

مدة الامتحان: ساعتان

العلامة القصوى: 80

اسم الطالب:

الرقم الجامعي:

امتحان مقرر: إدارة المواقع السياحية

السنة: الثانية

الفصل الأول، العام الدراسي 2023-2024

عدد الأسئلة: 4، عدد الصفحات: 1

جامعة دمشق

كلية السياحة

قسم إدارة المكاتب السياحية والارشاد السياحي

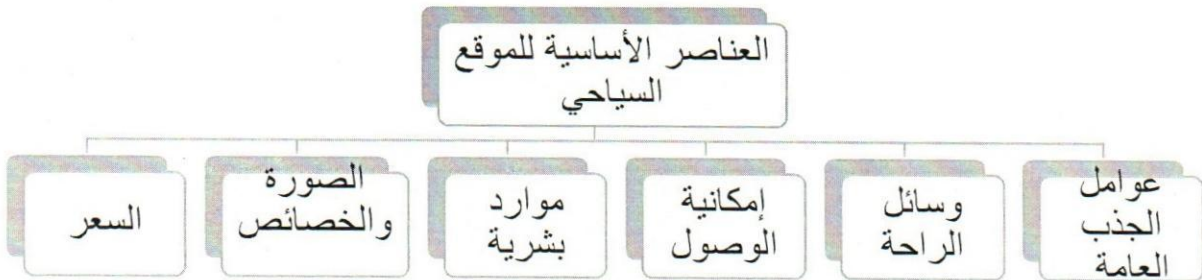
تاريخ الامتحان / / 2024

د. محمود الغفري

### أجب عن الأسئلة التالية:

السؤال الأول (20 درجة): تتطلب إدارة المواقع السياحية إلى وجود عدة عناصر، تحدث عن العناصر الأساسية لإدارة الموقع السياحي مع رسم المخطط المناسب.

تحتوي الوجيهات على عدد من العناصر الأساسية التي تجذب الزائر إلى الوجهة السياحية والتي تلبي احتياجاتهم عند الوصول. يمكن تقسيم هذه العناصر الأساسية إلى عوامل جذب والعناصر الأخرى المتبقية. تم تلخيص هذه في الشكل 1.



### الشكل 1- العناصر الأساسية للوجهة السياحية

عوامل الجذب. غالبًا ما تكون هذه هي محور اهتمام الزائر وقد توفر الدافع الأولي للسائح لزيارة الوجهة. يمكن تصنيفها على أنها طبيعية (مثل الشواطئ والجبال والمنتزهات، الطقس)، المبناني (مثل المباني الشهيرة مثل برج إيفل، والآثار التراثية، والمباني الدينية، المؤتمرات والمرافق الرياضية)، أو الثقافية (مثل المتاحف والمسارح والمعارض الفنية والفعاليات الثقافية). يمكن أن يكون في المجال العام مثل حديقة طبيعية أو مواقع ثقافية أو تاريخية أو يمكن أن يكون مجتمعًا عوامل الجذب والخدمات مثل الثقافة أو التراث أو نمط الحياة. عوامل أخرى أقل واقعية، مثل كما أن التفرّد والمحفزات العاطفية أو التجريبية تجذب السياح إلى الوجهات.

- التأكد من أن الخدمة التي يتم تقديمها تطابق المعايير التي تم وضعها مسبقاً.
- وضع الجدول الزمني للعاملين.
- أن يكون قدوة لجميع موظفي المؤسسة السياحية.
- أن يكون حلقة وصل بين الموظفين و بين المستويات الإدارية العليا.
- إعداد الموظف كي يكون قائد في المستقبل.

- كل تعداد (3 درجات) -  $3*6 = 18$  درجة

- سلامة لغة وتسلسل أفكار (درجتان)

**السؤال الثالث (20 درجة):** إدارة الموقع السياحي هي الإدارة المنسقة لجميع العناصر التي تشكل الموقع، ناقش ذلك مع رسم المخطط المناسب.

إدارة الوجهة هي الإدارة المنسقة لجميع العناصر التي تشكل الوجهة (مناطق الجذب، والمرافق، والوصول، والتسويق، والتسعير). تأخذ إدارة الوجهة استراتيجية نهج لربط هذه الكيانات المنفصلة جدًا في بعض الأحيان من أجل إدارة أفضل للوجهة السياحية. يمكن أن تساعد الإدارة المنضمة في تجنب ازدواجية الجهود فيما يتعلق بالترويج، وخدمات الزوار، التدريب ودعم الأعمال وتحديد الثغرات الإدارية التي لم تتم معالجتها. هناك العديد من الخيارات لإدارة الوجهة على النحو التالي:

- دائرة سلطة عامة واحدة؛
- شراكة السلطات العامة، يخدمها الشركاء؛
- شراكة بين السلطات العامة، تخدمها وحدة إدارة مشتركة؛
- تعهيد السلطة (الهيئات) العامة التسليم إلى الشركات الخاصة؛
- شراكة بين القطاعين العام والخاص لوظائف معينة - غالبًا في شكل مؤسسة غير ربحية؛
- جمعية أو شركة ممولة بحتة من خلال شراكة القطاع الخاص و / أو التجارة - مرة أخرى من أجل

وظائف معينة.

يجب أن تتواجد فيها تنمية السياحة. سيكون من الضروري توفير DMO قوي وموثوق القيادة وقيادة وتنسيق هذه العملية. يشمل إنشاء البيئة المناسبة ما يلي:

- التخطيط والبنية التحتية؛
  - تنمية الموارد البشرية؛
  - تطوير المنتج
  - تطوير التكنولوجيا والأنظمة؛
  - الصناعات ذات الصلة والمشتريات.
- تسويق. يجب أن يتجه تسويق الوجهة إلى الخارج لجذب الزوار إلى المنطقة. يجب أن تعزز ما هو الأكثر جاذبية للزوار المحتملين والأكثر ترجيحاً لإقناعهم بالمجيء. الوظائف الرئيسية نكون:
- الترويج للوجهة ، بما في ذلك العلامة التجارية والصورة؛
  - حملات لتوجيه الأعمال، ولا سيما إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة (المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر)؛
  - خدمات المعلومات غير المتحيزة.
  - تشغيل / تسهيل الحجوزات؛
  - CRM (إدارة علاقات العملاء).
  - المخطط (10 درجات)
  - شرح كل نقطة درجتان -  $4 * 2 = 8$  درجات
  - سلامة لغة وتسلسل أفكار (درجتان)

السؤال الرابع (20 درجة): يتميز القطاع السياحي السوري بوجود العديد من نقاط القوة في العديد من المجالات، عدد نقاط القوة للقطاع السياحي السوري في مجال جودة المنتج.

1- في مجال جودة المنتج
• حرارة الاستقبال وكرم الضيافة المتميز به الشعب السوري للسياح.