الفهرس

المقدمة.....13
الفصل الأول 21
الاتصال وأهميتها في الترقية السياحية.....21
المطلب الأول :مفهوم الاتصال والتواصل السياحي 21
المطلب الثاني: أهمية الاتصال. 33
المطلب الثالث: وظائف الاتصال: 36
المطلب الرابع: نماذج الاتصال.....40
المطلب الخامس:أهداف الاتصال: 47
المطلب السادس: أنواع الاتصال: 47
المطلب السابع: أغراض الاتصال(Communication Purposes) 50
المطلب الثامن :أهمية و مكانة الاتصال في الترقية السياحية.....56
الفصل الثاني 61
الاستراتيجيات الاتصالية.....61
المطلب الأول :أنواع الإستراتجيات الاتصالية.....61
المطلب الثاني:المبادئ الأساسية في الإستراتجية الاتصالية: 62
الفصل الثالث.....67
المزيج الاتصالي في الترقية السياحية.....67
المبحث الأول : مفهوم الترقية السياحية، أهدافها وخصائصها.....67
المطلب الأول: مفهوم وأهداف الترقية السياحية 67

المطلب الثاني : خصائص وإعداد مخطط ترقوي للسياحة 68
المبحث الثاني : الإعلام السياحي 69
المطلب الأول: مفهوم الإعلام السياحي: 69
المطلب الثاني:الآثار الإيجابية لانفتاح الإعلام السياحي : 72
المطلب الثالث: المخاطر المرتبطة بانفتاح الإعلام السياحي: 73
المطلب الرابع: أهمية الإعلام السياحي: 74
المطلب الخامس:واقع الإعلام السياحي: 76
المطلب السادس: أهداف الإعلام السياحي: 80
المطلب السابع: المشاكل التي يعاني منها الإعلام السياحي:..... 82
المبحث الثالث : الإعلام وإدارة الأزمات في قطاع السياحة 83
المطلب الأول: أهمية الإعلام السياحي أثناء الأزمات: 85
المطلب الثاني: أهداف العمل الإعلامي أثناء الأزمات السياحية: 86
المطلب الثالث: آليات العمل الإعلامي أثناء الأزمات السياحية:..... 86
المطلب الرابع:مرتكزات العمل الإعلامي أثناء الأزمات السياحية:..... 87
المطلب الخامس: الاعتبارات الّتي يجب مراعاتها أثناء التّعامل مع الإعلام **عند حدوث أزمة بالمنظّمة السياحية:**..... 88
المطلب السادس: وسائل إعلام أثناء الأزمات السياحية :..... 90
المبحث الرابع :الإشهار السياحيAdvertising 93
المطلب الأول: تعريف الاشهار السياحي وخصائصه: 93
المطلب الثاني: دور الإشهار في مراحل دورة حياة السلعة المختلفة..... 97
المطلب الثالث: أهمية وأهداف الإشهار في الإستراتيجية التسويقية 100

المطلب الرابع: مراحل الاتصالية في الإشهار: 102
المطلب الخامس: أنواع الإشهار: 104
المطلب السادس: وسائل الإشهار: 106
المطلب السابع: تخطيط الحملة الإشهارية: 109
المبحث الخامس :العلاقات العامة Public Relation 118
المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة 118
المطلب الثاني:مراحل إعداد برنامج العلاقات العامة..... 124
المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة السياحية : 127
المطلب الرابع: مبادئ العلاقات العامة الفندقية: 128
المطلب الخامس: مسؤوليات العلاقات العامة السياحية والفندقية: 130
المطلب السادس: واجبات مواصفات ومهارات رجل العلاقات العامة السياحية : 131
المطلب السابع: أعمال العلاقات العامة وعلاقاتها بعناصر الاتصال الأخرى: 135
المطلب الثامن: دور العلاقات العامة في المجال السياحي..... 138
المطلب التاسع: تخطيط أنشطة العلاقات العامة الفندقية: 140
المطلب العاشر: أشكال وأساليب العلاقات العامة: 141
المبحث السادس :تنشيط المبيعات 144
المطلب الأول: مفهوم تنشيط المبيعات وأدواتها ، وأهدافها:..... 144
المطلب الثاني: تخطيط تنشيط المبيعات: 149
المطلب الثالث: وسائل ترويج المبيعات : 151
الفصل الرابع 159
الترويج السياحي 159

المبحث الأول :الترويج 159
المطلب الأول: تعريف الترويج وأهدافه:..... 159
المطلب الثاني:علاقة الترويج بعناصر المزيج التسويقي 162
المطلب الثالث : إعداد حملة ترويجية..... 163
المبحث الثاني : مفاهيم حول الترويج السياحي 169
المطلب الأول :مفهوم الترويج السياحي، أهميته وأهدافه 170
المطلب الثاني: خطوات وإستراتيجيات الترويج السياحي ومقومات نجاحه 175
المطلب الثالث :جوانب الاختلاف في عملية ترويج الخدمات السياحية مقارنة بترويج السلع: 179
المطلب الرابع :الترويج السياحي عبر دورة حياة الخدمة..... 182
المبحث الثالث : عناصر الترويج السياحي..... 188
المطلب الأول :المزيج الترويجي في السياحة:..... 188
المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في اختيار المزيج الترويجي السياحي:..... 190
المبحث الرابع : البيع الشخصي وقوى البيع 193
المطلب الأول:تعريف البيع الشخصي وقوى البيع، أهميته، أدواره، مزاياه. 193
المطلب الثاني: أنواع القوى البيعية واجباتهم ومهاراتهم 198
الفصل الخامس..... 204
الدعاية والإعلان السياحيين..... 204
المبحث الأول : الدعايةPublicity 204
المطلب الأول: مفهوم الدعاية:..... 204
المطلب الثاني: فرص الدعاية وأهميتها : 205
المطلب الثالث: الأساليب والتقنيات المساهمة في نجاح الدعاية السياحية 208

المطلب الرابع: مراحل وتصميم الحملة الدعائية الترويجية: 210
المطلب الخامس: العوامل المؤثرة على برنامج الدعاية : 212
المبحث الثاني : الإعلان السياحي Advertising 214
المطلب الأول: مفهوم الإعلان السياحي..... 214
المطلب الثاني: خصائص الإعلان السياحي :..... 218
المطلب الثالث: أهمية وأهداف الإعلان السياحي..... 221
المطلب الرابع:دور الإعلان في قطاع الخدمات السياحية: 223
المطلب الخامس: تخطيط الحملات الإعلانية: 225
المطلب السادس: أساليب تخطيط الحملات الإعلامية السياحية: 227
المطلب السابع: مقومات نجاح الإعلان..... 229
المطلب الثامن: أوجه التشابه والاختلاف بين الدعاية السياحية والإعلان السياحي..... 231
المطلب التاسع: وسائل الإعلام السياحي في الدعاية والإعلان..... 233
الفصل السادس 242
فنون الإقناع والتفاوض 242
المبحث الأول : ماهية الإقناع 242
المطلب الأول: مفهوم الإقناع ونماذجه..... 243
المطلب الثاني: نجاح عملية الإقناع والاتصال :..... 247
المبحث الثاني :مفهوم التفاوض وخصائصه 251
المطلب الأول: مفهوم التفاوض :..... 252
المطلب الثاني:عناصر العملية التفاوضية : 256
المطلب الثالث: خصائص عملية التفاوض..... 257

المطلب الرابع: مجالات التفاوض في المؤسسات والشركات 258
المطلب الخامس: أهداف التفاوض، شخصيات التفاوض: 262
المطلب السادس: وسائل الاتصال التفاوضي:..... 263
المطلب السابع: مبادئ وخطوات عملية التفاوض:..... 265
المطلب الثامن استراتيجيات التفاوض:..... 268
المطلب التاسع: خصائص المفاوض الفعال 269
المطلب العاشر: أنماط المفاوضين و كيفية التعامل مع كل نمط..... 271
المبحث الثالث :دور الأسئلة في عملية التفاوض..... 275
المراجع باللغة العربية والأجنبية 282