

## الدرس 2: مقدمة في التسويق السياحي

**1-تعريف التسويق السياحي:** التسويق السياحي هو مجموعة الأنشطة والاستراتيجيات التي تهدف إلى التعريف بالمقاصد والمنتجات والخدمات السياحية والترويج لها، بهدف جذب السياح، إشباع رغباتهم، وتحقيق عوائد اقتصادية للجهات السياحية.

ويعرف أيضا على أنه نشاط إداري وفني تقوم به المنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها في سبيل تحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثري فيها بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها وتحقيق التوافق بني المنتج السياحي ودوافع السائحين.

### 2-أهمية التسويق السياحي:

- إشباع رغبات السياح والزوار.
- تسويق المنتجات السياحية بطريقة مربحة.
- التعريف بالمنتجات السياحية الجديدة وإعطاء كل المعلومات اللازمة.
- غزو الأسواق الدولية من خلال اكتشاف الفرص التسويقية في هذه الأسواق.

### 3-عناصر التسويق السياحي:

- تحديد المجموعات السياحية المتوقع الاتصال بهم.
- خلق تصور مفصل وواضح لدى هؤلاء المجموعات عن المنطقة المطلوب تسويقها
- تحديد مكاتب السياحة والسفر والتنسيق مع تلك المكاتب بهدف استقبال تلك المجموعات السياحية.
- تحديد المنشآت السياحية القادرة على استقطاب تلك المجموعات وذلك من خلال التعاون والتنسيق مع المكاتب السياحية.
- عمل كافة الأنشطة المؤدية إلى إشباع حاجات هذه المجموعات ورغباتهم.
- توفر البنية المناسبة من شبكة المواصلات والاتصالات.

#### 4- المنظمات الدولية والهيكل المؤسساتية للسياحة:

أهمها المنظمة العالمية للسياحة: تأسست هذه المنظمة بصفة رسمية سنة 1969 وهي من أكبر المنظمات الدولية التي تعنى بشؤون السياحة العالمية.

أما عن الهياكل المؤسساتية للسياحة فنجد وزارات السياحة بالدول، الوكالات الحكومية التابعة للوزارات، وكالات سياحية شبه رسمية، مؤسسات القطاع الخاص في مجال السياحة.

#### المراجع:

-مزيان حمزة، التسويق السياحي، محاضرات في التسويق السياحي، جامعة الشلف، 2021-  
2022.