



جامعة المنصورة
كلية السياحة والضيافة



اللائحة الداخلية برنامج التسويق السياحي قسم الدراسات السياحية

٢٠١٩ / ٢٠٢٠

اللائحة الداخلية لدرجة البكالوريوس في

السياحة والفنادق

"برنامج التسويق السياحي باللغة العربية"

بنظام الساعات المعتمدة

(برنامج نوعي)

كلية السياحة والفنادق – جامعة المنصورة



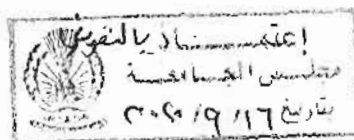


قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	م
3	مقدمة عن البرنامج	1
3	وسائل التسويق للبرنامج	2
4	أهمية البرنامج	3
5	الرؤية والرسالة والأهداف ونقاط التميز للبرنامج	4
6	الأحكام العامة لللائحة	5
6	مادة (1): الدرجة العلمية	6
6	مادة (2) شروط القبول بالبرنامج	7
8	مادة (3): النظام المتبع للدراسة بالبرنامج	8
11	مادة (4): الفترة اللازمة للدراسة	9
11	مادة (5): تنظيم العام الدراسي	10
12	مادة (6): الفصل الدراسي الصيفي	11
13	مادة (7): التسجيل الأكاديمي والعيه الدراسي	12
14	مادة (8): إضافة وحذف مقررات	13
15	مادة (9): الانسحاب من الفصل الدراسي	14
15	مادة (10): قواعد الانقظام في الدراسة	15
15	مادة (11): متطلبات التخرج	16
16	مادة (12): الهيكل الأكاديمي للبرنامج	17
16	مادة (13): التدريب الميداني "الصيفي"	18
17	مادة (14): التقييم	19
19	مادة (15): الإنذار الأكاديمي والنقل وإيقاف القيد والغاء القيد	20
19	مادة (16): أدوار التخرج	21
19	مادة (17): القواعد التأديبية	22
20	مادة (18) إدارة البرنامج	23
20	مادة (19) مقابل الخدمة التعليمية والقواعد المالية	24
20	مادة (20): نظام الاشتراك	25
21	مادة (21): الأحكام المطبقة فيما لم يرد فيه نص بهذه اللائحة	26
21	مادة (22): تطبيق أحكام هذه اللائحة	27
24-22	مادة (23): خطة الدراسة لبرنامج بكالوريوس التسويق السياحي بنظام الساعات المعتمدة باللغة العربية	28
32-24	مادة (24): توزيع المقررات الدراسية على الفصول الدراسية (برنامج التسويق السياحي باللغة العربية)	29
45-33	مادة (25) المحتوى العلمي للمقررات الدراسية لبرنامج بكالوريوس التسويق السياحي باللغة العربية	30



٤٣٣٥٩



مقدمة عن البرنامج

من منطلق رؤية مصر 2030 "محور التعليم والتدريب" والتي تستهدف إتاحة التعليم والتدريب للجميع بجودة عالية دون التمييز، وفي إطار نظام مؤسسي وكفاء وعادل ومستدام ومرن. مركزاً على المتعلم والمتدرب القادر على التفكير والمتمكن فنياً وتقنياً وتكنولوجياً، والذي يساهم في بناء الشخصية المتكاملة وإطلاق إمكانياتها إلى أقصى مدى لمواطن معتر بذاته ومستنير ومبدع ومسئول وقابل للتعددية، يحترم الاختلاف وفخور بتاريخ بلاده وشغوف ببناء مستقبلها وقادر على التعامل تنافسياً مع الكيانات الإقليمية والعالمية. تسعى كلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة جاهدة للمساهمة في الوصول لتلك الرؤية من خلال تحديث لوائحها والبرامج التعليمية التي تنتجها، واستحداث برامج نوعية متنوعة تحقق طموحات واحتياجات المستفيدين من خدماتها؛ ومنها برنامج البكالوريوس في التسويق السياحي باللغة العربية.

كما يأتي البرنامج المقترح في سبيل المواجهة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية التالية فيما يخص محور التعليم والتدريب:

1- تمكين المتعلم من متطلبات ومهارات القرن الحادي والعشرين.

2- زيادة فرص الإنتاجية بمؤسسات التعليم العالي.

3- تفعيل العلاقة الديناميكية بين مخرجات التعليم ومتطلبات سوق العمل.

فضلاً عن حرص كلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة على أن تربط برامجها التعليمية بمتطلبات سوق العمل من خلال إجراءات الاستحداث برامج تعليمية جديدة؛ وذلك في إطار المساهمة في استيفاء المؤشر الثاني من معيار المعايير الأكاديمية والبرامج التعليمية؛ ضمن مؤشرات استيفاء معايير اعتماد كليات ومعاهد التعليم العالي الإصدار الثالث يوليو 2015.

وسائل التسويق للبرنامج

يتم تبني العديد من الأساليب التسويقية لتسويق البرنامج، منها على سبيل المثال ما يلي:

- آليات التسويق الإلكتروني: من خلال إنشاء منصة على الموقع الإلكتروني للكلية تتضمن شرح مختصر للبرنامج ورؤيته وشروط الالتحاق به وكل ما يتعلق به. فضلاً عن التسويق من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

- إعداد كتيب إلكتروني، وفيديوهات تعليمية بمحتوى البرنامج وأهدافه.



- التسويق المباشر: من خلال التواصل الدائم مع الفئات المستهدفة والتوجه إليهم بندوات أو ورش عمل أو دعوتهم بصحبة وفد من طلابهم لزيارة الكلية، والحصول على البريد الإلكتروني أو أرقام الهواتف المحمولة للطلاب أو أولياء أمورهم؛ تمهيداً لاستدامة التواصل معهم لإرسال رسائل مباشرة لهم دون وسيط عبر البريد المباشر، والبريد الإلكتروني والرسائل القصيرة عبر الهواتف المحمولة؛ إقامة علاقة تسويقية معهم، والإبقاء على استدامة العلاقة، وتحويلهم من عملاء محتملين إلى عملاء فعليين وتعميق الرغبة والطموح لديهم للالتحاق بالبرنامج.

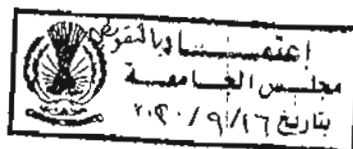
- التسويق من خلال الكلمة المنطوقة: من خلال عقد لقاءات دورية مع الطلاب الوافدين بمرحلة الدراسات العليا بالكلية ودعوة نظرائهم في الجامعة للتعرف على مميزات البرنامج الجديد، حيث يعتبروا في حد ذاتهم وسيلة لجذب أبناء بلادهم للدراسة في الكلية بمرحلة البكالوريوس وعلى الأخص البرامج المميزة.

- تصميم شعار جذاب ملفت وواضح وسهل التذكر للبرنامج، يتم إضافته على كافة مطبوعات الكلية، والمطويات الإعلانية ودليل الكلية، كي يتم التسويق من خلاله؛ يثير انتباه من يشاهده للاستفسار عن معلومات عن البرنامج، فضلاً عن اختيار جملة دعائية مناسبة.

أهمية البرنامج

ساهمت صناعة السياحة والسفر بنحو 1.7 تريليون دولار أمريكي في الاقتصاد العالمي عام 2018، وهي صناعة مركبة من العديد من المنتجات والخدمات على سبيل المثال: النقل والترفيه والمعالم السياحية وخطوط الرحلات البحرية والمنتزهات والمنظمات والهيئات الرسمية التي تدعم التنمية السياحية، وتكنولوجيا المعلومات كأنظمة الحجر الإلكتروني.

هذا ونظراً لكون صناعة السياحة مركبة ومتشابكة مع العديد من الصناعات الأخرى، ونظراً للتطور السريع في اتجاهات وميول السائحين، وما يعقبه من تطور سريع في المنتجات والخدمات السياحية المقدمة، فضلاً عن التطور التكنولوجي المتنامي. تبرز الحاجة لتأهيل جيل من الطلاب ليصبحوا خريجين قادرين على إتباع نهج تسويقي فعال عند العمل في مختلف مجالات صناعة السياحة ومنشأتها. قادر على إتباع أفضل الأساليب لتسويق خدمات شركات السياحة وشركات الطيران والمطارات ومراكز الغوص والبيازارات ومراكز المؤتمرات، فضلاً عن تسويق المقصد السياحي المصري وتدويل العلامة التجارية والرقمنة واستعادة الصورة الذهنية له عقب سلسلة الأزمات التي شهدتها السياحة المصرية.



العقد الماضي وفي الآونة الأخيرة. وهنا يأتي دور برنامج بكالوريوس التسويق السياحي بنظام الساعات المعتمدة "برنامج نوعي بمصروفات" الذي يطرحه قسم الدراسات السياحية بكلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة.

الرؤية والرسالة والأهداف ونقاط التميز للبرنامج

1- الرؤية:

"الريادة في تخصص التسويق السياحي محلياً وإقليمياً".

2- الرسالة:

"المساهمة في الارتقاء بالفكر التسويقي في مجال السياحة، وتطوير مهارات التسويق السياحي لدى الملتحقين بالبرنامج، لزيادة المتخصصين وتزويد المجتمع بكفاءات علمية متخصصة في هذا المجال".

3- الأهداف:

يهدف "برنامج بكالوريوس التسويق السياحي" إلى الآتي:

أ- توفير برنامج منظم يتيح للطالب التركيز على الجوانب التسويقية للمنشآت والمقاصد السياحية التي تلبي إهتماماته الخاصة وتطلعاته المهنية.

ب- أن يكون الطالب على دراية بطبيعة العمل في مختلف المنشآت السياحية والبيئة الخارجية المتغيرة التي تعمل في إطارها، وكيفية تسويق خدماتها.

ج- أن يكون الطالب على دراية بمختلف مفاهيم ونظريات التسويق السياحي، وأساسياته وفهم كيفية تطبيقها في السوق السياحي الذي يتسم بالحدائث والديناميكية، لتحقيق الأهداف التسويقية في البيئات السياحية المختلفة.

د- تأهيل الطلاب للالتحاق بمختلف الوظائف ذات العلاقة بالسياحة والتسويق السياحي من خلال اكسابهم المعارف الخاصة بالإتجاهات الحديثة في التسويق السياحي والمهارات المختلفة لتطبيقها، مع التأكيد على الجوانب المهنية والعملية؛ كي يمكنهم الارتقاء لتحمل المسؤوليات الخاصة بالتسويق السياحي في مجال أعمالهم.



4- نقاط التميز:

- أ- يعتبر برنامج بكالوريوس التسويق السياحي بنظام الساعات المعتمدة أول برنامج نوعي من نوعه على مستوى كليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية.
- ج- يحوي العديد من المقررات يتم تدريسها لأول مرة في قطاع التعليم السياحي في مصر، فضلاً عن حداثة المحتوى العلمي.

الأحكام العامة لللائحة

مادة (1): الدرجة العلمية

تمنح جامعة المنصورة بناءً على اقتراح مجلس كلية السياحة والفنادق درجة البكالوريوس في السياحة والفنادق:

- برنامج التسويق السياحي باللغة العربية بنظام الساعات المعتمدة.

مادة (2) شروط القبول بالبرنامج (وفقاً لللائحة العامة للبرامج النوعية بالجامعة)

- 1- أن يكون الطالب مستوفياً لشروط القبول التي يحددها المجلس الأعلى للجامعات.
- 2- أن يكون الطالب مستوفياً لشروط القبول بالكلية، واجتياز المقابلة الشخصية التي تعدها الكلية.
- 3- أن يكون الطالب متفرغاً للدراسة.
- 4- يضع مجلس الكلية قواعد عامة للقبول بناءً على اقتراح مجلس قسم الدراسات السياحية وموافقة اللجنة الفرعية للبرنامج، وتراعى رغبة الطالب، ويعتبر مبدأ تكافؤ الفرص هو الأساس في قبول الطلاب بنظام الدراسة بالبرنامج.
- 5- موعد القيد: يكون القيد لدرجة البكالوريوس مرة واحدة في العام، وفقاً للقواعد التي يضعها مكتب التنسيق في هذا الشأن.



أولاً: القيد:

6- يسمح بالقيد بالبرنامج للطلاب المصريين أو الوافدين الحاصلين على شهادة الثانوية العامة في جميع الشعب أو ما يعادلها. والطلاب الحاصلين على شهادة الدبلومات الفنية فوق المتوسطة؛ ممن تم توزيعهم من قبل مكتب التنسيق على الكلية أو الكليات المناظرة وفقاً لقانون تنظيم الجامعات وفقاً للحد الأدنى لقطاع كليات السياحة والفنادق.

7- يجوز قبول طلاب من الحاصلين على درجة البكالوريوس/ الليسانس أو ما يعادلها من إحدى الكليات الجامعية أو المعاهد العليا للسياحة والفنادق، وذلك بعد موافقة قسم الدراسات السياحية واللجنة الفرعية للبرنامج ومجلس الكلية. ويتم قيدهم بالبرنامج بالمستوى الأكاديمي الأول.

ثانياً: التحويل:

8- يسمح للطلاب بالتحويل من الشعب العامة بكلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة وإجراء مقاصة علمية للمقررات الدراسية وفقاً للقواعد التي يحددها مجلس الكلية. ويتم قيدهم في البرنامج كطلاب مستجدين بالمستوى الأكاديمي الأول.

9- يسمح بالقيد بالبرنامج للطلاب المصريين أو الوافدين المحولين من كليات أخرى طبقاً للشروط والقواعد التي يحددها مجلس قسم الدراسات السياحية واللجنة الفرعية ومجلس الكلية. ويتم قيدهم بالبرنامج كطلاب مستجدين بالمستوى الأكاديمي الأول طبقاً للأماكن المتاحة.

10- يسمح بالتحويل للطلاب المقيدون بالبرنامج طبقاً للقواعد المنظمة الصادرة من المجلس الأعلى للجامعات ومجلس الجامعة في هذا الشأن.

ثالثاً: قيد الطلاب غير المصريين:

11- يجوز قيد الطلاب غير المصريين لدرجة البكالوريوس في هذا البرنامج بشروط القيد والتحويل للطلاب المصريين.

12- يتم قبول الطلاب الوافدين عن طريق الإدارة العامة لقبول ومنح الطلاب الوافدين بوزارة التعليم العالي. وإدارة الوافدين بجامعة المنصورة.



رابعاً: إعادة القيد:

13- يجوز للطلاب الذين سبق لهم أن تركوا الدراسة في البرنامج أن يعيدوا القيد حسب الأماكن المتاحة بالبرنامج.

خامساً: تحديد أعداد الطلاب الملتحقين بالبرنامج:

14- تحدد الأعداد المراد قبولها سنوياً من قبل مجلس قسم الدراسات السياحية واللجنة الفرعية للبرنامج وموافقة مجلس الكلية، واعتماد اللجنة العليا للبرامج النوعية المميزة.

15- يتم المفاضلة بين المتقدمين على أساس الأجل في المجموع. ومع مراعاة الوزن النسبي لشعب الثانوية العامة المختلفة أو ما يعادلها من الطلاب المتقدمين.

مادة (3): النظام المتبع للدراسة بالبرنامج

1- لغة الدراسة بالبرنامج: يتم تقديم البرنامج باللغة العربية. فيما عدا مقررات اللغة الأجنبية الأولى واللغة الأجنبية الثانية والمقررات التخصصية التي يتم التدريس بها باللغة الإنجليزية.

2- نظام الدراسة بالبرنامج هو نظام الساعات المعتمدة في إطار الفصل الدراسي الواحد. ويقوم نظام الساعات المعتمدة على الأسس التالية:

1/2- الساعة المعتمدة Credit Hour: هي وحدة قياس دراسية لتحديد وزن كل مقرر بالنسبة للمقررات الأخرى، وهي تعادل محاضرة مدتها ساعة واحدة أسبوعياً خلال الفصل الدراسي الواحد. وبالنسبة للدروس العملية والتدريبية تحتسب ساعة معتمدة واحدة لكل فترة عملية مدتها ساعتان أسبوعياً خلال الفصل الدراسي الواحد.

2/2- الفصل الدراسي Semester: يقصد بالفصل الدراسي الفترة الزمنية الممتدة بين بدء الدراسة بالفصل وحتى انعقاد الامتحانات التحريرية.

وتنقسم الدراسة ببرنامج بكالوريوس التسويق السياحي باللغة العربية إلى 4 مستويات دراسية، ومدة الفصل الدراسي بحد أقصى (14) أسبوعاً، وتُعقبها امتحانات نهاية الفصل الدراسي.

3/2- العام الجامعي Academic Year: يتكون من فصلين دراسيين إجباريين تستمر الدراسة بهما (28) أسبوعاً بحد أقصى تعقبهم امتحانات نهاية الفصل الدراسي.



4/2- المعدل الفصلي **Grade Points Average**: هو متوسط ما يحصل عليه الطالب من النقاط في الفصل الدراسي الواحد، ويقرب إلى رقمين عشريين فقط، ويتم حسابه كما يتضح من المعادلة التالية:

المعدل الفصلي = مجموع حاصل ضرب نقاط تقدير كل مقرّر × عدد ساعاته المعتمدة

مجموع الساعات المعتمدة لهذه المقررات

5/2- المعدل التراكمي **Cumulative Grade Points Average (CGPA)**: هو متوسط ما يحصل عليه الطالب من نقاط خلال الفصول الدراسية، ويقرب إلى رقمين عشريين فقط، ويتم حسابه كالآتي:

المعدل التراكمي = مجموع حاصل ضرب النقاط × عدد الساعات المعتمدة لكل الفصول

عدد الساعات المعتمدة لجميع الفصول الدراسية

6/2- المقرر الدراسي **Module**: هو وحدة تعليمية مرتبطة مع المقررات الأخرى ومحددة الأهداف وتشمل محتويات نظرية وعملية/تطبيقية.

7/2- المناهج الدراسية **Curricula**: هي مجموعة من المقررات والأنشطة الدراسية تشمل على أجزاء نظرية وأخرى عملية/تطبيقية، وقد تكون مقررات إجبارية أو اختيارية، ويؤدي النجاح فيها إلى منح الطالب درجة البكالوريوس في السياحة والفنادق تخصص التسويق السياحي بموجب استيفاء الطالب عدد الساعات المعتمدة اللازمة للتخرج.

8/2- العبء الدراسي **Course Load**: ويقصد بها مجموع الساعات التي يقوم الطالب بتسجيلها من خلال فصل ما. ويكون الحد الأدنى للساعات التي يسجل فيها الطالب في الفصل الدراسي (12 ساعة معتمدة)، ويحد أقصى (17 ساعة معتمدة)، ويجوز لمجلس الكلية لدواعي التخرج أو لتجنب فصل الطالب التجاوز عن هذه الحدود بما لا يزيد عن (4 ساعات معتمدة).



9/2- المتطلب السابق Prerequisite: وهو مقرر دراسي لا بد من دراسته والنجاح فيه قبل التسجيل في مقرر آخر يعتمد عليه، ولا يسمح للطلاب بدراسة مقرر ما له متطلب سابق إلا بعد اجتيازه للمتطلب السابق بنجاح.

10/2- المرشد الأكاديمي Academic Advisor:

1/10/2- تعين اللجنة الفرعية للبرنامج بناءً على اقتراح مجلس قسم الدراسات السياحية مرشداً أكاديمياً لبرنامج التسويق السياحي من بين أعضاء هيئة التدريس بقسم الدراسات السياحية، وذلك قبل بداية المستوى الدراسي؛ لمساعدة الطلاب أكاديمياً، والإشراف على برنامج الدراسة للطلاب وملاحظة تقدمهم، ومراقبة أدائهم كجزء من العملية التعليمية، وعلى الطلاب أن يحصلوا على موافقة المرشد الأكاديمي على المقررات التي سيتم دراستها قبل التسجيل فيها وفقاً للخطة الدراسية بهذه اللائحة.

2/10/2- يتم تخصيص بطاقة تسجيلية لكل طالب من خلال المرشد الأكاديمي يسجل فيها كافة البيانات اللازمة عنه والنتائج التي حصل عليها، كما يقوم بمراجعة المقررات التي يسجل فيها الطالب خلال كل فصل دراسي وحتى تخرجه. مع ملاحظة أن رأي المرشد الأكاديمي استشارياً وأن الطالب هو المسئول عن المقررات التي يقوم بالتسجيل فيها بناءً على رغبته.

11/2- يتراوح عدد الساعات المعتمدة للمقرر ما بين ساعتين وثلاث ساعات كما هو وارد في الجداول الدراسية بمادة (24). والتي توضح المقررات الدراسية موزعة على مستويات الدراسة الأربعة، كما توضح الساعات المخصصة أسبوعياً لكل مقرر من محاضرات نظرية وتطبيقية/عملية، كما توضح مادة (25) بهذه اللائحة المحتوى العلمي للمقررات الدراسية.

13/2- فيما يخص اللغة الأجنبية الثانية يحق للطلاب الاختيار ما بين اللغات الآتية: الفرنسية- الألمانية- الأسبانية- الإيطالية- الصينية- اليابانية- الروسية) ولمجلس الكلية بناءً على اقتراح اللجنة الفرعية إضافة أي لغات نادرة أخرى وفقاً لما تقتضيه حاجة سوق العمل.

14/2- تحدد اللجنة الفرعية بناءً على اقتراح مجلس قسم الدراسات السياحية خطة الزيارات العلمية الميدانية السنوية، والتي تعد جزءاً مكملًا للدراسة، ويعتمدها مجلس الكلية في بداية العام الدراسي، وتتفقد هذه الزيارات تحت إشراف أعضاء هيئة التدريس بقسم الدراسات السياحية والهيئة المعاونة



وأشراف إداري (شئون الطلاب - رعاية الطلاب - عضو مالي) لمناطق البحر الأحمر وجنوب سيناء والأقصر وأسوان.

3- تتضمن أساليب التدريس أسلوب التعليم عن بعد بنمط أو أكثر بنسبة تتفاوت حسب طبيعة المقرر، ويقر مجلس الكلية بعد أخذ رأي مجلس القسم المختص واللجنة الفرعية للبرنامج النسب الخاصة بكل أسلوب تدريس داخل المقرر، ويعرض ذلك على مجلس شئون التعليم والطلاب بالجامعة للموافقة عليه ورفعها إلى مجلس الجامعة لاعتماده.

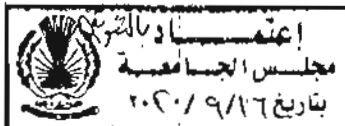
مادة (4): الفترة اللازمة للدراسة

مدة الدراسة لنيل البكالوريوس في السياحة والفنادق في برنامج التسويق السياحي باللغة العربية هي أربع سنوات جامعية أو عندما يحقون الطالب عدد المعامات المعتمدة المطلوبة للتخرج (128 ساعة معتمدة)، والتي تتحقق من خلال أربعة مستويات دراسية، ويشتمل المستوى الدراسي الواحد على فصلين دراسيين تفصل بينهما أجازة نصف العام، ولا يتمكن الطالب من الحصول على درجة البكالوريوس إلا بعد إتمام متطلبات التخرج.

مادة (5): تنظيم العام الدراسي

1- الدراسة بالبرنامج موزعة على فصلين دراسيين، ويجوز أن يكون هناك فصلاً صيفياً على النحو التالي:

- * الفصل الدراسي الأول (الخريف) يبدأ في سبتمبر.
- * الفصل الدراسي الثاني (الربيع) يبدأ في فبراير.
- * فترة الدراسة والتسجيل بالبرنامج ممثل بحد أقصى (14 أسبوعاً) وتُعقَّبها امتحانات نهاية الفصل. فيما يخص الفصلين الدراسيين الأول والثاني، كالتالي:



الجدول الزمني للقبول والتسجيل والدراسة (فصل الخريف والربيع)

الموعد	البرنامج
أسبوعان قبل الدراسة	- تسجيل الطلاب القدامى.
الأسبوع الأول	- تسجيل الطلاب الجدد والمسجلين في الفصل الصيفي. - سداد رسوم التسجيل ومقابل الخدمة التعليمية.
الأسبوع الثاني	- "التسجيل المتأخر" يجوز التسجيل بعد موافقة مجلس الكلية في حالة وجود أسباب قهرية. - يجوز للطالب أن يستبدل مقرراته بأخرى خلال أسبوعين من بدء الفصل الدراسي.
الأسبوع الثالث	- تتاح مهلة مدتها ثلاثة أسابيع من تاريخ بدء الدراسة لحذف أو إضافة مقررات دراسية.
الأسبوع الرابع	- يجوز للطالب أن يخفف مقرراته دون أي أثر أكاديمي وذلك بعد أقصى الأسبوع الرابع.
الأسبوع الخامس	- السماح بالانحجاب من المقرر بدءاً من الأسبوع الخامس، ويحصل الطالب على التقدير (W) في هذا المقرر.
الأسبوع السادس	- اختبارات منتصف الفصل الدراسي في نفس مواعيد المحاضرات. (الأسبوع السابع والثامن).
الأسبوع الثامن	- يجوز قبول السحبات الطالب في مقرر أو أكثر لظروف مرضية أو بتغير يقبله مجلس الكلية دون أن تحسب له مرة رسوب حتى شهر قبل آخر يوم في الدراسة (حتى الأسبوع العاشر).
الأسبوع التاسع	- اختبارات العملي (لا يترتب عليها توقف المحاضرات النظرية).
الأسبوع العاشر	
الأسبوع الحادي عشر	
الأسبوع الثاني عشر	
الأسبوع الثالث عشر	
الأسبوع الرابع عشر	

فترة الاختبارات النظرية طبقاً لجدول الكلية المعتمدة من الجامعة

2- الفصل الدراسي الصيفي (يبدأ في يوليو).

مادة (6): الفصل الدراسي الصيفي

يجوز لمجلس الكلية الموافقة على فتح فصل دراسي صيفي مكثف بناءً على اقتراح اللجنة الفرعية للبرنامج بناءً على توصية من مجلس القسم، مدته من ستة أسابيع إلى ثمانية أسابيع دراسية، سجل

فيه الطلاب بحد أقصى 6 ساعات معتمدة لمستويات النقل وعدد (9) ساعات معتمدة للتخرج لطلاب المستوى النهائي؛ طبقاً لضوابط تقترحها اللجنة الفرعية وموافقة مجلس الكلية واللجنة العليا للبرامج النوعية ومجلس الجامعة.

وتكون الأسابيع المخصصة للفصل الدراسي الصيفي موزعة على النحو التالي:

أ. مدة الدراسة من ستة أسابيع إلى ثمانية أسابيع.

ب. فترة التسجيل والإضافة والحذف حتى نهاية الأسبوع الأول.

ج. فترة الانسحاب حتى نهاية الأسبوع الثاني.

د. امتحانات الفصل الدراسي الصيفي ومقابلة أسبوع بعد انتهاء فترة الدراسة.

مادة (7): التسجيل الأكاديمي والعبء الدراسي

أولاً: التسجيل الأكاديمي:

1/1- متطلبات التسجيل: أن يكون الطالب ممن ينطبق عليه شروط الالتحاق بالبرنامج.

2/1- يقوم الطلاب المقبولين بسداد رسوم التسجيل ومقابل الخدمة التعليمية في الأسبوع الأول من التسجيل.

3/1- عند قبول الطالب يتم فتح ملف له؛ يسجل فيه ما يجتازه بنجاح من ساعات دراسية.

4/1- لا يجوز للطلاب التسجيل في مقرر له متطلب سابق قبل استيفاء شروط النجاح في ذلك المتطلب.

5/1- الطلاب الذين ينسحبون بعد يوم واحد من التسجيل يمكنهم استرجاع كافة المصروفات المسددة. بينما الطلاب المنسحبون بعد انقضاء أكثر من يوم من تاريخ التسجيل وخلال الأسابيع الثلاثة الأولى من الدراسة يتم استرداد الرسوم طبقاً للقواعد الصادرة من مجلس الجامعة.

6/1- لا يسمح للطالب الذي لم يسدد مقابل الخدمة التعليمية بالانتقال للمستوى الأعلى ولا يسمح له بالانتظام في الدراسة في الكلية.

7/1- في حالة عدم تمكن الطالب من دخول الامتحان نتيجة المرض فيجب تقديم الشهادة المرضية فوراً ويتم اعتباره غائباً بعذر.

8/1- على الطالب أن يبلغ إدارة الكلية بأي تغيير في عنوان مراسلته.



ثانياً- العبء الدراسي:

- 9/1- الحد الأدنى للساعات التي يسجل فيها الطالب في الفصل الدراسي (12 ساعة معتمدة)، ويحد أقصى (17 ساعة معتمدة)، وذلك طبقاً لجداول البرنامج الدراسية.
- 10/1- ينقل الطالب من المستوى الأول إلى المستوى الثاني عند إتمام 21 ساعة معتمدة، وينقل من المستوى الثاني إلى المستوى الثالث عند إتمام 53 ساعة معتمدة، وينقل من المستوى الثالث إلى المستوى الرابع عند إتمام 85 ساعة معتمدة.
- 11/1- يمكن للطالب المتفوق (الذي له معدل تراكمي 3.4 فأكثر) بعد المستوى الأول أن يزيد العبء الدراسي بإضافة عدد (2) ساعة معتمدة في الفصل الدراسي الواحد.
- 12/1- يمكن للطالب (الذي له معدل تراكمي أقل من 2.33) بعد المستوى الثاني أن يضيف إلى ذلك عدد 2 ساعة معتمدة في الفصل الدراسي الواحد من مقررات سبق دراستها ويرغب الطالب تحسين معدله فيها.
- 13/1- يجوز لمجلس الكلية بناء على اقتراح اللجنة الفرعية للبرنامج، والدواعي التخرج أو لتجنب فصل الطالب التجاوز عن هذه الحدود بما لا يزيد عن (4 ساعات معتمدة).

مادة (8): إضافة وحذف مقررات

- 1- تتاح مهلة مدتها ثلاثة أسابيع من تاريخ بدء الدراسة لحذف أو إضافة مقررات دراسية.
- 2- من حق الطالب بعد موافقة المرشد الأكاديمي أن يضيف أو يحذف المقررات بطرق وخطوات يتم اقتراحها من قبل اللجنة الفرعية وموافقة مجلس الكلية، وذلك بما لا يخل بالعبء الدراسي المنصوص عليه في المادة (7). ويؤدي عدم إتمام الإجراءات اللازمة عند حذف مقرر إلى اعتباره مقررأ تم الرسوب فيه.
- 3- يجوز للطالب أن يستبدل مقررات بأخرى خلال اسبوعين من بدء الفصل الدراسي.
- 4- يجوز للطالب أن يحذف مقرر بدون أي أثر أكاديمي وذلك بحد أقصى الأسبوع الرابع، وبعد هذا التاريخ يسمح بالانسحاب من المقرر، ويحصل الطالب على التقدير (W) في هذا المقرر.
- 5- يحصل الطالب على تقدير (F) إذا امتنع عن الحضور بدون حذف المقرر.
- 6- يحق للطالب إعادة التسجيل في أي مقرر رسب فيه وحصل فيه على تقدير F، ويقوم بإعادته دراسة وامتحاناً بعد دفع الرسوم المقررة، وفي حالة تكرار رسوب الطالب في مقرر ما يحتسب



الطالب راسب في كل مرة رسب فيها بالمقرر، مع تسجيل عدد المرات التي أدى فيها الامتحان بهذا المقرر في سجله الأكاديمي.
7- لا يتم النقل من مستوى إلى آخر إلا في نهاية العام الجامعي.

مادة (9): الانسحاب من الفصل الدراسي

- 1- يجوز قبول انسحاب الطالب في مقرر أو أكثر لظروف مرضية أو بعذر يقبله مجلس الكلية، وعليه التقدم بطلب لشئون الطلاب، وتحصل على موافقة على الانسحاب ولا ترد له مقابل الخدمة التعليمية، ويقوم بإعادة المقررات التي سجل فيها في فصل دراسي لاحق دراسة وامتحاناً بعد دفع الرسوم المقررة ولا تحسب عليه كمره رسوب.
- 2- آخر موعد للتقدم لذلك هو شهر قبل آخر يوم في الدراسة.
- 3- يعطى الطالب تقدير مسحب لكل مقرر كان مسجلاً فيه وقت الانسحاب، ولا تحسب له ساعات معتمدة في هذه المقررات.

مادة (10): قواعد الانتظام في الدراسة

- 1- إذا وصل غياب الطالب إلى 20% من ساعات المقرر يعطى إنذاراً كتابياً من المدير التنفيذي للبرنامج.
- 2- إذا تخطى غياب الطالب 25% من ساعات المقرر بدون عذر تقبله إدارة البرنامج فإن الطالب يحرم من دخول امتحان المقرر النهائي ويعطى تقديراً مسحباً إجبارياً ويدخل هذا في معدله التراكمي. أما إذا تم قبول العذر المقدم فيعتبر هذا غياباً بعذر مقبول ويعطى الطالب تقدير "غير مكتمل" في كل مقرر غاب فيه.

مادة (11): متطلبات التخرج

يبلغ عدد الساعات المعتمدة المطلوبة من كل طالب (128) ساعة دراسية معتمدة "85 ساعة نظرية - "86" ساعة عملية وتطبيقية؛ شاملة على متطلبات التخرج والحصول على درجة البكالوريوس في السياحة والفنادق في برنامج التسويق السياحي طبقاً لما يلي:



البرنامج	المتطلبات الجامعة	المتطلبات الكلية	المتطلبات التخصص إجباري	المتطلبات التخصص اختياري
بكالوريوس التسويق السياحي	(2) ساعات معمدة	(40) ساعة معمدة	(70) ساعة معمدة	(16) ساعة معمدة
				الإجمالي: (128) ساعة معتمدة

مادة (12): الهيكل الأكاديمي للبرنامج

النسبة %	عدد الساعات	مجال العلوم
28.12	36	العلوم الأساسية
10.94	14	العلوم المساعدة
42.97	55	العلوم المتخصصة
17.97	23	علوم التميز
100	128	الإجمالي

مادة (13): التدريب الميداني "الصيفي"

- 1- يؤدي الطالب تدريباً ميدانياً عملياً لمدة شهر خلال الأجازة الصيفية في مجال التسويق السياحي في إحدى شركات السياحة ووكالات السفر أو شركات الطيران أو المطارات أو البازارات أو مراكز الغوص أو شركات تنظيم المؤتمرات.
- 2- يحدد مجلس الكلية بناءً على اقتراح اللجنة الفرعية ومجلس قسم الدراسات السياحية نظام التدريب الصيفي لطلاب برنامج بكالوريوس التسويق السياحي لطلاب المستوى الثاني والثالث، تحت إشراف أعضاء هيئة التدريس بقسم الدراسات السياحية، ويقدم الطالب في نهاية التدريب وفي خلال أول أسبوعين من الدراسة للعام الدراسي التالي للتدريب بتقرير مفصل عما أداه في هذا التدريب.
- 3- تقوم اللجنة الفرعية بناءً على اقتراح مجلس قسم الدراسات السياحية بتشكيل لجنة من اثنين من أعضاء هيئة التدريس لمناقشة وتقييم الطالب بنظام الجلسات الشفهية مع الالتزام بالقواعد الواردة في اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الجامعات في هذا الصدد.
- 4- يخصص للتدريب 100 درجة كنهاية عظمى و50 درجة كنهاية صغرى، ويعتبر التدريب مادة نجاح ورسوب، ولا تحسب من الساعات المعتمدة، وتقدر فيه نتيجة الطالب بـ (نجاح بدون تقدير NP) أو (راسب بدون تقدير NF)، ولا يضاف ضمن المجموع الكلي للدرجات، ولا يدخل في حساب متوسط التقدير التراكمي.



مادة (14): التقييم

1- يكون الامتحان تحريرياً في جميع المقررات ومدة الامتحان ساعتين لكل مقرر، ومواعيد الامتحانات طبقاً للتواريخ التي يعلن عنها بجدول الامتحانات بعد اعتماد اللجنة الفرعية للبرنامج ومجلس الكلية. ويمكن أن تتضمن أساليب الامتحانات النمط الإلكتروني بنسب تتفاوت وفقاً لطبيعة المقرر، ويقر مجلس الكلية بعد أخذ رأي مجلس القسم المختص واللجنة الفرعية للبرنامج عقد الامتحانات إلكترونياً جزئياً أو كلياً لمقرر أو أكثر، كما يقرر النسب الخاصة بكل أسلوب من أساليب الامتحان داخل المقرر، ويعرض ذلك على مجلس شئون التعليم والطلاب بالجامعة للموافقة عليه، ورفعها إلى مجلس الجامعة لاعتماده.

2- النهاية العظمى لكل مقرر 100 درجة والنهاية الصغرى 50 درجة.

3- يخصص لكل مقرر 60 درجة للامتحان النهائي و40 درجة لتقييم ما يكلف به الطالب من البحوث والامتحانات الشفهية والتطبيقية أثناء الفترة المقررة للدراسة.

أ- يكون توزيع الدرجات فيما يخص المقررات التي لها ساعات تطبيقية كالتالي: (20 درجة امتحان منتصف الفصل الدراسي - 10 درجات أعمال سنة - 10 درجات شفوي/تطبيقي)،

ب- يكون توزيع الدرجات فيما يخص المقررات التي ليس لها ساعات تطبيقية كالتالي: (20 درجة امتحان منتصف الفصل الدراسي - 20 درجات أعمال سنة).

4- بحسب التقدير وفقاً للنسبة المحسوبة بناءً على المجموع التراكمي خلال المستويات الدراسية المختلفة، على ألا يتم تخرج الطالب إلا بعد حصوله على معدل تراكمي 2 على الأقل.

5- إذا رسب الطالب في أي مقرر ثم أدى الامتحان مرة ثانية ونجح فيه يحسب له بحد أقصى تقدير D+ مقبول.

6- عند رسوب الطالب في أي عدد من مقررات هذا الفصل الدراسي؛ يمكنه تسجيل هذه المقررات وأداء الامتحان فيها في الفصل الدراسي الصيفي بحد أقصى 6 ساعات معتمدة لمستويات النقل وعدد (9) ساعات معتمدة للتخرج لطلاب المستوى النهائي.

7- عند إعادة الطالب لأي مقرر، فإنه يعيده دراسة وامتحاناً، ويقدم مرة أخرى بالكامل.

8- يعفى الطالب من المقررات التي سبق له دراستها ولها نظير في الأقسام الأخرى أو الكليات الأخرى في حالة الطلاب المحولون للبرنامج، مع الرجوع للأقسام المعنية لمطابقة محتويات المقررات التي درسها وعدد ساعات دراستها بالمقررات التي تدرس ببرنامج التسويق السياحي بعد اعتماد مجلس الكلية.

9- يعد الطالب راسباً إذا كان معدله التراكمي في المقرر أقل من 2، أو لم يحضر الامتحان التحريري في نهاية الفصل الدراسي لحرمانه من الدخول لتجاوز نسبة الغياب أو الغش أو لم يحضر الامتحان



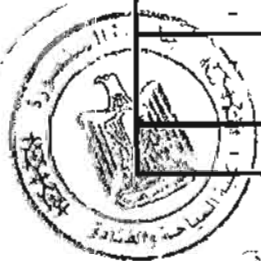


النهائي دون عذر تقبله اللجنة الفرعية ومجلس الكلية، أو لم يحصل على 30% على الأقل من درجات الامتحان النهائي.

10- الحد الأدنى للمعدل التراكمي للتخرج هو 2.00، ويبين في شهادة الطالب النقاط المكتسبة والنسبة المئوية للمجموع التراكمي مقربة إلى رقمين عشريين إلى جانب التقدير العام للتخرج.

11- يقدر نجاح أو رسوب الطالب وفقاً للقواعد الآتية:

التقدير Value	الرمز الدال على التقدير Symbol	النقاط Points (المعدل التراكمي GPA)	النسبة المئوية للدرجة Grade Range
ممتاز Excellent	A+	4	95% فأكثر
	A	3.60	90% حتى أقل من 95%
	A-	3.40	85% حتى أقل من 90%
جيد جداً Very Good	B+	3.20	80% حتى أقل من 85%
	B	3.00	75% حتى أقل من 80%
جيد Good	C+	2.80	70% حتى أقل من 75%
	C	2.60	65% حتى أقل من 70%
مقبول Pass	D+	2.40	60% حتى أقل من 65%
	D	2.20	55% حتى أقل من 60%
	D-	2	50% حتى أقل من 55%
راسب Fail	F	صفر	أقل من 50%
-	NP	MANSOURA UNIVERSITY	ناجح بدون تقدير No grade-Pass
-	NF	-----	راسب بدون تقدير No grade-Fail
-	DN	صفر	محروم / Denial
-	NE	صفر	غائب بدون عذر/ Absent without Excuse
-	E	-----	غائب بعذر Absent with Excuse /
-	W	-----	منسحب بعذر / Withdrawn /
-	FW	-----	انسحاب إجباري/ Formal Withdrawl
-	I	-----	غير مكتمل / Incomplete



- 12- يمكن أن تستثنى بعض المقررات مثل التدريب الميداني من عقد الامتحان النظري النهائي.
- 13- تمنح مرتبة الشرف للطالب الذي يحصل على معدل تراكمي 3 أو أكثر عند التخرج بشرط الا يقل معدله في أي مستوى من الأربع مستويات الأكاديمية عن 3 وألا يكون قد رسب أو نجح بتقدير مقبول أو انسحب إجبارياً في أي مقرر دراسي خلال تسجيله في البرنامج.
- 14- إذا تكرر رسوب الطالب في مقرر ما، يكتفى باحتساب الرسوب مرة واحدة فقط في معدله التراكمي، وتسجل عدد المرات التي أدى فيها امتحان هذا المقرر في سجله الأكاديمي.

مادة (15): الإنذار الأكاديمي والنقل وإيقاف القيد وإلغاء القيد

- 1- إذا حصل الطالب على معدل تراكمي أقل من (2.0)، ينذر الإنذار الأول.
- 2- إذا تكرر حصول الطالب على معدل تراكمي متدني أقل من (2.0) لفصل دراسي ثاني ينذر الإنذار الثاني، ويعتبر الطالب مراقباً أكاديمياً، ولا يُسمح له بالتسجيل إلا في الحد الأدنى وهو 12 ساعة معتمدة.
- 3- يستمر توجيه إنذارات إذا ظل المعدل التراكمي للطالب أقل من (2.0)، وإذا تجاوز الحد الأقصى للإنذارات (4 إنذارات) يفصل من الكلية.

مادة (16): أدوار التخرج

دور التخرج هو الدور الذي يستكمل فيه الطالب عدد الساعات المعتمدة اللازمة للتخرج، يتم تخرج طلاب المستوى الرابع بعد استكمال عدد (128) ساعة معتمدة؛ خلال ثلاثة أدوار على مدار العام، كالتالي:

- 1- دور يناير (الفصل الدراسي الأول): يسمح بتخرج الطلاب في دور يناير بعد أن يتموا استكمال كافة متطلبات التخرج المنصوص عليها في هذا اللائحة.
- 2- دور مايو (الفصل الدراسي الثاني): يتم تخرج طلاب المستوى الرابع بعد ظهور نتيجة امتحانات الفصل الدراسي الثاني من مجلس الجامعة بشرط استيفاء متطلبات التخرج الواردة بهذه اللائحة.
- 3- دور سبتمبر (الفصل الدراسي الصيفي)، يسمح بتخرج الطلاب في دور سبتمبر بعد أن يتموا استكمال كافة متطلبات التخرج المنصوص عليها في هذا اللائحة.

مادة (17) القواعد التأديبية

تطبق أحكام قانون تنظيم الجامعات ولائحته التنفيذية فيما يخص النظام التأديبي للطلاب.



مادة (18) إدارة البرنامج

تشكل اللجنة الفرعية لإدارة برنامج التسويق السياحي بناءً على اقتراح عميد الكلية، ويصدر رئيس الجامعة قرار التشكيل لمدة عامين قابلة للتجديد على النحو التالي:

- 1- عميد الكلية "رئيساً".
 - 2- وكيل كلية السياحة والفنادق لشئون التعليم والطلاب "نائب رئيس البرنامج".
 - 3- مدير البرنامج، على أن يكون اختياراً من بين السادة أعضاء هيئة التدريس بقسم الدراسات السياحية (القسم العلمي المختص).
 - 4- عدد 3 من أعضاء هيئة التدريس من قسم الدراسات السياحية.
 - 5- أمين الكلية "أمين اللجنة".
 - 6- مدير عام شئون التعليم والطلاب بالكلية.
- ويجوز ضم عضوين على الأكثر من ذوي الخبرة وذلك بناءً على ترشيح عميد الكلية ويصدر قرار تعيينهم من رئيس الجامعة لمدة عامين قابلة للتجديد.

مادة (19) مقابل الخدمة التعليمية والقواعد المالية

- 1- يتم تحديد مقابل الساعة المعتمدة للبرنامج بناءً على اقتراح اللجنة الفرعية للبرنامج وموافقة اللجنة العليا للبرامج واعتماد مجلس الجامعة، وبالنسبة لطلاب المؤهلات العليا تحصل الرسوم المقررة من المجلس الأعلى للجامعات بالإضافة إلى مقابل الساعة المعتمدة.
- 2- يحدد مقابل الخدمة التعليمية للطلاب الوافدين بناءً على قانون تنظيم الجامعات ولائحته التنفيذية وقرارات المجلس الأعلى للجامعات والقرارات الوزارية الصادرة في هذا الشأن.
- 3- تطبق القواعد المالية طبقاً للائحة الداخلية للبرامج النوعية الموحدة بالجامعة والقرارات الصادرة من المجلس الأعلى للجامعات ومجلس الجامعة.

مادة (20): نظام الاستماع

يجوز لمجلس الكلية بعد أخذ رأي اللجنة الفرعية أن يقبل طلاب من كليات الجامعة أو الجامعات الأخرى كمستمعين لبعض المقررات ببرنامج التسويق السياحي، وفقاً لقواعد يحددها مجلس الكلية ويوافق عليها مجلس الجامعة، وتمنح شهادة اجتياز هذه المقررات، ولا يتبع ذلك منح أي درجة جامعية.





مادة (21): الأحكام المطبقة فيما لم يرد فيه نص بهذه اللائحة

1- يعرض مجلس إدارة البرنامج على مجلس الكلية كافة الموضوعات التي لم يرد في شأنها نص في مواد هذه اللائحة، لإتخاذ القرار المناسب، وقد يتطلب الأمر الرفع للجامعة للتصديق على قرار مجلس الكلية.

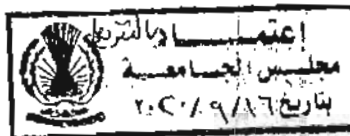
2- تطبق أحكام قانون تنظيم الجامعات ولائحته التنفيذية فيما لم يرد فيه نص في هذه اللائحة.

مادة (22): تطبيق أحكام هذه اللائحة

تطبق أحكام هذه اللائحة اعتباراً من العام الجامعي التالي لتاريخ صدورها على الطلاب المستجدين بالمستوى الأول بالكلية.



٤٣٣٥٩





مادة (23): خطة الدراسة لبرنامج بكالوريوس التسويق السياحي باللغة العربية

1- متطلبات الجامعة

جدول رقم (1): متطلبات الجامعة

متطلب سابق	الساعات المعتمدة	الساعات التدريسية		مجال العلوم	المقرر	كود المقرر
		عملي / تطبيقي	نظري			
-	2	-	2	مساعدة	حقوق الإنسان والمبادئ القانونية العامة	B1M1
	2	-	2		إجمالي الساعات المعتمدة	

2- متطلبات الكلية

جدول رقم (2): متطلبات الكلية

متطلب سابق	الساعات المعتمدة	الساعات التدريسية		مجال العلوم	المقرر	كود المقرر
		عملي / تطبيقي	نظري			
-	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (1)	B1M2
B1M2	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (2)	B1M3
B1M3	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (3)	B1M4
B1M4	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (4)	B1M5
B1M5	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (5)	B1M6
B1M6	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (6)	B1M7
B1M7	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (7)	B1M8
B1M8	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (8)	B1M9
-	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (1)	B1M10
B1M10	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (2)	B1M11
B1M11	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (3)	B1M12
B1M12	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (4)	B1M13
B1M13	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (5)	B1M14
B1M14	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (6)	B1M15
B1M15	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (7)	B1M16
B1M16	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (8)	B1M17
-	2	-	2	أساسية	مدخل إلى علم السياحة	B1M18
-	3	-	3	مساعدة	تاريخ وأثار مصر الفرعونية	B1M19
-	3	-	3	مساعدة	صناعة الضيافة	B1M20
	40	32	24		الإجمالي	



3- متطلبات التخصص الإلزامية

جدول رقم (3): متطلبات التخصص الإلزامية

متطلب سابق	الساعات المعتمدة	الساعات التدريسية		مجال العلوم	المقرر	كود المقرر
		نظري	عملي/تطبيقي			
-	3	-	3	متخصصة	أقاليم مصر السياحية	B1M21
-	3	-	3	متخصصة	مبادئ التسويق السياحي	B1M22
-	3	2	2	متخصصة	الأسواق والمقاصد السياحية الدولية	B1M23
-	2	-	2	أساسية	تشريعات سياحية	B1M24
-	3	2	2	متخصصة	تحليل سلوك المستهلك السياحي	B1M25
B1M22	3	2	2	متخصصة	تسعير المنتج السياحي	B1M26
-	3	2	2	متخصصة	أعمال شركات السياحة وال الطيران	B1M27
B1M22	3	2	2	متخصصة	إستراتيجيات التسويق السياحي	B1M28
B1M22	3	2	2	متخصصة	الترويج السياحي	B1M29
-	2	-	2	متخصصة	أعمال مراكز الغوص	B1M30
B1M28	3	2	2	متخصصة	إتجاهات حديثة في التسويق السياحي (1)	B1M31
B1M22	2	2	1	متخصصة	منافذ توزيع المنتج السياحي	B1M32
-	3	-	3	تميز	الإتصالات التسويقية المتكاملة في مجال السياحة	B1M33
B1M22	3	2	2	متخصصة	مبادئ التسويق السياحي الإلكتروني	B1M34
B1M31	3	2	2	متخصصة	إتجاهات حديثة في التسويق السياحي (2)	B1M35
B1M22	3	2	2	تميز	التسويق السياحي الداخلي	B1M36
B1M34	3	2	2	تميز	تسويق المحتوى ومحركات البحث	B1M37
B1M35	3	2	2	تميز	التسويق السياحي بالعلامة التجارية	B1M38
B1M35	3	2	2	تميز	التسويق السياحي متعدد الحواس	B1M39
B1M35	3	2	2	تميز	التسويق السياحي الأخضر	B1M40
B1M35	2	2	1	تميز	التسويق السياحي المثبط	B1M41
B1M35	3	2	2	متخصصة	تسويق المؤتمرات	B1M42
B1M22	3	-	3	متخصصة	بحوث التسويق السياحي	B1M43
-	3	2	2	تميز	الخداع التسويقي في قطاع السياحة	B1M44
B1M35	2	2	1	متخصصة	تسويق الأحداث الخاصة الكبرى	B1M45
-	-	-	-	-	تدريب ميداني (1)	B1M46
-	-	-	-	-	تدريب ميداني (2)	B1M47
	70	38	51		الإجمالي	



4- مقررات التخصص الاختيارية

جدول رقم (4): متطلبات التخصص الاختيارية

مطلب سابق	الساعات المعتمدة	الساعات التدريسية		مجال العلوم	المقرر	كود المقرر
		عملي/ تطبيقي	نظري			
-	2	2	1	متخصصة	الإدارة السياحية	B1M48
-	2	2	1	متخصصة	السياحة المستدامة والبيئة	B1M49
-	2	2	1	متخصصة	إدارة الوقت وضغوط العمل في التسويق السياحي	B1M50
-	2	2	1	متخصصة	أنماط السائحين وموردي الخدمات السياحية	B1M51
-	2	2	1	متخصصة	اقتصاديات السياحة	B1M52
-	2	2	1	متخصصة	الميزة التنافسية في قطاع السياحة	B1M53
-	2	2	1	مساعدة	تاريخ وأثار مصر اليونانية الرومانية	B1M54
-	2	2	1	مساعدة	مهارات أكاديمية	B1M55
-	2	2	1	مساعدة	تاريخ وأثار مصر الإسلامية والقبطية	B1M56
-	2	2	1	مساعدة	تطبيقات الحاسب الآلي في التسويق السياحي (1)	B1M57
-	2	2	1	مساعدة	أثار وتاريخ مصر الحديث	B1M58
B1M57	2	2	1	مساعدة	تطبيقات الحاسب الآلي في التسويق السياحي (2)	B1M59
-	2	2	1	متخصصة	ريادة الأعمال وإدارة الابتكار في قطاع السياحة	B1M60
-	2	2	1	متخصصة	الإ اتجاهات الحديثة في السياحة	B1M61
-	2	2	1	متخصصة	إدارة الأزمات السياحية	B1M62
-	2	2	1	متخصصة	إدارة المخاطر والأمن السياحي	B1M63
-	16	16	8	الإجمالي		

(* يختار الطالب من المقررات الاختيارية 8 مقررات (6 ساعات معتمدة)

مادة (24): توزيع المقررات الدراسية على الفصول الدراسية (برنامج التسويق السياحي باللغة العربية)

توزع المقررات الدراسية على المستويات والفصول الدراسية طبقاً للجدول الدراسية التالية:





الجدول الدراسي لمرحلة البكالوريوس برنامج التسويق السياحي (باللغة العربية)

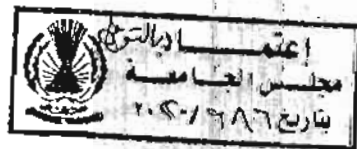
المستوى الأول - الفصل الدراسي الأول "16 ساعة معتمدة"

جدول رقم (1/1)

ملاحظات / متطلبات سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	النهاية العظمى (النهاية العظمى)		توزيع الدرجات	عدد الساعات	مجال العلوم		اسم المقرر	م
			مجموع	أعمال / شفوي			مقعدة	نظري		
-	2	50	100	20	20	60	2	2	مدخل إلى علم السياحة	B1M18
-	2	50	100	20	20	60	3	3	أقاليم مصر السياحية	B1M21
-	2	50	100	20	20	60	3	3	مبادئ التسويق السياحي	B1M22
-	2	50	100	10	10	60	2	2	لغة أجنبية أولى متخصصة (1)	B1M2
-	2	50	100	10	10	60	2	2	لغة أجنبية ثانية متخصصة (1)	B1M10
-	2	50	100	20	20	60	2	2	حقوق الإنسان والمبادئ القانونية العامة	B1M1
-	2	50	100	10	10	60	2	2	مقرر اختياري (جدول رقم 2/1)	-
-	2	350	700	-	-	-	16	6	المجموع	-

جدول رقم (2/1) المقررات الاختيارية

ملاحظات / متطلبات سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	النهاية العظمى (النهاية العظمى)		توزيع الدرجات	عدد الساعات	مجال العلوم		اسم المقرر	م
			مجموع	أعمال / شفوي			مقعدة	نظري		
-	2	50	100	10	20	60	2	2	الإدارة السياحية	B1M48
-	2	50	100	10	20	60	2	2	السياحة المستدامة والبيئة	B1M49





Mansoura University
Faculty of Tourism and Hotels
Tourism Studies Department



برنامج التسويق السياحي
باللغة العربية
كلية السياحة والفنادق
قسم الدراسات السياحية

المستوى الأول - الفصل الدراسي الثاني "14 ساعة معدة"

جدول رقم (3/1)

ملاحظات/ متطلب سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصغرى للدرجات	توزيع الدرجات (النهاية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م		
			مجموع	أعمال سنة	تطبيقي /شقوي ي	منتصف الفصل الدراسي	تحريري	معددة					تطبيقي	نظري
-	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	متخصصة	الأسواق والمقاصد السياحية الدولية	B1M23	1
-	2	50	100	20	-	20	60	2	-	2	أساسية	تشريعات سياحية	B1M24	2
-	2	50	100	20	-	20	60	3	-	3	مساعدة	تاريخ وآثار مصر الفرعونية	B1M19	3
B1M2	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	أساسية	لغة اجنبية أولى متخصصة (2)	B1M3	4
B1M10	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	أساسية	لغة اجنبية ثانية متخصصة (2)	B1M11	5
-	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	مقرر اختياري (جدول رقم 4/1)	-	6
-	-	300	600	-	-	-	-	14	8	10	-	المجموع	-	-

جدول رقم (4/1) المقررات الاختيارية

زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصغرى للدرجات	مجموع	توزيع الدرجات (النهاية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م	
			أعمال سنة	تطبيقي /شقوي ي	منتصف الفصل الدراسي	تحريري	معددة	تطبيقي					نظري
2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	إدارة الوقت وضغوط العمل في التسويق السياحي	B1M50	1-6
2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	أنماط السائحين وموردي الخدمات السياحية	B1M51	2-6



مجلس الجامعة
٢٠٢٠/٩/١٢



المستوى الثاني - الفصل الدراسي الأول "18 ساعة معتمدة"
جدول رقم (1/2)

ملاحظات/ متطلب سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصغرى للنجاح	النهاية (الطهي العظمي)		توزيع الدرجات		عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م	
			مجموع	أعمال سنة	تطبيق/ شغوي	منتصف الفصل الدراسي	تحرير	معددة	تطبيقي					نظري
-	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	متخصصة	تحليل سلوك المستهلك السياحي	B1M25	1
B1M22	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	متخصصة	تسويق المنتج السياحي	B1M26	2
-	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	متخصصة	أعمال شركات السياحة والطيران	B1M27	3
-	2	50	100	20	-	20	60	3	-	3	مساعدة	صناعة الضيافة	B1M20	4
B1M3	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية أولى متخصصة (3)	B1M4	5
B1M11	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	أساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (3)	B1M12	6
-	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	مقرر اختياري (جدول رقم 2/2)	-	7
		350	700	-	-	-	-	18	12	12		المجموع		

جدول رقم (2/2) المقررات الاختيارية

زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصغرى للنجاح	النهاية (الطهي العظمي)		توزيع الدرجات		عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م	
		مجموع	أعمال سنة	تطبيق/ شغوي	منتصف الفصل الدراسي	تحرير	معددة	تطبيقي					نظري
2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	اقتصاديات السياحة	B1M52	1-7
2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	الميزة التنافسية في قطاع السياحة	B1M53	2-7



5/1/2022



المستوى الثاني - الفصل الدراسي الثاني "14 ساعة معتمدة"
جدول رقم (3/2)

ملاحظات/ متطلب سابق	زمن الامتحان (ساعة)	التهية الصغرى للدرجات	توزيع الدرجات (التهية العظمى)		عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م			
			مجموع	أعمال شغوي تطبيقي/	منتصف الفصل الدراسي	تحرير	معدّ					تطبيقي	نظري	
B1M22	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	متخصصة	إستراتيجيات التسويق السياحي	B1M28	1
B1M22	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	متخصصة	الترويج السياحي	B1M29	2
-	2	50	100	20	-	20	60	2	-	2	متخصصة	أعمال مراكز الفوص	B1M30	3
B1M4	2	50	100	10	10	20	60	2	2	2	السياحية	لغة أجنبية أولى متخصصة (4)	B1M5	4
B1M12	2	50	100	10	10	20	60	2	2	2	الاساسية	لغة أجنبية ثانية متخصصة (4)*	B1M13	5
-	2	50	100	10	10	20	60	2	2	2	مساعدة	مقرر اختياري (جدول رقم 4/2)	-	6
		300	600	-	-	-	-	14	10	9		المجموع		
		50	100	-	-	-	-	-	-	-		تدريب ميداني (1)	B1M46	7

جدول رقم (4/2) المقررات الاختيارية

زمن الامتحان (ساعة)	التهية الصغرى للدرجات	توزيع الدرجات (التهية العظمى)		عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م				
		مجموع	أعمال شغوي تطبيقي/	منتصف الفصل الدراسي	تحرير	معدّ					تطبيقي	نظري		
2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	1	مساعدة	تاريخ وآثار مصر اليونانية الرومانية	B1M54	1-6
2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	1	مساعدة	مهارات أكاديمية	B1M55	2-6





المستوى الثالث - الفصل الدراسي الأول "17 ساعة معتمدة"
جدول رقم (1/3)

ملاحظات/متطلب سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	توزيع الدرجات (النهاية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م	
			مجموع	أعمال تطبيقية /شغوي	متنصف الفصل الدراسي	تحرير	معدّ	تطبيقي					نظري
B1M28	2	50	100	10	20	60	3	2	2	متخصصة	إتجاهات حديثة في التسويق السياحي (1)	B1M31	1
B1M22	2	50	100	10	20	60	2	2	1	متخصصة	منافذ توزيع المنتج السياحي	B1M32	2
-	2	50	100	20	-	60	3	-	3	تميز	الإتصالات التسويقية المتكاملة في مجال السياحة	B1M33	3
B1M22	2	50	100	10	10	60	3	2	2	متخصصة	مبادئ التسويق السياحي الإلكتروني	B1M34	4
B1M5	2	50	100	10	10	60	2	2	1	اساسية	لغة اجنبية أولى متخصصة (5)	B1M6	5
B1M13	2	50	100	10	10	60	2	2	1	اساسية	لغة اجنبية ثانية متخصصة (5)	B1M14	6
-	2	50	100	10	10	60	2	2	1	مساندة	مقرر اختياري (جدول رقم 2/3)	-	7
		350	700	-	-	-	17	12	11		المجموع		

جدول رقم (2/3) المقررات الاختيارية

زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	توزيع الدرجات (النهاية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م	
		مجموع	أعمال تطبيقية /شغوي	متنصف الفصل الدراسي	تحرير	معدّ	تطبيقي					نظري
2	50	100	10	20	60	2	2	1	مساندة	تاريخ وآثار مصر الإسلامية والقبطية	B1M56	1-7
2	50	100	10	20	60	2	2	1	مساندة	تطبيقات الحاسب الآلي في التسويق السياحي (1)	B1M57	2-7



٢٠٢٥

اعتماد
مجلس الجامعة
تاريخ ٢٠١٩/١٦



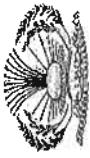
المستوى الثالث - الفصل الدراسي الثاني
جدول رقم (3/3) "15 ساعة معتمدة"

ملاحظات/ متطلبات سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	توزيع الدرجات (النهاية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م				
			مجموع	اصول	تطبيقية/ اعمال	شغوي	منصف الفصل الدراسي	مقدمة					تطبيقية	نظري		
B1M31	2	50	100	10	10	10	20	60	3	2	2	1	إتجاهات حديثة في التسويق السياحي (2)	B1M35		
B1M22	2	50	100	10	10	10	20	60	3	2	2	2	التسويق السياحي الداخلي	B1M36	2	
B1M34	2	50	100	10	10	10	20	60	3	2	2	2	تسويق المحتوى ومحركات البحث	B1M37	3	
B1M6	2	50	100	10	10	10	20	60	2	2	2	1	لغة اجنبية أولى متخصصة (6)	B1M7	4	
B1M14	2	50	100	10	10	10	20	60	2	2	2	1	لغة اجنبية ثانية متخصصة (6)*	B1M15	5	
-	2	50	100	10	10	10	20	60	2	2	2	1	مقرر اختياري (جدول رقم 4/3) المجموع	-	6	
-	-	300	600	-	-	-	-	-	15	12	9	-	-	التدريب ميداني (2)	B1M47	7
-	-	50	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

جدول رقم (4/3) المقررات الاختيارية

ملاحظات/ متطلبات سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	توزيع الدرجات (النهاية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م			
			مجموع	اصول	تطبيقية/ اعمال	شغوي	منصف الفصل الدراسي	مقدمة					تطبيقية	نظري	
B1M57	2	50	100	10	10	10	20	60	2	2	1	1	مساعدتي آثار وتاريخ مصر الحديث	B1M58	1-6
-	2	50	100	10	10	10	20	60	2	2	2	1	مساعدتي تطبيقات الحاسب الآلي في التسويق السياحي (2)	B1M59	2-6





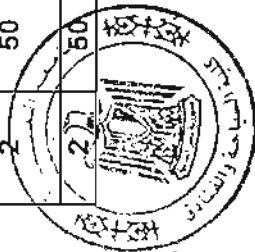
المستوى الرابع - الفصل الدراسي الأول "17 ساعة معتمدة"
جدول رقم (1/4)

ملاحظات/ متطلب سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	توزيع الدرجات (النهاية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م		
			مجموع	أعمال سنة	تطبيق/ شغوي	منصف الفصل الدراسي	تحريري	معتدة					تطبيقي	نظري
B1M35	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	تميز	التسويق السياحي بالعلامة التجارية	B1M38	1
B1M35	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	تميز	التسويق السياحي متعدد الحواس	B1M39	2
B1M35	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	تميز	التسويق السياحي الأخضر	B1M40	3
B1M35	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	تميز	التسويق السياحي المبتد	B1M41	4
B1M7	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	اساتية	لغة اجنبية أولى متخصصة (7)	B1M8	5
B1M15	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	اساتية	لغة اجنبية ثانية متخصصة (7)	B1M16	6
-	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	مقرر اختياري (جدول رقم 2/4) المجموع	-	7
		350	700	-	-	-	-	17	14	10				

مجلس الجامعة
تاريخ 2017/9/17

جدول رقم (2/4) المقررات الاختيارية

زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	توزيع الدرجات (النهاية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م		
		مجموع	أعمال سنة	تطبيق/ شغوي	منصف الفصل الدراسي	تحريري	معتدة					تطبيقي	نظري
2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	ريادة الأعمال وإدارة الابتكار في قطاع السياحة	B1M60	1-7
2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	الاتجاهات الحديثة في السياحة	B1M61	2-7



3430



المستوى الرابع - الفصل الدراسي الثاني
جدول رقم (3/4)

17 ساعة معتمدة

ملاحظات/متطلب سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	توزيع الدرجات (النهائية العظمى)		توزيع الدرجات (النهائية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م
			مجموع	أعمال سنوية	تطبيقية/شغوية	منصف الفصل الدراسي	تحرير	معددة	تطبيقية	نظري				
B1M35	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	متخصصة	تسويق المؤتمرات	B1M42	1
B1M22	2	50	100	20	-	20	60	3	-	3	متخصصة	بحوث التسويق السياحي	B1M43	2
-	2	50	100	10	10	20	60	3	2	2	تميز	الخداع التسويقي في قطاع السياحة	B1M44	3
B1M35	2	50	100	10	10	20	60	2	2	2	متخصصة	تسويق الأحداث الخاصة الكبرى	B1M45	4
B1M8	2	50	100	10	10	20	60	2	2	2	اساسية	لغة اجنبية أولى متخصصة (8)	B1M9	5
B1M16	2	50	100	10	10	20	60	2	2	2	اساسية	لغة اجنبية ثلثية متخصصة (8)	B1M17	6
-	2	50	100	10	10	20	60	2	2	2	متخصصة	مقرر اختياري (جدول رقم 4/4)	-	7
-	-	350	700	-	-	-	-	17	12	11	-	المجموع	-	-

مجلس الجامعة
بقرار رقم 17/9/2019

جدول رقم (4/4) المقررات الاختيارية

ملاحظات/متطلب سابق	زمن الامتحان (ساعة)	النهاية الصفري للنجاح	توزيع الدرجات (النهائية العظمى)		توزيع الدرجات (النهائية العظمى)			عدد الساعات			مجال العلوم	اسم المقرر	كود	م
			مجموع	أعمال سنوية	تطبيقية/شغوية	منصف الفصل الدراسي	تحرير	معددة	تطبيقية	نظري				
B1M52	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	إدارة الأزمات السياحية	B1M62	1-7
-	2	50	100	10	10	20	60	2	2	1	متخصصة	إدارة المخاطر والأمن السياحي	B1M63	2-7



مجلس الجامعة



مادة (25) المحتوى العلمي للمقررات الدراسية لبرنامج بكالوريوس التسويق السياحي باللغة العربية

BIM1 حقوق الإنسان والمبادئ القانونية العامة (متطلبات جامعة)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - حقوق الإنسان (المفهوم- النشأة- التطور)، ماهية وطبيعة حقوق الإنسان. - حقوق الإنسان في الإسلام. - حقوق الإنسان والتنمية، دور المجتمع المدني في الدفاع عن حقوق الإنسان.

BIM2 لغة أجنبية أولى متخصصة (1) (متطلبات كلية)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - المصطلحات والتعريفات الهامة المتعلقة بالتسويق السياحي. - موضوعات مبسطة للفهم والقراءة متعلقة بالآماكن والمزارات السياحية في مصر وتحوّل العالم، وأنماط وصور السياحة المختلفة حول العالم، وفي مصر. - التدريب على النطق الصحيح وتنوع استخدام مفردات اللغة الإنجليزية، ومعرفة المعاني المختلفة للكلمة الواحدة.

BIM3 لغة أجنبية أولى متخصصة (2) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - مراجعة أرمّة اللغة الإنجليزية للتدريب على طلاقة جملة انجليزية سليمة في زمن سليم. - التدريب على الترجمة من خلال مواضيع متخصصة في مجال التسويق السياحي. - التدريب على استخدام القواميس الورقية والإلكترونية. - محادثات قصيرة ومواقف.

BIM4 لغة أجنبية أولى متخصصة (3) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - طرح موضوعات سياحية ومناقشتها بأسلوب العروض التقديمية. - التدريب على المحادثة الطويلة من خلال عرض محادثات تتضمن مواقف مختلفة في شركات السياحة وشركات الطيران والرحلات السياحية مع مراعاة قواعد اللغة. - موضوعات للقراءة متعلقة بالمنشآت السياحية المختلفة والتعريف بها وبأهم الأنشطة والمهام التي تقوم بها. - أزمنة نحوية. - ترجمة. - التدريب على الاستماع من خلال عرض محادثات ومواقف مختلفة.

BIM5 لغة أجنبية أولى متخصصة (4) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - تنمية مهارة الاستماع للغة لدى الطالب باستخدام نماذج للمحادثات متوسطة الصعوبة مثل محادثات المقابلات الشخصية للعمل ومكالمات خدمة العملاء والاستماع لمتنوبي الدعاية والإعلان والمواد الإخبارية البسيطة باللغة الإنجليزية. - التدريب على كيفية التمييز بين العبارات الدارجة وكيفية استخداماتها، وكذلك تنوع الكلمات والعبارات التي تعبر عن معنى واحد والتعرف على الكلمات المركبة. - أزمنة نحوية. - ترجمة.

BIM6 لغة أجنبية أولى متخصصة (5) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - التدريب على المحادثات وكيفية التحوار من خلال التأكيد على الدقة في النطق السليم وطبقات الصوت، وذلك من خلال طرح موضوعات سياحية متنوعة متعلقة بالإتجاهات الحديثة في التسويق السياحي. - طرح عبارات انجليزية مختلفة ومعانيها. - أزمنة نحوية.





BIM7 لغة أجنبية أولى متخصصة (6) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - تدريب الطالب على ترجمة فقرات متنوعة من حيث التركيب اللغوي وبنية الكتابة، وتحفيز قدرة الطالب على النقاش والتفاعل. - تدريب الطالب على كتابة مقالات تتعلق بتحليل مشكلة معينة والقدرة على ترتيب الأفكار بمنطقية. - ترجمة فقرات متنوعة ومتدرجة الصعوبة في موضوعات مختلفة وتخصصية. - طرح موضوعات للقراءة والفهم متعلقة بسياحة المؤتمرات والنقل السياحي وكتابة المراسلات والتعامل مع الشكاوى السياحية وكيفية الرد عليها بأسلوب جيد ولغة سليمة. - استكمال طرح عبارات انجليزية مختلفة. - أزمدة نحوية.

BIM8 لغة أجنبية أولى متخصصة (7) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - طرح موضوعات للقراءة والفهم تتعلق بسيكولوجية العملاء والاتجاهات الحديثة في التسويق السياحي؛ واستخراج الكلمات الجديدة منها وترجمتها. - ترجمة موضوعات عامة متنوعة مركبة وذات درجات مختلفة من الصعوبة على المستوى اللغوي والموضوعي. - التدريب على مهارة التحدث التلقائي وإدراك متطلبات الحديث المتطور والمركب مع فهم الأطر الصحيحة لعمل اللغة من خلال المحادثات وجلسات النقاش الجماعية.

BIM9 لغة أجنبية أولى متخصصة (8) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - طرح موضوعات للقراءة والفهم تتعلق بالأزمات التي تواجه القطاع السياحي، والصورة الذهنية للمقاصد السياحية؛ واستخراج الكلمات الجديدة منها وترجمتها. - تدريب الطالب على ترجمة موضوعات عامة متنوعة مركبة وذات درجات مختلفة من الصعوبة على المستوى اللغوي والموضوعي. - التدريب على مهارة التحدث التلقائي وإدراك متطلبات الحديث المتطور والمركب مع فهم الأطر الصحيحة لعمل اللغة من خلال المحادثات وجلسات النقاش الجماعية.

BIM10 لغة أجنبية ثانية متخصصة (1) (متطلبات كلية)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - المصطلحات والتعريفات المتعلقة بصياغة السياحة الدولية. - موضوعات مبسطة للفهم والقراءة متعلقة بالمواقع والمزارات السياحية في مصر وحول العالم، وأنماط السياحة المختلفة حول العالم وفي مصر. - التدريب على النطق الصحيح لمفردات اللغة الثانية المختارة. - تنوع استخدام مفردات اللغة ومعرفة المعاني المختلفة للكلمة الواحدة.

BIM11 لغة أجنبية ثانية متخصصة (2) (متطلبات كلية)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - أزمدة اللغة الثانية المختارة. - التدريب على صياغة جملة سليمة في زمن سليم. - التدريب على الترجمة من خلال مواضيع متخصصة في مجال التسويق السياحي. - التدريب على استخدام القواميس الورقية والإلكترونية. - محادثات قصير + مواقف.

BIM12 لغة أجنبية ثانية متخصصة (3) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - طرح موضوعات سياحية ومناقشتها بأسلوب العروض التقديمية. - التدريب على المحادثة الطويلة من خلال عرض محادثات تتضمن مواقف مختلفة في شركات السياحة وشركات الطيران والرحلات السياحية مع مراعاة قواعد اللغة





الثانية. - موضوعات للقراءة متعلقة بالمنشآت السياحية المختلفة والتعريف بها وبأهم الأنشطة والمهام التي تقوم بها. - أزمة نحوية. - ترجمة. - تنمية مهارات الاستماع لدى الطلاب من خلال عرض محادثات ومواقف مختلفة باللغة الثانية المختارة.

B1M13 لغة أجنبية ثانية متخصصة (4) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - تنمية مهارة الاستماع باللغة الثانية لدى الطالب باستخدام نماذج للمحادثات متوسطة الصعوبة مثل محادثات المقابلات الشخصية للعمل ومكالمات خدمة العملاء والاستماع لمندوبي الدعاية والإعلان والمواد الإخبارية البسيطة باللغة الثانية. - التدريب على كيفية التمييز بين العبارات الدارجة وكيفية استخدامها. - تنوع الكلمات والعبارات التي تعبر عن معنى واحد والتعرف على الكلمات المركبة. - أزمة نحوية. - ترجمة.

B1M14 لغة أجنبية ثانية متخصصة (5) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - التدريب على المحادثات وكيفية التفاوض من خلال التأكيد على الدقة في النطق المليم وطبقات الصوت، من خلال طرح موضوعات سياحية متنوعة متعلقة بالإتجاهات الحديثة في السياحة باللغة الثانية. - أزمة نحوية.

B1M15 لغة أجنبية ثانية متخصصة (6) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - تدريب الطالب على ترجمة فقرات متنوعة من حيث التركيب اللغوي وبنية الكتابة لتحفيز قدرة الطالب على النقاش والتفاعل باللغة الثانية المختارة. - تدريب الطالب على كتابة مقالات تتعلق بتطيل مشكلة معينة والقدرة على ترتيب الأفكار بمنطقية. - تدريب الطالب على ترجمة فقرات متنوعة ومتدرجة الصعوبة في موضوعات مختلفة وتخصوية. - طرح موضوعات للقراءة والفهم متعلقة بسياحة المؤتمرات والنقل السياحي وكتابة المراسلات والتعامل مع الشكاوى السياحية، وكيفية الرد عليها بأسلوب جيد ولغة سليمة. - أزمة نحوية.

B1M16 لغة أجنبية ثانية متخصصة (7) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - طرح موضوعات للقراءة والفهم تتعلق بتكنولوجيا العملاء والإتجاهات الحديثة في التسويق السياحي؛ واستخراج الكلمات الجديدة منها وترجمتها. - تدريب الطالب على ترجمة موضوعات عامة متنوعة مركبة وذات درجات مختلفة من الصعوبة على المستوى اللغوي والموضوعي. - التدريب على مهارة التحدث التلقائي.

B1M17 لغة أجنبية ثانية متخصصة (8) (متطلبات كلية)

يهدف إلى ما يلي: - طرح موضوعات للقراءة والفهم تتعلق بالأزمات التي تواجه القطاع السياحي والصورة الذهنية للمقاصد السياحية واستخراج الكلمات الجديدة منها وترجمتها. - تدريب الطالب على ترجمة موضوعات عامة متنوعة مركبة وذات درجات مختلفة من الصعوبة على المستوى اللغوي والموضوعي. - التدريب على مهارة التحدث التلقائي وإدراك متطلبات الحديث المتطور والمركب من خلال المحادثات وجلسات النقاش الجماعية.



٢٠١٦/٩/١٦



B1M18 مدخل إلى علم السياحة (متطلبات كلية)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - السياحة كصناعة وكعلم - تعريف السائح. - الأنماط السياحية. - مدخل لتنظيم وهيكل صناعة السياحة الدولية. - مدخل لدراسة الأسواق السياحية الدولية وسلوك السائحين. - مدخل لدراسة العلامة التجارية وتسويق المقاصد السياحية. نبذة عن تأثيرات السياحة الدولية وتحديات الاستدامة. - مدخل لدراسة البيئة السياحية الدولية والعوامل الخارجية المؤثرة على السياحة.

B1M19 تاريخ وآثار مصر الفرعونية (متطلبات كلية)

يهدف إلى تعريف الطالب بتاريخ مصر وآثارها الفرعونية من عصور ما قبل التاريخ وحتى الأسرة الثلاثين.

B1M20 صناعة الضيافة (متطلبات كلية)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم الضيافة. - الضيافة كصناعة وخدمة وفن. - خصائص صناعة الضيافة والخدمات التي تقدمها. - التطور التاريخي لصناعة الفنادق. - أنواع الفنادق والخدمات المقدمة بها. - الهيكل التنظيمي للمنشآت الفندقية. - مفهوم الإدارة الفندقية. - خصائص الخدمة الفندقية. - نبذة عن وظائف أقسام الفندق. - الاتجاهات الحديثة في صناعة الضيافة.

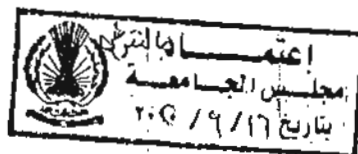
B1M21 أقاليم مصر السياحية (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - موقع وحدود مصر. الدور الذي تلعبه الجغرافيه في توزيع الأنشطة السياحية. - المحميات الطبيعية في مصر. - السياحة في إقليم الساحل الشمالي وصحراء مصر الغربية، - السياحة في الوادي الجديد وأقاليم مصر العليا والقاهرة الكبرى والفيوم، السياحة في أقاليم البحر الأحمر وقناة السويس وشبه جزيرة سيناء.

MANSOURA UNIVERSITY

B1M22 مبادئ التسويق السياحي (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: مقدمة شاملة لإدارة التسويق في صناعة السياحة الدولية. - ماهية التسويق السياحي - فهم احتياجات الأسواق السياحية والسائحين. - كيفية إعداد خطة تسويقية متكاملة في مجال السياحة. - نبذة مختصرة عن عناصر المزيج التسويقي السياحي: - توضيح تطور الفكر التسويقي في مجال السياحة. - الأدوات التسويقية المتاحة أمام المسوقين السياحيين لرسم الاستراتيجيات والسياسات التسويقية في المؤسسات السياحية. - أهمية وأهداف التسويق السياحي وأنواعه. - مفهوم وأهمية ومكونات نظم المعلومات التسويقية السياحية. - المنتج السياحي. - دورة حياة المنتج السياحي. - قواعد تنمية وتطوير المنتجات السياحية. - أساسيات إدارة المنتج السياحي. - طرق تطوير المنتجات السياحية المطروحة. - أهمية وكيفية ابتكار منتجات وخدمات سياحية جديدة. - كيفية التطوير الدائم للمنتجات السياحية التقليدية. - الدور الاستراتيجي للمنتجات والخدمات السياحية الجديدة في خلق ميزة تنافسية للمنشآت والمقاصد السياحية. - فهم البيئة التسويقية المتغيرة. - استخدام





أبحاث السوق التقليدية وغير التقليدية لتحديد احتياجات السائحين. - تقييم نماذج لتطوير منتجات وخدمات سياحية جديدة. - عملية التفكير ومشاركة المستهلك السياحي.

B1M23 الأسواق والمقاصد السياحية الدولية (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - السوق السياحي. - الأسواق السياحية الرئيسية المصدرة للسياحة في العالم. - منظمي البرامج السياحية في العالم. - القوة السوقية السياحية. - الأقاليم السياحية العالمية (أوروبا- الأمريكتين أفريقيا- الشرق الأوسط- آسيا- أستراليا). - دراسة وتحليل أهم أسواق الطلب السياحي الدولي لمصر وتحديد الأسواق الأولية والثانوية والمحتملة. - أبرز المقاصد السياحية العالمية (خصائصها- مقوماتها السياحية- أبرز إستراتيجياتها التسويقية- المقارنة مع المقصد السياحي المصري).

B1M24 تشريعات سياحية (تخصص إجباري)

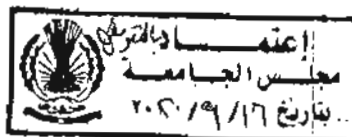
يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - التشريعات المنظمة لعمل شركات السياحة (القانون رقم 38 لسنة 1977 بتنظيم الشركات السياحية المعدل بالقانون رقم (118) لسنة 1983 والقانون رقم (25) لسنة 2005)، قرار وزير السياحة رقم (209) لسنة 2009 باللائحة التنفيذية للقانون رقم (38) لسنة 1977 بتنظيم الشركات السياحية وتعديلاته. قرارات وزير السياحة المنظمة للعمل في مجال النقل السياحي والسياحة الدينية والرقابة على الشركات السياحية. - قرار وزير السياحة رقم (730) لسنة 2009 بشأن تحديد وتصنيف أنشطة الغوص ومراكز الأنشطة البحرية واليخوت والنشات وما يعد من الأنشطة السياحية في مجال غرفة سياحة الغوص وقواعد وإجراءات الترخيص بتلك المراكز والأنشطة. القانون رقم (1) لسنة 1992 في شأن السلع والعاديات السياحية. التشريعات المنظمة لعمل شركات الطيران.

B1M25 تحليل سلوك المستهلك السياحي (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - المفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك السياحي. - العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي للسائح. - التعرف على دور كل من الدوافع والإدراك والتعليم والشخصية والإتجاهات في التأثير على سلوك المستهلك السياحي. - المؤثرات المعرفية والسلوكية والاجتماعية وعلاقتها بإتجاهات المستهلك السياحي وإدراكه وقراراته الشرائية. - عملية صنع القرار لدى المستهلك السياحي والجهود التسويقية التي تبذلها المؤسسات السياحية للتأثير عليه. - التعرف على إتخاذ قرار الشراء للمنتجات السياحية الجديدة. - أهمية فهم سلوك المستهلك السياحي لتصميم إستراتيجية تسويق سياحي فعالة. - سلوك السائح الرقمي الجديد.

B1M26 تسعير المنتج السياحي (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - طبيعة وأهمية التسعير في المنشآت السياحية. - العلاقة بين التسعير وعناصر المزيج التسويقي السياحي في المنشآت السياحية. - العلاقة بين تسعير المنتج السياحي وسلوك المستهلك السياحي وطوره في تحقيق





ميزة تنافسية. - المبادئ الاقتصادية التي يركز عليها تحديد سعر الخدمة والبرنامج السياحي والتكاليف المرتبطة بإنتاجها. خطوات عملية تسعير المنتج السياحي وأساسيات وإستراتيجيات وسياسات وطرق تسعيرها. - بيئة التسعير. - التسعير والأسواق السياحية العالمية. - الجوانب الأخلاقية والقيمية المرتبطة بطرق التسعير في المنشآت السياحية. - مشكلات تطبيق الإستراتيجيات المتعلقة بالتسعير في المنشآت السياحية. - دراسة أسباب ومقترحات التغلب على مشكلة تقلب أسعار المنتجات السياحية التي تتيحها وكالات السفر عبر شبكة الإنترنت سواء فيما يتعلق بأسعار تذاكر الطيران أو البرامج السياحية. - تسعير برنامج سياحي متكامل.

BIM27 أعمال شركات السياحة والطيران (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - شركة السياحة وفئاتها وأنشطتها وشروط إنشائها. - التنظيم الداخلي لشركات السياحة والتوصيف الوظيفي للعاملين بها. - البرنامج السياحي ومكوناته. - نماذج لبرامج سياحية بلغات أجنبية مختلفة. - إعداد وتصميم خطوات تنفيذ البرامج السياحية. - دور التذكارات السياحية في التسويق والتثقيف السياحي وتشجيع الحركة السياحية. - آليات تسويق منتجات الحرف اليدوية داخليا وخارجيا. - الخدمات التي تقدمها شركات الطيران والمطارات.

BIM28 إستراتيجيات التسويق السياحي (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - تطور مفهوم الإستراتيجية. - التحليل الإستراتيجي. - أنواع الإستراتيجيات التسويقية في مجال السياحة. - كيفية اختيار إستراتيجية التسويق السياحي الناجحة. - إيجاد والحفاظ على ميزة تنافسية للمنشآت والمقاصد السياحية. - تطبيقات ودراسات حالة عن إستراتيجيات التسويق السياحي.

BIM29 الترويج السياحي (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم الترويج السياحي. - عناصر المزيج الترويجي السياحي وأسس المفاضلة بينهم. - مدخل لدراسة الإعلان السياحي والدعاية السياحية والعلاقات العامة في مجال السياحة والبيع الشخصي للمنتجات السياحية. - خطوات الحملة الترويجية السياحية ووسائل تنشيط مبيعات المنتجات السياحية. - تصميم حملة ترويجية لمنشأة سياحية وللمقصد السياحي.

BIM30 أعمال مراكز الغوص (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مراكز الغوص. - شروط الترخيص بإنشاء وإقامة وإدارة مراكز الغوص. - الأجهزة الرسمية الحكومية وغير الحكومية المنظمة لعمل مراكز الغوص في مصر (الإدارة العامة للغوص والأنشطة الجديدة بوزارة السياحة - غرفة سياحة الغوص والأنشطة البحرية). - مشتملات مراكز الغوص. - شروط المدير المسئول عن مركز الغوص. - بروتوكول المعاينات لمراكز الغوص ويخوت السفاري السياحية.





B1M31 اتجاهات حديثة في التسويق السياحي (1) (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - الإستراتيجيات الحديثة في التسويق السياحي. - تجارب مقاصد سياحية ومنشآت سياحية في استخدام أساليب تسويقية حديثة. - نماذج للإ اتجاهات الحديثة في التسويق السياحي " التسويق الرقمي في مجال السياحة - التسويق المثبط "العكسي" للمنتج السياحي - التسويق الأخضر في المنشآت السياحية وغيرها". - مدخل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي.

B1M32 منافذ توزيع المنتج السياحي (تخصص إجباري)

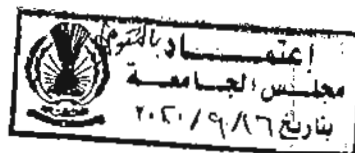
يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: إدارة منافذ توزيع المنتج السياحي. - إعداد إستراتيجية توزيع مناسبة تتكيف مع السائح الجديد. - إلقاء نظرة عامة على مختلف المنافذ المشاركة في توزيع المنتجات السياحية (منظمي الرحلات السياحية ووكالات السفر والوسائط الإلكترونية- البورصات والمعارض الدولية). - تأثير التكنولوجيا والإنترنت على قنوات توزيع المنتج السياحي. - هيكل ووظائف قنوات توزيع المنتج السياحي. - معايير اختيار وإدارة قنوات توزيع المنتج السياحي والتكامل بينها. - الوظائف والأنشطة الرئيسية لقنوات التوزيع. - تصميم وإدارة قنوات التوزيع في الأسواق السياحية. - المشاكل الاقتصادية والسلوكية بين منتجي الخدمات السياحية والوسطاء السياحيين، وطرق التعاون بينهم والحوافز المقدمة من جانب منتجي الخدمات السياحية.

B1M33 الإتصالات التسويقية المتكاملة في مجال السياحة (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - الأساليب والمبادئ والمصطلحات المتعلقة بالإتصالات التسويقية. - ماهية الإتصالات التسويقية المتكاملة وأهميتها للمنشآت السياحية والمقاصد السياحية. - تأثير الإتصالات التسويقية على سلوك السائح. - المراجعة النقدية لمكونات مزيج الإتصالات التسويقية في مجال السياحة. - كيفية استخدام أدوات الإتصالات التسويقية في الممارسة العملية في المنشآت السياحية. - أدوات الاتصال التسويقي في نجاح التسويق السياحي. - إدارة الإتصالات التسويقية المتكاملة (IMC). - العوامل التي تؤثر على اختيار وتقييم وتقييم IMC الفعال في مجال السياحة. - عملية الإتصال. - عناصر الإتصالات التسويقية من منظور متكامل. - القضايا الاجتماعية والقانونية والأخلاقية المرتبطة بممارسات الإتصالات التسويقية في مجال السياحة. - إعداد برنامج الإتصالات التسويقية المتكاملة في المنشآت السياحية.

B1M34 مبادئ التسويق السياحي الإلكتروني (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - نبذة تاريخية عن التسويق السياحي الإلكتروني. - مفهوم التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية في مجال السياحة. - أهمية وأسس التسويق السياحي الإلكتروني ومجالاته. - أهم تقنيات التسويق السياحي عبر الإنترنت. - الفرق بين التسويق السياحي الإلكتروني والتسويق السياحي التقليدي. - سياسات وتطبيقات التسويق الإلكتروني في المنشآت السياحية. - التسويق السياحي عبر البريد الإلكتروني. - مميزات وعيوب التسويق السياحي الإلكتروني.





B1M35 اتجاهات حديثة في التسويق السياحي (2) (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - التسويق الزمني للمنتجات السياحية وتطبيقاته في مجال السياحة. - مفهوم وتطبيقات في مجال السياحة. - مفهوم وتطبيقات التسويق متعدد المستويات في المنشآت السياحية. - مفهوم وتطبيقات التسويق المبني في مجال السياحة. - مفهوم وتطبيقات التسويق العصبي والتسويق الهرمي والتسويق الوردي في مجال السياحة.

B1M36 التسويق السياحي الداخلي (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم وأهمية وأهداف التسويق الداخلي في المنشآت السياحية. - عيوب ومزايا تطبيق المنشآت السياحية للتسويق الداخلي. - كيفية تطبيق التسويق الداخلي في المنشآت السياحية ونماذج لتنفيذه. - المزيج التسويقي الداخلي في المنشآت السياحية. - بحوث التسويق السياحي الداخلي. - الفرق بين التسويق الداخلي والخارجي في المنشآت السياحية.

B1M37 تسويق المحتوى ومحركات البحث (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - كيف تعمل محركات البحث. - مبادئ SEO. - تنفيذ وتشغيل حملات Pay "PPC Per Click". - قواعد وعمليات تسويق المحتوى. - نظام إدارة المدونات والمحتوى. - الواقع الافتراضي. - المشاركة الابتكارية للعملاء. إستراتيجيات التسويق 360° "Marketing 360". - تصميم المواقع الإلكترونية.

B1M38 التسويق السياحي بالعلامة التجارية (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم العلامة التجارية. - علاقة العلامة التجارية بالمنتج السياحي والمقاصد السياحية. - أنواع العلامات التجارية وأهميتها في التسويق. - التعرف على الفرق بين العلامة التجارية والبيانات التجارية للمنشآت السياحية. - أهمية التصميم الصحيح للعلامة التجارية للمنشآت والمقاصد السياحية وكيفية إكسابها الصفة القانونية. - دراسات حالة للعلامات التجارية العالمية للمنشآت السياحية والمقاصد. - كيفية إنشاء قيمة العلامة التجارية للمنشآت السياحية باستخدام النظريات والمفاهيم الأساسية. - الإدارة الإستراتيجية للعلامة التجارية للمقصد السياحي. - تحليل العلامات التجارية للمقصد السياحي المصري. - اختيار عناصر العلامة التجارية للمقاصد السياحية. - دور الإعلان والإنترنت في تطوير العلامة التجارية للمقاصد السياحية. - الحماية القانونية للعلامات التجارية للمقاصد السياحية. - العلامة التجارية المشتركة وتعارض العلامة التجارية. - إدارة العلامات التجارية للمقصد السياحي في سياق عالمي.

B1M39 التسويق السياحي متعدد الحواس (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - نبذة تاريخية لتطور مصطلح التسويق متعدد الحواس. - مفهوم وأنماط التسويق السياحي متعدد الحواس (البصري - السمعي - عبر حواس الشم والتذوق واللمس). - تأثير التسويق متعدد الحواس في سلوك المستهلك





السياحي. - تطبيقات التسويق متعدد الحواس في قطاع الخدمات السياحية. - العلاقة بين التسويق متعدد الحواس والعلامة التجارية للمقصد السياحي. - تطبيق التسويق متعدد الحواس في شركات السياحة والطيران ومحال العاديات والسلع السياحية.

B1M40 التسويق السياحي الأخضر (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - نبذة تاريخية عن التسويق الأخضر ومفهومه وفوائده وتطبيقاته في المنشآت السياحية. - العلاقة بين التسويق الأخضر وتحقيق الاستدامة في مجال السياحة. - التعرف على مدى إدراك المنشآت السياحية لمفهوم التسويق الأخضر وقدرتها على تطبيقه. - التعرف على مفهوم إستراتيجية الإنتاج السياحي الأنظف.

B1M41 التسويق السياحي المثبط (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم وأنواع التسويق السياحي المثبط "العكسي" وإستراتيجياته وأدواته التي تتبعها المنشآت والمقاصد السياحية. - دور التسويق المثبط في تحسين نوعية الطلب على المحميات الطبيعية. - الوسائل التسويق السياحي المثبط. - مميزات وعيوب تبني التسويق المثبط في قطاع السياحة.

B1M42 تسويق المؤتمرات (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - الوضع الحالي لنمو قطاع المؤتمرات في العالم وفي مصر. - حجم وإتجاهات ونمو المقاصد الرئيسية في العالم الجاذبة لعقد المؤتمرات. - تسويق المؤتمرات ومراكز المؤتمرات.

B1M43 بحوث التسويق السياحي (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم وأهمية وأهداف بحوث التسويق السياحي الدولي. - الاستخدامات الإدارية لبحوث التسويق السياحي. - أنواع البحوث التسويقية في مجال السياحة. - مراحل إجراء البحث التسويقي في المنشآت السياحية. - البيانات اللازمة لبحوث التسويق السياحي وسبل الحصول عليها وإعداد تقارير البحث التسويقي في المنشآت السياحية. - توضيح الفرق بين بحوث التسويق السياحي وبحوث الأسواق السياحية. - أهمية توفر الأبحاث التسويقية السياحية ومعلومات العميل كمدخلات رئيسية لتطوير إستراتيجية التسويق السياحي الخاصة بالمنشآت والمقاصد السياحية. - مراحل عملية البحث التسويقي في مجال السياحة الدولية، - المصادر المتاحة للحصول على البيانات والمعلومات كقواعد البيانات وبطاقات الولاء والإنترنت. - تنفيذ مشروع بحث حقيقي لمنشأة سياحية وتحسين قدرة الطلاب على العمل خارج قاعات الدراسة.

B1M44 الخداع التسويقي في قطاع السياحة (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم الخداع التسويقي وأسباب تطبيقه في قطاع السياحة. - تاريخ تطور الخداع التسويقي. - الشفافية والخداع التسويقي. - أشكال وأنواع الخداع التسويقي التي تستخدمها المنشآت السياحية. - أثر الخداع التسويقي على الصورة الذهنية للمنشآت والمقاصد السياحية.





B1M45

تسويق الأحداث الخاصة الكبرى (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: فهم وتطبيق المفاهيم والأطر الأساسية ذات الصلة في مجال تسويق الأحداث الخاصة الكبرى على المستوى العالمي. - المشكلات التي تواجه الموقين في تسويق الأحداث الخاصة الكبرى سياحياً. - المهارات الواجب توافرها في الموقين السياحيين للتسويق الفعال للأحداث الخاصة الكبرى. - مميزات السياحة الرياضية والمتطلبات المتغيرة لها ومقومات العرض الخاصة بها وتأثيراتها على مقدمي الخدمات الرياضية والسياحية. - العلاقة بين الرياضة والسياحة والأحداث الخاصة. - المقاصد السياحية الشهيرة في مجال تنظيم الأحداث الرياضية والخاصة. - إمكانيات المقصد السياحي المصري في مجال السياحة الرياضية والأحداث الخاصة وتسويقها.

B1M46

التدريب الميداني (1) (تخصص إجباري)

يهدف التدريب الميداني لطلاب برنامج بكالوريوس التسويق السياحي المستوى الثاني تمكين الطلاب من اكتساب المهارات اللازمة للعمل في مجال التسويق السياحي- ربط المعارف النظرية المكتسبة لدى الطلاب بالمهارات المطلوبة في سوق العمل. - اكتساب الطلاب السلوكيات والأخلاقيات المهنية في مجتمع الأعمال السياحية. - اكتساب المهارات الذهنية والمهنية والعامه المؤهلة للعمل في التسويق السياحي.

B1M47

التدريب الميداني (2) (تخصص إجباري)

يهدف التدريب الميداني لطلاب برنامج بكالوريوس التسويق السياحي المستوى الثالث إتاحة الفرصة للطلاب لاكتساب الخبرة العملية والتدريب قبل التخرج في مجال التسويق السياحي. - تعميق فهم الطلاب للعلوم النظرية التي تلقوها في مجال التسويق السياحي من خلال الممارسات العملية والمهنية. - اكتساب الطلاب قدرات تحمل المسؤولية واحترام المواعيد. - اكتساب الطلاب خبرات التعامل مع المستفيدين من الخدمات السياحية للمصريين والأجانب. - تنمية مهارات احترام الآخرين والاستماع إلى آرائهم. - تنمية مهارات العمل في فريق والقدرة على حل المشكلات.

B1M48

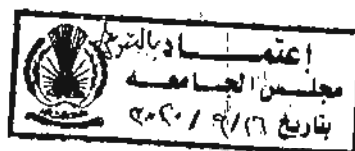
الإدارة السياحية (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم الإدارة في مجال السياحة، وتطور الفكر الإداري وتوضيح الوظائف الإدارية التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة وتطبيقاتها في المنشآت السياحية، والتعرف على الإتجاهات الحديثة في الإدارة وتطبيقاتها في المنشآت السياحية.

B1M49

السياحة المستدامة والبيئة (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - العلاقة بين صناعة السياحة والبيئة الطبيعية. - الطرق التي يمكن بها إدارة السياحة لضمان مشاركتها في التنوع البيولوجي والحفاظ عليه. - الإدارة السياحية للموارد الطبيعية. - السياحة المستدامة. - السياحة البيئية. - الاستدامة الاجتماعية والثقافية. - التأثير الاجتماعي للسياحة.





B1M50 إدارة الوقت وضغوط العمل في التسويق السياحي (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - إدارة الوقت. - مصادر الضغوط المتعلقة بالعمل في مجال التسويق السياحي. - أساليب إدارة الضغوط على مستوى العاملين في مجال التسويق السياحي - تحديد الأولويات. العمليات الإدارية لإدارة الوقت وتخطيط الوقت واستغلاله لنجاح عمليات التسويق السياحي.

B1M51 أنماط السائحين وموردي الخدمات السياحية (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - صياغة وتنفيذ استراتيجيات وسياسات إدارة العملاء في مجال السياحة. العلاقة بين المنشأة السياحية وعملائها. - التجربة التي يبحث عنها العميل B2C. - العلاقة مع موردي الخدمات السياحية B2B. - كيفية الحفاظ على العلاقات مع مختلف أنماط العملاء. - أدوات دراسة سيكولوجية العملاء من خلال المقابلة والاستبيان والملاحظة. - رضاه العميل. - الخصائص النفسية للمشتغلين بالمجال السياحي. - مفهوم وأنواع العملاء في مجال السياحة "السلبى- المتشكك- الثرثار- المغرور- المتردد- الغاضب- المشاهد- المتروي- العنيد- المفكر الصامت". - أنواع الموردين السياحيين وشركاء العمل السياحي.

B1M52 اقتصاديات السياحة (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - الطلب السياحي. - العرض السياحي. - الأثر المضاعف للدخل السياحي. - دور السياحة في تشغيل العمالة وإعادة توزيع الدخل. - الاستثمار السياحي. - الاقتصاد التشاركي. - التنبؤ بالحركة السياحية.

B1M53 الميزة التنافسية في قطاع السياحة (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مفهوم التنافسية وأسبابها (تنافسية المنشأة السياحية وقطاع السياحة والمقصد السياحي). - أنواع التنافسية وعواملها. - تحليل قوى التنافس. - مفهوم القدرة التنافسية وأشكالها وأهدافها ومحدداتها ومصادرها وأبعادها ومؤشرات قياسها واستراتيجياتها. - إسهامات التسويق السياحي في زيادة القدرة التنافسية للمنشآت والمقاصد السياحية.

B1M54 تاريخ وأثار مصر اليونانية الرومانية (تخصص اختياري)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بتاريخ مصر وآثارها في العصرين اليوناني والروماني.

B1M55 مهارات أكاديمية (تخصص اختياري)

يهدف إلى إكساب الطالب مجموعة من المهارات الأكاديمية والعملية ليصبح متعلم مستقل. كاستخدام تكنولوجيا المعلومات في الحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة، - مهارات العرض التقديمي. - مهارات حل المشكلات بشكل فردي وضمن فرق عمل. - التحليل والكتابة النقدية. - توثيق المعلومات وطرق كتابة المراجع. - الأدوات التي تساعد الطلاب على تطوير مهارات التفكير والإبداع لديهم.

B1M56 تاريخ وأثار مصر الإسلامية والقبطية (تخصص اختياري)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بتاريخ مصر وآثارها الإسلامية والقبطية.





BIM57 تطبيقات الحاسب الآلي في التسويق السياحي (1) (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - تعريف الحاسب الآلي. - الأجزاء الأساسية للحاسب الآلي. - أنواع البيانات. - النظام الرقمي. - البت والبايت ومساحات التخزين. - المجلدات. - الملفات وامتداد الملفات. - أجيال الحاسب الآلي. - تكنولوجيا المعلومات والاتصال (مفهوم- البنية التحتية) - تكنولوجيا شبكات المعلومات والاتصال (الإنترنت- الإنترنت- الإكسترنال). - برنامج معالجة الكلمات Word (تشغيل البرنامج. - إنشاء مستند جديد، فتح وتخزين وإغلاق مستند. شريط القوائم. - إعداد الصفحة. - الكتابة وتنسيق النص، وتغيير لونه وحجمه، - إدراج محتوى متعدد الوسائط؛ كالصوت والصورة ومقاطع الفيديو، - إنشاء الجداول؛ وتصحيح الأخطاء اللغوية والنحوية. - طباعة الصفحة).

BIM58 آثار وتاريخ مصر الحديث (تخصص اختياري)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بتاريخ مصر الحديث والمعاصر وآثارها في العصر الحديث.

BIM59 تطبيقات الحاسب الآلي التسويق السياحي (2) (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - برنامج معالج الجداول (التعريف بالبرنامج والتشغيل. - التعرف على كيفية التعامل مع ملفات البرنامج. - فتح وإغلاق ملف. - التعديل على الصفوف والأعمدة. - تنسيق النصوص. - تفرغ الاستبانة على البرنامج. - التعرف على تطبيق الدوال الاحصائية. - التعرف على كيفية إجراء مختف الرسومات البيانية لجدول اكسل. - التعرف على إجراء تحليل احصائي لمختلف بيانات اكسل. - برنامج العروض التقديمية (التعريف بالبرنامج والتشغيل - استخدام البرنامج وإعداد مستند جديد - طرق العرض والشرائح - إدخال وتنسيق النصوص وإضافة المؤثرات - إدراج وتنسيق الجداول والمخططات والرسومومية - التجهيز للعرض والطباعة). - برنامج قواعد البيانات Access. وأبرز البرامج الحاسوبية المتقدمة التي يمكن استخدامها في التسويق السياحي.

BIM60 ريادة الأعمال وإدارة الابتكار في قطاع السياحة (تخصص إجباري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - عملية إنشاء مشروع ريادي جديد في مجال السياحة. - مصادر التمويل لأصحاب المشاريع السياحية الجديدة: - تحديد وتقييم فرص نجاح المشاريع الجديدة في مجال السياحة. - إستراتيجية ريادة الأعمال بين النظرية والتطبيق. - ثقافة ريادة الأعمال وروح المبادرة لدى الطلاب في قطاع السياحة.

BIM61 الاتجاهات الحديثة في السياحة (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - الاتجاهات الحديثة في الأنماط السياحية (السياحة الفولكلورية - سياحة الجولف، ...). التغيرات الكمية والكيفية في الطلب والعرض السياحيين. المناطق السياحية الجديدة وتأثيرها على الجذب السياحي. - الشرائح السوقية السياحية الجديدة. - جودة الخدمات السياحية.





BIM62 إدارة الأزمات السياحية (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - مدخل لدراسة الأزمات (مفهومها- أوجه الاختلاف بينها وما يختلط بها من ظواهر أخرى- أنواع الأزمات)، الأزمات السياحية وإدارة الأزمات السياحية، خطة إدارة الأزمات السياحية- المنهج العلمي لإدارة الأزمات السياحية- المشاكل والصعوبات التي تهدد وتعرقل الإدارة السليمة للأزمات السياحية. - الأزمات النابعة من داخل قطاع السياحة نفسه. - التحديات التي تواجه قطاع السياحة وكيفية الاستعداد لها. - الأزمات السياسية والأمنية والاقتصادية والبيئة والصحية التي واجهت السياحة العالمية والمصرية.

BIM63 إدارة المخاطر والأمن السياحي (تخصص اختياري)

يهدف إلى تعريف الطالب بما يلي: - المفاهيم والمبادئ العلمية والتطبيقية المتعلقة بالخطر. - مفهوم الخطر وأنواعه ومسبباته وطرق قياسه. - أساليب إدارة الخطر في قطاع السياحة. - أهمية وفوائد مهام إدارة المخاطر. - العوامل الأساسية التي يحتوي عليها أي برنامج فعال لإدارة المخاطر. - قسم إدارة المخاطر ضمن الهيكل التنظيمي للمنشأة السياحية. - إستراتيجيات الحد من المخاطر في مجال السياحة. - تطبيقات إدارة المخاطر في المنشآت السياحية. - التطور التاريخي للأمن السياحي. - مجالات أمن السياحة. - الوسائل الأمنية لحماية المنشآت والمواقع السياحية. - مرتكزات الأمن السياحي. - العلاقة بين السياحة والأمن.



٢٠٢٥

