

التسويق الفندقي



الدكتور
خالد مقابلة

قسم السياحة/كلية الآثار والأنثروبولوجيا
جامعة اليرموك/أربد



الطبعة الأولى
2011

المحتويات

الصفحة

الموضوع

الفصل الأول

تسويق الخدمات الفندقية

14	أهداف الفصل
15	1. 1 السياحة والضيافة
18	1. 2 طبيعة الخدمات
20	1. 3 خصائص الخدمات
22	1. 4 تسويق الخدمات
24	1. 5 المزيج التسويقي للخدمات
28	1. 6 مشاكل تسويق الخدمات
29	خلاصة الفصل
30	أسئلة للمراجعة

الفصل الثانى

السوق الفندقى

32	أهداف الفصل
33	2. 1 تقديم
34	2. 2 جوانب اهتمام رجال التسويق الفندقى بالضيوف
36	2. 3 دوافع الشراء
37	2. 4 نموذج سلوك عميل الفندق
41	2. 5 عملية تقييم العملاء للخدمات الفندقية
48	2. 6 تجزئة السوق
51	2. 7 سيرة السوق
55	خلاصة الفصل
56	أسئلة للمراجعة

الفصل الثالث التنظيم التسويقي

58	أهداف الفصل
59	3. 1 ما هو التنظيم ؟
60	3. 2 نظرية التنظيم
61	3. 3 عملية التنظيم
62	3. 4 التنظيم التسويقي
67	3. 5 الوصف الوظيفي
72	3. 6 البناء الهيكلي للتسويق
74	3. 7 نموذج تنظيم تسويقي مقترح
77	الخلاصة
78	أسئلة للمراجعة

الفصل الرابع بحوث التسويق

80	أهداف الفصل
81	4. 1 ما المقصود ببحوث التسويق ؟
82	4. 2 مجالات بحوث التسويق
83	4. 3 تنظيم دائرة التسويق
84	4. 4 خطوات بحوث التسويق
90	4. 5 تطبيقات بحوث التسويق
93	خلاصة الفصل
94	أسئلة للمراجعة

الفصل الخامس مزيج الخدمات الفندقية

96	أهداف الفصل
97	1. 5 ما هي السلعة / الخدمة
99	2. 5 الخدمات الفندقية
103	3. 5 العوامل المؤثرة على الصورة الذهنية للفندق
104	4. 5 تنمية وتطوير الخدمات الجديدة
106	5. 5 مظاهر الخدمات الجديدة
109	الخلاصة
110	أسئلة للمراجعة

الفصل السادس التسعير

112	أهداف الفصل
113	1. 6 تقديم
114	2. 6 أهمية السعر
116	3. 6 العوامل المؤثرة على قرار التسعير
119	4. 6 أساليب التسعير
126	5. 6 مسائل خاصة في التسعير
130	خلاصة الفصل
131	أسئلة للمراجعة

الفصل السابع التوزيع

134	أهداف الفصل
-----	-------------

الموضوع	الصفحة
7. 1 تقديم	135
7. 2 تخطيط قنوات التوزيع	136
7. 3 الأنماط التنظيمية	140
7. 4 أعضاء قنوات التوزيع	141
7. 5 الموقع	148
7. 6 اتجاهات مستقبلية في قنوات التوزيع الفندقية	150
خلاصة الفصل	153
أسئلة للمراجعة	154

الفصل الثامن

الترويج

أهداف الفصل	156
8. 1 تقديم	157
8. 2 تطور مفهوم الترويج	157
8. 3 مزيج الترويج الفندقى	160
8. 4 البيع الشخصى	161
8. 5 البيع بواسطة التلفون	166
8. 6 رسائل البيع	168
8. 7 الإعلان	170
8. 8 تنشيط المبيعات	176
8. 9 العلاقات العامة	180
8. 10 الدعاية	187
8. 11 العرض التجارى	188
8. 12 الرعاية التجارية	191

الموضوع	الصفحة
8. 13 موازنة الميزج الترويجى	192
خلاصة الفصل	195
أسئلة للمراجعة	197

الفصل التاسع

الأفراد

أهداف الفصل	200
9. 1 تقديم	201
9. 2 الأفراد فى الصناعة الفندقية	203
9. 3 الأفراد - إدارة الفندق	204
9. 4 الأفراد - العاملين فى الفندق	208
9. 5 الأفراد - ضيوف الفندق	213
9. 6 الأفراد - أصحاب المصالح المختلفة	214
خلاصة الفصل	216
أسئلة للمراجعة	217

الفصل العاشر

المشاكل التسويقية فى الصناعة الفندقية

أهداف الفصل	220
10. 1 تقديم	221
10. 2 صناعة خدمات	221
10. 3 الصورة الذهنية	222
10. 4 رأس المال المستثمر	223
10. 5 موسمية أعمال الفندق	223
10. 6 الاعتماد على الصناعات الأخرى والتفاعل المتبادل معها	224

الصفحة

الموضوع

225	10. 7 العاملين في الفندق
225	10. 8 الموقع
226	10. 9 تشخيص الخدمات مقابل استخدام التكنولوجيا
226	10. 10 مصادر الدخل
226	10. 11 الفنادق المستقلة مقابل فنادق السلسلة
227	10. 12 العوز إلى التوجه التسويقي
227	10. 13 السلعة / الخدمة
228	10. 14 التسعير
228	10. 15 الترويج
229	10. 16 التوزيع
230	خلاصة الفصل
231	أسئلة للمراجعة

الفصل الحادي عشر

إدارة جودة الخدمات الفندقية وأثرها على ولاء العميل للفندق

234	أهداف الفصل
235	11. 1 تقديم
239	11. 2 رضا العملاء
242	11. 3 العلاقة بين التسويق والجودة
244	11. 4 ما هي أهم منافع الجودة ؟
248	11. 5 موسمية الطلب الفندقى وإدارة الجودة
252	خلاصة الفصل
254	أسئلة للمراجعة