

1 .
 1811
 Boyer)
 2(2003
 3.8 2002 3
 % 11
 325 120
 700 2002 1985
 % 10 260
 2020 1.6
 4 . 3
 :

1

:-

.160 2005

Christine DEMEN MEYER , *le tourisme :ESSAI DEFINITION* ,<http://www.cairn.info/revue--management-et-avenir-2005-1-p-7.htm?whatU=tourisme&Auteur=&doc=&ID-ARTICLE+MAV003-0007>.

gouvernance en écotourisme : *développement durable, développement régional et démocratie participative* :http://irec.net/index.jsp?p=28etf=151*f151.

⁴ - ماجد فهمي نجم ، *التأهيل و التدريب في القطاع السياحي ، و الخدمات المساندة للقطاع* ، دراسة حالة عن سلطنة عمان ، ملتقى صناعة السياحة في الوطن العربي من منظور استراتيجي و إداري و تنموي ، تونس 2006.

1

%98

.

.

.

.

:

:

:

الكلمات الدالة : السياحة ، السائح ، التسويق السياحي ، الخدمة السياحية ، الجاذبية السياحية .

:

.

.

.

.

:

:

البعد الموضوعي :

تم معالجة هذا البحث من طرف العديد من الباحثين ، لكن هذا القطاع لم يتحرك عجلته نحو التطور بعد .

البعد الزمني :

امتدت فترة دراسة هذا البحث منذ مارس 2009 إلى غاية سبتمبر 2010 .

البعد المكاني :

تم الحصول على المعلومات في الدراسة النظرية من مختلف المكتبات الجامعية المتواجدة بالولايات التالية : مستغانم ، تلمسان ووهران ، أما الدراسة التطبيقية فقد اعتمدت على تقارير و دراسات كل من مديرية السياحة ، و مديرية الثقافة و محافظة الغابات ، و مديرية البناء و التعمير و التخطيط ، و مكتب الدراسات العمومية ، مديرية البيئة ، الدرك الوطني المصلحة الولائية لولاية مستغانم، الأمن الولائي لولاية مستغانم، فنادق و مطاعم الولاية .

المنهج المتبع في البحث :

للإجابة على الإشكالية و إثبات صحة الفرضيات ، تم إتباع المنهج الوصفي و التحليلي ، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يخص مختلف المفاهيم و التعاريف التي تمس الموضوع ، و المنهج التحليلي الذي اعتمد عليه في التعليق على مختلف الجداول، النسب المئوية ، الدائرة النسبية و غيرها .

صعوبات البحث :

- ضيق الوقت لإتمام البحث .
- نقص اهتمام الهيئات المعنية بقطاع السياحة ، و تجاهل مدى أهميتها.
- تجديد النسب و الأرقام المتعلقة بالسياحة على مستوى الهيئات و الوزارات المختصة ، و حتى المواقع الالكترونية التي تنحصر المعلومات فيها غير آنية .

الدراسات السابقة :

- يتميز موضوع البحث بوفرة الدراسات و البحوث محليا و دوليا ، لكن تنقصها الدراسة الميدانية خاصة بالنسبة للخدمات السياحية ، و وسائل الإعلام ، و من بين الدراسات نذكر ما يلي :
- رسائل الدكتوراه و الماجستير ، المقالات ، و الملتقيات .

تقسيمات البحث :

لدراسة هذا الموضوع قُسم البحث إلى ثلاث فصول ، فصلين مخصصين للجانب النظري و فصل للجانب التطبيقي .

الفصل الأول :

عولج في هذا الفصل عدة مفاهيم عن السياحة و دورها في التنمية الاقتصادية ، و السائح بمختلف سلوكياته ، و كذا علاقة السياحة بالبيئة و المجتمع وكذا الثقافة .

الفصل الثاني :

تطرقنا في هذا الفصل إلى معالجة الجاذبية السياحية للمنطقة ، و التعرف على مختلف أدواتها ، و معايير اختيار المنطقة السياحية ، و مختلف النظريات التي عالجتها.

الفصل الثالث :

تم فيه إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي ، كانت الدراسة ميدانية حول جاذبية منطقة مستغانم السياحية ، و ذكر مختلف مقوماتها التاريخية ، الثقافية ، السياحية و غيرها ، و أنواع السياحة المتواجدة فيها ، و محاولة إثراءها باستخدام وسائل التسويق .

:

:

-1

-2

:

-1

:

.

1

:

.

.

:

1

2

3

13 2001 15 2008 74 2004

1
- . 2
3

1

.

.

.

.

:

2

1 :

:

1 1

.

.

(164)

«philion »

:

()

.¹

:

2 1

.²

.
:
: (8000)

.
:
: (2175 3000)

.
:
: (1200)

.

: (776)

.¹

: (400 500)

.

: (200)

.

. :

: (300)

.

: (1100 600)

.

: (1270 1096)

.

: (1300 1100)

" " magna carta "

" Marco polo "

.
:
(1351 1347)

.
:
(1500)

.
:
(1600)

" "
.
:
(1825 1700)

.
:
(1903 1841)

" Thomas cook "

" " " wright brothers"

. " "

: (1919 1914)

.

: (1939 1930)

.

: (1945 1939)

.

: (1957)

" sputnik "

: (1970 1961)

"

"

" jet "

.

:

.

:

1.

: 3 1

: 1 3 1

" TOUR TORNO" " "TOURISM"

1643
3.

2

: 2 3 1

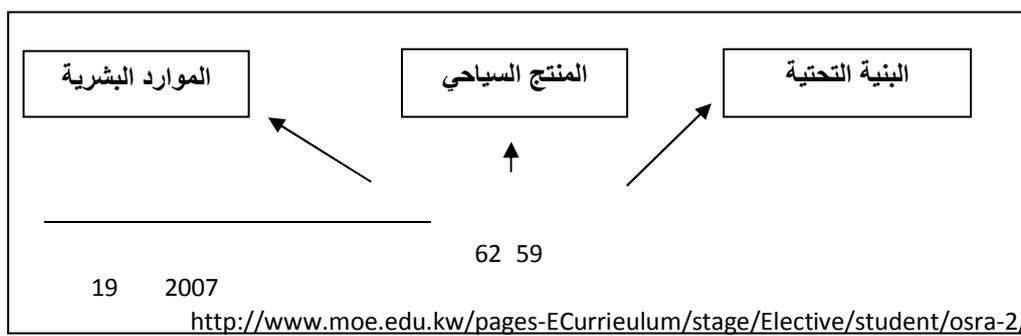
4

24

5.

:

" (1 1)"



62 59

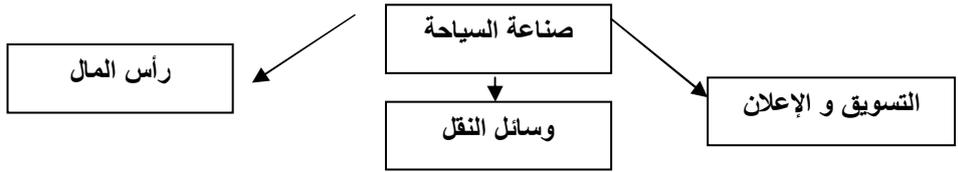
19 2007

<http://www.moe.edu.kw/pages-ECurrieulum/stage/Elective/student/osra-2/02.pdf.p13>

.22 1997

24.

1
2
3
4
5



Source : <http://www.moe.edu.kw/pages-ECurrieulum/stage/Elective/student/osra-2/02.pdf>.p15

:

.

.

1.

: **Sholleron Herman Von**

1910

.

Marc²(

Boyer)³

.

: 1 2 3 1

(17)

(1672)

.()

1

42 2001

-Jean -pierre LOZATO-GIOTART ,*Géographie du tourisme de l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, éditions PEARSON ,France ,2003,p9²

169 2008 1

3

" tourism "

...

: 2 2 3 1

(1) "

1 "(2)

: 4 1

: 1 4 1 :

2 ...

3

: 2 4 1

.

: 5 1

:

: 1 5 1

: 1 1 5 1 :

.
:
2 1 5 1

. 1
.
:
2 5 1

:
1 2 5 1 :

.
:
2 2 5 1

.
:
:

. 2

: 3 2 5 1

: . 1

:

.

:

: .

:

.

:

.

:

"Priory Hospital

"

. 2

مصر:

" "

.

.

:

.1

: 4 2 5 1

.2

: 5 2 5 1

3

: 6 2 5 1

.4 ...

¹ _

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9

266

" "

2

185 184

3

39 2007 1

4

. 1

. 2

: 7 2 5 1

3

. 4

(2010) 2006
 %5⁵(15)
) Pravin Gordhan (%1.5) (
 () € 2.8 .2012 (%3.6) 2010

. 6

1 : 8 2 5

264 " " -1
 173 (1) -2
 2001 -3
 259 -4
 184 183

Jean-Michel HOERNER, *Géopolitique du tourisme*, éditions ARMAND COLIN, paris, France -⁵
 ,2008, pp80-81.

L'Afrique du Sud attend beaucoup de la coupe du monde, EL WATAN ECONOMIE -⁶
 supplément hebdomadaire n°232 p13 du 22 au 28 février 2010 .

:
.
: 9 2 5 1

:
:
.

:

.

: -
. 2

: 10 2 5 1

. 3

.
: 11 2 5 1

.¹
:
12 2 5 1

.²
:
13 2 5 1

3
.
4

.⁵
:
14 2 5 1

.⁶
:
15 2 5 1

.
:
16 2 5 1

<http://www.ingdz.com/vb/archive/index.php/t-49217.html> ¹

<http://www.feedo.net/LifeStyle/TravelTripsRelaxation/TourismAllOverWorld.htm> ²
₃

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9

⁴ <http://www.ahlabaht.com/32385716>.

⁵ <http://www.moe.edu.kw/pages/sectors/07/.../std-ref%5travel.doc>.

⁶ <http://www.3bia.com/vb/3bia19364>.

1

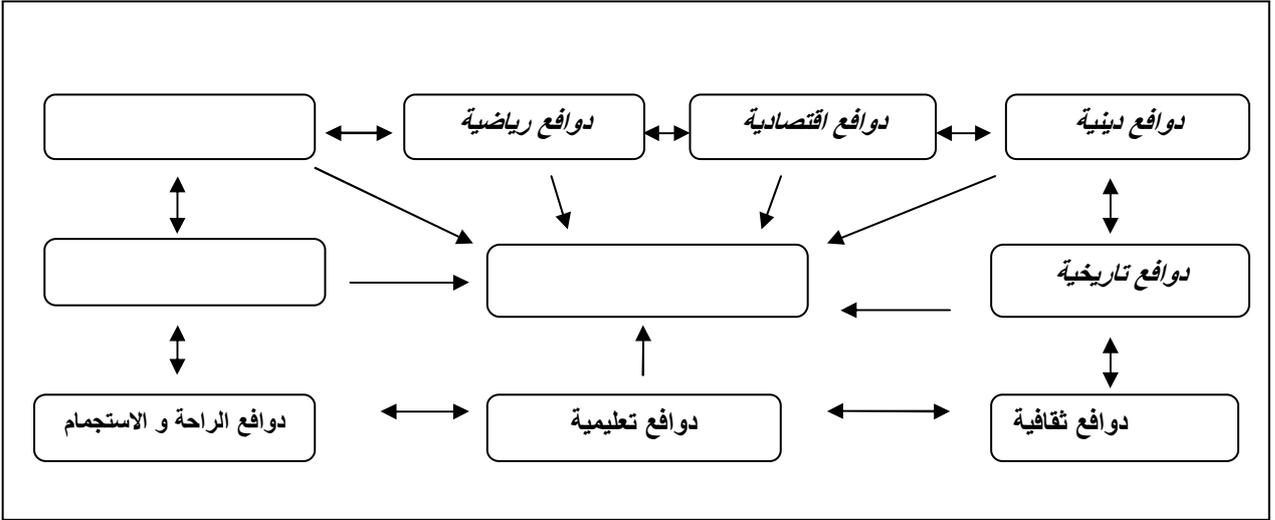
:

17 2 5 1

2

:

" (2 1) :



36

:

.

:

:

:

14

7

.

:

21

15

:

. 55 35

:

. 1

. :

:

.

:

. 2

:

. 3

. :

:

. :

. :

. 1

191 186

.43 36

.193

1

-2

-3

• :
:

• :
:

visa

• 2

*

*(1 1)

	1990	1995	2000	2004	2005	2006	2007	()2008
	262.3	310.8	392.5	420.8	441.6	462.2	487.3	487.9
	15.2	20.4	27.9	34.2	37.3	41.4	45.1	47.0
	53.0	78.3	104.0	136.8	145.5	157.9	171.8	173.7
	3.2	4.2	6.1	7.2	8.1	9.1	10.1	10.4
	92.8	109.0	128.2	125.8	133.3	135.8	142.9	147.2



:

46 .2009/2008

: 2
: 1 2
: 1-1-2
: 1-1-1-2
:

و جاء في البلاد للتنزه أو التفرج ، أو غير ذاك فهو سائح وجمعه سياح من المصدر سياحة و ليس سواح ، و في بعض دول المشرق يقولون سواح المصريون مثلا¹.

: 2 1 1 2

()

2

() () ()

¹-علي بن هادية، بلحسن البليس، الجيلاني بن الحاج يحي، القاموس الجديد للطلاب (معجم عربي مدرسي ألقاباني)، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، الطبعة السابعة، 1991. ص442
²- محمد الصيرفي، درا الفكر الجامعي، إسكندرية، مصر ، الطبعة الأولى، 2007، ص24.

(18)

1991 28 24

2

:3

2 1 2

1 2 1 2

2 2 1 2

3 2 1 2

4 2 1 2

4

¹<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9>
 -عبد الاله أبو عياش-حميد عبد النبي الطائي، *التخطيط السياحي (مدخل استراتيجي)*، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان
²، الأردن، الطبعة الأولى، 2003، ص385.

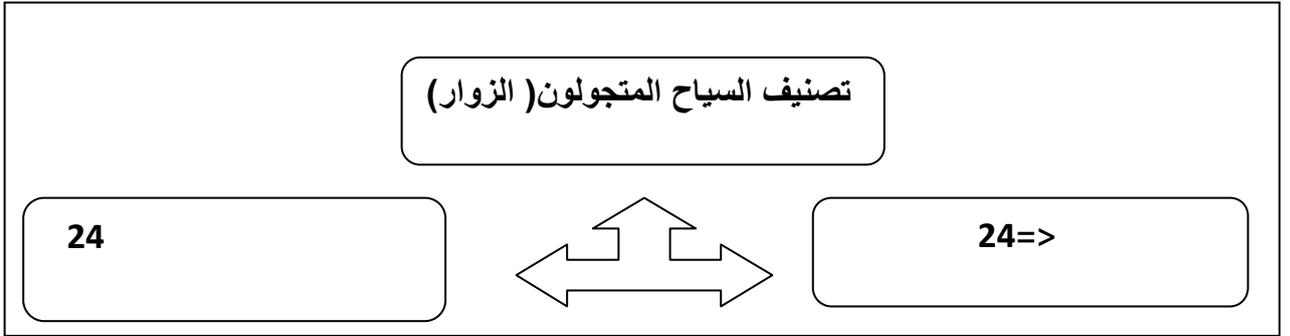
³<http://www.silvioum.com/det.Asp?Show=122>

)

3 1 2OMT: (

" (4 1) :

."

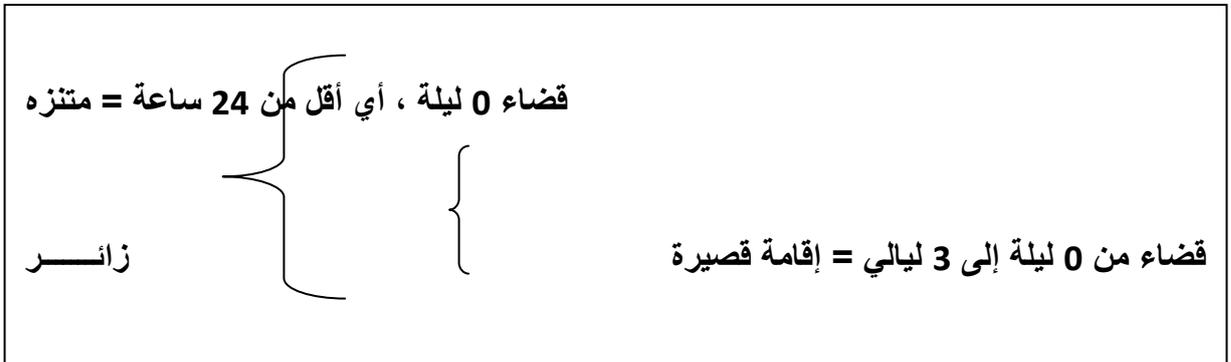


Source : NADINE Levra, *Fondements d'économie du tourisme*, 1ère édition, les éditions de BOECK université,FRANCE,2007 p41

1

" (5 1) : 2

"



Anne-Marie LEBRUN ,*Le rôle de la familiarité du contexte d'achat sur la tendance au -1 comportement exploratoire et à la recherche de variété*, Revue Française du Marketing ,n°186-2001/1 p65 .

2

Jean-Louis BARMA ,*Marketing du tourisme et de l'hôtellerie* ,éditions d'organisation, paris,France,1999,p17.

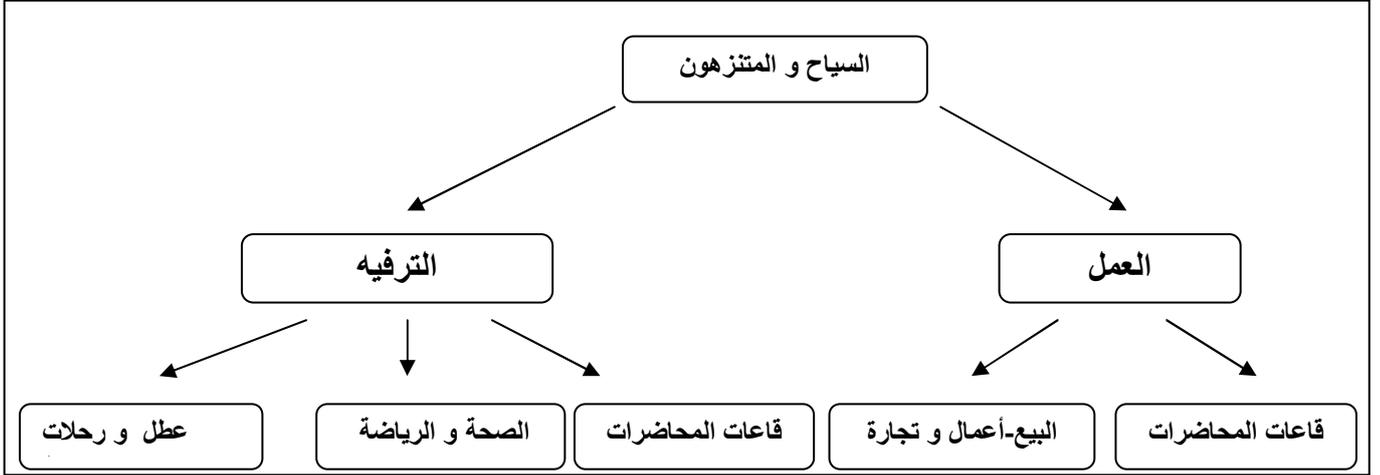
Source : Jean-Louis BARMA ,*Marketing du tourisme et de l'hôtellerie* ,éditions d'organisation, paris,France,1999,p17.

1

:

"

" (6 1)

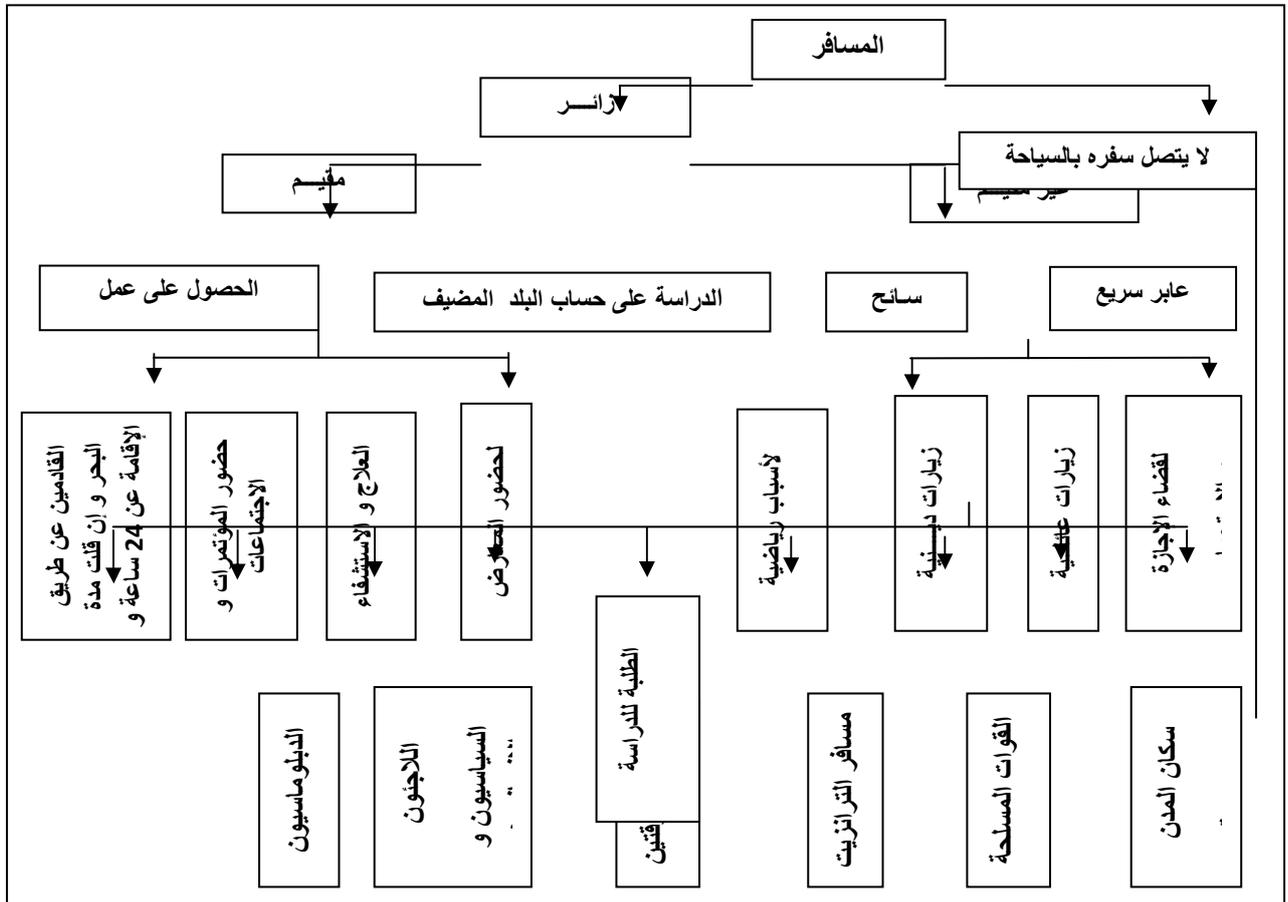


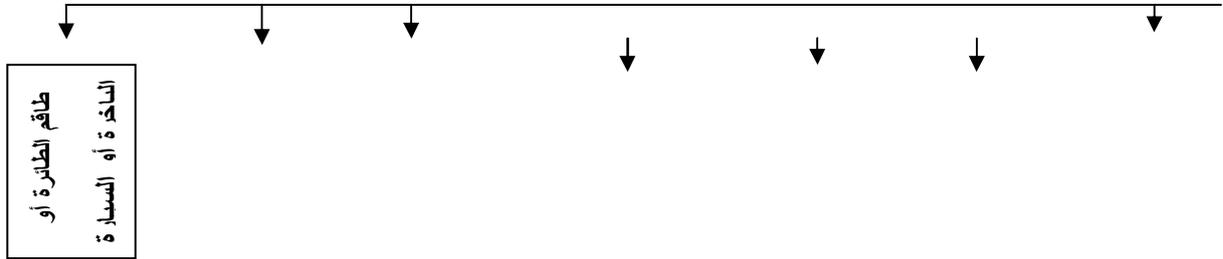
source: NADINE Levra, *Fondements d'économie du tourisme*, 1ère édition, les éditions de FRANCE,2007 p42 université, BOECK

"

" : (7 1)

:





Source : Georges CAZES, *Le tourisme international, mirage ou stratégie d'avenir ?*, édition HATIER, Paris, France, 1989, p19.

: 2 2

: () 1 2 2

. 1

. 2

. 3

: () 2 2 2

<http://www.drkader.com/Courses/consumer.Behavior/01-stat.pdf.p2>¹ -
<http://www.aawsat.com/details.asp?section=37&article=442269&issueno=10554>² -
http://www.c-ctm.com/vb/show_thread.php?t=1222³ -

. 1

2

.

. 3

:

:

3 2 2

<http://www.aasat.com/details.asp?section=68&article=1880368&issueno=9030>.¹
-Line BERGERY , *Qualité globale et tourisme*, éditions ECONOMICA, paris, France,2002,p209. ²
<http://www.ammonnews.net/article.aspx?articleNO=44109>. ³

: 1 3 2 2

) KOTLER: (

:

.

:

.

:

.

.¹

.

.

.

) LANCASTER 1971 (

¹- ح.ع. الطائي، أصول صناعة السياحة، المرجع السابق، ص246.

1.

2.

3.

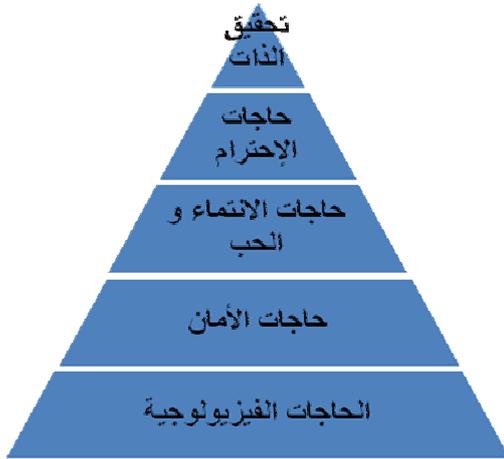
)

"

" : (8 1)

MASLOW:

(



¹- ح.ع. الطائي، *التسويق السياحي مدخل استراتيجي*، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن، الطبعة الأولى 2004، ص،ص 125-126.

²- <http://www.aawsat.com/details.asp?section=68&article=1880368&issueno=9030>

³- <http://www.9alam.com/forums/attachment.php?attachmentid=529&d.doc> .p118.

Source :Philip KOTLER –Bernard DUBOIS-Kevin Lane KELLER –Delphine MANCEAU ,*Marketing management* ,éditions PEARSON Education ,12^{ème} édition ,paris France 2006,p224.

.

: **2 3 2 2**

.

. ...

: **3 3 2 2**

. 1

: 4 3 2 2

. ...

2

: 5 3 2

.

: 6 3 2 2

:

:

.

:

.

: 7 3 2 2

¹ -محيي محمد مسعد ، *الاتجاهات الحديثة في السياحة* ، المكتب الجامعي الحديث، إسكندرية، مصر، 2008، ص، ص153-154.

. 1

: 3 2

:

) 1 3 2 NICOSIA Model 1966 :

: (4)

:

:

.

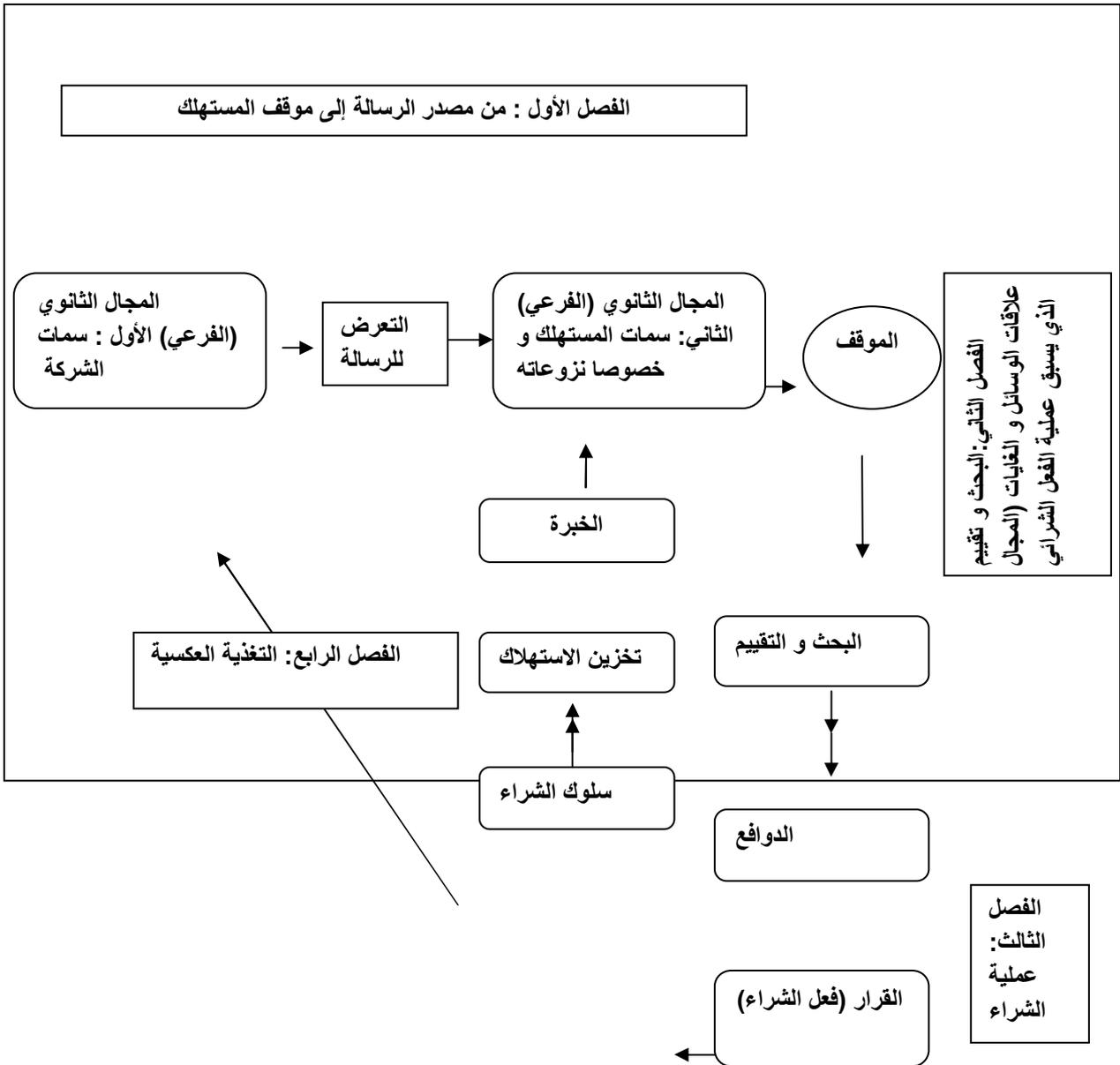
.

.

:

.

(الفصل الأول : من مصدر الرسالة إلى موقف المستهلك " : (9 1) 1966 Model NICOSIA")



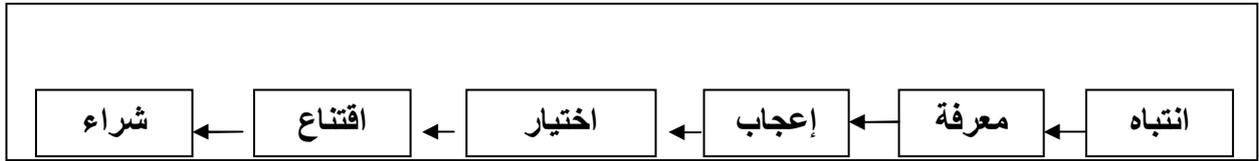
: ح.ع. الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، نفس المرجع السابق ص 137.

: 2 3 2

:

.1

" : (10 1) "



source :<http://www.9alam.com/forums/attachent.php?attachmentid=529&d.doc>. p158.

: 4 2

: 1 4 2

) OMT (

1991/10/04

.

.

.

.

(24)

(7)

.

(13)

:

2 4 2

(11)

. 1995/10/22

.¹

:

5 2

¹-ع. أبو عياش، ح، ع، الطائي، *التخطيط السياحي-مدخل استراتيجي*، المرجع السابق، ص، ص386-399.

: 1

: 1 5 2

.

: 2 5 2

.

.

: 3 5 2

...

2

.

3:

3

1997

¹- حاتم عبد الجليل القرنشوي، *الاستثمار في ظل العولمة - تطوير الإدارة العربية لجذب الاستثمار*، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر، 2006، ص 206.

²- محمد الصيرفي، المرجع السابق، ص 27.

³- يوسف ابو فارة، سمير ابو زنيد، *النشاط الترويجي في البيئة الفندقية*، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مجلة علمية دورية محكمة، العدد 3 ديسمبر 2005، ص 199.

1 .

: 1 3

2 .

1 1 3:

2008

(%73)

200

%11

(%79)

³2009

%8

2010

5.5

%10

% 30

2015

- نعيم الظاهر-سراب الياس ، مبادئ السياحة -سلسلة السياحة و الفنادق 1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان،

¹الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص، ص80-81.

²- محمد عبد الفتاح السيد، الإرشاد السياحي ، أثار مصر ، الجزء الثاني، دار المعرفة الجامعية ،مصر 2005، ص 5

³- Florence KLEIN,BOURDON ,*Le tourisme ,acteur économique et vecteur culturel*, Revue

Arabies ,le mensuel du monde Arabe et de la francophone ,Novembre 2009,p 26 .

456

2008

250

.¹

: **2 1 3**

.

:

: **1 2 1 3**

.

: **2 2 1 3**

.

: 3 1 3

: 1 3 1 3

:1

دور السياحة في الدخل القومي = الدخل السياحي/الدخل القومي*100

: 2 3

: 1 2 3

.

: 2 2 3

:

: 1 2 2 3

¹مثنى الحورى، اسماعيل محمد علي الدباغ، *اقتصاديات السفر والسياحة*، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص،ص 105-118.

.¹

: 1 2 2 3

.

: 3 2 3

): BT= RT-ET (

): BC=R-E(

:

BT : RT : ET :

BC : R () : E() :

:)BT /(%100 *BC BT².

: 3 3

¹-Line BERGERY , *Qualité globale et tourisme*, éditions ECONOMICA,paris, France,2002,p209.
²-مثنى الحورى، اسماعيل محمد علي الدباغ ، *اقتصاديات السفر و السياحة*، المرجع السابق ص،ص129-133.

) Jude (

(3)

.

. ...

.

) OMC (

.²

¹-<http://academy.moe.gov.eg/traning/tech/c61/c61-pdf/c61-3.pdf.p4>.
²-أحمد محمود مقابلة ، نفس المرجع ، ص،ص 72-73.

1 . 40 %65 %10

2 . 445 2010 70 40 %6.5

3 . 4 3

3 . 2000

¹- www.almasalla.travel/News/News.asp?id=10970.
²- www.alryadh.com/2010/03/24/article509584.html.
³- ح.ع. الطائي، أصول صناعة السياحة، المرجع السابق، ص 114.

: 5 3

.

:

: 1 5 3

.

: 2 5 3

.

: 3 5 3

. ...

: 4 5 3

.

: 5 5 3

.1

: 6 3

:

: 1 6 3

.

: 2 6 3

.

: 3 6 3

.

: 4 6 3

¹- مثنى الحورى، اسماعيل محمد علي الدباغ، *اقتصاديات السفر و السياحة*، المرجع السابق، ص،ص200-206.

3

:

5 6

1

:

4

:

1 4

:

1 1 4

:

:

.

:

.

:

.

.

:

1

.

.

.

.

.

1

.

:

.

.

:

:

:

.

:

.

:

1

2

:

.

:

¹- محمد الصيرفي ، المرجع السابق ،ص ،ص198-200.
²-نعيم الظاهر-سراب الياس، *مبادئ السياحة-سلسلة السياحة و الفنادق 1*، المرجع السابق ،ص،ص105-106.

.1

:

2 4

:

:

.

.

.

.

.

:

.
.
1

.
2

: 3 4

: 1 3 4

.
:
2 3 4

¹- مثنى طه الحورى-اسماعيل محمد على الدباغ *مبادئ السفر و السياحة* ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص، ص113-115.

²- نعيم الظاهر-سراب الياس، *مبادئ السياحة-سلسلة السياحة و الفنادق 1*، المرجع السابق، ص، ص105-106.

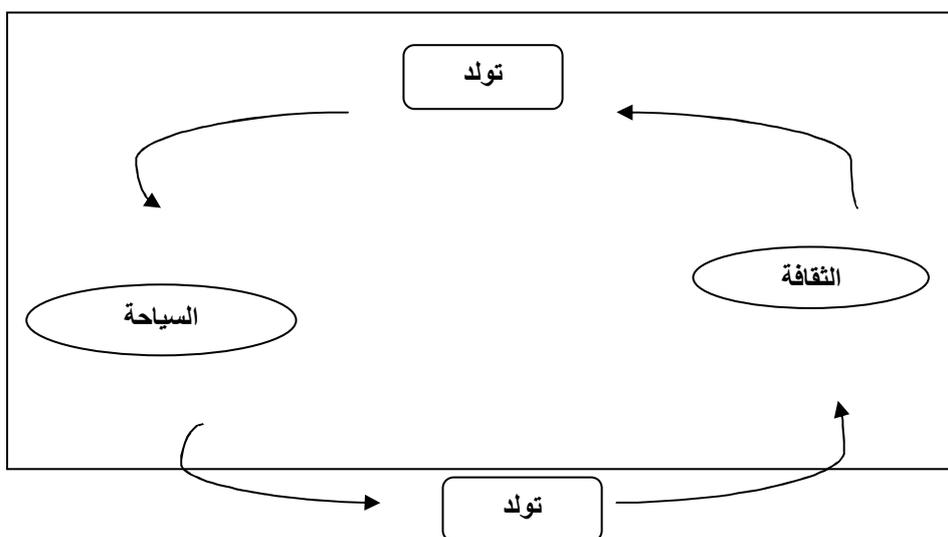
:

.

: 1

*

* : (11 1)



: مثنى طه الحورى-اسماعيل محمد على الدباغ، مبادئ السفر و السياحة ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، عمان

،

الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص112.

¹- مثنى طه الحورى-اسماعيل محمد على الدباغ، المرجع رقم (1)، صص 108-112.

.

.

:

:

1

:

.

:

1 1

:

1 1 1

عرّفها "

Eric Langeard

بالخبرة المؤقتة المرغوبة من طرف الزبون¹ ،

.

:

:

2 1 1

:

1 2 1 1

⁻¹ Michel BALFET ,*Audit du marketing touristique* ,éditions ECONOMICA,paris,France,p10.

2

1

4

3

: 2 2 1 1

.

: 3 2 1 1

.

: 4 2 1 1

.

: 5 2 1 1

-Alexandre Kamyab Samii, *stratégie de service-E business-supply chain*, éditions DUNOD France, 2001, p47.¹

Naeim Hafez Abougoumaah, *Marketing Arab and Foreign Perspectives*, Designed&Printed -² by impressi the arab administrative development organisation ,2006,p279 .

³-تامر ياسر البكري، *إدارة المستشفيات* ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن، 2005، ص، ص56-
.57

Jean Michel monin, *la certification qualité dans les services-outil de performance* -⁴ *client*, éditions AFNOR , France ,2001,p140

.² 1
 : 6 2 1 1
 .
 : 7 2 1 1
 .
 : 3 1 1
) Fisk&Tansuhaj 1985 (
 :
 : 1 3 1 1
 : 2 3 1 1 .

 : 3 3 1 1
 : 4 3 1 1
 .
 : 5 3 1 1
 : 6 3 1 1
 : 7 3 1 1
 .
 .³ : 8 3 1 1

¹- تامر ياسر البكري ، المرجع رقم(3) ، ص 58.

²- , Jean Michel monin, op cit p 141.

³- Raymond p.Fisk-Stephen.j.Grove-Joby John K, *interactive services marketing* , HOUGHTON Mifflin,New York ,USA,2000,p8

" (2 1) :

Source :Alexandre Kamyab Samii ,*Stratégie de service -E.Busines s,supply chain* ,éditions DUNOD,paris,France ,2001,p71.

1 : 2

...

.

1 ...

: 1 2 1

¹- أحمد ماهر ، عبد السلام أبو قحف، *المنشآت السياحية و الفندقية* ، المكتب العربي الحديث ،إسكندرية ،مصر،الطبعة الثانية،1999، ص14.

1 1 2 1

.

2 1 2 1

.

:

2 2 1

:

:

1 2 2 1

.

:

2 2 2 1

.

.

: 3 2 2 1

.¹

: () 4 2 2 1

.

:

:

:

¹ح،ع، الطائي ،التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق، ص،ص196-206.

:

.

:

.

:

.

:

3 2 1

:

1 3 2 1

.

:¹

:

2 3 2 1

:

.

:

. ...

:(

)

3 3 2 1

.

:

4 2 1

:

1 4 2 1

¹ - ح، ع، الطائي، *التسويق السياحي مدخل استراتيجي*، المرجع السابق، ص، ص 207-213.

.

:

2 4 2 1

.

:

3 1

1

*

* : (3 1)

01			
02			
03		/	
04	()		
05) (
06			
07) (()
08			

¹- ح، ع، الطائي ، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق ،ص201-215.

09			
10			
11			
12			

: ح،ع، الطائي ،التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق ،ص 201.

: 2

:

: 1 2

)

.

(

: 1 1 2

1 .

%1.2

2008

98.8

%42.7

%34.2

. % 27.8 %25.2

فالفتره ما بين شهر ماي وسبتمبر 2008، تطورت فيها مدة الإقامة للسياح الفرنسيين بنسبة 4% و الليالي السياحيه بنسبة 2.1 % ، كان قدوم السياح الفرنسيين يقدر ب 10.8 مليون سائح و الليالي السياحيه مقدره ب 63.6 مليون ليلة و الشكل الموالي يوضح الشكل رقم (1)- (12): "نسبة قدوم السياح الفرنسيين حسب نوع الفنادق وفقا لعدد النجوم لسنة 2008"² :



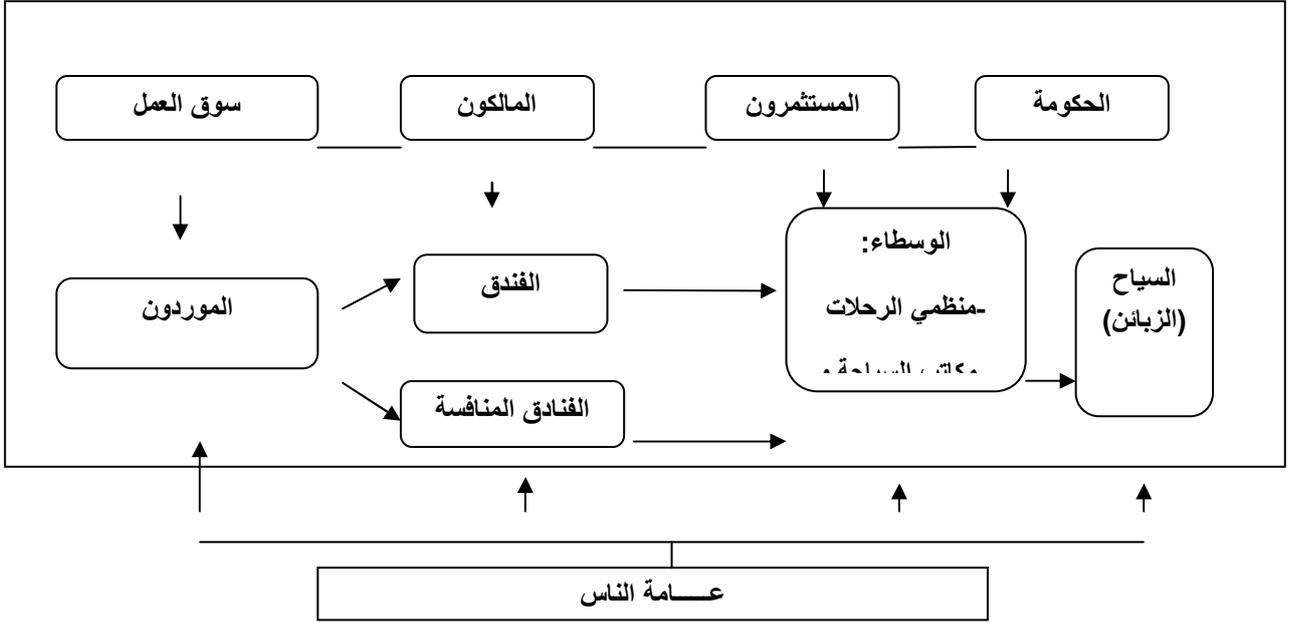
Source :<http://www.bilan.saison-ete2008.tourisme.gouv.fr.pdf>.p3

: 2 1 2

¹ - ح،ع، الطائي ، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق، ص 45.

² - <http://www.bilan.saison-ete2008.tourisme.gouv.fr.pdf>.p3

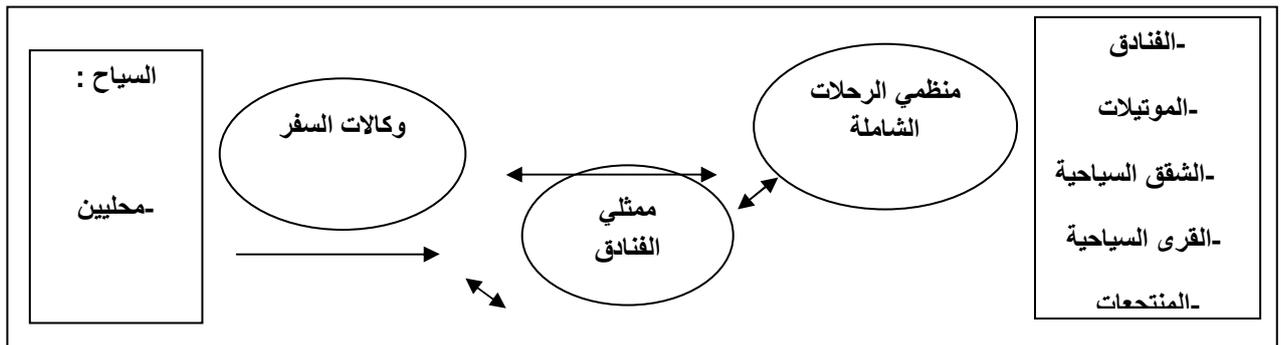
" : (13 1) "



: ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق، ص 47.

: 3 1 2

" : (14 1) "





ح،ع، الطائي ،التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق ،ص48.

: 4 1 2

: 5 1 2

: 6 1 2

1

: 7 1 2

2

: 2 2

:

:

:

1 2 2

:

1 1 2 2

1

:

.

.

.

.

.

.

.¹ ()

: 2 1 2 2

.

.

: 3 1 2 2

.

: 4 1 2 2

.

: 5 1 2 2

...

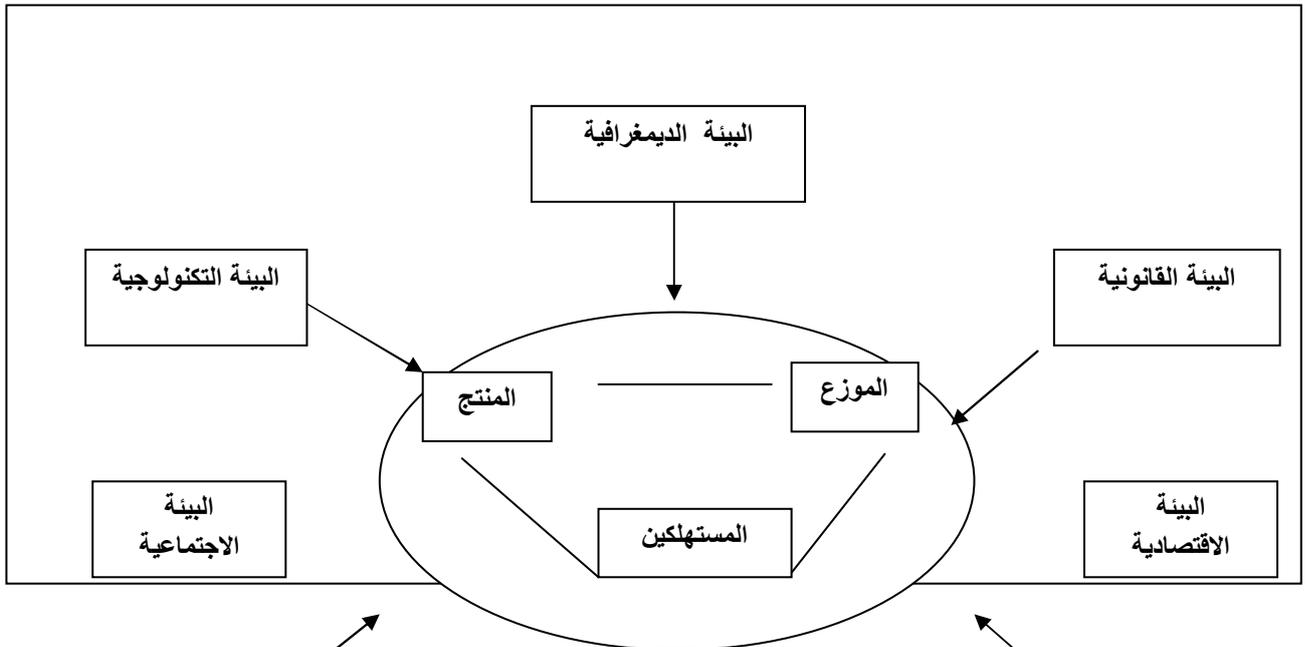
¹ - ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق، ص، ص54-55.

: 6 1 2 2

. 1

:

" : (15 1) "



¹ - صبري عبد السميع ، التسويق السياحي الفندقي -أسس علمية و تجارب عربية ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، مصر ، 2007 ، ص،ص 22-25.

Source: Christian Michon , *le Marketeur –fondements et nouveautés du marketing* ,édition
PEARSON EDUCATION ,2^{ème} édition ,paris ,France ,p55.

: 3

: 1 3

. 1

: 1 1 3

¹- خالد مقابلة ،علاء السرابي ،التسويق السياحي الحديث- سلسلة السياحة و الفنادق (7) ،دار وائل للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2001،ص،ص،91-93.

.1

. 2

":

. 3

2005

(2007 2003)

. 4

: 2 1 3

:

: 1 2 1 3

¹ - خالد مقابلة ، علاء السرابي ، نفس المرجع السابق ، ص 91-98.
Isabelle FROCHOT ,Patrick LEGOHEREL , *Le marketing du tourisme* , édition DUNOD ?Paris , France -²
,2007,p83.

³ - <http://www.awsat.com/details.asp?section=43&article=487051&issueno=10885>.
⁴ - <http://www.awsat.com/details.asp?article=271210&issueno=9513>.

...

.

:

2 2 1 3

.

:

3 2 1 3

1

.

:

4 2 1 3

.

:

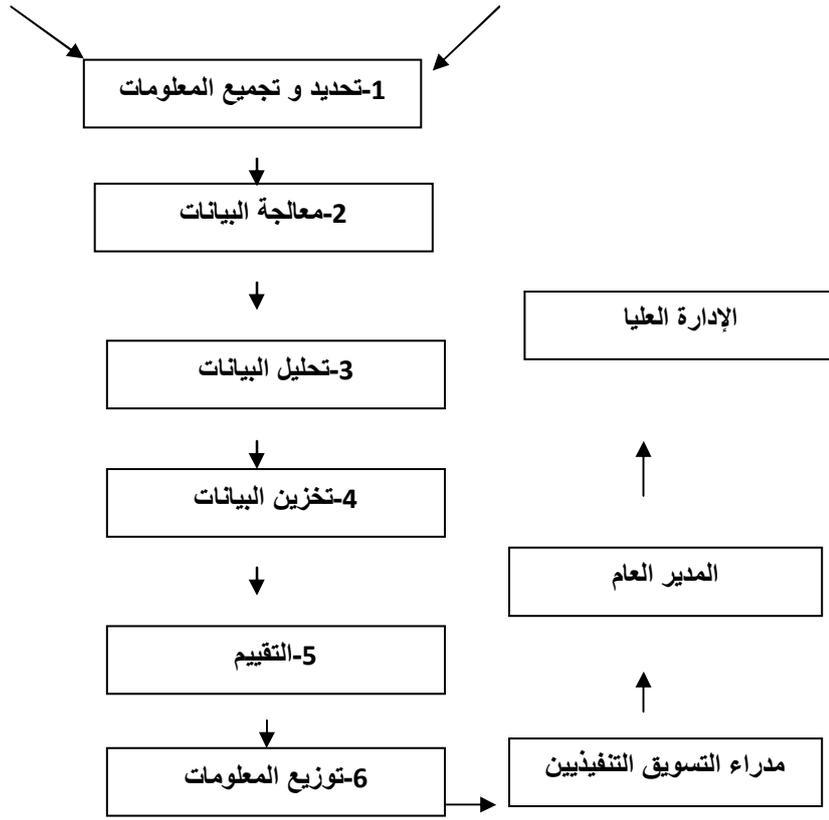
3 1 3

:

:

1 3 1 3

¹- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، *التسويق الإعلامي مدخل استراتيجي*، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003، ص 48.



: خالد مقابلة ،علاء السرابي ،التسويق السياحي الحديث- سلسلة السياحة و الفنادق (7) ،دار وائل للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2001،ص101.

:

1.

:

:

1

2.

3

4

.

:

1 -1

"

5.

6.

-
- 1- خالد مقابلة، علاء السرابي ، نفس المرجع السابق ، ص، ص115-119.
- 2- محمد عبيدات ، *التسويق السياحي- مدخل سلوكي*، دار وائل للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن، 2000، ص18.
- 3- <http://www.ibnbattutah.mactobblog.com/671050>.
- 4- <http://www.arabianacademy.net/ViewCoursesDetailsFor Student-ast?nid=25>
- 5- عبد العزيز ابو نبيعة، *دراسات في تسويق الخدمات المتخصص-منهج تطبيقي*، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
- 6- نعيم الظاهر، سراب إلياس ، *مبادئ السياحة-سلسلة السياحة و الفنادق 1* ، المرجع السابق، ص256.

. 1

. 2

) Jobber (

. 3

4

: 2 1

) Barker) (Anshen (

:

: 1 2 1

.

: 2 2 1

¹ - <http://www.webreview.dz/article.php3?id-article=737>

² - <http://www.ejabat.google.com/ejabat/threat?tid=11469a25bc07cd>

³ - إياد عبد الفتاح النصور، *أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية مدخل مفاهيمي*، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن ، الطبعة الأولى، 2008، ص42.

⁴ - زكي خليل المساعدة *تسويق الخدمات و تطبيقاته*، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 2006، ص216.

.

: 3 2 1

.

: 4 2 1

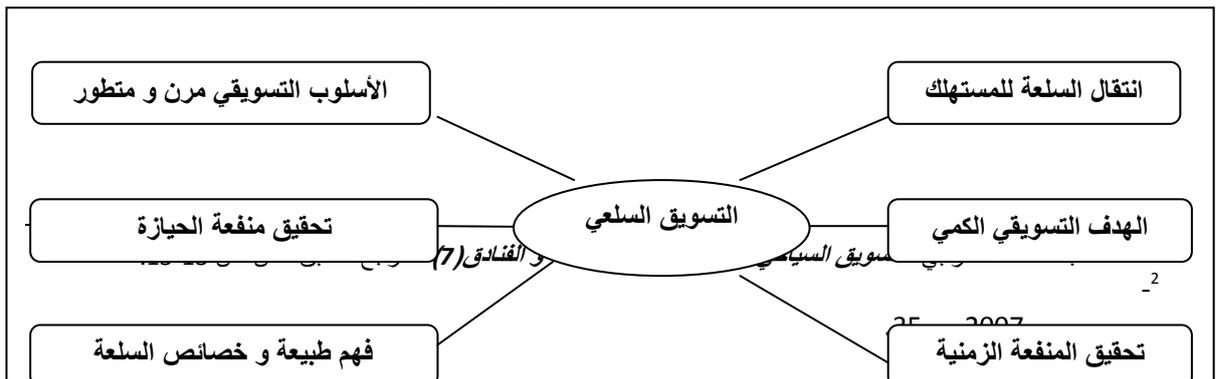
. 1

: 3 1

.

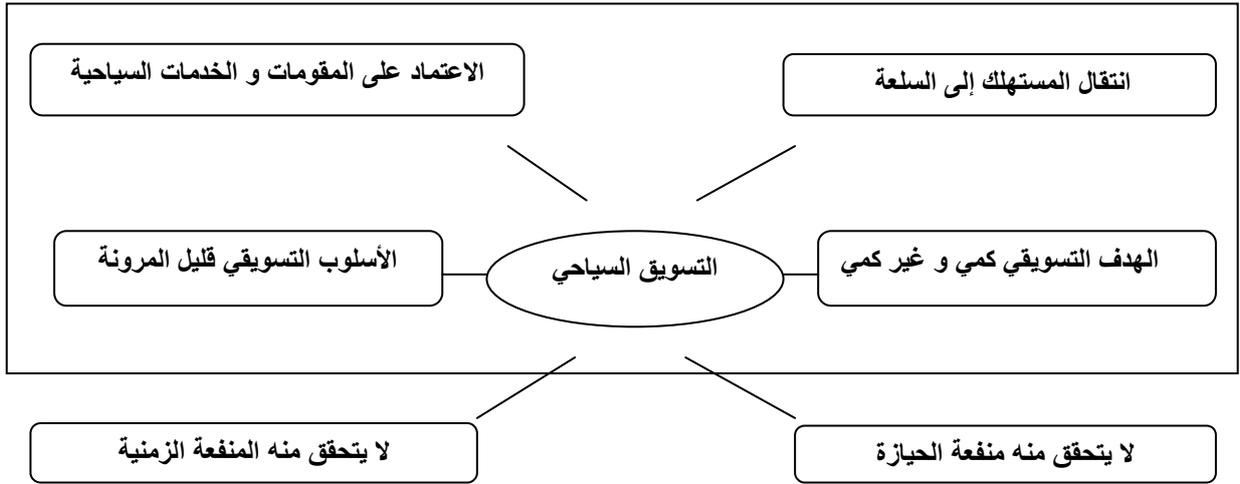
:2

" (17 1) "



"

" : (18 1)



:

.36 2007

":(4 1) :

. 39 37 2007

:

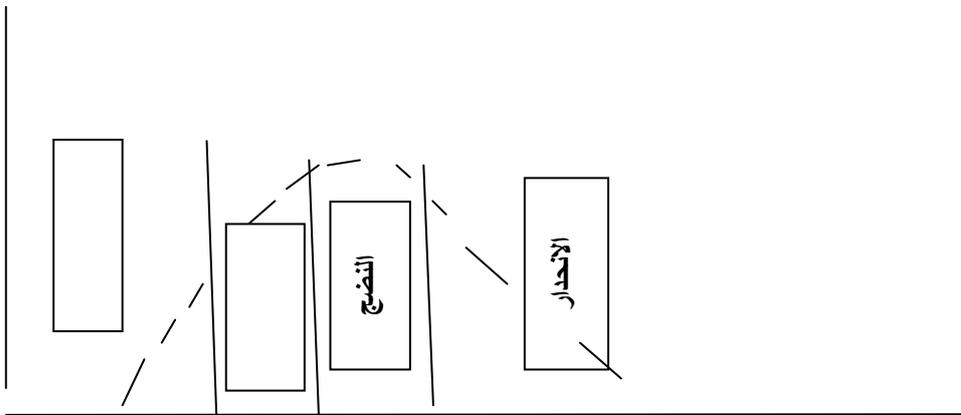
: 2

1 2
): product ()
good .¹ ()
":
2"
2 2
(Robert Lanquar)
1 1 2
2 1 2
3 1 2
3
3 2
:

¹- أبو رمانة، أسعد حامد، *التسويق السياحي والفندقي والأسس العلمية*، دار مكتبة الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2000 ، ص33 .
²- عبد السلام أبو القحف، *أساسيات التسويق*، الجزء 2، الدار الجامعية للطباعة و النشر، بيروت، لبنان، 1996، ص127.
³- Robert LANQUAR ,*Le tourisme international* ,série que sais-je ,N°1694,France ,1981,p39

"

" : (19 1)



.159

:

:

3 2

:

1 3 2

.

: 2 3 2

.

: 3 3 2

.¹

: 4 3 2

.

: 3

: 1 3

.

: 2 3

.

: 3 3

. ...

: 4 3

.²

¹ - أحمد محمود مقابلة ، مرجع سابق ، ص51-55.
² Denis LAPERT ,*le marketing des services*,DUNOD ?paris ,France ,2005,p26.

: 5 3

...

: 6 3

1

: 7 3

: 8 3

: 9 3

2

:

¹-يوسف ابو فارة ،سمير ابو زنيد *النشاط الترويجي في البيئة الفندقية* ،مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد3
ديسمبر 2005، ص207.

² -DJEbbARI Souad ,mémoire pour l'obtention du magister *L'application du marketing touristique en
Algérie –cas de la région de Tamanrasset* ,université de Tlemcen Abou Bakr BELKAID , faculté des
sciences économiques et sciences de gestion , 2008-2009.p.p112.114.

