerciales (D06)

Filière: sciences commerciales

Spécialité: Marketing hôtelier et touristique

Année Universitaire : 2020-2021

الفهرس

I- بطاقة تعريف الماستر	4
1- تحديد مكان التكوين	5
2- المشاركون في التأطير	5
3- إطار وأهداف التكوين	6
أ. شروط الالتحاق	6
ب. أهداف التكوين	6
ج. المؤهلات و القدرات المستهدفة	6
د. القدرات الجهوية والوطنية لقابلية التشغيل	7
هـ. الجسور نحو تخصصات أخرى	7
و. مؤشرات متابعة مشروع التكوين	7
ز. قدرات التأطير	7
4- الإمكانيات البشرية المتوفرة	8
أ- أساتذة المؤسسة المتدخلين في الاختصاص	8
ب- التأطير الخارجي	9
5- الإمكانيات المادية المتوفرة	10
أ. المخابر البيداغوجية والتجهيزات	10
ب. ميادين التربص والتكوين في المؤسسات	10
ج. مخابر البحث لدعم التكوين في الماستر	11
د. مشاريع البحث لدعم التكوين في الماستر	11
هـ. فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال	11
II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم	12
1- السداسي الأول	13
2- السداسي الثاني	14
3- السداسي الثالث	15
4- السداسي الرابع	16
5- حوصلة شاملة للتكوين	16
III- البرنامج المفصل لكل مادة	17
IV- العقود/الاتفاقيات	39

بطاقة تعريف الماجستير

1- تحديد مكان التكوين: جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

- كلية أو معهد: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- قسم : العلوم التجارية
- تخصص: التسويق الفندقي والسياحي

2- المشاركون في التكوين:

- المؤسسات والشركاء الاجتماعيون الاقتصاديون الآخرون:
 - الفنادق مختلفة التصنيف في المنطقة.
 - مديريات السياحة لولايات الشرق:سكيكدة، عنابة، قالمة، قسنطينة، الطارف، جيجل،ميلة.
 - وكالات السياحة والأسفار.
 - غرف الصناعات التقليدية.
 - وكالات النقل البحري والبري والجوي.
 - مديريات البيئة لولايات الشرق.
 - مؤسسات النقل البحري والبري والجوي.
 - مؤسسات الخدمات ذات العلاقة بالسياحة .
- الشركاء الدوليون الأجانب:

فرنسا

- Université d'Aix Marseille.
- Université de Strasbourg.
- Université de Nimes.
- Université de paris Nantiene.
- Université Paul Valery Montpellier 3.
- Université Reims Laboratoire LIP6.

فنلندا

Université de Vassa Finlande.

إيطاليا

Université de Calabre

بلجيكا

Université de GAND

تونس

جامعة القيروان، جامعة قفصة، جامعة تونس المنار، جامعة جندوبة، جامعة قرطاجنة.

3-إطار وأهداف التكوين:

أ- شروط الالتحاق

هذا التخصص مفتوح لحاملي شهادة ليسانس ل.م.د وكلاسيك في تخصصات:

- تسويق؛
- تسويق الخدمات؛
- تجارة دولية؛
- تجارة دولية وإمداد؛
- مالية وتجارة دولية.
- إدارة أعمال

ب-أهداف التكوين

- الكفاءات المستهدفة طلبة الليسانس نظام ل م د و كلاسيك هذا من أجل :
- ضمان تأهيل الطلبة للحصول على درجة الماستر في التسويق الفندقي والسياحي من خلال إكسابهم معارف ومؤهلات في مجال السياحة والفندقة والتسويق السياحي والفندقي، بالإضافة إلى تحكّمهم في أسس ومبادئ رسم السياسات التسويقية للخدمات السياحية والفندقية والمعايير المستخدمة في تقييمها، اكساب الطالب الأدوات التي تسمح له فهم تطور قطاع السياحة والفندقة، اكساب الطالب مهارات كيفية التطوير العام لمهن السياحة والفندقة، كما يسمح للطالب بتحليل المعطيات المتعلقة بقطاع السياحة، يسمح بتكوين إطارات متخصصة قادرة على إدارة المؤسسات السياحية والفندقة والهيئات التي تقدم الخدمات السياحية بشكل عام.

ج-المؤهلات والقدرات المستهدفة

يسمح هذا التكوين للطلاب بأن يكتسب المؤهلات التالية:

- كفاءات تقنية:تسمح له بأن يكوم عمليا ومؤهلا لممارسة نشاط مهني في مجال السياحة والفندقة،يكتسب هذا المؤهل بفضل التكوين المنهجي المقدم،وكذا دراسات الجدوى وطرق التسيير والتسويق وإدارة الأعمال والبحوث المنجزة.
- كفاءات خبرة،تشخيص وتحليل:إن هذه المؤهلات تسمح للطلاب بأن يكون جاهزا لأي طلب عمل من طرف أي فاعل في القطاع السياحي مهما كانت طبيعة العمل واختلاف مجالاته،كما تسمح له أيضا بالفحص والقيام بالتشخيص القطاعي.
- القدرة على إيجاد عمليات ومشاريع في قطاع السياحة.
- تطوير معرفة معمقة عن مكانة ودور السياحة في الاقتصاد والتنمية،من بين المعارف المكتسبة في إطار التكوين يمكن ذكر على وجه الخصوص مايلي:معرفة الأسواق السياحية،الممارسات التسويقية في قطاع السياحة والفندقة،العلاقات بين مختلف الأطراف الفاعلين في القطاع السياحي والفندقي.
- تأهيل الطلبة الطامحين لاستكمال مسارهم الدراسي في ذات التخصص أو التخصصات الأخرى ذات الصلة، بالإضافة إلى المشاركة الفاعلة والمثمرة في دفع عجلة التنمية البشرية والاقتصادية بالبلاد.
- المساهمة في ترقية البحث العلمي والمساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع.

د-القدرات الجهوية والوطنية القابلة لتشغيل حاملي الشهادات الجامعية

المجالات الممكنة:

- مهن التأطير في المنظمات والهيئات التسييرية والتطويرية
- مهن تسيير برامج وموازنات السياحة
- مهن الفحص، الخبرة وتطوير المشاريع في قطاع السياحة في الفنادق ووكالات السياحة.

كما توجد العديد من المؤسسات التي يمكن أن تساعد على التشغيل منها:

- المؤسسات والهيئات التي تنشط في قطاع الخدمات خاصة السياحية والمالية.
- المؤسسات السياحية والفندقية بكل الولايات.
- المؤسسات المالية المختلفة (بنوك وتأمينات).
- المؤسسات الخدمية المختلفة مثل: الاتصالات.
- الغرف التجارية والحرفية ومنظمي المعارض الدولية.
- المتاحف

ه- الجسور نحو تخصصات أخرى:

يسمح هذا التخصص للطالب بدراسة تخصصات أخرى كالتسويق وإدارة أعمال وتسويق الخدمات ، التسويق الدولي.

و- مؤشرات متابعة التكوين :

- التقويم النظري على مستوى الدروس والأعمال الموجهة والمحاضرات عن طريق امتحان في المادة بنسبة 60% و امتحان على مستوى الأعمال الموجهة 40%.
- التقويم الميداني من خلال التربصات المحلية.

ز- قدرات التأطير: 20 طالب.

4- الإمكانيات البشرية المتوفرة:
أ- أساتذة المؤسسة المتدخلين في التخصص:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج+التخصص	الشهادة مابعد التدرج +التخصص	الرتبة	طبيعة التدخل*	التوقيع
زرزار العياشي	إدارة أعمال	دكتوراه تسيير مؤسسة	أستاذ تعليم العالي	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
بن الشيخ بوبكر الصديق	تسويق	دكتوراه تسويق	أستاذ محاضر أ	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
رجم نور الدين	تسويق	دكتوراه تسويق	أستاذ محاضر أ	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
مقيطع حمزة	إدارة أعمال	دكتوراه إدارة أعمال وتنمية مستدامة	أستاذ محاضر أ	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
بلعز خير الدين	تجارة دولية	دكتوراه تجارة دولية	أستاذ محاضر ب	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
نطور بلال	تسويق	دكتوراه تسويق	أستاذ محاضر أ	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
طيار أحسن	تقنيات كمية	دكتوراه إدارة أعمال	أستاذ التعليم العالي	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
حلاسي هجيرة	تسويق	دكتوراه تسويق	أستاذ محاضر أ	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
بوثلجة جمال	تسويق	دكتوراه تسويق	أستاذ محاضر ب	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
ياسين بوناب	تسويق	دكتوراه تسويق	أستاذ محاضر أ	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
أسيا خنشول إيمان	تسويق	دكتوراه تسويق	أستاذ محاضر ب	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
نور الدين بوغان	تسويق	ماجستير تسويق	أستاذ مساعد أ	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	
رابحي دراجي	تسويق	ماجستير تسويق	أستاذ مساعد أ	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير مذكرات	

* محاضرة، تطبيق، أعمال موجهة، أعمال تطبيقية، تأطير التريصات، تأطير المذكرات، أخرى(توضح)

ب- التأطير الخارجي

المؤسسة التابعة لها: جامعة جيجل

التوقيع	*طبيعة التدخل	الرتبة	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الشهادة التدرج + التخصص	الاسم والنقب
	تأطير المذكرات	أستاذ محاضر "أ"	دكتوراه تسويق	تسويق	بولحية الطيب
	تأطير المذكرات	أستاذ محاضر "أ"	دكتوراه تسويق	تسويق	يوسف تبوب
	تأطير المذكرات	أستاذ التعليم العالي	دكتوراه تسويق	تسويق	عمر عبد الحفيظ

* محاضرة، أعمال تطبيقية، أعمال موجهة، تأطير التريصات، تأطير المذكرات، أخرى (توضح)

5- الإمكانيات المادية المتوفرة

أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات:

عنوان المخبر: مخبر الاقتصاد، المالية، وإدارة الأعمال (ECOFIMA)

الرقم	اسم التجهيز	العدد	الملاحظات
1	أجهزة إعلام آلي	123	على مستوى الكلية
2	طابعات	52	على مستوى الكلية
3	ماسحات ضوئية	2	على مستوى الكلية
4	Data chou	10	على مستوى الكلية
5	جهاز إعلام آلي محمول	4	على مستوى الكلية
6	عاكسات الصور	10	على مستوى الكلية
7	آلات نسخ	20	على مستوى الكلية
8	آلة طباعة	3	على مستوى الكلية
9	آلة تصوير رقمية	2	على مستوى الكلية

ب- ميادين التربص والتكوين في المؤسسات:

مكان التربص	عدد الطلبة	مدة التربص
الفنادق المختلفة التصنيف في المنطقة	20	6 أشهر
مديريات السياحة لكل الولايات	20	6 أشهر
وكالات السياحة والأسفار	20	6 أشهر
غرف الصناعات التقليدية	20	6 أشهر
وكالات النقل البري والبحري والجوي	20	6 أشهر
مديريات البيئة	20	6 أشهر
المتاحف	20	6 أشهر

ج- مخابر البحث لدعم التكوين المقترح: مخبر الاقتصاد، المالية، وإدارة الأعمال
(ECOFIMA)

رئيس المخبر د/صبري مقيح
رقم اعتماد المخبر: 222 بتاريخ 2009/07/13
التاريخ:
رأي رئيس المخبر:

د- مشاريع البحث الداعمة للتكوين المقترح:

عنوان مشروع البحث	رمز المشروع	تاريخ بداية المشروع	تاريخ نهاية المشروع
مساهمة أنشطة التسويق بالعلاقات في تعزيز مركز المؤسسة التنافسي	M01620120026	2013	2016
آفاق تنمية قطاع السياحة بالجزائر دراسة حالة قطب الامتياز السياحي شمال - شرق	M01620130020	2013	2016

ه-فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال:

- تتوفر بالكلية قاعة للمطاعة، تضم مئات الكتب باللغة العربية، والأجنبية.
- مكتبة الكلية تضم مئات الكتب باللغة العربية، والأجنبية.
- المكتبة المركزية للجامعة تضم مئات الكتب باللغة العربية، والأجنبية.
- قاعة للأنترنت مجهزة بأحدث الأجهزة تتسع لـ 40 طالب
- مركز للحسابات بالجامعة مزود بالأنترنت ويتوفر على 650 حاسوب.
- 4 قاعات مجهزة بـ 25 حاسوب لكل قاعة

II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم

1-السداسي الأول:

نوع التقييم	الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 15 أسبوع	وحدة التعليم	
			أعمال أخرى*	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة			
								وحدات التعليم الأساسية الرمز:وت أس 11 الأرصدة:18 المعامل:6	
+	+	6	2	55 سا 00		1سا و30 د	1سا و30 د	45 سا 00	مدخل للخدمات
+	+	6	2	55 سا 00		1سا و30 د	1 سا و30 د	45 سا 00	سلوك المستهلك في السياحة
+	+	6	2	55 سا 00		1سا و30 د	1سا و30 د	45 سا 00	التسويق الإستراتيجي للخدمات
									وحدات التعليم المنهجية الرمز:وت م 11 الأرصدة:9 المعامل:3
+	+	5	2	55 سا 00		1سا و30 د	1سا و30 د	45 سا 00	إدارة جودة الخدمات السياحية
+	+	4	1	2 سا و30 د			1سا و30 د	22 سا و30 د	تقنيات كمية
									وحدات التعليم الإسكتشافية الرمز:وت إس 11 الأرصدة:2 المعامل:2
+		2	1	2 سا و30 د			1سا و30 د	22 سا و30 د	قانون حماية المستهلك
									وحدة التعليم الأفقية الرمز:وت أف 11 الأرصدة:1 المعامل:1
+	+	1	1	2 سا و30 د			1سا و30 د	22 سا و30 د	لغة أجنبية
		30	11	227 سا 30 د	00 سا	6 سا 00	10سا و30 د	247 سا و30 د	مجموع السداسي الأول

*عمل إضافي عن طريق التشاور السداسي

2-السداسي الثاني:

نوع التقييم	مراقبة مستمرة إمتحان	الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي			الحجم الساعي السداسي 15 أسبوع	وحدة التعليم
				أعمال موجهة	أعمال تطبيقية	أعمال أخرى*		
								وحدات التعليم الأساسية الرمز:وت أس 21 الأرصدة:18 المعامل:6
+	+	6	2	55 سا 00	1سا و 30 د	1سا و 30 د	45 سا 00	التسويق السياحي
+	+	6	2	55 سا 00	1سا و 30 د	1 سا و 30 د	45 سا 00	التسويق الفندقى
+	+	6	2	55 سا 00	1سا و 30 د	1سا و 30 د	45 سا 00	إدارة العلاقة مع الزبائن
								وحدات التعليم المنهجية الرمز:وت م 21 الأرصدة:9 المعامل:3
+	+	5	2	55 سا 00	1سا و 30 د	1سا و 30 د	45 سا 100	دراسة جدوى المشاريع السياحية
+	+	4	1	2 سا و 30 د		1سا و 30 د	22 سا و 30 د	المقاولاتية
								وحدات التعليم الإسكتشافية الرمز:وت إس 21 الأرصدة:2 المعامل:1
+		2	1	2 سا و 30 د		1سا و 30 د	22 سا و 30 د	قانون سياحي
								وحدة التعليم الأفقية الرمز:وت أف 21 الأرصدة:1 المعامل:1
+	+	1	1	2 سا و 30 د		1سا و 30 د	22 سا و 30 د	لغة أجنبية
		30	11	227 سا 30	00سا	6 سا	247 سا و 30 د	مجموع السداسي الثاني

*عمل إضافي عن طريق التشاور السداسي

3-السداسي الثالث:

نوع التقييم	الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 15 أسبوع	وحدة التعليم	
			أعمال تطبيقية	أعمال أخرى*	محاضرة	أعمال موجهة			
								وحدات التعليم الأساسية الرمز:وت أس 12 الأرصدة:18 المعامل:6	
+	+	6	2	55 سا 00	1 سا و30 د	1 سا و30 د	45 سا 00	التسويق الإلكتروني السياحي	
+	+	6	2	55 سا 00	1 سا و30 د	1 سا و30 د	45 سا 00	الجغرافيا السياحية	
+	+	6	2	55 سا 00	1 سا و30 د	1 سا و30 د	45 سا 00	إدارة الموارد البشرية	
								وحدات التعليم المنهجية الرمز:وت م 12 الأرصدة:9 المعامل:3	
+	+	5	2	55 سا 00	1 سا و30 د	1 سا و30 د	45 سا 00	تقنيات التنبؤ	
+		4	1	2 سا و30 د		1 سا و30 د	22 سا و30 د	منهجية البحث العلمي	
								وحدات التعليم الإستكشافية الرمز:وت إس 12 الأرصدة:2 المعامل:1	
+		2	1	2 سا و30 د		1 سا و30 د	22 سا و30 د	قانون المنافسة	
								وحدة التعليم الأفقية الرمز:وت أق 12 الأرصدة:1 المعامل:1	
+	+	1	1	2 سا و30 د		1 سا و30 د	22 سا و30 د	لغة أجنبية	
		30	11	227 سا و30	00 سا	6 سا 00	10 سا و30 د	247 سا و30 د	مجموع السداسي الثالث

*عمل إضافي عن طريق التشاور السداسي

4-السداسي الرابع:

الميدان : العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الفرع : علوم تجارية

التخصص: تسويق فندقي وسياحي

تربص في مؤسسة يتوج بمذكرة تناقش

الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي	
30	4	600	مذكرة تخرج
30	4	600	مجموع السداسي 4

5 - حوصلة شاملة للتكوين:

ح س	وت	الأساسية	المنهجية	الاستكشافية	الأفقية	المجموع
محاضرة	202 سا و 30 د	135 سا	67 سا و 30 د	67 سا و 30 د	67 سا و 30 د	472 سا و 30 د
أعمال موجهة	202 سا و 30 د	67 سا و 30 د	-	-	-	270 سا
أعمال تطبيقية	-	-	-	-	-	-
عمل شخصي	7425 سا	2580 سا و 30 د	112 سا و 30 د	112 سا و 30 د	112 سا و 30 د	10230 سا و 30 د
عمل آخر (مذكرة تخرج)	600 سا	-	-	-	-	600 سا
المجموع	8430 سا	2783 سا	180 سا	180 سا	180 سا	11573 سا
الأرصدة	54	27	6	3	90	
% الأرصدة لكل وحدة تعليم	60%	30%	6.66%	3.33%		

III- البرنامج المفصل لكل مادة

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: مدخل للخدمات

الرصيد: 18

المعامل: 6

أهداف المادة:

تمكين الطالب من التحكم في أساسيات الخدمات وخصائصها وكذا تصنيفاتها ونماذج تقديم الخدمة.

المعارف المسبقة المطلوبة:

معارف مسبقة في مفهوم الخدمات وأنواعها.

محتوى المادة:

- طبيعة الخدمات (مفهوم، تعريف...).
- مكانة الخدمات في اقتصاديات الدول.
- سمات وخصائص الخدمات.
- تصنيف الخدمات.
- الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية.
- المزيج التسويقي للخدمات.
- أنظمة الخدمات.
- الإبداع في الخدمات.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

- حميد الطائي، بشير العلاق، إدارة عمليات الخدمة، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2009.

- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمة وتطبيقاته، دار المناهج، عمان، الأردن، 2006.

- بشير العلاق، ثقافة الخدمة، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2009.

- Sous la direction de Jean Caelen, **La consommateur au couer de l'innovation**, éditions CNRS, Paris, 2005.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة : سلوك المستهلك السياحي

الرصيد: 18

المعامل: 6

أهداف المادة:

- التعرف على مختلف المؤثرات الخارجية والنفسية التي تؤثر على سلوك السياح، ما يساعد الطالب في تصميم استراتيجيات تسويقية مناسبة لكل شريحة سوقية مستهدفة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

إدراك مختلف العوامل البيئية والنفسية التي تؤثر على سلوك المستهلك واتجاهات لفرد.

محتوى المادة:

- طبيعة سلوك المستهلك السياحي؛
- المستهلك السياحي وعملية اتخاذ القرارات الشرائية في مجال السياحة؛
- العوامل الخارجية المؤثرة على سلوك السائح؛
- العوامل النفسية المؤثرة على سلوك السائح؛
- النماذج المفسرة لتحليل سلوك المستهلك السياحي؛
- الأنماط السياحية.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

-حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس العلاق، سلوكيات السائح والطلب السياحي، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

-عبيدات محمد، التسويق السياحي حل سلوكي، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.

-عبد الحسين موسى الشبلوي، سلوك المستهلك السياحي بين النظرية والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2016.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة: التسويق الإستراتيجي للخدمات

الرصيد: 18

المعامل: 6

أهداف المادة:

- تمكين الطالب من فهم دور التسويق الإستراتيجي للخدمات في تحقيق أهداف المؤسسة السياحية والفندقة في الأسواق المستهدفة في ظل المتغيرات البيئية الكبيرة
- معرفة الطالب للتفاصيل الخاصة بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقي الأساسية والقدرة على إعداد مزيج تسويقي للمؤسسة يتلائم مع احتياجات السائح.
- فهم آليات العلاقات التكاملية بين مختلف مكونات المزيج التسويقي للمؤسسة السياحية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

المبادئ الأساسية حول طبيعة الخدمات السياحية والفندقة والتسويق الخدمي.

محتوى المادة:

- مفهوم وطبيعة التسويق الإستراتيجي وأهميته وأهدافه وخصائصه؛
- جوهر الاختلاف بين التسويق العملي والتسويق الإستراتيجي.
- مكانة التسويق الإستراتيجي في المؤسسات الخدمية؛
- كيفية إعداد الإستراتيجية التسويقية للخدمات؛
- مراحل الإستراتيجية التسويقية للخدمات؛
- الإستراتيجيات القاعدية (التركيز، التنوع، التكلفة).

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

- فيليب سادر، الإدارة الإستراتيجية، تعريب علا أحمد صالح مجموعة النيل العربية، مصر، 2008.
- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الإستراتيجي، دار الميسرة، عمان، 2011.
- محمود جاسم الصميدعي، استراتيجيات التسويق، مدخل كمي تحليلي، دار الحامد، عمان، 2007.
- ثامر البكري، استراتيجيات التسويق، دار جهينة، عمان.
- المرسي نبيل محمد، الإدارة الإستراتيجية وتنفيذ استراتيجيات التنافس، الإسكندرية، الدار الجامعية الجديدة، 2003.

- Jacques Lambin ,C,Moerloose,Marketing stratégique et opérationnel,7édition,Dunod,Paris,2008.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة: إدارة جودة الخدمات السياحية

الرصيد: 9

المعامل: 3

أهداف المادة:

- تمكين الطالب من معرفة دور جودة الخدمات في تحسين تنافسية المؤسسات السياحية وفهم السيرورة العامة لجودة الخدمات عبر دراسات حالات عملية.

المعارف المسبقة المطلوبة:

لفهم المادة بشكل معمق، يستحسن أن يكتسب الطالب مسبقاً، معرفة مسبقة بالتسويق.

محتوى المادة:

- مدخل إلى مفهوم إدارة الجودة؛

- إدارة السيرورة؛

- شهادات الإيزو؛

- إدارة الجودة الشاملة؛

- أهمية جودة الخدمات السياحية؛

- تسيير جودة الخدمات السياحية؛

- معايير جودة الخدمات السياحية؛

- قياس جودة الخدمات السياحية؛

- قياس رضا السائح

- حالات عملية: المؤسسات السياحية، الإطعام الفندقية..

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

-قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم-عمليات-تطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

- قاسم نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001-2000، دار الثقافة، ط1، عمان، الأردن، 2005.

-مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2006.

- مهدي السامرائي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي، ط1، دار جريير للنشر، عمان، الأردن، 2007.

- توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن-أساليب حديثة في القياس، جامعة الزقازيق، مصر، 2007.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية
اسم المادة: تقنيات كمية

الرصيد: 9

المعامل: 3

أهداف المادة:

تمكين الطالب من التعرف على مختلف الأساليب والتقنيات الكمية التي يستعين بها رجل التسويق، داخل المؤسسة الخدمية فيما يخص مختلف الأنشطة التسويقية الممارسة والمتوقعة مستقبلاً، في ضوء التغيرات البيئية العالية المرونة والتي تساعد في اتخاذ القرارات التسويقية الصائبة، وتوجيه الجهود التسويقية بشكل كفي وفعال.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معرفة قاعدية بالمبادئ الأساسية للتسويق. دراسة السوق، بحوث العمليات.

محتوى المادة:

المفاهيم العامة في المنهج الكمي، السلاسل الزمنية ودورها في التنبؤ بالمبيعات، نماذج النقل في التوزيع وتخصيص الموارد، أساليب المنهج الكمي في التسعير، سلاسل ماركوف والحصة السوقية، نظرية خطوط الانتظار في تسويق الخدمة، نظرية الألعاب ودورها في تحليل الصراع والهيمنة على السوق ، نظرية اتخاذ القرار والبرمجة الخطية وتكوين وصياغة المشكلات، نظرية المباريات وبرمجة الأهداف تخطيط ومتابعة المشاريع.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

- Regis bourboronnais, jeans claude usunier, prevision des vents theorie et pratique, 3 eme ed, economica, paris, 2001.
- Regis bourbonnair, econometrie manuet et exercices, 8 eme ed, Dunod, paris, 2011.

- دومينيك سلفادور: الاحصاء والاقتصاد القياسي، ديوان المطوعات الجامعية، 1993

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

اسم المادة: قانون حماية المستهلك

الرصيد: 2

المعامل: 2

أهداف المادة:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بقانون حماية المستهلك وتطوير قدراته القانونية وتحكمه في الأدوات القانونية الأساسية لحماية المستهلك، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المرتبطة بتطور المنظومة القانونية الجزائرية في مجال حقوق وحماية المستهلك.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب تكون له خلفية نظرية عن دراسة القانون بصفة عامة.

محتوى المادة:

- المفاهيم الأساسية في حماية المستهلك؛
- أنواع المستهلك حسب المشرع الجزائري؛
- النصوص القانونية لحماية سلوك المستهلك؛
- جمعيات حماية المستهلك؛

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع:

- القوانين الصادرة بالجريدة الرسمية الخاصة بحماية المستهلك؛
- القانون التجاري.
- بلعروسي أحمد التيجاني، التشريع والتنظيم المتعلقان بحماية المستهلك، دار هومة، 2010.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية
اسم المادة: لغة أجنبية

الرصيد: 1

المعامل: 1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة باللغة الانجليزية وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال اللغة الانجليزية الأكاديمية ذات العلاقة بالتسويق إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بالبحث بالاعتماد على اللغات الأجنبية لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع في عالم سريع التطور.

المعارف المسبقة المطلوبة:

الطالب تكون له معرفة عن اللغة الانجليزية وبعض المصطلحات التي تخص تخصصه.

محتوى المادة:

1-principles of marketing

2-introduction to integrated marketing communications.

3-the marketing communications mix:

-Advertising

-Direct marketing

-Sales promotion

-Persoalling

-Publicity and public relations.

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع:

- معجم المصطلحات الاقتصادية الجزء 1 و2 ديوان المطبوعات الجامعية.

- جيرار موسى، طلعت قبيعة، هزار أحمد، فائدة مرجان: المعجم المزدوج متقن الجيب،

عربي انجليزي- انجليزي

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السادسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة : التسويق السياحي

الرصيد:18

المعامل:6

أهداف التعليم:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من التحكم في مبادئ التسويق السياحي وتحليل الأسواق السياحية، كما تمكنه من فهم الطرق والأدوات المطبقة من طرف المؤسسات السياحية في تسويق خدماتها.

المعارف المسبقة المطلوبة :

لفهم المادة بشكل معمق، يستحسن أن يكتسب الطالب مسبقاً، معلومات حول التسويق الخدمي والخدمات السياحية.

محتوى المادة:

- مفهوم السياحة والتسويق السياحي.

-أهمية التسويق السياحي

-خصائص الخدمات السياحية، وأنواعها.

-تطور الأسواق السياحية وصناعة السياحة.

-التسويق السياحي الإلكتروني.

-استراتيجيات التنافس السياحي والفندقي.

-التسويق بالعلاقات للخدمات السياحية.

-المزيج التسويقي السياحي.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40 %
و60 % على الترتيب .

المراجع:

- عبيدات، محمد، التسويق السياحي، دار وائل للنشر، عمان، ط2008، 3.
 - الخضري محسن أحمد، التسويق السياحي، مدخل اقتصادي، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2003.
 - خالد مقابلة، علاء السرابي، التسويق السياحي الحديث، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2001.
 - تغريد محمد سليم، التسويق السياحي فن الاتصال والتفاوض، دار التمييز للطباعة والنشر والتوزيع، 2004.
 - باية وقنوني، محاضرات في التسويق السياحي، جامعة أكلي محند "البويرة"، 2020.
- Robert lanquar, Robert Holliere, Marketing touristique, 7eme édition, puf, paris, 2002.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السادسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة : التسويق الفندقي

الرصيد:18

المعامل:6

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من فهم دور التسويق الفندقي في تحقيق أهداف المؤسسات الفندقية في الأسواق المستهدفة، معرفة الطالب التفاصيل الخاصة بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقي الفندقي، فهم آليات العلاقات التكاملية بين مختلف عناصر المزيج التسويقي الفندقي، تمكين الطالب من تصميم مزيج تسويقي فندقي يتلائم واحتياجات السائح .

المعارف المسبقة المطلوبة :

لفهم المادة بشكل معمق، يستحسن أن يكتسب الطالب مسبقاً، معلومات حول التسويق الخدمي والخدمات السياحية.

محتوى المادة:

- مفهوم الفنادق وأنواعها.
- مفهوم الخدمة الفندقية وأنواعها
- أهمية الخدمات الفندقية
- خصائص الخدمات الفندقية
- مفهوم التسويق الفندقي ،الأهداف، الأهمية ،الخصائص.
- أنواع الأسواق الفندقية
- سلوك المستخدمين في التسويق الفندقي
- المزيج التسويقي للخدمات الفندقية
- جودة الخدمات الفندقية

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب .

المراجع:

- أحمد ماهر عبد السلام ابوقحف،تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، الطبعة الثانية،المكتب العربي الحديث،مصر،1999.
- الضمور، هاني حامد،إدارة المنظمات الفندقية، الطبعة الأولى،مؤسسة حورس الدولية للنشر،الإسكندرية،2004.
- صبري عبد السميع،التسويق السياحي والفندقي،المنظمة العربية للتنمية الإدارية،القاهرة،2006.
- عصام حسن الصعدي،التسويق والترويج السياحي والفندقي،دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية،دار الراية للنشر والتوزيع،الأردن،2009.
- عمر جوابرة الملكاوي،التسويق الفندقي، الطبعة 1،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع،عمان،2012.
- توفيق،ماهر عبد العزيز،علم إدارة الفنادق،دار الزهران،عمان،2006.
- Kotler philip,Bowen j,and Markens j,Marketing for hospitaty and tourism,prentices hall ;1999.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة : إدارة العلاقة مع الزبائن

الرصيد:18

المعامل:6

أهداف التعليم:

- التعرف على مبادئ إدارة العلاقة مع الزبون.
- معرفة كيفية إدارة شكاوي واحتجاجات الزبون.
- تصميم ووضع خطط لإدارة ولاء الزبون.

المعارف المسبقة المطلوبة :

لفهم المادة بشكل معمق، يستحسن أن يكتسب الطالب مسبقاً، أهم قواعد ومبادئ التسويق.

محتوى المادة:

- تطور مفهوم إدارة العلاقة مع الزبائن.
- مفهوم أهمية إدارة العلاقة مع الزبون.
- سياسات واستراتيجيات تنفيذ إدارة العلاقة مع الزبون.
- معايير قياس إدارة العلاقة مع الزبون.
- أبعاد إدارة العلاقة مع الزبون.
- تحليل ربحية الزبون.
- تأثير إدارة العلاقة مع الزبون على الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- حميد الطائي، العبادي، إدارة علاقات الزبون، الوراق للنشر والتوزيع ،عمان،2007.
- بيوفيز أحمد، محمد رفيق، التسويق الداخلي، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، الجيزة ،مصر،2013.
- منى شفيق، التسويق بالعلاقات، المنظمة العربية للتنمية الادارية بحوث ودراسات ،القاهرة،مصر،2005.
- Ahmed Iftikhar, **Electronic Customer Relationship Management**,Lulea University of Technology,2008.

عنوان الماستر التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية
اسم المادة: دراسة جدوى المشاريع السياحية

الرصيد: 9

المعامل: 3

أهداف المادة:

يهدف المقياس إلى اكساب الطالب مهارات وتقنيات تساعده على تقييم المشاريع السياحية والفندقية، من أجل تزويد متخذي القرار بالمعلومات حول مختلف الفرص الإستثمارية المتاحة، ما يمكنه من المفاضلة بين المشاريع ذات الجدوى المرعبة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معرفة المبادئ والأساليب التقنية لتقييم المشاريع والمفاضلة بينها.

محتوى المادة:

- مفاهيم الجدوى الاقتصادية، الأهمية، الأهداف، المراحل.
- دراسة الجدوى الأولية والتفصيلية (دراسة الجدوى التسويقية، دراسة الجدوى الفنية، دراسة الجدوى المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية)
- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الخدمية
- معايير تقييم جدوى المشاريع
- تقييم كفاءة الأداء الاقتصادي

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

- محمد صالح الحناوي، دراسة جدوى المشروع، دجلة العراق
- عبد الرحيم، أحمد بسيوني، دراسات الجدوى الاقتصادية، مطبعة جامعة بنها، مصر، 2011.
- كحه جي، صباح، إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية لمشاريع التنمية، مطبعة جامعة بغداد، بغداد، 2008.
- مجدوب خيرة، محاضرات في تقييم المشاريع، جامعة ابن خلدون-تيارت، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2017.
- احمد عبد السميع علام، دراسة الجدوى الفنية والاقتصادية، وتقييم المشروعات، دار الوفاء، للطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2008.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة: مقاولاتية

الرصيد: 9

المعامل: 3

أهداف المادة:

إكساب الطالب معلومات ومعارف حول المقاولاتية وكيفية تكوين المشروعات وتسييرها.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معارف مسبقة حول مدخل للتسيير والتسويق والمالية.

محتوى المادة:

- تطور الفكر المقاولاتي، مفهوم وخصائص إدارة المشروع

- مفهوم المقاولاتية والمشروع: مراحل إنشائه، التعريف بمؤسس المشروع (المقاول)، الفكرة والفرصة التجارية، الروح المقاولاتية، مخطط العمل.

- التوافق بين المؤسس والمشروع.

- إدارة المشاريع (التخطيط والجدولة الزمنية للمشروع، إدارة وتنظيم المشروع، الرقابة على المشروع).

- تمويل المؤسسات.

- دراسة نجاعة المشروع.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

- أحمد عارف العساف وآخرون، الأصول العلمية والعملية لإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

- سعاد نائب برنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة-أبعاد الريادة-، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2005.

- صندرة سايبى، (2015)، محاضرات في انشاء المؤسسة، جامعة قسنطينة 2، عبد الحميد مهري.

-

-Christophe Schmitt, **la fabrique de l'entrepreneuriat**, Dunod, France, 2018.

- Franck Janssen, **Enterprendre-maueil d'introduction à l'entrepreneuriat**, ed de boeck, France, 2016.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدات التعليم الاستكشافية
اسم المادة : قانون سياحي

الرصيد:2

المعامل:1

أهداف المادة: التعرف على أهم القوانين المنظمة لعمل ونشاط المؤسسات السياحية والفندقية على المستوى الدولي عامة والجزائر خاصة، ما يمكن الطالب من فهم شروط استغلال المؤسسات السياحية، وقواعد العمل الفندقي والسياحي، معايير ترتيب وتصنيف المؤسسات السياحية والفندقية، الرقابة والعقوبات.

المعارف المسبقة المطلوبة:

الطالب تكون له خلفية نظرية عن القانون بصفة عامة والقوانين التي لها علاقة بالتجارة الدولية بصفة خاصة.

محتوى المادة:

- المبادئ والملاح العامة للتشريعات السياحية والفندقية (عرض لأهم القوانين المنظمة للنشاط السياحي والفندقي،-التنظيم القانوني للجرائم السياحية).
- الإطار القانوني لأهم أجهزة المنظمات السياحية المحلية والفندقية.
- الأمن السياحي، أمن السياح والمناطق السياحية، أمن المتاحف.
- قوانين حماية الآثار والهيئات الأثرية.
- أهم القوانين المنظمة للنشاط السياحي ومؤسساته في التشريع الجزائري.

طريقة التقييم:

امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع:

- صلاح الدين عامر، مقدمة لدراسة القانون الدولي العام، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007.
- على بن فايز الجحني، الأمن السياحي، الطبعة الأولى، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، السعودية، 2004.
- محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر.
- مدونة النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة، الجزائر، 2002.
- المراسيم التنفيذية ذات العلاقة بالنشاط السياحي والفندقي في الجريدة الرسمية الجزائرية.

عنوان الماستر : التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية
اسم المادة : لغة أجنبية

الرصيد: 1

المعامل: 1

أهداف المادة:

إكساب الطالب المفاهيم والمصطلحات المتعلقة باللغة الانجليزية الأكاديمية ذات العلاقة التسويق السياحي والفندقي.

المعارف المسبقة المطلوبة:

الطالب تكون له خلفية نظرية عن اللغة الانجليزية وبعض المصطلحات التي تخص تخصصه.

محتوى المادة:

- starting the firm, managing the firm, insurance.
- Business account, Bank and means of payment.
- The stock takeovers, International trade.
- Marketing and advertising, information technology.
- Tourism Marketing.
- E- Marketing.
- Advertising strategy.

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع:

1-M.Alouane ,C.Hall and H.Belhage ,In Tune With Business :An English course for Business and Management .

2-A.J.Thomas and A.V.Martinet ,Oxford Pocket English Grammar .

3-D . Cotton ,D . Falvey and S . kent , market leader

-Collectif Pocket, Dictionnaire de l'anglais économique, commercial et financier, Pocket, 2007.

-Amina Yala , Fabienne Mercier, Tout l'anglais professionnel, Studyrama - Vocatis ,2013.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة : التسويق الإلكتروني السياحي والفندقي

الرصيد:18

المعامل:6

أهداف المادة:

التعرف على ماهية الخدمات والمنتجات الإلكترونية السياحية؛
إكساب الطالب أساسيات تسويق الخدمات الإلكترونية في المؤسسات السياحية والفندقية؛
التعرف على الإستراتيجيات التسويقية الخاصة بالمزيج التسويقي الخدمي الإلكتروني السياحي
والفندقي؛

المعارف المسبقة المطلوبة:

الطالب يكون على دراية بمبادئ التسويق الخدمي.

محتوى المادة:

- ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- ماهية التسويق الإلكتروني.
- سلوك مستهلك الخدمات الإلكترونية.
- استراتيجيات المزيج التسويقي للخدمات السياحية.
- استراتيجيات المزيج التسويقي للخدمات الفندقية.
- أساليب تحقيق جودة الخدمات السياحية والفندقية.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60 % على الترتيب .

المراجع:

- طارق طه، التسويق بالانترنت والتجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، 2007.
- يوسف أحمد أبو قارة، التسويق الإلكتروني الخدمي، داروائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- ستوارت ماكي، أفضل الممارسات في التجارة الإلكترونية على شبكة الانترنت، تعريب: على أبو عبشة وندى غنيم، مكتبة العبيكان، الرياض، 2003.
- بشير عباس العلق، الاتصالات التسويقية الإلكترونية، مؤسسة الوراق، عمان، 2005.
- ابراهيم عراقي، مدخل تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها السياحية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2009.
- عماد أحمد أبو شنب، الخدمة الإلكترونية، دار الكتاب الثقافي، الأردن، 2012.

عنوان الماستر : التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة : الجغرافيا السياحية

الرصيد:18

المعامل:6

أهداف المادة:

يسمح المقياس للطلاب من اكتساب المهارات التالية:

- التمييز بين مختلف مكونات ومحتويات نظم المعلومات السياحي؛
- استيعاب آثار نظام المعلومات السياحي على السياسات التسويقية السياحية والفندقية؛
- التعرف على توزيع مختلف أشكال السياحة والتراث العالمي في العالم والوطن العربي.

المعارف المسبقة المطلوبة:

ثقافة عامة عن السياحة والجغرافيا.

محتوى المادة:

- مفهوم جغرافيا السياحة وتأثيرها على صناعة السياحة؛
- مناهج وأدوات البحث في الجغرافيا السياحية؛
- تأثير السياحة على البيئة الطبيعية والبشرية؛
- استخدام نظام المعلومات الجغرافي في السياحة(GIS)؛
- التوزيع الزمني و المكاني لأشكال السياحة (إقليميا وعالميا)؛
- جغرافية السياحة في الجزائر(المقومات، الأثار، المواقع:السياحة الحموية،السياحة الجبلية،سياحة الاستجمام،السياحة الدينية.....).
- التوزيع الجغرافي لمواقع عجائب الدنيا السبع.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60 % على الترتيب.

المراجع:

- إبراهيم خليل بظاظو،الجغرافيا والمعالم السياحية،الطبعة الأولى،الوراق للنشر والتوزيع،الأردن،2009.
- بدر حميد العساف،الجغرافيا السياحية،الطبعة الأولى،دار الراية للنشر والتوزيع،الأردن،2016.
- إبراهيم خليل بظاظو،التخطيط والتسويق السياحي باستخدام GIS،دار الوراق للنشر،الأردن،2009.
- وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة،المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية(SDAT2025)،كتاب رقم 1،كتاب رقم2،كتاب رقم 3،كتاب رقم 4،كتاب رقم 5،جانفي 2008.
- موفق عدنان الحميري،نبيل زعل الحوامدة،الجغرافيا السياحية في القرن الواحد والعشرين،دار الحامد للنشر والتوزيع،عمان،2006.
- أكرم عاطف رواشدة،السياحة البيئية-الأسس والمرتكزات-،دار الراية للنشر والتوزيع،الأردن،2009.
- رعد العاني،الاستعلامات والدلالة السياحية،الطبعة الأولى،دار الحامد للنشر .

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدات التعليم الأساسية
اسم المادة : الإدارة الموارد البشرية

الرصيد: 18

المعامل: 6

أهداف التعليم:

اكتساب مهارات التفاوض مع السياح والزبائن؛
التعرف على أساسيات الموارد البشرية في قطاع السياحة والفندقة.

المعارف المسبقة المطلوبة:

معرفة مسبقة بمبادئ إدارة الأعمال المؤسسة.

محتوى المادة:

- توصيف وتحليل الموارد البشرية؛
- تخطيط الموارد البشرية في قطاع السياحة والفنادق؛
- الاختيار والتوظيف في قطاع السياحة والفنادق؛
- تكوين وتقييم الموارد البشرية في قطاع السياحة والفنادق؛
- تحفيز الموارد البشرية في قطاع السياحة؛
- تسويق الموارد البشرية،التسويق الداخلي في المؤسسة السياحية والفندقية.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

- أحمد ماهر، إدارة الموارد البشرية،الدار الجامعية،مصر،2009.
- ثابتي لحبيب،بن عبو الجيلالي،تطوير الكفاءات وتنمية الموارد البشرية،مؤسسة الثقافة الجامعية،الجزائر،2009.
- سهيلة محمد عباس،إدارة الموارد البشرية :مدخل استراتيجي،ط2،دار وائل،الأردن،2006.
- Dolan Shimon,La gestion des ressource humaines(tendance,enjeux et pratiques actuelles),3^{ème} édition Dunod,Paris,2002.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي
السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة : تقنيات التنبؤ

الرصيد:9

المعامل:3

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بتقنيات التنبؤ، وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بالدراسات الميدانية التي تعتمد على spss لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع في عالم سريع التطور.

المعارف المسبقة المطلوبة :

يكون للطالب خلفية أولية في مجال الإحصاء تحصل عليها في مرحلة الليسانس من خلال مقياس الإحصاء الوصفي، والإحصاء الاستدلالي إلى جانب معارف اكتسبها من دراسته للإعلام الآلي لما لها من ارتباط.

محتوى المادة:

عموميات حول التنبؤ (أهمية التنبؤ، أنواع التنبؤ)، الطرق الكيفية للتنبؤ، الانحدار الخطي (الانحدار الخطي البسيط، الانحدار الخطي المتعدد)، السلاسل الزمنية، نموذج التمهيد الآسي لهولت وينترز (holt-winters)، أو وكس جينكينز (box- jinking)، تحليل البيانات باستخدام برنامج spss1 (ترميز البيانات، إدخال البيانات إلى برنامج spss مقارنة المتوسطات باستخدام برنامج spss)، تحليل البيانات باستخدام برنامج spss2 (تحليل التباين باستخدام برنامج spss، الارتباط والانحدار باستخدام برنامج spss، الاختبارات الإحصائية باستخدام برنامج spss).

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع:

حشمان مولود، نماذج وتقنيات التنبؤ القصير المدى، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998.

محفوظ جودة، التحليل الإحصائي المتقدم باستخدام SPSS، دار وائل للنشر، 2008.

- شفيق أحمد العتوم: طرق الإحصاء باستخدام SPSS، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان، الطبعة الثالثة، 2008 .

- سليم أبو زيد: التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برمجية spss، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع عمان، الطبعة الأولى، 2009.

عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدات التعليم المنهجية
اسم المادة: منهجية البحث العلمي

الرصيد: 9

المعامل: 3

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من أساليب النقاش والحوار حول أحدث المواضيع على مستوى تسويق الخدمات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معارف ومعلومات حول التسويق بصفة عامة وتسويق الخدمات بصفة خاصة.

محتوى المادة:

خطة البحث، عناصر البحث(العنوان مشكلة البحث، فرضيات البحث، الدراسات السابقة، الاطار النظري، محددات الدراسة، المراجع، ملاحق البحث)، منهج الحث العلمي، أدوات البحث العلمي، العينات، كتابة البحث واستخدام المصادر والهوامش.

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع:

رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.

موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية-تدريبات عملية-، ترجمة :بوزيد صحراوي ،كمال بوشرف، سعيد سبعون ،دار القصبه للنشر، ط2، الجزائر، 2006.

علي غريب : أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مطبعة سيرتا، قسنطينة، 2006. عمار بوحوش محمد محمود الذنبيات: منهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1999.

عنوان الماستر : التسويق الفندقي والسياحي

السداسي: الثالث
اسم الوحدة: وحدات التعليم الاستكشافية
اسم المادة : قانون المنافسة

الرصيد:2

المعامل:1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بقانون المنافسة وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال الاهتمام بالقوانين التي تساعد في تخصصه، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بقانون المنافسة الجزائي لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع .

المعارف المسبقة المطلوبة :

معرفة أولية بالقانون، والمنافسة بصفة عامة.

محتوى المادة:

شرح مضمون قانون المنافسة

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع:

قانون المنافسة.

عنوان الماستر : التسويق السياحي والفندقي

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية
اسم المادة : لغة أجنبية

الرصيد:1

المعامل:1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة باللغة الإنجليزية المرتبطة ببعض المفاهيم الحديثة في مجال التسويق السياحي والتسويق الفندقي.
المعارف المسبقة المطلوبة :
الطالب تكون بحوزته المبادئ الأولية للغة الإنجليزية، وبعض المصطلحات التي تخص تخصصه
محتوى المادة:

Tourist marketing

Hotel marketing

Hotel Marketing Mix

Tourist geography

Human Resource Management

E-Tourist marketing

Costumer Relationship management

Tourist behavior.

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع:

Marketing Management 14^e, Pearson :Kotler, Philip & Keller, L. Kevin
.Education Limited, 2012

- Dacko, Scott G: The advanced dictionary of marketing, 2008.

IV- العقود/الاتفاقيات

V - رأي وتأشيرة الهيئات الإدارية والعلمية :
عنوان الماستر: التسويق الفندقي والسياحي

مسؤول فرقة ميدان التكوين	رئيس القسم
التاريخ والمصادقة	التاريخ والمصادقة
عميد الكلية (أو مدير المعهد)	
	التاريخ والمصادقة:
مدير المؤسسة الجامعية	
	التاريخ والمصادقة:
VII - تأشيرة الندوة الجهوية: (التأشيرة تكون فقط في النسخة النهائية لعرض التكوين المحولة للوزارة)	
	التاريخ والمصادقة:

VIII- تأشيرة اللجنة البيداغوجية الوطنية للميدان:
(التأشيرة تكون فقط في النسخة النهائية لعرض التكوين المحول للوزارة)