فهرس المحتويات

المحتويـــات	الصفحة
الإهداء.....	I
الشكر والتقدير.....	II
المقدمة.....::	أ–س
الفصل الأول: طبيعة السياحة والتسويق السياحي.....	**1–48**
تمهيد.....	2
المبحث الأول: مفاهيم عامة في السياحة.....	3
المطلب الأول: نشأة السياحة وتطورها	3
1– السياحة في العصور القديمة	3
2– السياحة في العصور الوسطى.....	4
3– السياحة في العصر الحديث.....	5
4– السياحة المعاصرة.....	6
المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح.....	7
1–تعريف السياحة.....	7
2– تعريف السائح.....	9
3– مقومات السياحة.....	10
4– الأثار الناتجة عن السياحة وأهميتها.....	11
المطلب الثالث: دوافع السياحة وأنواعها.....	15
1– دوافع السياحة.....	15
2–أنواع السياحة.....	18
المطلب الرابع: دور السياحة في التنمية الاقتصادية العالمية.....	25
1–السياحة ودورها في التنمية.....	25
2– السياحة والاقتصاد العالمي.....	26
المبحث الثاني: تسويق الخدمة السياحية.....	28
المطلب الأول: مفهوم الخدمة السياحية وأنواعها.....	28

فهرس المحتويات:

1_ تعريف الخدمات السياحية.....	28
2- خصائص الخدمات السياحية.....	29
3- أنواع الخدمات السياحية.....	32
4_عوامل نجاح الخدمة السياحية.....	33
المطلب الثاني: التسويق السياحي.....	35
1- تعريف التسويق السياحي.....	35
2-مقارنة بين التسويق السياحي والتسويق السلعي.....	37
3- مفهوم التسويق السياحي الاجتماعي (المجتمعي).....	38
4-أهداف التسويق السياحي.....	39
5-أهمية التسويق السياحي.....	41
المطلب الثالث: الاتجاهات الحديثة في التسويق السياحي.....	43
1- التسويق السياحي البيئي.....	43
2-التسويق السياحي من خلال المقصد الأعظم.....	45
3- التسويق السياحي الابتكاري.....	46
4_التسويق السياحي الإلكتروني.....	47
خلاصة الفصل.....	47
الفصل الثاني: استخدام التكنولوجيا في السياحة.....	**49-97**
تمهيد.....	50
المبحث الأول: أهمية استخدام الانترنت في صناعة السياحة.....	51
المطلب الأول: مفهوم الانترنت وتطوره.....	52
1_تعريف الانترنت.....	52
2_ تطور الانترنت.....	54
المطلب الثاني:دور الانترنت في الترويج السياحي.....	56
المطلب الثالث: الأدوات الترويجية للمؤسسات السياحية عبر الانترنت.....	58
المطلب الرابع: النموذج الاقتصادي التقليدي والحديث للسياحة.....	61
1_ النموذج الاقتصادي التقليدي للسياحة.....	62
2_ النموذج الاقتصادي الحديث للسياحة.....	63
3_عوامل اللجوء إلي استخدام الانترنت في السياحة.....	66

فهرس المحتويات:

4_مزايا ترويج الخدمات السياحية عبر الانترنت.....	68
المبحث الثاني: التسويق السياحي الإلكتروني ومتطلباته.....	70
المطلب الأول: ماهية التسويق السياحي الإلكتروني.....	70
1- التسويق الالكتروني وأهميته.....	71
2-مفهوم التسويق السياحي الإلكتروني.....	73
3- منافع التسويق السياحي الإلكتروني وأهميته عالميا.....	76
المطلب الثاني:المزيج التسويق السياحي بين التقليدي والإلكتروني.....	78
1-المنتج السياحي.....	79
2_التسعير السياحي.....	81
3- الترويج السياحي.....	84
4- التوزيع السياحي.....	86
5-البيئة المادية.....	88
6- الأفراد.....	88
7-طريقة تقديم الخدمة(العمليات).....	89
المطلب الثالث: متطلبات ممارسة التسويق السياحي الإلكتروني.....	89
1- المتطلبات التكنولوجيا لممارسة التسويق السياحي الإلكتروني.....	89
2- المتطلبات القانونية لممارسة التسويق السياحي الإلكتروني.....	92
المطلب الرابع: التحديات والانتقادات الموجهة لممارسة التسويق السياحي الإلكتروني	94
1-تحديات التسويق السياحي الإلكتروني.....	94
2- الانتقادات الموجهة للتسويق السياحي الإلكتروني.....	95
خلاصة الفصل.....	96
الفصل الثالث: دراسة قطاع السياحة بالجزائر.....	**96-140**
تمهيد.....	99
المبحث الأول:واقع القطاع السياحي بالجزائر.....	100
المطلب الأول: لمحة تاريخية عن السياحة بالجزائر ضمن مخططات التنمية.....	100
1_ قبل الاستقلال.....	100
2_ بعد الاستقلال.....	102
المطلب الثاني: مقومات الجذب السياحي في الجزائر.....	111

فهرس المحتويات:

1_ المقومات الطبيعية والجغرافية.....	111
2_ المقومات التاريخية والثقافية.....	114
3_ مقومات أخرى.....	115
المطلب الثالث: مؤشرات السياحة في الجزائر.....	116
المبحث الثاني : تقديم عام للديوان الوطني الجزائري للسياحةONAT	118
المطلب الأول : لمحة تاريخية عن الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT.....	118
1_ مهام ووظائف الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT.....	120
2_الهيكل التنظيمي للديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT.....	121
المطلب الثاني: تشكيلة عروض الديوان الوطني الجزائري للسياحةONAT	124
1_ عروض للسياح الأجانب.....	124
2-عروض للسياح المحليين.....	126
المطلب الثالث: نظام المعلومات وخطة الاتصالات الرقمية بالديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT.....	128
1- نظام المعلومات بالديوان الوطني الجزائري للسياحةONAT	128
2-خطة الاتصالات الرقمية بالديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT.....	130
المطلب الرابع: دراسة وتحليل عناصر المزيج التسويقي للديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT.....	131
1_ المنتج بالديوان الوطني الجزائري للسياحة **ONAT**	131
2_التسعير بالديوان الوطني الجزائري للسياحة **ONAT**.....	132
3_ التوزيع بالديوان الوطني الجزائري للسياحة **ONAT**.....	133
4_ الترويج بالديوان الوطني الجزائري للسياحة **ONAT**.....	134
5-الدليل المادي بالديوان الوطني الجزائري للسياحة **ONAT**	135
6- عملية تقيم الخدمة بالديوان الوطني الجزائري للسياحة **ONAT**	136
7- الأفراد بالديوان الوطني الجزائري للسياحة **ONAT**.....	136
المطلب الخامس: ملخص تقييمي للديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT سنة 2016.....	137
1-الإستراتيجية التجارية.....	137
2-برامج الديوان الوطني الجزائري للسياحة **ONAT**.....	138
خلاصة الفصل	140
الفصل الرابع: واقع التسويق السياحي الإلكتروني بالديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT	**141 _**

فهرس المحتويات:

وآفاقه.....	**203**
تمـــــهيد.....	142
المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....	143
المطلب الأول: كيفية إنجاز استمارة الاستبيان.....	143
المطلب الثاني: كيفية تصميم هيكل استبيان الدراسة الميدانية.....	144
1_ القسم الأول للاستبيان.....	144
2_ القسم الثاني للاستبيان (محاور وأبعاد الاستمارة).....	144
المطلب الثالث: اختبار صدق وثبات الاستبيان.....	145
1_صدق المحكمين.....	146
2_ صدق الاتساق.....	146
3_ثبات الاستبيان.....	155
4_ اختبار الاعتدالية (التوزيع الطبيعي).....	156
المطلب الرابع: مجتمع الدراسة وأساليب المعالجة الإحصائية.....	161
1_ مجتمع وعينة الدراسة.....	161
2_ أساليب المعالجة الإحصائية.....	162
المبحث الثاني: العرض والتحليل الوصفي لنتائج الدراسة الميدانية.....	165
المطلب الأول: خصائص المبحوثين.....	165
1_ توزيع المبحوثين حسب الجنس.....	165
2_توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي.....	166
3_ توزيع المبحوثين حسب الخبرة المهنية.....	166
4_ توزيع المبحوثين حسب التخصص.....	167
المطلب الثاني: ممارسات عناصر المزيج التسويق السياحي الإلكتروني.....	169
1_ المنتج عبر الانترنت.....	169
2_ التسعير عبر الانترنت.....	171
3_ التوزيع عبر الانترنت.....	174
4_ الترويج عبر الانترنت.....	175
5_ الدليل المادي.....	178
6_ الأفراد.....	179
7_ عملية تقديم الخدمة عبر الانترنت.....	181

فهرس المحتويات:

8_مقارنة بين ممارسات عناصر المزيج التسويق السياحي الإلكتروني.....	182
المطلب الثالث: الآفاق المستقبلية لتبني استخدام الانترنت بالديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT.....	183
المطلب الرابع: معوقات استخدام الانترنت بالديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT	187
المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية ومعنوية الفروق	191
المطلب الأول: اختبار فرضيات الدراسة.....	191
1_ اختبار الفرضية الفرعية الأولى.....	191
2_ اختبار الفرضية الفرعية الثانية.....	192
3_ اختبار الفرضية الفرعية الثالثة.....	193
4_اختبار الفرضية الفرعية الرابعة.....	193
5_ اختبار الفرضية الفرعية الخامسة.....	194
6_ اختبار الفرضية الفرعية السادسة.....	195
7_ اختبار الفرضية الفرعية السابعة.....	196
8_ اختبار الفرضية الرئيسية.....	197
المطلب الثاني: اختبار معنوية الفروق في أراء المبحوثين.....	198
1_ اختبار وجود فروق في آراء المبحوثين حول ممارسة عناصر المزيج التسويق السياحي الالكتروني تعزى لمتغير المؤهل العلمي.....	198
2_اختبار وجود فروق في آراء المبحوثين حول ممارسة عناصر المزيج التسويق السياحي الالكتروني تعزى لمتغير الخبرة المهنية.....	199
3_ اختبار وجود فروق في آراء المبحوثين حول ممارسة عناصر المزيج التسويق السياحي الالكتروني تعزى لمتغير التخصص.....	201
خلاص الفصل.....	202
الخاتمة.....	204
قائمة المراجع.....	218
فهرس الأشكال.....	226
فهرس الجداول.....	228
فهرس المحتويات.....	233
الملاحق.....	241
الملخص باللغة العربية.....	274

فهرس المحتويات:

الملخص باللغة الفرنسية.....	275
الملخص باللغة الانجليزية.....	276