



جامعة المنصورة
كلية السياحة والفنادق



اللائحة الداخلية لبرنامج التسويق السياحي قسم الدراسات السياحية

٢٠١٩ / ٢٠٢٠



اللائحة الداخلية لدرجة البكالوريوس في

السياحة والفنادق

"برنامج التسويق السياحي باللغة الإنجليزية"

بنظام الساعات المعتمدة
MANSOURA UNIVERSITY

(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 والغاء القيد	12
14	مادة (8): إضافة وحذف مقررات	13
15	مادة (9): الانسحاب من الفصل الدراسي	14
15	مادة (10): قواعد الانتظام 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
21	مادة (20): نظام الاستماع	25
21	مادة (21): الأحكام المطبقة فيما لم يرد فيه نص بهذه اللائحة	26
21	مادة (22): تطبيق أحكام هذه اللائحة	27
24 - 22	Article (23): Study plan for Bachelor of Tourism Marketing Programme (In English)	28
32 - 25	Article (24): Study Plan Schedule "Bachelor of Tourism Marketing Programme" In English	29
53 - 33	Article (25): Courses Description " Bachelor of Science in Tourism Marketing "In English	30





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. مركّزاً على المتعلم والمتدرب القادر على التفكير والتمكّن فنياً وتقنياً وتكنولوجياً، والذي يساهم في بناء الشخصية المتكاملة وإطلاق إمكانياتها إلى أقصى مدى لمواطن معتز بذاته ومستدير. 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 تتيحها، واستحداث برامج نوعية متنوعة تحقق طموحات واحتياجات المستفيدين من خدماتها. ومنها برنامج البكالوريوس في التسويق السياحي باللغة الإنجليزية.

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

1- تمكين المتعلم من متطلبات ومهارات القرن الحادي والعشرين.

2- زيادة فرض الإثابة 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 للقدوم والدراسة 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 والمتنزهات والمنظمات والهيئات الرسمية التي تدعم التنمية السياحية، وتكنولوجيا المعلومات كأنظمة الحجز الإلكتروني.

هذا ونظراً لكون صناعة السياحة مركبة ومتساوية 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 إبان



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 للطلاب التركيز على الجوانب التسويقية للمنشآت والمقاصد السياحية التي تلبى 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 المسئوليات 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.
- ب- يتم تقديم البرنامج باللغة الإنجليزية.
- 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 الإنجليزية 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 تعقدتها الكلية.
- 3- أن يكون الطالب متفrcاً 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 ووفقاً 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 المقبلين 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.



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 مقرر × 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)، وحد أقصى (17 ساعة معتمدة)، ويجوز لمجلس الكلية لدواعي التخرج أو لتجنب فصل الطالب التجاوز عن هذه الحدود بما لا يزيد عن (4 ساعات معتمدة).



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 الأعلى 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 الإنجليزية. فيما عدا مقررات اللغة الأجنبية الثانية.

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 للدراس العملية والتدريبية تحسب 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 الإنجليزية 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.





9/2- المتطلب السابق Prerequisite: وهو مقرر دراسي لا بد من دراسته والنجاح فيه قبل التسجيل في مقرر آخر يعتمد عليه، ولا يسمح للطالب 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 للطالب 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، وتنفذ هذه الزيارات تحت إشراف أعضاء هيئة التدريس بقسم الدراسات السياحية والهيئة المعاونة





وأشرف 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 برنامج التسويق السياحي باللغة الإنجليزية هي أربع سنوات جامعية أو عندما يستكمل الطالب عدد الساعات المعتمدة المطلوبة للتخرج (128 ساعة معتمدة)، والتي تتحقق من خلال أربعة مستويات دراسية، ويشتمل المستوى الدراسي الواحد على فصلين دراسيين تفصل بينهما إجازة 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:



٤٢٣

الجدول الزمني للقبول والتسجيل والدراسة (فصل الخريف والربيع)

البرنامج	الموعد
- تسجيل الطلاب القدامى.	أسبوعان قبل الدراسة
- تسجيل الطلاب الجدد والمسجلين في الفصل الصيفي. - سداد رسوم التسجيل ومقابل الخدمة التعليمية.	الأسبوع الأول
- "التسجيل المتأخر" يجوز التسجيل بعد موافقة مجلس الكلية في حالة وجود أسباب قهرية. - يجوز للطلاب أن يستبدل مقرراته بأخرى خلال أسبوعين من بدء الفصل الدراسي.	الأسبوع الثاني
- تقام مهلة مدتها ثلاثة أسابيع من تاريخ بدء الدراسة لحذف أو إضافة مقررات دراسية.	الأسبوع الثالث
- يجوز للطلاب أن يحذف مقرراتهم بدون أي أثر أكاديمي وذلك بعد أقصى الأسبوع الرابع.	الأسبوع الرابع
- السماح بالاطيحاب من المقرر بدء العمل الأسبوع الخامس، ويحصل الطالب على التقدير (٨٧) في هذا المقرر.	الأسبوع الخامس
- اختبارات منتصف الفصل الدراسي في نفس مواعيد المحاضرات. (الأسبوع السابع والثامن).	الأسبوع السادس
- يجوز قبول امتحانات الطلاب في مقرر أو أكثر لظروف مرضية أو بعدد يقبله مجلس الكلية دون أن تحسب له مرة رسوم حتى شهر قبل آخر يوم في الدراسة (حتى الأسبوع العاشر).	الأسبوع السابع
	الأسبوع الثامن
	الأسبوع التاسع
	الأسبوع العاشر
	الأسبوع الحادي عشر
	الأسبوع الثاني عشر
- اختبارات العملي (لا يتوقف عليها توقف المحاضرات النظرية).	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، يسجل



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 ومدتها أسبوع بعد انتهاء فترة الدراسة.

مادة (7): التسجيل الأكاديمي والعبء الدراسي

كلية السياحة والفنادق

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 للطالب 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 التنازل 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 أسبوعين من بدء الفصل الدراسي.
- 4- يجوز للطالب أن يحذف مقرر بدون أي أثر أكاديمي وذلك بعد 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



- 1- الطالب راسب في كل مرة رسب فيها بالمقرر، مع تسجيل عدد المرات التي أدى فيها الامتحان بهذا المقرر في سجله الأكاديمي.
- 2- 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، ويحفظ 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 كمرة رسوب.
- 2- آخر موعد للتقدم لذلك هو شهر قبل آخر يوم في الدراسة.
- 3- يعطى الطالب تقدير مستحب إذا كان 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 تحطى غياب الطالب 25% من ساعات المقرر بدون عذر يقبله إدارة البرنامج فإن الطالب يحرم من دخول امتحان المقرر النهائي ويعطى تقديراً اجبارياً 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؛ مشتملة على متطلبات التخرج والحصول على درجة البكالوريوس في السياحة والفنادق في برنامج التسويق السياحي طبقاً لما يلي:





البرنامج	متطلبات الجامعة	متطلبات الكلية	متطلبات التخصص إجباري	متطلبات التخصص اختياري
بكالوريوس التسويق السياحي	(2) ساعات معتمدة	(40) ساعة معتمدة	(70) ساعة معتمدة	(16) ساعة معتمدة
				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 مفصّل 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، ويقرر 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 فصلاً بحيث 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- يحسب 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 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، ويقيم 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 الدراسات السياحية بالكلية.

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



٢٠٢١/٩/١٦



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+	3.80	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	صفر	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 والغاء 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 مراقب أكاديمياً ولا يسمح 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 وإعتماد 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 كمتسمعين 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.



MANSOURA UNIVERSITY



Article (23): Study plan for Bachelor of Tourism Marketing Programme
(In English)

1- University Requirements (Bachelor of Tourism Marketing Programme)

Table (5): University Requirements

Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Credits	Prerequisite
			(Th.)*	(Pr.)**		
B1M1	Human Rights and General Legal Principles	Auxiliary	2	-	2	-
Total			2	-	2	

* Theoretical (Th.)

**Practical (Pr.)

2- Faculty Requirements (Bachelor of Tourism Marketing Programme)

Table (6): Faculty Requirements

Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Credits	Prerequisite
			(Th.)*	(Pr.)**		
B1M2	Specialised First Foreign Language "1"	Basic	1	2	2	-
B1M3	Specialised First Foreign Language "2"	Basic	1	2	2	B1M2
B1M4	Specialised First Foreign Language "3"	Basic	1	2	2	B1M3
B1M5	Specialised First Foreign Language "4"	Basic	1	2	2	B1M4
B1M6	Specialised First Foreign Language "5"	Basic	1	2	2	B1M5
B1M7	Specialised First Foreign Language "6"	Basic	1	2	2	B1M6
B1M8	Specialised First Foreign Language "7"	Basic	1	2	2	B1M7
B1M9	Specialised First Foreign Language "8"	Basic	1	2	2	B1M8
B1M10	Specialised Second Foreign Language "1"	Basic	1	2	2	-
B1M11	Specialised Second Foreign Language "2"	Basic	1	2	2	B1M10
B1M12	Specialised Second Foreign Language "3"	Basic	1	2	2	B1M11
B1M13	Specialised Second Foreign Language "4"	Basic	1	2	2	B1M12
B1M14	Specialised Second Foreign Language "5"	Basic	1	2	2	B1M13
B1M15	Specialised Second Foreign Language "6"	Basic	1	2	2	B1M14
B1M16	Specialised Second Foreign Language "7"	Basic	1	2	2	B1M15
B1M17	Specialised Second Foreign Language "8"	Basic	1	2	2	B1M16
B1M18	Introduction to Tourism	Basic	2	-	2	-
B1M19	Egypt History, Monuments through Pharaonic Ages	Auxiliary	3	-	3	-
B1M20	Hospitality Industry	Auxiliary	3	-	3	-
Total			24	32	40	



3-Compulsory Specialization Courses (Bachelor of Tourism Marketing Programme)

Table (7): Compulsory Specialization Courses

Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Credits	Prerequisite
			(Th.) *	(Pr.) **		
B1M21	Egyptian Tourism Regions	Specialised	3	-	3	-
B1M22	Tourism Marketing Principles	Specialised	3	-	3	-
B1M23	International Tourism Markets and Destinations	Specialised	2	2	3	-
B1M24	Tourism Legislations	Basic	2	-	2	-
B1M25	Tourism Consumer Behaviour Analysis	Specialised	2	2	3	-
B1M26	Tourism Product Pricing	Specialised	2	2	3	B1M22
B1M27	Travel Agencies & Airlines Operations	Specialised	2	2	3	-
B1M28	Tourism Marketing Strategies	Specialised	2	2	3	B1M22
B1M29	Tourism Promotion	Specialised	2	2	3	B1M22
B1M30	Diving Centres Operations	Specialised	2	-	2	-
B1M31	New Trends in Tourism Marketing (1)	Specialised	2	2	3	B1M28
B1M32	Tourism Product Points of Distribution	Specialised	1	2	2	B1M22
B1M33	Tourism Integrated Marketing Communication	Distinguished	3	-	3	-
B1M34	Electronic Tourism Marketing Principles	Specialised	2	2	3	B1M22
B1M35	New Trends in Tourism Marketing (2)	Specialised	2	2	3	B1M31
B1M36	Internal Tourism Marketing	Distinguished	2	2	3	B1M22
B1M37	Content Marketing and SEO	Distinguished	2	2	3	B1M34
B1M38	Brand Tourism Marketing	Distinguished	2	2	3	B1M35
B1M39	Multisensory Tourism Marketing	Distinguished	2	2	3	B1M35
B1M40	Green Tourism Marketing	Distinguished	2	2	3	B1M35
B1M41	Tourism Demarketing	Distinguished	2	2	3	B1M35
B1M42	Conference Marketing	Specialised	2	2	3	B1M35
B1M43	Tourism Marketing Research	Specialised	3	-	3	B1M22
B1M44	Marketing Deception in Tourism	Distinguished	2	2	3	-
B1M45	Marketing of Special Mega-Events	Specialised	1	2	2	B1M35
B1M46	Field Training "1"	-	-	-	-	-
B1M47	Field Training "2"	-	-	-	-	-
Total			51	38	70	





4- Elective Specialization Courses (Bachelor of Tourism Marketing Programme)

Table (8) Elective Specialization Courses

Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Credits	Prerequisite
			(Th.) *	(Pr.) **		
B1M48	Tourism Management	Specialised	1	2	2	-
B1M49	Sustainable Tourism and Environment	Specialised	1	2	2	-
B1M50	Time Management and Pressures in Tourism Marketing	Specialised	1	2	2	-
B1M51	Customers and Tourism Suppliers	Specialised	1	2	2	-
B1M52	Tourism Economics	Specialised	1	2	2	-
B1M53	Competitive Advantage in Tourism	Specialised	1	2	2	-
B1M54	Graeco-Roman History and Monuments	Auxiliary	1	2	2	-
B1M55	Academic Skills	Auxiliary	1	2	2	-
B1M56	Monuments and History of Islamic and Coptic Egypt	Auxiliary	1	2	2	-
B1M57	Computer Applications in Tourism Marketing (1)	Auxiliary	1	2	2	-
B1M58	Monuments and History of Modern Egypt	Auxiliary	1	2	2	-
B1M59	Computer Applications in Tourism Marketing (2)	Auxiliary	1	2	2	B1M57
B1M60	Entrepreneurship and Innovation Management in Tourism	Specialised	1	2	2	-
B1M61	New Trends in tourism	Specialised	1	2	2	-
B1M62	Tourism Crises Management	Specialised	1	2	2	-
B1M63	Risk Management and Tourism Security	Specialised	1	2	2	-
Total			8	16	16	-

* Student selects (8) courses from elective courses (16 credit hours)





Article (24): Study Plan Schedule "Bachelor of Tourism Marketing Programme" In English
Special Education Programme - Credit Hours System
First Level
Table (1/1) "16 Credit Hours"

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching Hours (Th.)*		Grade Distribution			Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)
				(Pr.)	Credits	Written	Mid-Term	Practical / Oral	Year's Work	Total			
1	B1M18	Introduction to Tourism	Basic	2	2	60	20	-	20	20	100	50	2
2	B1M21	Egyptian Tourism Regions	Specialised	3	3	60	20	-	20	20	100	50	2
3	B1M22	Tourism Marketing Principles	Specialised	3	3	60	20	-	20	20	100	50	2
4	B1M2	Specialised First Foreign Language "1"	Basic	1	2	60	20	10	10	10	100	50	2
5	B1M10	Specialised Second Foreign Language "1"	Basic	1	2	60	20	10	10	10	100	50	2
6	B1M1	Human Rights and General Legal Principles	Auxiliary	2	2	60	20	-	20	20	100	50	2
7	-	Elective Course Table (1/2)	Specialised	1	2	60	20	10	10	10	100	50	2
		Total		13	6	16	-	-	-	-	700	350	

* Theoretical (Th.)

**Practical (Pr.)

Table (1/2) Elective Courses

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours (Th.)*		Grade Distribution			Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)
				(Pr.)	Credits	Written	Mid-Term	Practical / Oral	Year's Work	Total			
7-1	B1M48	Tourism Management	Specialised	1	2	60	20	10	10	10	100	50	2
7-2	B1M49	Sustainable Tourism and Environment	Specialised	1	2	60	20	10	10	10	100	50	2



إعتماد
مجلس الجامعة
تاريخ ١٩/١٦/٢٠١٧



First Level
Second Term "14 Credit Hours"
Table (1/3)

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching Hours		Grade Distribution "Highest Grade"					Lowest Grade	Exam Time (Hours)	Prerequisite
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term	Practical /Oral	Year's Work			
1	BIM23	International Tourism Markets and Destinations	Specialised	2	2	3	60	20	10	10	100	2	-
2	BIM24	Tourism Legislations	Basic	2	2	2	60	20	-	20	100	2	-
3	BIM19	Egypt History, Monuments through Pharaonic Ages	Auxiliary	3	2	60	60	20	20	20	100	2	-
4	BIM3	Specialised First Foreign Language "2"	Basic	1	2	2	60	20	10	10	100	2	BIM2
5	BIM11	Specialised Second Foreign Language "2"	Basic	1	2	2	60	20	10	10	100	2	BIM10
6	-	Elective Course Table (1/4)	Specialised	1	2	2	60	20	10	10	100	2	-
		Total		10	8	14	-	-	-	-	600	300	-

* Theoretical (Th.)

**Practical (Pr.)

Table (1/4) Elective Courses

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Grade Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)	
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term /Oral			Practical /Oral
6-1	BIM50	Time Management and Pressures in Tourism Marketing	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	2
6-2	BIM51	Customers and Tourism Suppliers	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	2





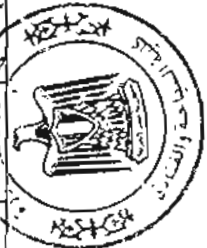
Second Level
First Term "18 Credit Hours"
Table (2/1)

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching Hours		Grade Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)	Prerequisite		
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term				Practical / Oral	Year's Work
1	B1M25	Tourism Consumer Behaviour Analysis	Specialised	2	2	3	60	20	10	100	50	2	-
2	B1M26	Tourism Product Pricing	Specialised	2	2	3	60	20	10	100	50	2	B1M22
3	B1M27	Travel Agencies & Airlines Operations	Specialised	2	2	3	60	20	10	100	50	2	-
4	B1M20	Hospitality Industry	Auxiliary	3	-	3	60	20	-	100	50	2	-
5	B1M4	Specialised First Foreign Language "3"	Basic	1	2	2	60	20	10	100	50	2	B1M3
6	B1M12	Specialised Second Foreign Language "3"	Basic	1	2	2	60	20	10	100	50	2	B1M11
7	-	Elective Course "Table (2/2)"	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	50	2	-
Total				12	12	18	-	-	-	700	350	-	-

* Theoretical (Th.) **Practical (Pr.)

Table (2/2) Elective Courses

Course No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours (Th.) / (Pr.) **	Credits	Grade Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)		
						Written	Mid-Term	Practical / Oral				
7-1	B1M52	Tourism Economics	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	50	2
7-2	B1M53	Competitive Advantage in Tourism	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	50	2





Second Level
Second Term "14 Credit Hours"
Table (2/3)

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching Hours		Grade Distribution "Highest Grade"				Lowest Grade	Exam Time (Hours)	Prerequisite		
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term	Practical / Oral				Year's Work	Total
1	BIM28	Tourism Marketing Strategies	Specialised	2	2	3	60	20	10	10	100	50	2	BIM22
2	BIM29	Tourism Promotion	Specialised	2	2	3	60	20	10	10	100	50	2	BIM22
3	BIM30	Diving Centres Operations	Specialised	2	2	2	60	20	10	20	100	50	2	-
4	BIM5	Specialised First Foreign Language "4"	Basic	1	2	2	60	20	10	10	100	50	2	BIM4
5	BIM13	Specialised Second Foreign Language "4"	Basic	1	2	2	60	20	10	10	100	50	2	BIM12
6	-	Elective Course "Table (2/4)"	Auxiliary	1	2	2	60	20	10	10	100	50	2	-
		Total		9	10	14	-	-	-	-	600	300		
7	BIM49	Field Training "1"	-	-	-	-	-	-	-	-	100	50		

* Theoretical (Th.) **Practical (Pr.)

Table (2/4) Elective Courses

Course No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours (Th.) *	Credits (Pr.) **	Grade Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)		
						Written	Mid-Term	Practical / Oral				
6-1	BIM54	Graeco-Roman History and Monuments	Auxiliary	1	2	2	60	20	10	100	50	2
6-2	BIM55	Academic Skills	Auxiliary	1	2	2	60	20	10	100	50	2





Third Level
Second Term "15 Credit Hours"
Table (3/3)

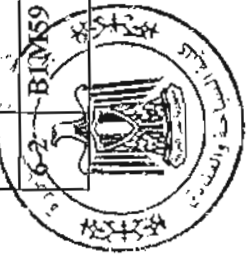
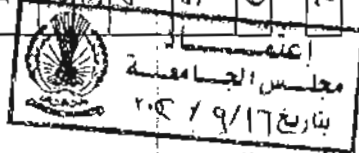
No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching Hours		Grade Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)	Prerequisite
				(Th.) *	(Pr.) **	Written	Mid-Term	Practical / Oral			
1	BIM35	New Trends in Tourism Marketing (2)	Specialised	2	2	60	20	10	100	2	B1M31
2	BIM38	Internal Tourism Marketing	Distinguished	2	2	60	20	10	100	2	B1M22
3	BIM39	Content Marketing and SEO.	Distinguished	2	2	60	20	10	100	2	B1M34
4	B1M7	Specialised First Foreign Language "6"	Basic	1	2	60	20	10	100	2	B1M6
5	B1M15	Specialised Second Foreign Language "6"	Basic	1	2	60	20	10	100	2	B1M14
6	-	Elective Course "Table (3/4)"	Auxiliary	1	2	60	20	10	100	2	-
7	B1M50	Field Training "2"	-	9	12	-	-	-	600	300	-
		Total		-	-	-	-	-	100	50	-

* Theoretical (Th.)

** Practical (Pr.)

Table (3/4) Elective Courses

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Grade Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)	
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term			Practical / Oral
6-1	BIM58	Monuments and History of Modern Egypt	Auxiliary	1	2	2	60	20	10	100	2
6-2	BIM59	Computer Applications in Tourism Marketing (2)	Auxiliary	1	2	2	60	20	10	100	2



Handwritten signature



Third Level
Frist Term "17 Credit Hours"
Table (3/1)

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching Hours		Grade Distribution "Highest Grade"				Lowest Grade	Exam Time (Hours)	Prerequisite
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term	Practical / Oral			
1	B1M31	New Trends in Tourism Marketing (1)	Specialised	2	2	3	60	20	10	10	100	B1M29
2	B1M32	Tourism Product Points of Distribution	Specialised	1	2	2	60	20	10	10	100	B1M22
3	B1M33	Tourism Integrated Marketing Communication	Distinguished	3	-	3	60	20	-	20	100	-
4	B1M34	Electronic Tourism Marketing Principles	Specialised	2	2	3	60	20	10	10	100	B1M22
5	B1M6	Specialised First Foreign Language "5"	Basic	1	2	2	60	20	10	10	100	B1M5
6	B1M14	Specialised Second Foreign Language "5"	Basic	1	2	2	60	20	10	10	100	B1M13
7	-	Elective Course "Table (3/2)"	Auxiliary	1	2	2	60	20	10	10	100	-
		Total		11	12	17	-	-	-	-	700	350

* Theoretical (Th.) **Practical (Pr.)

Table (3/2) Elective Courses

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Grade Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)			
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term			Practical / Oral	Year's Work	Total
7-1	B1M56	Monuments and History of Islamic and Coptic Egypt	Auxiliary	1	2	2	60	20	10	10	100	50	2
7-2	B1M57	Computer Applications in Tourism Marketing (1)	Auxiliary	1	2	2	60	20	10	10	100	50	2





Forth Level
Frist Term "17 Credit Hours"
Table (4/1)

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching Hours		Grade-Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)	Prerequisite
				(Th.) *	(Pr.) **	Written	Mid-Term	Practical / Oral			
1	BIM38	Brand Tourism Marketing	Distinguished	2	2	60	20	10	10	100	BIM35
2	BIM39	Multisensory Tourism Marketing	Distinguished	2	2	60	20	10	10	100	BIM35
3	BIM40	Green Tourism Marketing	Distinguished	2	2	60	20	10	10	100	BIM35
4	BIM41	Tourism Demarketing	Distinguished	1	2	60	20	10	10	100	BIM35
5	BIM8	Specialised First Foreign Language "7"	Basic	1	2	60	20	10	10	100	BIM7
6	BIM16	Specialised Second Foreign Language "7"	Basic	1	2	60	20	10	10	100	BIM15
7	-	Elective Course "Table (4/2)"	Specialised	1	2	60	20	10	10	100	50
		Total		10	14	-	-	-	-	700	350

* Theoretical (Th.)

**Practical (Pr.)

Table (4/2) Elective Courses

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Grade-Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)	
				(Th.) *	(Pr.) **	Written	Mid-Term	Practical / Oral			Year's Work
	BIM60	Entrepreneurship and Innovation Management in Tourism	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	50
	BIM61	New Trends in tourism	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	50

Forth Level

8446



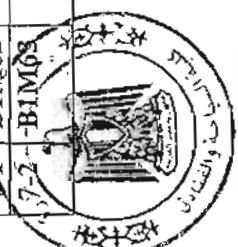
Second Term "15 Credit Hours"
Table (4/3)

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching Hours		Grade Distribution "Highest Grade"				Lowest Grade	Exam Time (Hours)	Prerequisite	
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term	Practical / Oral				Year's Work
1	B1M42	Conference Marketing	Specialised	2	2	3	60	20	10	10	100	2	B1M37
2	B1M43	Tourism Marketing Research	Specialised	3	-	3	60	20	-	20	100	2	B1M22
3	B1M44	Marketing Deception in Tourism	Distinguished	2	2	3	60	20	10	10	100	2	-
4	B1M45	Marketing of Special Mega-Events	Specialised	1	2	2	60	20	10	10	100	2	B1M35
5	B1M9	Specialised First Foreign Language "8"	Basic	1	2	2	60	20	10	10	100	2	B1M8
6	B1M17	Specialised Second Foreign Language "8"	Basic	1	2	2	60	20	10	10	100	2	B1M16
7	-	Elective Course "Table (4/4)"	Specialised	1	2	2	60	20	10	10	100	2	-
Total				11	12	17	-	-	-	-	700	350	-

* Theoretical (Th.) **Practical (Pr.)

Table (4/4) Elective Courses

No.	Course Code	Course Title	Type of Science	Teaching hours		Grade Distribution "Highest Grade"			Lowest Grade	Exam Time (Hours)	
				(Th.) *	(Pr.) **	Credits	Written	Mid-Term			Practical / Oral
7-1	B1M62	Tourism Crises Management	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	2
7-2	B1M65	Risk Management and Tourism Security	Specialised	1	2	2	60	20	10	100	2



اعتماد
مجلس الجامعة
2019/11/20



Article (25): Courses Description

"Bachelor of Science in Tourism Marketing" In English

B1M1 Human Rights and General Legal Principles (University Requirements)

This course aims at familiarising students with:

- The concept of human rights.
- The origin, evolution and forms of human rights."
- Human rights in Islam.
- The role of civil society in the defence of human rights.

B1M2 Specialised First Foreign Language "1" (Faculty Requirements)

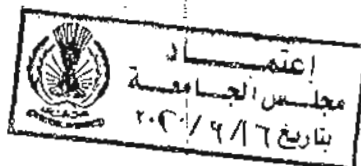
This course aims at familiarising students with:

- Tourism marketing definitions and related terminologies.
- Reading comprehensions concerning tourism in Egypt and in other countries around the world.
- Different forms of tourism in Egypt as well as other countries.
- Developing students' pronunciation skills and enriching the English vocabulary by identifying different synonyms of English words and verbs.

B1M3 Specialised First Foreign Language "2" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Revising different tenses in the English language.
- Discussing different situations through dialogues and conversations.
- Writing a correct sentence in English.
- Translating different specialised topics concerning tourism marketing.
- Familiarising students with the use of paper and electronic dictionaries.





B1M4 Specialised First Foreign Language "3" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Discussing different topics concerning the tourism industry.
- Reading dialogues in travel agencies and airline companies.
- Reading different topics concerning tourism establishments.
- Improving students' listening skills.
- Studying more grammar.

B1M5 Specialised First Foreign Language "4" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Developing students listening skills.
- Increasing students' acquaintance with English idioms and phrases.
- Studying more grammar and translation.

B1M6 Specialised First Foreign Language "5" (Faculty Requirements)

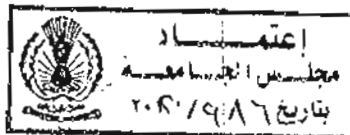
This course aims at:

- Developing students listening skills.
- Increasing students' acquaintance with English idioms and phrases.
- Discussing different topics regarding new trends in tourism marketing.

B1M7 Specialised First Foreign Language "6" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Training students on translating different paragraphs.
- Training students on writing articles as well as reading different topics concerning convention tourism, tourism transport, tourism correspondence, tourism complaints and grammar.
- Encouraging students in discussion and interaction in English.





B1M8 Specialised First Foreign Language "7" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Discussing different topics concerning tourists' psychology and new trends in tourism marketing.
- Training students on translating general topics.
- Improving students' speaking skills through discussion sessions.

B1M9 Specialised First Foreign Language "8" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Discussing different topics concerning tourism crises.
- Discussing different topics concerning the mental image of the tourism destination.
- Training students on translation and speaking skills through discussion sessions.

B1M10 Specialised Second Foreign Language "1" (Faculty Requirements)

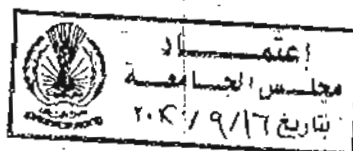
This course aims at:

- Familiarising students with terminologies and definitions concerning the international tourism industry.
- Reading different topics concerning the tourism industry in Egypt and around the world.
- Training students on the correct pronunciation.

B1M11 Specialised Second Foreign Language "2" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Revising different tenses of the English language.
- Writing a correct sentence.
- Discussing different situations through dialogues and conversations.
- Translating different specialised topics concerning tourism marketing.
- Familiarising students with the use of paper and electronic dictionaries.





B1M12 Specialised Second Foreign Language "3" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Discussing different topics concerning the tourism industry.
- Reading dialogues in travel agencies and airline companies.
- Reading different topics concerning tourism establishments.
- Improving students' translation and listening skills
- Revising on grammar.

B1M13 Specialised Second Foreign Language "4" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Developing students' listening skills.
- Increasing students' acquaintance with English idioms and phrases.
- Improving students' translation and listening skills
- Revising on grammar.

B1M14 Specialised Second Foreign Language "5" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Discussing different topics regarding new trends in tourism marketing.
- Increasing students' acquaintance with English idioms and phrases.
- Improving students' translation and listening skills.
- Revising on grammar.

B1M15 Specialised Second Foreign Language "6" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Improving students' writing skills by training them on writing different topics concerning convention tourism, tourism transport, tourism correspondence, tourism complaints and grammar.
- Improving students' translation and listening skills.





B1M16 Specialised Second Foreign Language "7" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Discussing different reading topics concerning tourists' psychology and new trends in tourism marketing.
- Improving students' translation skills by translating general topics.
- Improving students' speaking skills through discussion sessions.

B1M17 Specialised Second Foreign Language "8" (Faculty Requirements)

This course aims at:

- Discussing different topics concerning tourism crises.
- Discussing different topics concerning tourism destinations.
- Improving students' speaking skills through discussion sessions.

B1M18 Introduction to Tourism (Faculty Requirements)

This course aims at familiarising students with:

- The concept of tourism industry, its trends and related terminologies.
- An overview of international tourism markets and tourists behaviours.
- An overview of studying the trademark.
- An overview of impacts of international tourism and sustainability challenges.
- An overview of studying the international tourism environment and the external factors affecting it.

B1M19 Egypt History, Monuments through Pharaonic Ages (Faculty Requirements)

This course aims at familiarising students with:

- The Egyptian history and the Egyptian monuments starting from the prehistoric ages until the 30th dynasty.





B1M20 Hospitality Industry (Faculty Requirements)

This course aims at familiarising students with:

- The concept of hospitality.
- The hospitality as an industry, service and art.
- Characteristics of the hospitality industry.
- The historical development of the hotels' industry.
- Types of hotels and their related services.
- The organisational structure of hotel establishments.
- The concept of hotels' management.
- Characteristics of hotel' services.
- An overview of the tasks of hotels departments.
- An overview of new trends in the hospitality industry.

B1M21 Egyptian Tourism Regions (Obligatory)

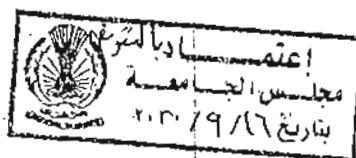
This course aims at familiarising students with:

- Egypt's location and frontiers.
- The role of geography in tourism activities.
- Natural reserves in Egypt.
- Tourism in the north coast region and the Egyptian western desert.
- Tourism in the New Valley, Upper Egypt, Greater Cairo region, Fayoum, the Red Sea Region, Suez Canal and Sinai Peninsula.

B1M22 Tourism Marketing Principles (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The hospitality management in the international tourism industry.
- The concept of tourism marketing.
- Understanding the needs of tourists and tourism markets.
- Preparing an integrated tourism marketing plan.
- An overview of the tourism marketing mix.



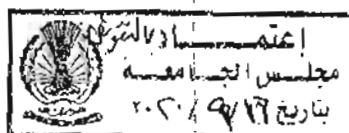


- Clarifying the development of marketing in tourism.
- Explaining the available tools of marketeers for carrying out marketing strategies and policies in tourism establishments.
- Explaining the importance, objectives and types of tourism marketing.
- Explaining the concept, importance and components of tourism marketing information systems.
- The tourism product. - The tourism product's life cycle. - Rules of developing tourism products. - Principals of managing the tourism product.
- Development methods for the provided tourism products. - Importance of innovating new tourism products and services. - The continuous development of the traditional tourism products. - The strategic role of the new tourism products and services in creating a competitive advantage for the tourism destinations and establishments. Understanding the changing marketing environment.
- Using traditional and non-traditional market researches for determining tourists' needs.
- Developing new tourism products and services depending on models' evaluations.

B1M23 International Tourism Markets and Destinations (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- Tourism markets.
- Major tourism markets around the world.
- Major tour operators around the world.
- Tourism market power.
- International tourism regions "The Americas, Europe, Africa, the Middle East, Asia and Australia".
- Studying and analysing the significant international incoming tourism markets to Egypt, as well as determining primary, secondary and potential markets.
- Studying the foremost international tourism destinations including their features, tourism factors, their foremost marketing strategies and comparing them with the Egyptian tourism





B1M24 Tourism Legislations (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The regulatory legislations of travel agencies, diving centres, bazaars and airline companies.

B1M25 Tourism Consumer Behaviour Analysis (Obligatory)

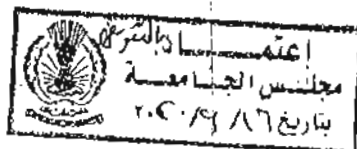
This course aims at familiarising students with:

- Basic concepts of tourism consumer behaviour.
- Factors affecting the tourists' consumption behaviour.
- Identifying the role of motivations, perceptions, education, personality and trends in affecting the tourism consumer behaviour.
- Identifying cognitive, social and behavioural factors in relation with the tourism consumer's purchasing decisions.
- The decision making process of the tourism consumer and the tourism establishments' marketing efforts for affecting it.
- Identifying the decision making process for new tourism products.
- Understanding the tourism consumer's behaviour for carrying out an effective tourism marketing strategy.
- Understanding the behaviour of digital tourism consumer.

B1M26 Tourism Product Pricing (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The importance of pricing in tourism establishments.
- The relationship between pricing and the tourism marketing mix in tourism establishments.
- The relationship between pricing the tourism product and the tourism consumer behaviour, and its role in achieving a competitive advantage.
- Economic principles for determining the price of tourism service and tourism programme and their production costs.
- Steps, principles, strategies and methods of pricing the tourism product.





- The pricing environment.
- Pricing and the international tourism markets.
- The ethical aspects of pricing in tourism establishments.
- Problems of applying pricing strategies in tourism establishments.
- Studying reasons and suggestions for overcoming the price volatility of tourism products offered by travel agencies via internet including airlines tickets fares and tourism programmes.
- Pricing an integrated tourism programme.

BIM27 Travel Agencies & Airlines Operations (Obligatory)

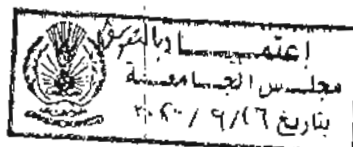
This course aims at familiarising students with:

- The travel agency's concepts, categories and its conditions.
- The interior organisation of travel agencies and its staff characterisation.
- The tourism programme and its components.
- Models of tourism programmes in different foreign languages.
- Preparing and carrying out tourism programmes.
- The role of tourist souvenirs in marketing and promoting tourism.
- Domestic and external marketing tools of handicrafts.
- Airlines Operations and services.

BIM28 Tourism Marketing Strategies (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The development of the crisis concept.
- The strategic analysis.
- Types of tourism strategies.
- Choosing the successful tourism marketing strategy.
- Creating and maintaining a competitive advantage for tourism establishments and destinations.
- Case studies concerning strategies of tourism marketing.





B1M29 Tourism Promotion (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The tourism promotion concept.
- The tourism promotion mix and their basis of selection.
- Tourism advertising, tourism media, public relations in tourism and the personal selling of tourism products.
- Steps of carrying out a tourism promotional campaign and methods for promoting sales of tourism products.
- Carrying out a promotional campaign for the tourism establishment and the tourism destination.

B1M30 Diving Centres Operations (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- Diving centres.
- Licence conditions for establishing and managing diving centres.
- Governmental and Non-governmental regulatory bodies for establishing diving centres in Egypt.
- Components of diving centres.
- Characteristics and qualifications of a diving centre manager.
- Diving centres and tourism safari yachts.

B1M31 New Trends in Tourism Marketing (1) (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- New strategies in tourism marketing.
- Tourism destinations and countries' experiences in using new marketing tools.
- Models of new trends in tourism marketing "digital tourism marketing, de-marketing of tourism product, green marketing in tourism establishments".
- An introduction to using social media in tourism marketing.





BIM32 Tourism Product Points of Distribution (Obligatory)

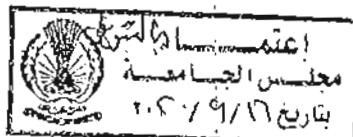
This course aims at familiarising students with:

- Managing the tourism product points of distribution.
- Preparing a distribution strategy matching the needs of modern tourists.
- An overview of different tourism products points of distribution such as tour operators, travel agencies, electronic media and international expositions.
- The impact of internet and technology on the tourism product's distribution channels.
- Tasks of the tourism product distribution channels.
- Criteria of choosing and managing the tourism product distribution channels and the integration amongst them.
- Tasks and main activities of distribution channels.
- Establishing and managing distribution channels in tourism markets.
- Economic and behavioural problems between tourism service providers and mediators in the tourism industry.
- Ways of co-operation between tourism service providers and mediators in the tourism industry.

BIM33 Tourism Integrated Marketing Communication (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- Principles and terminologies related to marketing communications.
- The concept of integrated marketing communications and its importance to tourism establishments and destinations.
- The impact of marketing communications on the tourist behaviour.
- The critical review of the components of the marketing communications mix in tourism.
- The practical use of marketing communications in tourism establishments.
- The role of marketing communication tools in the success of tourism marketing.
- The concept of Integrated Marketing Communications (IMC).
- Factors affecting the effective selection of IMC, its implementation and evaluation.
- The communication process.





- Items of marketing communications from a integrated perspective.
- Social, legal and ethical issues related to practices of marketing communications in tourism.
- Preparing programmes of integrated marketing communications in tourism establishments.

B1M34 Electronic Tourism Marketing Principles (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- An overview of electronic tourism marketing.
- The concept of e-marketing and e-commerce in tourism.
- Importance, basis and aspects of e-marketing in tourism.
- The foremost tourism marketing techniques via the internet.
- The difference between e-tourism marketing and traditional tourism marketing.
- Policies and applications e-marketing in tourism establishments.
- Tourism marketing via the e-mail.
- Advantages and disadvantages of e-tourism marketing.

B1M35 New Trends in Tourism Marketing (2) (Obligatory)

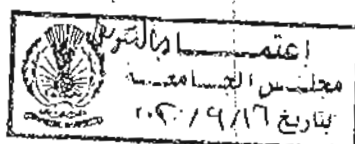
This course aims at familiarising students with:

- The concept of Tourism Real Time Marketing.
- The concept and applications of Cross Media Marketing in tourism.
- The concept and applications of Database Marketing in tourism.
- The concept and applications of Multi-Media Marketing in tourism.
- The concept and applications of Cause Marketing in tourism.
- The concept and applications of Diversity Marketing in tourism.
- The concept and applications of NeuroMarketing and Multilevel Marketing in tourism.

B1M36 Internal Tourism Marketing (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The concept, importance and objectives of internal marketing in tourism establishments.





- Advantages and disadvantages of internal marketing in tourism establishments.
- How internal marketing is applied in tourism establishments and models of its application.
- The internal tourism marketing in tourism establishments.
- Internal tourism marketing researches.
- The difference between internal and external tourism marketing in tourism establishments.

BIM37 Content Marketing and SEO (Obligatory)

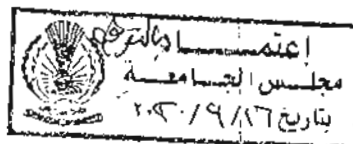
This course aims at familiarising students with:

- Creating search engines.
- Identifying the principles of Search Engines Optimisation (SEO).
- Carrying out and operating the Pay Per Click (PPC) campaigns.
- Rules and operations of Content Marketing.
- The management system of blogs and content.
- The Virtual reality (VR).
- The creative participation of customers.
- Marketing strategies of 360°.
- Designing electronic websites.

BIM38 Brand Tourism Marketing (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The concept of trademark.
- The relationship amongst trademarks, tourism products and tourism destinations.
- Types of trademarks and its importance in marketing.
- Identifying the difference between the trademarks and commercial data of the tourism establishment.
- The importance of the precise design of trademarks in tourism establishments and its legality.
- Case studies of the global trademarks of tourism establishments and destinations.





- Creating a trademark's value for tourism establishments depending on the basic theories and concepts.
- Strategic Management of the Tourism Destination Trademark.
- Analysing the tourism destinations trademark.
- Choosing the elements of tourism destinations' trademarks.
- Identifying the role of advertising and internet in developing the tourism destinations trademark.
- The international management of trademarks.

BIM39 Multisensory Tourism Marketing (Obligatory)

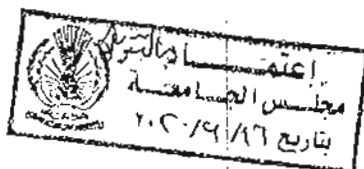
This course aims at familiarising students with:

- An overview of the Multisensory Marketing.
- The concept and types of Multisensory marketing.
- The impact of Multisensory marketing in the tourism consumer's behaviour.
- Applications of the Multisensory Marketing in the tourism services sector.
- The relationship between the Multisensory Marketing and the trademark of the tourism destination.
- Applications of the Multisensory Marketing in travel agencies, airline companies and tourism commodities shops.

BIM40 Green Tourism Marketing (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- An overview of the concept, advantages and applications of Green Marketing in tourism establishments.
- The relationship between green marketing and achieving sustainability in tourism.
- Identifying to what extent tourism establishments realise the concept of green marketing and their capability in applying it.
- Identifying the concept of the Cleaner Tourism Production.





B1M41 Tourism Demarketing (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The concept, types, strategies and tools of Demarketing in tourism establishments.
- The role of Demarketing in increasing the demand on natural reserves.
- Tools of Demarketing in tourism.
- Advantages and disadvantages of Demarketing in tourism.

B1M42 Conference Marketing (Obligatory)

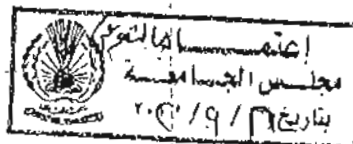
This course aims at familiarising students with:

- The current situation of the conference sector growth in Egypt and around the world.
- The size, trends and growth of destinations hosting conferences around the world.
- Marketing conferences and conference centres.

B1M43 Tourism Marketing Research (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The concept, importance and objectives of the international tourism marketing.
- The managerial uses of tourism marketing researches.
- Types of tourism marketing researches.
- Steps of carrying out marketing researches in tourism establishments.
- The basic data for carrying out a marketing research, and their sources.
- Preparing reports of the marketing research in tourism establishments.
- Clarifying the difference between marketing research and market research.
- Importance of tourism marketing researches and customers' data for developing strategies of tourism marketing of tourism destinations and establishments.
- Sources of customers' data collection such as internet and databases.
- Carrying out a real tourism establishment project.





B1M44 Marketing Deception in Tourism (Obligatory)

This course aims at familiarising students with:

- The concept of Marketing Deception and its applications in tourism.
- The history of Marketing Deception.
- Forms of Marketing Deception in tourism establishments.
- The impact of Marketing Deception on the mental image of tourism establishments and destinations.

B1M45 Marketing of Special Mega-Events (Obligatory)

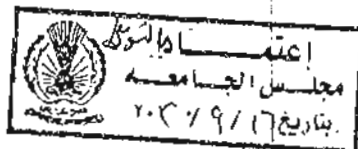
This course aims at familiarising students with:

- Understanding and applying the concepts of marketing international mega-events.
- Problems facing marketers in marketing mega tourism events.
- Skills of mega-events marketers.
- Characteristics of sports tourism, its requirements and its impact on sports and tourism services providers.
- The relationship amongst sport, special events and tourism.
- The foremost international tourism destinations in organising sports and special events.
- Potentials of the Egyptian tourism destination in organising and marketing of sports tourism and special events tourism.

B1M46 Field Training "1" (Obligatory)

This course aims at enabling the second level students to:

- Acquire the required skills for working in the sector of tourism marketing.
- Link the acquired theoretical knowledge of students with the required skills in the labour market.
- Acquire ethical behaviours in the field of tourism.
- Acquire mental, work and general skills for working in the tourism field.





B1M47 Field Training "2" (Obligatory)

This course aims at enabling the third level students to:

- Acquire the practical skill and training in tourism marketing before graduation.
- Understand the theoretical sciences of tourism marketing through professional practices.
- Acquire the potentials of taking responsibilities and timeliness.
- Acquire experiences of dealing with tourism service users.
- Develop skills of the teamwork and the ability in tackling problems.

B1M48 Tourism Management (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- The concept of tourism management.
- The development of the management concept.
- Clarifying the managerial tasks, planning, organisation, guidance and oversight.
- Identifying the new trends in management and its applications in tourism establishments.

B1M49 Sustainable Tourism and Environment (Optional)

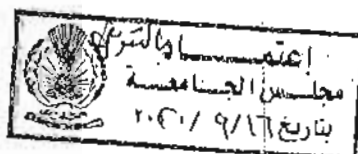
This course aims at familiarising students with:

- The relationship between the tourism industry and the natural environment.
- Methods of tourism management for preserving the biological diversity.
- Tourism management of natural resources.
- Sustainable tourism.
- Eco tourism.
- Social and cultural sustainability.
- The social impact of tourism.

B1M50 Time Management and Pressures in Tourism Marketing (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- Time management.
- Sources of work pressures in tourism marketing.
- Managing pressures of employees working in tourism marketing.





- Prioritisation.
- Time management and Exploitation for the sake of tourism marketing.

B1M51 Customers and Tourism Suppliers (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- Carrying out and implementing strategies and policies of customers' management in tourism.
- The relationship between the tourism establishment and its customers.
- The Business to customer relationship (B2C).
- The Business to Business relationship (B2B).
- Maintaining relationships with different types of customers.
- Studying customers' psychology through interview, questionnaire and observation.
- Customers' satisfaction.
- Psychological characteristics of people working in the tourism fields.
- Types of customers in tourism.
- Types of tourism suppliers and partners in tourism.

B1M52 Tourism Economics (Optional)

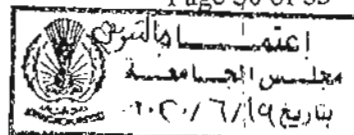
This course aims at familiarising students with:

- Tourism demand. - Tourist Supply. - Multiplier effect of tourism income. - Tourism investment. - Sharing economy. - Forecasting of tourist movement..

B1M53 Competitive Advantage in Tourism (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- The concept and causes o the competitive advantage.
- Factors and types of competitiveness.
- The concept, forms, objectives, sources of competitiveness.
- The contributions of tourism marketing in increasing the compositeness of tourism establishments and destinations.





B1M54 Graeco-Roman History and Monuments (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- The history and monuments of Egypt in the Graeco-Roman Era.

B1M55 Academic Skills (Optional)

This course aims at:

- Acquiring students some academic and practical skills to be independent learners e.g. using the information technology for getting information and data from different sources, effective presentation skills, problem solving skills, documenting information, methods of data collection and developing innovation and thinking skills.

B1M56 Monuments and History of Islamic and Coptic Egypt (Optional)

This course aims at familiarising students with Monuments and history of Islamic and Coptic Egypt.

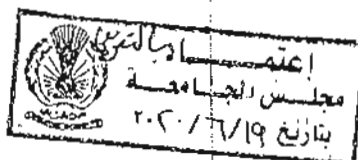
B1M57 Computer Applications in Tourism Marketing (1) (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- The computer and its basic parts
- Types of data.
- The digital system, files, files extension and the storage spaces.
- Computers generations.
- Information and communication technology.
- Word processing programmes,
- Writing, creating tables, inserting images and graphs and printing.

B1M58 Monuments and History of Modern Egypt (Optional)

This course aims at familiarising students with Monuments and History of Egypt in the modern age.





B1M59 Computer Applications in Tourism Marketing (2) (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- Tables processing programmes.
- Carrying out a statistical analysis by using Excel.
- Using the PowerPoint.
- Database programmes such as Access.
- Advanced computer programmes that can be exploited in tourism marketing.

B1M60 Entrepreneurship and Innovation Management in Tourism (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- Establishing a new pioneering project in tourism.
- Sources of funding for entrepreneurs in tourism.
- Determining and evaluating the chances for succeeding new tourism projects.
- Entrepreneurship culture.
- Entrepreneurship strategies.

B1M61 New Trends in Tourism (Optional)

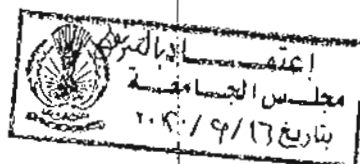
This course aims at familiarising students with:

- New trends in tourism patterns.
- Quantitative and qualitative changes in demand and supply of tourism.
- New tourism destinations and their impacts on tourism attractions.
- The quality of tourism services.

B1M62 Tourism Crises Management (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- An introduction to the concept of crises and the other related terms.
- Types of crises.
- Tourism crises.
- Managing tourism crises.





- Challenges facing the tourism sector and managing them.
- The political, economic, environmental and health crises that faced the Egyptian and international tourism.

B1M63 Risk Management and Tourism Security (Optional)

This course aims at familiarising students with:

- Concepts, principles and causes of risk and danger.
- Methods of risk management in the tourism sector.
- Importance and benefits of risk amendment.
- The basic factors of risk management.
- Risk management in tourism establishments.
- The historical development of tourism safety.
- Basics and aspects of tourism security.
- Security means for protecting tourism establishments and destinations.
- The relationship between tourism and security.



٢٠٢٠

