

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بونبندر قسنطينة 3



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: اتصال وعلاقات عامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

تخصص: علاقات عامة

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

دور التسويق السياحي في الترويج للخدمات الفندقية

دراسة ميدانية على فندق بربروس بجيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تحت اشراف:

من اعداد الطالبات:

● د/ سليم بولحية

● نسرين بولدياب

● إيمان بوعزيز

● زينب بولجويجة

السنة الجامعية: 2022/2021

دورة جوان 2022

الملخص:

تمحورت إشكالية دراستنا حول الدور الذي يلعبه التسويق السياحي في الترويج للخدمات الفندقية لما له من أهمية في جذب انتباه السياح لزيارة المناطق السياحية بالدولة والعمل على تلبية حاجاتهم ورغباتهم حيث انطلقنا من التساؤل الرئيسي:

كيف يساهم التسويق السياحي في الترويج للخدمات الفندقية، ليكون مجال دراستنا المكاني في ولاية جيجل وذلك "بالمؤسسة الفندقية بربروس" وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تفسير وتحليل مختلف البيانات الكمية والكيفية ومن بين الأدوات التي تم الاعتماد عليها: المقابلة والاستبيان كأدوات رئيسية للدراسة وتكونت عينة الدراسة من 30 مفردة من زبائن الفندق محل الدراسة ومن أبرز النتائج المتواصل إليها أن التسويق السياحي يساهم في تطوير الخدمات السياحية من خلال دراسة رغبات السياح وتحسين الخدمات بما يحقق رضاهم.

الكلمات المفتاحية: التسويق السياحي، الترويج، الخدمة الفندقية.

Résumé :

Notre étude porte sur le rôle que joue le marketing touristique dans la promotion des services hôteliers. En raison de son importance, en influençant et en attirant les touristes à visiter les lieux touristiques en travaillant d'avantage pour satisfaire leurs besoins et leurs désirs. la principale question de notre étude est de savoir :

Comment le marketing touristique contribue il à la promotion des services hôteliers ?

Notre étude a eu lieu à Jijel à l'hôtel BARBAROUS ROYAL nous nous sommes appuyées sur l'approche descriptive à travers l'interprétation et l'analyse de diverses données quantitative et qualitatives, parmi les outils retenus à notre étude figurent l'entretien et le questionnaire comme indices principaux.

L'échantillon de l'étude porte sur un nombre de 30 clients.

L'un des résultats les plus importants obtenus économiquement et que le marketing touristique contribue au développement des services touristiques s'appuyant sur des méthodes promotionnelles afin d'obtenir les satisfactions des touristes.

Mots clés : marketing touristique, promotion, service hôtelier.

Summary :

Our study deals with the role that tourism marketing plays in promoting of hotel services because of its importance through influencing and attracting tourists to visit tourist places and working to satisfy the needs and desires of tourists. The main question in our study is:

How does tourism marketing contribute to promoting of hotel services ?

Our study was in the state of Jijel, exactly at BARBAROUS ROYAL hotel, we have relied on the descriptive approaches through the interpretation and analysis of various quantitative and qualitative data, among the tools that will be adopted as necessary tools for our study are the interview. And the questionnaire as the main tools. The study sample consisted of 30 hotel clients. One of the most prominent results reached is that tourism marketing contributes to the development of tourism services by relying on promotional methods in order to achieve tourism satisfaction.

Keywords: tourism marketing, promotion, hotel service.

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

الإهداء

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

أ مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

3 1: بناء موضوع الدراسة
4-3 1-1 الإشكالية
4 2-1 أسباب اختيار الموضوع
4 3-1 أهمية الدراسة
4 4-1 أهداف الدراسة
7-4 5-1 تحديد المفاهيم
12-7 6-1 الدراسات السابقة
12 2- الإجراءت المنهجية للدراسة
12 1-2 المنهج المستخدم
13-12 2-2 مجتمع البحث والعينة
14-13 3-2 أدوات جمع البيانات
15-14 4-2 مجالات الدراسة
16-15 5-2 المقاربة النظرية
18-17 التهميش

الفصل الثاني: التسويق السياحي

20 تمهيد
20 2- 1- تعريف التسويق السياحي

21 2-2- خصائص التسويق السياحي
22-21 3-2- أهداف التسويق السياحي
23-22 4-2- أهمية التسويق السياحي
23 5-2- العناصر التي يجب أن يتضمنها التسويق السياحي
24-23 6-2- الأجهزة المسؤولة عن التسويق السياحي
25-24 7-2- المزيج التسويقي السياحي
25 8-2- اتجاهات التسويق السياحي الحديثة
26 خلاصة
28-27 تهميش

الفصل الثالث: الترويج للخدمات الفندقية

30	تمهيد
30 1-3- مفهوم الخدمة الفندقية
31-30 2-3- التطور التاريخي لصناعة الإقامة الفندقية
31 3-3- خصائص الخدمة الفندقية
32-31 4-3- أهمية الخدمة الفندقية
33-32 5-3- أبعاد جودة الخدمة الفندقية
35-33 6-3- المزيج الترويجي الفندقي
35 7-3- الترويج للخدمات الفندقية عبر الأنترنت
36 خلاصة
38-37 تهميش

الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية لموضوع الدراسة

40	تمهيد
42-40 1-4- التعريف بفندق بربروس رويال
43 2-4- معالجة البيانات الميدانية
48-43 1-2-4- معالجة البيانات الميدانية المتعلقة بالتساؤل الفرعي الأول
52-49 2-2-4- معالجة البيانات الميدانية المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني

59-52 معالجة البيانات الميدانية المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثالث
61-60 نتائج الدراسة
62 التوصيات
64 خاتمة
68-65 قائمة المصادر والمراجع
83-69 الملاحق
86-84 الملخص