



الشعبة: العلوم التجارية	المستوى: السنة الأولى ماستر	التخصص: التسويق الفندقي والسياحي
السادسي: الثاني	الحل النموذجي لامتحان مقياس: الاتصال التسويقي السياحي	تاريخ الامتحان: 2024-05-16
الدورة: العادية		

1- شرح المفاهيم التالية: (5ن)

- الاتصال التسويقي السياحي: (1ن)
- استراتيجية الدفع: (1ن)
- استراتيجية الجذب: (1ن)
- التسويق المباشر: (1ن)
- العلاقات العامة السياحية: (1ن)

2- تزداد أهمية البيع الشخصي في المنظمات السياحية نظرا: (5ن)

المطلوب هو الإجابة من خلال الكلمات المفتاحية التالية:

خصائص الخدمة السياحية، عدم الملموسية، تعدد أدوار البيع الشخصي، منتج للخدمة، مقدم للخدمة، عنصر التفاعلية، التغذية العكسية، الاتصال مع السائح.

3- شرح علاقة دورة حياة الخدمة السياحية باستراتيجية الاتصال التسويقي السياحي: (5ن)

ذكر عناصر الاتصال التسويقي السياحي المناسبة لكل مرحلة من مراحل دورة حياة الخدمة السياحية (التقديم، النمو، النضج، التدهور) مع ذكر السبب (مميزات المرحلة).

4- أحسن وسيلة تسويق مباشر للمنظمة السياحية هي: (5ن)

- الوسيلة هي البريد الإلكتروني؛
- التعليل: ذكر الدراسات التي تبين مردوديته العالية مقارنة بالوسائل الأخرى؛