

جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية

السنة الجامعية : 2016 / 2017

السنة الأولى - ميدان: العلوم الاقتصادية،التسيير والعلوم التجارية - فرع: علوم تجارية - تخصص: تسويق الخدمات - السداسي الثاني

الفرع: 1 الفوج: 1

تاريخ النسخ: 2017/05/08

كشف النقاط لمادة وحدات التعليم الأساسية / تس ف / التسويق الفندقي

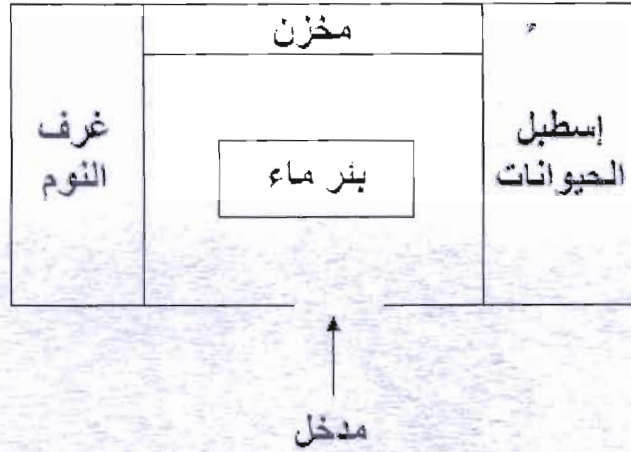
الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إ.ن.	أ.م.	أ.ت.	محاضرة	ملتقى	مشروع	تريص	أخرى
1	20111500404	بن قدور جمال الدين	ع	12	13						
2	20111500406	تويمي خيرة	ع	ع	متصلا						
3	20111600427	بكوش عبد القادر	ع	07,5	14						
4	20111600428	بوحفص فتيحة	ع	09,5	15						
5	20111600429	نابي وحيد	ع	07	14						
6	20111600430	قدور فضيل	ع	13	15						
7	20111600432	شعيب محمد الامين	ع	14,5	15						
8	20111600433	الغالي حكيمة	ع	17,5	15						
9	20111600434	بن حمو عبد المؤمن	ع	15,75	15						
10	20111600435	حميني جمال الدين	ع	11	15						
11	20111600436	ثلف حكيمة زاهية	ع	07,5	13						
12	20111600437	فروج كمال	ع	10,5	14						
13	20111600438	قويدري عبد الحميد	ع	13,5	15						
14	20111600439	فرطيس حليلة	ع	10,25	14						
15	20111600454	بداوي وليد	ع	13	14						
16	20111600455	لعيرج ياسين	ع	09	15						
17	20111600456	عساس فضيلة	ع	12,5	15						
18	20111600468	زلماطي امال	ع	18,5	15						
19	20111600469	رويسات عبد المجيد	ع	13,5	13						
20	20111600470	بشارف زواوية	ع	14,5	14						
21	20111600471	منقور عبد الفتاح	ع	16,75	15						
22	20111600472	بوعصرة احمد	ع	12	14						
23	20111600474	بودبزة عبد الكريم	ع	ع	15						
24	20111600475	عمور وردة	ع	08,5	13						
25	20111600491	نعار عبد القادر	ع	19	15						
26	20111600495	عون سومية	ع	10	15						
27	20111600498	حمادو محمد	ع	11	15						
28	20111600500	ولد قادة عبد الغني	ع	19,5	14						

أ.م.ب. ع.م.ب. ع.م.ب.



الجزء الأول: (5ن)

1- مخطط بسيط للخان في العصور القديمة.



2- أهمية الصناعة الفندقية:

02

إن الصناعة الفندقية هي الدعامة الأساسية لصناعة أكبر هي الصناعة السياحية، كما أن هذه الأخيرة تعتبر أحد الدعائم الأساسية للاقتصاد الوطني ومورد رئيسي يغذي خزينة الدولة بالعملة الأجنبية والمحلية وتمثل السبل الهامة في امتصاص البطالة، كما يمكنها تنشيط قطاعات أخرى في الاقتصاد، كالنقل بجميع أنواعه البري والجوي والبحري وبواسطة القطارات ووكالات الأسفار والمحلات التجارية بمختلف أنواعها والبنوك ومؤسسات التأمين ودور الترفيه وغيره من القطاعات الكثيرة ذات الصلة بالنشاط السياحي في البلاد. وكل هذا من شأنه المساهمة بفاعلية في تنمية الدخل القومي.

الجزء الثاني: (7ن)

1- أنواع الخدمة الفندقية:

خدمات الإيواء: وتمثل جوهر الخدمة الفندقية لمختلف الدرجات، وينفق الضيف على هذه الخدمة حوالي 40% من ميزانيته السياحية. ①

خدمات الطعام والشراب: يحتوي الفندق على العديد من أنواع المطاعم المتخصصة كالمطعم وتشكل حوالي (29%) من النقاقات الضيف. ①

الخدمة الإضافية: وهي الخدمات المساعدة التي تقدمها الفنادق كخدمات تأجير السيارات والخدمات البنكية، خدمات النادي الصحي، خدمات المسابح، خدمات رجال الأعمال والمؤتمرات والحفلات وغيرها من الخدمات الأخرى. ①

2- بالإضافة إلى بعض هذه الخصائص التي تشترك فيها الخدمات الفندقية مع باقي الخدمات الأخرى، إلا أن لها مميزات خاصة بها أذكرها مع الشرح المختصر.

أ- موسمية النشاط: ①

نتيجة لاختلاف درجة وحجم النشاط السياحي من فترة زمنية إلى أخرى طوال العام، وارتباط ذلك بالظروف المناخية والطبيعية والاجتماعية بكل دولة، وإقبال السائحين على الإقامة بالفنادق في فترات معينة ومواسم محددة، اتصف النشاط الفندقي بالموسمية، خصوصا في المناطق السياحية النائية، مما أوجد بعض الآثار السلبية مثل:

- وجود درجة من عدم التأكد بالنسبة للحركة الفندقية في المستقبل؛
- عدم الاستغلال الأمثل للموارد والتسهيلات الفندقية نتيجة لوجود طاقة معطلة، خلال الفترات التي تتخفف فيها الحركة السياحية؛

- زيادة التكاليف الثابتة والمتغيرة نتيجة انخفاض نسبة الإشغال الفندقي في بعض الأحيان.

ب- ارتفاع نسبة الأصول الثابتة: ①

إن العنصر المادي في النشاط الفندقي هو ذلك الجزء من المال المستثمر في الإنشاءات والتجهيزات الفندقية، وهذا الجزء يدخل في جانب الأصول والموجودات الثابتة التي تمثل جانبا كبيرا من رأس المال المستثمر في المشروعات الفندقية حيث تصل نسبته إلى % 90 من رأس المال، أما باقي النسبة فإنها توجه إلى نفقات أخرى كالتشغيل والعمالة وغيرها.

ج- إنسانية النشاط: ①

يقوم النشاط الفندقي أساسا على استخدام العنصر البشري في تحقيق الأهداف العامة، حيث يتوقف نجاحه على مدى كفاءة وقدرة هذا العنصر على تقديم الخدمات بطريقة تجذب الزائر، كحسن معاملة السائحين وتأدية الأعمال المطلوبة منه بروح عالية، مع توافر مقومات الشخصية كالأمانة والإخلاص في العمل والصدق... إلى غير ذلك، وبذلك يعتبر العنصر البشري عاملا مهما بجانب العناصر المادية الأخرى لتفضيل فندق على آخر.

د- اختلاف طبيعة المنتج الفندقى: ①

يتكون المنتج الفندقى من عناصر رئيسية هي الإقامة والإعاشة والترفيه، بالإضافة إلى الخدمات الأخرى، وهو في شكله هذا لا يختلف عن أي منتج ملموس، لأن المنتجات المادية الملموسة لها من الصفات والخصائص التي تميزها كالشكل والحجم والمساحة وغيرها، إلا أن المنتج الفندقى يتميز بخصائص معنوية تحتاج إلى لباقة في الأداء ولطف في المعاملة لتقديمه إلى جمهور السائحين في أفضل صورة ممكنة. وبالنظر إلى هذه الخصائص المميزة، فإن الخدمة الفندقية في حاجة إلى إدارة فعالة وتنظيم جيد لمواجهة مشكلة عدم استغلال الطاقة الفندقية الاستغلال الأمثل في بعض الأحيان، والعمل على تقديمها بمستوى أفضل يمكنها من تحقيق الأهداف المرجوة.

الجزء الثالث: (8ن)

1- ماهي مقومات نجاح التسويق الفندقى؟ (بدون شرح)

يتوقف نجاح التسويق الفندقى وتحقيق أهدافه المختلفة على عدد من العوامل أهمها ما يلي:

- التصميم المناسب للخدمة الفندقية. 0,5
- الاعتماد على أكثر من وسيلة إعلانية. 0,5
- الاختيار المناسب للاستراتيجية التسويقية الفندقية. 0,5
- حسن اختيار أفراد التسويق. 0,5

2- أساليب تسويق الخدمات الفندقية:

رجال التسويق يميزون بين أسلوبين من أساليب التسويق في الفنادق:

* أسلوب التسويق الموجه نحو الإنتاج:

وهذا الأسلوب يركز الاهتمام على الخدمة المقدمة دون إعطاء أهمية تذكر للعميل سواء كان العميل راضيا عن الخدمة والسلعة وهيئتها ونوعيتها وسعرها وقد بدأ هذا المفهوم واضحا في مواسم الذروة لدى الفنادق حيث الزيادة في الطلب على الخدمات الفندقية حيث تتعدم سياسة التنويع في الخدمات والأسعار تكون عالية كما أن تلبية احتياجات وتوقعات العملاء تكون صعبة نسبيا.

*أسلوب التسويق الموجه نحو العميل:

يظهر هذا الأسلوب في ظل الأنظمة التي تعتمد على المنافسة التي تحمل من الفندق في موقف يتحتم عليها تقديم الخدمة بجودة تتناسب مع رضا العملاء وتفي باحتياجاتهم وفي ظل المفهوم فقد يسود ما يعرف بالمفهوم التسويقي كالفنادق التي تركز على تقسيمات سوقية معينة مثل الفنادق العلاجية.

3- تعتمد الفنادق على بعض المنافذ الملائمة لبيع خدماتها مثل شركات السياحة، وكالات السياحة والسفر، سمسرة الفنادق، عندما تريد تصريف وبيع منتجات نظرا لخاصية التلازم التي تقتضي تنقل السائح إلى الموقع لأجل استهلاكها.

إعلان



ليكن في علم جميع الطلبة السنة الأولى بالأسر علوم تجارية تخصص تسويق الخبزمان انه سيتم

النظر في أوراق الامتحان للمقياس التسويقي الفرقي يوم 24 / صاي / 2017

على الساعة 10:00 في القاعة رقم



الإدارة

إعلان



يُمكن في علم جميع الطلبة السنة الأولى مايسينر. علوم التجارية تخصص: تسويق الخدمات المداسي:

الثنائي و المبررة غياباً لهم سيعاد الامتحانات للمقياس: التسويق الفذ في يوم: ١٥ مايو ١٤١٦

على الساعة: ١٥:٣٧ في القاعة رقم



الادارة