



إدارة المناهج والكتب المدرسية

دليل المعلم

السياحة والسفر

دليل المعلم / السياحة والسفر
المستويان الثالث والرابع

المستويان الثالث والرابع



للمرحلة الثانوية

الفندقي والسيادي

للمرحلة الثانوية

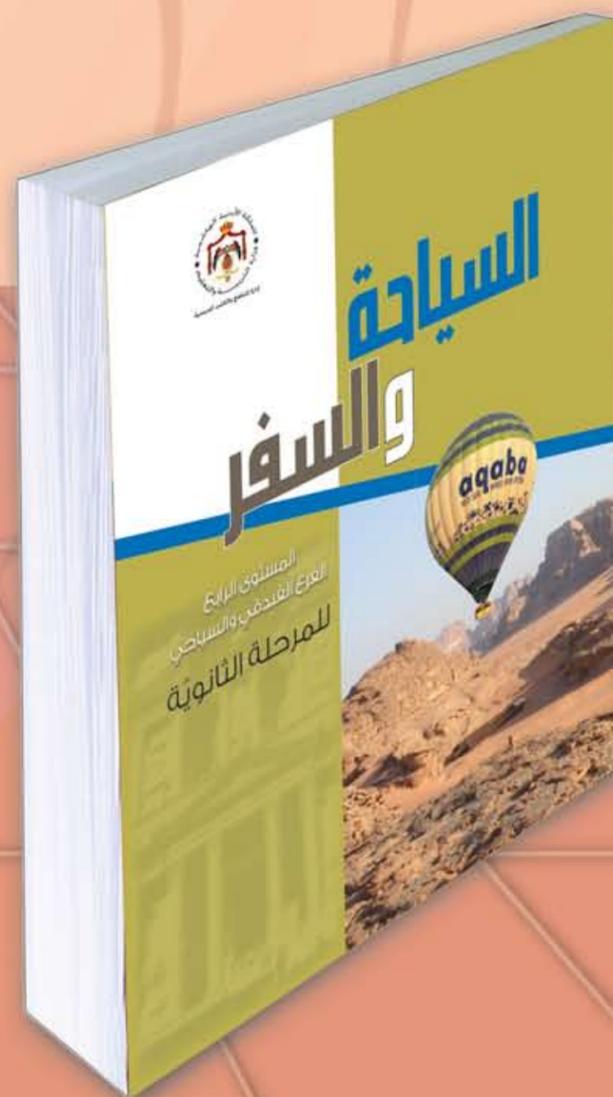
الفندقي والسيادي

الطبعة الأولى ١٤٣٤هـ / ٢٠١٣م



ISBN: 978-9957-84-516-2

9 789957 845162



مطبعة مكة



إدارة المناهج والكتب المدرسية

دليل المعلم

السياحة والسفر

المستويان الثالث والرابع

للمرحلة الثانوية

فرع الفندق والسياسي

تأليف

محمود الديماسي

يحيى خليل الفاخوري

الناشر

وزارة التربية والتعليم

إدارة المناهج والكتب المدرسية

يسر إدارة المناهج والكتب المدرسية استقبال ملحوظاتكم وآرائكم على هذا الدليل على العناوين الآتية:
هاتف: ٤٦١٧٣٠٤/٥-٩ فاكس: ٤٦٤٥٨٨٨، ٤٦٣٧٥٦٩ ص.ب. (١٩٣٠) الرمز البريدي: ١١١١٨
أو على البريد الإلكتروني: VocSubjects.Division@moe.gov.jo

قررت وزارة التربية والتعليم استخدام هذا الدليل في مدارس المملكة الأردنية الهاشمية جميعها، بدءاً من العام الدراسي ٢٠١٣/٢٠١٤م، بناءً على قرار مجلس التربية والتعليم رقم (٧٢ / ٢٠١٣)، في جلسته رقم (٥) تاريخ ١٩/٨/٢٠١٣م.

الحقوق جميعها محفوظة لوزارة التربية والتعليم
عمّان - الأردن/ ص . ب (١٩٣٠)

لجنة التوجيه والإشراف على التأليف
م. غسان فوزان الحايك
م. عبد الله محمود الهور
د. عمر مقداد مقدادي
م. عادل أحمد ممتاز
م. بادرة حميد اليماني

التحرير العلمي: م. غسان فوزان الحايك
التحرير اللغوي: محمد عريف عبيدات
التحرير الفني: نداء فؤاد أبو شنب
التصميم: هاني سلطي مقطش
الإنتاج: سليمان أحمد الخلايلة

دقق الطباعة: يحيى خليل فاخوري
راجعها: م. غسان فوزان الحايك

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(٢٠١٣/١٠/٣٦٧٠)
ISBN:978-9957-84-508-7

٦	المقدمة
٧	إرشادات التعامل مع الدليل
٩	الطالب الذي نريد
١٠	نموذج مقترح لتحضير حصة
١١	النتائج العامة
١٢	توزيع الوحدات والدروس حسب الحصص المقررة

المستوى الثالث

الوحدة الأولى: الإرشاد السياحي

١٨	أولاً : مفهوم الإرشاد السياحي
٢٠	ثانياً: المرشد السياحي
٢٢	ثالثاً: خصائص المرشد السياحي
٢٤	رابعاً: واجبات المرشد السياحي
٢٨	خامساً: العلاقات والاتصال في الإرشاد السياحي
٣٠	سادساً: آداب وأنظمة في الإرشاد السياحي (الإتيكيت والبروتوكول في الإرشاد السياحي)
٣٤	سابعاً : الأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي
٣٨	ثامناً : التطور المهني للمرشد السياحي

الوحدة الثانية : المنظمات السياحية

٤٤	أولاً : مفهوم المنظمات السياحية
٤٨	ثانياً: المنظمات السياحية والدولية
٥٢	ثالثاً: المنظمات السياحية العربية والأردنية
٥٦	رابعاً: الاتفاقيات السياحية

المستوى الرابع

الوحدة الأولى: التخطيط السياحي

٦٢	أولاً : أساسيات التخطيط السياحي
٦٦	ثانياً: المستويات المكانية للتخطيط السياحي
٧٠	ثالثاً: التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي
٧٤	رابعاً: التخطيط السياحي المستدام

الوحدة الثانية : التسويق السياحي

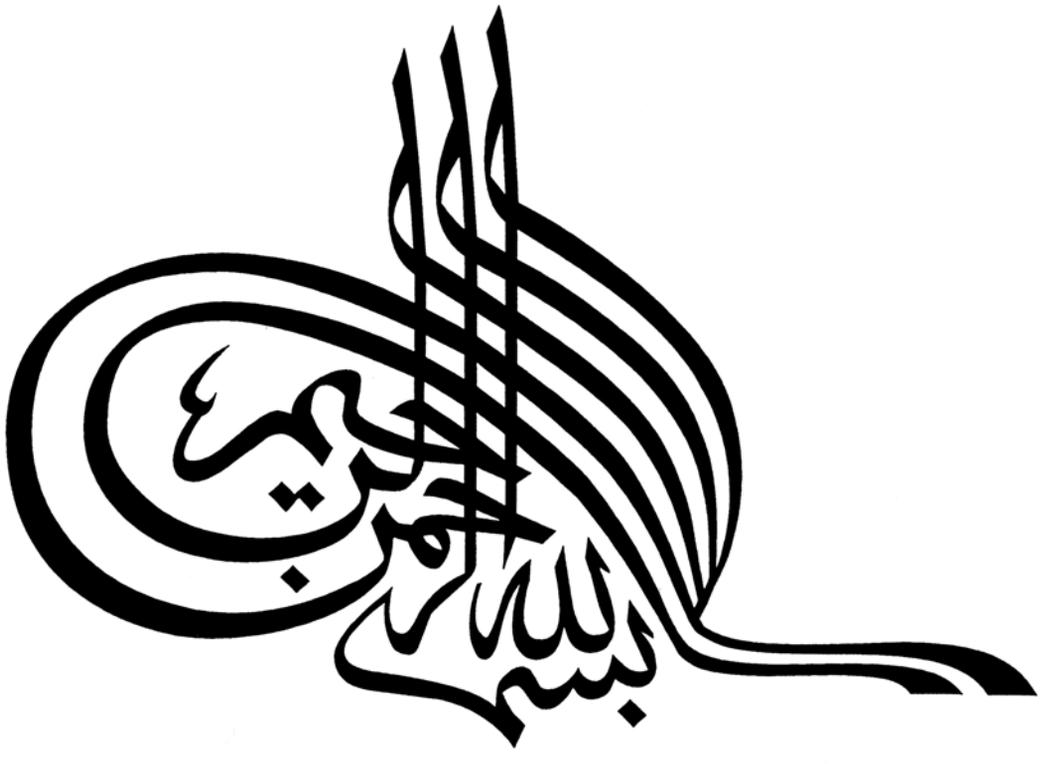
٨٠	أولاً : أساسيات التسويق السياحي
٨٤	ثانياً: أنظمة التوزيع في السياحة وطبيعتها
٨٨	ثالثاً: منافذ توزيع الخدمات السياحية في الأردن
٩٢	رابعاً: الفرق بين الوسائل التقليدية والوسائل الإلكترونية في التسويق السياحي

الوحدة الثالثة: السياحة والحجوزات الإلكترونية

٩٦ أولاً : نظم المعلومات السياحية
٩٨ ثانياً: الأنظمة الإلكترونية المطبقة في السياحة
١٠٢ ثالثاً: التذاكر الإلكترونية
١٠٦ رابعاً: الحجوزات الإلكترونية

الملاحق:

١١٣ ملحق (١) إجابات الأسئلة
١٢٩ ملحق (٢) أدوات التقويم
١٥١ ملحق (٣) أوراق العمل



الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على سيد المرسلين، الرسول الأمين، وعلى آله وصحبه
أجمعين، وبعد:

أخي المعلم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

نضع بين أيديكم (دليل المعلم) لكتاب (السياحة والسفر) للمرحلة الثانوية/ المستويان الثالث
والرابع بطبعته الأولى، آمين الاستفادة منه في إعداد الدروس وتنفيذها بوصفه أحد المصادر التي
تساعد على تحقيق النتائج التعليمية المرجوة.

ولعل من الأسس المهمة التي بني عليها هذا الدليل أنه أحد الركائز لتحقيق المنهاج ، و خطة التطوير
التربوي المنبثقة من فلسفة التربية والتعليم نحو اقتصاد المعرفة.

ونحن إذ نقدم إليك هذا الدليل نأمل أن يكون مرشداً وهادياً في تخطيط الدروس، بما يتلاءم مع
مستويات الطلبة والبيئة المادية الصفية وأهداف المبحث، ونأمل أن يتحقق التكامل بين النظرية والتطبيق؛
لا سيما أنه ارتبط بكتاب الطالب على نحو مباشر كما ارتبط بالنتائج التعليمية واستراتيجيات
التدريس والتقويم، فضلاً عن اهتمامه بتفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) كأداة
لتفعيل التعلم الإيجابي تخطيطاً وتنفيذاً وتقويماً.

إن هذا الدليل الذي نقدمه لكم هو أمثلة واجتهادات لا نتوقع منكم الوقوف عندها فحسب، بل
نرجو أن تكون منطلقاً لتنمية خبراتكم وإبراز قدراتكم الإبداعية في وضع البدائل أو الأنشطة المتنوعة
أو إضافة الجديد إلى المحتوى، أو بناء أدوات تقويم بمعايير أخرى.

والله ولي التوفيق

المؤلفون

إرشادات التعامل مع الدليل

تضمنت صفحات الدليل مجموعة من العناصر التي يعتقد أنها تمثل أبرز جوانب الموقف التعليمي التعليمي، وفي ما يأتي توضيح لكل هذه العناصر :

- **نتائج التعلم**
نتائج خاصة يتوقع تحقيقها من قبل الطلبة، وتتميز بشموليتها وتنوعها (معارف، ومهارات، واتجاهات)، وتعد مرجعاً للمعلم؛ إذ يبنى عليها المحتوى، وتعد الركيزة الأساسية للمناهج، وتسهم في تصميم نماذج المواقف التعليمية المناسبة، وفي اختيار استراتيجيات التدريس، وبناء أدوات التقويم المناسبة لها.
- **البنية المعرفية**
تتكون البنية المعرفية لأي مبحث من مجموعة من العناصر (مفاهيم ، ومصطلحات ومهارات، ونظريات، وقوانين ومبادئ)، وتشكل المفاهيم عناصر مفتاحية لبقية عناصر البنية المعرفية، ولذلك تم تحديد المفاهيم والمصطلحات الأساسية التي وردت في الكتاب المدرسي؛ بهدف التركيز عليها في تصميم الموقف التعليمي.
- **السلامة العامة**
إرشادات واحتياطات الأمن التي يجب مراعاتها عند تنفيذ الموقف التعليمي .
- **استراتيجيات التدريس**
الإجراءات والخطوات المنظمة التي يقوم بها المعلم وطلبته لتنفيذ الموقف التعليمي ، وهي أيضاً خطوات مفتوحة يمكن للمعلم تطويرها أو تغييرها بما يتلاءم وظروف الطلبة وإمكانيات المدرسة، مع مراعاة توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) عند الحاجة.
- **إدارة الصف**
إجراءات تهدف إلى تنظيم الموقف التعليمي وضبطه؛ لتسهيل تنفيذ الدرس بكفاءة ، ومن أمثلتها ما يأتي:
 - 1- تنظيم زمني متوقع لكل خطوة من خطوات الدرس الإجرائية.
 - 2- تنظيم جلوس الطلبة (مجموعات ، حلقة دائرية، أو حرف U....).
 - 3- تهيئة البيئة الصفية (إنارة كافية وتهوية ونظافة و...).
 - 4- تهيئة الأدوات والمواد اللازمة لتنفيذ الدرس.
 - 5- إثارة دافعية الطلبة للتعلم.
 - 6- استخدام أوراق العمل وأدوات القويم المناسبة والأنشطة المتضمنة .
 - 7- تطبيق المهارات بدقة للتوصل إلى المنتج المطلوب.
- **معلومات إضافية**
معلومات إثرائية وضرورية وموجزة ذات علاقة بالمحتوى موجهة للمعلم والطالب ، تهدف إلى إثارة دافعية الطالب ومساعدته على التعلم ، وإلى إثراء معارف المعلم بالمحتوى؛ بقصد إرشاده من خلال استخدام مصادر تعليمية أخرى متنوعة.
- **الزمن المتوقع**
المدة الزمنية المتوقعة لتحقيق النتائج الخاصة.

- **الفروق الفردية**
مجموعة أنشطة وأسئلة وإضافات في المحتوى التي تم إعدادها لتقابل احتياجات الطلبة وفق قدراتهم المتنوعة من حيث (النوع الاجتماعي، والاحتياجات الخاصة، والبيئات الاجتماعية).
- **استراتيجيات التقويم وأدواته**
الخطوات والإجراءات المنظمة التي يقوم بها المعلم أو الطلبة لتقويم الموقف التعليمي وقياس مدى تحقق النتائج، وهي عملية مستمرة في أثناء تنفيذ الموقف التعليمي يمكن تطويرها أو بناء نماذج أخرى مشابهة يتم تطبيقها بالتكامل مع إجراءات إدارة الصف .
- **التكامل الرأسي والأفقي**
أما الرأسي: ربط المفهوم بمفاهيم أخرى ضمن المبحث نفسه.
وأما الأفقي: ربط المفهوم مع المباحث الأخرى ضمن الصف نفسه.
- **مصادر التعلم**
مصادر تعليمية يمكن للطلاب والمعلم الرجوع إليها؛ بهدف زيادة معلوماتهم وخبراتهم، وتدعيم تحقيق النتائج، وتشمل (كتباً، موسوعات، ومواقع إنترنت، وأقراصاً مدججة، وزيارات ميدانية، ومقابلات أشخاص، و...).
- **المادة المحوسبة**
المادة التعليمية الإلكترونية التي أعدتها الوزارة في عدد من المباحث الدراسية (الرياضيات، والعلوم، والحاسوب، واللغة العربية، والتربية الوطنية، والإدارة المعلوماتية)؛ لتكون رديفة وداعمة لتحقيق نتائج التعلم، بالإضافة إلى التسجيلات والأقراص المدججة وأرشيف التلفزيون التربوي.
- **الملاحق**
تضمن الدليل ملاحق منفصلة يتناول كل منها أحد الجوانب الآتية:
إجابات أسئلة الكتاب، وأوراق عمل، وأدوات تقويم، وجداول، ورسوم توضيحية وبيانية، وخرائط، وصور.

تهدف خطة التطوير التربوي المبني على اقتصاد المعرفة إلى إعداد جيل من الطلبة يتمتع بمهارات حياتية تركز على عقيدة الأمة ، ومبادئها، وقيمها الأصيلة ، ويمثل استثماراً حقيقياً للمعرفة والخبرات .

ولأن طلبة اليوم هم بناء المجتمع غداً وهم الذي يتحملون مسؤولية الارتقاء به إلى أعلى المستويات في مختلف جوانب الحياة ، فإن المناهج الجديدة تسعى إلى تنمية الطالب الذي يتميز بأنه :

١ - يتحلى بأخلاقيات المهنة وفق القيم العربية والمعتقدات الإسلامية .

٢ - يبحث عن المعرفة وينظمها، ويحللها، ويوظفها ، ومن ثم يولد معرفة جديدة لرفع المستوى المهني .

٣ - يطبق مهارات الاتصال والتواصل في تعامله مع الآخرين ، وحسن الاستماع ، والموضوعية في الحوار .

٤ - يمارس التفكير الإبداعي والاستقصاء، وحل المشكلات بصورة عملية على نحو مستمر ، ويستخدم ذلك في اتخاذ القرارات .

٥ - يوظف عناصر العمل الفني للإبداع وأسسها في المجال الفندقي والسياحي .

٦ - يحافظ على البيئة وتطبيق إجراءات الصحة والسلامة في العمل والمنزل .

٧ - يُرشد الاستهلاك بالاستخدام الأمثل للموارد في المجال الفندقي والسياحي .

٨ - يستخدم أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) بمستويات متقدمة بإتقان، وأمان، وأخلاق في البحث ، والتحليل ، ومعالجة البيانات ، والعروض التقديمية ... إلخ .

٩ - يتخذ القرار المناسب في التوجه المستقبلي نحو سوق العمل أو التعليم العالي .

١٠ - يطور نفسه في مجالات البحث والاستقصاء والتعلم المستمر .

١١ - يستعمل الأجهزة الحديثة لتطوير مستوى العمل .

١٢ - يمتلك الكفايات المهنية اللازمة لسوق العمل .

١٣ - يتحمل المسؤولية ويحترم العمل .

١٤ - يندمج ويشارك مشاركة فاعلة في سوق العمل والإنتاج .

١٥ - يقدر ذاته بمستويات عالية، ويمارس عمليات التقويم الذاتي على نحو مستمر .

١٦ - يبتكر الجديد ولديه القدرة على إنشاء مشاريع صغيرة بما يلبي حاجات المجتمع بمستوياته المختلفة، ويرفع من مستويات المعيشة، ويحسن دخل الأسرة، ويسهم في النهوض بالاقتصاد الوطني .

نموذج مقترح خطة تحضير الدروس

المبحث:
 عنوان الوحدة:
 الصف / المستوى :
 عنوان الدرس: عدد الحصص: (...).
 التاريخ : من:/...../..... إلى:/...../.....

الرقم	النتائج الخاصة	استراتيجيات التدريس		التقويم		التنفيذ	
		الاستراتيجية	الأداة	الاستراتيجية	الأداة	الإجراءات	الزمن

مصادر التعلم (المواد، والأدوات):

جدول المتابعة اليومي				
اليوم والتاريخ	الشعبة	الصف	النتائج المحققة	الواجب البيتي

- يعي أهمية الإرشاد السياحي.
- يدرك العلاقة بين صناعة السياحة والإرشاد السياحي.
- يتعرّف أنواع المرشدين السياحيين.
- يتعرّف مهمات عملية الإرشاد السياحي وخصائصها.
- يتبيّن المهارات الضرورية في مهنة الإرشاد السياحي.
- يستخدم التكنولوجيا في عملية التواصل ويدرك أهميتها في الإرشاد والتخطيط السياحي.
- يتعرّف مفهوم المنظمة السياحية.
- يدرك دور المنظمات السياحية الدولية في تطوير صناعة السياحة.
- يوضح أهداف إنشاء المنظمات السياحية الدولية وتنظيم قطاع السياحة.
- يتعرّف أهم المنظمات السياحية الدولية والعربية والأردنية.
- يتعرّف مفهوم التخطيط والتسويق السياحي.
- يوضح أساليب التخطيط السياحي، وتوجهاته، ومحاوره.
- يعي دور التخطيط الإقليمي في حماية البيئة.
- يصنف العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي.
- يتقن مهارات التفاوض والحوار.
- يحلل دورة حياة الخدمة السياحية.
- يبين أهمية التسعير في الخدمات السياحية.
- يحلل عناصر التسويق الداخلي في السياحة.
- يفرق بين الوسائل التقليدية والإلكترونية المستخدمة في التسويق السياحي.
- يتعرّف مفهوم السياحة الإلكترونية
- يتبين أهمية الحجوزات الإلكترونية في تطوير صناعة النقل الجوي.
- يتعرّف أبرز الأنظمة الإلكترونية المستخدمة في الحجوزات السياحية في النقل والفنادق، ويقارنها.
- يحلل أبرز مشكلات الحجز الإلكتروني التي تواجه الشركات السياحية الأردنية.

توزيع الوحدات الدراسية حسب الحصص المقرر لها

عدد الساعات نظري	موضوعات الدرس	الوحدات	الجزء	
١	مفهوم الإرشاد السياحي.	الوحدة الأولى الإرشاد السياحي	المستوى الثالث	
٢	المرشد السياحي.			
٢	خصائص المرشد السياحي.			
٢	واجبات المرشد السياحي قبل وصول المجموعة السياحية وخلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية.			
١	واجبات المرشد السياحي / عند انتهاء البرنامج السياحي، وكيفية التعامل مع الحالات الحرجة.			
٢	العلاقات والاتصال في الإرشاد السياحي .			
٢	آداب وأنظمة الإرشاد السياحي / مفهومها وأهميتها.			
١	آداب وأنظمة الإرشاد السياحي / كيفية التعامل مع الإكراميات والزملاء.			
٢	أخلاق مهنة الإرشاد السياحي (١).			
١	أخلاق مهنة الإرشاد السياحي (٢).			
٢	التطور المهني للمرشد السياحي / المعلومات اللازمة للمرشد السياحي (١).			
١	التطور المهني للمرشد السياحي / تثقيف المرشد السياحي (٢).			
٢	مفهوم المنظمة السياحية الدولية / أنواعها وخصائصها.			الوحدة الثانية المنظمات السياحية
١	مفهوم المنظمة السياحية الدولية / مصادرها القانونية.			
٢	المنظمات السياحية الدولية العاملة في القطاع السياحي (١).			
١	المنظمات السياحية الدولية العاملة في القطاع السياحي (٢).			
٢	المنظمات السياحية الدولية العربية والأردنية / أنواعها وأهدافها.			
١	المنظمات السياحية الدولية العربية والأردنية / أهداف المنظمات السياحية الأردنية			
٢	الاتفاقيات السياحية.			
٣٠	المجموع			

توزيع الوحدات الدراسية حسب الحصص المقرر لها

عدد الساعات نظري	موضوعات الدرس	الوحدات	الجزء	
١	أساسيات التخطيط السياحي (١)	الوحدة الأولى التخطيط السياحي	المستوى الرابع	
١	أساسيات التخطيط السياحي (٢)			
٢	المستويات المكانية للتخطيط السياحي (١)			
١	المستويات المكانية للتخطيط السياحي (٢)			
٢	التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي (١)			
١	التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي (٢)			
٢	التخطيط السياحي المستدام (١)			
١	التخطيط السياحي المستدام (٢)			
٢	أساسيات التسويق السياحي (١)			الوحدة الثانية التسويق السياحي
١	أساسيات التسويق السياحي (٢)			
٢	أنظمة التوزيع في السياحة وطبيعتها (١)			
١	أنظمة التوزيع في السياحة وطبيعتها (٢)			
١	منافذ توزيع الخدمات السياحية في الأردن (١)			
١	منافذ توزيع الخدمات السياحية في الأردن (٢)			
٢	الفرق بين الوسائل التقليدية والوسائل الإلكترونية في التسويق السياحي.			
٢	نظم المعلومات السياحية.			
٢	الأنظمة الإلكترونية المطبقة في السياحة (١)	الوحدة الثالثة السياحة والحجوزات الإلكترونية		
١	الأنظمة الإلكترونية المطبقة في السياحة (٢)			
١	التذاكر الإلكترونية (١)			
١	التذاكر الإلكترونية (٢)			
٢	الحجوزات الإلكترونية (١)			
١	الحجوزات الإلكترونية (٢)			
٣١	المجموع			

المستوى الثالث



الوحدة الأولى

الإرشاد السياحي



النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم الإرشاد السياحي.
- يحدد القواعد المهمة في مهنة الإرشاد السياحي.
- يبيّن أهمية الإرشاد السياحي .
- يوضّح العلاقة بين صناعة السياحة والإرشاد السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

التراث ، الإرشاد

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر/أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس عن طريق طرح الأسئلة الآتية:
 - هل قمت برحلة سياحية إلى مدينة جرش؟
 - كيف تعرّفت تاريخها؟
 - ما طبيعة عمل الشخص الذي عرفك بهذه المعلومات؟
 - مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى أهمية الإرشاد السياحي .
 - عرض ما تم التوصل إليه حول أهمية الإرشاد السياحي على السبورة.

التعلم عن طريق النشاط/ الرواية

- الطلب إلى أحد الطلاب رواية قصة لرحلة سياحية قام بها داخل الأردن لأحد المواقع الأثرية، ذاكرًا كيفية الحصول على المعلومات عن هذا الموقع وأهميتها.
- إدارة النقاش مع الطلبة حول أهم القواعد المهمة لمهنة الإرشاد السياحي.
- تدوين الملاحظات على السبورة عن أهم القواعد المهمة لمهنة الإرشاد السياحي، وأهمية الإرشاد السياحي .

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى مجموعتين، واختيار مقرر لكل مجموعة، وتكليفها القيام بالآتي:
 - تكليف المجموعة الأولى بتحديد القواعد المهمة في مهنة الإرشاد السياحي، (ولمدة عشر دقائق).
 - تكليف المجموعة الثانية ببيان أهمية الإرشاد السياحي، وعلاقته بصناعة السياحة، (ولمدة عشر دقائق).
 - عرض ما تمّ التوصل إليه من قبل مقرر كل مجموعة، حول القواعد المهمة في مهنة الإرشاد السياحي وأهمية الإرشاد السياحي في هذه المهنة.
 - مناقشة المواضيع المتعلقة بقواعد الإرشاد السياحي وتلخيصها، ومناقشة أهميته
 - المفاهيم والمصطلحات الجديدة ذات العلاقة بمهنة الإرشاد السياحي.
 - تلخيص ما تمّ التوصل إليها حول مفهوم الإرشاد السياحي وأهميته.
 - عرض التلخيص الذي تمّ التوصل إليه حول مفهوم الإرشاد السياحي وأهميته، على السبورة.

الملاحق

ملحق (١) إجابات الأسئلة، وملحق (١-١) من أدوات التقويم.

أصبحت عملية الإرشاد السياحي كعلم وفنّ ومهارة من أساسيات العملية السياحية في أي دولة، وسبب من أسباب تطوير صناعة السياحة فيها، وذلك لما لها من دور مهمّ وحيوي في ضمان الاستقرار النفسي للأفراد والمجموعات السياحية من جانب، وتسويق الدولة سياحيًا وثقافيًا من جانب آخر. ومن أجل ذلك، أصبح الإرشاد السياحي يحظى باهتمام كبير سواء من حيث إعداد المرشدين السياحيين في الكليات المتخصصة، أو إعداد البرامج التي تساعد على تعزيز معارفهم ومهاراتهم الإرشادية.

١- تاريخ الإرشاد السياحي

لقد مارس الإنسان عملية الانتقال منذ أن خلق، بدافع إشباع الحاجات الأساسية، كالطعام والماوى والأمن، ثم تطوّرت عمليات الانتقال وأخذت الصفة التجارية، مثل: الحركات التجارية التي تنتقل عبر الأقاليم والدول والتي أدت إلى وجود مرشدين لهذه الرحلات والتي تتمحور مهنتهم في بيان مسارات الطرق التجارية، وتأمين الأمن والاستقرار للقوافل التجارية في المناطق التي تمرّ بها.

وبعد الحرب العالميّة الثانية، حيث بدأت المجتمعات تشعر بالأمن والاستقرار وتحسّن المستوى المعيشي لشعبها، ظهرت السياحة بأعداد ضخمة وكبيرة (Mass Tourism)، حتى أصبحت تشكل علمًا يدرّس، ونشاطًا له أسسه ومبادئه وقواعده وتأثيراته المباشرة وغير المباشرة في مختلف جوانب العملية السياحية، وارتبطت بذلك الحاجة إلى من يعرّف السياح ويرشدهم أثناء رحلاتهم السياحية، ممّا أدى إلى ظهور علم الإرشاد السياحي، الذي تطوّر بصورة كبيرة بعد النصف الثاني من القرن الماضي، وذلك بإصدار فريمان تيلدين (Freeman Tilden) كتابًا لتفسير التراث ووضّح فيه المقصود بالإرشاد على أنه: نشاط تعليمي يهدف إلى اكتشاف المعاني والصلات بين الأشياء عن طريق الخبرة المباشرة ووسائل الإعلام المتاحة، وقد اقترح تيلدين (Tilden) عددًا من القواعد المهمة في مهنة الإرشاد السياحي، وهي:

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة بإعداد تقرير حول تطور مهنة الإرشاد السياحي في الأردن لعرضه أمام الطلبة.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم التقدير (١-١).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

– الفاعوري، أسامة، الإرشاد السياحي، دار الورق للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٤م

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

أ – التوافق بين المقومات السياحية، وما يقدم من معلومات وحقائق تتعلّق بالموضوع ذاته، وارتكاز عملية الإرشاد السياحي على طريقة تقديم المعلومات للمجموعات السياحية.
ب – ارتكاز مفهوم الإرشاد السياحي على العديد من العلوم، سواء كانت علمية أو تاريخية، جغرافية أو معمارية.
ج – إن الهدف الرئيس للإرشاد ليس التعليم والتلقين ولكنّه يكمن في المغامرة والمتعة والإثارة، ومراعاة طبيعة المجموعة السياحية وخصائصها؛ فالإرشاد الموجه للسياح القادمين لزيارة المواقع المقدسة يختلف عن السياح القادمين للاستجمام، والإرشاد الموجه للأطفال يجب أن يكون على نحو أقلّ ممّا يقدم للبالغين.
إنّ هدف الإرشاد لا يقتصر فقط على عرض المعلومات، ولكنّه يتطلّب أيضًا نقل الإحساس أو توصيله بروعة المكان، والتأثير الفعال على الزائرين، وإقناعهم بضرورة المحافظة على الموقع.

٢- أهمية الإرشاد السياحي

للإرشاد السياحي أهمية كبيرة في مجال تطوّر صناعة السياحة، من خلال التركيز على جوانب احترافية في مهنة الإرشاد السياحي، وتوضيح أهمية مهنة الإرشاد السياحي، كما يأتي:
أ – تسهم مهنة الإرشاد السياحي في تهيئة معلومات وبيانات دقيقة وصحيحة وموثقة وحديثة عن اتجاهات الطلب السياحي، ورغبات السياح وحاجاتهم وسلوكياتهم.
ب – يسهم الإرشاد السياحي في تطبيق آليات التسويق المباشر (Direct Marketing)، من خلال قدرة المرشد السياحي على التواصل الإيجابي مع أفراد المجموعة السياحية.
ج – يسهم الإرشاد السياحي في تحقيق التفاعل المنشود بين حضارات الشعوب، من خلال إيجاد العلاقات التفاعلية الصحيحة بين المرشد السياحي والضيف الزائر (Encounters).
د – تتطلّب الحاجات والدوافع المختلفة للسائح إشباعًا، وإنّ هذه الحاجات والدوافع يتم تحقيقها من خلال تطوير مهنة الإرشاد السياحي.
هـ – تتضمن مهنة الإرشاد السياحي عددًا من النشاطات الاجتماعية والاقتصادية الفرعية، وهذه النشاطات تؤدي إلى زيادة الدخل القومي مما ينعكس إيجابًا على تطوير صناعة السياحة من جهة، ويبيّن حاجات السائح ودوافعه المعرفية والاستكشافية من جهة أخرى.

٣- العلاقة بين صناعة السياحة والإرشاد السياحي

يرتبط مفهوم الإرشاد السياحي بعلاقة وثيقة ومباشرة بتطوّر صناعة السياحة، فالدول المتطورة سياحيًا تتميز بوجود أنظمة متطورة في تنظيم مهنة الإرشاد السياحي مما ينعكس إيجابًا على تطوّر صناعة السياحة، وزيادة الدخل السياحي؛ لذا، تعدّ عملية الإرشاد السياحي الحلقة الأقوى في عناصر تنظيم السياحة من خلال تأثيرها في درجة رضا السائح، والذي بدوره يسوّق الدولة بين أبناء دولته، فكلّما كانت عملية الإرشاد السياحي ذات نوعية وجود متميّزة، انعكس ذلك إيجابًا على العملية السياحية للدولة.

فضية للبحث

بالتعاون مع أفراد مجموعتك، ابحث في مصادر المعرفة المتوافرة (كتب، وإترنت، وغيرها) عن تطوّر الإرشاد والدلالة السياحية في الأردن، ثمّ اعرض ما تتوصّل إليه أمام زملائك.

النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم المرشد السياحي.
- يحدّد المؤهلات والشروط الواجب توافرها في المرشد السياحي.
- يبيّن التزامات المرشد السياحي.
- يعدد أنواع المرشدين السياحيين.

المفاهيم والمصطلحات

قائد المجموعة، المرشد العام، المرشد الخاص، المرشد المستكشف، منظم الرحلات.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية :
 - في أثناء رحلة مدرسية قمت بها، من كان قائد الرحلة؟
 - ما الصفات والمؤهلات التي جعلته قائداً لهذه الرحلة؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى مفهوم المرشد السياحي وشروطه ومؤهلاته، وعرض ما تم التوصل إليه على الطلبة.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها حول مفهوم المرشد السياحي على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على الشكل (١-١)، ثم الإجابة عن التساؤلات الآتية:
 - ما الأدوار التي يؤديها المرشد السياحي؟
 - ما المهام التي يؤديها المرشد السياحي في كل دور؟
- إدارة النقاش مع الطلبة حول الأدوار والمهام التي يؤديها المرشد السياحي.
- تدوين الملاحظات التي نوقشت مع الطلبة حول أدوار ومهام المرشد السياحي، وعرضها على السبورة.

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى ثلاث مجموعات، واختيار مقرر لكل مجموعة، وتكليفها القيام بالآتي:
 - المجموعة الأولى: تحدّد شروط ومؤهلات المرشد السياحي (ولمدة خمس دقائق).
 - المجموعة الثانية: تحدّد التزامات المرشد السياحي، (ولمدة خمس دقائق).
 - المجموعة الثالثة: تعدّد أنواع المرشدين السياحيين وخصائصهم، (ولمدة خمس دقائق).
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات حول شروط المرشد السياحي ومؤهلاته، والتزاماته، وأنواع المرشدين السياحيين وخصائصهم.

يعدّ المرشد السياحي عصب العملية السياحية، وعنصرها الفاعل؛ فهو ناقل للخبرة والمعرفة والتجربة، ويشكّل إعداده وتأهيله علمياً ومعرفياً وتربوياً عنصراً أساسياً في صناعة السياحة الحديثة. وبما أنّ العالم في القرن الحادي والعشرين يشهد تطوراً هائلاً في نشاط الحركة السياحية، والمعرفة، وتكنولوجيا المعلومات، فلا بدّ من أن يعدّ المرشد السياحي إعداداً خاصاً يؤهله وينمّي فيه رغبة التعلّم الذاتي، والاطلاع على المستجدات وتطوّراتها بشكل مستمر.

١- تعريف المرشد السياحي



المرشد السياحي: الدليل الذي يقود السائح أو (المجموعة السياحية) ويرشده في السفر والرحلة السياحية مهما اختلف نوعها، ويمكن تعريف المرشد السياحي بصورة عامة على أنّه: الشخص الذي يتولّى إدارة الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال مرافقة المجموعات السياحية في المواقع السياحية، ويتولّى عمليات التوضيح والشرح عن مناطق الجذب السياحي لأفراد المجموعة السياحية التي يرافقها، وعليه تقع مسؤولية المحافظة عليهم، فهو السفير والمعلم الناقل لحضارة الأمانة وثقافتها. ويوضّح الشكل (١-١) مفهوم المرشد السياحي وأدواره.

٢- الشروط التي يجب توافرها في المرشد السياحي

يوجد عدد من المؤهلات التي تشترطها وزارة السياحة والآثار الأردنية في الشخص الذي يمارس مهنة الإرشاد السياحي، وأهمّها: أن يكون حاصلاً على الشهادة الجامعية الأولى على

٣- إجراءات نظام عمل المرشد السياحي

يتوجب على المرشد السياحي ألاّ يقصّر في أداء واجباته أو خدماته، وألاّ يخلّ بالتزاماته تجاه السائح أو أصحاب المهن السياحية الأخرى، ويجب أن يخضع الدليل إلى دورات سياحية؛ للتأكد من مدى إلمامه بالمعلومات السياحية والأثرية العامة، وعليه بشكل خاصّ الالتزام بما يأتي:

- التحلّي بأخلاق المواطنة الصادقة لإبراز الأردن بصورة جيّدة.
- ارتداء الزي المقرّر.
- وضع الرخصة (الباجة) على صدره أثناء العمل، وإظهارها ليطلع عليها السائح وموظفو الوزارة.
- تسليم رخصته إلى الوزارة عند إغائها أو وقف العمل بها.
- القيام بواجباته على أكمل وجه أثناء مرافقته للأفواج السياحية، من إعطاء المعلومات الوافية والدقيقة وشرحها، والالتزام بالمواعيد المحددة للبرنامج السياحي.

٤- أنواع المرشدين السياحيين

ظهرت سمّيات عدّة للمرشدين السياحيين حسب طبيعة الرحلات وأهدافها، وفي الأردن يوجد نوعان من المرشدين السياحيين، وهما:

- أ - المرشد العام (General Guide): المرشد السياحي الذي يتولّى تنفيذ البرنامج السياحي على مختلف مناطق الدولة ولا يقتصر عمله على موقع جغرافي محدّد.
- ب - المرشد الخاص (Local Guide): المرشد السياحي الذي يتولّى تنفيذ البرنامج السياحي في منطقة جغرافية محدّدة، ولا يحقّ له مرافقة المجموعات السياحية في مناطق أخرى. وهناك أنواع للمرشدين السياحيين وسمّيات أخرى، كما يتضح في الجدول (١-١).

أدر حواراً بين أفراد مجموعتك حول أهمية الشروط والإجراءات المنظمة لعمل المرشد السياحي، وانعكاسات ذلك على السائح.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الملاحق

انظر ملحق (١-٢) من أدوات التقييم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

تكاليف الطلبة بالرجوع إلى موقع وزارة السياحة www.mota.gov.jo وإعداد تقرير حول القوانين المنظمة لعمل المرشد السياحي في الأردن لعرضه أمام الطلبة.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم التقدير (١-٢).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلم

مقابلة ، خالد ، فن الإرشاد السياحي ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن، ٢٠٠٠م.

للطالب

موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

الأقل، في دراسة ذات علاقة بهذه المهنة، مثل (السياحة، والجغرافيا، والآثار، والتاريخ)، وأن يكون قادرًا على التحدّث بإحدى اللغات العالمية التي يتدقّق السياح من دولها إلى الأردن، وأن يكون لائقًا صحيًا. وتتعدّد الشروط الواجب توافرها في الشخص الذي يسعى للحصول على الترخيص لممارسة مهنة المرشد السياحي وفقًا للنظام الأردني: وأهمّها أن يكون:

- أردني الجنسية، وأتمّ العشرين من عمره.
 - غير محكوم عليه بجناية أو جرم مخلّ بالشرف والأخلاق العامة.
 - حاصلًا على الدرجة الجامعية الأولى، أو ما يعادلها، أو الدبلوم في خدمات مرشدي السياح من كلية معتمدة كحدّ أدنى.
 - قد اجتاز امتحاني اللغة الأجنبية والمعلومات السياحية.
 - قد اجتاز امتحان الدورة التي تنظّمها الوزارة.
 - متفرغًا لممارسة مهنة المرشد السياحي، ولا يجوز له مواولة آية وظيفة أو مهنة أخرى بما في ذلك التجارة والسمسرة.
- يقدم المرشد السياحي طلبًا إلى وزارة السياحة يتضمّن الوثائق المطلوبة منه حسب الأصول، وهي:
- الأوراق الجامعية.
 - مصدّقة عدم محكومية.
 - صورة عن الهوية الشخصية أو جواز السفر.
- ترسل وزارة السياحة الأسماء إلى معهد اللغة المختصّ للتأكد من امتلاك المرشد السياحي مهارات اللغة التي سيختصّ بها، ثمّ يخضع المتردّب إلى دورة مدّتها ستة أشهر، تتناول معلومات شاملة عن المواقع السياحية والأثرية والتاريخية في المملكة الأردنية الهاشمية جميعها، ويعقد خلالها امتحانان؛ أحدهما نظري، والآخر عملي، وبعد نجاح المتردّب فيهما يمنح شهادة مواولة مهنة الإرشاد السياحي.

١٣

الجدول (١-١): أنواع أخرى من المرشدين السياحيين.

الرقم	نوع المرشد السياحي	خصائصه
١-	المرشد السياحي الذي يعمل مع المؤسسات الرسمية للدولة (Government Guide)	المرشد السياحي الذي يرافق المجموعات السياحية ذات الصبغة الرسمية والضيوف الرسميين، بناء على تكليف من المؤسسات الرسمية، مثل: رئاسة الوزراء أو وزارة الخارجية.
٢-	مرشد الشركات التجارية والصناعية الكبرى (Business-Industry Guide)	يتّصف هذا النوع من المرشدين السياحيين بخصائص مميزة أبرزها: التخصصية في المجال الذي يعملون به، مثل: المرشدين التابعين للشركات والمؤسسات؛ فوظيفتهم تتمحور في مرافقة المجموعات السياحية في المواقع التابعة للشركة أو المؤسسة التي يعملون بها.
٣-	المرشد المستكشف (Adventure Guide)	يتّصف هذا النوع من المرشدين السياحيين بالكفاءة العالية؛ والقدرة على التأثير في السائح من خلال إبراز جمال الطبيعة وصحة البيئة وسلامتها.
٤-	منظّم الرحلات (Tour Manager)	يختصّ منظّم الرحلات السياحية بترتيب تنفيذ البرامج السياحية، وتنظيمها، ومراقبتها.

١٥

للمرشد السياحي دور مهم في تحديد نجاح صناعة السياحة وفعاليتها، الأمر الذي دفع العديد من الباحثين إلى دراسة خصائص المرشد السياحي، وذلك للوقوف على أهم الخصائص ذات الارتباط الوثيق بنجاح عملية الإرشاد في السياحة، ويمكن تصنيف هذه الخصائص في فئتين؛ فئة الخصائص المعرفية، وفئة الخصائص الشخصية.

١ - الخصائص المعرفية للمرشد السياحي

يرتبط إعداد المرشد السياحي أكاديمياً ومهنيًا على نحو إيجابي بفعالية التعليم السياحي، فقد أشارت البحوث إلى وجود ارتباط إيجابي بين مستوى التحصيل الأكاديمي للمرشد السياحي واللغة التي يتقنها، وتمكن المرشد السياحي معرفيًا؛ فالمرشد السياحي المتفوق في قيادة المجموعات السياحية، والمؤهل مهنيًا على نحو جيد، يعد أكثر فاعلية من المرشد السياحي الأقل تفوقًا وإعدادًا، إذا قيست هذه الفعالية بمستوى رضا المجموعات السياحية.

إن الإرشاد السياحي الناجح والفعال، لا يرتبط بمعرفة المرشد السياحي للمعلومات الأثرية والسياحية فقط، بل يرتبط أيضًا بمدى اهتمامه وتنوعها؛ فمعرفة المرشد السياحي بالمسائل التي تقع خارج ميدان تخصصه، والميادين الأخرى ذات العلاقة بهذا التخصص، وسعة اطلاعه على هذه المسائل، تجعله أكثر فاعلية من المرشد السياحي الأقل اهتمامًا ومعرفة واطلاعًا. وتشكل كمية المعلومات المتوافرة لدى المرشد السياحي عن خصائص المجموعات السياحية المختلفة، منغزًا مهمًا من منغزات الخصائص المعرفية للمرشد السياحي الفعال، فقد تبين أن هذا النوع من المعلومات يرتبط على نحو وثيق بفعالية قيادة المجموعات السياحية.

٢ - الخصائص الشخصية للمرشد السياحي

المرشد السياحي الفعال هو الذي يستخدم مهاراته وخبراته في تطبيق الأساليب العلمية الحديثة في قيادة المجموعات السياحية، بحيث تتناسب مع طبيعة العمل الذي يمارسه، وبحيث تصبح



إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

النتائج الخاصة

- يتعرف الخصائص المعرفية للمرشد السياحي.
- يتعرف الخصائص الشخصية للمرشد السياحي.
- يوضح مهارات المرشد السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

المهارات الذاتية، المهارات الإدراكية، المهارات الاجتماعية، المهارات المعرفية.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:
- في أثناء رحلة كشفية قمت بها مع زملائك من كان قائد الكشافة؟ ما الخصائص التي ميزت قائد مجموعتك عن قائد المجموعة الأخرى؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى الخصائص المعرفية والشخصية للمرشد السياحي.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها حول الخصائص المعرفية والشخصية للمرشد السياحي على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على الشكل (١-٢)، ثم الإجابة عن التساؤلات الآتية:
- ما مهارات المرشد السياحي؟
- ماذا تعرف عن كل مهارة؟
- إدارة النقاش مع الطلبة، لمعرفة مهارات المرشد السياحي وطبيعة كل مهارة.
- تدوين الملاحظات التي نوقشت على السبورة.

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى مجموعتين، واختيار مقرر لكل مجموعته، وتكليف كل مجموعة القيام بالآتي:
- المجموعة الأولى تحدد الخصائص المعرفية للمرشد السياحي، (ولمدة عشر دقائق).
- المجموعة الثانية تحدد الخصائص الشخصية للمرشد السياحي، (ولمدة عشر دقائق).
- عرض ومناقشة ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعتين، حول الخصائص المعرفية والشخصية للمرشد السياحي.
- تلخيص ما تم عرضه و مناقشته و كتابته على السبورة.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة بتصميم جدول يبيّن أهم المهارات اللازمة للمرشد السياحي، ثم عرض ما تم التوصل إليه أمام زملاءه.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم التقدير (١-٣).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

– الحوري، مثنى، مبادئ الإرشاد السياحي، ط١، مؤسسة الوراق، عمان، ٢٠٠٠م.

للطالب

– موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo



الشكل (٢-١): مهارات المرشد السياحي.

كفاياته رهناً برويته الواضحة وبنظراته المتكاملة إلى العملية السياحية؛ لذا، نجد أنّ هناك مجموعة من المهارات الضرورية للمرشد السياحي ويظهرها الشكل (١-٢). وفي ما يأتي توضيح لهذه المهارات:

- المهارات الذاتية: تشمل السمات الشخصية والقدرات العقلية والمبادأة والابتكار؛ فطبيعة العمل السياحي في المواقع السياحية تستوجب من المرشد السياحي أن تتوفر لديه صحة جيدة وقوة ونشاط، وقدرة على التحمل، حتى يستطيع أن يبذل الحيوية والنشاط في أفراد المجموعة السياحية، وأن يكون قادراً على ضبط النفس والصبر، كذلك عليه أن يمتلك عنصر الشعور بالمسؤولية، وقوة الإرادة، والعزيمة، والثقة، والاعتداد بالنفس، والمرونة، والأمانة الشخصية.
- مهارات فنية ومعرفية: يتسم العصر الذي نعيشه بالتغيرات والتطورات المتلاحقة في أساليب صناعة السياحة، ومن هذه الزاوية يتحتم على المرشد السياحي، أن يكون ملماً بكثير من المعارف والمعلومات، بل أكثر من ذلك يعرف متى وكيف يحصل على ما يريد من المعلومات اللازمة من مصادرها، ولا ينتظر أن تصل إليه أو يزوده أحد بها، فيجب عليه أن يمتلك الروح البحثية دائماً، ويسعى للتجديد والابتكار والإبداع.
- مهارات اجتماعية: تعني فنّ التعامل مع البشر، وتعّد أساس نجاح الرحلة السياحية؛ لأنّ فنّ قيادة المجموعات السياحية يتطلب باستمرار التعامل مع البشر على مستوياتهم جميعها، سواء أفراد المجموعات السياحية، أو على مستوى المجتمع المحلي بمؤسساته والعاملين فيه كافة، هذه المهمة تتطلب من المرشد السياحي بصفته قائداً للعلاقات الإنسانية أن يكون مطلقاً يعمق على الطابع البشرية، وموجهاً لتلك العلاقات الإنسانية بطريقة مدروسة ومحسّنة؛ لتفعيل العمليّة السياحية وإنجاحها.

وعلى ذلك، تتطلّب المهارة الإنسانية أن يكون المرشد السياحي قادراً على بناء علاقات طيبة مع أفراد المجموعة السياحية، وذلك من خلال معرفته بميول أفرادها، وفهمه لمشاعرهم، وتقنيته لاقتراحاتهم وانتقاداتهم البناءة. وتشير الأبحاث الحديثة في مجال الإرشاد السياحي إلى أنّ فشل كثير من المرشدين السياحيين في عملهم، يرجع إلى نقص في المهارات الإنسانية لديهم، أكثر من أن يكون قصوراً في امتلاك مهارات العمل نفسه.

د - المهارات الإدراكية التصوّرية: تعني هذه المهارة مقدرة المرشد السياحي على رؤية البرنامج السياحي بشكل متكامل، وعلى تفهمه لشبكة العلاقات المتكاملة في نجاح الرحلة السياحية وإدراكه لها، وكيف أنّ أيّ تغيير في أيّ مكون فرعي سيؤثر بنسب متفاوتة في بقية المكونات الفرعية الأخرى التي يشتمل عليها البرنامج السياحي، ويجب أن يكون هناك تصوّر واضح لعلاقة المرشد السياحي بالمجتمع المحلي، إضافة إلى معرفة واضحة بأوضاع هذا المجتمع التشريعية، والاقتصادية، والاجتماعية؛ فمعرفة المرشد السياحي بهذه الأمور، ووجود تصوّر مسبق لديه عن المجتمع المحلي يسهّل عليه استخدام مهاراته الإنسانية في التعامل مع المجتمع المحلي بكفاهة واقتدار.

مهارات المرشد السياحي

نشاط (١-١)

نظّم ومجموعتك جدولاً تبيّن فيه أهمّ المهارات الضرورية في المرشد السياحي، ثمّ اعرض ما توصلت إليه أمام زملائك.

تعدّ المهّمات والواجبات المطلوبة من المرشد السياحي خلال تنفيذ البرنامج السياحي، فمنها: ما هو مطلوب منه قبل البدء بتنفيذ البرنامج السياحي، أو عند استقبال أفراد المجموعة السياحية ووداعها، وهذا يتطلّب من المرشد السياحي حتى ينجح في برنامجه السياحي الوعي الكامل بهذه المهّمات والواجبات، والقدرة على تنفيذها، ومنها:

١- الواجبات قبل البدء في تطبيق البرنامج السياحي

من المهّمات الرئيسة التي تقع على عاتق المرشد السياحي بشكل رئيس قبل البدء بتنفيذ البرنامج السياحي التعرف إلى عدّة أمور، من أهمّها:

- أ - معرفة الأجر الشخصي له أولاً.
- ب - مناقشة ما جاء بالبرنامج السياحي بتفاصيله جميعها، قبل إعطاء الموافقة أو الرفض على ذلك.
- ج - الانتباه إلى الأمور القانونية جميعها لكيلا يرتكب المرشد السياحي أي مخالفة في أثناء قيامه بالعمل.
- د - معرفة متطلّبات السائح المشمولة في البرنامج السياحي، وأي مطلب آخر غير مشمول في البرنامج يجب على المرشد السياحي عدم تنفيذه إلا بالرجوع إلى الشركة المنفّذة للبرنامج.

٢- الواجبات قبل وصول أفراد المجموعة السياحية

عند موافقة المرشد السياحي على تنفيذ البرنامج، وإعلامه بموعد وصول أفراد المجموعة السياحية، يجب عليه القيام بما يأتي:

- أ - دراسة البرنامج المُتفق عليه جيّداً، والتأكد من دقة المواعيد، وقابليتها للتنفيذ، ودراسة تفاصيل المسارات السياحية للمجموعات السياحية كافة، ويجب على المرشد إيداع نسخة من البرنامج لدى الشركة المنفّذة، والاحتفاظ بنسخة أخرى للاستعانة بها ميدانياً.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

النتائج الخاصة

- يتعرّف واجبات المرشد السياحي قبل تنفيذ البرنامج السياحي، وقبل وصول المجموعة السياحية.
- يتعرّف واجبات المرشد السياحي عند وصول المجموعة السياحية .
- يتعرّف واجبات المرشد السياحي خلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية.

المفاهيم والمصطلحات

المسارات السياحية

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:
- في أثناء رحلة قمت بها لزيارة مدينة البترا، ما الترتيبات المعدة مسبقاً للرحلة؟ ما الخدمات التي قدمها لك مرشدك خلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى واجبات المرشد السياحي، قبل تنفيذ البرنامج السياحي وقبل وصول المجموعة السياحية، خلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية.
- عرض الإجابات وكتابتها على السبورة.

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى أربع مجموعات واختيار مقرر لكل مجموعة وتكليفها القيام بالآتي:
- المجموعة الأولى: تحدد مهام المرشد السياحي قبل البدء بتنفيذ البرنامج السياحي.
- المجموعة الثانية: تحدد مهام المرشد السياحي قبل وصول أفواج المجموعة السياحية.
- المجموعة الثالثة: تبين مهام المرشد السياحي عند استقبال المجموعة السياحية.
- المجموعة الرابعة: تبين مهام المرشد السياحي خلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية.

(علماً أن الزمن المخصص لكل مجموعة سبع دقائق).

- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات حول واجبات المرشد السياحي قبل تنفيذ البرنامج السياحي، وقبل وصول المجموعة السياحية، وخلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية.
- مناقشة ما تمّ التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات حول واجبات المرشد السياحي قبل تنفيذ البرنامج السياحي، وقبل وصول المجموعة السياحية، وخلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية.
- تلخيص المواضيع المتعلقة بواجبات المرشد السياحي قبل تنفيذ البرنامج السياحي وقبل وصول المجموعة السياحية، خلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية، ثم عرض النتائج على السبورة.

انظر ملحق (١-٤) من أدوات التقييم.

الملاحق

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم التقدير (١-٤).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

- مقابلة، خالد، فن الإرشاد السياحي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٠م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

- ب - تجهيز قائمة بأسماء أفراد المجموعة السياحية القادمة وأكثر من نسخة.
- ج - التأكد من الحجوزات الخاصة بالتواصل المباشر مع المنشآت السياحية والفندقية، والاحتفاظ بنسخة من بركات تبييت الحجوزات في الفنادق والمطاعم السياحية.
- د - تهيئة المطبوعات المقرّر توزيعها على أفراد المجموعة السياحية، وكذلك تجهيز الهدايا.
- هـ - استلام سلفة مالية لتغطية المصروفات التي تتطلب الدفع النقدي المباشر.
- و - التأكد من سلامة وسيلة النقل السياحي ونظافتها، وإعلام السائق بجنسية المجموعة السياحية، ومنهاجها، والأسلوب المناسب في التعامل معها.
- ز - التأكد من التجهيزات الفنية الخاصة بالرحلة السياحية، مثل: الميكروفون، ومكبر الصوت، إلخ...

٣- الواجبات عند استقبال المجموعة السياحية

- بعد اللقاء الأول مع أفراد المجموعة السياحية ذا أهمية كبيرة في بثّ الضمّانية والراحة في نفوسهم، مما يتطلب من المرشد السياحي التحضير جيّدًا لهذا اللقاء، ومن الواجبات المطلوبة منه في هذه المرحلة ما يأتي:
- أ - ضرورة الوصول إلى موقع النقاء أفراد المجموعة (المطار، أو الميناء، أو المعبر البرّي)؛ لإرشادهم، وتهيئة عوامل الراحة لهم.
- ب - رفع لافتة باسم شركته والشركة المنظمة في مكان مناسب يستطيع أفراد المجموعة السياحية مشاهدتها، والأطمئنان إلى أنّ هناك من يهتمّ بأمرهم، وبذلل الصعوبات أمامهم.
- ج - التعرف إلى المجموعة وقائدها، ومساعدتهم في إنجاز المعاملات الرسمية.
- د - عدّ الحقائب، ولصق ملصق الشركة الخاصّ بذلك عليها، وتأمين نقلها إلى الحافلة.
- هـ - التأكد من عدد الأفراد في المجموعة عند الصعود إلى الحافلة.
- و - وفي الطريق إلى محلّ الإقامة، يقوم المرشد بما يأتي:
- ١. الترحيب بأفراد المجموعة السياحية.
- ٢. تقديم موجز عن برنامج الرحلة السياحية ومواقع إقاماتهم.
- ٣. توضيح العملة الوطنيّة وفئاتها، وكيفية التحويل.
- ٤. تقديم شرح مبسّط عن العادات والتقاليد خاصة المغايرة لعادات أفراد المجموعة السياحية وتقاليدهم.

- ز - عند الوصول إلى الفندق، يشرف المرشد السياحي مع قائد المجموعة السياحية على توزيع الغرف المعدّة مسبقًا، بناءً على قائمة توزيع الغرف حسب الأسماء (Rooming List).
- ح - تحديد الخدمات التي تقدّم للمجموعة السياحية مجانًا، والأخرى غير المجانيّة، وكيفية تسوية الحساب عند المغادرة.
- ط - الاجتماع مع قائد المجموعة لمناقشة ما يأتي:
- ١. تدقيق أسماء الأفراد في المجموعة وتأكيدهما.
- ٢. الاتفاق على أسلوب تنفيذ البرنامج ووقت الحركة صباحًا.
- ٣. القضايا الخاصّة بالمجموعة، مثل: مرض أحد أفراد المجموعة، أو الاحتفال بعيد ميلاد أحدهم، أو رغبة بعضهم في زيارة خاصّة... إلخ.

٤- الواجبات خلال تنفيذ برنامج الرحلة السياحية

- يترتّب على المرشد السياحي أثناء تنفيذه للبرنامج السياحي المهتمّات الآتية:
- أ - الالتزام الدقيق ببرنامج الرحلة السياحية، وعدم إجراء أيّ تغييرات إلا في حالة الضرورة القصوى، وذلك بالرجوع إلى الشركة السياحية المنظمة للرحلة.
- ب - الالتزام التام بالمواعيد.
- ج - تفتيش الحافلة السياحية، والتأكد من نظافتها، وتوفر وسائل تنفيذ البرنامج السياحي، والتأكد من سلامتها بالتواصل مع السائق والتعاون معه.
- د - التأكد من حجوزات المطاعم والإقامة بالتواصل مع الشركة السياحية المنظمة للرحلة.
- هـ - التأكد من عدد الحقائب وتبييت عددها لديه.
- و - التأكد من عدد أفراد المجموعة السياحية، وعدم الاعتماد على الذاكرة خوفًا من ترك أحد أفرادها.
- ز - الالتزام بدقة عرض المعلومات التي يعطيها المرشد السياحي عن المواقع السياحية وعدم تعارضها مع المعلومات المثبتة في مراكز الزوّار.

النتائج الخاصة

- يتعرّف واجبات المرشد السياحي عند انتهاء البرنامج، وتوديع المجموعة السياحية.
- يبيّن كيفية التعامل مع الحالات الحرجة والخطرة في أثناء تنفيذ البرنامج السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية :

- بعد إنهاء الرحلة التي قمت بها لمدينة البتراء، ما الإجراءات التي اتبعها المرشد السياحي لإنجاح ترتيبات إنهاء الرحلة؟ ما الإجراءات التي اتبعها المرشد السياحي للتعامل مع شكوى أو تدمير أفراد المجموعة السياحية؟ ما الأعمال والمساعدات التي قدمها المرشد للمجموعة السياحية في المطار؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى واجبات المرشد السياحي عند انتهاء الرحلة، وكيفية التصرف في الحالات الحرجة.
- عرض الإجابات وكتابتها على السبورة.

التفكير الناقد/ التحليل

- يقوم التفكير الناقد على صفات وفرضيات تحتاج إلى مناقشة في مدى حقيقة هذه الفرضيات وصحته هل هي حقيقة، أو تحمل جزءاً من الحقيقة، أو أنها ليست حقيقة لذلك اقترح أسلوب التفكير الناقد/ التحليل، والذي يقوم على جمع الحلول المعروضة عن كل صفة من الصفات الآتية في كيفية تصرف المرشد السياحي في هذه الحالات الحرجة:

- سائح خائف.
- سائح يطرح أسئلة محرّجة.
- سائح عدواني أو مندفع.
- خدمات فندقية غير مكتملة.
- تصرف محرّج من سائح.
- تصرف محرّج من مواطن.
- شخص يريد الاعتداء على السائح.
- يُجمع الطرق التحليلية التي استخدمت للتعامل مع هذه الحالات الحرجة.
- مناقشة الفرضيات و النتائج المتفق عليها وصياغتها ، والمتعلقة بكيفية التعامل مع الحالات الحرجة.
- كتابة الفرضيات و النتائج المتفق عليها حول كيفية التعامل مع الحالات الحرجة على السبورة.

- ح - القدرة على استيعاب أفراد المجموعة السياحية كافة، وتقبل الآراء، وعدم السخرية من الأسئلة.
- ط - مراقبة التصرفات غير المألوفة من أعضاء المجموعة، ولفت انتباه قائدهم إلى هذه التصرفات، والتعاون معه في معالجتها.
- ي - الحزم في اتخاذ القرارات وعدم التردد في الموقف الصحيح أو التنقل من المسؤولية.

٥- الواجبات عند انتهاء البرنامج وتوديع المجموعة

بعد الانتهاء من تنفيذ البرنامج السياحي على المرشد القيام بالمهام الآتية:

- أ - تسليم قائد المجموعة الوثائق والوصلات المتعلقة بأفراد المجموعة كافة.
- ب - التأكد من جوازات السفر.
- ج- التأكد من تذاكر السفر وصلاحياتها، وتثبيت المغادرة عليها مع بطاقة تسجيل أسماء المسافرين (Record Name Passenger).
- د - تدقيق الحسابات الشخصية لأفراد المجموعة كافة، والتأكد من عدم وجود أي مبالغ متبقية عليهم مقابل الخدمات غير المجانية المقدمة لهم.
- هـ - التأكد من عدد الحقائق، وتبنيه أعضاء المجموعة عن المواد التي تحمل باليد، مثل: المعاطف، وآلات التصوير، وعلب الهدايا، وغيرها.
- و - التأكد من عدد المسافرين قبل مغادرة المجموعة إلى المطار.
- ز - الانتظار حتى رحيل المجموعة بشكل نهائي من المطار.
- ح - كتابة تقرير عن المجموعة يتضمن:

1. تقييمًا للرحلة ككل ولتفاصيل فعاليتها، وأهم المعوقات التي تمّت مواجهتها.
 2. مجموع المصروفات التقديرية التي تمّ دفعها، والتسوية النهائية للحسابات، إضافة إلى الاقتراحات الخاصة بتطوير البرنامج السياحي.
- يتعرض المرشد السياحي أثناء قيادته للمجموعة السياحية وتنفيذ البرنامج السياحي، لعدد من الحالات الحرجة والخطرة، وللتغلب عليها، تأمل الشكل (٣-١) الذي يبيّن أسس التعامل مع الحالات الحرجة والخطرة.

٢٢

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

ص ٢٣

- ١- حادث سير: يتوجب أن يلتزم السائق بقواعد السلامة المرورية، وأن يُنقل المصاب إلى اقرب مستشفى إضافة إلى أنه يتعين أن تكون إقامته بالمجان.
- ٢- حادث سقوط: يراعى تنبيه السائحين وتزويدهم بملابس وأحذية واقية للمواقع الخطرة.
- ٣- تحرش: أن يكون هناك مرافق من الشرطة السياحية لمنع حدوث أي تحرش.

معلومات إضافية:

- التفكير الناقد، والذي يُعرّف ربما بـ (المقدرة على التحقق من الافتراضات والأفكار، هل هي حقيقة، أو تحمل جزءاً من الحقيقة، أو أنها ليست حقيقة) وقد يُعرّف بأنه (تفكير تأملي معقول يركز على ما يعتقد به الفرد أو يقوم بأدائه، وهو فحص الحلول المعروضة وتقييمها، من أجل إصدار حكم حول قيمة الشيء).

الملاحق

انظر ملحق (١-٤) من أدوات التقييم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم التقدير (١-٤).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلم
- مقابلة، خالد، فن الإرشاد السياحي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٠م.

للطالب
- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

أسس التعامل مع الحالات الحرجة والخطرة التي يواجهها المرشد السياحي، وكيفية التغلب عليها والتعامل معها.



الشكل (١-٣): أسس التعامل مع الحالات الحرجة والخطرة.

حدّد وأفراد مجموعتك أهمّ ثلاث مشكلات يمكن حصولها في أثناء تنفيذ البرنامج السياحي، ثم اطلب إلى مقرّري المجموعات الأخرى اقتراح حلولٍ لكلّ منها.

تطبيق

١- العلاقات العامة وأثرها في الإرشاد السياحي

تعرف العلاقات العامة السياحية بأنها: حلقة اتصال لتوجيه علاقات المهتمين والمنتفعين بالسياحة وتمييزها في بلد ما، أو بين بلدين، أو أكثر، وتغذية كل طرف للآخر بالمعلومات السياحية الصحيحة بأصلح الطرق، مع العمل على تنمية هذه العلاقات وتحسينها واستمراريتها مما ينتج عنه زيادة في عدد السياح، وتعرف أيضًا بأنها: الجهود المبذولة التي تقوم بها المؤسسات السياحية لتحسين صورتها في أذهان السياح، وكسب ودهم ورضاهم، ودعم التفاهم والصلات القوية بينهم مع المحاولات المستمرة لكسب الثقة ودوام الانسجام، والعلاقات العامة تقوم بمهامها لتحقيق تلك الأهداف؛ وهي تحسين الصورة، وكسب ودهم السياح ورضاهم، ودعم التفاهم والصلات القوية معهم، وتسعى إلى تحقيق ذلك عن طريق وسائل الترويج المختلفة.

تشمل العلاقات العامة في الإرشاد السياحي الجهود الإدارية المبدعة والمدروسة من قبل المرشد السياحي في المؤسسات والشركات السياحية؛ لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء المتعلقة بالمواقع السياحية بما يساعد على إقامة جسور الصداقة والتفاهم والثقة مع أفراد المجموعة السياحية؛ لتحسين الصورة الذهنية عن البلد، ولتحقيق زيادة كبيرة في عدد السائحين. وعلى هذا فالعلاقات العامة في الإرشاد السياحي ليست وظيفة إدارية يكلف بها المرشد السياحي، وإنما هي أسلوب عمل وفلسفة لتحقيق تكامل الصورة التي تظهر عليها السياحة لدى المجموعات السياحية الوافدة.

٢- أهداف العلاقات العامة في الإرشاد السياحي

يمكن إيجاز هذه الأهداف على النحو الآتي:

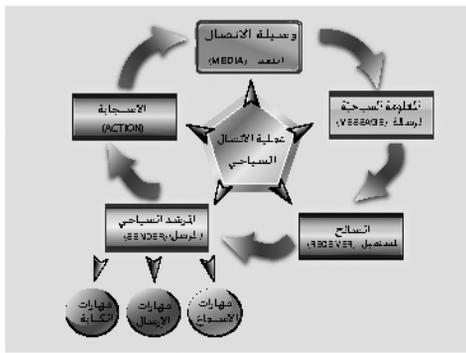
- وضع برامج إعلامية متكاملة يتم من خلالها توجيه الجهود والطاقت لتحقيق أهداف إعلامية للوصول إلى الجمهور المستهدف، وترويج المنتج السياحي والخدمات السياحية، وخلق الثقة والتفاهم بينهم.

٢٤

٤- الأطراف المشتركة في عملية الاتصال السياحي الإرشادي

أهم الأطراف المشتركة في عملية الاتصال في مجال الإرشاد السياحي، هي:

- المرسل (Sender): ويمثل هنا بالمرشد السياحي؛ إذ إنه مصدر الرسالة.
 - الرسالة (Message): مجموعة الكلمات والرموز والمعاني المراد إرسالها إلى المجموعة السياحية أو تسليمها لها من خلال المرشد السياحي.
 - القناة (Media): وسيلة الاتصال التي تنتقل من خلالها الرسالة المطلوب توصيلها إلى أفراد المجموعة السياحية، (خارطة، صورة).
 - المستقبل (Receiver): ويمثل هنا بالمجموعة السياحية؛ إذ إنه المرسل إليه، أو متلقي الرسالة، أو الطرف المطلوب إيصال الرسالة إليه.
 - رد الإجماع الأثر (Understanding): الاستجابة (Action) التي يبدئها المرسل إليه بعد استقباله الرسالة، وتفسيرها، وفهمها؛ أي أنها ردة فعل أفراد المجموعة السياحية على الرسالة.
- ويمكن توضيح عملية الاتصال في الإرشاد السياحي من خلال الشكل (٤-١).



الشكل (٤-١): عملية الاتصال السياحي.

٢٦

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

النتائج الخاصة

- يتعرف مفهوم العلاقات العامة السياحية.
- يبيّن أهداف العلاقات العامة في الإرشاد السياحي.
- يبيّن مهارات العلاقات العامة لدى المرشد السياحي.
- يحدّد الأطراف المشتركة في عملية الاتصال السياحي والإرشادي.
- يبيّن الإجراءات التي يتخذها المرشد السياحي عند إجراء عملية الاتصال السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

العلاقات العامة، الاستجابة، برامج إعلامية، المستقبل، القناة.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:
 - كيف يتم التعرف إلى الموقع السياحي؟
 - ما أهداف العلاقات العامة في الإرشاد السياحي؟
 - ما مهارات العلاقات العامة التي يجب أن يمتلكها المرشد السياحي؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتواصل إلى مفهوم العلاقات العامة وأهدافها ومهارات العلاقات العامة للمرشد السياحي.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليه حول مفهوم العلاقات العامة وأهدافها، ومهارات العلاقات العامة للمرشد السياحي على السبورة.

التدريس المباشر/ ورقة عمل

- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على الشكل (٤-١) عملية الاتصال السياحي، وإعطائهم الوقت الكافي لقراءة الشكل، وفهم عناصر عملية الاتصال السياحي.
- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على ورقة العمل (١-١)، وملء المعلومات الواردة في الورقة، والتي تتطلب إعطاء وصف عن خصائص كل طرف في عملية الاتصال السياحي.
- توجيه الطلبة ومساعدتهم على ملء ورقة العمل الخاصة بالاتصال السياحي.
- مناقشة نتائج الطلبة.
- تلخيصها وعرضها على السبورة.

التعلم عن طريق النشاط/ المناقشة

- بالرجوع إلى نشاط (٢-١) ناقش الحالات الآتية عن الاتصال السياحي:
 - ماذا يحدث في حال غياب أحد أطراف عملية الاتصال السياحي؟
 - ماذا يترتب على عدم وضوح الرسالة التي يرسلها المرشد السياحي؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتواصل إلى أهمية الأطراف جميعهم في عملية الاتصال السياحي، وأهمية الموضوع في رسالة المرشد السياحي.
- عرض الإجابات التي تمت مناقشتها، وكتابتها على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (٥-١) من أدوات التقويم، و(١-١) من أوراق العمل.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (١-٥).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

- الحوري، مثنى، مبادئ الإرشاد السياحي، ط ١، مؤسسة الوراق، عمان، ٢٠٠٠م.

للطالب

- موقع وزارة السياحة والآثار الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

ب - بناء السمعة الطيبة والصورة الشائقة والمقنعة للبلاد والمنشآت السياحية.
ج - إعطاء صورة مبسطة عما يزره المجتمع من قيم وعادات وأعراف؛ بقصد التقارب والتفاهم.
د - نشر الوعي السياحي بين سكان المواقع السياحية، وحثهم على مساعدة السائح دائماً وتشجيعه.
وهنا لا بدّ من الإشارة إلى ضرورة التدريب المستمر للمرشدين السياحيين على كل ما هو جديد في العلاقات العامة، والتركيز على عمل دورات خاصة ومتجددة لهؤلاء المرشدين؛ لجعلهم مؤهلين في مجال العلاقات العامة، وقادرين على تحقيق الأهداف السابقة.

٣- مهارات العلاقات العامة لدى المرشد السياحي

- يجب أن يمتلك المرشد السياحي مهارات علاقات عامة متشعبة مع مختلف الأطراف في العملية السياحية، وهذه المهارات تتمثل بما يأتي:
- علاقته بالسائح: لا بدّ من معرفته أصول المحادثة وقبها دون تهويل أو تقليل لقدراته، مع ضرورة إلمامه بطبيعة عمل الضيوف، وكيفية التعامل معهم باحترام متبادل، ومجانبتهم دون البعد عن المبادئ الشامية أو التنازل عنها.
 - علاقته بالعاملين في الفنادق: من الضروري معرفة طبيعة عمل الفندق بصفة عامة، مع ضرورة الإلمام بعمليات الحجز وتأكيدها أو إلغاؤها، وكيفية تنفيذها عند الحاجة، ومدتها، والوقت المناسب لذلك، ومستوى الفندق، وتنمية العلاقات الشخصية الطيبة مع العاملين به.
 - علاقته بشركات النقل والسياحة: ضرورة تنمية علاقاته معهم، ومعرفة أصول عملياتهم، وتقوية الصلة المستمرة بهم.
 - علاقته بأصحاب الخدمات السياحية: ضرورة إيجاد علاقة مع العاملين في المطاعم، والتوادي الرياضية، والجهات الأخرى التي تشترك في تقديم الخدمات السياحية للسائح، والتعرف إلى طرق الاتصال وظروف استثمارها.
 - علاقته بالمصالح والهيئات المتخصصة: تتمثل في علاقاته مع الوزارات، والمصالح، والهيئات، والمؤسسات التي يمكن أن يكون لها صلة بمجال السياحة، مثل: وزارة السياحة والآثار، ووزارة الثقافة، والشرطة السياحية، وهيئة المعارض، والشركات القابضة، والغرف التجارية، وغيرها من الجهات التي تنصل بالسياحة وترتبط بها، وذلك بالعمل على تنمية العلاقات معهم بالطرق الصحيحة السليمة.

٢٥

أطراف عملية الاتصال

نشاط (٢-١)

- بالتعاون مع أفراد مجموعتك، أجب عن الأسئلة الآتية، وناقشها مع زملائك:
- ماذا يحدث في حال غياب أحد أطراف عملية الاتصال السياحي؟
 - ماذا يترتب على عدم وضوح الرسالة التي يرسلها المرشد السياحي للمجموعة السياحية؟

٥- إجراءات عملية الاتصال السياحي

- ينبغي على المرشد السياحي مراعاة الأمور الآتية عند إجراء عملية الاتصال السياحي مع المجموعة السياحية التي يقودها، وذلك بأن:
- يتأكد من غرض الاتصال؛ بأن يجيب عن سؤالين: هل الاتصال ضروري؟ ما أهداف الاتصال؟
 - يعرف المجموعة السياحية، ممّا يجعل شكل الرسالة ومحتواها متناسبين مع طبيعة المجموعة السياحية.
 - يبنى رسالته واضعاً المستقبل في ذهنه، ويمكن أن يضع نفسه في مركز المستقبل أثناء تركيبه للرسالة؛ لكي يتجنب الكلمات والعبارات التي يمكن أن تسيء إلى الشخص المرسل إليه.
 - يختار وسيلة الاتصال المناسبة، وهذا يعتمد جزئياً على المحتوى، والمستقبل، والبيئة، والزمن.
 - يختار وقت الاتصال المناسب، أيكون ذلك في الموقع السياحي أم في الحافلة السياحية؟ أقبل الغداء أم بعده... إلخ.

أهمية مهنة الإرشاد السياحي

نشاط (٣-١)

- أردت وأفراد مجموعتك إجراء دراسة لمعرفة اتجاهات طلبة المدرسة حول أهمية مهنة الإرشاد السياحي في فترة زمنية لا تزيد على ثلاثة أيام.
- صمّم استبانة لهذه الدراسة.
 - ما الطريقة المناسبة لإجراء هذه الدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة؟

٢٧

يحصل المرشد السياحي على احترام أفراد المجموعة السياحية ومحبتهم إذا عرف كيف يتعامل معهم بذوق سليم، وخلق كريم، وسلوك مقبول، وهذا كله يقع ضمن ما يسمى «فنّ الإتيكيت أو البروتوكول»؛ فالإتيكيت مساو لمفهوم الاحترام، ولا فرق بين رجل وامرأة في القضايا التي تتعلق بحسن السلوك، فمراعاة أصول الكلام، والتحدّث بلغة سلسة، واحترام آراء الآخرين، يعطي المرشد السياحي مزيدًا من القوة ولا يضعفه.

الإتيكيت السياحي (Tourism Etiquette)

مجموعة القواعد التي يتبعها المرشد السياحي في تواصله مع أفراد المجموعة السياحية، والنظر إليها باعتبارها المؤشّرات التي تدلّ على السلوك القويم، والذوق الرفيع؛ فهو (فنّ الخصال الحميدة).

البروتوكول السياحي (Tourism Protocol)

مجموعة الإجراءات، والتنظيمات، والأساليب، وقواعد الأولوية، والأنظمة، والأعراف، والتقاليد الواجب مراعاتها والتقيّد بها في عملية الإرشاد السياحي.

١- قواعد الإتيكيت والبروتوكول الواجب اتباعها في مهنة الإرشاد السياحي

يوجد عدد من القواعد الأساسية في مجال الإتيكيت والبروتوكول التي يجب على المرشد السياحي التقيّد بها في التعامل مع المجموعات السياحية، ومن أهمّ هذه القواعد:

- أ - عند اضطرار المرشد السياحي للحديث عن نفسه، يجب ألاّ يستغرق ذلك وقتًا طويلاً، حتى لا يفتر هذا التصرف بحبّ النفس الزائد، وعليه عدم الإكثار من النصائح؛ لكيلا يبدو في ثوب الحكيم البعيد عن الواقع، فلا مانع من إبداء النصح ولكن في حدود المعقول.
- ب - يجب على المرشد السياحي ألاّ يتبادل مع بعض أفراد المجموعة السياحية نظرات فيها غمز بالآخرين، وعليه التحدّث دائماً باللغة التي تفهمها المجموعة السياحية، وقول الصدق، وتجنّب القسّم أثناء سرد واقعة معينة أو التقليل منه ما أمكن.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الموضوع الإتيكيت والبروتوكول في الإرشاد السياحي، مفهومها وأهميتها

النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم (الإتيكيت والبروتوكول) السياحي.
- يتعرّف قواعد (الإتيكيت والبروتوكول) المتبعة في مهنة الإرشاد السياحي.
- يميّز إتيكيت التعامل مع النقد والمديح في مهنة الإرشاد السياحي.
- يدرك إتيكيت التعامل مع المجموعات السياحية.

المفاهيم والمصطلحات

(الإتيكيت) السياحي ، (البروتوكول) السياحي ، الإصغاء ، المديح ، النقد.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:
 - السلوك القويم والذوق الرفيع للمرشد السياحي لها مدلولات وانطباعات مختلفة، ما قواعد (الإتيكيت والبروتوكول) التي يلتزم بها المرشد السياحي في أثناء قيامه بواجباته؟
 - بيّن أهمية وفوائد الالتزام بقواعد الإتيكيت والبروتوكول في الإرشاد السياحي.
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى مفهوم الإتيكيت والبروتوكول في الإرشاد السياحي، وقواعد (الإتيكيت) الواجب اتباعها في مهنة الإرشاد السياحي.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها، وكتابتها على السبورة.

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى أربع مجموعات ، واختيار مقرر لكل مجموعته ، وتكليفها القيام بالآتي:
 - المجموعة الأولى: تحدّد قواعد (الإتيكيت والبروتوكول) الواجب اتباعها في مهنة الإرشاد السياحي
 - المجموعة الثانية: تبيّن (إتيكيت) توجيه الانتقاد في مهنة الإرشاد السياحي.
 - المجموعة الثالثة: تبيّن (إتيكيت) توجيه المديح في مهنة الإرشاد السياحي.
 - المجموعة الرابعة: تحدّد (إتيكيت) التعامل مع المجموعات السياحية.
- (علماً أن الزمن المخصص لكل مجموعة (سبع دقائق)).
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات حول قواعد (الإتيكيت والبروتوكول)، المتبعة في مهنة الإرشاد السياحي و(الإتيكيت) الانتقاد والمديح في مهنة الإرشاد السياحي.
- مناقشة المواضيع المتعلقة بقواعد (الإتيكيت والبروتوكول) المتبعة في مهنة الإرشاد السياحي وأهميتها مع الطلبة.
- تلخيص ما تم عرضه ومناقشته، وكتابته على السبورة.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (١-٦).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

- مقابلة، خالد، فن الإرشاد السياحي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان الأردن، ٢٠٠٠م

للطالب

- ج - تقديم النصح بمحبة، والحذر من المدح الكاذب، وعند توجيه الانتقاد لشخص ما يجب أن يكون بحرص شديد. والتعبير عن الشكر والثناء بكثير من الأدب واللباقة، ويجب أن تكون وتيرة الصوت لطيفة، معتدلة، لا قسوة فيها ولا حدة، وإذا كان لا بد من المناقشة، فيجب على المرشد السياحي المناقشة بهدوء، والاستناد إلى العلم والثقافة والمنطق السليم، ولا داعي للصراخ أو التجريح.
- د - إجابة الإصغاء، فن لا تقل أهميته عن فن الكلام، وهذا لا يعني أن يبقى المرشد السياحي منصتاً، بل يجب أن يشارك في الحديث؛ ليبدو مهتماً بالآخرين.
- هـ - اختيار الوقت المناسب لتوجيه السؤال، والإجابة يجب أن تكون مطابقة له، دون نقصان أو زيادة، وإذا تعددت الإجابة، فيجب الاعتذار بكلمة لطيفة، ولا يجوز التبرع بإجابة خاطئة، كما لا يجوز أن يتفكّل شخص آخر بالإجابة عن سؤال ليس موجه له.
- و - لا يجوز نقد عادات وتقاليد بلد ما أمام أحد مواطنيه، فالصراحة لها حدود، ولا يجوز اعتبارها مباحة دائماً، ولا يجوز التحدّث بالألغاز أو بلغة لا يفهمها الجميع.
- ز - عند التحدّث لأفراد المجموعة السياحية، يجب عدم تركيز النظر على ملامحهم أو أحوالهم؛ لأن ذلك يربك الشخص ويحرجه، ومن اللباقة تغيير مجرى الحديث إذا ما لوحظ أنه أصبح أقرب إلى التهمة.
- ح - أسلوب المناقشة مع أفراد المجموعة السياحية، يجب أن يتسم بالاحترام مع ضرورة استخدام ألفاظ، مثل: (حضرتك) وليس (أنت)، مع ذكر الألقاب العلمية، مثل (دكتور أو أستاذ)، أو الألقاب الوظيفية، مثل (دولتكم، معاليكم، سعادتكم).
- ط - يفضل الحديث بصوت هادئ ووقور، وتجنّب استخدام الأيدي والتلويح.
- ي - الانبساط، وحركات العيون، وإيماءات الرأس تعابير تدلّ على مشاركة فاعلة، والرغبة في الاستزادة من الحديث أو الموافقة عليه.
- ك - أن يتصف المرشد السياحي بالتواضع وعدم التعالي في أسلوب الحديث، ولا يجوز أيضاً النزول دون المستوى، بل يجب أن يتماشى الحديث مع مفاهيم أفراد المجموعة السياحية.

نشاط (٤-١)

ناقش وزملائك أهمية هذه القواعد وفوائدها الالتزام بها.

٢٩

٢- إتيكيت التعامل مع النقد في مهنة الإرشاد السياحي

قد يتعرض المرشد السياحي في بعض المواقف إلى النقد أو ينتقد تصرف أحد أفراد المجموعة السياحية، علماً أنّ توجيه النقد اللاذع لا يترك ذكريات طيبة لدى الآخرين؛ لذا، يجب اختيار أسلوب النقد بعناية، فعلى المرشد السياحي توجيه الانتقاد إلى الشخص المقابل بالسري وعدم توجيهه له علناً أمام المجموعة السياحية، على ألا يكون موضوع النقد شخصياً، بل عن السلوك لا عن الشخصية، والابتعاد عن التعميم، ويجب على المرشد السياحي تجنّب العنف، فالقصد من النقد هو تحسين الأداء لا تدمير الثقة.

يجب على المرشد السياحي عند تلقّي النقد، النظر إلى الموضوع على أنه فرصة، وليس كارثة، وعدم محاولة التستر على الخطأ بل تحمّل المسؤولية، والتأشّف عن الخطأ الذي تم ارتكابه وعدم تكراره، وفي بعض الحالات قد يمتدّ النقاش ويصبح الموضوع ذا طابع شخصي، فيجب على المرشد السياحي التصرف بحكمة وهدوء، ومن حقّه تفسير الموضوع بهدوء إذا أحس أنّ النقد غير مبرّر.

٣- إتيكيت التعامل مع المديح في مهنة الإرشاد السياحي

قد يمدح المرشد السياحي أحد أفراد المجموعة السياحية؛ لذا، عليه أن يراعي الصدق، وأن يكون محدّداً في ما يقوله، ويكون المديح في الوقت المناسب مع الانتباه إلى تجنّب عقد مقارنات بين أفراد المجموعة السياحية، وفي حالة تلقّي المرشد السياحي المديح من أفراد المجموعة السياحية، يجب عليه أن:

أ - يتقبّل المديح وأن يعبر عن امتنانه بقول كلمة: (شكراً) فقط.

ب - عدم التواضع إلى درجة قول المرشد السياحي: «ما فعلته لم يكن شيئاً يذكر».

ج - يجب على المرشد السياحي ألا يبالغ في وصف ما فعله أو أنجزه.

٤- إتيكيت التعامل مع المجموعات السياحية

إن اختلاف التقاليد والعادات والقيم بين الشعوب يحتم على المرشد السياحي أن يكون مطلعاً عليها حتى يستطيع القيام بعمله على أكمل وجه؛ لذا، يجب على المرشد السياحي مراعاة الأمور الآتية:

٣٠

النتائج الخاصة

- يتعرّف قواعد (الإتيكيت والبروتوكول) المتبعة مع الإكراميات في مهنة الإرشاد السياحي.
- يدرك (إتيكيت) التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

الإكراميات

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر/أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية :

- هل سبق وأن قدمت إكرامية للسفري عند دفع فاتورتك بعد وجبة عشاء تناولتها، أو لحامل الحقائب في الفندق، أو لعامل النظافة في المحي الذي تسكنه؟ ما الهدف من تقديمها؟

• كيف كان تقبل هؤلاء الأشخاص لهذه الإكرامية؟

- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى (إتيكيت) التعامل مع الإكراميات في مهنة الإرشاد السياحي.
- عرض الإجابات التي تمّ التوصل إليها حول (إتيكيت) التعامل مع الإكراميات في مهنة الإرشاد السياحي، وكتابتها على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على الشكل (١-٥) (إتيكيت) التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي، والحالات والإرشادات الواردة فيه، ثم الإجابة عن السؤال الآتي:

- بيّن أوجه استخدام (الإتيكيت) في التعامل مع الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي، ثم بيّن غاياته ونتائجه.
- مناقشة الإجابات مع الطلبة؛ للتوصل إلى (إتيكيت) التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي.
- عرض الإجابات التي تمّ التوصل إليها حول (إتيكيت) التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي على السبورة.

أ - المحافظة على الوقت، واحترام المواعيد والالتزام بها.

ب - مراعاة أساليب التعارف والتقديم والمصافحة؛ فبعض المجموعات السياحية تكون التحية المعتادة عندهم بالمصافحة، وبعضها الآخر تكون بالانحناء أو بالإشارة باليدين، كما في اليابان، والهند، والصين.

٥- إتيكيت التعامل مع الإكراميات في مهنة الإرشاد السياحي

تختلف النظرة إلى موضوع الإكراميات وقيمتها من مجتمع إلى آخر؛ فالإكراميات في الثقافة اليابانية مرفوضة، وتعّد إهانة للأشخاص، أما في الولايات المتحدة، فلا يتوقّع الترحيب ثانية بمن لم يترك إكرامية عند الزيارة الأولى. إنّ إكراميات المرشدين السياحيين تعتمد بالدرجة الأولى على القوانين والأنظمة، وعمّا إذا كانت الإكرامية مغطّاة ضمن الرحلة السياحية، وتختلف قيمة الإكرامية حسب طول الرحلة السياحية، وعدد الأيام، وبشكل عامّ، فإنّ النسبة المتعارف عليها عالمياً ١٠٪ من قيمة الفاتورة، وتعّد نسبة ١٥٪ هي الحدّ الأقصى للإكرامية وفقاً للقواعد المتعارف عليها، ويجوز في بعض الحالات دفع ٢٠٪ من قيمة الفاتورة إذا فاقت الخدمات المقدّمة حدّ التصوّر، ولكن في الأحوال جميعها يفضل عدم طلب الإكرامية من المجموعة السياحية، ويمكن قبولها إن قدّمت عن طيب خاطر.

٦- إتيكيت التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي

إنّ التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي تحكمه أطر وضوابط عامّة، تسهم في تحسين العلاقة بينهم، وبنائها على قيم من التعاون والاحترام المتبادل من جهة، وفي تطوير المهنة وتحسينها ونقل الخبرات والتجارب بين زملاء المهنة من جهة أخرى. ويبيّن الشكل (١-٥) أسس التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الملاحق انظر ملحق (١-٧) من أدوات التقويم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

– تكليف الطلبة بتصميم جداريه تبين الآثار الإيجابية؛ للالتزام بقواعد (الإتيكيت والبروتوكول) في مهنة الإرشاد السياحي.

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: قائمة رصد (٧-١).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

– الحوري، مثنى، مبادئ الإرشاد السياحي، ط١، مؤسسة الوراق، عمان، ٢٠٠٠م.

للطالب

– موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com

– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

إتيكيت التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي



الشكل (٥-١): إتيكيت التعامل بين الزملاء في مهنة الإرشاد السياحي.

نشاط (٥-١)

قواعد الإتيكيت في مهنة الإرشاد السياحي

- صمم مطوية تبين فيها الآراء الإيجابية للالتزام بقواعد الإتيكيت والبروتوكول في الإرشاد السياحي، ثم ناقش زملائك في معايير تقويم عملك حسب الآتي:
- عنوان المطوية.
 - الصور التوضيحية المرافقة.
 - تحليلك العلمي لآثار الالتزام بقواعد البروتوكول والإتيكيت في تطور السياحة.

النتائج الخاصة

- يتعرّف فوائد الالتزام بأخلاقيات العمل في مهنة الإرشاد السياحي.
- يتعرّف ميثاق أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي.
- يعدّد مصادر الأخلاقيات في عمل المرشد السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

القيم العليا، أخلاقيات الإرشاد السياحي، التشريعات السياحية، المدونة العالمية

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:

- ما المعايير التي تضبط سلوك الأفراد العاملين في أثناء تأديتهم لواجباتهم؟
- ما الانطباع الذي يتولد لديك إذا أساء العامل التصرف في أثناء خدمة يؤديها لك؟
- بماذا يأمر ديننا الحنيف الإنسان في ما يتعلق بالأخلاق؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى مفهوم الأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي، والصفات الواجب على المرشد السياحي الالتزام بها في هذه المهنة.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها حول مفهوم الأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي، والصفات الواجب على المرشد السياحي الالتزام بها في مهنة الإرشاد السياحي على السبورة.

التعلم التعاوني / العمل في مجموعات

- تقسيم الطلبة إلى ثلاث مجموعات، واختيار مقرر لكل مجموعة، وتكليفها بالقيام بالآتي:
- المجموعة الأولى: تحديد ميثاق أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي، (ولمدة خمس دقائق).
- المجموعة الثانية: بيان مصادر الأخلاق في عمل المرشد السياحي، (ولمدة خمس دقائق).
- تكليف المجموعة الثالثة: تحديد الصفات الحميدة في أخلاقيات المرشد السياحي، ووسائل النهوض بأخلاقيات مهنة الإرشاد، (ولمدة خمس دقائق).
- تحديد زمن مخصص لكل مجموعة مدته خمس دقائق.
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات حول ميثاق أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي، ومصادر هذه الأخلاقيات والصفات الحميدة في أخلاقيات المرشد السياحي.
- مناقشة وتلخيص المواضيع المتعلقة بالأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي وأهميتها.
- عرض المواضيع التي تمّت مناقشتها من قبل مقرري المجموعات حول ميثاق أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي ومصادر هذه الأخلاقيات، والصفات الحميدة في أخلاقيات المرشد السياحي، وكتابتها على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (١-٨) من أدوات التقويم.

يمكن تعريف أخلاق المهنة لدى المرشد السياحي بأنها: مجموعة من معايير السلوك الرسمية وغير الرسمية التي تعدّ المرجع في توجيه سلوك المرشدين السياحيين أثناء أدائهم لوظائفهم، وتستخدمها الإدارة وأفراد المجموعات السياحية للحكم على مدى التزام المرشدين السياحيين بهذه الأخلاق. إن الالتزام بأخلاق العمل في مهنة الإرشاد السياحي يؤدي بالضرورة إلى:

- إعطاء صورة جميلة عن البلد المضيف تساعد على صناعة السياحة فيه، ممّا يقلّل من الممارسات غير العادلة، ويضيق الخناق على المحتالين والانتهازيين، ويفتح المجال أمام المجتهدين.
- زيادة الدخل السياحي، مما ينعكس إيجاباً على الدخل القومي.
- دعم ثقة المرشد السياحي بنفسه، وتعزيز ثقته بالمنظمة والمجتمع، ويقلّل القلق والتوتر بين المرشد السياحي والمجموعة السياحية.
- تقليل تعرّض المؤسسات السياحية للمخاطر؛ لأنّ المخالفات تقل، وكذلك المنازعات حيث يتمسك الجميع بالقانون الذي يعدّ الالتزام به واحترامه قيمة أخلاقية.
- أوضحت النقاط السابقة ما يمكن أن نستفيد به بصفة عامة من الالتزام الأخلاقي، وهو ينطبق على العاملين جميعهم في القطاع السياحي، على أنّ مهنة المرشد السياحي لها خصوصيات إضافية تزيد في أهميّة الالتزام الخلفي للمرشدين السياحيين، كما سيظهر من خلال دراستنا لميثاق أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي وسبل تطويره.

١- ميثاق أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي

ميثاق أخلاق المهنة: مجموعة من القيم العليا التي يسعى المرشدون السياحيون إلى الالتزام بها أثناء ممارسة العمل، وهو مستوى توقّعات المجموعات السياحية من سلوكياتهم. ويقصد بالقيم العليا ذلك التنظيم الخاصّ لخبرة الإنسان بما يعمل على تكوين الضمير الاجتماعي، وتوجيه السلوك في المواقف المختلفة وفق المعايير السائدة في المجتمع، ومثال ذلك: قيم الصدق في القول، والعدل في الحكم، والإخلاص في العمل، والقيم هي موجّهات السلوك المرشدة

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

– تكليف الطلبة كتابة تقرير موجه إلى جمعية الأدلاء السياحيين، يبين أهم المشكلات التي واجهتهم مع المرشد السياحي في أثناء رحلة سياحية شاركوا بها، وعرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (١-٨).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

- الفاعوري، أسامة، الإرشاد السياحي، دار الوراق للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٤م.
- مقابلة، خالد، فن الإرشاد السياحي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٠م

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

للمرشد السياحيين في حياتهم الوظيفية وحياتهم اليومية، لذا تم إفرانها في وثيقة متفق عليها تسمى ميثاق أخلاق المهنة.

وقد تسمى ميثاق آداب المهنة، أو ميثاق أخلاق المهنة وآدابها، والمعنى متقارب وإن كانت كلمة أخلاق المهنة توحى بدرجة أعلى من الإلزام مقارنة بكلمة «آداب» المهنة. وقد تتم صياغة القيم في عبارات تبدأ بفعل الوجود أو فعل الحظر، مثل «يجب على المرشد السياحي ...»، أو «يحظر على المرشد السياحي ...»، ويمثل هنا مجموعة من القواعد السلوكية الواضحة والواجبة التطبيق، كما قد تتم الصياغة في شكل مبادئ عامة أعلى من مستوى القواعد، وقد يكون من المفيد أن يتضمن الميثاق المبادئ العامة وأيضاً قواعد الممارسة التطبيقية.

يهدف ميثاق العمل في القطاع السياحي إلى تعزيز انتماء العامل لمهنته ورسالته، والارتقاء بهما، والإسهام في تطوير المجتمع الذي يعيش فيه وتقدمه، والارتقاء بالسياحة، وذلك من خلال توعية العامل في القطاع السياحي بأهمية المهنة ودورها في بناء مستقبل وطنه، وتحفيز العمل في القطاع السياحي على أن يتمثل قيم مهنته وأخلاقها سلوكياً في حياته.

إن ممارسة المرشد السياحي للأفعال الأخلاقية وفقاً لمعايير الخير عن وعي وإدراك الأمر الذي سيرتك أتره في السائح، والإرشاد السياحي، والعملية السياحية بأكملها، فيصبح هذا المرشد إنساناً خيراً يقوم بعمله على أكمل وجه، وهكذا فإن علم الأخلاق علم نظري وعملي في الوقت نفسه.

أخلاقيات الإرشاد السياحي: مجموعة القواعد والأسس التي يجب على المرشد السياحي التمسك بها والعمل بمقتضاها؛ ليكون ناجحاً في تعامله مع المجموعات السياحية، وقادراً على اكتساب ثقة المتعاملين معه من المكاتب السياحية، وشركات الطيران، والفنادق.

٢ مصادر الأخلاق في عمل المرشد السياحي

تعمد مصادر الأخلاقيات في عمل المرشد السياحي؛ فمنها ما هو ديني، ومنها ما هو اجتماعي، ومنها ما ينبثق من التشريعات والأنظمة والقوانين. والشكل (١-٦) يبين مصادر الأخلاقيات في عمل المرشد السياحي:



الشكل (١-٦): مصادر الأخلاقيات في عمل المرشد السياحي.

١ – المصدر الديني: تأمر الأديان السماوية الإنسان بالتقوى، وطاعة الله، وحسن المعاملة، والاستقامة في التعامل بين أفراد المجتمع، ومعاملة الجميع معاملة حسنة؛ لأنهم يقفون أمام القانون المسعّد من الشريعة السماوية، وعليهم الانصياع لأوامر الله، ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر، وهذا ينعكس بطبيعة الحال على أخلاقيات المرشد السياحي في مجال عمله وإخلاصه فيه، واستقامته مع أفراد المجموعة السياحية.

ب – البيئة الاجتماعية والعادات والتقاليد: إن بيئة المجتمع الذي تسوده قيم سياسية أو اجتماعية أو عقائدية متناغمة لا بد وأن ينقل أفراد هذه القيم إلى المجموعات السياحية القادمة لزيارته، وتعدّ البيئة الاجتماعية من مصادر الأخلاقيات التي تؤثر في مهنة الإرشاد السياحي، وفي مستوى التعامل بين المرشد السياحي والمجموعات السياحية.

ج – التشريعات السياحية: إن اللوائح والأنظمة والقوانين التي تصدرها الحكومات كما في وزارة السياحة والآثار في الأردن تشكل مصدراً مهماً من مصادر الأخلاق في العمل بمجال الإرشاد السياحي، وأعم هذه المصادر: الضوابط الأخلاقية، والقوانين التي تحدد عمل المرشد السياحي، وسلوكه، والتي تحثه على التمسك بالأخلاق الفاضلة، والعمل على الارتقاء بالعمل السياحي، وتقديم خدمة جليّة للمجموعات السياحية القادمة إلى الأردن.

النتائج الخاصة

- يتعرف دور المرشد السياحي في المدونة العالمية لإتيكيت السياحة
- يدرك وسائل النهوض بأخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي

المفاهيم والمصطلحات

المدونة العالمية

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:

- الأخلاق الحميدة وحسن السمعة شرطان ضروريان لسلامة مهنة الإرشاد السياحي، بيّن أهم الوسائل للنهوض بأخلاق مهنة الإرشاد السياحي.
- اهتمت الأمم المتحدة بالمرشد السياحي، فوضعت مدونة خاصة به، بيّن الدور الذي حدّدته للمرشد السياحي، ما الدور الذي بينته المدونة في أهمية السياحة العالمية؟

- مناقشة الإجابات مع الطلبة؛ للتوصل إلى وسائل النهوض بأخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي، و دور المرشد السياحي في المدونة العالمية لإتيكيت السياحة.

- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها حول وسائل النهوض بأخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي، ودور المرشد السياحي في المدونة العالمية لإتيكيت السياحة، وكتابتها على السبورة.

التدريس المباشر / أوراق عمل

- قبل الانتهاء من درس الأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي وبيان أهميتها والاهتمام المحلي والعالمي بها، كلف الطلبة بالرجوع إلى ورقة العمل (٢-١) لتعبئتها، وبيان الأثر الناتج من الالتزام بالأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي، على الوطن وعلى المرشد، وعلى صاحب المؤسسة السياحية.
- توجيه الطلبة ومساعدتهم على ملء ورقة العمل الخاصة بالأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي.
- مناقشة إجابات الطلبة .
- تلخيص الإجابات وعرضها على السبورة.

٣- الصفات الحميدة في أخلاقيات المرشد السياحي

يعدّ العمل في مجال الإرشاد السياحي وأداء الواجبات الوظيفية بكلّ دقة وإخلاص في منهاج الإدارة الإسلامية أمانة في عنق المرشد السياحي. إنّ الأخلاق وحسن السيرة والسلوك من أهمّ الأمور التي أكّدها نظام الخدمة المدنية في المملكة الأردنية الهاشمية، كشرط لممارسة مهنة الإرشاد السياحي. فيشترط فيمن يتولّى هذه المهنة أن يكون صالحاً من الناحية الأخلاقية أو الأدبية للقيام بأعبائها وممارسة سلطاتها؛ فالأخلاق الحميدة، وحسن السمعة شرطان ضروريان ومهتمان لسلامة ممارسة مهنة الإرشاد السياحي. ومن أهمّ وسائل النهوض بأخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي:

- أ - وضع قانون أو قواعد أخلاقية لسلوكيات المرشد السياحي.
- ب - وضع ما يسمى بـ (الاستشارة الأخلاقية) لدى الجهات المشرفة على عمل المرشد السياحي مثل أي مستشار آخر، ويكون جلّ اهتمامه تطوير المرشدين السياحيين «أخلاقيّاً»، وكذلك التحقيق في شكاوى المجموعات السياحية والمستفيدين .
- ج - عقد دورات تدريبية للمرشدين السياحيين تهدف إلى تعليمهم وتوجيههم نحو تطوير أنفسهم أخلاقياً، وكذلك محاولة إحساس المرشد السياحي بالمسؤولية الملقاة على عاتقه.
- د - وضع حوافز مادية ومعنوية للمرشدين السياحيين الذين يؤدون عملهم بكلّ أمانة وإخلاص حتى لا يميلوا إلى استخدام أساليب غير مشروعة.

٤- المرشد السياحي في المدونة العالمية لآداب السياحة

يعدّ المرشد السياحي أهمّ محاور التنمية السياحية، وقد تمّ اعتماد هذا بموجب القرار (٤٠٦) الصادر عن الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية في دورتها الثالثة عشرة التي عقدت في سانتياغو، تشيلي، في الفترة ٢٧ أيلول/سبتمبر، و ١ تشرين الأول/أكتوبر ١٩٩٩م. هذا وقد أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة أهمية تنشيط السياحة وتمييزها، من أجل الإسهام في التنمية الاقتصادية، والتفاهم الدولي، والسلام، والرفاهية، والاحترام العالمي لحقوق الإنسان، والحريات الأساسية، وتوفيرها للجميع دون تمييز من حيث العرق، أو الجنس، أو اللغة، أو الدين. ويبين الشكل (٧-١) شعار المدونة العالمية للآداب السياحية.

٣٦

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الملاحق

انظر ملحق (١-٨) من أدوات التقويم، وملحق (٢-١) من أوراق العمل.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف كل طالب كتابة موقف نبيل شاهده من مرشد سياحي، خلال رحلة شارك بها، ثم عرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (١-٨).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo



الشكل (٧-١): شعار المدونة العالمية لآداب السياحة.

نشاط (١-٦)

مهارات التعامل بين المرشد السياحي وأفراد المجموعة

بالتعاون مع أفراد مجموعتك وبإشراف معلمك، اكتب خطة لاستقصاء أسباب المشكلات التي تنجم بين المجموعات السياحية والمرشدين السياحيين، ونقده مع زملائك ومعلمك في الصف، ويمكنك جمع المعلومات بالرجوع إلى المكتبة، أو استخدام الإنترنت، أو زيارة المكاتب السياحية ووزارة السياحة، لاحظ أنّ طبيعة البحث تتطلب اهتمامًا بمثل البيانات الكمية والنوعية باستخدام الأشكال التوضيحية.

النتائج الخاصة

- يعدد المعلومات والأدوات اللازمة للمرشد السياحي.
- يقدر أهمية الخرائط السياحية للمرشد السياحي.
- يتعرف الرموز السياحية المستخدمة في الخرائط السياحية.

المفاهيم والمصطلحات

العولمة، نظام التوقيع العالمي GPS، نظام المعلومات الجغرافية GIS الخريطة السياحية.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:

- في أثناء رحلة عائلية قمت بها إلى مدينة العقبة، ما الرموز والإرشادات التي شاهدتها على الطريق؟ كيف تعرفت المواقع السياحية الموجودة في مدينة العقبة؟ ما الفوائد التي حصلت عليها من استخدام الخريطة السياحية لتعرف معالم المدينة؟ كيف تعرفت المواقع الأثرية الموجودة في مدينة العقبة؟ كيف تعرفت أماكن السباحة المسموح بها؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى المعلومات والأدوات التي يحتاجها المرشد السياحي عند زيارة أي موقع.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها حول المعلومات والأدوات التي يحتاجها المرشد السياحي، عند زيارة أي موقع، وكتابتها على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على الشكل (١-٩)، ثم الإجابة عن الأسئلة الآتية:
- ما الدلالات التي تشير إليها الرموز الموجودة على الخريطة السياحية؟
- ما اسم الجهاز الذي يحدد أماكن المواقع السياحية؟
- كيف يُستعان بفتح الخريطة السياحية في تحديد المواقع السياحية؟
- إدارة النقاش مع الطلبة، وتدوين الملاحظات حول الرموز والأماكن السياحية الموجودة على الخريطة.
- عرض الملاحظات التي نوقشت حول الرموز والأماكن السياحية، وكتابتها على السبورة.

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى مجموعتين، واختيار مقرر لكل مجموعته، وتكليف كل مجموعة القيام بالآتي:
- المجموعة الأولى: بيان المعلومات والأدوات التي يحتاجها المرشد السياحي.
- المجموعة الثانية: دراسة الخرائط السياحية، وأهميتها للمرشد السياحي.
- تحديد زمن مخصص لكل مجموعة مدته سبع دقائق.
- عرض ما توصلت إليه المجموعتان من قبل مقرري المجموعات، حول المعلومات والأدوات التي يحتاجها المرشد السياحي والخرائط السياحية للمرشد السياحي.
- مناقشة ما توصلت إليه المجموعتان، وتلخيص المواضيع المتعلقة بالمعلومات والأدوات التي يحتاجها المرشد السياحي وأهمية الخرائط السياحية له.
- عرض المواضيع التي نوقشت حول المعلومات والأدوات التي يحتاجها المرشد السياحي والخرائط السياحية للمرشد السياحي، وكتابتها على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (١-٩) من أدوات التقويم.

هناك إجماع عالمي على أنّ المرشد السياحي هو الركيزة الأساسية في تطور صناعة السياحة. وبدون مرشد سياحي متعلّم متدرّب ذكي يعي دوره بشكل شمولي لا يستطيع أي نظام سياحي تحقيق أهدافه. ومع تغير العصر ودخول العالم عصر العولمة والاتصالات والتقنية ازدادت الحاجة إلى مرشد سياحي يتطور باستمرار مع تطور العصر؛ ليأتي حاجات أفراد المجموعات السياحية.

إنّ المحافظة على مبدأ التطوير الذي يسير جنباً إلى جنب مع عمل المرشد السياحي يفرض على المرشد السياحي اكتساب مهارات جديدة وتطوير ذاته باستمرار، من خلال الاعتماد على النفس، والعمل الجماعي، والابتكار والإبداع، مما يساهم في الارتقاء بمهنة الإرشاد السياحي بشكل عام.

وإنّ النجاح في تنفيذ أي برنامج سياحي يتوقف على مجموعة من المعلومات التي يجب على المرشد السياحي الحصول عليها، لتشكل مخزوناً معرفياً بين يديه يساعده على إدارة البرنامج بفعالية، ومن أهمّ المعلومات التي يحتاجها عند زيارة أي موقع ما يأتي:

- ١- طرق النقل والمواصلات.
 - ٢- التوزيع الإداري.
 - ٣- المناخ وأحوال الطقس.
 - ٤- العادات والتقاليد، والطقوس الدينية.
 - ٥- خريطة تبين التوزيع الجغرافي للمواقع السياحية.
 - ٦- معلومات عامة عن التاريخ والتراث للمنطقة.
 - ٧- العوامل الطبيعية والجيولوجية السائدة في الموقع.
 - ٨- معلومات تتعلق بالبينتين السياحيين (الفوقية والتحتية)، والمنشآت السياحية.
 - ٩- المطبوعات والمطويات.
- وليس هذا فحسب، بل على المرشد السياحي المتطور أن يكون قادراً على:
- استخدام نظام التوقيع العالمي (Global Position System) لتحديد المواقع بدقة.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

ص ٣٩

- يفيد جهاز التوقيع العالمي المرشد السياحي في تحديد المواقع السياحية والأثرية في أي منطقة بدقة، بهدف سلوك الطريق الصحيح، منعاً لإضاعة الوقت، وكذلك معرفة الأخطار لتجنبها إن وجدت في الموقع السياحية.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

- تكليف الطلبة بإحضار خريطة سياحية لمدينة أثرية توضّح الرموز السياحية ودلالة المواقع الأثرية، لمناقشتها وعرضها أمام الطلبة.

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم تقدير (٩-١).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

- الزوكة، محمد، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، ٢٠٠٠م.
- الحوامدة، نبيل، والحموري، موفق، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرين، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٣م.
- الجلاد، أحمد، التنمية والإعلام السياحي المستدام، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٣م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo



الشكل (١-أ): جهاز التوقيع العالمي (GPS).

- قراءة الخرائط السياحية، وفهمها، وتحليلها.
- استخدام برمجيات نظم المعلومات الجغرافية (GIS).
- تحليل الصور الجوية والفضائية.

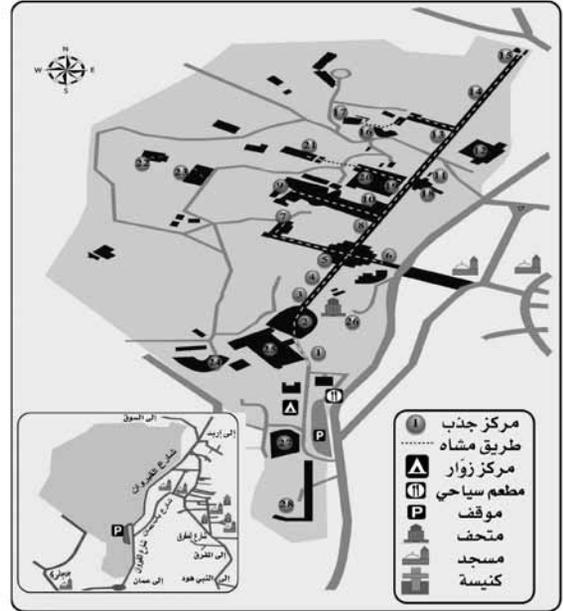
ما فائدة وجود مثل هذا الجهاز للمرشد السياحي وتوفّر المقدرة على استخدامه في العملية السياحية؟

١- أهمية الخرائط السياحية للمرشد السياحي

يعدّ إتقان مهارات قراءة الخريطة السياحية من العوامل المهمة التي تؤدي إلى نجاح مهمة المرشد السياحي؛ إذ تشكّل الخريطة السياحية عامل جذب واهتمام للسياح لما توفّره من صورة عامة وشاملة للمواقع السياحية.

يجب على المرشد السياحي أن يكون قادرًا على استخدام الخريطة وتوظيفها في عمله من جانب، وعلى طرق إرشاد أفراد المجموعة السياحية في استخدام هذه الوسيلة من جانب آخر؛ فالخريطة السياحية تمثّل لسطح الكرة الأرضية أو لجزء من هذا السطح من أجل إعطاء صورة حقيقية عن شكل المنطقة وحجمها، وبيان أهمّ مظاهرها الحقيقية، كالارتفاع، وتوزيع الأمطار، واستعمالات الأراضي، وطرق النقل والمواصلات، وتوزيع الفنادق، ومعالم الجذب السياحي، والمطارات، والمعابر، إلى غير ذلك من المظاهر المختلفة. تأمل الشكل (١-٩) والذي يمثّل إحدى الخرائط السياحية للمملكة الأردنية الهاشمية.

٣٩



١	أسوار المدينة وبوابتها الجنوبية	١١	المسجد الأموي	٢١	عميد أرتيموس
٢	الساحة البيضاوية	١٢	الحمامات العرنية	٢٢	كنيسة القديس جينيديوس
٣	شارع الأعمدة	١٣	النترايون (البوابة الرياضية) الجنوبية	٢٣	ثلاث كنائس
٤	المالكون (السوق)	١٤	شارع الأعمدة الشمالي	٢٤	المدنح الجنوبي
٥	النترايون (البوابة الرياضية) الجنوبية	١٥	البوابة الشمالية	٢٥	عميد زيوس
٦	الجسر الجنوبي	١٦	المدنح الشمالي	٢٦	المتحف
٧	بوت الامويين	١٧	كنيسة الأسقف أنعيا	٢٧	ميدان سباق الخيل
٨	الكنائس	١٨	كنيسة الجروبيلايوم	٢٨	فوس هادريان
٩	كنيسة القديس ثيودور	١٩	الجروبيلايوم (المدخل للحلم)		
١٠	التمهيديوم (سبيل الحوريات)	٢٠	باحة العميد		

الشكل (١-٩): خريطة سياحية تمثّل مدينة جرش الأثرية.

٤٠

النتائج الخاصة

- يتعرف طرق تثقيف المرشد السياحي .
- يدرك طرق تثقيف المرشد السياحي وتفاعله مع الحدث.

المفاهيم والمصطلحات

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية :
 - كيف يستطيع المرشد السياحي الحصول على المعلومات التي تغني مفاهيمه السياحية وتثريها، وتزيد من كفاءته؟
 - ما الجهات التي يجب على المرشد السياحي التواصل معها ، للحصول على المعلومات السياحية؟
 - ما الفائدة التي تعود على المرشد من مواكبة الحداثة والمعلومة الجديدة؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى طرق تثقيف المرشد السياحي وتفاعله مع الحدث .
- عرض المواضيع التي نوقشت حول طرق تثقيف المرشد السياحي، وتفاعله مع الحدث، وكتابتها على السبورة .

وتكمن ميزرات إتقان المرشد السياحي لقراءة الخرائط السياحية في ما يأتي:

- تتميز الخرائط السياحية بأنها وسيلة مركزة وملخصة للمعلومات التي يمكن استخلاصها بمجرد النظر إليها، سواء استخدمها الدليل السياحي أو المجموعة السياحية.
- تبين الخرائط السياحية أوجه الاختلاف والتباين والشابه والتماثل المكاني بين عدد منوع من الظواهر الجغرافية داخل المواقع السياحية.
- تساعد الخرائط السياحية على فهم العلاقات المكانية بين المواقع السياحية، وقراءة أنماط الحركة السياحية واتجاهاتها، وتحليلها، وتحديد الاتجاه والإحساس بالحجم والمساحة.
- تساعد الخرائط عند إضافة الألوان والرموز والكتابة على سرعة التمييز والتخصيص والتحديد.

٢- طرق تثقيف المرشد السياحي وتفاعله مع الحدث

يتطلب من المرشد السياحي أن يكون مطلعاً على أحدث المعلومات والمهارات في عملية الإرشاد السياحي من أجل مواكبة الحداثة في عصر مليء بالمعلومات وسريع التغير، ومن الطرق التي يمكن أن تساعد على ذلك ما يأتي:

- البحث المستمر في أحدث الوسائل للوصول إلى المعلومة الحديثة.
- متابعة الأحداث العالمية جميعها، من خلال قراءة الصحف اليومية، ومشاهدة التلفاز، ومتابعة الإنترنت.
- الاطلاع المستمر على آخر الأحداث في الدول وخصوصاً تلك الدول التي يأتي منها السائح.
- القراءة المستمرة وتثقيف النفس؛ بمتابعة النشاطات الثقافية التي تصقل النفس، وتهذبها، وترفع بها، والاطلاع على الثقافات الأخرى دون التركيز على مادة التخصص فقط.
- الاحتكاك الفعال مع السائح والتركيز على اللغة؛ لتطويرها، وفهم مصطلحات ومفردات جديدة.
- العمل على إيجاد نوع من الاتصال الفعال مع المؤسسات الحكومية المسؤولة عن المرافق التي تهتم بالسائح، كوزارة السياحة، ودائرة الإحصاءات العامة، والهيئة المسؤولة عن الآثار، والمؤسسات المسؤولة عن المعلومة للبلد.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم تقدير (١-٩).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

- الجلاد، أحمد، التنمية والإعلام السياحي المستدام، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٣م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

- ز - متابعة التشريعات والقوانين الحكومية المتعلقة بالقطاع السياحي بشكل عام وقطاع الإرشاد السياحي بشكل خاص، وذلك للعلم بالأمر القانونية والأمر غير القانونية، ولتجنب الوقوع في المشكلات.
- ح - التعرف إلى أكبر عدد ممكن من أصحاب الشركات السياحية، والفنادق، والنقل السياحي، والمطاعم، والمتحف، والهدايا... إلخ.
- ط - معرفة الإجراءات والأمر المتعلقة بالإسعافات الأولية جميعها.
- ي - التأكد المستمر من توافر متطلبات الأمن والسلامة وأدواتهما في الحافلة السياحية وفاعليتها.
- ك - التحوار والتواصل مع المرشدين الآخرين والمواطنين في مناطق الجذب السياحي.
- ل - الالتحاق في أي دورات أو برامج تعقدتها المؤسسات المتخصصة في مجال الإرشاد السياحي.
- م - تدوين أي تفاصيل خاصة بأماكن الزيارة وترجمتها إلى اللغة التي تتحدث بها المجموعة السياحية.
- ن - عدم توقّف المرشد عن البحث والدراسة مهما تعددت سنوات خبرته في هذا المجال.

نشاط (٧-١) نظام جمعية المرشدين السياحيين في الأردن

بالرجوع إلى الموقع الإلكتروني لجمعية المرشدين السياحيين، ابحث ومجموعتك في النظام الداخلي للجمعية، مبيّنًا أهم الامتيازات التي تقدّمها لمتسببها، واعرض ما تتوصّل إليه أمام زملائك.

الوحدة الثانية

المنظمات السياحية



النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم المنظمة السياحية الدولية ومصادرها الشرعية.
- يبيّن أنواع المنظمات الدولية.
- يتعرّف خصائص المنظمة السياحية الدولية.
- يعدد أقسام المنظمات الدولية.

المفاهيم والمصطلحات

المنظمة السياحية الدولية، المنظمات العامة، المنظمات الخاصة، المنظمات الإقليمية، المنظمات العالمية.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:
- ما الهدف من وجود المنظمات الدولية؟ كيف تنشأ المنظمات الدولية؟
- ما الخدمات التي تقدمها المنظمات الدولية للعالم؟
- ما أنواع المنظمات التابعة لهيئة الأمم المتحدة؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى مفهوم المنظمات الدولية، وأنواعها، وأقسامها والخدمات التي تقدمها، وعرضها على الطلبة.
- عرض المواضيع التي نوقشت حول مفهوم المنظمات الدولية وأنواعها وأقسامها والخدمات التي تقدمها على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على الشكل (٢-١)، ثم الإجابة عن الأسئلة الآتية:
- ما أنواع المنظمات الدولية الموجودة في الشكل؟
- ما خصائص هذه المنظمات الدولية؟
- إدارة النقاش مع الطلبة حول أنواع المنظمات السياحية الدولية وخصائصها.
- عرض المواضيع التي نوقشت حول أنواع المنظمات وخصائصها على السبورة.

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى ثلاث مجموعات، واختيار مقرر لكل مجموعة، وتكليف كل مجموعة القيام بالآتي:
- المجموعة الأولى: تحديد أقسام المنظمات الدولية، من حيث الأهداف.
- المجموعة الثانية: تحديد أقسام المنظمات الدولية، من حيث العضوية.
- المجموعة الثالثة: تحديد أقسام المنظمات الدولية من حيث السلطات التي تمارسها.
- تحديد زمن لكل مجموعة مدته سبع دقائق.
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات حول أقسام المنظمات الدولية، سواء من حيث الأهداف، أو من حيث الأهداف، أو من حيث العضوية، أو من حيث السلطات التي تمارسها.
- المناقشة وتلخيص المواضيع المتعلقة بأقسام المنظمات الدولية.
- عرض المواضيع التي نوقشت حول أقسام المنظمات الدولية، سواء من حيث الأهداف أو من حيث العضوية، أو من حيث السلطات التي تمارسها على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (١) إجابات الأسئلة، وملحق (٢-١) من أدوات التقويم.

مفهوم المنظمة السياحية الدولية

أولاً

التنظيم السياحي الدولي فكرة تاريخية، تتطلّب تضامن الدول على الصعيد العالمي من أجل تحقيق أهداف معينة، وحتى تكون المنظمة السياحية فاعلة يجب أن ينظّم إليها عدد من الدول التي تقبل إخضاع شؤونها وقضاياها مع الدول الأخرى للقانون الدولي، والذي يجب أن يضمن احترام المبادئ القانونية الأساسية جميعها.

المنظمة السياحية الدولية

هيئة دائمة تتمتع بالإدارة الذاتية وبالخصخصة القانونية الدولية حين تتفق مجموعة من الدول على إنشائها، كوسيلة من وسائل التعاون الاختياري في ما بينها في أمور معينة في المجال السياحي يحددها الاتفاق المنشئ للمنظمة السياحية.

١- مصادر الشرعية الدولية

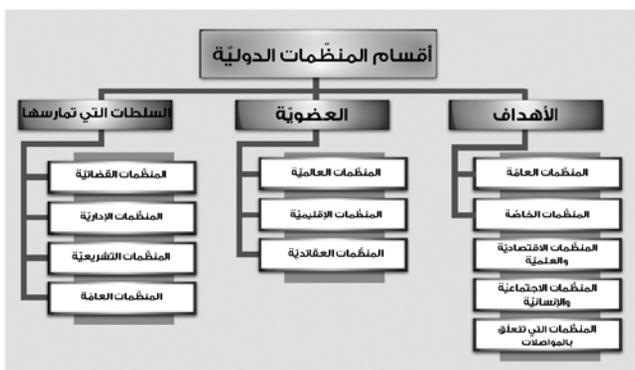
تنشأ المنظمة السياحية الدولية بموجب اتفاقيات دولية متعددة الأطراف تدخل حيز التنفيذ عندما تنضم إليها أو تصادق عليها مجموعة من الدول يحددها ميثاق المنظمة الدولية، وقد يأخذ الاتفاق صورة عالمية بأن يفسح المجال لكل دولة مستقلة ذات سيادة أن تنضم إليه بغض النظر عن موقعها الجغرافي، أو يكتسب طابعاً إقليمياً محدداً، فيسمح لعدد من الدول ذات روابط جغرافية، أو حضارية، أو اقتصادية، أو سياسية بالانضمام إليه. ويوضح الشكل (٢-١) أنواع المنظمات الدولية.

٣- المنظمات أو الوكالات الدولية المتخصصة

هيئات تنشأ عن اتحاد الدول، وتعمل على دعم التعاون الدولي في مجال متخصص من المجالات الاقتصادية، أو الاجتماعية، أو الثقافية، أو السياحية، أو تنوّلي تنظيم أداء خدمات دولية، تمس المصالح المشتركة للدول الأعضاء. وقد عرّف ميثاق الأمم المتحدة هذه المنظمات بأنها: منظمات دولية تنشأ بمقتضى اتفاق بين الحكومات والتي تضطلع بمقتضى نظمها الأساسية بمجالات واسعة في السياحة، والاقتصاد، والاجتماع، والثقافة، والتعليم، والصحة، وما يتصل بذلك من الشؤون، ويوصل بينها وبين الأمم المتحدة وفقاً لأحكام المنظمة. وهكذا يبيّن أنّها تنشأ بمقتضى اتفاق حكومي، وأنها تقوم بتبعات دولية واسعة في الميادين غير السياسية، ويتمّ الوصل بينها وبين الأمم المتحدة بوساطة اتفاقات دولية يبرمها المجلس الاقتصادي والاجتماعي، وتمنح للمنظمات الدولية الشخصية القانونية، ونتيجة لذلك تتمتع بالامتيازات والحصانات التي تتمتع بها المنظمات الدولية بصفة عامة.

٤- أقسام المنظمات الدولية

يمكن تقسيم المنظمات الدولية وفقاً لأهدافها، وعضويتها، وسلطاتها، كما في الشكل (٢-٢).



الشكل (٢-٢): أقسام المنظمات الدولية.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

- تكليف الطلبة إعداد ملخص عن منظمة إقليمية عربية من حيث، الأعضاء، الأهداف، سنة التأسيس، المقر، يمكن الاستعانة بالمكتبة المدرسية أو بالشبكة العنكبوتية، وعرضه على زملاء في الصف وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم تقدير (١-٢).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلم

- ماهر، عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، عمان، الأردن ٢٠٠٨م
- الظاهر، نعيم، مبادئ السياحة الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، الأردن، ٢٠٠١م

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo



الشكل (٢-١): أنواع المنظمات الدولية.

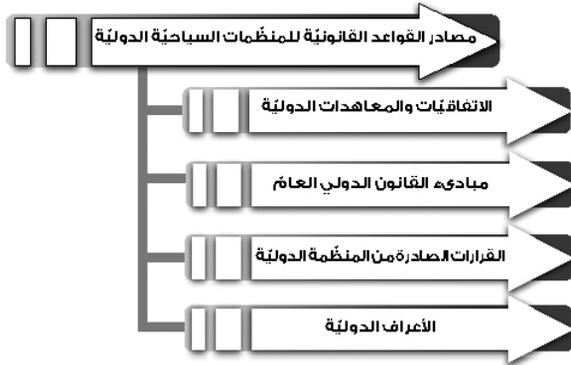
٢- خصائص المنظمة السياحية الدولية

- تتصف المنظمات الدولية بعدد من الخصائص، وهي:
- ١ - تتألف حصراً من مجموعة من الدول ذات السيادة وهي القاعدة الرئيسة لإحداث المنظمات السياحية الدولية.
 - ب - تتمتع بصفة الديمومة، وتختلف عن المؤتمرات الدبلوماسية، في حين إن المنظمة السياحية ليست مؤقتة ولكنها قابلة للديموم والظهور.
 - ج - الأساس القانوني الذي تنشأ بموجبه في أغلب الأحيان هو عبارة عن معاهدة دولية.
 - د - تفرض وجود هدف مشترك تتفق الدول الأعضاء على تحقيقه، سياسي، أو اقتصادي، أو أممي، أو صحي، أو تجاري، أو زراعي، أو ثقافي.
 - هـ - تتضمن أجهزة وهيئات مختلفة ومتنوعة، تسمح بأن يكون للمنظمة السياحية الدولية كيان أو شخصية متميزة عن شخصية كل دولة مشتركة فيها.
 - و - تملك قسماً من الشخصية القانونية يسمح لها بممارسة عدد من الحقوق والواجبات، ويفرق عادة بين نوعين من الشخصية القانونية للمنظمات الدولية؛ الشخصية القانونية الداخلية، والشخصية القانونية الدولية.

وفي ما يأتي توضيح هذه الأنواع:

- أ - من حيث الأهداف: وتنقسم إلى نوعين:
 ١. المنظمات العامة: المنظمات التي تشمل أوجه التعاون الدولي جميعها، ومثال ذلك (الأمم المتحدة).
 ٢. المنظمات الخاصة: المنظمات التي يقتصر نشاطها على هدف، أو مبدأ، أو مجال واحد فقط من مجالات التعاون الدولي، وهذه بدورها تنقسم إلى أربعة أنواع فرعية:
 - منظمات اقتصادية: وهي التي تسعى إلى تحقيق هدف في مجال التعاون الاقتصادي، مثل: صندوق النقد الدولي.
 - المنظمات العلمية: وهي التي تسعى إلى تحقيق التعاون العلمي أو الثقافي، مثل: الوكالة الدولية للطاقة الذرية.
 - المنظمات الاجتماعية والإنسانية: وهي التي تسعى إلى تحقيق التعاون الاجتماعي والإنساني، مثل: منظمة السياحة العالمية، ومنظمة العمل الدولي.
 - المنظمات التي تتعلق بشؤون المواصلات: وهي التي تسعى إلى تحقيق التعاون في مجالات المواصلات، والطرق، والاتصالات السلكية واللاسلكية جميعها، مثل: اتحاد البريد العالمي، والاتحاد الدولي للمواصلات السلكية واللاسلكية.
- ب - من حيث العضوية: وتنقسم إلى ثلاثة أنواع:
 ١. المنظمات العالمية: المنظمات التي تشمل الدول جميعها في عضويتها، مثل: الأمم المتحدة.
 ٢. المنظمات الإقليمية: المنظمات التي تحصر العضوية فيها بعدد من الدول التي تقع في مجال جغرافي، أو حضاري، أو سياسي معين، مثل: جامعة الدول العربية، والاتحاد الإفريقي.
 ٣. المنظمات العقائدية: وهي التي تضم في عضويتها عدداً من الدول تتصف بأيديولوجية معينة، كالإسلام مثلاً، ومثال ذلك: منظمة المؤتمر الإسلامي.
- ج - من حيث السلطات التي تمارسها: ويمكن أن تنقسم إلى أربعة أنواع:
 ١. المنظمات القضائية: منظمات قانونية تختص بالفصل في المنازعات الدولية أو القضائية بين الدول، مثال ذلك: محكمة العدل الدولية التابعة للأمم المتحدة.
 ٢. المنظمات الإدارية: المنظمات التي تهتم بإدارة مرفق دولي عام، مثال ذلك: اتحاد البريد العالمي، والاتحاد الدولي للمواصلات السلكية واللاسلكية.

٣. المنظمات التشريعية: المنظمات التي تسعى إلى تحديد القواعد أو العلاقات القانونية في مجال معين، مثل: منظمة العمل الدولية، ومنظمة الطيران المدني الدولية.
٤. المنظمات العامة: وهي التي تسعى إلى تنظيم أوجه التعاون والعلاقات بين الدول، سواء كانت سياحية، أو سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، أو ثقافية، أو علمية، أو صحية، مثل: الأمم المتحدة. تأمل الشكل (٢-٣) الذي يوضح مصادر هذه القواعد.



الشكل (٢-٣): مصادر القواعد القانونية للمنظمات السياحية الدولية.

٤- المنظمات السياحية غير الحكومية

في أواخر سبعينيات القرن الماضي، نَقَدَت عدّة منظمات سياحية غير حكومية مشاريع وفق أسلوب تنمية المجتمع المحلي في مجالات سياحية متنوّعة، حيث تميّز هذا الأسلوب بتميّز أسلوبية أساسية، وهي تأكيد الاعتماد على الذات في المجتمعات السياحية المحلية، إضافة إلى هذا بدأ العامل الاقتصادي يدخل ضمن أعمال هذه المنظمات السياحية، حيث كان يطلق عليها شبكة الأعمال الصغيرة؛ أي أنّ نشاط المنظمات السياحية غير الحكومية في هذا الإطار ركّز على المشاريع السياحية التي تؤدي إلى زيادة القدرة المحلية على تحقيق التنمية السياحية المستدامة. لقد نمت المنظمات السياحية غير الحكومية في العقد المنصرم؛ وزاد عدد أعضائها؛ وتوسّعت

النتائج الخاصة

- يتعرّف مصادر القواعد القانونية للمنظمات السياحية الدولية.
- يبيّن أنواع المنظمات السياحية غير الحكومية.
- يعدّد خصائص المنظمات السياحية غير الحكومية.

المفاهيم والمصطلحات

المعاهدات الدولية، القانون الدولي العام، الأعراف الدولية.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة.

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:

- ما القواعد القانونية التي تحكم المنظمات السياحية الدولية؟ ما مصدرها؟
- ما المنظمات السياحية غير الحكومية التي تُعنى بالقطاع السياحي؟ كيف يتم إنشاؤها؟ وما خصائصها؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى مصادر القواعد القانونية والمنظمات السياحية غير الحكومية.
- عرض الإجابات التي نوقشت حول مصادر القواعد القانونية والمنظمات السياحية غير الحكومية على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على الشكل (٢-٣)، ثم الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ما مصادر القواعد القانونية للمنظمات السياحية؟
- ما أهداف القواعد القانونية للمنظمات السياحية؟
- إدارة النقاش مع الطلبة حول مصادر القواعد القانونية، وأهدافها للمنظمات السياحية.
- عرض الملاحظات التي نوقشت حول القواعد القانونية وأهدافها للمنظمات السياحية على السبورة.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

ص ٥٤

- لأن المنظمات السياحية غير الحكومية تعمل على بناء المشاريع السياحية الصغيرة، التي تشكل الفعاليات السياحية والأنشطة السياحية التي يحتاجها السائح، وتسهم في تطوير البنية الفوقية للقطاع السياحي الذي يؤدي إلى زيادة تدفق السائحين، مثل إنشاء الفنادق والمطاعم ومحل بيع التحف.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقييم وأدواته

- استراتيجية التقييم: الملاحظة.
- أداة التقييم: سلم تقدير (١-٢).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

- عبد العزيز، ماهر، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٨م.
- الظاهر، نعيم، مبادئ السياحة الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، الأردن، ٢٠٠١م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

فاتها ومستويات عملها، وازدادت تشابكًا واتصالًا عبر الحدود الدولية ابتداءً من منظمات سياحية محدودة الإمكانيات والموارد إلى منظمات سياحية دولية ضخمة، أما في ما يخص إنشاء المنظمات السياحية غير الحكومية، فيتم بالتعاون مع المنظمات العالمية والهيئات الدولية، حيث تسهم الأمم المتحدة في قيام هذه المنظمات بالتمويل والدعم وفي ربط بعضها ببعض، وهكذا أصبحت المنظمات السياحية غير الحكومية إحدى الأدوات التنفيذية لبرنامج الأمم المتحدة في تنفيذ سياستها لتطوير القطاع السياحي في العالم.

إضافة إلى هذا فإن المنظمات التمويلية العالمية، وكثيرًا من الحكومات الغربية، تنق بقدرة المنظمات السياحية غير الحكومية على تمويل برامجها، وإن هذا الانتشار والتوسع في إنشاء المنظمات السياحية غير الحكومية، والاهتمام المتزايد بها ودعمها، ولّد توسعًا في اهتماماتها وأنشطتها؛ حيث ظهرت أنواع جديدة من المنظمات غير الحكومية تركّز على السياحة البيئية، وتحقيق التنمية السياحية المستدامة في المجتمعات المحلية؛ لذا، فإن هناك اهتمامًا عالميًا ونزعة نحو تقوية المؤسسات السياحية والمنظمات غير الحكومية المحلية والإقليمية والدولية، وإنماها، وإعطائها أدوارًا مؤثرة. ولعل أهم خصائص المنظمات السياحية الدولية غير الحكومية أنّها:

أ - لا تتمتع بالشخصية أو الأهمية القانونية.

ب - تخضع المراكز التابعة لها لقانون البلد الذي تكون فيه.

ج - لا تتمتع بأي امتيازات أو إعفاءات.

المنظمة السياحية غير الحكومية

هي وفقًا لوائح الأمم المتحدة الصادرة في عام ١٩٩٤م، تمثّل كيانًا غير هادف للربح، وأعضاؤه جماعات من المواطنين ينتمون إلى دولة واحدة أو أكثر، وتحدّد أنشطتهم بفعل الإرادة الجماعية لأعضائها، استجابة لحاجات أعضاء، واحدة من الجماعات التي تتعاون معها المنظمة غير الحكومية أو أكثر.

ما الدور الذي يمكن أن تقوم به المنظمات غير الحكومية في تطوير صناعة السياحة؟

نشاط (١-٢)

الهيكل التنظيمي للمنظمات الدولية

- زر ومجموعتك إحدى المنظمات الدولية القريبة من منطقتك، واستفسر عن:
- أهم الخدمات التي تقدّمها هذه المنظمة.
- الهيكل التنظيمي لهذه المنظمة، ثمّ اعرض نتائج بحثك أمام زملائك.

نشاط (٢-٢)

المنظمات السياحية غير الحكومية

- ابحث عبر شبكة الإنترنت والمراجع المتوافرة لديك عن المنظمات السياحية غير الحكومية، ثمّ:
- اذكر أسماء ثلاث منظمات منها، وحدّد مكان وجود كل منها.
- قدّم نبذة عن المشروعات التي تبنتها ورعتها.
- اعرض ما تتوصل إليه أمام زملائك.

تعدّد أنواع المنظمات وأشكالها، ويمكن تصنيفها كما يأتي:

١- منظمة السياحة العالمية

نشأت المنظمة كمؤتمر دولي لاتحادات النقل السياحي الرسمية، والذي تأسس في عام ١٩٢٥م في لاهاي، وبعد الحرب العالمية الثانية، غُدِلَ اسمها إلى الاتحاد الدولي للمنظمات السفر الرسمية، وانتقلت إلى جنيف، وكان هذا الاتحاد منظمة فنية وغير حكومية، ووصل عدد أعضائه أثناء ذروته إلى (١٠٩) منظمات سياحية وطنية، من بينهم مجموعات في القطاعين العام والخاص في العالم. طالب أعضاء الاتحاد بتحويله إلى كيان حكومي دولي يفرض بإجراء الاتفاقيات على أساس عالمي بخصوص المسائل المتعلقة بالسياحة ككلها، وللتعاون مع المنظمات المنافسة الأخرى، خصوصاً تلك التابعة لنظام الأمم المتحدة، مثل: منظمة الصحة العالمية، واليونسكو، ومنظمة الطيران المدني الدولية. واتخذ القرار بذلك من قبل الجمعية العمومية للأمم المتحدة؛ لتنظيم الدور المركزي للاتحاد الذي يجب أن يلعبه في مجال السياحة العالمية.

أقرّ النظام الأساسي لمنظمة السياحة العالمية في عام ١٩٧٤م من قبل الدول التي انتسبت منظماتها السياحية الرسمية إلى الاتحاد الدولي الآف الذكر. وعقدت المنظمة الجديدة أولى اجتماعاتها العمومية في مدريد باقتراح من الحكومة الإسبانية التي قدّمت مبنى للمقرّ العام. وأصبحت المنظمة وكالة تنفيذية لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية. ووقّعت اتفاقية تعاون رسمية مع الأمم المتحدة نفسها، وفي عام ٢٠٠٣م حوّلت المنظمة إلى وكالة متخصصة للأمم المتحدة، ووصل عدد أعضائها إلى (١٤٥) بلدًا، وسبعة أقاليم، وحوالي (٣٥٠) عضوًا منتدبًا يمثلون القطاع الخاص، والمؤسسات التعليمية، والاتحادات السياحية، والسلطات السياحية المحلية، ويوضّح الشكل (٤-٢) أهم أهداف منظمة السياحة العالمية.

٥٦

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

النتائج الخاصة

- يتعرّف مراحل نشأة منظمة السياحة العالمية.
- يبيّن أهداف منظمة السياحة العالمية.
- يعدّد مزايا العضوية في منظمة السياحة العالمية.
- يدرك البرامج التي تقدّمها منظمة السياحة العالمية.

المفاهيم والمصطلحات

التنمية السياحية، التنمية المستدامة، الجودة النوعية.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:
- ما المنظمات المعنية بالاهتمام بالسياحة العالمية؟ ما أهدافها؟ ما المزايا التي تمنحها لمنتسبيها؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى مراحل نشأة منظمة السياحة العالمية وأهدافها، والمزايا التي تقدمها لمنتسبيها، والأنشطة التي تقدمها منظمة السياحة العالمية، وأنواعها، وعرضها على الطلبة.
- عرض الإجابات التي نوقشت حول مراحل نشأة منظمة السياحة العالمية وأهدافها، والمزايا التي تقدمها لمنتسبيها، والأنشطة التي تقدمها منظمة السياحة العالمية وأنواعها، على السبورة

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى ثلاث مجموعات، واختيار مقرر لكل مجموعة، وتكليف كل مجموعة القيام بالآتي:
- المجموعة الأولى: تحديد أهداف منظمة السياحة العالمية.
- المجموعة الثانية: بيان المزايا التي تقدمها منظمة السياحة العالمية لمن ينتسب إليها.
- المجموعة الثالثة: بيان البرامج والأنشطة التي تقدمها منظمة السياحة العالمية لمن ينتسب إليها.
- تحديد زمن مخصص لكل مجموعة مدته عشر دقائق.
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات، حول أهداف منظمة السياحة العالمية، والمزايا والبرامج التي تقدمها لمن ينتسب إليها.
- المناقشة وتلخيص المواضيع المتعلقة بمنظمة السياحة العالمية حول أهداف منظمة السياحة العالمية، والمزايا والبرامج التي تقدمها لمن ينتسب إليها، وعرضها على السبورة.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

– تكليف الطلبة إعداد جدارية تبيّن أقسام المنظمات الدولية، من حيث الأهداف والعضوية والسلطات التي تمارسها؛ لعرضها على الطلبة ومناقشتها.

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم تقدير (٢-٢).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

– ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، عمّان، ٢٠٠٨م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

أهداف منظمة السياحة العالمية

- نقل الخبرات الدولية والتجارب والمعرفة الفنية لقطاع السياحة.
- الإسهام في بناء قدرات العاملين في المجال السياحي.
- تعزيز الشراكة في التنمية السياحية.
- ترويج السياحة كآلية للسلامة، وأداة للتعاون المشترك.
- تبادل الخبرات والتجارب المتوافرة لدى الدول الأخرى.

الشكل (٢-٤): أهداف منظمة السياحة العالمية.

٤ – مزايا العضوية في منظمة السياحة العالمية: تتيح العضوية في منظمة السياحة العالمية الاستفادة من الفرص المنتظمة للاجتماع والتشاور مع صنّاع القرار السياحي على أعلى المستويات (الوزارات، وكبار المديرين لكبرى الأنشطة التجارية السياحية)، والتمتع بفوائد المشاركة في عضوية مؤسسة متعدّدة الأطراف ومعترف بها من قبل الأمم المتحدة. وتتمتع فيها الدول الأعضاء جميعها بحقوق تصويت وعضوية متساوية، والاستفادة من مشورة المنظمة حول مجموعة متنوّعة من القضايا السياحية لا تمنحها سوى منظمة دولية محايدة، إضافة إلى الحصول على فرصة الإسهام في تبني معايير عالمية وممارسات مقبولة تحكم السياحة. كما تتيح العضوية الاستفادة من جمع المنظمة للبيانات السياحية المأخوذة من البلدان وتحليلها، ونشرها، وتلقي نسخ مجانية من مطبوعات المنظمة ووثائق البحوث، وكسب حق الوصول إلى بنك المعلومات الخاص بالمنظمة، الذي يتضمن بيانات إحصائية لـ (١٨٠) دولة، وإمكانية المشاركة في الدورات التدريبية والندوات التي تنظمها المنظمة أو تشارك فيها.

٥٧

ب – البرامج التي تقدمها منظمة السياحة العالمية: تساعد منظمة السياحة العالمية الأعضاء على المشاركة بنجاح في زيادة قدراتهم التنافسية بطرق مختلفة. وتتوزع برامجها على مجالات واسعة تمثل أهم نشاطات المنظمة، وهي:

١. التعاون من أجل التنمية: تقدم المنظمة النصح والمساعدة للحكومات بشأن مجموعة واسعة من القضايا والموضوعات السياحية بما في ذلك الخطط العامة، ودراسات الجدوى الاقتصادية، والاحتياجات الاستثمارية، ونقل التكنولوجيا، والتسويق، والترويج.
 ٢. تنمية الموارد البشرية: توفر المنظمة إطاراً استراتيجياً لتنظيم التعليم السياحي والتدريب بما في ذلك الدورات التدريبية للمديرين، ودورات قصيرة المدى وطويلة للتعليم عن بعد، وشبكة متنامية من مراكز التعليم والتدريب التابعة للمنظمة.
 ٣. التنمية المستدامة: تعمل منظمة السياحة العالمية من أجل تنمية السياحة المستدامة وترجمة الاهتمامات البيئية إلى إجراءات عملية، ويعمل قسم البيئة في منظمة السياحة العالمية في تعاون وثيق مع الأعضاء والمنظمات العالمية الأخرى، لضمان التخطيط والإدارة الملائمين لأي تنمية سياحية جديدة؛ بهدف حماية البيئات الطبيعية والثقافية.
 ٤. الجودة النوعية للتنمية السياحية: تعكس الصحة والسلامة مجموعة واسعة من المسائل المتصلة ببعضها والمتعلقة بتحسين جودة الخدمات السياحية والفندقية، وتعمل المنظمة من أجل رفع الحواجز وإزالتها أمام تدفق السياحة، وتشجيع تحرير التجارة في الخدمات السياحية.
 ٥. إحصائيات التحليل الاقتصادي وأبحاث السوق: تعدّ منظمة السياحة العالمية مركزاً رائداً لجمع البيانات السياحية المأخوذة من أكثر من (١٨٠) بلداً ومقاطعة، وتحليلها، ونشرها، وتراقب منظمة السياحة العالمية باستمرار التوجهات السياحية عبر العالم، وتصدر سلسلة شاملة من المنشورات للأعضاء.
- تضع منظمة السياحة العالمية معايير عالمية لقياس السياحة، وقد تم تبني توصياتها حول الإحصائيات السياحية من قبل الأمم المتحدة وتطبيقها الآن مجموعة كبيرة من الدول. وقد طوّرت منظمة السياحة العالمية نظام حسابات السياحة الفرعي لقياس أهمية السياحة وأثرها في الاقتصادات الوطنية، كما تراقب باستمرار الاتجاهات حول العالم وتحليلها، وتعدّ التقارير حول تدفق الرحلات السياحية، وحجم الإنفاق على السياحة.

٥٨

٢- المنظمة الدولية للطيران المدني (إيكاو - ICAO)

تأسست في عام ١٩٤٧م، وهي إحدى منظمات الأمم المتحدة، ويقع مقر المنظمة الرئيس في مدينة مونتريال الكندية، ومهمتها تطوير أسس الملاحة الجوية أو تقنياتها، والتخطيط لها، والعمل على تطوير صناعة النقل الجوي؛ لضمان أمنها وسلامتها، ونموها.

(ICAO): رمز للمطارات حول العالم، يتكوّن من أربعة حروف إنجليزية، والرموز اختصار للمنظمة الدولية للطيران المدني (International Civil Airlines Organization). تنظّم المنظمة عمليات الملاحة بين الدول، وعمليات عبور الحدود، وتسهيلها، ومنع المخالفات، وهي التي تضع أنظمة التحقيق في الحوادث الجوية.

٣- المنظمة البحرية الدولية (IMO)

منظمة دولية، تأسست تحت اسم المنظمة البحرية الدولية الاستشارية، ويقع مقرها في لندن، ومن أهدافها:

- أ - العمل على تحسين الأمان في البحار.
 - ب - مكافحة التلوث البحري، وتشجيع السياحة البيئية البحرية.
 - ج - إرساء نظام لتعويض الأشخاص الذين يتكبدون خسائر مالية؛ بسبب التلوث البحري.
 - د - تأسيس نظام دولي لنداءات الاستغاثة وعمليات البحث والإنقاذ.
- تتخذ المنظمة العالمية للملاحة البحرية سلسلة من التدابير لتحسين الأمان للسفن، سواء بينا الهياكل النائية أو تدريب الطواقم. وقد قادت الطريق إلى اعتماد اتفاقية بشأن تدريب البحارة وإصدار شهادات تثبت قدرتهم على العمل، كما تعمل المنظمة على إقامة نظم الاتصالات التي تكفل المزيد من الأمان في البحار.

٤- الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والسفر (الأوفتا)

(Universal Federation & Travel Agents Association) (UFTAA)

يعدّ هذا الاتحاد الممثل الوحيد لوكلاء السياحة والسفر في العالم، ومقره مدينة بروكسل في بلجيكا. وتتركز أنشطته في أنحاء العالم جميعها، ويضمّ في عضويته أكثر من (٣٢) ألف وكالة ومكتب سياحة وسفر.

المنظمات السياحية الدولية العاملة في القطاع السياحي (٢)

الموضوع

النتائج الخاصة

- يتعرّف أنواع المنظمات السياحية الدولية العاملة في القطاع السياحي.
- يبيّن أهداف المنظمات السياحية الدولية العاملة في القطاع السياحي.
- يتعرّف الاختصارات العالمية للمنظمات السياحية الدولية العاملة في القطاع السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

إيكاو، الأوفتا، واتا، الأكاديمية الدولية للسياحة، الاتحاد الدولي للتدريب المهني

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر/أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:
 - ما المنظمات السياحية العالمية المعنية بالاهتمام بالسياحة العالمية؟ ما أهدافها؟
 - ما المزايا التي تقدمها لمن ينتسب إليها؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى أسماء المنظمات السياحية العالمية وأهدافها، والمزايا التي تقدمها لمنتسبيها.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها مع الطلبة حول أسماء المنظمات السياحية العالمية وأهدافها، المزايا التي تقدمها لمنتسبيها على السبورة.
- التعلم التعاوني / العمل الجماعي
- تقسيم الطلبة إلى ثلاث مجموعات، اختيار مقرر لكل مجموعة، وتكليف كل مجموعة القيام بالآتي:
 - المجموعة الأولى: تحديد أسماء المنظمات السياحية العالمية.
 - المجموعة الثانية: بيان المزايا التي تقدمها المنظمات السياحية العالمية لمن ينتسب إليها من الدول الأعضاء في خدمة السياحة.
 - المجموعة الثالثة: بيان الاختصارات الخاصة بكل منظمة دولية تعنى بالسياحة.
 - تحديد زمن مخصص لكل مجموعة مدته عشر دقائق.
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات، حول المنظمات الدولية التي تعنى بالسياحة، والمزايا التي تقدمها لمن ينتسب إليها، الاختصارات الخاصة بكل منظمة.
- المناقشة وتلخيص المواضيع المتعلقة بالمنظمات الدولية التي تعنى بالسياحة، والمزايا التي تقدمها لمن ينتسب إليها من الدول، والاختصارات العالمية الخاصة بكل منظمة.
- عرض المواضيع التي نوقشت حول المنظمات الدولية التي تعنى بالسياحة، والمزايا التي تقدمها لمن ينتسب إليها، والاختصارات الخاصة بكل منظمة على السبورة.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الملاحق انظر ملحق (٢-٢) أدوات التقييم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

– تكليف الطلبة بإعداد جدول يبين اسم المنظمة الدولية، والهدف الذي تقدمه لمن يتناسب إليها والاختصاصات الخاصة بها لمناقشتها وعرضها على السبورة.

إثراء

– تكليف الطلبة بعمل مطوية حول أهداف منظمة السياحة العالمية وفوائد عضوية منظمة الطيران المدني، لمناقشتها وعرضها على الطلبة.

استراتيجيات التقييم وأدواته

- استراتيجية التقييم: الملاحظة.
- أداة التقييم: سلم تقدير (٢-٢).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

– ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، عمان، ٢٠٠٨ م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

ويتوكل الاتحاد التنسيق بين وكلاء السياحة والسفر، والإسهام في حل المشكلات التي تواجهها أعمال هذه الوكالات، ويعقد اجتماعاً سنوياً لهذه الغاية، كما ينسق مع المنظمات جميعها التي لها علاقة بأنشطة وكلاء السياحة والسفر ويتصل بها.

٥- الجمعية الدولية لوكالات السفر (واتا)

(World Association of Travel Agents) (WATA)

مقرّ هذه الجمعية مدينة جنيف في سويسرا، وعضويتها مفتوحة لوكالات السياحة والسفر جميعها. وترتكز الجمعية على تقديم الحوافز والمزايا لأفضل وكالات السفر؛ بهدف الارتقاء بالخدمات والتسهيلات المتعلقة بها إلى أعلى المستويات العالمية.

٦- منظمة التربية والعلوم والثقافة التابعة للأمم المتحدة (UNESCO)

تقوم هذه المنظمة بعدة نشاطات، منها: التعاون مع منظمة السياحة العالمية في مجال السياحة وإدارة المواقع التراثية والأثرية، وأسس تسويقها، وتعدّ منشورات خاصة بالموضوعات السياحية، كما تشجّع التعاون بين دول العالم في مجالات الحفاظ على المواقع التراثية والأثرية؛ بهدف تحقيق تنمية سياحية مستدامة في تلك المواقع.

٧- منظمة تطوير السياحة الإفريقية (ODTA)

يقع مقرّ هذه المنظمة في الكامرون، وهي عضو في منظمة السياحة العالمية، وتهدف إلى توفير الإدارة الجيدة للمواقع السياحية، والتسويق المشترك بين الدول الأعضاء.

٨- الأكاديمية الدولية للسياحة (International Academy Of Tourism)

مقرّها في موناكو، وتضمّ في عضويتها عدداً من الشخصيات المعروفة في المجال السياحي، وتهدف إلى وضع معايير دولية واضحة في المجالات الأكاديمية للسياحة.

٩- الاتحاد الدولي للتدريب المهني السياحي (WAPTT)

يقع مقرّه في فرنسا، ويهدف إلى تطوير الكوادر البشرية العاملة في القطاع السياحي وتنميتها، والتعاون في وضع البرامج التدريبية وتنسيقها بما يلبي الاحتياجات المطلوبة من الكفاءات.

١٠- الاتحاد الدولي للنقل الجوي

(International Air Transport Association) (IATA)

مقرّه في مونتريال في كندا، ويضمّ (١٠٦) أعضاء، ويهدف إلى تنظيم النقل الجوي وتنشيطه، وحلّ المشاكل التي يمكن أن تحدث، وتطوير آليات تعاون مشتركة بين شركات الطيران العالمية من حيث تنظيم أنشطتها وتوحيدها في عدد كبير من المجالات الخاصة بتطوير صناعة السياحة والحجوزات الإلكترونية... إلخ.

١١- اللجنة الأوروبية للسياحة (UTC)

مقرّها في إيرلندا، وتهدف إلى تشجيع السياحة والسفر، وتبادل الترويج والإعلام السياحي بين الدول.

أهداف منظمة السياحة العالمية

نشاط (٢-٣)

- بالتعاون مع أفراد مجموعتك، استخدم برمجية الناشر المكسي في عمل مطوية تناول فيها:
- أهداف منظمة السياحة العالمية.
- فوائد عضوية منظمة الطيران المدني.
- ثمّ اعتمها إلى زملائك عبر البريد الإلكتروني.

تتعدد أنواع المنظمات السياحية وأشكالها، ويمكن تصنيفها كما يأتي:

١- منظمة السياحة العربية

يوجد مقرها في المملكة العربية السعودية، وتهدف هذه المنظمة إلى تنظيم صناعة السياحة بين أقطار الوطن العربي، ودعم مصالح الأعضاء ورعايتهم، وتنشيط صناعة السياحة وتطويرها في الدول العربية، وتمثل رؤية منظمة السياحة العربية بتحقيق الازدهار الاقتصادي، ومكافحة الفقر من خلال التنمية السياحية المستدامة، تفعيلاً لدور السياحة في تعظيم الميزة النسبية والتنافسية في الدول العربية كمنطقة جذب سياحي، وتقديراً لدور صناعة السياحة كقاطرة للاقتصاد الوطني بتوفير العملات الصعبة، وفرص العمل، وكعامل من أهم عوامل التنمية المستدامة. إن منظمة السياحة العربية ممثلة بالقطاع الخاص العربي وبالفعاليات المهنية السياحية، تعمل يداً بيد مع الحكومات العربية وبالتعاون مع المجلس الوزاري العربي للسياحة، على تطوير السياحة بمفهومها الشامل؛ لتبرز مكنزات هذه الدول الدينية، والثقافية، والتراثية، والحضارية، والتاريخية، والطبيعية عبر العصور، ولتنسج القيم الإنسانية النبيلة المبنيّة على السلام والاحترام المتبادل بين الشعوب. وأهم الأهداف الاستراتيجية لمنظمة السياحة العربية تلتخص في ما يأتي:

- أ - تعظيم العوائد الاقتصادية للسياحة، وتفعيل مشاركة القطاع الخاص والمجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية.
- ب - اعتماد قطاع السياحة كأداة فاعلة لتحسين الدخل والحّد من الفقر والبطالة، وتعزيز مبدأ الشراكة في الإدارة الوطنية للسياحة، ورفع كفاءة البناء المؤسسي لقطاع السياحة.
- ج - وضع سياسات التسويق السياحي والترويج لها وقيادتها، وتعظيم العوائد الاقتصادية للسياحة، وزيادة المقبوضات السياحية، وزيادة الإسهام السياحي في الناتج القومي الإجمالي.
- د - خلق بيئة استثمارية حاضنة للمشروعات السياحية، وتشجيع إقامة مشاريع سياحية في مختلف المناطق في الدول العربية، مع إشراك المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية كشرريك استراتيجي وفاعل، وتوعية المجتمعات المحلية بأهمية السياحة.

٦٢

ب - هيئة تنشيط السياحة: تأسست هذه الهيئة في عام ١٩٩٨م، وهي هيئة عامة تتمتع بالشخصية الاعتبارية وذات استقلال إداري ومالي، وتمثل شراكة بين كل من القطاع العام والقطاع الخاص في الأردن، ومن أبرز مهامها: تنشيط الحركة السياحية والترويج لها، ونشر الوعي السياحي في خارج الأردن ودخله، والإسهام مع الوزارات والمؤسسات الرسمية العامة والخاصة لتوفير التمويل اللازم؛ لتنفيذ حملات التسويق والترويج المعتمدة وفقاً للتشريعات المعمول بها في المملكة، والإسهام في الفعاليات السياحية والنشاطات المتعلقة بالسياحة بما في ذلك المهرجانات السياحية، والمشاركة في المناسبات والمؤتمرات الوطنية والدولية.

ج - جمعية الفنادق الأردنية: تعمل الجمعية على رفع مستوى ممارسة مهنة السياحة، وهي جمعية بموجب القانون الأردني، ذات شخصية اعتبارية واستقلال مالي وإداري، ولها صفة تملك الأموال المنقولة وغير المنقولة اللازمة؛ لتحقيق غاياتها وأهدافها، ويقع مركز الجمعية في مدينة عمان.

د - جمعية مكاتب وشركات السياحة والسفر: تعدّ هذه الجمعية من الجمعيات المهنية في تطوير الحركة السياحية الدولية والمحلية وتنظيمها، ويقع مقرها في عمان، وتهدف إلى:

١. بيع تذاكر السفر بأنواعها المختلفة أو تبديلها، وتأمين التذاكر للسائح والمسافرين بالتعاون مع مؤسسات النقل وشركاته.
٢. إجراء الحجز في الفنادق داخل المملكة وخارجها.
٣. العمل مع مكاتب تأجير السيارات السياحية وشركات النقل السياحي المتخصص؛ لتأمين هذه الخدمة للسائح والمسافرين مقابل قسيمة تبادل.
٤. تأمين التأشيرات للسائح والمسافرين.
٥. تأمين السائح والمسافرين وأمتعتهم لدى شركات التأمين العاملة في المملكة وفقاً للقوانين والأنظمة المعمول بها.

هـ - الجمعية الملكية لحماية البيئة البحرية: جمعية غير حكومية وغير هادفة للربح، تأسست عام ١٩٩٥م، وتعدّ الجمعية الأولى والوحيدة في الأردن التي تعنى بالحياة البحرية والمحافظ عليها. تمكّنت الجمعية بفضل التعاون مع الجهات المختلفة العاملة في مجال البيئة البحرية، مثل: سلطة إقليم منطقة العقبة الاقتصادية، ووزارة السياحة والآثار، من اتباع أساليب الإدارة المستدامة وتقنياتها؛ للحفاظ على المصادر البحرية الطبيعية، وقد طوّرت الجمعية عدداً

٦٤

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

النتائج الخاصة

- يتعرّف أنواع المنظمات السياحية العربية.
- يبيّن أهداف المنظمات السياحية العربية.
- يتعرّف أنواع المنظمات السياحية الأردنية.

المفاهيم والمصطلحات

مجلس الطيران المدني، الاتحاد العربي للفنادق.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية:
- ما المنظمات المعنية بالاهتمام بالسياحة العربية؟ ما أهدافها؟ ما الجهات المعنية بالاهتمام بالسياحة الأردنية؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى أسماء المنظمات العربية، التي تعنى بالسياحة العربية، وأهدافها والمزايا التي تقدمها لمنتسبيها.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها حول أسماء المنظمات العربية التي تعنى بالسياحة العربية وأهدافها، والمزايا التي تقدمها لمنتسبيها على السبورة.

التعلم التعاوني/ العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى ثلاث مجموعات، اختيار مقرر لكل مجموعة، وتكليف كل مجموعة القيام بالآتي:
- المجموعة الأولى: جمع معلومات عن وزارة السياحة الأردنية وهيئة تنشيط السياحة، مع بيان أهم المهام التي تقدمها للسياحة الأردنية.
- المجموعة الثانية: جمع معلومات عن جمعية الفنادق الأردنية وجمعية مكاتب وشركات السياحة والسفر والجمعية الملكية لحماية البيئة البحرية، مع بيان أهم المهام التي تقدمها كل جمعية للسياحة الأردنية.
- المجموعة الثالثة: جمع معلومات عن الجمعية الملكية لحماية الطبيعة ونظام اتحاد الجمعيات السياحية الأردنية، مع بيان أهم المهام التي تقدمها كل للسياحة الأردنية.
- تحديد زمن مخصص لكل مجموعة مدته عشر دقائق.
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات، حول المعلومات التي تم جمعها عن وزارة السياحة، وهيئة تنشيط السياحة، وجمعية الفنادق الأردنية، وجمعية مكاتب السياحة والسفر، والجمعية الملكية لحماية البيئة البحرية، والجمعية الملكية لحماية الطبيعة، ونظام اتحاد الجمعيات السياحية الأردنية، وأهم المهام التي تقدمها للسياحة الأردنية.
- المناقشة وتلخيص المعلومات التي تم جمعها عن الجمعيات السياحية الأردنية المختلفة.
- عرض ما تم تلخيصه عن الجمعيات السياحية الأردنية المختلفة، وكتابته على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (٢-٣) أدوات التقييم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

– تكليف الطلبة بإعداد جدول يبين اسم المنظمة العربية والأردنية والأهداف التي تقدمها لمن يتناسب إليها والاختصار الخاص بها؛ لمناقشتها وعرضها على السبورة .

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٢-٣).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلم

- الطائي، حميد عبد النبي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، ٢٠٠١م

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

هـ – توزيع المنافع السياحية جغرافياً مما يحقق خلق منتج سياحي في مختلف الأقاليم.
و – تشجيع صناعة الحرف اليدوية وزيادة إسهام المجتمعات المحلية في هذه الصناعة، وذلك من خلال وضع أنظمة بالتعاون مع الحكومات لخلق قطاع حرفي متخصص في الصناعات التقليدية والتراثية.

٢- مجلس الطيران المدني للدول العربية (Civil Aviation Council of Arab States)

يقع مقرّ هذا المجلس في القاهرة عاصمة مصر، وقد تأسس بقرار من الجامعة العربية، وتتمحور أهداف هذا المجلس بما يأتي:

- ب – ١- التنسيق بين المنظمات العربية والعالمية في مجال النقل السياحي.
- ج – توحيد القوانين والنظم والتشريعات الخاصة بالطيران المدني.
- تشجيع التعاون العربي المشترك في مجالات السياحة وما يرتبط بها كتدعيم النقل السياحي.

٣- الاتحاد العربي للفنادق

مقرّه في مدينة القاهرة، ويهدف إلى التنسيق والتعاون بين المنشآت الفندقية، ورعاية المصالح الفندقية في الدول العربية.

٤- اتحاد منظمات مكاتب السياحة والسفر العربية

مقرّ هذا الاتحاد في بيروت عاصمة لبنان، ويهدف إلى دعم مصالح الأعضاء ورعايتها، وتنشيط السياحة العربية البيئية وتطويرها.

٥- المنظمات السياحية الأردنية

١ – وزارة السياحة والآثار: يعود تاريخ إنشاء وزارة السياحة والآثار في البدايات إلى كونه قد بدأ الاهتمام بقطاع السياحة والآثار في الأردن منذ أوائل العشرينيات من القرن الماضي، حيث تم إنشاء مديرية الآثار العامة في عام ١٩٢٣م، وفي عام ١٩٥٣م تم إنشاء دائرة السياحة التي كان من مهماتها تنظيم والإشراف على صناعة السياحة، وفي عام ١٩٦٨م صدر قانون السياحة لتنظيم المهنة السياحية، وأنشئت وزارة السياحة عام ١٩٧٢م، وتعدّ وزارة السياحة والآثار الجهة الحكومية المعنية مباشرة بصناعة السياحة وتنميتها، والمحافظة على المواقع السياحية، وتطويرها، وتسويقها سياحياً.

٦٣

من البرامج؛ لتحقيق رؤيتها ومهمتها وذلك من خلال العمل في ثلاثة مجالات رئيسية: حماية البيئة السياحية البحرية، والتوعية البيئية الوطنية، والتأثير على متخذي القرار، والتنمية السياحية المستدامة.

وتشارك الجمعية المئات من المتطوعين في برامجها، وتعمل بشكل وثيق مع العديد من المنظمات المحلية والدولية؛ للحفاظ على التراث المرتبط بثروتنا البحرية، كما تربط المشاريع والفعاليات المندرجة تحت برامج الجمعية في المجالات الثلاثة احتياجات المواطنين والاستثمار؛ لتحقيق الاستخدام المستدام للموارد البحرية الفريدة، ولتنمّي المحافظة عليها للأجيال القادمة.

و – الجمعية الملكية لحماية الطبيعة: تسعى الجمعية إلى الارتقاء بالسياحة البيئية، والحفاظ على التنوع الحيوي في الأردن وتكامله مع التنمية الاقتصادية والاجتماعية، والحصول على دعم شعبي عملي لبرامج حماية البيئة الطبيعية في المملكة الأردنية الهاشمية وفي الدول العربية المجاورة.

تأسست الجمعية الملكية لحماية الطبيعة عام ١٩٦٦م كمؤسسة تطوعية غير حكومية، وتعمل على تحقيق رسالتها في الحفاظ على التنوع الحيوي، والسياحة البيئية في الأردن من خلال:

١. إنشاء شبكة وطنية من المحميات الطبيعية تمثل مختلف الأنظمة البيئية وأكثرها تنوعاً في الأردن وإدارتها.

٢. إدارة برامج توظيف الأحياء البرية المهتدة بالانقراض.

٣. القيام بالدراسات والأبحاث المتخصصة وذلك من أجل توفير قاعدة علمية لخطط حماية الطبيعة في الأردن وبرامجها.

٤. تطبيق القوانين التي تحافظ على الأحياء البرية وتنظيم صيدها.

٥. نشر الوعي البيئي حول قضايا حماية الطبيعة بين فئات المجتمع المختلفة، بالتركيز على طلبة المدارس، وإدارة أندية حماية الطبيعة في المدارس، وتطوير برامج تعليم بيئي في المحميات الطبيعية.

٦. التأكد من تحقّق منافع اقتصادية واجتماعية للمجتمعات المحلية التي تعيش حول المحميات الطبيعية، من خلال تطوير فرص عمل إنتاجية، مثل: الحرف اليدوية، والمشاريع الاقتصادية المتنوعة التي تطوّرها الجمعية حول المحميات.

٦٥

النتائج الخاصة

- يبين أهداف المنظمات السياحية الأردنية.
- يثمن دور المنظمات السياحية في ازدهار السياحة وتطويرها.

المفاهيم والمصطلحات

السياحة الإنسانية

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر/أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية :
- ما أهداف جمعية أصحاب المطاعم الأردنية؟
- ما أهداف الجمعية الأردنية للسياحة الإنسانية ؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة ، للتوصل إلى أهداف جمعية أصحاب المطاعم الأردنية والجمعية الأردنية للسياحة الإنسانية .
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها حول أهداف جمعية أصحاب المطاعم الأردنية ، الجمعية الأردنية للسياحة الإنسانية ، على السبورة .

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة الى مجموعات عمل ، وتحديد مقرر لكل واحد ، وتكليفها القيام بالآتي ، ومنحها مدة عشر دقائق لتنفيذ المطلوب .
- جمع معلومات عن جمعية أصحاب المطاعم السياحية الأردنية والجمعية الأردنية للسياحة الإنسانية ، وأهم الأهداف التي تسعى كل منها إلى تحقيقها ، والإجراءات التي تتبعها جمعية أصحاب المطاعم السياحية لتحقيق أهدافها .
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات ، حول المعلومات التي تم جمعها عن جمعية أصحاب المطاعم السياحية الأردنية ، والجمعية الأردنية للسياحة الإنسانية ، وأهم الأهداف التي تسعى كل منها إلى تحقيقها ، والإجراءات التي تتبعها جمعية أصحاب المطاعم السياحية لتحقيق أهدافها .
- المناقشة ، وتلخيص المعلومات التي تم جمعها عن جمعية أصحاب المطاعم السياحية الأردنية والجمعية الأردنية للسياحة الإنسانية ، وأهم الأهداف التي تسعى كل منها إلى تحقيقها ، والإجراءات التي تتبعها جمعية أصحاب المطاعم السياحية لتحقيق أهدافها .
- عرض المعلومات التي تم جمعها عن جمعية أصحاب المطاعم السياحية الأردنية والجمعية الأردنية للسياحة الإنسانية ، وأهم الأهداف التي تسعى كل منها إلى تحقيقها ، والإجراءات التي تتبعها جمعية أصحاب المطاعم السياحية لتحقيق أهدافها على السبورة .

الملاحق

انظر ملحق (٢-٣) من أدوات التقييم.

٧. توفير برامج بناء القدرات والتدريب للعاملين في المؤسسات البيئية في الأردن والدول العربية المجاورة.

٨. تشجيع المشاركة الشعبية في أنشطة الجمعية من خلال حزمة من نشاطات العضوية.

٩. الترويج للمشاركة الشعبية في برامج حماية البيئة الأردنية من خلال الحملات التي تنفذها الجمعية بالتعاون مع لجان تأييد السياسات البيئية التطوعية.

ز - نظام اتحاد الجمعيات السياحية الأردنية: يهدف الاتحاد إلى رعاية مصالح الجمعيات السياحية، والعمل على تعزيز قدراتها وتوثيق التعاون فيما بينها، وتنسيق جهودها في قيامها بأنشطتها، وتعزيز التعاون بين الجمعيات السياحية، والاتحادات، وغرف السياحة العربية والأجنبية، ويتولى الاتحاد في سبيل تحقيق أهدافه بالتعاون والتنسيق مع الوزارة وأي جهة ذات علاقة بالمهام الآتية:

١. الإسهام في تنشيط الحركة السياحية والترويج لها محلياً وإقليمياً وعالمياً.

٢. تقديم المشورة الفنية والسياحية للجمعيات السياحية، والاستعانة بالخبراء وأصحاب الاختصاص محلياً وعربياً وعالمياً.

٣. تمثيل الجمعيات السياحية لدى الآخرين داخل المملكة وخارجها في الأمور المتعلقة بالقطاع السياحي والسياح .

٤. عقد المؤتمرات السياحية والمشاركة فيها، وفي الأنشطة المحلية والعربية والدولية ذات الطابع السياحي.

يتولى إدارة الاتحاد والإشراف على شؤونه مجلس برئاسة رئيس مجلس إدارة جمعية الفنادق الأردنية، وعضوية رؤساء مجالس إدارات الجمعيات السياحية.

ح- جمعية أصحاب المطاعم السياحية الأردنية: تهدف الجمعية إلى رفع مستوى المهنة وتطويرها، ونشر الوعي السياحي بين أعضائها، وتنمية السياحة وتنشيطها بالتعاون مع الوزارة، وتتولى الجمعية في سبيل تحقيق أهدافها ما يأتي:

١. المحافظة على حقوق الأعضاء، وتقديم الخدمات الصحية والاجتماعية لهم بما في ذلك إنشاء صندوق توفير خاص بهم.

٢. التنسيق مع الجهات المختصة في ما يتعلق بتصنيف المطاعم السياحية وترخيصها وفق الأسس والقواعد الموضوعة لهذه الغاية.

٣. المشاركة في دراسة مشروعات التشريعات المتعلقة بالأنشطة السياحية.

٦٦

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة الرجوع للمصادر المتاحة عن طريق الشبكة العنكبوتية، والبحث عن مواد التمليس الجديدة، وأثرها في الشعر والجلد، وعرضها أمام الطلبة بإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٢-٣).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم
– الطائي ، حميد عبد النبي ، أصول صناعة السياحة ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١م

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

- ٤ . المشاركة في عقد المؤتمرات، والاجتماعات، والندوات، والمعارض السياحية داخل المملكة وخارجها.
- ٥ . الإسهام مع الوزارة والمؤسسات التعليمية المختلفة في تدريب الكوادر الفنية العاملة في قطاع المطاعم السياحية، ودعم ممارسي هذه المهنة في هذا القطاع.
- ٦ . التعاون والتنسيق مع الوزارة، والدوائر، والمؤسسات، والجمعيات، والنقابات السياحية الأخرى المتخصصة في المجالات المتعلقة بالعمل السياحي جميعها بما في ذلك تدريب الكوادر الفنية في هذه المهنة.
- ٧ . المشاركة مع الجهات ذات العلاقة لتحديد المصطلحات، والأعراف السياحية، والقواعد والمعايير المتعلقة بممارسة المهنة بما يتفق والأنظمة المحلية والأعراف الدولية.
- ٨ . الجمعية الأردنية للسياحة الإنسانية: تأسست عام ٢٠١٠م، ومقرها في مدينة عمان، وتهدف إلى:
 - ١ . الإسهام في تنشيط سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة والترويج لها محلياً وإقليمياً وعالمياً.
 - ٢ . إعداد المرشدين السياحيين في مجال قيادة المجموعات السياحية من ذوي الإعاقات المختلفة.
 - ٣ . عقد المؤتمرات السياحية الخاصة بتطوير السياحة الإنسانية.
 - ٤ . تدريب ذوي الاحتياجات الخاصة على الصناعات الحرفية واليدوية مما يعمل على توفير دخل لهذه الفئة من المواطنين بشكل مستدام.

النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم الاتفاقية السياحية.
- يبين أهداف الاتفاقيات الدولية في مجال تطوير القطاع السياحي.
- يدرك جهود جلالة الملك عبدالله الثاني في الاتفاقيات الدولية في القطاع السياحي.
- يتعرّف أهم الاتفاقيات التي وقع عليها الأردن.

المفاهيم والمصطلحات

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر/أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس بطرح الأسئلة الآتية :
- كيف تستطيع الدولة تطوير القطاع السياحي الأردني؟
- كيف ساهم جلالة الملك عبدالله الثاني حفظه الله في تطوير القطاع السياحي الأردني؟
- بين أهم الاتفاقيات التي وقع عليها الأردن في المجال السياحي.
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى مفهوم الاتفاقيات السياحية، أهدافها، الجهود التي بذلها الملك عبدالله الثاني حفظه الله في تطوير القطاع السياحي الأردني، وأهم الاتفاقيات التي وقع عليها الأردن في المجال السياحي.
- عرض الإجابات التي تم التوصل إليها حول مفهوم الاتفاقيات السياحية وأهدافها، والجهود التي بذلها الملك عبدالله الثاني حفظه الله في تطوير القطاع السياحي الأردني، وأهم الاتفاقيات التي وقع عليها الأردن في المجال السياحي على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الاطلاع على موضوع الاتفاقيات السياحية، ثم الإجابة عن التساؤلات الآتية:
- ما أهداف الاتفاقيات الدولية في مجال تطوير القطاع السياحي؟
- ما الجهود التي بذلها الملك عبدالله الثاني حفظه الله في تطوير القطاع السياحي الأردنية؟
- ما الاتفاقيات التي وقع عليها الأردن في المجال السياحي؟
- إدارة النقاش مع الطلبة حول مفهوم الاتفاقيات السياحية وأهدافها، والجهود التي بذلها جلالة الملك عبدالله الثاني حفظه الله في تطوير القطاع السياحي الأردني، وأهم الاتفاقيات التي وقع عليها الأردن في المجال السياحي.
- عرض المواضيع التي تمّت مناقشتها مع الطلبة على السبورة.

الاتفاقية السياحية: وثيقة تتضمن مجموعة إجراءات تنظيمية وأهدافاً عامة، معتمدة عن طريق الاتفاق بين دولتين أو أكثر؛ بهدف تنظيم الشؤون المتعلقة بالسياحة. وتكمن أهمية الاتفاقيات السياحية بين الدول في أنها تعمل على تعزيز القطاع السياحي، وتأهيله للإسهام الإيجابي البارز في اقتصاديات الدول الموقعة على الاتفاقية، من خلال الاستفادة من مجالات التكامل في محاور العمل السياحي، والتركيز على تنمية السياحة البيئية، مع مراعاة مختلف إمكانيات الدول الموقعة على الاتفاقية وظروفها.

١- أهداف الاتفاقيات الدولية في مجال تطوير القطاع السياحي

- تطلق الاتفاقيات الدولية المتعلقة بتطوير القطاع السياحي من عدد من المبادئ العامة، التي تعدّ مرتكزات أساسية يجب أن تستند إليها جهود الأطراف الموقعة على الاتفاقية جميعها، وتلك المبادئ تتمثل بالشراسة الأساسية بين القطاعين (العالم والخاص) في العمل السياحي، ومراعاة القيم والعادات والتقاليد الخاصة بالمجتمعات، وضمان التنمية المستدامة للموارد السياحية، وأمن السائح وسلامته وحرية تنقله، والمرونة والتطوير والتجديد في رسم السياسات ووضع الخطط، والموازنة بين التنافس والتكامل فيما بين الدول بما يحسن أداء القطاع السياحي في مجمله، والتكافل فيما بين الدول الموقعة على الاتفاقية في الأزمات والظروف الطارئة، من خلال تبادل العون الفني. ومن الأهداف العامة للاتفاقيات الدولية لتطوير القطاع السياحي ما يأتي:
- أ - التعاون بين الدول الموقعة على الاتفاقية في جهود الترويج السياحي، والتحالف التسويقي للمنتجات السياحية، وفتح أسواق سياحية جديدة.
- ب - تحفيز تدفق الاستثمارات السياحية بين الدول، وتشجيع إقامة المشروعات السياحية المشتركة.
- ج - تخفيف القيود الأمنية، وتسهيل الإجراءات الجمركية في النقاط الحدودية (البرية والبحرية والجوية) للسائح.
- د - بناء أنظمة إلكترونية للحصول على التأشيرة السياحية وتوحيد آلية الحصول عليها.

٦٨

وانتقل من الممارسات الجزئية المتفرقة إلى التوظيف الشمولي التكاملي لهذا المفهوم على أرض الواقع، وفق منظور مؤسسي استراتيجي يعالج القضايا والتحديات الداخلية والخارجية التي تواجه القطاع السياحي الأردني، ويقترح السياسات والاستراتيجيات والخطط التي تعزز الأمن السياحي لأنظمة الدولة بما يكفل لها الاستقرار، ويحقق لها النمو والرخاء والرفاهية.

٣- أهم الاتفاقيات التي وقّع عليها الأردن

- وقّع الأردن خلال الفترة ١٩٩٩-٢٠١٠م على عدد من الاتفاقيات المهمة في المجال السياحي، ومنها:
- أ - اتفاق التعاون في الميدان السياحي بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة المملكة المغربية (١٩٩٩م).
- ب - اتفاقية التعاون في الميدان السياحي بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة دولة الكويت (٢٠٠٤م).
- ج - اتفاقية للتعاون السياحي بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة (٢٠٠٤م).
- د - اتفاقية تعاون في المجال السياحي بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة جمهورية روسيا الاتحادية (٢٠٠٤م).
- هـ - اتفاقية التعاون في المجال السياحي بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة جمهورية كوريا (٢٠٠٥م).
- و - اتفاقية تعاون في مجال السياحة بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة جمهورية أفريقيجان (٢٠٠٦م).
- مما سبق يتبين لنا أنّ قضية الانفتاح السياحي على دول العالم من خلال الاتفاقيات السياحية كانت وما تزال تحظى باهتمام جلالة الملك.

٧٠

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الملاحق

انظر ملحق (٢-٤) أدوات التقييم .

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة إعداد تقرير عن أهمية الاتفاقيات السياحية التي وقعتها الأردن مع الدول الأخرى، والمزايا التي تعود على القطاع السياحي في الأردن، وعرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٢-٤).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

- عبد العزيز، ماهر، ، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، عمان، ٢٠٠٨م.
- الظاهر، نعيم، مبادئ السياحة الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، الأردن، ٢٠٠١م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

٢- جهود جلالة الملك عبدالله الثاني -حفظه الله- في الاتفاقيات الدولية في القطاع السياحي

شهد الأردن تطوراً مستمراً في المجالات السياحية والفندقية في عهد صاحب الجلالة الهاشمية الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم، حيث غدا الأردن في مصاف الدول السياحية خلال فترة وجيزة. ويشهد للأردن الكثيرون في منطقتنا وفي دول العالم الأخرى، بتطبيق سياسات التنمية السياحية المستدامة والمنتصرة والتي كان لها الأثر الإيجابي في رفع مستوى معيشة المواطن الأردني، وتطور المواقع السياحية. لقد تحققت ذلك التقدم الملموس كله بفضل التوجيهات السامية لصاحب الجلالة الهاشمية والمتابعة الحثيئة بتنفيذ المشروعات السياحية؛ بهدف تحقيق رؤية جلالة بالوصول إلى التطور السياحي مما ينعكس على الرخاء الاقتصادي لأبناء هذا الوطن المعطاء.

اتخذ صاحب الجلالة الهاشمية الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم خياراً استراتيجياً لتحقيق نمو في الاستثمار السياحي وزيادة الدخل القومي، من خلال انضمام الأردن إلى منظمة التجارة العالمية، وتوقيع اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، واتفاقية الأيفنا، واتفاقية التجارة الحرة العربية، واتفاقية التجارة الحرة مع الولايات المتحدة، انطلاقاً من إيمان راسخ بأن التنمية السياحية اليوم جاءت نتيجة توسع الأسواق، وفتح الحدود الوطنية أمام الحركة السياحية؛ فقد تم تبني التحضر الاقتصادي كجزء من استراتيجية الأردن للتنافس الفعال في الاقتصاد العالمي الجديد، ونتيجة لذلك أدخلت إصلاحات اقتصادية وبنوية رئيسة لدمج الاقتصاد الأردني بصورة فعالة بالاقتصاد العالمي مما انعكس إيجاباً على تطور القطاع السياحي.

إن سلسلة الإصلاحات الاقتصادية التي قام بها جلالته منذ تسلم سلطاته الدستورية تمكّنت من الارتكاز على الإرادة القوية لجلالته في مجالات التطوير المتعددة الجوانب، سواء كانت لزيادة حجم الحركة السياحية في الأردن أو زيادة حجم الاستثمارات السياحية، ووفقاً لسياسة جلالة الملك المعلنة عن زيادة تحرير التجارة والاستثمار في مجال السياحة، وفتح أسواق سياحية جديدة.

حاز الأردن في عام ٢٠١٠م على المرتبة (١٤) بين دول العالم في الحفاظ على سلامة المواطنين وأمنهم واستقرارهم وكذلك الزوار وفق تقرير خاص أعدته الأمم المتحدة، حيث يعد الأمن السياحي أهم مسارات الاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي الأردني، واكتسب مفهوم الأمن السياحي اهتماماً كبيراً من قبل جلالته الملك، وتجاوز مسألة التنظير إلى التطبيق الإجمالي،

٦٩

الاتفاقيات السياحية

نشاط (٢-٤)

ارجع إلى الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة، وابحث في الاتفاقيات التي وقعتها الأردن مع دول أخرى، واستخلص أهمية هذه الاتفاقيات، والمزايا التي تعود على القطاع السياحي في الأردن، ثم اعرض ما توصلت إليه أمام زملائك.

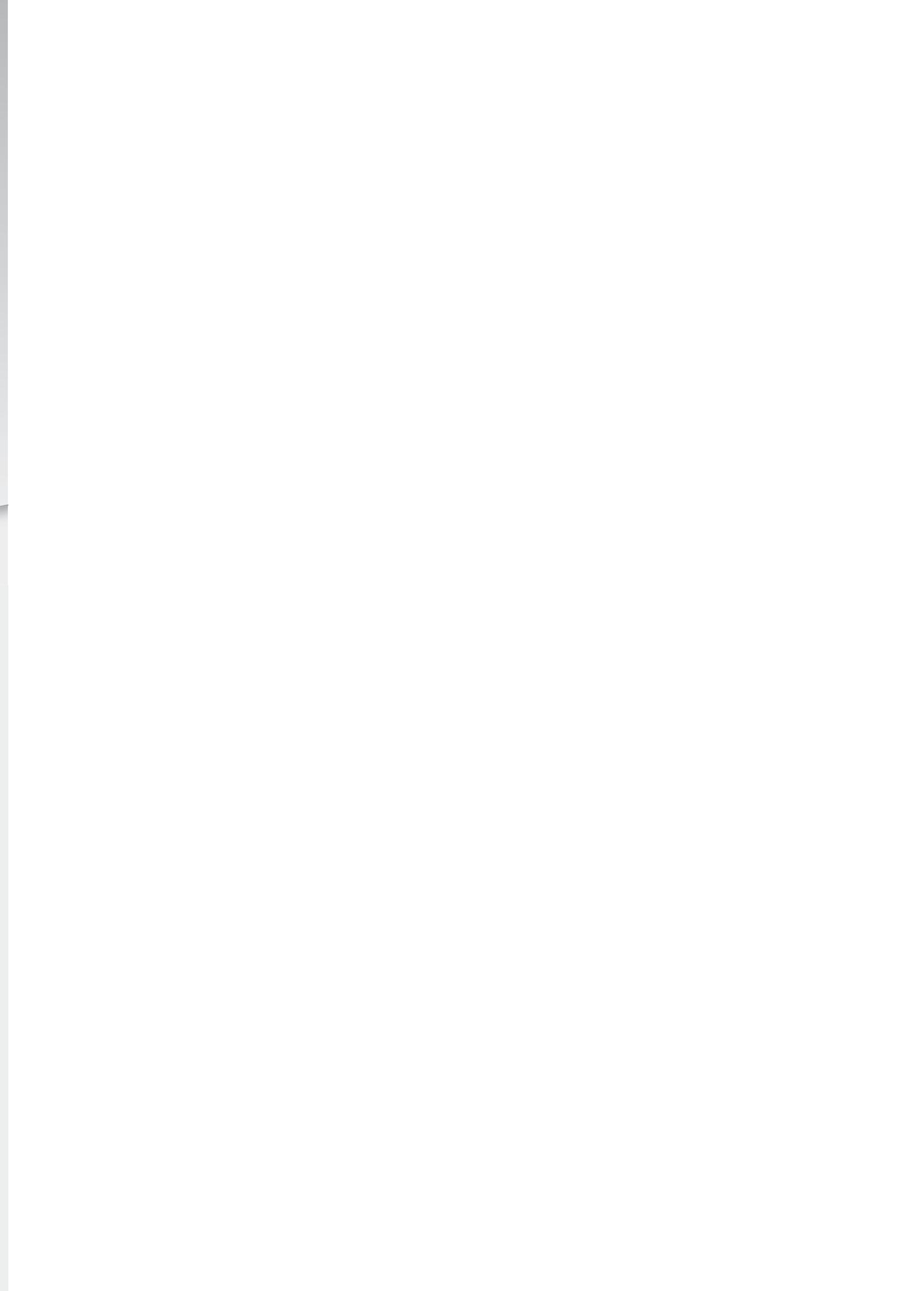
قضية للبحث

- ابحث مع أفراد مجموعتك في مصادر المعرفة المتوافرة لديك (كتب، ونشرات، وإنترنت، وغيرها) لجمع معلومات عن الاتفاقيات الآتية:
- اتفاقية حماية المواقع الأثرية والتراثية (اليونسكو).
- اتفاقية التنوع الحيوي في مواقع السياحة البيئية.
- اتفاقية تنظيم النوازل الإلكترونية الصادرة عن منظمة الطيران العالمية.
- اعرض المعلومات من خلال مطوية، مبيّناً فيها الإجابة عن الأسئلة الآتية:
- ما أهمية مثل هذه الاتفاقيات في تطوير صناعة السياحة؟
- أيّ هذه الاتفاقيات وقع عليها الأردن؟
- في أيّ المجالات (المواقع السياحية) يلزم تنفيذ هذه الاتفاقيات؟

٧١

المستوى الرابع





الوحدة الأولى

التخطيط السياحي



النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم التخطيط السياحي.
- يميّز بين أساليب التخطيط السياحي.
- يحدّد عوامل نجاح التخطيط السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

السياحة المستدامة.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
 - ماذا تعرف عن التخطيط السياحي؟ ما دور التخطيط السياحي في تنظيم القطاع السياحي وضبطه وتوجيهه؟ ما أساليب التخطيط السياحي؟، ما عوامل نجاح التخطيط السياحي؟.
 - إدارة النقاش حول إجابات الطلبة، للتوصل إلى أساسيات التخطيط السياحي في مراحل مختلفة.
 - تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.
- التدريس المباشر/ العمل في الكتاب المدرسي
 - الطلب إلى الطلبة النظر إلى الشكل (١-١) أساليب التخطيط السياحي، والإجابة عن التساؤلات الآتية:
 - يعتمد أسلوب التخطيط السياحي على ثلاثة مستويات مختلفة لها توجهات وغايات وأساليب.
 - اشرح كل أسلوب من هذه الأساليب، لتعرف توجهاته وغاياته وأهم ما يميزه.
 - إدارة النقاش، واستعراض إجابات الطلبة، ومناقشتهم بها.
 - التوصل معهم إلى أهم ما يميز أساليب التخطيط السياحي الثلاثة.
 - تدوين الإجابات على السبورة.

أساسيات التخطيط السياحي

أولاً

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوّره وكذلك أهميته ب بروز السياحة كظاهرة حضارية سلوكية من ناحية، وظاهرة اقتصادية اجتماعية من ناحية أخرى، وقد حظيت السياحة كنشاط إنساني بأهمية واعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، ولقد نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وآثار اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وبيئية، وعمرانية كان لها أثر عظيم وواضح في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناضج.

١- مفهوم التخطيط السياحي

يعدّ التخطيط السياحي أهم مرحلة في عملية التنمية السياحية المستدامة في المواقع السياحية؛ فالتخطيط السياحي هو العملية التي يمكن من خلالها زيادة منافع التنمية السياحية، وتجنّب

آثارها السلبية، وتوجيهها نحو الاستدامة قبل تنفيذها. ومن هنا يمكن اعتبار التخطيط السياحي إحدى الوسائل، التي يمكن من خلالها الوصول إلى التنمية المستدامة. ويمكن تعريف التخطيط السياحي بأنّه: رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في المواقع السياحية، وفي فترة زمنية مُحدّدة، ويقتضي ذلك حصر الموارد الطبيعية في الموقع السياحي؛ من أجل تحديد أهداف الخطّة السياحية، وتحقيق تنمية سياحية مستدامة سريعة ومنتظمة.

٢- أساليب التخطيط السياحي

يمكن تصنيف أساليب التخطيط السياحي ثلاثة أساليب رئيسة، كما يتضح من الشكل (١-١).

التنمية السياحية المستدامة عملية تطوير السياحة (أنشطة، ومرافق، وأهداف، ونظم...)؛ لتلبية حاجات الأجيال الحاضرة وطموحاتها دون المساس سلباً بقدرتها السياحية على تلبية حاجات الأجيال القادمة.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

انظر ملحق (١) إجابات الأسئلة، وملحق (١-١) من أدوات التقويم.

الملاحق

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

- تكليف الطلبة مناقشة عبارة (من لا يخطط لمستقبله، فإنه يخطط لفشله) وكتابة مقالة يظهر فيها أهمية التخطيط على الأبعاد كافة، وعرضها أمام الطلبة بإشراف المعلم.

استراتيجيات التقييم وأدواته

- استراتيجية التقييم: القلم والورقة .
- أداة التقييم: اختبار كتابي (١-١).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلم

- الروبي، نبيل، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر ٢٠٠٣

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

التخطيط السياحي التعاوني

التخطيط من الأعلى إلى الأسفل

التخطيط من الأسفل إلى الأعلى

أساليب التخطيط السياحي

الشكل (١-١): أساليب التخطيط السياحي.

- التخطيط السياحي التعاوني (Cooperative Collaborative Tourism Planning): يتم وضع المخطط السياحي من خلال التعاون بين الجهات والفئات المختلفة المعنية بصناعة السياحة من أجل الحصول على المخطط السياحي الأكثر قبولاً، ويعتمد مستوى التعاون المطلوب على مستوى المخطط السياحي، وطبيعة صناعة السياحة في المواقع السياحية سواء كانت وطنية أو معتمدة على هيئات عالمية.
- التخطيط من الأعلى إلى الأسفل (Top-Bottom Approach): يركز هذا التوجه على أهمية أن يكون التخطيط السياحي عملية من الأعلى إلى الأسفل، ويهتم بالجهة المسؤولة عن تشكيل المخطط السياحي وتطويره، سواء كانت الحكومة الوطنية أو الإقليم.
- التخطيط من الأسفل إلى الأعلى (Bottom-top Approach): يهتم هذا النوع في تطوير المواقع السياحية في المجتمعات المحلية، من خلال المشاركة الشعبية للفئات المتأثرة بالتنمية السياحية، وبالتالي تعظيم اهتمام المجتمعات المحلية بالسياحة ودعمها لها وتوجيه سياساتها لمنفعتهم. وينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد؛ لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين الجهات المنظمة للقطاع السياحي جميعها - بين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات (السياح)، والمجتمع المضيف للسياحة - بدءاً من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاء بمرحلة تنفيذ برامج الخطة السياحية وتطبيقها.

8

نشاط (١-١)

العلاقة بين التخطيط السياحي وتحقيق التنمية المستدامة

من خلال جلسة نقاشية، تحدّث أنت وزملاؤك في العلاقة بين التخطيط السياحي وتحقيق التنمية المستدامة.

- يتضح مما سبق بأنّ الأسلوب التخطيطي التعاوني لمشروعات التنمية السياحية هو الأسلوب الأنسب بالنسبة للدول النامية، حيث إنّ التخطيط من الأعلى إلى الأسفل لا يضمن ديمقراطية عملية التنمية ونجاحها على المدى البعيد، كما أنّ التخطيط من الأسفل إلى الأعلى هو أسلوب متقدّم للتخطيط يصعب تطبيقه في الدول النامية، في ظل البيروقراطية ومركزية الإدارة، ويمكن أن يكون أسلوب التخطيط التعاوني هو بداية لتطبيق أسلوب التخطيط من الأسفل إلى الأعلى في تنمية المواقع السياحية وتطويرها. ويعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدّة عوامل تشمل ما يأتي:
- أن تكون خطة تنمية السياحة جزءاً لا يتجزأ من الخطة الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
 - أن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
 - أن يتم اعتبار تنمية السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية.
 - قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي.
 - تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية تنمية المواقع السياحية.
 - التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام، وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

الأجندة الوطنية

نشاط (٢-١)

ارجع إلى الأجندة الوطنية، وبين من خلالها أولويات الأردن التنموية في ما يتعلق بقطاع السياحة والاستثمار.

9

النتائج الخاصة

- يتعرّف توجهات التخطيط السياحي.
- يعدّد أسس التخطيط السياحي.
- يبيّن فوائد التخطيط السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

السياحة اللطيفة. السياحة البيئية.

السلامة المهنية

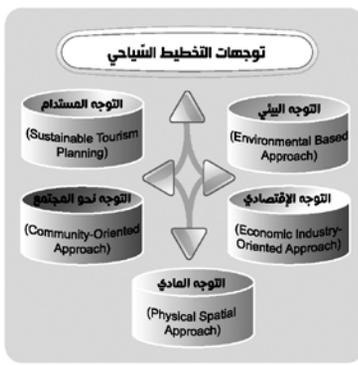
استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة.

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
 - ما توجهات التخطيط السياحي؟
 - ما الأسس التي يعتمد عليها التخطيط السياحي؟
 - بين فوائد التخطيط السياحي.
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى أساسيات التخطيط السياحي في مراحل مختلفة.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.
- التعلم التعاوني/ العمل الجماعي.
 - تقسيم الطلبة إلى ثلاث مجموعات، تعيين مقرر لكل مجموعته، وتكليفها القيام بالآتي بعد منحهم عشر دقائق لتنفيذ المطلوب:
 - المجموعة الأولى: تعدّ قائمة عن توجهات التخطيط السياحي.
 - المجموعة الثانية: تكتب ملخصاً عن أسس التخطيط السياحي.
 - المجموعة الثالثة: تكتب ملخصاً عن فوائد التخطيط السياحي.
 - عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات حول أساسيات، وفوائد التخطيط السياحي.
 - مناقشة الطلبة في مشاريعهم داخل الصف.
 - تدوين الإجابات على السبورة.

٣- توجهات التخطيط السياحي

تطوّرت عدّة توجهات للتخطيط السياحي لمقابلة الطلب المتزايد على صناعة السياحة، ويمكن تحديد توجهات التخطيط السياحي، كما يتضح من الشكل (٢-١).
أ - التوجّه البيئي: يرتبط بالاهتمامات البيئية والوصول للتوجه الأقصى؛ لتقليل آثار التنمية السياحية على البيئة الطبيعية في المنطقة السياحية، وهنا لا



الشكل (٢-١): توجهات التخطيط السياحي.

- يتدخل سكان المنطقة باتخاذ القرار، أو بالتخطيط، أو بوضع السياسات السياحية.
- ب- التوجه الاقتصادي: يركّز على أهمية التخطيط الاقتصادي لتعظيم المنافع الاقتصادية السياحية من الدخل والعمالة، وتكون السياحة هنا وسيلة لتوجيه النمو والتنمية في مناطق مُحَدَّدة، ومعظم الدول النامية تبني هذا التوجه.
- ج- التوجه المادي: ينظر هذا التوجه للسياحة كمستخدم لقاعدة الموارد البيئية، ويركّز على الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي، وتعيين المناطق الحساسة، وذلك لتقليل الآثار السلبية للسياحة على البيئة.
- د - التوجه نحو المجتمع: يهتم هذا التوجه في المجتمعات المحلية بالمواقع السياحية وإشراكهم في التنمية السياحية.

10 >

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

- تكليف الطلبة من خلال زيارة موقع وزارة السياحة الأردنية. www.mota.gov.jo
- تكليف الطلبة من خلال زيارة موقع وزارة السياحة الأردنية. www.mota.gov.jo
- يعمل بحث عن السياحة اللطيفة والسياحة البيئية، يوضحون فيه: تعريف هذا المفهوم عن السياحة اللطيفة أو البيئية، وإجراءات وزارة السياحة لتعزيز، وتشجيع هذا النمط من السياحة

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم التقدير (١-٢).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

- للمعلّم
- الروبي، نبيل، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٣م.

للطلاب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

هـ- التوجّه المستدام: وهو مزيج من التوجّهات الأربعة السابقة، من خلال الوصول إلى توازن بين التوجّهات البيئية والاقتصادية والمادية والمجتمعية، ويهدف هذا التوجّه إلى إيجاد قاعدة مشتركة لتطبيق التنمية السياحية المستدامة، ويتطلّع إلى توفير بيئة آمنة ومستدامة مع أقلّ تدهور ونقص في الموارد البيئية، وأقلّ قلق اجتماعي بتكامل العناصر الاقتصادية والمادية والمجتمعية. يتبين لنا مما سبق، أنّ التخطيط السياحي الجيد يعتمد على قاعدة استغلال المقومات الطبيعية البيئية باعتبارها مورداً اقتصادياً بيئياً يتعين تنميته وتطويره، واستغلال الإرث الحضاري والإنساني والأخلاقي، ونسج العادات والتقاليد لحماية البيئة ورعايتها من التلوث.

مفهوم السياحة البيئية

نشاط (٣-١)

ابحث في الإنترنت عن مفهوم السياحة البيئية، مبيّناً الإجراءات المتبعة من قبل وزارة السياحة لتعزيز هذا النمط من السياحة.

٤- أسس التخطيط السياحي

- يستند التخطيط السياحي إلى عدد من الأسس التي تسهم في تنمية المواقع السياحية والنهوض بها، ومن أهم هذه الأسس ما يأتي:
- أ- المحافظة على المقومات البشرية والحضارية في المواقع السياحية، والتي تعدّ عنصراً حيوياً في المنتج السياحي والحافز الرئيس لزيارة المنطقة السياحية، وكي يتمّ الحفاظ عليها من أجل الأجيال القادمة فإنه يتوجب استخداماً دون استنزاف لقيمتها المادية والمعنوية، والحفاظ عليها يأتي في المقام الأول وقبل تنمية السياحة، فعندما يتمّ تدمير هذه الموارد لن يأتي السائح لزيارة المنطقة.
- ب- التحكم في استعمالات الأراضي في المواقع السياحية.
- ج- تحقيق متطلبات التنمية والتخطيط السياحي.
- د- الارتقاء العمراني للمنطقة، ومعالجة أسباب الآثار البيئية السلبية المؤثرة على رضا السائح، مثل: الازدحام، والتلوث البصري، وتلوث الهواء، والضوضاء.
- هـ- تشجيع السياحة اللطيفة: يمكن تشجيع أشكال الخدمات السياحية المتوائمة مع طبيعة المناطق البيئية.

١١ <

٥- فوائد التخطيط السياحي

- يسهم التخطيط السياحي الجيد بعدد من الفوائد التي تعود بالخير والفائدة على تنمية المواقع السياحية، وأهم هذه الفوائد ما يأتي:
- أ- تحديد الموارد السياحية وصيانتها والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.
- ب- تكاملية القطاع السياحي وربطه مع القطاعات الأخرى، بهدف تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على مستوياتها كلها.
- ج- توفير أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي، مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقرّها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.
- د- توفير المعلومات، والبيانات، والإحصائيات، والخرائط، والمخططات، والتقارير، والاستبيانات، ووضعها تحت أيدي طالبيها.
- هـ- زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع، كما يقلّل من سلبات السياحة.
- و- وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلّفة سياحياً.

الخطة التنموية الخاصة بتطوير القطاع السياحي خلال العشر سنوات الأخيرة

نشاط (٤-١)

زر الموقع الإلكتروني لوزارة التخطيط الأردنية، واستعرض أهم الخطة التنموية خلال العشر سنوات الأخيرة التي تناول القطاع السياحي في الأردن، وناقشها مع زملائك.

تعدّد المستويات المكانية للتخطيط السياحي، ولكن بشكل عام يمكن الحديث عن أربعة مستويات رئيسية، كما يتضح من الشكل (٣-١):

التخطيط السياحي على المستوى المحلي
(local level)

التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي
(Regional level)

التخطيط السياحي على المستوى الوطني
(National level)

التخطيط السياحي على المستوى الدولي
(International level)

المستويات المكانية للتخطيط السياحي

- التخطيط السياحي على المستوى المحلي
يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصاً وتفصيلاً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى، ويتضمن عدّة جوانب، مثل الخدمات السياحية، وشبكات الطرق، ونظام النقل.
- التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي
يكون التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي متخصصاً وتفصيلاً بدرجة أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني، ويعتمد ذلك على حجم الدولة وحجم الإقليم، ومن الجوانب التي يتضمنها السياسات السياحية، وبرامج التدريب والتعليم.
- التخطيط السياحي على المستوى الوطني
يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى الجوانب جميعها التي يغطيها المستوى الإقليمي، ولكن بشكل أقل تخصصاً وتفصيلاً وعلى مستوى الدولة بأقاليمها ومناطقها جميعها.
- التخطيط السياحي على المستوى الدولي
يشمل هذا التخطيط تطوير بعض عناصر الجذب الطبيعي السياحي وتمييزها التي تتوزع جغرافياً في عدّة دول متجاورة، كما هو الحال في جبال الألب في القارة الأوروبية.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

النتائج الخاصة

- يميز بين المستويات المكانية للتخطيط السياحي.
- يبيّن دور التنظيم في التخطيط السياحي.
- يشرح الأبعاد التنظيمية في التخطيط السياحي.
- يعدّد العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

المستويات المكانية، مطاعم السلسلة، فنادق السلسلة

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة.

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- بين درجة التخصص و التفصيل بين المستويات المكانية للتخطيط السياحي. ما غايات التنظيم في التخطيط السياحي؟ ما الأبعاد التنظيمية في التخطيط السياحي (البيئة، الاقتصاد، التمويل، المجتمع والسائح)؟ بين أثرها في التخطيط السياحي.
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى المستويات المكانية للتخطيط السياحي.
- تلخيصها وعرضها على السبورة.
- التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي
- الطلب إلى الطلبة النظر إلى الشكلين الآتين: (٣-١)، (٤-١) المستويات المكانية للتخطيط السياحي والانتباه إلى التسلسل المكاني وطبيعة كل مستوى، دور التنظيم في التخطيط السياحي، والانتباه إلى كيفية معالجة التنظيم للثغرات من أجل استدامة النشاط السياحي، و الإجابة عن التساؤلات الآتية:
- لكل مستوى من المستويات المكانية للتخطيط السياحي مواصفات تميزه عن المستويات الأخرى، بين ما يميز كل مستوى .
- هناك غايات للتنظيم في التخطيط السياحي، يهدف إلى تحقيقها من أجل استدامة النشاط السياحي، بينها .
- إدارة النقاش، واستعراض إجابات الطلبة، ومناقشتهم بها.
- التوصل معهم إلى أهم ما يميز المستويات المكانية للتخطيط السياحي و الأبعاد التنظيمية في التخطيط السياحي .
- تلخيص الإجابات على السبورة.
- التعلم عن طريق النشاط / زيارة ميدانية
- نفذ زيارة ميدانية إلى مطاعم ذات السلسلة أو فنادق ذات السلسلة، للحصول على إجابة عن التساؤل الآتي: هل وجود سلسلة مطاعم أو فنادق، خلال فهم الواقع الحالي للسياحة، كان السبب في عملية التخطيط إلى الوضع المستهدف مستقبلاً؟
- إدارة الحوار ما بين الطلبة وإدارة الموقع التي تمت زيارته، والاطلاع على مخططات المشاريع والأسس التي تم التوسع والتطوير بناءً عليها.
- الطلب إلى الطلبة إعداد ملخص عن أهم النقاط، والأسس التي اعتمدها هذه الإدارات في التخطيط السياحي.

الملاحق

انظر ملحق (٣-١) من أدوات التقويم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

– تكليف الطلبة إعداد بحث حول كيفية تخطيط الحكومة لاستغلال المواقع البيئية والطبيعية في تطوير بعض المواقع السياحية، مثل محمية ضانا أو وادي رم، وعرضه أمام الطلبة بإشراف المعلم.

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (١-٣).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

– الروبي، نبيل، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٣ م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

يتضح مما سبق، أن التخطيط السياحي بمستوياته السابقة يهدف إلى ربط مشروعات التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية والعمارة، وإعادة توزيع السياح داخل المواقع السياحية بشكل متوازن وفق الموارد المتاحة، وإنشاء نقاط جذب سياحي، من خلال تخصيص بعض النشاطات الملائمة للمنطقة المرغوب تطويرها؛ بهدف التوزيع الأمثل للنشاط الاقتصادي والخدمات والموارد الطبيعية والبشرية بين مختلف الأقاليم ومناطق الإقليم السياحي الواحد.

١- دور التنظيم في التخطيط السياحي

لا يعتمد نجاح أي خطة أو مشروع سياحي على الجوانب المادية البحتة فقط، وإنما يجب أن يتعداها أيضاً إلى العلاقات الإنسانية، فالدور من التنظيم في التخطيط السياحي في النهاية هو من أجل السائح، وحتى يكون هذا التخطيط ناجحاً وفعالاً، لا بد من دراسة رغبات السياح، واحتياجاتهم، وأوضاعهم الاجتماعية والنفسية بعناية، والمجتمع المحلي مما يُشكّل أهمية كبيرة في نجاح تخطيط أي موقع سياحي، ويتبين دور التنظيم في التخطيط السياحي، كما هو في الشكل (١-٤):

تتلخّص الأبعاد التنظيمية للتخطيط في دراسة الإقليم السياحي بتقسيم الأرض تبعاً لحساسيتها للنشاطات السياحية عدداً من الدرجات، ويتم تحديد الأبعاد اللازمة لحلّ المشاكل القائمة من خلال ضبط طرق استخدام الأرض في المواقع السياحية، لمواجهة الحركة السياحية



الضخمة في هذه المواقع، التي تضغط على الموارد الطبيعية في الموقع؛ بهدف الحفاظ على الموارد المهمة المعرضة للنفاد وحق الأجيال القادمة فيها، وتحدد أبعاد التنمية السياحية اللازمة برسم سياسات التنمية المستدامة وإستراتيجياتها، والتي تمكننا من دراسة استغلال الموارد الطبيعية مع ضمان حق الأجيال القادمة

فيها، ومن أهم الأبعاد التنظيمية التي تؤخذ بعين الاعتبار في التخطيط السياحي ما يأتي:

- أ- البعد الزمني: يحدّد نوع التغيير المطلوب وحجمه في مختلف القطاعات العمرانية والاجتماعية، والاقتصادية، وغيرها.
- ب- البعد الزمني: يتم تحديد الجدول الزمني لإحداث التغيير المطلوب، كأن يكون سريعاً، أو بطيئاً، قصيراً أو متوسطاً أو طويل المدى.
- ج- البعد المكاني: يتم تحديد مواقع التغيير المطلوب.

٢- العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي

تؤثر في التخطيط السياحي جملة من العوامل، والتي تشكّل ركيزة أساسية في تنمية المواقع السياحية، ومن أهم هذه العوامل ما يأتي:

- أ- البيئة: تشكّل البيئة ركناً أساسياً عند إعداد الخطط المتعلقة بتطوير المواقع السياحية؛ لأنها تحدّد بملامحها الطبيعية أنماط السياحة الأجدد بعملية التخطيط لها وتنميتها، ويجب التنويه أيضاً إلى ضرورة اهتمام المخطّط بالحفاظ على الملامح الطبيعية للمنطقة وحمايتها.
- ب- النشاطات الاقتصادية القائمة بالموقع السياحي، والتي يمكن أن تسهم في إنماء صناعة السياحة.
- ج- التمويل: يحتاج التخطيط السياحي إلى نفقات كبيرة، لذلك في الكثير من الأحيان يتم الاعتماد على المساعدات الخارجية، أو الديون التي تلتقها الدول النامية من البنك الدولي والدول المتقدمة.
- د- المستفيدون من أنشطة السياحة، سواء من السياح الأجانب، أو من السكّان المحليين، لذلك يجب وضعهم في الاعتبار عند التخطيط للموقع السياحي.

تتطلب عملية تطوير الموقع السياحي التعرّف أولاً إلى أشكال سطح الأرض وأهم العمليات الطبيعية المؤثرة فيها، مثل: التعرية المائية، والهوائية، والتجوية، والأخطار البيئية التي تؤثر في المنشآت السياحية؛ بهدف تعزيز مبدأ إدارة الموقع السياحي، ومعرفة الموارد السياحية، ومواقعها، والأخطار الممكن أن تعرّض إليها مستقبلاً؛ لذا، يجب العمل على:

- أ- تحديد المواضع المناسبة وغير المناسبة للنشاطات السياحية داخل المواقع السياحية، إضافة إلى تحليل خصائص البيئة داخل الموقع السياحي، مما يساعد على استغلال موارد البيئة بجدوى اقتصادية عالية.

النتائج الخاصة

- يتعرّف متطلبات عملية تطوير المواقع السياحية.
- يشرح المراحل التخطيطية للمواقع السياحية.

المفاهيم والمصطلحات

أقاليم سياحية

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التعلم التعاوني/ المناقشة

- تقسيم الطلبة إلى أربع مجموعات ، وتعيين مقرر لكل مجموعته، وتكليفها القيام بالآتي بعد منحهم عشر دقائق لتنفيذ المطلوب:
- المجموعة الأولى: تحدد متطلبات عملية تطوير المواقع السياحية من أجل إنجاحه.
- المجموعة الثانية: تكتب ملخصاً عن أهداف التخطيط العام .
- المجموعة الثالثة: تكتب ملخصاً عن أهداف التخطيط الانتقالي.
- المجموعة الرابعة: تكتب ملخصاً عن أهداف التخطيط التفصيلي.
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعات عن متطلبات عملية تطوير المواقع السياحية، والمراحل التخطيطية للمواقع السياحية.
- مناقشة الطلبة في ملخصاتهم داخل الصف.
- تدوين الإجابات على السبورة.

- ب- تخطيط الموقع السياحي بشكل يحافظ على الموارد الأرضية والسياحية ويمنع تدميرها.
- ج- معرفة الموارد السياحية اللازمة للتطوير المستقبلي وتقييمها.
- د - التنبؤ المستقبلي باستجابة المواضع المقام عليها المنشآت السياحية إلى آية أخطار طبيعية من الممكن أن تؤثر فيها.
- هـ - تقييم الآثار والأخطار الطبيعية داخل المواقع السياحية.

مدخلات عملية تخطيط الموقع السياحي

نشاط (٥-١)

ابحث في مواقع الإنترنت عن أهم البيانات المتعلقة بالجانب الطبيعي التي يجب توافرها كمدخلات أساسية في تخطيط الموقع السياحي.

تخضع عملية تخطيط المواقع السياحية إلى فهم الوضع الحالي ثم بيان الوضع المستهدف، وكيفية الانتقال من الوضع الحالي إلى الوضع المستهدف مستقبلاً.

إضافة إلى ما ذكر سابقاً، يجب أن تخضع عملية تخطيط المواقع السياحية إلى الربط بين الطلب السياحي الحالي والمتوقع في المستقبل، بما يجب أن يتوافر في الموقع السياحي من عرض سياحي مستقبلاً، لذلك يجب أن يسبق التفكير في وضع خطط لتطوير المواقع السياحية معرفة المقومات السياحية المتوفرة في الموقع السياحي، والتعرف إلى الأسواق المصدرة للسياح، واتجاهاتهم، وجنسيات السياح الذين يقدون إلى الموقع السياحي.

بعد ذلك تأتي عملية التخطيط للموقع السياحي آخذة بعين الاعتبار المعايير السابقة، فقد تتم عملية التخطيط بناءً على معيار معين من المعايير السابقة، أو قد يتم الدمج بين أكثر من معيار، ويرتّب على الدراسات السابقة كلّها تحديد نوع الاستغلال الأمثل، الذي يمكن إدخاله في الموقع السياحي محلّ التخطيط، وهل يستلزم الأمر بناء فنادق، وما طابعها، ومن أي مستوى؟ أنتعّد مستوياتها أم يكفي بمستوى واحد؟ وما الطاقة الفندقية المطلوبة؟ وهل يقام فيها مخيمات، أو حدائق، أو نواد رياضية؟ وهل يستلزم الأمر وجود ملاعب جولف مثلاً؟ وهل يقام فيها ميناء للبواخر الصغيرة واليخوت إذا كانت مطلة على البحر، أو هل يستعان بالطائرات الصغيرة للوصول إليها تيسيراً على السياح إذا كانت بعيدة؟ ويدخل في هذه الدراسات أيضاً اقتصاديات المشروعات التي يقرّر إنشاؤها، وتحديد دور كل من القطاعين العام والخاص فيها.

١٦

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم التقدير (٤-١).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلم

- الروبي، نبيل، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٣ م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

ناقش أنت وزملاؤك العبارة الآتية: إذا فشلت في التخطيط فإنك تخطئ لفشلك.

٣- المراحل التخطيطية للمواقع السياحية

يتضمن التخطيط للمواقع السياحية عدداً من المراحل، كما يتضح من الشكل (٥-١)، وهذه المراحل، هي:

- مرحلة التخطيط العام: تتضمن هذه المرحلة من التخطيط النظر إلى المواقع السياحية عامة، من خلال العمل على تحديد الناتج القومي المتأتي من السياحة، والقيمة المضافة للسياحة والموارد الطبيعية، والإمكانيات السياحية، وهنا لا يتم العمل على إقليم أو موقع سياحي وإنما يتم النظر بشكل عام وشمولي إلى المواقع السياحية عامة.
- مرحلة التخطيط الانتقالي: يتم في هذه المرحلة العمل على تقسيم المنطقة السياحية الإقليمية سياحية.
- مرحلة التخطيط التفصيلي: وهذه المرحلة عبارة عن إجراء دراسة تفصيلية على مستوى الموقع السياحي الواحد داخل الإقليم السياحي.



الشكل (٥-١): المراحل التخطيطية للمواقع السياحية.

توقعات حجم الحركة السياحية القادمة إلى الأردن في الثلاث سنوات القادمة

نشاط (٧-١)

في ظل التزايد المستمر في حجم الحركة السياحية في الأردن، ضع مجموعة من الأفكار عن وضع الأردن سياحياً بعد ثلاث سنوات، ثم نظم حلقة نقاش مع طلاب صفك لمناقشتها من أجل صياغة رؤيا لقطاع السياحي، باعتبار أن الرؤيا هي الصورة الذهنية للمستقبل.

يعدّ الوصول إلى التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي غاية مهمة لتحقيق مطالب التنمية السياحية الشاملة، لما لذلك من أهمية في وضع الإستراتيجيات التنموية للدولة، ويعدّ تحديد مفهوم عام للإقليم ذي أهمية كبرى عند البدء في وضع الخطط السياحية لأي موقع سياحي، لما لذلك من فائدة في تحديد المقومات السياحية البشرية والطبيعية الموجودة فيه، وبالتالي تحديد المتطلبات الأساسية لتنفيذ التنمية السياحية المنشودة.

١- مفهوم الإقليم السياحي

يعرّف الإقليم السياحي بأنه عبارة عن منطقة حيوية، أو أرض تحتوي عناصر جذب طبيعية لإغراء السياح بالقدوم والمكوث لفترة زمنية معينة لمزاولة نشاطات سياحية متنوّعة، سواء كان الغرض من الرحلة البقاء بالمنطقة أو المرور منها إلى منطقة أخرى لبعض الوقت، لذلك تتضح أهمية الربط بين الموارد السياحية ومُدّة البقاء حسب الغرض من الرحلة واتجاهات السياح. يعدّ الإقليم السياحي متميّزاً عندما تكون المواقع السياحية جميعها متكاملة، والإقليم السياحي لا يعني بالضرورة جغرافية المنطقة التي يغطّيها الإقليم السياحي، وإنما يقصد بالإقليم السياحي تكامل التسهيلات والإمكانيات السياحية داخل المواقع السياحية، التي تشكّل بمجموعها إقليمًا سياحيًا معيّنًا. وبشكل عامّ يتميّز الإقليم السياحي بعدد من المزايا، نذكر منها ما يأتي:

أ - تجميع المقومات الطبيعية والحضارية جميعها داخل منطقة جغرافية معينة في حزمة واحدة، ممّا يسهّل عملية التطوير السياحي لهذه المنطقة بصفة شمولية متكاملة.

ب- تعزيز الكفاءة التسويقية للإقليم السياحي، ممّا يسهّل صياغة سياسات تسويقية متكاملة للإقليم السياحي.

ج- حماية العلاقات التكافئية بين المواقع السياحية التي يتألّف منها الإقليم السياحي؛ فالعديد من المواقع السياحية التي تقدّم خدماتها السياحية تعتمد على قاعدة جذب سياحي أخرى وبالعكس، وبعض المواقع السياحية الأخرى قد يحتاج إلى خدمات لا تتوافر فيها وإنما تتوفر في مواقع سياحية أخرى.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي (١)

الموضوع

النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم الإقليم السياحي.
- يعدّد مزايا الإقليم السياحي.
- يعين على خارطة الأردن الأقاليم التابعة لكل محافظة.
- يميز بين دور القطاع الخاص والقطاع العام في تطوير المواقع السياحية.

المفاهيم والمصطلحات

الإقليم السياحي ، العلاقة التكافئية

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة.

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- ماذا تعرف عن الإقليم السياحي؟
- أعط لمحة عن مزايا الإقليم السياحي. عدد ركائز الإستراتيجية الوطنية للسياحة.
- بماذا يهتم القطاع الخاص عند البدء بتطوير المواقع السياحية؟
- بماذا يهتم القطاع العام عند البدء بتطوير المواقع السياحية؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة ، للتوصل إلى التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.

التدريس المباشر / ورقة عمل.

- توزيع ورقة العمل (١-١) على طلبة الصف ، وطرح الأسئلة الآتية عليهم:
- عيّن الأقاليم السياحية على خارطة المملكة الأردنية الهاشمية حسب المحافظات التابعة له.
- في الإقليم السياحي الواحد، توجد علاقة تكافئية بين أجزائه، اذكرها.
- إعطاء الطلبة عشر دقائق من أجل تعيين الأقاليم و الإجابة، ثم:
- جمع أوراق العمل منهم .
- استعراض إجاباتهم .
- مناقشتهم بها.
- تلخيصها، وعرضها على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (١-٥) من أدوات التقويم.

انظر ملحق (١-١) من أوراق العمل.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

– تكليف الطلبة إعداد تقرير عن الصفة المميزة لكل إقليم سياحي في المملكة الأردنية الهاشمية عن غيره من الأقاليم .

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (١-٥).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

– مقابلة، خالد، صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٠م.

للطالب

– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

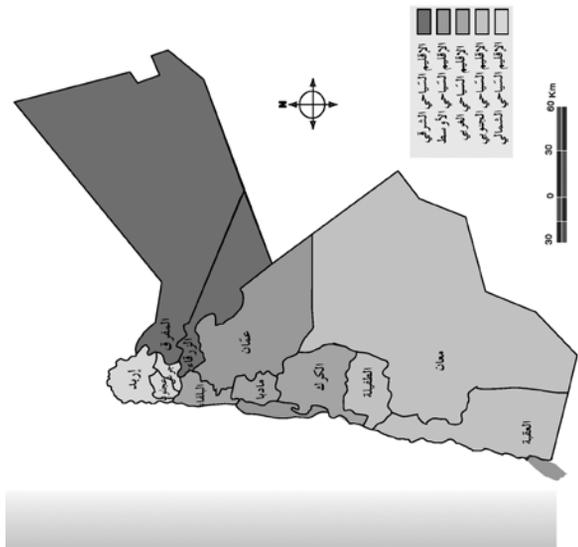
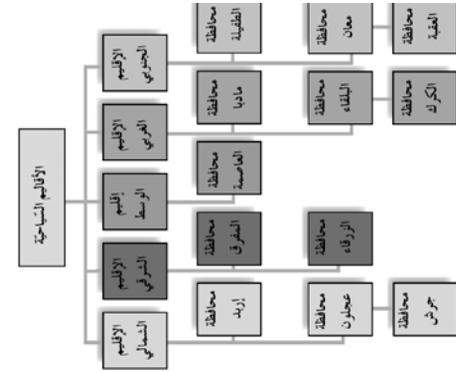
د - تطوير صورة ذهنية متكاملة تصف الإقليم السياحي على أكمل وجه.
هـ - تعزيز مبدأ الشراكة بين المنشآت والمؤسسات السياحية داخل المواقع السياحية التي يشملها الإقليم السياحي.
و - تعزيز التعاون بين كلٍّ من القطاعين الخاصّ والعامّ، فعندما يكون التنظيم الإقليمي فعالاً ومؤثراً، فإنه يصبح من السهل ضمان درجة عالية من التعاون بين المنظّمات السياحية في القطاعين الخاصّ والعامّ لبلوغ الأهداف المشتركة.
مما سبق، يتضح أنّ المواقع السياحية الأقلّ تطوّراً والمتوسطة التطور، هي أحوج من غيرها إلى انتهاز الإقليميّة لتنظيم لتحقيق أهداف مشتركة، فالاندماج الإقليمي ضرورة من ضرورات تطوير المواقع السياحية والنهوض بها، وتحقيق أعلى مردود ممكن منها. ويتضح مفهوم الأقاليم السياحية من خلال الشكل (١-٦) والذي يُبين التوزيع الجغرافي للأقاليم السياحية في الأردن.

الإستراتيجية الوطنيّة للسياحة للأعوام ٢٠١١-٢٠١٥م

تمّ تطوير أول إستراتيجية وطنيّة للسياحة من خلال شراكة فاعلة بين القطاعين العامّ والخاصّ، وارتكزت الإستراتيجية التي شملت الأعوام ٢٠١١-٢٠١٥م على أربع ركائز رئيسة أسهمت في توجيه عملية تطوير القطاع ونموّه.

الركيزة الأولى التسويق السياحي
الركيزة الثانية تطوير المنتج السياحي
الركيزة الثالثة تطوير سوق العمل
الركيزة الرابعة البنية الداعمة

١٩



الشكل (١-٦): التوزيع الجغرافي للأقاليم السياحية في الأردن.

النتائج الخاصة

- يتعرّف مبادئ تطوير المواقع السياحية وإدارتها.
- يفرق بين اهتمامات كل من القطاع العام والقطاع الخاص في تطوير المواقع السياحية.

المفاهيم والمصطلحات

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التفكير الناقد/ التحليل

- (تعريف باستراتيجيات التفكير الناقد/ التحليل).
- تكليف الطلبة الرجوع إلى الشكل (٧-١) مبادئ تطوير المواقع السياحية وإدارتها، حيث يحتوي الشكل على المبادئ الآتية:
 - الجودة
 - التفرد
 - قوة الجذب
 - تنوع المنتج
- اشرح على الطلبة التشبيه الآتي: هذه المبادئ الأربعة تشبه عجلات السيارة، فلا يمكن لمبادئ تطوير المواقع السياحية السير دونها، وكل قطاع يبحث عن مصالحه، لذلك...
- تختلف اهتمامات القطاع الخاص عن اهتمامات القطاع العام في تطوير المواقع السياحية.
- إدارة الأفكار المطروحة، وتحليلها مع الطلبة عن طريق إيراد الأمثلة المحفزة للتفكير، وطرح أمثلة تكون من خلال معايشة الطلبة لبعض هذه المبادئ التي تنطبق على بعض المواقع دون غيرها، مثل هل تنطبق هذه المبادئ على مدينة البترا؟ واختلاف اهتمامات كل قطاع في هذه المدينة.
- استعراض إجابات الطلبة ومناقشتهم بها.
- التوصل معهم إلى أهمية مبادئ تطوير المواقع السياحية وإدارتها.
- كتابة الإجابات على السبورة.

معلومات إضافية

- التفكير الناقد، والذي يُعرّف بـ (المقدرة على التحقق من الافتراضات، الأفكار، هل هي حقيقية، أو تحمل جزءاً من الحقيقة، أو أنها غير حقيقية)، وقد يُعرّف بأنه (تفكير تأملي معقول يركز على ما يعتقد به الفرد أو يقوم بأدائه)، وهو فحص الحلول المعروضة وتقييمها من أجل إصدار حكم حول قيمة الشيء.

الملاحق

انظر ملحق (٦-١) من أدوات التقييم.

٢- مبادئ تطوير المواقع السياحية وإدارتها

يحتاج تطوير أي موقع سياحي أو منتج سياحي إلى متابعة وإصرار في المراحل الأولى؛ لكسب حصة معينة في السوق، ومن ثم محاولة المحافظة على هذه الحصة على المدى المتوسط والبعيد، ومن هذا المنطلق، يتم تشبيه المواقع السياحية بالشركات؛ ولذا فهي تحتاج إلى معرفة عناصر قوتها، وما الذي يمكن أن تتميز به عن غيرها، وذلك حتى تستغل عناصر قوتها لتقديم نفسها للسوق بصورة مختلفة عن المواقع السياحية الأخرى؛ لذا فإنها تحتاج إلى أن تبني سياسة السوق في توجهها الاستراتيجي للتطوير. وأهم مبادئ تطوير المواقع السياحية، كما يتضح من الشكل (٧-١):



الشكل (٧-١): مبادئ تطوير المواقع السياحية.

- الجودة: إن المواقع السياحية ذات الجودة العالية هي المواقع التي يؤمنها السياح، ويعتبرون عن رضاهم الكامل عنها، ويعتد الاهتمام بالمواقع السياحية والخدمات المتوافرة فيها وصيانتها باستمرار ذا أهمية كبيرة في عملية التطوير.
- التفرد: إن أساس تطوير أي موقع سياحي يعتمد على تقديم شيء مميز وجديد وفريد من نوعه؛ بمعنى شيء يريده السائح ولا يمكن الاستغناء عنه أو العثور عليه في الدول المجاورة.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: قائمة رصد (١-٦).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

- الطائي، حميد عبد النبي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الأولى موسوعة الوراق، عمان، الأردن. ٢٠٠١م.

للطالب

- موقع وزارة السياحة والآثار الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

ج- تعدّد المنتج السياحي المقدم وتنوعه: إنّ من أبعاد تطوير المواقع السياحية، ضرورة الربط بين الأسواق المصدرّة للسياح في العالم وبين المنتج السياحي، وتعدّده، وتنوّعه. د- قوّة الجذب: يمكن قياس قوّة جذب أي موقع سياحي من خلال عدد الزائرين للموقع السياحي، ومُدّة بقاء السائح في الموقع، والمسافة المقطوعة للمجيء إلى الموقع، وتعدّد هذه من المعايير المهمّة في تصنيف المواقع السياحية حسب قوّة جذبها، وقوّة الجذب تعدّ معياراً مهمّاً لتحديد إمكانيّات إجراء عمليات التطوير للموقع السياحي من عدمه، فالتطوير لأي موقع سياحي ينبغي أن تتوافر فيه احتمالات مؤكّدة على نجاحه، وإلا فإنّه لا ينبغي إنفاق الأموال الكبيرة على مواقع لا تتمتع بقوّة جذب تبرز هذا النوع من الإنفاق.

٣- دور القطاع الخاصّ في تطوير المواقع السياحية

تباين عملية تطوير أي موقع سياحي بين كلّ من القطاع العامّ والقطاع الخاصّ؛ فالقطاع السياحي الخاصّ يهتمّ عند البدء بتطوير أي موقع سياحي، بتحليل الجدوى الاقتصادية لعملية التطوير، أو بمعنى آخر حساب العائد على الاستثمار، بينما القطاع السياحي العامّ، وإن كان يهتمّ بالعائد على الاستثمار إلا أنّه قد يضطرّ إلى تطوير مواقع سياحية يكون الهدف الأساسي منها خدمة المجتمع، وتحقيق رفاهيّة عالية للسكّان بالدرجة الأولى، ويتمّ التركيز على البعد الاجتماعي الذي يفوق في أهميته البعد الاقتصادي، خصوصاً في الدول المتقدّمة سياحيّاً، التي تنظر إلى تطوير أي موقع سياحي من منطلق أنّها تعزّز من سمعتها ومكانتها بين الأمم.

تداخل الخطط السياحية

نشاط (٨-١)

بعد التضارب في الخطط السياحية من أكثر العوامل تأثيراً في تطوّر القطاع السياحي، ادعم إجابتك بأسباب مقنعة، ثمّ اعرض باستخدام برمجة معالج النصوص أهمّ ما تتوصّل إليه أمام زملائك في الغرفة الصفية.

ظهر مفهوم التخطيط السياحي المستدام، الذي يهدف إلى تحقيق التوازن بين التنمية والحفاظ على البيئة منذ مطلع القرن الحالي، ويمكن تعريف مفهوم التخطيط السياحي المستدام بأنه رؤية واعية تعمل كضوابط للتخطيط السياحي، التي تستهدف استخدام موارد البيئة بما يحقق لها الاستخدام المتوازن والآمن، وهو التخطيط الذي يهتم بالقدرات أو الطاقة البيئية، بحيث لا يتعدى استخدام مشروعات التنمية السياحية الخطأ الحرج، وهو الخطأ الذي يجب التوقف عنده وعدم تعديده، كيلا تحدث نتائج عكسية تعمل على تدهور البيئة؛ أي أن التخطيط السياحي المستدام هو الذي يحكمه بالدرجة الأولى البعد البيئي، والآثار البيئية المتوقعة على المدى

القيم الجمالية
(Aesthetic Value)قيمة التنوع العمراني
(Value of Architectural Diversity)قيمة التنوع الوظيفي
(Value of Functional Diversity)قيمة تعدد الموارد وتنوعها
(Resources Value)قيمة الاستدامة الثقافية
(Value of Continuity of Cultural)القيمة الاقتصادية والتجارية
(Economic & Commercial Value)القيم الاجتماعية والثقافية غير الملموسة
(Intangible Value Social)

الشكل (٨-١): التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية.

القريب والمدى البعيد. ويهدف التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية إلى تعزيز القيم الموضحة في الشكل (٨-١).

١- ركائز التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية

تعدّ المواقع الأثرية والتراثية جزءاً لا يتجزأ من المجتمعات المحلية؛ لذا تتطلب عملية تنمية هذه المواقع البدء أولاً بتنمية المجتمعات المحلية، فالتخطيط الذي يقوم على الجانب المادي لتطوير المواقع الأثرية والتراثية سيكون قاصراً إذا لم يتم الاهتمام بتخطيط الجوانب المعنوية لهذه المواقع، الأمر الذي يؤول إلى تحقيق تنمية سياحية مستدامة في هذه المواقع.

النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم التخطيط السياحي المستدام.
- يتعرّف القيم الجمالية للتخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية.
- يفرق بين التوجهات الداخلية والخارجية للتخطيط السياحي المستدام.
- يعدّد مستويات التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية.

المفاهيم والمصطلحات

التخطيط السياحي المستدام

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة.

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:

- ماذا نعني بالتخطيط السياحي المستدام؟
- وضح القيم الجمالية للتخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية.
- ما أهداف التوجهات الداخلية والخارجية للتخطيط السياحي المستدام؟
- عدد مستويات التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية .
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى مفهوم التخطيط السياحي المستدام.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى طلبة الصف الاطلاع على الشكل (٨-١) القيم الجمالية للتخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية .
- والشكل (٩-١) مستويات التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية، ومنحهم عشر دقائق لقراءة الأشكال .
- إجراء نقاش وحوار مع الطلبة، وتحليل محتويات الأشكال، وتوجيههم ومعاونتهم على فهم ما جاء فيها.
- تدوين الإجابات والملاحظات على السبورة.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

انظر ملحق (٧-١) من أدوات التقويم.

معالم ترشحها لجنة التراث العالمي في اليونسكو ليتم إدراجها ضمن برنامج مواقع التراث الدولية التي تديره اليونسكو، هذه المعالم قد تكون طبيعية، كالغابات، وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان كالبنائات، والمدن.

إن تحقيق أهداف التخطيط السياحي المستدام للمواقع الأثرية والتراثية يتطلب النهوض بهذه المواقع وتمييزها باتجاهين داخلياً وخارجياً، ويتمثل النمو الداخلي للمواقع الأثرية والتراثية من خلال العمل على تطوير القاعدة الاقتصادية، وتحقيق نمو اقتصادي لهذه المواقع، وتشجيع المجتمعات المحلية على عملية الاستثمار السياحي، وتقوية المؤسسات المحلية ودعمها، وتشجيع المؤسسات الوطنية والدولية بزيادة قدرتها على تجديد المواقع الأثرية والتراثية، وإحيائها، واستخدامها.

يتمثل النمو الخارجي للمواقع التراثية والأثرية من خلال تقديم الحكومة الإعانات المالية والحوافز للمستثمرين؛ كي يتم خلق أنشطة وأسواق جديدة داخل المنطقة وزيادة الطلب عليها، وبعد ذلك يمكن أن تصبح المنطقة مكاناً جذاباً للاستثمار في الأنشطة المتوافرة، ويمكنها أن تستمر وتتواصل دون إعانات أخرى، كما يمكن تحقيق النمو الاقتصادي للمواقع الأثرية والتراثية عن طريق إعادة تخطيط استخدامات الأراضي، وكذلك يمكن أن يتم ذلك من خلال ثلاثة نماذج مختلفة، هي:

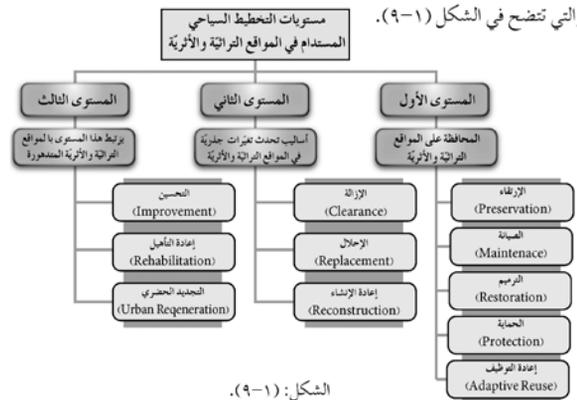
- النموذج الأول «إعادة هيكلة الوظائف والأنشطة»: وهو إحلال أنشطة سياحية جديدة مكان الأنشطة السياحية القديمة المهملة.
- النموذج الثاني «إعادة توليد الوظائف والأنشطة نفسها»: أي إبقاء الأنشطة السياحية القديمة مع محاولة جعلها بصورة أعلى كفاءة وأكثر ربحية.
- النموذج الثالث «تنوع الأنشطة والوظائف»: أي إعادة تشكيلها لتحقيق النمو الاقتصادي، وبعد إعادة هيكلة محدودة بإيجاد أنشطة جديدة قادرة على موازنة القاعدة الاقتصادية الموجودة بالمنطقة ودعمها.

٢- مستويات التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية

للتخطيط السياحي في المواقع التراثية والأثرية عدّة مستويات، نذكر منها:

- مستوى السياسات التنموية، ويتمثل هذا المستوى من التخطيط بدراسة المقومات الحضارية والطبيعية كافة، وإمكانيات ومحددات المواقع الأثرية والتراثية للتنمية السياحية، وتحديد البديل الأفضل للسياسات التنموية في هذه المواقع.
- مستوى تخطيط استعلامات الأراضي في المواقع الأثرية والتراثية، ويتضمن هذا المستوى من التخطيط ما يأتي:

وهناك عدد من المستويات الخاصة بالتخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية والتي تتضح في الشكل (٩-١).



الشكل: (٩-١).

الزمن المتوقع نظري (ساعتان)

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

تكاليف الطلبة الرجوع إلى موقع وزارة السياحة الأردنية www.mota.gov.jo، والبحث عن الإجراءات المتبعة في المحافظة على الموقع الأثرية، وإعداد تقرير بذلك، وعرضه أمام الطلبة بإشراف المعلم.

استراتيجيات التقييم وأدواته

- استراتيجية التقييم: القلم والورقة.
- أداة التقييم: اختبار كتابي (١-٧).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

- الروبي، نبيل، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٣ م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

النتائج الخاصة

- يبيّن مدى الاستفادة من نظم المعلومات الجغرافية (GIS) في التخطيط السياحي المستدام.
- يعدّد المحاور الرئيسة التي تضمنتها رسالة السياحة الأردنية من أجل التنمية السياحية.

المفاهيم والمصطلحات

نظم المعلومات الجغرافية (GIS) Geographic Information System

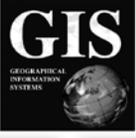
السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التعلم التعاوني/ العمل الجماعي

- تقسيم الطلبة إلى مجموعتين، وتعيين مقرر لكل مجموعة ، وتكليفها القيام بالآتي:
- المجموعة الأولى: تنفيذ النشاط (١-٩) كتابة التقارير عن نظم المعلومات الجغرافية (GIS)، التي تبيّن مبدأ عمله، ومدى الاستفادة منه في التخطيط السياحي المستدام والسياحة بشكل عام.
- المجموعة الثانية: تنفيذ نشاط إعداد بطاقات.
 - عمل بطاقات بحيث تمثل كلّ بطاقة محورًا من رسالة وزارة السياحة من أجل التنمية السياحية في المملكة الأردنية الهاشمية.
 - عمل بطاقة تبرز المهمات والطرق التي تتبعها وزارة السياحة في التسويق السياحي للمملكة.
- يمكن الاستعانة بموقع وزارة السياحة الأردنية www.mota.gov.jo
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعتين عن التخطيط السياحي المستدام.
- مناقشة النتائج، وتلخيصها على السبورة.
- تدوير المجموعتين حتى تتاح الفرصة للطلبة للاطلاع على المهمات المنفذة.

٣- الاستفادة من تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية (GIS) في التخطيط السياحي المستدام



نظام المعلومات الجغرافي (GIS)

أداة تقوم على تنظيم المعلومات الجغرافية والوصفانية بوساطة الحاسوب، وربطها بمواقعها الجغرافية باستخدام أحد أنظمة الإسناد الإسقاطي أو الإحداثي للتعامل مع البيانات كنظام معلومات.

استخدام التقنيات المتطورة مهم جدًا في التنمية المستدامة للمواقع الأثرية والتراثية؛ حيث يمكن الاستفادة من هذه الأنظمة، مثل: نظام (GIS) في تخزين المعطيات والبيانات وتحليلها وتحديثها؛ وفي وضع عدّة مشاهد (سيناريوهات) لمساعدة صانعي القرار والمخططين على إعداد المخطّط التوجيهي المناسب وتطويره؛ للتحكّم بالمتغيرات والمستجدّات بالشكل الذي يحقّق استدامة التنمية المطلوبة وتواصلها. يمكن من خلال نظم المعلومات الجغرافية، تسجيل المعلومات عن المواقع التراثية والأثرية بصورة أكثر دقة، ومعالجة الصور المساحية، وأشكال الصور جميعها المأخوذة بالأقمار الصناعية والأرضية، أو الصور الضوئية (الفوتوغرافية)، أو التصوير التلفزيوني أو الفيديو، إضافة إلى الصور الرقمية.

نشاط (٩-١) أهمية نظم المعلومات الجغرافية

تعاون أنت وزملائك في البحث عبر الإنترنت عن أهمية استخدام نظم المعلومات الجغرافية في التخطيط السياحي، وما البيانات التي تتعامل معها هذه النظم.

٤- إستراتيجية التنمية السياحية في الأردن

أعدت وزارة السياحة في الأردن رسالة خاصة بها لتكون نبراسًا يتمّ الاهتداء بها في ما يتمّ صياغته وتبنيّه من أهداف، وسياسات، وآليات تنفيذ، ومشروعات، وبرامج لبناء صناعة سياحة عصرية متطورة، ولتقديم أفضل منتج سياحي بخصائصه وسماته وجودته وقدراته على المنافسة. كما أنّ هذه الرسالة تمثّل التوجهات واللغة المشتركة للفعاليات والمهن السياحية في تعاملها مع أسواق السياحة العالمية. وقد تضمنت رسالة السياحة الأردنية المحاور الرئيسة الآتية:

26

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الملاحق

انظر ملحق (١-٨) من أدوات التقويم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة إحضار نشرات لنظم المعلومات الجغرافية (GIS) من خلال الشبكة العنكبوتية، وعرضها أمام الطلبة.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم تقدير (٨-١).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم
– مقابلة، خالد، صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٠م.

للطالب

– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

١ – البعد الإنساني والحضاري للسياحة.

ب- الموقع الاستراتيجي للأردن الذي أسهم في تفاعل الحضارات وتواصلها على ترابه الوطني، وجعل منه مهبطاً، وبوابة للديانات السماوية، والقوافل، والطرق التجارية.

ج- التنوع الواسع في الموارد السياحية الطبيعية والبشرية الذي يثري المنتج السياحي الأردني.

د – ديمومة تنمية المنتج السياحي بمكوناته المختلفة دعماً للأنشطة والمهن السياحية.

هـ – التخطيط والتوجيه والمراقبة بالتنسيق مع مؤسسات القطاعين العام والخاص كافة.

و – تسويق المنتج السياحي وترويجه في أسواق السياحة والسفر الإقليمية والعالمية.

ز – تشجيع القطاع الخاص، وجذب الاستثمارات وروؤوس الأموال للمشاركة السياحية.

ح – الالتزام بمعايير الجودة والتنوعية السياحية وفق أفضل المعايير والمواصفات الدولية.

ط – التدريب والتأهيل المستمر للأيدي العاملة السياحية.

ي – تعزيز الأهمية الاقتصادية للسياحة باعتبارها قاطرة الاقتصاد الوطني.

ك – التطوير الإداري والمؤسسي من خلال التشريعات العصرية.

يتضح مما سبق أن أبرز مهنات وزارة السياحة والآثار تتمثل بالتخطيط والتوجيه والإشراف

على التسويق السياحي للمملكة، وفي سبيل ذلك تُعنى الوزارة بالمشاركة في الفعاليات السياحية

الدولية، ومختلف وسائل التسويق الأخرى، والتأكيد على مكانة الأردن كمركز جذب سياحي،

وما يتمتع به الأردن من مزية تنافسية وذلك بالتعاون مع الوزارات والمؤسسات العامة والخاصة

ذات العلاقة كافة بالإضافة إلى البعثات الدبلوماسية، والملكية الأردنية مع التركيز على الأسواق

السياحية ذات المردود الاقتصادي المرتفع والتي تهتم بالسياحة الثقافية، والدينية، والعلاجية،

والصحراوية، وسياحة الحوافز، وغيرها.

نشاط (١٠-١)

المقارنة بين التخطيط السياحي المستدام والتخطيط السياحي التقليدي

باستخدام الإنترنت أو أية مصادر أخرى، ابحث عن المقصود بالتخطيط السياحي

المستدام، ثم اعد مناظرة للمقارنة بين كل من التخطيط السياحي المستدام والتخطيط

السياحي التقليدي، ودون الإيجابيات والسلبيات بكل منهما.

الوحدة الثانية

التسويق السياحي



النتائج الخاصة

- يتعرّف مفهوم التخطيط التسويقي.
- يتعرّف مفهوم الخدمات السياحية.
- يبيّن أهداف التخطيط التشغيلي وأهداف التخطيط الاستراتيجي.
- يعدّد خصائص الخدمات السياحية.

المفاهيم والمصطلحات

اللاملموسية

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- مدى ارتباط التخطيط التسويقي ونجاحه بالعوامل الآتية: (معرفة توجهات السائحين و معرفة العوامل الجاذبة لهم، معرفة تغيّرات السوق المستقبلية والتنبؤ بها) المنتج السياحي هو خدمة فقط، ما خصائص هذه الخدمة السياحية؟ لماذا يعد السعر من الأمور المعقدة في التسويق السياحي؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى أساسيات التسويق السياحي في مراحل مختلفة.
- تلخيص إجابات الطلبة، وعرضها على السبورة.

التفكير الناقد/ التحليل

اطرح العناوين الآتية عن الخدمات السياحية على الطلبة:

- اللاملموسية
- التزامن
- التباين
- الهلاك
- عدم التملك
- التكامل والانسجام
- إدارة نقاش مع الطلبة حول الخدمات السياحية الواجب تقديمها.
- استعراض إجابات الطلبة وأفكارهم، ومناقشتهم بها.
- التوصل معهم إلى كيفية التعامل مع الخدمات السياحية.
- تدوين ما قام به الطلبة من تحليل على السبورة.

أساسيات التسويق السياحي

أولاً

يُعدّ التسويق السياحي عاملاً أساسياً لتحقيق التنمية السياحية المستدامة؛ نظراً لما يقوم به من دورٍ مهمّ في زيادة الدخل السياحي، ويعتمد التسويق السياحي على مخاطبة العواطف، وكسب المشاعر والاتجاهات؛ إذ يعتمد على بناء صورة مضيئة وخلفية إيجابية لدى القادر الأكبر من مستقبلي رسائله المختلفة، وأهدافه، ووسائله المتعددة، ثم الحفاظ على استمرارية هذه الصورة ودوام برقيها بمداومة تسليط الأضواء عليها.

«إن بمقدورنا من خلال السياحة أن نستقطب أنظار العالم لبرى عراقه الأردن وشعبه، وما يملكه هذا البلد من فرص عديدة وكونوز فريدة»
جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين

ويتبيّن أنّ نجاح تسويق أي موقع سياحي يعتمد على العلاقة المتشابكة والمتداخلة لثلاثة عوامل، تتمثل في مدى تأثير المقومات السياحية الموجودة داخل الموقع السياحي على السائح، وقوة عوامل الجذب فيه، وسهولة الوصول إلى الموقع السياحي من قِبَل السائح.

١- التخطيط التسويقي في السياحة

بات التخطيط التسويقي يلقي اهتمام مختلف منظمات الأعمال المهتمة بالسياحة، حيث يساعدها على تحديد اتجاهات الحركة السياحية وحجمها، ويمكن تحديد مفهوم التخطيط التسويقي بـ "عملية دراسة الفرص التسويقية الممكنة، ومن ثمّ تحديد التصرفات اللازمة والمواد الضرورية لاستغلال هذه الفرص بما يمكن من تحقيق الأهداف المرغوبة، ويقسم التخطيط التسويقي إلى نوعين، كما يتضح من الشكل (١-٢):

أ - التخطيط التشغيلي: يتعلّق بتحديد الأسواق الحاضرة للسياحة ومعرفة خصائص كلّ سوق منها، وتوجهات السائحين فيها، ومعرفة العوامل الجاذبة لها، والاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر فيهم، ومن ثمّ تحديد خصائص كلّ سوق سياحي ومواصفاته، وتحليل مشاركات السياح فيه، وتحليل المبيعات، ودراسة مدى تنافسية المواقع السياحية.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الملاحق انظر ملحق (١) من إجابات الأسئلة،

وملحق أدوات التقويم (١-٢).

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة كتابة مقالة عن الخدمة التي تلقوها ومدى تباينها من مكان لآخر، من خلال حياتهم اليومية ومشاهداتهم وارتدادهم لعدة أماكن سياحية (مطاعم، استراحات، فنادق، ..)، وعرضها في مجلة الحائط المدرسية.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٢-١).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

– التربية المهنية، الصف العاشر/ الوحدة السادسة، الدرس الأول: السياحة وأهميتها.

مصادر التعلّم

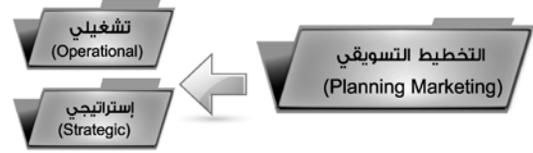
للمعلّم

– مقابلة، خالد، صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٠ م.

للطالب

– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

ب- التخطيط الاستراتيجي: يتعلّق بالأعمال طويلة الأمد، ويهتم بتشخيص الوضع الحالي وتنبؤ المستقبل، حيث يحدّد ما يجب عمله وفق التنبؤات المتوقعة حول تغيرات السوق السياحي، ومن ثمّ فإنّ الوصول إلى تحديد اتجاهات كلّ من السوق، والعاملين فيه، والمتعاملين معه، سوف يسهم إسهاماً فعالاً في النجاح لوضع رؤيا إستراتيجية إنشاء المواقع والمنتجعات السياحية وتخطيطها، وتزويدها بالمرافق والخدمات التي يحتاج إليها السائح لتكون إقامة مناسبة.



الشكل (٢-١): التخطيط التسويقي في السياحة.

وتبدأ الخطة التسويقية بتحديد أهداف تسويق البرامج السياحية، ومن ثمّ رسم الإستراتيجيات والبرامج التي تمكن الموقع السياحي من بلوغ أهدافه، والعمل على تنفيذها من خلال مجموعة من الأنشطة، ويتخلّل ذلك الرقابة والمراجعة المستمرة؛ للتأكد من تأدية أنشطتها بما يتوافق والمعايير الموضوعية، ومن ثمّ إقرار التعديل في الخطة أو الاستمرار فيها.

عناصر الخطة التسويقية

نشاط (١-٢)

تعاون أنت وزملاؤك في تحديد عناصر الخطة التسويقية، وتعريف كلّ عنصر من عناصرها.

٢- تسويق الخدمات السياحية

يعدّ من الصعب أحياناً إعطاء تعريف محدّد لنشاط إنساني وفكري متعدّد الاتجاهات والأبعاد، ولا تبعد الخدمات كثيراً عن هذا المضمون؛ لذا فقد وردت عدّة مفاهيم للخدمة، فقد عرّفت على أنّها: «منتج غير مادي يحتوي في مضمونه على عمل وأداء لا يمكن امتلاكه مادياً، ولقد أعطى هذا التعريف في مضمونه خاصية للخدمة في أنّها لا تمتلك مادياً، إلا أنّه يمكن الانتفاع بها حتى من غير امتلاكها، ويمكن أن تحقّق الرضا لدى المستهلك»، كما عرّفت أيضاً على أنّها: «النشاطات والعمليات جميعها التي تحقّق الرضا لدى المستهلك مقابل

٣٤

ثمّ ودون أن يتضمّن تقديمها أي خطأ، ولا بدّ من التأكيد على مسألة الجودة في تقديم الخدمة في المواقع السياحية كإستراتيجية متقدّمة في العمل الإداري للمؤسسات التي تعمل في هذه المواقع». ومن أهمّ خصائص الخدمات السياحية ما يأتي:

- اللاملموسة؛ أي عدم إمكانية لمسها.
- تزامن إنتاجها مع استهلاكها؛ أي أنّها تنتج وتقدّم للانتفاع بها في وقت واحد.
- التباين؛ أي عدم القدرة على تقديم المستوى نفسه من جودة الخدمة.
- الهلاك؛ أي عدم إمكانية تخزينها والاحتفاظ بها لحقبة من الزمن.
- عدم التملّك؛ أي عدم إمكانية الانتفاع بها أو التمتع بحق امتلاكها.
- توافق الخدمة في المواقع السياحية في شكلها ومضمونها مع البيئة المحيطة بها والحضارة الخاصة بالمنطقة (منطقة صحراوية، منطقة ساحلية، منطقة جبلية، منطقة زراعية، منطقة سهلية).
- التكامل والانسجام وعدم التعارض مع أي عنصر من عناصر البيئة الطبيعية.

٣- دورة حياة الخدمة السياحية (Tourism Service Life Cycle)

تبدأ دورة حياة الخدمة السياحية بتاريخ تقديمها، وكأي منتج آخر تمرّ دورة حياتها بأربع مراحل، سنأتي على ذكرها بعد تمثيلها في الشكل (٢-٢):



الشكل (٢-٢): دورة حياة الخدمة السياحية.

٣٥

النتائج الخاصة

- يتعرّف مراحل دورة حياة الخدمة السياحية.
- يفسر لماذا يعدّ التسعير من الأمور المعقدة في التسويق السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- تكليف الطلبة التمعّن والنظر إلى الشكل (٢-٢) دورة حياة الخدمة السياحية.
- والطلب إليهم الإجابة عن الأسئلة الآتية:
- بيّن المنحنى البياني لدورة حياة الخدمة السياحية ومدى التباين فيه.
- لماذا تتباين التسعيرة للخدمة السياحية الواحدة من مكان إلى آخر؟
- الطلب إلى الطلبة تقديم آراء وتفسيرات تبين سبب هذا التباين.
- إدارة النقاش، واستعراض إجابات الطلبة وآرائهم وتفسيراتهم، ومناقشتهم بها.
- التوصل معهم إلى أهم ما يميّز مراحل دورة حياة الخدمة السياحية، وأسباب التباين في التسعيرة السياحية.
- تدوين الإجابات على السبورة.

أ - مرحلة التقديم (Introduction): غالبًا ما تكون إيرادات الخدمة السياحية في هذه المرحلة في حالة انخفاض؛ لأنها غير معروفة، وعلى إدارة الموقع السياحي أن تسعى إلى تقصير هذه المرحلة عن طريق إعلام المستفيدين بالخدمة الجديدة، والقيام بحملة إعلانية منظّمة ومدروسة.

ب- مرحلة النمو (Growth): غالبًا ما تتسم هذه المرحلة بارتفاع الأرباح وزيادة حدة المنافسة، وتتطلب من إدارة الموقع السياحي اتباع سياسة تسويقية تعتمد على تمييز الموقع السياحي من غيره.

ج- مرحلة النضوج (Maturity): تعدّ هذه المرحلة أطول مرحلة من دورة حياة الخدمة، كما يتضح في الشكل (٢-٢)، وحتى أنّ المواقع السياحية تسعى عن طريق استخدام أساليب ترويجية مختلفة، وتطوير الخدمة، واجتذاب مستخدمين جدد إلى إطالة مدة هذه المرحلة التي تتسم بزيادة الإيرادات مع ازدياد حدة المنافسة، ومن خصائص هذه المرحلة بدء انخفاض الإيرادات؛ إمّا لتفوّق المنافسين، أو لأنّ الموقع السياحي افتقد تميّزه من خلال التدهور البيئي (Decline)، ومنافسة مواقع أخرى.

د - مرحلة التدهور (Decline): بعد أن أخذت إيرادات الخدمة بالانخفاض تصل الخدمة إلى مرحلة التدهور التي تجبر الموقع السياحي إما على تحسين الخدمة، أو مراجعة برنامجه الإنتاجي، أو إسقاطها من مزيج الخدمات.

٤- التسعير في الخدمات السياحية

يمثّل عنصر السعر بالنسبة إلى الخدمات السياحية المقابل المادي، أو التعويض عن القيمة المقابلة للخدمة السياحية، ويشمل أيضًا اعتبارات غير ملموسة، وهي في غاية الأهمية، مثل: تكوين سمعة طيبة عن الموقع السياحي، وجودة خدماته. وللسعر دور مهم في السياحة، وفي إنتاج برنامج سياحي جيّد؛ فالسعر يعبر عن عائد أو دخل الشركات السياحية المباشر من القيام بالبرنامج السياحي، أو تقديم الخدمات السياحية والاحتفاظ بالموقع السياحي صالحًا، حيث يتم اختيار إستراتيجيات وسياسات التسعير المناسبة التي تتلاءم مع كلّ فوج ومستوى سياحي معيّن، وبمعنى آخر، يتم الاختيار ما بين سياحة الصفوة الثرية، وما بين سياحة الجماهير متوسطة الدخل... حيث يكون للسعر دور مهم في جذب السياح، وكلّما كانت شركة السياحة ناجحة في تحديد سعر البرنامج، كانت قادرة على تسويقه بنجاح.

36

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: قائمة رصد (٢-٢).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

- مقابلة، خالد، صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٠م.

للطالب

- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

ويلاحظ أنّ سياسات التسعير للمنتج السياحي، هي سياسات مؤقتة، وهي سياسات مرهونة بطروف متغيرة، ويعدّ السعر من الأمور المعقّدة جدّاً في المزيج التسويقي للخدمات السياحية، وذلك للاعتبارات الآتية:

- أ - قد تتدخل الحكومات من خلال وزارة السياحة بتحديد أسعار دخول المواقع السياحية.
- ب - لا يعرف معظم السياح ثمن الخدمة في السياحة قبل تقديمها.
- ج - لا يختار السائح في حالات معينة الخدمة المقدّمة له، وهذا يكون من اختصاص المرشد السياحي، وشركات السياحة والسفر.
- د - جودة خدمات السياحة غير محدّدة المعالم وتتأثر بكثير من الأمور.

وعلى الرغم من ذلك، يمكننا القول: إنّ تحديد السعر يتم بناء على أمور معقّدة كجودة الخدمة المقدّمة، ومدى إدراك السائح الناتج النهائي للخدمة.

التسعير في الخدمات السياحية

نشاط (٢-٢)

هل هناك علاقة بين التسعير في الخدمات السياحية وقضية الأمن والسلام في المنطقة السياحية؟ وما شكل هذه العلاقة؟

٣٧ <

النتائج الخاصة

- يتعرّف قنوات التوزيع في السياحة.
- يعدّد أنواع قنوات التوزيع في السياحة.
- يتعرّف الإعلان السياحي.
- يبيّن خصائص الرسالة الإعلانية الخاصة بالمنتج السياحي.
- يوضّح كيف يتم توظيف الأدوات التسويقية في التسويق السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

أنظمة التوزيع، قنوات التوزيع

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- ما أوجه التشابه بين أنظمة التوزيع في السياحة وأنظمة توزيع السلع العادية؟ من الذي يقوم إدارة قنوات التوزيع في السياحة؟ ما الهدف الأساسي للإعلان السياحي؟ ما خصائص الإعلان السياحي الناجح؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة.
- التوصل إلى أنظمة التوزيع في السياحة وطبيعتها.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.

التفكير الناقد/ التحليل

- طرح العناوين الآتية عن الأدوات المستخدمة في التسويق السياحي على الطلبة:
- الكلمات
- الرموز
- الإشارات
- الصور
- الموسيقى
- تكليف الطلبة إعطاء تحليل لهذه الأدوات المستخدمة في التسويق السياحي، وأفكار عن كيفية توظيفها واستخدامها في التسويق السياحي.
- إدارة النقاش، واستعراض إجابات الطلبة، ومناقشتهم بها.
- التوصل معهم إلى أهميتها وطرق استخدامها في التسويق السياحي.
- تدوين ما قام به الطلبة من تحليل على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (٢-٣) من أدوات التقويم.

ثانياً

أنظمة التوزيع في السياحة وطبيعتها

تتضمن عملية التوزيع توصيل المنتجات من سلع وخدمات إلى الأفراد، ويعرّف التوزيع على أنه: «العملية التي يتم بموجبها نقل السلع والخدمات من مكان إنتاجها إلى مكان استهلاكها واستعمالها»، وتلجأ المنظّمات إلى وضع سياسات لتوزيع منتجاتها باختيار طرق التوزيع وتحديد منافذه، وتجدر الإشارة هنا إلى دور قنوات التوزيع فهما كانت نوعية المنتج وجودته فذلك لا أهمية له ما لم يكن متاحاً أمام العملاء. وتعرّف قنوات التوزيع بـ «مجموعة الأفراد والمنظّمات الذين يشاركون ويسهمون في عملية تحويل ملكية السلع والخدمات، وذلك في حركة تدفقها من المنتجين إلى المستهلك النهائي أو إلى منظّمات الأعمال».

١-قنوات التوزيع (Distribution Channels)

يواجه مسوّقو السياحة عدّة مشكلات بشأن اتخاذ قرار خاص بتصميم قنوات التوزيع الممكنة التطبيق، ولغرض الوصول إلى قرار علمي سليم، يتوجب عليهم أخذ النقاط الآتية بعين الاعتبار:

• تحليل الحاجات الخاصة بالسائح.

- تحديد القيود والأهداف الخاصة بالقناة، والتي تشمل سمات الموقع السياحي، والسياسات المطبقة بالمنشآت الفندقية، والمقومات الطبيعية، والتنوع الجيوي في الموقع.
- يتوجب على مسوّقي السياحة تقويم كل بديل ذي علاقة بالاقتصاد والرقابة ومعايير التكيف في السوق السياحي. ومن أبرز أنواع قنوات التوزيع ما يأتي:
- أ- التوزيع المباشر (Direct Distribution): يتم مباشرة بين الموقع السياحي والسائح؛ أي بغياب شركات السياحة والسفر بين الموقع السياحي والسائح.

قنوات التوزيع

مجموعة الوسائل والأساليب التي يستخدمها مسوّقو السياحة لترويج الخدمات والمواقع والأنشطة السياحية، وتوفير المعلومات لطلبائها والباحثين عنها.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

ب- التوزيع غير المباشر (Indirect Distribution): ويعني وجود واحد أو أكثر من الوسطاء بين الموقع السياحي والسائح.

٢- الإعلان السياحي (Tourism Advertising)

الإعلان السياحي: «جهود مدفوعة تعمل على التأثير في قناعات السياح وتوجيههم لشراء البرنامج السياحي»، ولنجاح الإعلان السياحي، لا بد لنا من دراسة رغبات وحاجات وأذواق السياح المهتمين بالسياحة، والعوامل الاجتماعية، والجغرافية، والاقتصادية، بعدها يمكن وضع حملة إعلانية تجذب الكثير من السياح.

يواجه الإعلان في السياحة مشكلة أن المنتج السياحي غير ملموس، وبالتالي فإن عملية إيصال الرسالة الإعلانية عن الموقع السياحي للسياح تواجه عوائق كبيرة؛ لذا تلجأ الكثير من وكالات السياحة والسفر بالإعلان عن المزايا التي يقدمها المنتج السياحي من وقت إلى آخر، مع توجيه الرسائل الإعلانية عن البرامج السياحية للشركات السياحية الكبيرة. ومن أبرز خصائص الرسالة الإعلانية الخاصة بالمنتج السياحي ما يأتي:

- أ - توافق الرسالة الإعلانية المقدمّة للسائح ومقومات الجذب السياحي المتوافرة في الموقع، والخدمات والتسهيلات المساندة.
- ب- توافق الرسالة الإعلانية والمواصفات البيئية السلمية والممارسات البيئية الصحيحة.
- ج- احتواء الرسالة الإعلانية على عناصر الإلهام والإشارة إلى أماكن تحتوي الجمال الطبيعي وعناصر الراحة، والهدوء، والصفاء.
- د - اعتماد الرسالة الإعلانية على الوصول لفكرة إبداعية لزيارة الأماكن الطبيعية.

٣- الأدوات التسويقية في تسويق السياحة

تستخدم شركات السياحة ووكالات السفر لتسويق البرامج السياحية العديد من الأدوات التسويقية، وأهمها:

- أ - الأداة الأولى: الكلمات التي يتم تشكيل الرسالة التسويقية بها، ومن ثم يتعين انتقاء الألفاظ والكلمات المناسبة التي تتوافق والحفاظ على الموقع السياحي، وخصائص السائح المخاطب بهذه الرسالة، ومتطلباته، وقدراته.
- ب- الأداة الثانية: الرموز التي تحتويها الرسالة، سواء من حيث العلامات، أو من حيث معنى

٣٩ <

كلّ منها، وماذا تقصد شركة السياحة بها، وهل هو ذات المقصود لدى السائح. ج- الأداة الثالثة: الإشارات والدلائل الخاصة بكلّ إشارة منطقية تحتويها الرسالة التسويقية، ومدى سلامة اختيارها، سواء في مرجعيتها، أو في مدى صدقها وتعبيرها الإيجابي عما ترغب فيه مدير تسويق البرامج السياحية.

د - الأداة الرابعة: الصور؛ حيث تمارس الصورة تأثيراً قوياً في عالم تسويق الخدمات السياحية، بل إنّ كثيراً من الصور تقوم بما تعجز عنه الكلمات، خاصة في الأداة السياحية، سواء كانت الصورة ثابتة أو متحركة، وبصفة خاصة من خلال الألوان الجميلة، والتي تعبّر عن الطبيعة.

هـ - الأداة الخامسة: الموسيقى؛ وهي من أهم أدوات الرسائل التسويقية، حيث تعطي تأثيراً إيجابياً قوياً تجاه الرسالة المعروضة.

يتبين لدينا ممّا سبق، أنّه كلّما كانت الرسالة التسويقية مصمّمة بشكل جيّد، وكلّما كان مصمّمها محترفاً استطاع أن يصل إلى هدفه، واستطاع أن يحقّق التأثير المطلوب، والنجاح في إجراء التعاقدات السياحية النشطة، وضمان استمرار المنتج السياحي.

الرسالة الإعلامية

نشاط (٣-٢)

بالتعاون مع زملائك وباستخدام جهاز الحاسوب، صمّم رسالة إعلانية لأحد المواقع السياحية الأردنية، مع مراعاة خصائصها التي تعلمتها، ثمّ شكّل لجنة في الصف لتقييم هذه الرسائل. بعد ذلك، اعملوا على نشر الرسائل الناجحة.

٤- عناصر التسويق الداخلي في المواقع السياحية:

توجد هناك مجموعة من العناصر المهمة التي تمثّل عملية التسويق الداخلي في المواقع السياحية، وبها يمكن تعزيز مكانة الخدمة السياحية داخل الأسواق المستهدفة، وذلك كما يأتي:

- أ- علاقة الضيافة وحسن الاستقبال مع السياح، وترسيخ ثقافة الخدمة: بحيث يشمل ذلك تحسين علاقات الضيافة وتنميتها ما بين المنشآت الفندقية والسياحية في المواقع السياحية والديتاج، كما يتضمن ذلك تهيئة الكوادر العاملة والإدارية العاملة في المواقع السياحية،

> ٤٠

الزمن المتوقع نظري (ساعتان)

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

— تكليف الطلبة إعداد بحث عن أكثر الأدوات المستخدمة في التسويق السياحي، يتوقعون أنها أكثر جذباً وتأثيراً في رأي السائح.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٢-٣).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

— حجازي، محمد، إدارة المنظمات الفندقية، حورس الدولية للنشر والتوزيع، ومؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، الإسكندرية، القاهرة، ٢٠٠٤ م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

النتائج الخاصة

- يتعرف عناصر التسويق الداخلي في المواقع السياحية.
- يصف المهارات التي يحتاجها العاملون في التسويق الداخلي.

المفاهيم والمصطلحات

التسويق الداخلي

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ العمل في الكتاب المدرسي

- تكليف الطلبة النظر إلى الشكل (٢-٣) المهارات المطلوبة للتسويق الداخلي. والطلب إليهم:
- توضيح طرق توظيف عناصر التسويق الداخلي في المواقع السياحية.
- إعطاء تحليل حول المهارات المطلوبة للتسويق الداخلي وأفكارها وطرق تطبيقها.
- بيان مدى الترابط والتكامل بين المهارات المختلفة من أجل نجاح عملية التسويق.
- إدارة النقاش، واستعراض إجابات الطلبة، ومناقشتهم بها.
- التوصل معهم إلى أهم ما يميز المهارات التي يحتاجها العاملون في التسويق الداخلي.
- تلخيص الإجابات والأفكار على السبورة.

وتأهيلهم وتدريبهم على احترام السياح، والمزيد من اللباقة وحسن التعامل بشكل يعمل على تعزيز هذه العلاقة.

ب- رقابة الجودة: وهو ما يتضمن التركيز على تحسين الجودة الفنية للخدمة السياحية المقدمة من خلال وجود مجموعة من المعايير والأسس لتقييم حاجات السياح ورغباتهم، إضافة إلى الجودة الوظيفية التي تتعلق بالمعايير والأسس المرافقة للطريقة التي يحصل السياح من خلالها على ما يحتاجه من الخدمة، ويتمثل هذا الجانب في التدريب الإيجابي للكوادر العاملة.

توجد هناك مجموعة من المهارات التي يحتاجها العاملون في المواقع السياحية لتنفيذ عملية التسويق الداخلي داخل تلك المواقع التي تبيع الخدمات الفندقية والسياحية للسياح، وبالتالي تحقيق الأهداف المرجوة منها، وهذه المهارات، كما يتضح في الشكل (٢-٣)، هي:

أ- المهارات المتكاملة: تعني قدرة العاملين على فهم مكونات الترويج، وتحليلها، والكيفية التي يتم بها إدخال تلك المكونات حتى التطبيق.

ب- المهارات التحليلية: تطبيق العاملين الأدوات والطرق المختلفة عند دراسة الأسواق المستهدفة، والاستفادة من المعلومات المتاحة، وإعادةها بطريقة قابلة للاستخدام.

ج- مهارات التفاوض: إعادة تعزيز المعرفة المكتسبة من قبل الموقع السياحي، والاستفادة من الأفكار الجديدة المكتشفة في الأسواق المستهدفة، واقتراح الطرق المناسبة لتنفيذها.

د- مهارات التقديم: تشكل النماذج اللفظية أو المكتوبة التي يستخدمها العاملون في الفنادق في أثناء مخاطبة السياح.

هـ- مهارات التخطيط: القدرة على تقسيم العمل والمهام بين العاملين، والتخطيط الكفء لتلك الكوادر في سبيل تحقيق أهدافها في تلبية حاجات السياح ورغباتهم.

و- المهارات المنعكسة: القدرة على فهم الأفكار أو الجوانب الناجمة عن تطبيق الإستراتيجية، ومحاولة التفكير بالطرق والأساليب التي تحسن من الأداء المستقبلي في الموقع السياحي.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة بالرجوع إلى كتب التسويق أو البحث عن طريق الشبكة العنكبوتية، وتقديم بحث عن الأسلوب القديم والأسلوب الحديث في التسويق السياحي، وعرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: سلم تقدير (٢-٤).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

– حجازي، محمد، إدارة المنظمات الفندقية، حورس الدولية للنشر والتوزيع، ومؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، الإسكندرية، القاهرة. ٢٠٠٤ م.

للطالب

– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo



الشكل (٢-٣): المهارة المطلوبة للتسويق الداخلي.

الرسالة الإعلامية

نشاط (٢-٤)

بالرجوع إلى أحد كتب التسويق، أو إلى الإنترنت، أعط مثلاً على أداة تسويقية ترغب باستخدامها في تسويق موقع سياحي، مبرراً استخدامها لهذه الأداة.

١- الجهات المسؤولة عن التسويق السياحي في الأردن

يعتمد الأردن في عملية تسويق المواقع السياحية على القطاعين العام والخاص، ومن أبرز الجهات المسؤولة عن التسويق السياحي في الأردن ما يأتي:



١- هيئة تنشيط السياحة: تسوق هيئة تنشيط السياحة المنتج السياحي الأردني من خلال الشراكة بين كل من القطاع العام والقطاع الخاص في الأردن، ومن أبرز مهام هيئة تنشيط السياحة في تسويق المواقع السياحية ما يأتي:

١. تنشيط الحركة السياحية والترويج لها، ونشر الوعي السياحي في خارج الأردن وداخله.
 ٢. توفير التمويل اللازم لتنفيذ حملات التسويق والترويج.
 ٣. اقتراح المشاريع والأعمال الخاصة بتسويق المواقع السياحية وتطويرها في المملكة.
 ٤. إعداد النشرات، والأفلام، والكتيبات، والملصقات السياحية، وإنتاج مختلف وسائل التسويق السياحي، ونشرها، وتوزيعها، وبيعها، وإصدار المجلات والنشرات الدورية.
- ب- وزارة السياحة والآثار: تعد وزارة السياحة والآثار الجهة الحكومية المعنية مباشرة بصناعة السياحة وتنميتها، والمحافظة على المواقع السياحية، وتطويرها، وتسويقها سياحياً، ومن أهم الوسائل التي تستخدمها وزارة السياحة في تسويق المواقع السياحية ما يأتي:
١. المشاركة في المعارض السياحية الدولية.
 ٢. إعداد النشرات، والملصقات، والكتيبات السياحية، والترويج لها.
 ٣. التنسيق مع مكاتب الملكية الأردنية في ما يتعلق بإقامة المهرجانات، والمؤتمرات، والمعارض الدولية.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الموضوع

منافذ توزيع الخدمات السياحية في الأردن (١)

النتائج الخاصة

- يتعرّف الجهات المسؤولة عن التسويق السياحي.
- يبيّن مهمة كل جهة مسؤولة عن التسويق السياحي.
- يوضح أهم خصائص البرنامج السياحي.

المفاهيم والمصطلحات

البرنامج السياحي

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة.

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- ما أهمية تنشيط السياحة وتسويقها داخل الأردن وخارجه؟
- يوجد أكثر من جهة تعمل في مجال السياحة، اذكرها.
- هذه الجهات تختلف بطرق تنشيط السياحة وتسويقها كل حسب اختصاصه، بيّن ذلك.
- مناقشة الإجابات مع الطلبة.
- التوصل إلى منافذ توزيع الخدمات السياحية في الأردن.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الرجوع للشكل (٢-٥) خصائص البرنامج السياحي، والاطلاع على النقاط المذكورة فيه.
- إعطاء تحليل وأفكار عن كل خاصية.
- بيان أهمية تكامل هذه الخصائص مع بعضها بعضاً، من أجل نجاح البرنامج السياحي.
- إدارة النقاش، واستعراض إجابات الطلبة، ومناقشتهم بها.
- التوصل معهم إلى أهم خصائص البرنامج السياحي.
- تلخيص الإجابات والأفكار على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (٢-٥) من أدوات التقييم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة بإعداد مطوية تبين الدور والأساليب التي تتبعها الجهات المسؤولة عن السياحة في عملية التسويق السياحي في الأردن.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٢-٥).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

– مقابلة، خالد، صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٠ م

للطالب

– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

٤. تسويق المهرجانات السنوية التي تقام في الأردن ودعمها.

٥. تصوير المعالم السياحية في المملكة على أشرطة فيديو، وعرضها في المؤتمرات والمعارض الدولية.

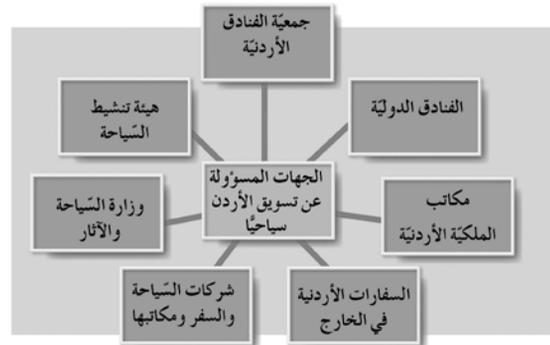
ج- مكاتب السياحة والسفر: تعمل مكاتب السياحة والسفر على تسويق الأردن وترويجه سياحياً من خلال البرامج السياحية المتكاملة، وتستقطب هذه المكاتب السياح بالوسائل الدعائية المختلفة، مثل: الإعلانات بالصحف والمجلات العالمية، وعن طريق الإنترنت، إضافة إلى تنظيم رحلات سياحية بشكل فردي أو جماعي داخل المملكة أو خارجها.

د- جمعية الفنادق الأردنية: من أبرز الأساليب التي تنتهجها جمعية الفنادق الأردنية في العملية التسويقية ما يأتي:

١. عقد المؤتمرات، والاجتماعات، والندوات، والمعارض السياحية داخل المملكة وخارجها، والمشاركة فيها.
٢. إصدار المجلات والنشرات الدورية حول المواقع السياحية.
٣. التعاون والتنسيق مع الوزارة، والدوائر، والمؤسسات، والجمعيات السياحية الأخرى، في وسائل النهوض بالمنتج السياحي وتسويقه عالمياً.
- هـ- مكاتب الخطوط الجوية (الملكية الأردنية): تعدّ مكاتب الخطوط الجوية الملكية من المؤسسات المهمة في تسويق المواقع السياحية في الأردن، وتقوم الملكية الأردنية بعملية التسويق من خلال مكتبها الرئيس في عمان، ومحطاتها المنتشرة في عدّة دول من العالم. وتوجد مؤسسات أخرى تسوّق المواقع السياحية في الأردن، وذلك كما يتضح في الشكل (٢-٤).



٤٤



الشكل (٢-٤): الجهات المسؤولة عن تسويق المواقع السياحية في الأردن.

٢- تسويق البرنامج السياحي

يمكن تعريف البرنامج السياحي بأنه: «مجموعة الخدمات التي سيقدمها الموقع السياحي للسائح خلال فترة معينة وبتكلفة معينة»، وبمعنى آخر: «مجموعة المنافع التي يحصل عليها السائح وتعمل على إشباع احتياجاته ورغباته خلال فترة معينة بشكل معين وبتكلفة معينة»، ومن ثم فإنّ البرنامج السياحي يتضمّن عادة مجموعة من الخدمات السياحية الفندقية ذات الطبيعة الخاصة والمتكاملة، التي ترتبط بعضها ببعض بعلاقة ترابط أمامية وخلفية، ابتداء من التعاقد مع وكالة السياحة والسفر على البرنامج السياحي، وانتهاء بعودة السائح إلى بلده أو المكان المتفق عليه من قبل.

يعتمد البرنامج السياحي الناجح على الوصول إلى فكرة متميزة توفّر له قدرًا مناسبًا من عوامل التأثير الإيجابي لدى السائح، إذن، يحتاج برنامج السياحة إلى فكرة جديدة، والاستفادة من المقومات السياحية المتوفرة في المواقع، ومن هنا، فإنّ النشاط السياحي يحتاج إلى مشاركة العاملين وتعاونهم كلّهم في هذا المجال، ومن ثمّ يتعيّن الحرص على أن تتكامل الأنشطة السياحية، وتؤدي بالشكل المناسب، حتى يتحقّق الإشباع السياحي المطلوب للسائح. ويوضّح الشكل (٢-٥) أهمّ خصائص البرامج السياحية كما يأتي:

٤٥

النتائج الخاصة

- يتعرّف جوانب تطوير التسويق السياحي.
- يشرح المستويات المؤثرة في تسويق المواقع السياحية في الأردن.

المفاهيم والمصطلحات

البرامج السياحية التوافقية

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ المحاضرة.

- تدوين العناوين الآتية على السبورة:
- جوانب تطوير التسويق السياحي.
- المستويات الثلاثة المؤثرة في تسويق المواقع السياحية في الأردن.
- استعراض المفاهيم الواردة في الدرس والمتعلقة بجوانب تطوير التسويق السياحي عن طريق الشرح والتفسير، باستخدام مختلف الوسائل التعليمية المتاحة.
- إدارة نقاش حول هذه المفاهيم مع الطلبة، ومدى أهميتها في تطوير التسويق السياحي.
- مناقشة المستويات الثلاثة المؤثرة في تسويق المواقع السياحية في الأردن، وذلك ببيان مكونات كل مستوى.
- تصنيفها بمشاركة الطلبة على شكل هرم.
- إدارة النقاش، واستعراض إجابات الطلبة، ومناقشتهم بها.
- تلخيص الإجابات والأفكار.
- تدوينها على السبورة.



الشكل (٢-٥): خصائص البرامج السياحية.

٣- جوانب تطوير التسويق السياحي

تمثل جوانب التطوير في مجالات التسويق السياحي عنصراً مهماً في صناعة السياحة، ومن أهم جوانب تطوير التسويق السياحي ما يأتي:

- تطوير الخدمات السياحية، والارتقاء بمواصفاتها، وأساليب تقديمها، وما يتصل بها من صور الأنشطة السياحية المختلفة.
 - تطوير قنوات توزيع الخدمات السياحية سواء عبر أنظمة التوزيع الإلكترونية، أو عبر وكلاء سياحيين، أو عبر منظمين لبرامج سياحية، أو من خلال الاتحادات البيئية والجمعيات الحكومية، وكلما كانت عمليات التوزيع ناجحة كانت أقدر على تحقيق الفعالية النشطة لبيع البرامج السياحية وزيادة التعاقدات التي تتم عليها.
 - تطوير عمليات الترويج وسياسات الإعلان للخدمات السياحية شاملاً عمليات البيع الشخصي والإعلان والنشر، بما يخدم عمليات تسويق البرامج السياحية.
 - د - تطوير السياسات والإستراتيجيات التسعيرية للبرامج السياحية.
 - هـ - تطوير قاعدة بيانات تسويق للمواقع السياحية.
- يتضح مما سبق أنّ من أهم خطوات نجاح عمل المنشآت الفندقية والسياحية في التسويق السياحي تتمثل في فهم الإستراتيجية التسويقية، والهدف السوقي للمنشآت الفندقية والسياحية،

٤٦

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة بعد الرجوع إلى موقع وزارة السياحة الأردنية www.mota.gov.jo، وإعداد بحث عن دور القطاع الخاص في التأثير في الصناعة السياحية.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: قائمة رصد (٢-٦).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

– الجلال، أحمد،، التنمية والإعلام السياحي المستدام، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٣ م.

للطالب

- موقع الملكية الأردنية وعنوانه: <http://www.rj.com>
- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

واختيار الموقع السياحي الملائم داخل الإقليم السياحي على أساس دراسة وتحليل الخصائص الطبيعية والتنوع الحيوي، وحالة المنافسة وأخذها بعين الاعتبار. إضافة إلى اختيار المكان الملائم الذي ينسجم مع طبيعة السياحة، والمنافسين، وسهولة الوصول إلى المكان، وتوفير التسهيلات والخدمات السياحية.

٤- العوامل المؤثرة في تسويق المواقع السياحية في الأردن

تتأثر عملية تسويق المواقع السياحية في الأردن بثلاثة مستويات تنظيمية مرتبة بشكل هرمي على الشكل الآتي:

- أ- المستوى الأول: يشمل الشركات السياحية الكبرى المهيمنة على وسائل النقل، والفنادق العالمية، ومقرات هذه الشركات في بلدان الطلب السياحي.
- ب- المستوى الثاني: الشركات السياحية الموجودة في الأردن، والتي تمثل فروغاً للشركات الكبرى في المستوى الأول.
- ج- المستوى الثالث: المشاريع السياحية الصغيرة في الأردن، وتعتمد هذه المشاريع على الشركات السياحية في المستوى المتوسط، ولها تأثيرات قليلة في صناعة السياحة الدولية في الأردن.

يتبين من خلال المستويات التنظيمية السابقة، أن تسويق المواقع السياحية في الأردن سيُشكّل من قِبَل الشركات المهيمنة عالمياً؛ فهي من يسيطر على الأسواق، وخدمات النقل الجوي، وسلاسل الفنادق العالمية، إضافة إلى أن غالبية السياح الدوليين القادمين إلى الأردن يتم تنظيمهم ونقلهم من قِبَل شركات الطيران الموجودة في بلادهم والمملوكة للشركات السياحية المهيمنة عالمياً، ويمتد هذا أيضاً إلى أماكن الإقامة في الفنادق التابعة لتلك الشركات، لذلك فإن عائدات صناعة السياحة في الأردن قليلة مقارنة بالمكاسب التي تحصل عليها الشركات المهيمنة عالمياً. يخضع التسويق السياحي في الوقت الحاضر إلى عدد من التغيرات، تأتي على رأسها التطورات الكبيرة في وسائل النقل والاتصالات والتوسع في استخدام شبكة الإنترنت، فالتطورات التي حدثت في هذا المجال أدت إلى تقليل دور المسافة كعامل مهيمن في التأثير على السياحة الدولية، ولم يعد المكان القريب هو المكان الأفضل، بل أصبح يقاس حاليًا زمن الوصول للموقع السياحي وليس بالمسافة التي تفصل بين بلد السائح والمكان السياحي المراد الوصول إليه،

ونحن هنا لا نستطيع إنكار دور المسافة فلا زال لها دور لكنّها أقل في ظلّ التطوّرات الحديثة. تحتلّ الشركات العالمية في الوقت الحاضر أهمية كبيرة في توجيه الحركة السياحية العالمية، وفي السيطرة على الأسواق السياحية من خلال امتلاكها لوسائل النقل وسلاسل الفنادق العالمية، إضافة إلى امتلاك هذه الشركات ميزات تنافسية عالية لا تستطيع الدول ذات الإمكانيات المحدودة من منافسة هذه الشركات في الأسعار أو مستوى الخدمات السياحية المقدّمة. ويعدّ الأردن من الدول التي أدركت وبصورة مبكرة أهمية وسائل النقل الجوي ودورها الفعال في تسويق المواقع السياحية، فتمّ إنشاء عدّة شركات طيران محلية، مثل: الملكية الأردنية في عام (١٩٦١).

أنظمة التوزيع في التسويق السياحي

نشاط (٢-٥)

يقسم الطلبة إلى مجموعات تعدّ كلّ مجموعة منشوراً يبيّن أحد منافذ التوزيع في التسويق السياحي في الأردن.

النتائج الخاصة

- يتعرّف الخرائط التفاعلية.
- يذكر المعلومات التي يمكن الحصول عليها من الخرائط التفاعلية.
- يبيّن مدى الاستفادة من نظم المعلومات الجغرافي (GIS) في التسويق السياحي.
- يقدر المنافع التي يوفرها التسويق الإلكتروني.

المفاهيم والمصطلحات

الخرائط التفاعلية، التسويق الإلكتروني.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- لماذا لا يعترف التسويق الإلكتروني بالفواصل والحدود الجغرافية بين الدول؟
- الخرائط التفاعلية تعدّ دليلاً سياحياً شاملاً.
- المنافع التي يوفرها التسويق الإلكتروني متعددة الجوانب.
- مناقشة الإجابات مع الطلبة.
- التوصل إلى الفرق بين الوسائل التقليدية والوسائل الإلكترونية في التسويق السياحي.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.

التدريس المباشر / العمل في الكتاب المدرسي

- الطلب إلى الطلبة الرجوع إلى الشكل (٦-٢) فوائد استخدام نظم المعلومات الجغرافي (GIS) في التسويق السياحي.
- إعطاء تحليل وأفكار عن كل فائدة.
- بيان فوائد استخدام نظم المعلومات الجغرافي، من أجل نجاح التسويق السياحي.
- إدارة النقاش، استعراض إجابات الطلبة، ومناقشتهم بها.
- التوصل معهم إلى أهم فوائد استخدام نظم المعلومات الجغرافي في التسويق السياحي.
- تلخيص الإجابات والأفكار على السبورة.

لم يكن التحول الذي شهده العالم في مختلف المجالات بفعل انتشار التكنولوجيا بمنأى عن مهنة التسويق السياحي، التي شهدت هي الأخرى تغيراً ملحوظاً في طبيعتها ومؤهلاتها وفرص نجاحها، فضلاً عن المشكلات التي قد تعوق إتمامها، فقد تحوّلت الوظائف التسويقية إلى مفهوم جديد، وباتت تأخذ شكلاً أكثر فاعلية مع التكنولوجيا، إلا أنها لم تستبعد أو تنكر نظريات التسويق التقليدية، وإنما استطاعت الاستفادة منها في تطوير وإيجاد حلول لمشكلاتها وأخرجت ظاهرة جديدة تسمى «التسويق الإلكتروني».

يعدّ التسويق السياحي المتميّز المفتاح لتحقيق التنمية السياحية، من خلال تحديد الاحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة، والحصول على الرضا المرغوب بفعالية وكفاءة أكثر من السياح، وبناءً على هذا، انطلق قطاع التسويق السياحي الإلكتروني في العالم المتقدّم بسرعة مذهلة خاصة في ظلّ ازدياد قدرته على توسيع السوق، وزيادة الحصّة السوقية للمنشآت السياحية، بنسب تتراوح بين (٣٪ - ٢٢٪)، كما يتيح هذا النوع من التسويق عرض المنتج السياحي عن طريق رسائل (E-mail) للسياح، وتقديم المقومات السياحية البشرية والطبيعية كافة، وإرسالها إلى السياح المحتملين عبر شبكة الإنترنت، إضافة لإمكانية حصول السياح على احتياجاتهم، والاختيار بين منتجات الشركات العالمية بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية، خاصة أنّ هذا النوع من التسويق لا يعترف بالفواصل والحدود الجغرافية، كما الحال في الوسائل التقليدية المستخدمة في التسويق السياحي.

١- تطبيقات نظام المعلومات الجغرافي (GIS) في التسويق السياحي

تتميّز تطبيقات نظام المعلومات الجغرافي في التسويق السياحي بمحدودية الانتشار، إلا أنّ دخول الوسائل التكنولوجية الحديثة والمتمثلة بالإنترنت في مجال التسويق السياحي، أتاح العديد من الفرص لهذه النظم في تسويق المواقع السياحية (Location On-Line)، ومع اندماج تقنيات نظام المعلومات الجغرافي مع الإنترنت، ولّد ذلك العديد من تطبيقات هذه النظم في مجال التسويق السياحي، في كلّ من الطلب والعرض السياحي، وفي التخطيط

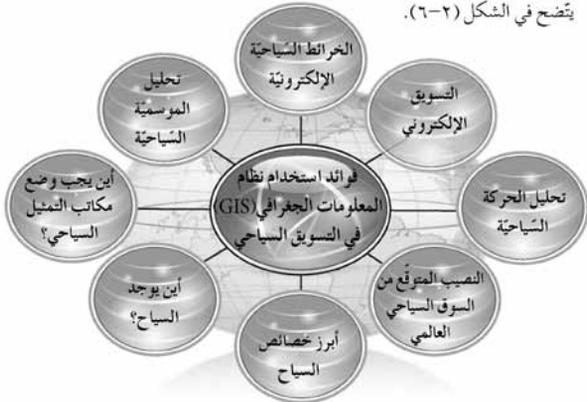
أ- إمكانية استخدام نظام المعلومات الجغرافي بكفاءة عالية في تسويق المواقع السياحية، وهو في تسويقه لهذه المواقع يربط بها البيانات الوصفية المتعلقة بها كافة، مثل: مكانها، وخدماتها، وأسعارها... الخ.

ب- إنّ البيانات المطلوب إدخالها في قاعدة البيانات التي تختصّ بالموقع السياحي، هي بيانات مكانية بالدرجة الأولى، وترتبط بمواقع جغرافية محدّدة، وهو ما تختصّ به نظم المعلومات الجغرافية.

ج- الكفاءة العالية لهذه النظم في عملية تحليل الشبكات، وهو ما يعتمد عليه نظام الدراسة في التعامل مع شبكات الطرق، والمواصلات، والمواقع السياحية.

د- القدرة العالية لنظام المعلومات الجغرافي بالتعامل مع عدّة أنواع من البيانات، مثل: التقارير، والإحصائيات، والجدول، والخرائط، وهو ما يضيّ نوراً من الإحكام والدقّة على مخرجات النظام.

وهناك فوائد أخرى لاستخدام نظام المعلومات الجغرافي في التسويق السياحي، وهذا ما يتضح في الشكل (٦-٢).



الشكل (٦-٢): فوائد استخدام نظام المعلومات الجغرافي في التسويق السياحي.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

انظر ملحق (٧-٢) أدوات التقييم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة كتابة بحث عن كيفية توظيف الشركات السياحية التقنيات الحديثة، في إرسال إعلانات سياحية على البريد الإلكتروني وعلى الجهاز الخليوي، وعرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٢-٧).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلم

– الجلال، أحمد، التنمية والإعلام السياحي المستدام، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٣م.

للطالب

– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo



للتسويق من حيث التعرف إلى السياح، وأماكن قديمهم، والمواقع السياحية الأخرى المنافسة، والتوزيع الجغرافي لفروع مكاتب هيئات تنشيط السياحة، واختيار أماكن جديدة لإنشاء فروع جديدة.

ويعتمد التسويق السياحي باستخدام (GIS)، على المعلومات والأنظمة المتاحة لتحليلها وعرضها باستخدام نظام المعلومات الجغرافي، من خلال الخرائط، والتي يطلق عليها بالخرائط التفاعلية (Virtual Map)، والتي بنقرة واحدة (Single Click) يمكن التعرف إلى ملامح متعددة للموقع السياحي، مثل: عوامل الجذب السياحي وأماكنها، والفنادق والخدمات التي توفرها، والمواقع الأثرية، وأفضل الطرق وأقصرها وأسرعها للوصول إلى عناصر الجذب السياحي، ووكالات السفر وأماكنها والخدمات التي تقدمها، والمستشفيات، والمطارات. ومن أبرز فوائد استخدام نظام المعلومات الجغرافي في التسويق السياحي ما يأتي:

٢- أهمية التسويق الإلكتروني

تتبع أهمية التسويق الإلكتروني من المنافع الكثيرة التي يوفرها، سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم، والتي تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية، ومن أهم هذه المنافع:

أ – تيسر تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة، حيث تسهم الخدمات السياحية بأنها منتجات تباين فيها المعلومات بشكل كبير فلا يمكن قياس جودتها إلا بالتجربة، وأنها تعتمد بالأساس على ثقة السائح في جودة الخدمات السياحية التي تقدمها الشركات والمؤسسات السياحية.

ب- تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة، ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة المقارنة نتيجة لانخفاض الأسعار. فعلى سبيل المثال، يمكن للسائح تسلّم تذكرة الطيران الإلكترونية أو قسيمة التبادل الخاصة بحجز أحد الفنادق من خلال بريده الإلكتروني.

ج- سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة، وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة، والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون.

د – زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يسهم في زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما ينعكس في النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.

الفرق بين التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي

نشاط (٦-٢)

يتم تقسيم الشبقة مجموعات تدارس في ما بينها الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني، ثم تعرض كل مجموعة ما تتوصل إليه أمام باقي أفراد الشبقة. ويتم تسجيل هذه الفروقات على السبورة بعد مناقشتها والاتفاق عليها من قبل الجميع.

الوحدة الثالثة

السياحة والحجوزات الإلكترونية



النتائج الخاصة

- يتعرّف المجالات التطبيقية لنظم المعلومات في السياحة.
- يعدّد مزايا السياحة الإلكترونية (E- Tourism).
- يوضّح سمات السياحة الإلكترونية.
- يبيّن معايير الثقة في عملية الشراء من المواقع الإلكترونية.

المفاهيم والمصطلحات

السياحة الإلكترونية، التفاعل الجمعي

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة.

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- ما المجالات السياحية المطبقة في النظم المعلوماتية؟ تخيل نفسك أمام جهاز حاسوب، وطلب إليك أن تقوم بسياحة إلكترونية، اكتب المزايا والفوائد التي يمكن الحصول عليها من هذه السياحة. ما الذي يميز السياحة الإلكترونية عن السياحة التقليدية؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى أهم المجالات السياحية المطبقة في نظم المعلومات السياحية.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.
- التعلم التعاوني/ العمل الجماعي/ عرض توضيحي.
- تقسيم الطلبة إلى مجموعات، وتعيين مقرر لكل مجموعة.
- تكليف المجموعات القيام بعرض توضيحي، باستخدام العرض التقديمي، وذلك بإعداد عدد من الشرائح تظهر فيها معايير الثقة في عملية الشراء من المواقع الإلكترونية.
- بعد إتمام العرض من قبل مقرري المجموعات، نفّذ الآتي مع الطلبة:
- مناقشة ما تم عرضه من شرائح من قبل الطلبة.
- التوصل إلى معايير الثقة في عملية الشراء من المواقع الإلكترونية.
- تلخيص الإجابات والأفكار على السبورة.

نظم المعلومات السياحية

أولاً

١- مفهوم نظم المعلومات السياحية

تشكّل نظم المعلومات السياحية عنصراً مهماً في صناعة السياحة في القرن الحالي، وذلك عبر تسخير شتى الأدوات والوسائل المتطورة في مجالات أنظمة الحجوزات الإلكترونية، والاتصالات، والتوزيع، وتقنية المعلومات لتلائم بمسيرة القطاع السياحي؛ إذ يعدّ ذلك مؤشراً على مدى تطوّر هذه الصناعة وأهميتها في الوقت الحاضر والمستقبل.

من البديهي القول: إنّ المنشآت السياحية والفندقية الناجحة، هي تلك التي تهتمّ بنظم المعلومات السياحية خاصة في ظل التطوّرات المعلوماتية الهائلة في مجال الاتصالات، وما يعرف بشبكات المعلومات والتي تقع في مقدّمتها الإنترنت لما تتميّز به من شمول وسعة، لا في المحتوى فقط، بل بعدد مشتركيها وبروتوكولات تبادل النصوص والمعلومات؛ لذا أصبحت نظم المعلومات السياحية اليوم متكاملة تكاملاً بيوتياً بين مختلف أطراف صناعة السياحة، إذن، فالشركات السياحية التي ترسخ موقعها على شبكة الإنترنت، وتكمله بمحركات الحجز، فإنّها سوف تحصل على مكانة قوية تؤهلها إلى تحقيق إيرادات إضافية، من خلال استعمال الإنترنت. وتتعدّد المجالات التطبيقية لنظم المعلومات السياحية، وذلك كما يتضح في الشكل (١-٣):

تشمل نظم المعلومات السياحية:



الشكل (١-٣): مجالات نظم المعلومات السياحية.

٣- سمات السياحة الإلكترونية

تتسم السياحة الإلكترونية العاملة في بيئة الإنترنت بعدة سمات، من أهمّها:

- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية السياحية؛ حيث يتمّ التلاقي بينهما من خلال شبكة الاتصالات، وبالرغم من أنّ هذا النموذج ليس جديداً كلياً حيث شهدت السياحة استخدام المكثف لوسائل الاتصال (هاتف، فاكس، مراسلات)، إلا أنّ ما يميّز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلات بغض النظر عن وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة.
- عدم وجود أي وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات السياحية وتنفيذها، حيث إنّ عمليات التفاعل بين طرفي المعاملة جميعها تتمّ إلكترونياً، ومن غير استخدام الورق، وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء نزاع، ممّا أدى إلى تخوّف الكثير من التعامل عن طريق الوسائل الإلكترونية، إلا أنّ تطوّر البرمجيات وسبل الأمان في هذا المجال يذهب بنا إلى أنّ السياحة الإلكترونية تذهب إلى طريق آمن.
- التفاعل الجمعي أو المتوازي؛ أو بمعنى آخر إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه، حيث يستطيع أحد أطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في الوقت نفسه، ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كلّ مرة، وفي هذا المجال، توفر شبكة الإنترنت إمكانيات بلا حدود للتفاعل الجمعي، أو المتوازي بين فرد أو مجموعة، وهو شئ، غير مسبوق في أي تفاعلية مسبقة.
- إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحاسبات بالشركات السياحية، من خلال ما يسمّى بالتبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق (Electronic data Interchange)، وهو ما يعدّ في الحقيقة طفرة هائلة تحقّق انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية السياحية من غير تدخّل بشري وبأقلّ تكلفة أو أعلى كفاءة.
- الدخول إلى الأسواق السياحية العالمية في أي وقت.
- تخفيض التكلفة وزيادة الأرباح.
- توسيع الأسواق بالوصول إلى الأسواق العالمية.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الملاحق انظر ملحق (١) من إجابات الأسئلة،

وملحق أدوات التقويم (١-٣).

تعُدُّ السياحة الإلكترونية أحد المصطلحات الجديدة التي ارتبطت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي نظام يتيح عبر الإنترنت أو الشبكات التجارية العالمية كل ما يتعلق بعرض الخدمات السياحية وتسويقها إلكترونياً، مما يشكل دعماً للمبيعات السياحية وخدمة السياح، ويمكن تشبيه السياحة الإلكترونية بسوق الكترونية يتواصل فيها البائعون (موزعون، وشركات، ومحلات)، والوسطاء (المكاتب السياحية)، والسياح، وأهم مزايا السياحة الإلكترونية ما يأتي:

أ - الانتشار الواسع للشبكات العالمية الرقمية، مثل: الإنترنت.

ب- سرعة وسهولة تنفيذ ومعالجة العمليات السياحية التجارية.

ج- سهولة تغيير المستندات الرقمية وتصويرها أو إلغائها دون آثار جانبية.

د - سهولة تبادل الوثائق الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني.

هـ- استخدام شبكة الإنترنت كأداة تسويق لنشر المعلومات الخاصة بالمنتج السياحي.

وقد لوحظ في الآونة الأخيرة أن شريحة واسعة من السياح على المستوى الدولي بدأت باستخدام الحجز الإلكتروني عبر الإنترنت؛ نظراً لسهولة الوصول إلى المعلومة التي تساعدهم على التخطيط لقضاء إجازاتهم الصيفية بعيداً عن الطرق التقليدية المتعبة سابقاً، وهي: الحجز عن طريق مكاتب السياحة والسفر. كما أن استخدام القنوات الإلكترونية المتنوعة يساعد السائح على التعرف إلى السلع والخدمات السياحية، مثل: الفنادق، والمطاعم، وكالات السفر، وشركات الطيران، ويمكن تقسيم نشاطات السياحة الإلكترونية إلى:

أ - ترويج السياحة إلكترونياً بالتواصل بين الشركات السياحية والسياح بشكل فردي (B2C): (Business-To-Customer).

ب- ترويج السياحة إلكترونياً من الشركات إلى الشركات (B2B): (Business-To-Business)، مثل: بيع الرحلات السياحية من خلال الشركات إلى مورديها.

نشاط (١-٣)

آثار ثورة تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على صناعة السياحة

من خلال جلسة نقاشية، ناقش أنت وزملاؤك في آثار ثورة التكنولوجيا والمعلومات على القطاع السياحي.

٦٠

الرحلة السياحية ليست منتجاً ملموساً، لذلك أصبحت صفحات الإنترنت بديلاً منطقيًا لتسويق الرحلات عبر الملفات الورقية.

٤- شراء الرحلات السياحية إلكترونياً

تعرض المنتجات والخدمات السياحية عبر الإنترنت، ولكل منتج سياحي سعره المحدد، ويعرف المشتري معلومات عن موضوع الشراء (سلعة، ومنتج، وخدمة)، ومن ثم اختيار موضوع الشراء، ودفع القيمة المطلوبة نظيره، من غير التواجد الفعلي في منطقة الجذب السياحي، ولإيجاد نوع من الثقة لدى السائح في شراء الرحلة السياحية، وضعت بعض المعايير في مواقع السياحة الإلكترونية، ويجب توافرها قبل عملية شراء الرحلة السياحية، وهي:

- يجب أن يقدم الموقع خدمة الدفع بواسطة بطاقات الائتمان من خلال خادم آمن وموقع مشفّر.
- يجب أن يعلن الموقع عن سياسته تجاه العملاء بما فيها من الأمان والسرية والخصوصية والخدمة.
- يجب أن يكون بالموقع قسم لخدمة السياح قبل بيع الرحلة السياحية، وتوفّر مسؤولين للردّ على استفسارات السياح.
- يجب أن يعلن الموقع عن صفته الرسمية، وعنوانه الدائم، وأرقام الهاتف والفاكس، والبريد الإلكتروني.

مما سبق، يتضح لنا أن السياحة الإلكترونية تختلف عن باقي تطبيقات التجارة الإلكترونية من حيث الزمن، وطبيعة المعلومات، من خلال ما يأتي:

أ - الزمن: هناك وقت محدد مثلاً لبيع مقعد في طائرة أو غرفة في فندق، وعدم تحقيق الصفقة في وقتها يؤدي إلى خسارة لا تعوّض كون الزمن يمرّ.

ب- طبيعة المعلومات: تحتاج إلى دعم بالصور الثابتة أو المتحركة وهذا يتطلب سرعة عالية في خطوط الاتصال.

نشاط (٢-٣)

نظم التشغيل السياحي

من موارد البرمجيات لنظم المعلومات السياحية، نظم التشغيل، أعد دراسة عن نظم التشغيل الأكثر استخداماً في الوقت الحالي، موضّحاً لكل نظام فيها ما يأتي:

- ١- اسم النظام، واسم الشركة التي أعدته، ورقم الاصدار الأخير لنظام التشغيل.
- ٢- نوع النظام: (نظام الأجهزة الشخصية، ونظام تشغيل خاص بالشبكات).
- ٣- المميزات والسعر.

٦٢

الزمن المتوقع نظري (ساعتان)

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

- تكليف الطلبة إعداد بحث عن الغش والسرقة عن طريق الشبكة العنكبوتية، يبيّنون فيه الوسائل المتبعة والفئة المستهدفة والنسبة في آخر ثلاث سنوات.

استراتيجيات التقييم وأدواته

- استراتيجية التقييم: القلم والورقة.
- أداة التقييم: اختبار كتابي (١-٣).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلّم

- الجلال، أحمد، التنمية والإعلام السياحي المستدام، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٣ م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

النتائج الخاصة

- يتعرّف الأنظمة الإلكترونية المطبقة في صناعة النقل.
- يبيّن مزايا أنظمة الحجز باستخدام الحاسوب (CRS).
- يعدّد الأنظمة التقنية العالمية المستخدمة في صناعة السياحة.
- يبيّن مزايا الأنظمة التكنولوجية العالمية المستخدمة في صناعة السياحة.

المفاهيم والمصطلحات

(CRS) Computer Reservation System
Reservation System (GRS) Global
Global Distribution System(GDS)
أماديوس ، جاليليو ، ساير ، ورد سبان

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة.

- يمهّد للدرس من خلال إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
 - بيّن علاقة ازدياد الطلب على خدمات الطيران بالنظم المستخدمة في الحجز. كيف سهلت أنظمة الحجز الإلكتروني بالحاسوب (CRS) من طرق الحجز والتنقل؟ عدد أنظمة الحجز العالمية (GRS).
- مناقشة الإجابات مع الطلبة ، للتوصل إلى الأنظمة الإلكترونية المطبقة في السياحة.
- تلخيص النتائج ، وعرضها على السبورة.
- التعلم التعاوني/ العمل الجماعي.
- تقسيم الطلبة إلى مجموعتين، وتعيين مقرر لكل مجموعة.
 - تكليف المجموعة الأولى، ولمدة عشر دقائق القيام بالآتي: الكتابة حول نظام أماديوس تبين فيه: سنة الاستخدام، خطوط الطيران المؤسسة له، والمؤسسات المستفيدة من النظام، ومزايا النظام.
 - تكليف المجموعة الثانية، ولمدة عشر دقائق القيام بالآتي: الكتابة حول نظام جاليليو مبينة فيه: خطوط الطيران المؤسسة له، والمؤسسات المستفيدة من النظام، ومزايا النظام.
- عرض ما تم التوصل إليه من قبل مقرري المجموعتين عن مزايا أنظمة الحجز العالمية.
- مناقشة أطلبه في مشاريعهم داخل الصف.
- تلخيص الإجابات والأفكار على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (٢-٣) أدوات التقييم.

ثانياً

الأنظمة الإلكترونية المطبقة في السياحة

١- الأنظمة الإلكترونية المطبقة في صناعة النقل

تطوّرت استخدامات تكنولوجيا نظم المعلومات السياحية في قطاعات النقل بصورة كبيرة خلال الآونة الأخيرة، بالاعتماد على الأنظمة الإلكترونية خاصة في شركات النقل الجوي؛ بسبب الطلب المتزايد على خدمات الطيران الناجم عن ظهور مواقع سياحية جديدة على الخريطة السياحية العالمية، وكذلك تسارع المتغيرات في مواعيد الوصول والإقلاع إلى هذه الجهات، يضاف إلى ذلك طبيعة الأسعار التنافسية، وهذا أدى إلى تطوّر استخدام أنظمة إلكترونية لتنظيم هذه النشاطات السياحية، فتطوّرت العديد من الأنظمة التكنولوجية الخاصة بعمليات الحجز والرقابة الإلكترونية، وبشكل خاص نظام الحجز الإلكتروني باستخدام الحاسوب (Computer Reservation System) الذي يسمّى بـ(CRS)، وأنظمة الحجز العالمية (Global Reservation System) التي تسمّى بـ(GRS)، ومن أبرز مزايا استخدام(CRS) في شركات النقل الجوي :

- أ - بيع تذاكر السياحة والسفر وإصدارها.
- ب- تخفيض تكاليف التشغيل، وبشكل خاص تكاليف التوزيع التي كانت تؤثر سلباً في نتائج التشغيل، حيث تمثّل الجزء الأكبر من نفقات هذه الشركات.
- ج- الوصول إلى المسافرين والموزعين والمجهّزين بيسر وبأقلّ تكلفة ممكنة، وتقديم خدمات بمستوى لائق.
- د - بيان جداول الرحلات الجوية.

٢- الأنظمة التكنولوجية العالمية المستخدمة في صناعة السياحة

تعدّد الأنظمة التكنولوجية المستخدمة في صناعة السياحة، كما يتضح في الشكل (٣-٢)، تبعاً لتعدّد البرمجيات الخاصة بنظم المعلومات السياحية إلى جانب الثورة التكنولوجية في القرن الحالي، وسنقتصر هنا الحديث عن نظامين، هما: نظام أماديوس، ونظام جاليليو؛ وذلك نظراً لانتشارهما بشكل واسع على المستوى الدولي.

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

تكاليف الطلبة إعداد بحث يبينون فيه الفرق بين النظام الورقي (القديم) والنظام الحديث المحوسب في العمل السياحي والفندقي، ويراعون الفروقات الآتية: الوقت، الكلفة، السرعة، طرق المراسلة، طرق المحاسبة والدفع والحجز، وعرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٣-٢).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

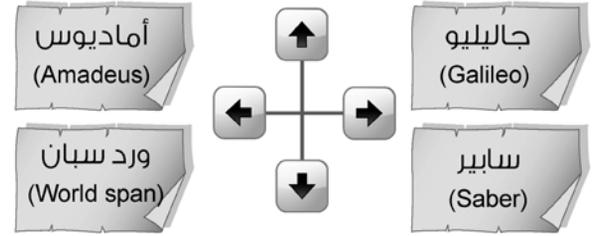
للمعلّم

- الجلال ، أحمد، ، التنمية والإعلام السياحي المستدام، الطبعة الأولى ، القاهرة، عالم الكتب. ٢٠٠٣ م.

للطالب

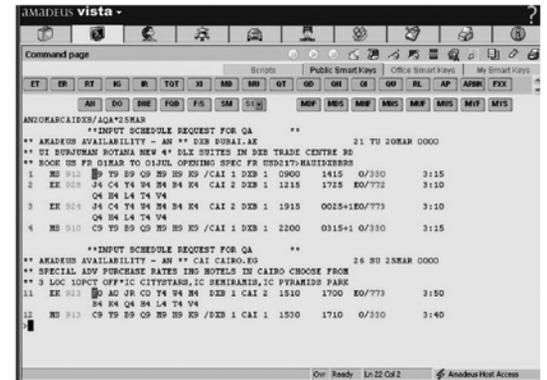
- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.visitjordan.com
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

الأنظمة التكنولوجية العالمية المستخدمة في صناعة السياحة



الشكل (٣-٢): الأنظمة التكنولوجية العالمية المستخدمة في صناعة السياحة.

- ١ - نظام أماديوس (Amadeus): يُضغ نظام أماديوس (Amadeus IT Group) للحجوزات سنة (١٩٨٧ م) عن طريق تحالف بين الخطوط الجوية الفرنسية والخطوط الجوية الليبيرية والخطوط الجوية الإسكندنافية، من أجل توفير حلول تكنولوجيا المعلومات لصناعة السفر والسياحة في مجالات إدارة الخدمات السياحية، وتوزيعها، وبيعها، مما جعله نظاماً رائداً على المستوى العالمي للحجوزات.
- ٢ - يعد نظام (Amadeus) هو الأكبر بين نظم (GDS)، ويوفر هذا النظام إمكانية الوصول والحجز عالمياً لشركات الطيران، والسلاسل الفندقية، ومكاتب تأجير السيارات السياحية، كما يتضح في الشكل (٣-٣)، ويتميز هذا النظام بما يأتي:
 ١. إتاحة معلومات شمولية عن مواعيد الرحلات الجوية، والمقاعد الشاغرة.
 ٢. توفير معلومات عن الخدمات المتوافرة في المؤسسات الفندقية.
 ٣. توفير قاعدة بيانات تحتوي البيانات الخاصة بالسائح كافة.
 ٤. بيان أسس عمليات الدفع الإلكتروني، ونوع الدفع، ووسيلته، وتحويل العملات.
 ٥. ويمكن من خلال هذا النظام إصدار التذاكر.
 ٥. إمكانية مساعدة السياح عبر وجود خطّ مباشر (on-line help).



الشكل (٣-٣): واجهة التطبيق الخاصة بنظام أماديوس.

ب- نظام جاليليو (Galileo): تأسست شركة جاليليو (نظام التوزيع الشامل) في بريطانيا، (ويلز)، بقيادة شركة الطيران البريطانية، ويعدّ نظام جاليليو أحد الأنظمة العالمية المستخدمة في صناعة السياحة، ويتميز بعملية الربط بشبكة إلكترونية قادرة على توزيع البيانات والمعلومات السياحية إلى مكاتب السياحة والسفر جميعها، وشركات الطيران العالمية المشتركة في هذا النظام. ويتضح ذلك في الشكل (٣-٤)، ومن خلال النظام المركزي له، يتسم بجملته من السمات:

١. توفير معلومات شمولية عن الخدمات والتسهيلات السياحية الخاصة بمواقع الجذب السياحي.
٢. إمكانية التعرف إلى أسعار الرحلات السياحية.
٣. إمكانية إصدار تذاكر السفر (Ticketing) إلكترونياً.
٤. توفير صورة واضحة بكيفية إجراء عمليات الحجز في المنشآت الفندقية.

النتائج الخاصة

- يتعرّف وظائف أنظمة التوزيع الشامل (GDS).
- يعدّد إمكانيات نظام فيديليو في العمل الفندقي.
- يعدّد مجالات عمل النظام الحاسوبي المتكامل في صناعة الضيافة.

المفاهيم والمصطلحات

فيديليو

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

- التعلم عن طريق النشاط/ زيارة ميدانية
- التنسيق للقيام بزيارة ميدانية إلى مكتب سياحة وسفر أو فندق يعمل بنظام فيديليو؛ من أجل الاطلاع على الأمور الآتية:
 - المؤسسات المستفيدة من النظام.
 - تعرف مزايا النظام.
 - إجراء بعض التطبيقات العملية على نظام فيديليو أمام الطلبة.
 - مقارنتها بما ورد في الكتاب المقرر.
 - بعد انتهاء الزيارة الميدانية، اطلب إلى الطلبة:
 - كتابة ملخص عن الزيارة الميدانية.
 - عمل ملخص نهائي بالتعاون مع معلم المادة.

Chapter Directory	
1	Encoding and Decoding
2	Timetable Entries
3	Follow-up Timetable Entries
4	Timetable Options
5	Flight Availability
6	Follow-up Availability Entries
7	Availability Options
8	Selling from Availability
9	Selling by Carrier and Flight
10	Waitlisted and ARNK Segments
11	Name Entries
12	Phone Entries
13	Ticketing Entries
14	Received-From Entries
15	Supplementary Data
16	Optional Service Information
17	Special Service Requests
18	Retrieving Booking Files
19	Cancelling Segments
20	Inserting Segments
21	Changing Segment Status
22	Changing Client Data
23	Dividing a Booking File
24	Fare Displays
25	Fare Notes
26	Fare Quotes
27	Fare Quote Options
28	Manual Fares
29	Ticket Production
30	Advance Seat Reservations
31	Client Files
32	Queue Functions
33	Reference Information
34	Hotel Index Displays
35	Hotel Availability
36	Hotel Descriptions
37	Selling Hotel Segments
38	Modifying Hotel Segments
39	Car Availability and Rates
40	Car Rules and Index Displays
41	Selling Car Segments
42	Modifying Car Segments
43	Travelscreen
44	ITMATIC

الشكل (٣-٤): واجهة التطبيق في برنامج جالييليو .

٣- أنظمة التوزيع الشامل (GDS): (Global Distribution System)

أنظمة حجز وتسعير وخدمات صممت لتناسب واحتياجات مكاتب السفر؛ لتقوم بالحجز والتسعير وخدمات الطيران من موقعها مع شركات الطيران المختلفة، ومع شركات الفنادق والسيارات المشتركة بهذه الأنظمة.

تتم عملية تنظيم الحجوزات الإلكترونية بين الفنادق ووكالات السياحة والسفر بتوقيع اتفاقية بين الطرفين لتحديد طبيعة التعامل التجاري، وبشكل خاص نسبة العمولة التي تقاضاها وكالة السفر عند قيامها بالحجوزات لصالح الفندق، ومن أبرز الأنظمة الإلكترونية المطبقة في صناعة الفنادق ما يأتي:

نظام فيديليو (Fidelio System)

يعرّف نظام فيديليو بأنه: أحد الأنظمة المستخدمة في إدارة العمل الفندقي وتنظيمه بصورة منظّمة إلكترونيًا، ويساعد هذا النظام إدارة الفنادق على اتخاذ القرارات الصائبة، والنظام مصمّم بشكل يساهم في ضمان الإدخال السريع، والدقيق للحجوزات، وأبرز إمكانيات هذا النظام، كما يتّضح في الشكل (٣-٥)، ما يأتي:



إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة إعداد بحث عن إصدارات حديثة غير نظام فيديليو تستخدمها الفنادق السياحية، يذكرون الإضافات والمزايا الجديدة فيه، ويعرضونه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم:
- أداة التقويم:

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

– حجازي، محمد، إدارة المنظمات الفندقية، حورس الدولية للنشر والتوزيع، ومؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، الإسكندرية، القاهرة، ٢٠٠٤ م.

للطالب

– موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo

- ١ – يوفّر النظام القدرة على التعرّف إلى الوضع العام للفندق بصورة شمولية، بما يشمل من الحجز والأسعار المتاحة لأنواع الغرف، وللقرارات الزمنية المحددة جميعها.
- ب- يتضمّن النظام في هيكلية إستراتيجيات التفاوض وأساليب البيع.
- ج- يقترح النظام أسعارًا بديلة أو تواريخ بديلة.
- د – يوفّر نظام فيديليو لمدير المكسب الأمامي إمكانية التعرّف إلى الوضع العام لأقسام الفندق.
- هـ – يحتفظ النظام بروية واضحة عن غرف الفندق المشغولة وغير المشغولة، وعلى أساس يومي.
- و – يساعد هذا النظام الإدارات على اتخاذ القرارات الصائبة، بشأن مبيعات الغرف، ومبيعات الطعام والشراب.



الشكل (٣-٥): واجهة التطبيق في برنامج فيديليو .

نستنتج ممّا سبق، انتشار التكنولوجيا بصورة متسارعة في إدارة المنشآت الفندقية وتنظيمها بواسطة عدد كبير من الأنظمة الإلكترونية، ويتنشر حاليًا نظام (أوبرا) والذي يعدّ من أحدث الأنظمة المستخدمة في إدارة العمليات الإلكترونية داخل المنشآت الفندقية.

٤- النظام الحاسوبي المتكامل في صناعة الضيافة

(Integrated Computer System in Hospitality)

إنّ من أهمّ استخدامات الحاسوب داخل المنشآت الفندقية، هو تخزين البيانات بطريقة صحيحة وسهلة وملائمة، واستعمال هذه البيانات بطريقة تساعد الإدارة على استقراء المعلومات وتحليلها لغرض الوصول إلى اتخاذ قرار نهائي فعّال . ويهتمّ النظام الحاسوبي

٦٧ <

المتكامل في صناعة الضيافة بإدارة الحجوزات الفندقية في المكاتب الأمامية للفنادق، وعمليات الرقابة في الفندق، والتحكّم بالأجهزة والمكانن والمعدّات المختلفة، ويستطيع هذا النظام السيطرة على عمليات الطعام والشراب والمعلومات، والتحكّم عن بعد في عدّة مجالات، مثل: نقطة البيع (Point of sale)، وإجراء عمليات التحويل الإلكتروني (Electronic Transfer)، والتي تؤمّن ترحيل المبالغ التي بذمة الضيف جميعها إلى حسابه (Guest Folio) فورًا بشكل دقيق.

يتبن لنا ممّا سبق، أنّ توفّر نظام حاسوبي متكامل داخل المنشآت الفندقية يسهم بتحسين عمليات التشغيل الفندقي، والقدرة على اتخاذ القرارات الملائمة من توفّر قاعدة بيانات شمولية، إضافة إلى تحسين الخدمات التي يقدّمها الفندق إلى الضيف؛ لأنّها سوف تأخذ بعين الاعتبار الوقت ودقة المعلومات المتعلقة بالموضوع، يضاف إلى ذلك معرفة بعض المعلومات التاريخية لضيف الفندق، مع التركيز على بعض الطلبات الشخصية التي يفضّلها الضيف خلال فترة إقامته فيه، وتسهيل عمليات الرقابة. ويمكن هنا الإشارة إلى أهمّ الأنظمة الإلكترونية المطبّقة في إدارة الطعام والشراب والتموين، نذكر منها ما يأتي :

- أ – نظام معرفة نقاط البيع الإلكتروني (Electronic Point-of-sale System).
- ب- نظام الإعداد للمؤتمرات والحفلات (Conference & Banqueting System).
- ج- النظم المحوسبة للتموين المتخصص (Specialized Catering Computer systems)

نشاط (٣-٣) البرمجيات المطبقة في الشركات السياحية

يوجد الكثير من الشركات السياحية التي تستخدم برمجيات إلكترونية في عملها، اختر ومجموعتك إحدى هذه الشركات السياحية لإعداد عرض تقديمي يحتوي :

- ١- أهمّ خصائص النظم الإلكترونية التي توفّرها الشركة السياحية في إدارة أعمالها.
- ٢- شركًا موجزًا عن البرمجيات المستخدمة لدى الشركة السياحية.

> ٦٨

١- مفهوم التذكرة الإلكترونية

التذاكر الإلكترونية هي نموذج إلكتروني للتذكرة الورقية وهي طريقة بديلة لتوثيق عملية بيع التذاكر، حيث يتم إنشاء سجلاتها في قاعدة المعلومات الخاصة بالناقل المصدّر للتذكرة، ويتم تخزين تفاصيل بيانات الحجز جميعها إلكترونياً. ويمكن الرجوع إليها في أي وقت، كما يتم تزويد المسافر بإيصال استلام بدلاً من التذكرة الورقية العادية.

بدأ الاتحاد الدولي للنقل الجوي آياتا (IATA) منذ بداية القرن الحالي بتشجيع فكرة التذكرة الإلكترونية وتعميمها؛ لأنها: أ- توفر أكثر من ثلاثة مليارات دولار سنوياً حسب إحصائيات منظمة الاتحاد الدولي للنقل الجوي (آياتا) لعام (٢٠١٠). ب- تسهم بعرض أسعار تنافسية؛ بسبب توفير عمولات مكاتب السياحة والسفر. ج- تصل إلى شريحة أكبر من السوق المستهدف. د- تحسين البيع لمقاعد الطائرة خلال الزمن المحدد. هـ- توفر التذاكر الإلكترونية خيارات أكثر أمام المسافر. وقد أصدرت منظمة الطيران الدولية آياتا (IATA) عام

(٢٠٠٧) موعداً نهائياً للتوقف عن إصدار التذاكر الورقية في أنحاء العالم جميعها، وكان هذا الإعلان الذي تم في أواخر ديسمبر (٢٠٠٦) إيذاناً عنها في البدء بتطبيق النظام الجديد في إصدار التذاكر الإلكترونية والمشاريع التابعة لها، ومن هنا بدأت معظم الخطوط الدولية بالعمل على وضع خطط تسويقية وإعلامية وتوعوية للتعريف بهذه الخدمة الجديدة، في القطاعات جميعها، والبدء في تحديث البنية التحتية اللازمة لتنفيذ هذا المشروع، ومواكبة التطورات والخدمات جميعها على صناعة النقل الجوي، وما يلزم منها في توقيع اتفاقيات وتعاقدها مع الشركات التي تساعد في تصميم تلك التطبيقات واستخداماتها، وعلى إيجاد قواعد بيانات لتصدر تلك التذاكر الإلكترونية للمسافرين. إن تطبيق النظام الجديد على المستويين العالمي والمحلي أدى إلى تبسيط الإجراءات الخاصة بشركات النقل الجوي جميعها، والتعامل مع المسافرين، من تقليص للإجراءات

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

الموضوع التذاكر الإلكترونية (١)

النتائج الخاصة

- يتعرف مفهوم التذاكر الإلكترونية.
- يعدّ مزايا استخدام التذاكر الإلكترونية.
- يوضح مبدأ عمل: القارئ (Barcodes Reader) في التذاكر الإلكترونية.

المفاهيم والمصطلحات

قارئ (Barcodes Reader) الدفع الإلكتروني (E-Payment)، درجة الأمان.

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- ماذا تعرف عن مفهوم التذاكر الإلكترونية؟ ماذا يعني لك بأن عام (٢٠٠٧م) كان آخر موعد لإصدار التذاكر الورقية؟ التذاكر الورقية لا يمكن مقارنتها بالتذاكر الإلكترونية لعدة أسباب، ما الذي يجعلك تثق بالتذاكر الإلكترونية؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة، للتوصل إلى مفهوم التذاكر الإلكترونية.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.

التفكير الناقد/ التحليل

- طرح العناوين الآتية المرتبطة بمزايا استخدام التذاكر الإلكترونية أمام الطلبة:
- التكلفة.
- الأيدي العاملة.
- درجة الأمان.
- كمية الإصدار.
- مدة التسليم.
- نشرة ودليل سياحي.
- إدارة النقاش عن هذه العناوين، وإجراء مقارنة بالأسلوب القديم، من أجل إجراء التحليل واستخلاص النتائج.
- استعراض إجابات الطلبة ومناقشتهم بها، للتوصل معهم إلى فهم مشترك حول المفاهيم والعناصر الرئيسة في الموضوع.
- تدوين ما قام به الطلبة من تحليل على السبورة.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة كتابة تقرير يوضح مبدأ عمل: القارئ (Barcode Reader) في المجالات المختلفة و التذاكر الإلكترونية، وعرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (3-3).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

– الطائي، حميد عبد النبي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الأولى موسوعة الوراق، عمان، الأردن، 2001 م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

التي تتم عند الكاوتر الخاص بالمغادرين، وتقليل نسبة الازدحام الموجودة في المطارات، والتعامل السهل مع الأمتعة، وحركة المسافرين ضمن أسس ومعايير متفق عليها دوليًا، حسب ما تصدره منظمة الطيران الدولية آياتا (IATA).

وبالفعل بدأت الكثير من الدول العربية ومنها الأردن، في تطبيق هذا النظام الجديد، والتعرف إلى ماهية التذاكر الإلكترونية وطبيعتها، وكيفية العمل بها، والطرق المتبعة واللازم اتباعها من تجهيز المعدات والتطبيقات اللازمة لإصدارها، والبدء في وضع الآلية المتفق عليها من خلال التوصيات التي أصدرتها منظمة الطيران الدولية، في تسخير وتسهيل وسائل الدفع الإلكتروني جميعها (E-Payment)، إما عن طريق الإنترنت باستخدام بطاقتي الائتمان فيزا (Visa) أو ماستر كارد (Master Card).

2- مزايا استخدام التذاكر الإلكترونية

للتذاكر الإلكترونية عدد كبير من المزايا، نوجز عددًا منها كما يأتي:

- وفرت التكاليف التي تتعلق بأمور طباعة التذاكر التقليدية، وأجور إرسالها بالبريد العادي للمشتري، حيث تصل في العادة تكلفة وطباعة التذاكر الورقية وإصدارها حوالي ما يعادل العشرة دولارات ونصف الدولار، وعند مقارنتها بتكلفة التذكرة الإلكترونية وإصدارها، فإنها تصل إلى دولار واحد فقط، مما يعني أن التذاكر الإلكترونية تقلل التكاليف.
- إن استخدام التذاكر الإلكترونية يؤدي إلى تخفيض عدد العمالة، والجهد المرتبطين بطباعة التذاكر وإرسالها بالبريد عن طريق المراسلين.
- ضمان سهولة استخدام التذاكر الإلكترونية وسلامتها حيث تحتوي كل تذكرة على شيفرة التعريف، وهو ما يطلق عليها شيفرة الباركود (Barcode)، وهي بتلك الطريقة تلغي فكرة إمكانية التزوير أو تكرار المخالفات، إضافة إلى سهولة الإجراءات التي تتم بين المسافر والطرف الآخر.

- حصر للمتواجدين؛ حيث تمكننا التذاكر الإلكترونية من معرفة الحضور الفعلي من الأشخاص الذين يحملون التذاكر الإلكترونية في حضور حدث ما، وما هو العدد الفعلي منهم.
- التسليم الفوري: إن المشتري عادة ما يرغبون بفكرة طباعة تذاكرهم التي تم شراؤها عن طريق الإنترنت أو الحجز الإلكتروني فورًا، فليس هناك حاجة إلى انتظار ساعي

70

البريد، أو مندوب الشركة، أو الوقوف والانتظار في خط طويل كما يحدث عادة مع أغلب مكاتب السياحة والسفر.

- توفر التذاكر الإلكترونية معلومات إضافية، مثل: عنوان الشارع، والخريطة، واتجاهات للوصول إلى القطة المستهدفة، وأي معلومات أخرى قد يحتاج إليها المسافر.
- تقدم التذاكر الإلكترونية طريقة فريدة من نوعها في الإعلان عن فحواها مما يضيف إليها جودة ونوعية، وبالتالي يضيف قيمة للجهة المنظمة للإعلان عن خدماتها في صفحات الإنترنت.

3- إصدار التذاكر الإلكترونية

تختلف البطاقات الصادرة (التذاكر الإلكترونية) من شركة إلى أخرى في المحتوى، وطريقة الضمان والأمان المتبعين في ذلك، وهنا نقوم كل جهة بدور مختلف عن الأخرى في كيفية إبراز تلك التذاكر، بشكل يوحي للمشتري أن هذه التذكرة لا يمكن التلاعب بها، أو حتى التفكير بتزويرها لإعادة استعمالها، أو طباعة تذاكر أخرى لبيعها في السوق السوداء، والجميع متفقون وإن لم يستخدم أغلبهم أسلوب الباركود (Barcodes) لمنع آلية التزوير، فأي إزالة لهذه الشيفرة أو تلاعب بأي رقم من الأرقام يعني التلاعب في البطاقة. ولا ننسى أن الشيفرة المستخدمة تعمل على آلية الخوارزميات المعقدة، فإذا ما تم تغيير أي رقم حتى وإن كان هذا الرقم يتكون من خانة واحدة، فإن تلك البطاقة تفقد مصداقية التأكيد على أنها صالحة للاستعمال، ويتم الكشف عنها ببساطة عن طريق أجهزة صغيرة تسمى المساحات الضوئية، والتي تكون مخصصة لقراءة الشيفرة التي تسمى الباركود، ويطلق عليها (Barcode Reader)، فبمجرد تمريرها مباشرة على الجهاز تعطي الإشارة إلى أن البطاقة سليمة، أو غير سليمة، وهنا يطلق الجهاز صافرة تنذر بوجود خلل ما بالبطاقة في حال لم يكن هناك عنصر بشري، لذلك وإن وجد العنصر البشري في التأكيد على صلاحية البطاقة، فإنه يظهر له رسالة واضحة على شاشة الحاسوب تؤكد عدم الصلاحية لها.

71

النتائج الخاصة

- يتعرّف خطوات حجز التذاكر الإلكترونية.
- يتتبع الخطوات اللازمة لحجز التذاكر الإلكترونية.

المفاهيم والمصطلحات

الحجز الإلكتروني

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف / المشغل

التدريس المباشر / أوراق عمل

- توزيع ورقة العمل (٣-١) على طلاب الصف، ثم الطلب إليهم تعبئة الجدول الخاص بالخطوات اللازمة للحجز الإلكتروني للتذاكر، وإعطائهم عشر دقائق لذلك.
- جمع أوراق العمل من الطلبة.
- استعراض إجابات الطلبة عن الخطوات المتبعة في الحجز الإلكتروني للتذاكر.
- مناقشتهم بهذه الخطوات.
- تلخيصها وعرضها على السبورة.

ابحث في الإنترنت عن آلية إصدار التذاكر الإلكترونية، والإجراءات المتبعة لضمان عدم تزويرها أو التلاعب بها، ثم عرض ذلك أمام زملائك في الصف.

٤- الخطوات اللازمة للحجز

- تمّ عمليات الحجز السياحي بعدد من المراحل والخطوات المتتابعة نذكرها كما يأتي :
- أ - الاتصال بشركة الطيران إما هاتفياً أو عبر تصفّحك للموقع المراد الحجز عن طريقه بالإنترنت.
- ب- تزويد الشركة أو الموقع بمعلومات عن طريق الوجهة المراد السفر إليها، والتحديد ما إن كانت هذه الوجهة ذهاباً وإياباً أو ذهاباً فقط، وعدد المقاعد المطلوب حجزها، وذكر إن كان هناك أطفال أم لا، حيث إنّ سعر التذكرة يختلف حسب الأعمار.
- ج- تحضير رقم البطاقة الائتمانية للبدء في عملية الدفع الخاصة بالمسافر، وهنا يجب على المستخدم الذي يقوم بعملية الدفع التأكد من شهادة الأمان المزوّدة بالموقع والمصاحبة له، وعادة تكون ظاهرة بوجود شعار للدفع الآمن لهذه العملية، ويجب عليك أن تقرّ شروط الاستخدام، وما يترتب عليك بعد عملية الدفع، وما هي سياسة إرجاع النقود، أو سياسة تغيير الحجز من وجهة إلى أخرى، حيث يترتب عليها إما بدفع المزيد من النقود، أو إرجاع جزء من القيمة التي تمّ دفعها بالمقابل في الحجز الأولي.
- د - بعد إتمام عملية الدفع النهائية، يظهر الموقع رقماً للحجز يخصّ المستخدم الخاصّ به، ومن ثمّ يطبعه على ورقة خارجية، ولكن أحياناً لا يلزم ذلك، وكفي أن تحفظ رقم الحجز لديك، وللتأكيد على عملية الحجز، تستخدم بعض الشركات آلية الرسائل القصيرة (SMS)، وترسل رقم الحجز على الهاتف النقال.
- هـ- التوجه إلى المطار، وهنا يجب أن يكون لديك البطاقة الائتمانية التي تمت عملية الحجز بواسطتها، وفي بعض الشركات لا تلتزمك بذلك، ويجب أن يكون لديك ما يثبت شخصيّة المسافر، مثل: جواز السفر، أو أي بطاقة تدل على شخصيّة المسافر، ومن ثمّ إظهار رقم الحجز للموظف المسؤول للتأكيد على الحجز. وعند الوصول للمطار،

> ٧٢

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

انظر ملحق (٣-٤) من أدوات التقويم.
وملحق (٣-١) من أوراق عمل.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: الملاحظة.
- أداة التقويم: قائمة رصد (٣-٤).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلم

للمعلم

- حجازي، محمد، إدارة المنظمات الفندقية، حورس الدولية للنشر والتوزيع، ومؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، الإسكندرية، القاهرة، ٢٠٠٤ م.

للطالب

- موقع هيئة تنشيط السياحة وعنوانه: www.tourism.com.jo
- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

يجب التوجه إلى أحد المكائن التي بدورها ترشد المسافر إلى المكان الذي يضع فيه حقائبه، والتأكد من الوزن المطلوب، ومن ثم تغليف حقائبه وهو اختياري، ومن ثم حجز مقعد له في الطائرة. ويمكن عرض نموذج للتذكرة الإلكترونية، كما يتضح بالشكل (٣-٦).
- وأخيراً تخرج الآلة البطاقة التي تخص المسافر، والتي تسمى بطاقة المرور (Board Passing Card).

AL	FLGT	BK	T	DATE	TIME	FARE BASIS	NVB	NVA	BG
JED	CAI SV	Y	Y	25JAN		YEE3M			25APR 20
JED	SV	Y	Y			YEE3M			25APR 20

SAR 1979.00
SAR 50.00UR
SAR 34.00JK
SAR 61.00XT
SAR 2124.00

25JAN09JED SV CAI263.75SV JED263.75NUC
527.50END ROE3.751560
XT SAR 57.00QH SAR 4.00EQ

PRICED WITH VALIDATING CARRIER SV - REPRICE IF DIFFERENT VC
PAGE 2/2

الشكل (٣-٦): نموذج للتذكرة الإلكترونية

الحجز الإلكتروني

نشاط (٣-٥)

من خلال الإنترنت، ابحث في أحد مواقع شركات الطيران، وادون المعلومات المطلوبة لإجراء الحجز الإلكتروني، ثم أخبر زملائك بذلك، وتناقشوا في أهمية هذه المعلومات من جانب، وفوائد الحجز الإلكتروني من جانب آخر.

١- مفهوم الحجوزات الإلكترونية

(Automated Reservation System) : (ARS)

or (Computerized Reservation System): (CRS)

يشمل مفهوم الحجوزات الإلكترونية عملية بيع الرحلات والخدمات السياحية وشرائها عبر شبكة الإنترنت؛ لذا يمكن أن تعتبر الحجوزات الإلكترونية نقلة نوعية وكبيرة في صناعة السياحة؛ وذلك لما حدث من تحولات جوهرية في مسار التسويق وفلسفته وتطبيقاته، فأصبح السياح في عصر الإنترنت يحصلون على المعلومات التي يحتاجونها كافة، والعروض السياحية التي تستجيب لحاجاتهم ورغباتهم، وأسعار الرحلات السياحية التي تناسبهم، ويمكن توضيح أهم أشكال الحجوزات الإلكترونية من خلال الشكل (٣-٧).

أشكال الحجوزات السياحية:

الحجوزات السياحية بقنوات التوزيع غير المباشرة	الحجوزات السياحية بقنوات التوزيع المباشرة
وكالات السياحة والسفر (Travel Agencies)	بوساطة الرسالة أو البرقية (By Telegram or By Letter)
منظمو الرحلات الشاملة (Tour Operators)	عن طريق الهاتف (By Phone)
ممثلو مبيعات الفنادق (Hotel Sales Representatives)	عن طريق الفاكس (Fax)
أنظمة التوزيع الإلكترونية (Electronic Distribution Systems)	عن طريق الحضور الشخصي (Face to face)
المؤسسات الحكومية (Government Tourist Associations)	عن طريق الإنترنت دون وجود وسيط (By the Internet)

الشكل (٣-٧): أشكال الحجوزات الإلكترونية.

٧٤

شركة طيران، بل يكفي بتعلم نظام شركة التوزيع التي توفر له خدمة الحجز والمبيعات. تطورت النظم الإلكترونية، وأصبحت توفر للوكيل السياحي إمكانيات الحجز والبيع في الفنادق، وشركات تأجير السيارات، والرحلات السياحية والبحرية، وأصبح الوكيل بالإضافة إلى نسب البيع من شركة الطيران والفنادق والسيارات يحصل أيضاً على حوافز مادية من شركات التوزيع ضمن برامج المنافسة، مما أدى إلى زيادة العوائد الربحية للوكيل السياحي. وفي الوقت الحاضر، بدأت معظم الفنادق العالمية بالتنسيق مع شركات سياحية متخصصة في مجالات النقل (الجوي والبحري والبري)، ووكالات السياحة والسفر في إعداد وتهيئة أنظمة حجز متطورة عن طريق برمجيات نظم المعلومات السياحية، وربطها مباشرة بالمحطة الرئيسية الموجودة في الفندق.

مراحل تطور الحجز الإلكتروني

نشاط (٣-٦)

ارسم خطاً زمنياً تبين من خلاله مراحل تطور الحجز الإلكتروني.

تعلم

أهداف المنظمة الدولية لصناعة السياحة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني (IOET) نشر ثقافة ووعي استخدام تكنولوجيا الإنترنت والتطور الهائل به لتحقيق أعلى قدر من المبيعات على الإنترنت في مجالات التجارة الإلكترونية كالمطاعم والأعمال الإلكترونية بصفة عامة، ثم نحو سياحة وافدة متضاعفة، وأرباح هائلة لكل العاملين في هذا القطاع المهم؛ فالسياحة هي مصدر رئيس للدخل القومي.

٣- فرص تطور الحجوزات السياحية الإلكترونية

تشهد صناعة السياحة حالياً إعادة هندسة عملية الحجوزات، والتوجه المتزايد نحو الحجوزات الإلكترونية، وتحرك معظم الشركات السياحية باتجاه تبني مفهوم الحجوزات السياحية الإلكترونية، للاستفادة من إمكانياته ومزاياه، وخاصة أن الشركات التي كانت ستبقى لتبني الحجوزات الإلكترونية، قد استطاعت وضع معايير تنافسية جديدة هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن الحجوزات الإلكترونية، أوجدت بيئة تسوق متطورة تحقق للسياح مزيداً من الرفاهية والمتعة في البحث عن احتياجاتهم وإشباعها، ويمكن تحديد أهم الفرص والمنافع التي تحققها الحجوزات الإلكترونية لكل من الشركات السياحية والسياح في ظل العولمة والتنافسية الدولية:

٧٦

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

النتائج الخاصة

- يتعرف مفهوم الحجوزات الإلكترونية.
- يفرق بين أشكال الحجوزات الإلكترونية بقنوات التوزيع المباشرة وغير المباشرة.
- يوضح العوامل التي أدت إلى تطور عمليات الحجز الإلكتروني.
- يبين الفرص والمنافع التي تحققها الحجوزات الإلكترونية.

المفاهيم والمصطلحات

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التدريس المباشر/ أسئلة وأجوبة

- التمهيد للدرس عن طريق إثارة نقاش بعد طرح الأسئلة الآتية:
- ماذا تعرف عن الحجز الإلكتروني؟ ما طرق الحجز الإلكتروني المباشرة وغير المباشرة؟ الحجز الإلكتروني أعطى فرصاً ومنافع للشركات السياحية والسياح، بيّنها؟
- مناقشة الإجابات مع الطلبة للتوصل إلى مفهوم الحجوزات الإلكترونية.
- تلخيص النتائج، وعرضها على السبورة.

التفكير الناقد/ التحليل

- طرح العبارة الآتية على الطلبة:
- الشركات التي كانت سباقة لتبني الحجوزات الإلكترونية، كانت سباقة للنجاح والمنافسة في ظل العولمة.
- إدارة النقاش حول هذه العبارة، وتسهيل الضوء على الأمور الآتية:
- خفض التكاليف (من عدة أوجه).
- زيادة الأرباح والنسب المئوية (من التعامل مع الجهات المختلفة).
- تسهيل التعامل مع (الفنادق، شركات النقل المختلفة).
- إدارة النقاش والتحليل عن تطور عمليات الحجز الإلكتروني، واستعراض إجابات الطلبة.
- مناقشة الطلبة بها للتوصل معهم إلى أهداف الدرس.
- تدوين ما قام به الطلبة من تحليل على السبورة.

الملاحق

انظر ملحق (٣-٥) أدوات التقييم.

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

– تكليف الطلبة كتابة تقرير بالرجوع إلى أحد المواقع الإلكترونية لشركة سياحة وسفر أردنية، عن الطرق المتبعة في الحجز الإلكتروني المباشر وغير المباشر، وعرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (3-5).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

للمعلم

– الطائي، حميد عبد النبي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الأولى موسوعة الوراق، عمان، الأردن، 2001م.

للطالب

– موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

ومن خلال بيان أشكال الحجوزات السياحية في الشكل (3-7)، يتبين لدينا أنّ الخدمات السياحية تتميز بتكاليف عالية وأسعار مرنة تتأثر بظروف السوق السياحية المتعددة والمتغيرة بشدة، ممّا يتطلب أداة إلكترونية تتيح قاعدة بيانات مساعدة ومرشدة لاستراتيجيات التسويق السياحي الذكي، وهو ما يمكن القول: بأنّ المنافسة في مجال تقديم خدمات سياحية ذات جودة عالية، تتطلب تنوع إستراتيجيات التسويق وفقاً لتنوّع اتجاهات الأسواق السياحية، وأذواق العملاء السياحيين، وكيفية الوصول إليهم.

السياحة الإلكترونية والتسويق السياحي الإلكتروني ليسا تهديداً لفرص العمل والعنصر البشري في قطاعات صناعة السياحة، وإنما هما فرصة وقوة مباشرة لخلق فرص عمل، وتوظيف جديد داخل قطاعات السياحة والقطاعات المرتبطة بها.

2- تطوّر عمليات الحجز الإلكتروني

كانت وكالات السياحة والسفر تجري الحجوزات التقليدية عن طريق الهاتف، حيث يتم الاتصال مباشرةً بشركات الطيران لغاية إتمام عمليات الحجز، ممّا أدى إلى حدوث عدد من المشكلات أهمّها:

- أ - الضغط المتزايد على مكاتب الحجز المركزية في شركات الطيران.
 - ب - تحتاج عملية الحجز إلى جهد ووقت كبير بالنسبة للوكيل السياحي.
- تطوّر الوضع بعدها بقيام شركات الطيران بتركيب أجهزة آلية في مكاتب السياحة والسفر؛ لتمكينها من عمل الحجز مباشرة، ممّا أدى إلى تراكم الأجهزة في المكاتب السياحية حيث تجد في المكتب السياحي عدّة أجهزة، كلّ جهاز يتبع شركة طيران معينة، وحتى يحصل الوكيل السياحي على الخدمة لا بدّ أن يكون وكيلاً عامّاً ممثلاً لشركة الطيران، وهذا تسبّب في المزيد من التكاليف المادية والأعباء على مكاتب السياحة، من هنا انبثقت فكرة نظم التوزيع الآلية، التي تقوم على أساس قيام مكاتب السياحة والسفر بالاتفاق مع شركات الطيران بشراء عدد من المقاعد على الطائرة، مقابل نسبة معينة يحصل عليها المكتب السياحي، وبالتالي يستطيع المكتب السياحي القيام بالحجوزات الإلكترونية وإتمامها عن طريق التواصل الإلكتروني، ممّا أدى إلى تخفيض التكاليف والأعباء على الوكيل، حيث لا يحتاج مدير الوكالة إلى أن يعين موظفاً لكلّ

٧٥ <

- أ - إمكانية الوصول إلى الأسواق السياحية العالمية، وزيادة الحصة السوقية للشركات السياحية بنسب تتراوح بين (٥٠ - ٧٠٪)؛ بسبب الانتشار العالمي.
- ب - تقديم برامج الرحلات السياحية والخدمات وفقاً لحاجات السياح.
- ج - الحصول على معلومات مرتدة لتطوير المنتجات السياحية، وذلك من خلال ما يعرف بالعملية المرنة لتطوير المنتج السياحي، والتي تعتمد على استشعار السوق بوساطة الآليات التفاعلية للتسويق السياحي الإلكتروني.
- د - استحداث أشكال وقنوات جديدة للتوزيع.
- هـ - أسهمت الحجوزات الإلكترونية بإيجاد نوع مبتكر من الوسطاء والذين يطلق عليهم وسطاء المعرفة الإلكترونية، وهي منظمات تعمل لتسهيل عملية التبادل بين الشركات السياحية والسياح.
- و - أسهمت الحجوزات الإلكترونية بتحقيق ميزة تنافسية وموقع إستراتيجي للشركات السياحية، فقد خلقت فرصاً غير مسبوقه في دعم الإستراتيجيات المميزة، وتحسين الوضع التنافسي لهذه الشركات.

4- تحديات الحجوزات الإلكترونية في القطاع السياحي

بقدر ما توفّر الحجوزات الإلكترونية من فرص كبيرة ومتنوّعة في ظلّ الاتجاه نحو العولمة والتحوّل إلى الاقتصاد الرقمي، إلا أنّ العديد من الشركات السياحية التي تعتمد على الحجوزات الإلكترونية تواجه بعض التحديات والصعوبات، ويمكن تحديد أهمّ هذه التحديات بما يأتي:

- أ - التحديات التنظيمية: يعتمد تطوّر صناعة السياحة من خلال التوسع في الحجوزات الإلكترونية، إلى إحداث تغييرات جوهرية في البنية التحتية في الهيكل والمسار والفلسفة التنظيمية للشركات السياحية، فهناك حاجة ماسة إلى تنظيمها ككلها، ودمج الأنشطة والفعاليات الاتصالية التسويقية الخاصة بالحجوزات الإلكترونية باستراتيجيتها التقليدية، مع تحديث إجراءات العمل بها بما يتماشى والتطوّرات التكنولوجية المتجددة.
- ب - صعوبة متابعة التطوّرات المتلاحقة في تكنولوجيا الحجوزات الإلكترونية.
- ج - تعاني العديد من الشركات السياحية التي تعتمد أسلوب الحجوزات الإلكترونية في عملها من عوائق اللغة والثقافة، مما يعيق التفاعل بين كثير من السياح والبرامج السياحية

٧٧ <

النتائج الخاصة

- يتعرّف تحديات الحجوزات الإلكترونية في القطاع السياحي.
- يقترح حلولاً للسيطرة على أخطار الحجوزات الإلكترونية.

المفاهيم والمصطلحات

السلامة المهنية

استراتيجيات التدريس وإدارة الصف/ المشغل

التعلم التعاوني / العمل الجماعي

- الطلب إلى الطلبة الرجوع إلى الشكل (٣-٨) مشكلات الحجز الإلكتروني التي تواجه الشركات السياحية.
- بعد الاطلاع على الشكل المذكور ، ا طرح النقاط الآتية للنقاش:
 - هناك مشكلات في الحجز الإلكتروني تواجه الشركات السياحية العالمية.
 - هناك مشكلات في الحجز الإلكتروني تواجه الشركات السياحية الأردنية.
 - اقترح حلولاً للسيطرة على أخطار السياحة الإلكترونية.
- إدارة النقاش ، واستعراض إجابات الطلبة ، ومناقشتهم بها .
- التوصل مع الطلبة إلى الحجوزات الإلكترونية ، وما يتعلق بنقاط البحث .
- تلخيص الإجابات والأفكار، وكتابتها على السبورة.

المعروضة إلكترونياً وآليات الحجز لشرائها.

د - تعدّ السرعة والخصوصية من التحديات التي تعيق تطوّر الحجوزات الإلكترونية وتؤثر في تقبل بعض السياح لفكرة الحجز إلكترونياً، وشراء الرحلة السياحية عبر الإنترنت، وخاصة أنّ عملية الحجز الإلكتروني تحتاج إلى الحصول على بعض البيانات من السياح، مثل: الاسم، والجنسية، والعنوان، وطريقة السداد، وغيرها.

هـ - عدم الثقة في وسائل الدفع الإلكترونية لإتمام عملية الحجز الإلكتروني، وشراء الرحلة السياحية.

يتبين لدينا ممّا سبق أبرز التحديات التي تواجه السياحة الإلكترونية في القطاع السياحي، ولكن هناك أيضاً عدد من التحديات التي تواجه التوسع في الحجوزات السياحية الإلكترونية في الأردن، والتي يمكن توضيحها من خلال الشكل (٣-٨).



الشكل (٣-٨): مشكلات الحجز الإلكتروني التي تواجه الشركات السياحية في الأردن.

نستنتج ممّا سبق، أنّ نجاح صناعة السياحة في الأردن يتوقف على استخدام أدوات السياحة الإلكترونية والتسويق السياحي الإلكتروني، من خلال كفاءات الموارد البشرية المدربة والجيدة في تقديم وعرض مدى توافر وتنوع المنتج السياحي لدى المقاصد السياحية، وما تمتلكه من خبرات خدمية مصاحبة لهذا المنتج السياحي المتنوع وبصورة خدمية عالمية.

➤ ٧٨

إجابات الأسئلة الواردة في المحتوى

كان للاستخدام الواسع لشبكة الإنترنت والمراسلات السياحية أثر كبير في الميزة التنافسية للمؤسسات السياحية.

- ١- ناقش وزملائك هذه العبارة بتوجيه من معلمك، مبيّنًا مدى تأثير الإنترنت في الميزة التنافسية سلبًا أو إيجابًا.
- ٢- أعد تقريرًا لا يزيد على خمسة أسطر حول ما تتوصل إليه وزملائك، وليكن عنوان هذا التقرير الميزة التنافسية للقطاع السياحي في عصر الإنترنت.

٥- الحلول المقترحة للسيطرة على أخطار السياحة الإلكترونية

يوجد عدد كبير من الأخطار والتحديات التي تقف حجر عثرة أمام انتشار السياحة الإلكترونية؛ لذا يمكن هنا وضع عدد من الحلول المقترحة للسيطرة على أخطار السياحة الإلكترونية كما يأتي:

- أ- توخي الحذر بإعطاء المعلومات الشخصية: وذلك بعدم إعطاء المعلومات الشخصية، إلا للجهات الموثوق بها، ومعرفة أسباب حاجة تلك الجهات لهذه المعلومات، وتضمن المعلومات الشخصية بشكل أساسي كلاً من العنوان البريدي، وأرقام الهاتف، والبريد الإلكتروني.
- ب- استخدام برنامج آمن للدخول إلى شبكة الإنترنت.
- ج- التأكد من موقع الشركة السياحية على الشبكة العنكبوتية.
- د - استخدام بطاقات الدفع المضمونة: يفضّل استخدام بطاقات دفع مضمونة أو محمية، والمقصود بذلك أن يتم التعامل مع مصدري بطاقات الدفع عبر الإنترنت، والذين يتمتعون بسياسات خاصة تحمي الشخص المتعامل من مسؤولية الاستخدام غير المرخص لبطاقته من قبل الآخرين.
- هـ - الحذر من تنزيل برامج عبر الإنترنت غير موثوقة المصدر.
- و - الحذر من إعطاء الأرقام السرية: ويشمل هذا التحذير الأرقام السرية كآنها وبشئى أشكالها وأنواعها، وخصوصًا الأرقام الخاصة بالدخول للشبكة عبر مزود الخدمة،

٧٩ <

كان تستخدم اسمك أو رقم هاتفك، ويفضّل أن تجعل رقمك السري معقدًا نوعًا ما وتضمنه مجموعة من الأرقام والأحرف والرموز، وكلما كان رقمك السري معقدًا، كان اكتشافه صعبًا.

- ز - الاحتفاظ بنسخ من العمليات: وهذه تعدّ من الأمور المهمة والتي تسهم في اكتشاف السرقات وتفاذي استمرارها.
- ح- عدم السماح للأطفال باستخدام الشبكة من غير إشراف.
- ط- عدم استخدام المواقع غير المرخصة.

- ١- وضح كيف تحمي المعلومات المخزنة على جهازك الشخصي.
- ٢- ما الخطوات التي ستتبعها في حالة فقدانك لمعلومات من جهازك الشخصي؟

> ٨٠

الزمن المتوقع نظري (ساعتان)

مراعاة الفروق الفردية

علاج

إثراء

- تكليف الطلبة إعداد بحث عن عدم تقبل بعض المواطنين لفكرة الحجز الإلكتروني بوساطة الإنترنت، وعرضه أمام الطلبة وبإشراف المعلم.

استراتيجيات التقويم وأدواته

- استراتيجية التقويم: القلم والورقة.
- أداة التقويم: اختبار كتابي (٦-٣).

التكامل الأفقي

التكامل الرأسي

مصادر التعلّم

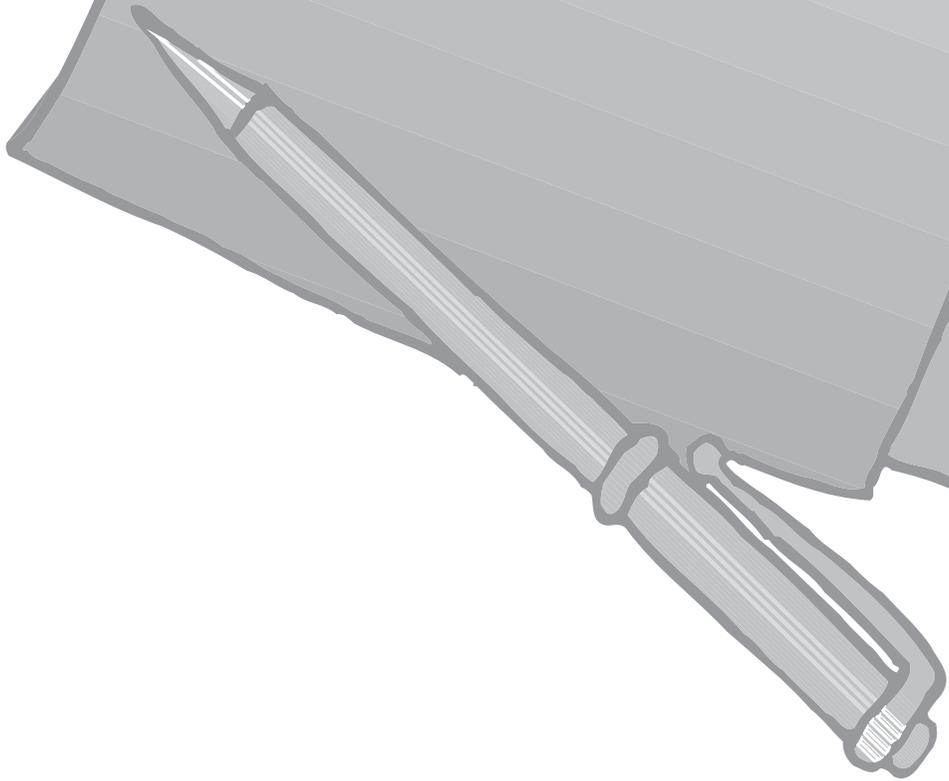
للمعلم

- الطائي، حميد عبد النبي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الأولى موسوعة الوراق، عمان، الأردن، ٢٠٠١م.

للطالب

- موقع وزارة السياحة الأردنية وعنوانه: www.mota.gov.jo

الملاحق



ملحق



إجابات الأسئلة

المستوى الثالث

- ١

- أ - الدليل المتطوع: أي شخص مؤهل يحمل إما رخصة دليل سياحي صادرة عن جهة رسمية، أو في منطقة لا توجد فيها جهة تصدر هذه الرخص، بالإضافة إلى أنه يجب أن يكون قد تلقى تدريباً خاصاً يؤدي للحصول على مؤهل له علاقة بالدلالة السياحية من أي جهة مؤهلة، سواء محلياً أو إقليمياً أو عالمياً، ويقود الزوّار في تلك الدولة أو المنطقة؛ بقصد تزويدهم بالمعلومات، والشرح عن مواضيع لها علاقة بالتاريخ والآثار والمعالم الحضارية، دون حصوله على مقابل.
- ب- الاتصال السياحي الإرشادي: وسيلة يقوم المرشد السياحي الذي يسمى المرسل، بتوجيه معلومات عن المواقع السياحية أو الأثرية، عن طريق كلمات أو رموز أو معاني تسمى الرسالة، بواسطة قناة قد تكون الخطابة أو البرشورات، لمجموعة من السائحين الذين يسمون المستقبل؛ ليقوم بعدها المرشد السياحي بدراسة ردة الفعل لأفراد المجموعة؛ للتأكد من وصول الرسالة وفهمها.
- ج- العلاقات العامة: الجهود المبذولة التي تقوم بها المؤسسات السياحية لتحسين صورتها في أذهان السياح، وكسب ودّهم ورضاهم، ودعم التفاهم والصلات القوية بينهم، مع المحاولات المستمرة لكسب الثقة ودوام الانسجام. أو هي حلقة اتصال لتوجيه علاقات المهتمين والمتفعين بالسياحة، وتنميتها في بلد ما أو بين بلدين أو أكثر، وتغذية كلّ طرف للآخر بالمعلومات السياحية الصحيحة بأفضل الطرق، مع العمل على تنمية هذه العلاقات وتحسينها واستمرارها؛ مما ينتج منه زيادة في عدد السياح، وكسب ودّهم ورضاهم، ودعم التفاهم والصلات القوية بينهم.
- د - (الإتيكيت والبروتوكول):
- (الإتيكيت): مجموع القواعد التي يتبعها المرشد السياحي في تواصله مع أفراد المجموعة السياحية، والنظر إليها بافتراضها المؤشرات التي تدل على السلوك القويم والذوق الرفيع، فهو فن الخصال الحميدة.
- (البروتوكول): مجموعة الإجراءات والتنظيمات والأساليب وقواعد الأولوية والأنظمة والأعراف والتقاليد، الواجب مراعاتها، والتقيد بها في عملية الإرشاد السياحي.
- هـ- الدليل المترجم: الشخص الذي يتولى ترجمة ما يتم تقديمه من قبل أي شخص مؤهل، ويحمل إما رخصة دليل سياحي صادرة عن جهة رسمية أو في منطقة لا توجد فيها جهة تصدر هذه الرخص، على أن يكون قد تلقى تدريباً خاصاً يؤدي للحصول على مؤهل له علاقة بالدلالة السياحية من أي جهة مؤهلة، سواء محلياً أو إقليمياً أو عالمياً، ويقود الزوّار في تلك الدولة أو المنطقة؛ بقصد تزويدهم بالمعلومات، والشرح عن مواضيع لها علاقة بالتاريخ والآثار والمعالم الحضارية، وحسب لغة المجموعة السياحية.
- و- الميثاق الأخلاقي: مجموعة من القيم العليا التي يسعى المرشدون السياحيون إلى الالتزام بها في إثراء ممارسة العمل، وهو مستوى توقعات المجموعات السياحية من سلوكياتهم، ويقصد بالقيم العليا ذلك التنظيم الخاص لخبرة الإنسان بما يعمل على تكوين الضمير الاجتماعي، وتوجيه السلوك في المواقف المختلفة وفق المعايير السائدة في المجتمع.
- ز- العامل السيكولوجي: كلّ ما يتعلق بالأحاسيس، مثل الاهتمام والإثارة والتحفز، أو النواحي الاجتماعية أو الاقتصادية. وما يرتبط بتصرفات الأفراد على حلّ المشكلات التي تواجهه، أو ضعفه أمام التحديات. إضافة إلى اهتمامه بمشاعر الآخرين أو باهتماماتهم الثانوية كالطموح والآمال والهوايات الفردية أو المشاعر المختلفة، كالحب والكراهية والخصام والحسد وغيرها.
- ح- الخريطة السياحية: وسيلة مركزة وملخصة للمعلومات التي يمكن استخلاصها بمجرد النظر إليها، تستخدم مجموعة من الرموز التي لها دلالة معينة، وتبين هذه الخرائط أوجه الاختلاف والتباين والتشابه والتماثل المكاني بين عدد منوع من الظواهر الجغرافية داخل الموقع السياحي، كما تساعد على فهم العلاقات المكانية بين المواقع السياحية، وقراءة أنماط الحركة السياحية واتجاهاتها وتحليلها، وتحديد الاتجاه والإحساس بالحجم والمساحة.

ط - البرنامج السياحي : تشكيلة واسعة من الخدمات (النقل، الإقامة ، وسائل الراحة والتسلية ، خدمات الطعام والشراب، جولات ترويجية ، وخدمات أخرى مكملية للسياح مثل الدلالة السياحية وغيرها).

ي - المدونة العالمية للسياحة : قرار صادر عن الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية رقم (٤٠٦)، أُقر فيه أن المرشد السياحي أهم محاور التنمية السياحية، وفيه أقرت الجمعية على أهمية تنشيط السياحة وتنميتها، من أجل الإسهام في التنمية الاقتصادية، والتفاهم الدولي والسلام والرفاهية والاحترام العالمي لحقوق الإنسان والحريات الأساسية، وتوفيرها للجميع دون تمييز من حيث العرق أو الجنس أو اللغة أو الدين.

- ٢

أ - يفترض الكثيرون أن مجال الإرشاد السياحي قد بدأ بداية رسمية في عام ١٩٥٧م، ذلك أن المجتمعات بدأت تشعر بالأمن والاستقرار، وتحسن المستوى المعيشي، وذلك بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية؛ مما أدى إلى ظهور السياحة بأعداد كبيرة وضخمة، إذ أصبحت السياحة تشكل علمًا يدرس، ونشاطًا له أسسه ومبادئه وقواعده وتأثيراته المباشرة وغير المباشرة في مختلف جوانب العملية السياحية، وارتبطت بذلك الحاجة إلى من يعرف السياح ويرشدهم في أثناء رحلاتهم السياحية؛ مما أدى إلى ظهور علم الإرشاد السياحي.

ب - يجب أن يكون المرشد السياحي الناجح في العلاقات العامة على اتصال دائم مع أطراف صناعة السياحة؛ وذلك لبناء سمعة جيدة تؤدي إلى تنمية العلاقات وتحسينها واستمراريتها، مما ينتج منه زيادة في أعداد السياح، فعليه أن يتقن أصول المحادثة مع السائحين، وأن يتقن كيفية التعامل معهم، كما يتوجب عليه أن يقيم علاقات جيدة مع العاملين كلهم في القطاعات الفندقية والسياحية؛ لتوفير مستوى متميز من الخدمات، تسهم في إعطاء الانطباع الإيجابي لدى السائحين، وتسهم في زيادة أعداد السائحين وعودتهم مرة أخرى.

ج - إن للمرشد السياحي دورًا مهمًا في تحديد فعالية صناعة السياحة ونجاحها. وكما هو معروف فإن المرشد السياحي يعد أحد أهم الفعاليات السياحية التي تسهم بالكثير من خلال ما يتمتع به من مهارات ذاتية وفنية ومعرفية واجتماعية، وهذا يتطلب من المرشد السياحي التعامل مع البشر على أساس مستوياتهم جمعياً، سواء أفراد المجموعات السياحية أو على مستوى المجتمع المحلي بمؤسساته والعاملين فيه كافة، وهذه المهمة تتطلب من المرشد السياحي بصفته قائد العلاقات الإنسانية أن يكون مطلعًا بعمق على الطابع البشرية، وموجهًا لتلك العلاقات الإنسانية بطريقة مدروسة ومحددة؛ لتفعيل العملية السياحية وإنجاحها.

د - يعد المرشد السياحي عصب العملية السياحية وعنصرها الفاعل، ذلك أن المرشد السياحي يكون من أكثر الأشخاص اتصالاً بالسياح، فهو يمثل الصورة المشرفة للدولة، ويعدّ سفيراً لبلده من خلال حسن المعاملة التي يقدمها للسائحين، والصورة الحسنة التي تتولد لديهم من خلال ما يقدمه لهم من معلومات، والتي ستؤدي إلى تكوين الانطباع الإيجابي لدى السائحين، ونقل الصورة الحسنة للآخرين؛ مما سيؤدي إلى زيادة في إقبال السائحين.

هـ - المرشد السياحي كأى إنسان آخر، يستطيع التعامل مع السائح بطريقة ناجحة وفاعلة إذا عرف حالته النفسية. دراسة الحالة النفسية أهم عناصر نجاح أى شخص يتعامل مع الآخرين؛ لأنه سيستطيع دراسة مشاعر الآخرين وأحاسيسهم وتصرفاتهم، ويستطيع أن يحدد طريقة التعامل المناسبة حسب طبيعة السائح؛ فيتعد عن كل ما قد يؤثر في السائح سلبيًا، ويستخدم كل ما يفضل السائح وعليه سوف يكون ناجحًا في تعامله مع السائحين.

و - استمرار بحث المرشد السياحي في أحدث الوسائل وإنجاحها للوصول إلى المعلومة الحديثة . كما هو معروف، فنحن نعيش في عالم دائم التطور، ومعظم السائحين على معرفة بهذه التطورات إذ إن استخدام الوسائل الحديثة للمرشد السياحي من وسائل اتصال وأدوات بحث، وتحديد المواقع السياحية والأثرية، وفهم ما يدور في العالم، سوف يساعد المرشد على توصيل المعلومة الصحيحة للزائرين.

ز - الالتزام بأخلاقيات مهنة المرشد السياحي يدعم ثقة المرشد السياحي بنفسه، وثقته بالمنظمة والمجتمع، ويقلل القلق والتوتر لدى المرشد السياحي والمجموعة السياحية.

لأن المرشد السياحي سوف يتبع مجموعة من معايير السلوك الرسمية وغير الرسمية التي تعد المرجع في توجيه سلوكه في أثناء تأدية وظائفه، مما يسهم في إعطاء صورة جميلة عن البلد، ويقلل الممارسات غير العادلة، الأمر الذي يسهم في تعزيز ثقته بالمنظمة والمجتمع، ويقلل التوتر بين المرشد السياحي والمجموعة السياحية.

ح - يقع على عاتق المرشد السياحي قبل البدء في تنفيذ البرنامج السياحي عدد من الأمور التي تسهم في نجاح الرحلة السياحية.

يتوجب على المرشد السياحي أن يكون على معرفة بالأجر الشخصي، ومناقشة البرنامج السياحي بتفاصيله، قبل إعطاء الموافقة أو الرفض، والانتباه إلى الأمور القانونية؛ لكي لا يرتكب المرشد السياحي أي مخالفة في أثناء قيامه بالعمل، وكذلك معرفة متطلبات السائح المشمولة في البرنامج السياحي، وأي متطلب آخر غير مشمول في البرنامج، وعدم تنفيذه إلا بالرجوع إلى الشركة المنفذة للبرنامج.

- ٣

أ - عملية الاتصال في الإرشاد السياحي.

يتعين على المرشد السياحي أن يمتلك مهارات الاتصال، حتى يتمكن من إيصال المعلومات والبيانات عن أي موقع سياحي بشكل يؤدي إلى تحقيق الهدف، ذلك أن عملية الاتصال تقوم على مجموعة من الأطراف، والتي تشكل عملية الاتصال الفعال في الإرشاد السياحي، ومنه:

١. المرسل وهو المرشد السياحي.
٢. الرسالة وهو ما سيتم إيصاله للمجموعات السياحية من بيانات ومعلومات.
٣. القناة وهي وسيلة الاتصال التي تنقل من خلالها الرسالة المطلوبة.
٤. المستقبل ويتمثل هنا بالمجموعة السياحية.
٥. الاستجابة التي يبديها المرسل إليه بعد استقباله الرسالة.

ب - (الإتيكيت والبروتوكول) في الإرشاد السياحي.

(الإتيكيت): يلعب (الإتيكيت) أهمية كبيرة في الإرشاد السياحي، إذ إنه يمثل مجموعة القواعد التي يتبعها المرشد في تواصله مع أفراد المجموعة السياحية، والنظر إليها بافتراضها مؤشرات تدل على السلوك القويم والذوق الرفيع للمرشد السياحي.

(البروتوكول): أما (البروتوكول) فيمثل مجموعة الإجراءات والتنظيمات والأساليب وقواعد الأولوية والبروتوكول والأعراف والتقاليد، الواجب مراعاتها والتقيدها في عملية الإرشاد السياحي.

إذن (الإتيكيت والبروتوكول) يحدد السلوك القويم، والتصرف الواجب على المرشد اتباعه مع المجموعات السياحية.

ج - المهارات الذاتية والمهارات الفنية في الإرشاد السياحي من حيث المفهوم.

المهارات الذاتية: تشمل المهارات الذاتية والسمات الشخصية والقدرات العقلية والمبادأة والابتكار، فطبيعة العمل السياحي في الموقع السياحي تستوجب من المرشد السياحي أن تتوفر لديه صحة جيدة وقوة ونشاط وقدرة على التحمل؛ حتى يستطيع أن ييئ الحيوية والنشاط في أفراد المجموعة السياحية، وأن يكون قادرًا على ضبط النفس والصبر، وأن يمتلك عنصر الشعور بالمسؤولية وقوة الإرادة والعزيمة والثقة والاعتداد بالنفس والمرونة والأمانة الشخصية.

المهارات الفنية: أما المهارات الفنية، فتستوجب على المرشد السياحي أن يكون ملماً بكثير من المعارف والمعلومات، بحيث يعرف متى وكيف يحصل عليها، وعليه أن يمتلك روح البحثية دائماً، ويسعى إلى التجديد والابتكار والإبداع.

- د - مصادر أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي من حيث المفهوم والأهمية.
١. المصدر الديني: وهنا يستمد المرشد السياحي الأخلاق من تعاليم الأديان السماوية، التي تدعو إلى الاستقامة في التعامل، وحسن المعاملة، والتي تنعكس على أخلاقيات المرشد السياحي في مجال عمله وإخلاصه فيه، واستقامته مع أفراد المجموعة السياحية.
 ٢. البيئة الاجتماعية والعادات والتقاليد: بيئة المجتمع الذي تسوده قيم سياسية أو اجتماعية أو عقائدية متناغمة، لا بد أن ينقل أفراد هذه القيم إلى المجموعات السياحية القادمة لزيارته، والتي سيكون لها تأثير في مهنة الإرشاد السياحي وفي مستوى التعامل بين المرشد السياحي و المجموعات السياحية.
 ٣. التشريعات السياحية: اللوائح والبروتوكول التي تصدرها الحكومات كما في وزارة السياحة في الأردن، والتي تشكل مصدرًا من مصادر الأخلاق في العمل في مجال الإرشاد السياحي، ومن أهم هذه المصادر الضوابط الأخلاقية والقوانين التي تحدد عمل المرشد السياحي وسلوكه، والتي تحثه على التمسك بالأخلاق الفاضلة، والعمل على الارتقاء بالعمل السياحي.
- ٤ - تعتمد فاعلية عملية الاتصال السياحي الجيد في العملية الإرشادية على الابتعاد عن أسلوب المحاضرة في الحديث مع أفراد المجموعة السياحية، ويجب تجنب استخدام المصطلحات اللغوية الصعبة.
- على المرشد السياحي أن يختار قناة الاتصال المناسبة، وأن يحاول تقديم المعلومات بطريقة من التشويق والمتعة وبأسلوب يناسب طبيعة المجموعة السياحية؛ لأن تقديم المعلومة على شكل محاضرة سوف يضع مجموعة السياح في أجواء من الرسمية والروتين، وليس المتعة والاستمتاع، وعلى المرشد السياحي تجنب استخدام المفاهيم والمصطلحات اللغوية التي يصعب فهمها؛ لضمان وصول الرسالة وفهمها من قبل أفراد المجموعة السياحية، لأن عدم الفهم سيؤدي إلى الضجر والملل وعدم المتعة في أثناء مشاهدة الموقع الأثري أو السياحي.
- ٥ - أ - العلاقات العامة والإرشاد السياحي.
- العلاقات العامة في الإرشاد السياحي ليست وظيفة إدارية يكلف بها المرشد السياحي، وإنما هي أسلوب عمل وفلسفة لتحقيق تكامل الصورة التي تظهر عليها السياحة لدى المجموعات السياحية الوافدة، فالعلاقات العامة تسعى إلى نشر الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء المتعلقة بالمواقع السياحية، مما يساعد على إقامة جسور الصداقة والتفاهم والثقة بين أفراد المجموعة السياحية؛ لتحسين الصورة الذهنية عن البلد، ولتحقيق زيادة في عدد السائحين.
- ب - (الإنترنت والبروتوكول) وتطور مهنة الإرشاد السياحي.
- فن (الإنترنت والبروتوكول) الذي يتبعه المرشد السياحي في تواصله مع أفراد المجموعة السياحية، وإتباعه لقواعد (الإنترنت والبروتوكول) في الإرشاد السياحي في التعامل مع المجموعات السياحية، سوف يساهم في تطور مهنة الإرشاد السياحي.
- ج - التعرف إلى العامل النفسي ونجاح مهمة المرشد السياحي
- إن دراسة العامل النفسي للمجموعات السياحية سيساعد المرشد السياحي على استخدام الطريقة المناسبة في التعامل مع المجموعات السياحية، ويجنبه ما يثير السائح؛ مما يساعد المرشد السياحي على نجاح مهمته.
- د - القدرة على تلقي المعرفة للمرشد السياحي وقيادة المجموعات السياحية
- كلما زاد مستوى معرفة المرشد السياحي بالطبائع البشرية وأساليب التعامل مع البشر على اختلاف مستوياتهم، زاد إتقان المرشد السياحي في قيادة المجموعات السياحية.

٦ -

- يتوجب على المرشد السياحي قبل وصول المجموعات السياحية القيام بما يأتي:
- أ - دراسة البرنامج المتفق عليه جيداً، والتأكد من دقة المواعيد، وقابليتها للتنفيذ، ودراسة تفاصيل المسارات السياحية للمجموعات السياحية كافة، ويجب على المرشد السياحي إيداع نسخة من البرنامج لدى الشركة السياحية المنفذة، والاحتفاظ بنسخة أخرى للاستعانة بها ميدانياً.
- ب - تجهيز قائمة بأسماء أفراد المجموعة السياحية القادمة وبأكثر من نسخة.
- ج - التأكد من الحجوزات الخاصة بالتواصل المباشر مع المنشآت السياحية و الفندقية، والاحتفاظ بنسخة من بركات تثبيت الحجوزات في الفنادق والمطاعم السياحية.
- د - تهيئة المطبوعات المقرر توزيعها على أفراد المجموعة السياحية، وكذلك تجهيز الهدايا.
- هـ - استلام سلفه مالية لتغطية المصروفات التي تتطلب الدفع النقدي المباشر.
- و - التأكد من سلامة وسيلة النقل السياحي ونظافتها، وإعلام السائق بجنسية المجموعة السياحية ومنهاجها، والأسلوب المناسب في التعامل معها.
- ز - التأكد من التجهيزات الفنية الخاصة بالرحلة السياحية، مثل (الميكرفون) ومكبر الصوت.

٧ -

- مصادر الأخلاق في عمل المرشد السياحي:
- أ - المصدر الديني
- ب - البيئة الاجتماعية والعادات والتقاليد.
- ج - التشريعات السياحية.

٨ -

- من الأمور التي تساعد المرشد السياحي على تطوير نفسه:
- أ - البحث المستمر في أحدث الوسائل للوصول إلى المعلومة الحديثة.
- ب - متابعة الأحداث العالمية جميعها من خلال قراءة الصحف اليومية، ومشاهدة التلفاز، ومتابعة الإنترنت.
- ج - الاحتكاك الفعال مع السائحين والتركيز على اللغة لتطويرها، وفهم المصطلحات والمفردات الجديدة.
- د - معرفة الإجراءات والأمور المتعلقة بالإسعافات الأولية جمعياً.
- هـ - التحاور والتواصل مع المرشدين الآخرين والمواطنين في مناطق الجذب السياحي.

١ -

- أ - المنظمات السياحية غير الحكومية: منظمات أنشئت وفقاً لوثائق الأمم المتحدة الصادرة في عام ١٩٩٤م، تمثل كياناً غير هادف للربح، وأعضاؤها جماعات من المواطنين ينتمون إلى دولة واحدة أو أكثر، وتحدد أنشطتهم بفعل الإرادة الجماعية لأعضائها، واستجابة إلى واحدة من الجماعات التي تتعاون معها المنظمة غير الحكومية أو أكثر، وتسعى هذه المنظمات إلى التركيز على المشاريع السياحية، التي تؤدي إلى زيادة القدرة المحلية على تحقيق التنمية السياحية المستدامة.
- ب - الإقليم السياحي: منطقة أو أرض تحتوي على عناصر جذب أساسية لإغراء السياح بالقدوم، والمكوث فيها لفترة زمنية معينة، لمزاولة نشاطات سياحية متنوعة، سواء كان الغرض من الرحلة البقاء في المنطقة أو المرور منها إلى منطقة أخرى لبعض الوقت.
- والإقليم السياحي لا يعني بالضرورة جغرافية المنطقة التي يغطيها الإقليم السياحي، وإنما يقصد به تكامل التسهيلات والإمكانيات السياحية داخل المواقع السياحية، التي تشكل مجموعها إقليمًا سياحيًا معينًا، تجمع المقومات الطبيعية والحضارية كافة داخل منطقة جغرافية معينة في بوتقة واحدة، مما يسهل عملية التطوير السياحي لهذه المنطقة بصفة شمولية تكاملية.
- ج - المنظمة الدولية للطيران المدني: منظمة تابعة للأمم المتحدة تأسست عام ١٩٤٧م، ويقع مقرها في مدينة مونتريال في كندا، مهمتها تطوير أسس الملاحة الجوية أو تقنياتها والتخطيط لها، والعمل على تطوير صناعة النقل الجوي؛ لضمان أمنها وسلامتها ونموها، وتعمل هذه المنظمة على تنظيم الملاحة الجوية بين الدول وعمليات عبور الحدود وتسهيلها ومنع المخالفات، وهي التي تضع أنظمة التحقيق في الحوادث الجوية.
- د - منظمة السياحة العالمية: منظمة دولية تعنى بشؤون السياحة العالمية، وقد أنشئت في عام ١٩٧٤م، وتقع في مدريد في إسبانيا، وقد حولت المنظمة إلى وكالة متخصصة للأمم المتحدة في عام ٢٠٠٣م، وقد وصل عدد أعضائها إلى (١٤٥) بلدًا وسبعة أقاليم، وقرابة ٣٥٠ عضوًا منتدبًا يمثلون القطاع الخاص والمؤسسات التعليمية والاتحادات السياحية والسلطات السياحية المحلية، حيث تهدف المنظمة إلى نقل الخبرات الدولية والمعرفية الفنية لقطاع السياحة، وكذلك الإسهام في بناء قدرات العاملين في المجال السياحي، وتعزيز الشراكة في التنمية السياحية، وترويج السياحة كآلية للسلام وأداة للتعاون المشترك.
- هـ - الاتفاقيات السياحية: وثيقة تتضمن مجموعة إجراءات تنظيمية، وأهدافها عامة معتمدة عن طريق الاتفاق بين دولتين أو أكثر؛ بهدف تنظيم الشؤون المتعلقة بالسياحة، لتعزيز القطاع السياحي، وتأهيله للإسهام الإيجابي البارز في اقتصاديات الدول الموقعة على الاتفاقية.

٢ -

- أ - أنشئت منظمة التجارة العالمية في عام ١٩٩٥م، بافتراضها المنظمة العالمية الوحيدة المتخصصة بالقوانين الدولية المعنية بالتجارة ما بين الدول.
- هي منظمة عالمية مقرها مدينة جنيف في سويسرا، مهمتها الأساسية ضمان انسياب التجارة بأكبر قدر من السلاسة واليسر والحرية، وهي المنظمة العالمية الوحيدة المختصة بالقوانين الدولية المعنية بالتجارة ما بين الأمم. تضم منظمة التجارة العالمية ١٥٢ عضوًا من دول العالم، وتهدف إلى الآتي:
١. إقامة عالم اقتصادي يسوده الرخاء والسلام: فالمستهلك والمنتج كلاهما يعلم إمكان التمتع بضمان الإمداد المستمر بالسلع، مع ضمان اختيار أوسع من المنتجات تامة الصنع ومكوناتها وموادها الخام، وكذلك بخدمات إنتاجها. وبذلك يضمن كل من المنتجين والمصدرين أن الأسواق الخارجية ستظل مفتوحة دائمًا لهم.
 ٢. نشوء عالم اقتصادي مزدهر يتمتع بالسلام ومسؤول بصورة أكبر: يتم اتخاذ القرارات في منظمة التجارة العالمية بصورة نموذجية بإجماع الدول الأعضاء، ويتم التصديق عليها بواسطة برلمانات الدول الأعضاء. وأما الاعتراض

بخصوص الخلافات التجارية، فيتم عن طريق آلية فض المنازعات الخاصة بمنظمة التجارة العالمية، حيث يتم التركيز على تفسير الاتفاقيات والتعهدات وكيفية ضمان التزام السياسات التجارية للدول بها، وبهذه الطريقة تنخفض مخاطر امتداد الخلافات إلى نزاعات سياسية أو عسكرية، وخفض الحواجز التجارية وكذلك يزيل نظام منظمة التجارة العالمية الحواجز الأخرى بين الأفراد والدول.

٣. توفير الحماية المناسبة للسوق الدولي ليلتئم مختلف مستويات المعيشة والتنمية.

٤. إيجاد وضع تنافسي دولي للتجارة يعتمد على الكفاءة الاقتصادية في تخصص الموارد.

٥. تحقيق التوظيف الكامل لموارد العالم.

٦. الأهداف الإستراتيجية للمنظمة ضمن جولة أورو جواي.

ب - تعد المنظمات التي تعمل في أكثر من إقليم في البلد المضيف الواحد شائعة في كثير من دول العالم السياحية. بسبب كثرة انتشار هذه المنظمات في أكثر من موقع في البلد نفسه، وعليه كثرة أعضائها وكثرة الخدمات التي تقدمها لخدمة السياحة واتساعها.

ج - تعد منظمة السياحة العالمية مركزاً رائداً لجمع البيانات السياحية وتحليلها ونشرها. لأنها تتلقى معلومات وبيانات سياحية من ١٤٥ دولة وسبعة أقاليم و ٣٥٠ عضواً منتدباً عن القطاع الخاص، بما يعود بالفائدة على الدول الأعضاء جميعها.

د - ساعدت منظمة السياحة العربية الأعضاء على المشاركة بنجاح في زيادة قدراتهم التنافسية بطرق مختلفة. لأنها تعمل على دعم مصالح الأعضاء ورعايتها، وتنشيط صناعة السياحة وتطويرها في الدول العربية، وتسهم في تحقيق الازدهار الاقتصادي ومكافحة الفقر من خلال التنمية السياحية المستدامة؛ تفعيلاً لدور السياحة في تعظيم الميزة التنافسية في الدول العربية كمنطقة جذب سياحي، وتسهم في توفير العملات الصعبة وفرص العمل، فضلاً عن أنها تعمل على وضع الخطة التسويقية للسياحة، وتساعد على إقامة المشاريع السياحية، وتوزيع المنافع السياحية، وتشجيع صناعة الحرف اليدوية.

٣ - قارن بين منظمة السياحة العالمية ومنظمة السياحة العربية، من حيث النطاق الجغرافي والأهداف.

المعايير	منظمة السياحة العالمية	منظمة السياحة العربية
النطاق الجغرافي	تشمل العالم كله	تشمل العالم العربي
الأهداف	<p>أ - تهدف المنظمة إلى نقل الخبرات الدولية والمعرفية الفنية لقطاع السياحة.</p> <p>ب - الإسهام في بناء قدرات العاملين في المجال السياحي.</p> <p>ج - تعزيز الشراكة في التنمية السياحية وترويج السياحة، كآلية للسلام وأداة للتعاون المشترك.</p> <p>د - تبادل الخبرات والتجارب المتوفرة لدى الدول الأخرى.</p>	<p>أ - تعظيم العوائد الاقتصادية للسياحة، وتفعيل مشاركة القطاع الخاص والمجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية.</p> <p>ب - اعتماد قطاع السياحة كأداة فاعلة لتحسين الدخل والحد من الفقر والبطالة، وتعزيز مبدأ المشاركة في الإدارة الوطنية للسياحة، ورفع كفاءة البناء المؤسسي لقطاع السياحة.</p> <p>ج - وضع سياسيات التسويق السياحي والترويج لها وقيادتها، وتعظيم العوائد الاقتصادية للسياحة، وزيادة المقبوضات السياحية وزيادة الإسهام السياحي في الناتج القومي الإجمالي.</p> <p>د - خلق بيئة استثمارية حاضنة للمشاريع السياحية، وتشجيع إقامة مشاريع سياحية في مختلف المناطق في الدول العربية.</p> <p>هـ - توزيع المنافع السياحية جغرافياً، مما يحقق خلق منتج سياحي في مختلف الأقاليم.</p> <p>و - تشجيع صناعة الحرف اليدوية، وزيادة إسهام المجتمعات المحلية في هذه الصناعة.</p>

٤ -

((تنشأ المنظمة السياحية الدولية بموجب اتفاقيات دولية متعددة الأطراف، تدخل حيز التنفيذ عندما تنظم إليها أو تصادق عليها مجموعة من الدول يحددها ميثاق المنظمة الدولية)).
لأن هذه المنظمة تأخذ الصفة الدولية لمشاركة عدد كبير من الدول السياحية على المستوى الأجنبي أو العربي، وعليها ستُحدّد القوانين (والبروتوكولات) الدولية التي تنظم عملها لتكون واحدة في مختلف الدول المنظمة إليها، وتسعى إلى تحقيق أهدافها في مختلف الدول المنظمة إليها، بحيث تكون الدول عضوًا في منظمة الأمم المتحدة التي تنبثق عنها هذه المنظمة.

٥ -

- أ - التنظيم والتطور السياحي في المجتمعات المحلية.
كلما كانت العملية التنظيمية في القطاع السياحي على مستوى عالٍ من الإتقان، ساهم ذلك في التطور السياحي في المجتمعات المحلية، ذلك أن التنظيم يشمل تحديد المسؤوليات والواجبات، وتحديد الأشخاص المناسبين والمؤهلين المعنيين في وضع الخطط السياحي، ورسم السياسات والبرامج السياحية التي تسهم في تطوير السياحة وتطوير المناطق السياحية.
- ب - حجم المنظمة الدولية والخدمات السياحية المقدمة.
كلما كان حجم المنظمة الدولية كبيرًا وعدد أعضائه كثيرًا، كانت الخدمات السياحية التي تقدمها للدول المنظمة إليها كبيرة وشاملة لجوانب العملية السياحية جميعها؛ لاتساع المعلومات والبيانات السياحية التي تحصل عليها من الدول الأعضاء، والذي يسهم في تقديم خدمات أكبر وأكثر شمولاً.

ملحق



إجابات الأسئلة

المستوى الرابع

١ -

أ - التخطيط السياحي (Planning tourism)

رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في الموقع السياحي، وفي فترة زمنية محددة، ويقتضي ذلك حصر الموارد الطبيعية في الموقع السياحي، من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية، وتحقيق تنمية سياحية مستدامة وسريعة ومنظمة.

ب - التخطيط السياحي المستدام (Planning tourism Sustainability)

استخدام موارد البيئة بما يحقق لها الاستخدام المتوازن والآمن، بحيث لا يتعدى استخدام مشروعات التنمية السياحية الخط الحرج، كي لا تحدث نتائج عكسية تعمل على تدهور البيئة.

ج - مرحلة التخطيط التفصيلي (Micro Phase)

إجراء دراسة تفصيلية على مستوى الموقع السياحي الواحد داخل الإقليم السياحي.

٢ -

أ - حتى تعم الفائدة على الأقاليم كافة، ويتم ذلك من خلال إنشاء نقاط جذب سياحي بتخصيص بعض المناطق بنشاطات تلائمها، وتكون هذه النشاطات الاقتصادية والخدمات والموارد الطبيعية والبشرية بين مختلف الأقاليم، ومناطق الإقليم الواحد.

ب - إن المنتج السياحي الجيد هو أساس الجذب السياحي، فكلما كان المنتج عالي الجودة، كان السوق السياحي في أفضل حالاته.

ج - السياحة الثقافية تعتمد على المواقع التراثية والحضارية، لذلك يكون الاهتمام شديداً بتطوير هذه المواقع وإظهارها على أفضل ما يكون.

د - لأن الأساليب الأخرى تضمن الديمقراطية في عملية التنمية ونجاحها على المدى البعيد، ومع وجود البيروقراطية ومركزية الإدارة أيضاً.

هـ - غياب الجودة أو ضعفها في المنتج السياحي يعني غياب السياح، وهذا بالضرورة يعني فشل التخطيط.

٣ -

أ - التمويل والتخطيط للموقع السياحي.

يحتاج التخطيط للموقع السياحي إلى نفقات كبيرة، لذلك يتم الاعتماد في كثير من الأحيان على المساعدات الخارجية، أو الديون التي تتلقاها الدول النامية من البنك الدولي أو الدول المتقدمة.

ب - السياحة البيئية، والتخطيط السياحي.

تشكل البيئة ركناً أساسياً عند إعداد الخطط المتعلقة بتطوير المواقع السياحية؛ لأنها تحدد ملامحها الطبيعية أنماط السياحة الأجدر بعملية التخطيط لها وتنميتها، مع ضرورة اهتمام المخطط بالمحافظة على الملامح الطبيعية للمنطقة وحمايتها.

ج - العلاقة بين المواقع التراثية والسياحية.

من أهداف السياحة المستدامة الاستفادة من المواقع التراثية والأثرية، ومن أجل تحقيق هذه الاستفادة، لا بد من النهوض بهذه المواقع وتنميتها داخلياً بتطوير القاعدة الاقتصادية وتحقيق النمو، وخارجياً بتقديم الإعانات المالية والحوافز للمستثمرين.

٤ - يتم ذلك من خلال تحديد الموارد السياحية وصيانتها والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.

٥ -

أ - مرحلة التخطيط العام و مرحلة التخطيط الانتقالي في التخطيط السياحي.

١ . مرحلة التخطيط العام:

يتم في هذه المرحلة النظر بشكل عام وشمولي إلى المواقع السياحية عامة، مع التركيز على الأمور الآتية:

أ . الناتج القومي المتأتي من السياحة.

ب . القيمة المضافة للسياحة والموارد الطبيعية.

ج . الإمكانيات السياحية.

٢ . مرحلة التخطيط الانتقالي:

يتم في هذه المرحلة العمل على تقسيم المنطقة السياحية إلى أقاليم سياحية.

ب- التوجه المادي والتوجه نحو المجتمع في التخطيط السياحي.

١ . التوجه المادي:

يركز على الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي، وتعيين المناطق الحساسة، وذلك لتقليل الآثار السلبية للسياحة

على البيئة.

٢ . التوجه نحو المجتمع:

الاهتمام بالمجتمعات المحلية، وبالمواقع السياحية وإشراكهم في التنمية السياحية.

- ١ - أ - التسويق السياحي (Marketing tourism).
 ب - الخطة التسويقية (Marketing Plan)
 ج - (Planning Marketing Tourism)
 د - البرنامج السياحي (Tourism Program).
 (عملية دراسة الفرص التسويقية الممكنة، ثم تحديد التصرف اللازم والمواد الضرورية لاستغلال هذه الفرص بما يمكن من تحقيق الأهداف المرغوبة).
 (مجموعة الخدمات التي سيقدمها الموقع السياحي للسائح خلال فترة معينة وبتكلفة معينة)، أو (مجموعة المنافع التي يحصل عليها السائح، وتعمل على إشباع احتياجاته ورغباته خلال فترة معينة بشكل معين وبتكلفة معينة).
- ٢ - أ - التسويق السياحي: في ظل الوسائل الإلكترونية، أصبحت الفواصل والحدود الجغرافية غير معترف بها، فقد تحولت الوظيفة التسويقية إلى مفهوم جديد، تعتمد على التكنولوجيا؛ مما أدى إلى انطلاق قطاع التسويق السياحي الإلكتروني في العالم.
 ب - أصبح التسويق السياحي يستخدم الوسائل الإلكترونية في عملية التسويق، حيث تعتمد في إنجاح هذه العملية على استخدام الأدوات المختلفة وخاصة ما كان له تأثير قوي مثل الصورة والصوت، فكلما كانت الرسالة التسويقية تستخدم الأدوات المناسبة وذات التأثير القوي، استطاعت تحقيق التأثير المطلوب.
 ج - التخطيط السياحي يعتمد رسم الصور التقديرية للنشاط السياحي المستقبلي، وحصص الموارد الطبيعية والتراثية؛ مما يهدف للتخطيط التسويقي، واستغلال هذه الموارد الطبيعية والتراثية.
 د - من أولويات التخطيط السياحي: أن تكون السياحة ذات ديمومة، أي مستدامة وذات استمرارية، وحتى تتم الاستمرارية يجب أن يواكبها التسويق والإعلان السياحي الداعم لها، ويكون التسويق مستمرًا وعاملاً أساسيًا من أجل نجاح الاستدامة السياحية.
- ٣ - السياحة البيئية تعتمد في طبيعتها على استغلال الطبيعة وما فيها من موارد مائية وطبيعة خضراء ومختلف مظاهر سطح الأرض الأخرى، هذه الخصائص البيئية مرتبطة بالجمال وحب الطبيعة، لذلك أخذ التسويق السياحي والبرامج السياحية المادة الرئيسة لها من هذه الخصائص.
- ٤ - تأثير المقومات السياحية وقوة الجذب وسهولة الوصول إلى الموقع، هذه العوامل مرتبطة ارتباطاً لصيقاً مع بعضها بعضاً، فانفصال أحد هذه العناصر أو ضعفه يؤدي بالتأكيد إلى ضعف في التسويق وترويج المنتج السياحي، فلا توجد سياحة دون مواصلات تؤمن السائح إلى الموقع السياحي وإن كان جذاباً، ولا توجد سياحة دون مقومات وقوة جذب للسائح تعطيه الانبهار والمتعة والراحة.

١ -

- أ - نظم المعلومات السياحية (Tourism Information Systems) استخدام شتى الوسائل والأدوات وتقنية المعلومات في مجال الاتصالات، من أجل تسخيرها في مجالات الحجز والتوزيع، لأن هذه النظم أصبحت هي الأساس في صناعة السياحة.
- ب - السياحة الإلكترونية (E - Tourism) هي نظام يتيح بوساطة الإنترنت أو الشبكات التجارية العالمية كل ما يتعلق بعرض الخدمات السياحية وتسويقها إلكترونياً.
- ج - نظام فيديليو (Fidelio System) نظام يستخدم في إدارة العمل في الفنادق وتنظيمه بشكل إلكتروني، مما يساعده على اتخاذ القرارات الصائبة، ويمتاز بالسرعة والدقة.
- د - التذاكر الإلكترونية (E-Ticketing) هي نموذج إلكتروني للتذكرة الورقية، يُشترى بوساطة الإنترنت ومن الشبكات التجارية العالمية، ويزوّد المسافر بإيصال استلام بدلاً من التذكرة الورقية العادية.

٢ -

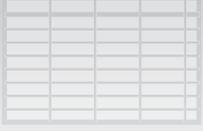
- أ - نظم المعلومات السياحية الموجودة خلال الإنترنت والمرتبطة بصناعة السياحة، وتستخدمها الشركات التجارية العالمية، حيث إن المكون لها الفنادق وشركات الطيران، وشركات النقل المختلفة، ووكلاء السياحة، وقد أوجد ارتباط المصالح المشترك فيما بينها علاقة بنوية قوية؛ لذلك أصبح نظام المعلومات السياحية العنصر الأساس والرابط البنوي فيما بينها.
- ب - تشجيع استخدام التذاكر الإلكترونية من قبل الأياتا في بداية هذا القرن وتعميمها؛ لأنها الوسيلة الأسرع والأرخص والأكثر فاعلية والأكثر دقة من التذاكر الورقية العادية.
- ٣ - بسبب الطلب المتزايد على خدمات الطيران الناجم عن ظهور مواقع سياحية جديدة على الخارطة السياحية العالمية.

ملحق



أدوات التقييم

المستوى الثالث



ملحق (٢)

الوحدة الأولى: الإرشاد السياحي

أدوات التقويم ٣م

ملحق (١-١)

الموضوع: مفهوم الإرشاد السياحي

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام الموكلة إليهم في إستراتيجية التدريس.

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جدًا	جيد	ضعيف
١	يوضح معنى الإرشاد السياحي				
٢	يعدد القواعد المهمة في مهنة الإرشاد السياحي				
٣	يبيّن الهدف الرئيس للإرشاد السياحي				
٤	يوضح أهمية مهنة الإرشاد السياحي				
٥	يبيّن العلاقة بين صناعة السياحة والإرشاد السياحي				
٦	يبيّن الفوائد الإيجابية من أنشطة الإرشاد السياحي				

ملحق (١-٢)

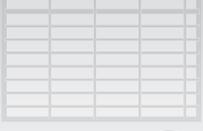
الموضوع: المرشد السياحي

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام الموكلة إليهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جدًا	جيد	ضعيف
١	يوضح مفهوم المرشد السياحي				
٢	يبيّن الأدوار التي يقوم بها المرشد السياحي				
٣	يعدد المؤهلات التي تشترطها وزارة السياحة في الشخص الذي يمارس مهنة الإرشاد السياحي				
٤	يبيّن الشروط الواجب توافرها في الشخص الذي يسعى للحصول على الترخيص لممارسة مهنة المرشد السياحي				
٥	يعدد الوثائق الواجب على المرشد تقديمها لوزارة السياحة للحصول على رخصة مزاوله مهنة الإرشاد السياحي				
٦	يبيّن الالتزامات الواجب على المرشد التقيد بها في أثناء قيامه بعمله				
٧	يعدد أنواع المرشدين السياحيين وخصائصهم				



ملحق (٢) الوحدة الأولى: الإرشاد السياحي

أدوات التقويم ٣٣

ملحق (١-٣)

الوحدة الأولى: الإرشاد السياحي
الموضوع: خصائص المرشد السياحي
إستراتيجية التقويم: الملاحظة
أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام الموكلة إليهم في إستراتيجية التدريس

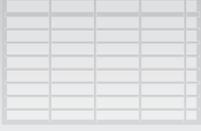
الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جداً	جيد	ضعيف
١	يحدّد الخصائص المعرفية للمرشد السياحي				
٢	يبيّن الخصائص الشخصية للمرشد السياحي				
٣	يعدد مهارات المرشد السياحي				
٤	يميّز بين مهارات المرشد السياحي				

ملحق (١-٤)

الموضوع: واجبات المرشد السياحي
إستراتيجية التقويم: الملاحظة
أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام الموكلة إليهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جداً	جيد	ضعيف
١	يحدد واجبات المرشد السياحي قبل البدء في تطبيق البرنامج السياحي				
٢	يعدد واجبات المرشد السياحي قبل وصول أفراد المجموعة السياحية				
٣	يبيّن واجبات المرشد السياحي الواجب اتباعها عند استقبال المجموعات السياحية				
٤	يحدد واجبات المرشد السياحي الواجب اتباعها خلال تنفيذ البرنامج السياحي				
٥	يعدد واجبات المرشد السياحي عند انتهاء البرنامج السياحي و توديع المجموعة				
٦	يدرك الحالات الحرجة والخطرة وكيفية التعامل معها				



ملحق (٢)

الوحدة الأولى: الإرشاد السياحي

أدوات التقويم ٣٣

ملحق (١-٥)

الموضوع: العلاقات والاتصال في الإرشاد السياحي

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

- ١ - وضح المقصود بالعلاقات العامة في الإرشاد السياحي.
- ٢ - عدد أهداف العلاقات العامة في الإرشاد السياحي.
- ٣ - بين أهمية مهارات العلاقات العامة لدى المرشد السياحي.
- ٤ - عدد الأطراف المشتركة في عملية الاتصال السياحي الإرشادي.
- ٥ - ما الأمور الواجب على المرشد السياحي مراعاتها عند إجراء عملية الاتصال السياحي مع المجموعة السياحية التي يقودها؟

ملحق (١-٦)

الموضوع: (الإتيكيت والبروتوكول) في الإرشاد السياحي

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

- ١ - وضح المقصود بـ (الإتيكيت والبروتوكول) في الإرشاد السياحي.
- ٢ - ما قواعد (الإتيكيت والبروتوكول) الواجب إتباعها في مهنة الإرشاد السياحي؟
- ٣ - بين إتيكيت التعامل مع كل ممّا يأتي في مهنة الإرشاد السياحي:
 - أ - النقد
 - ب - المديح
 - ج - المجموعات السياحية

ملحق (١-٧)

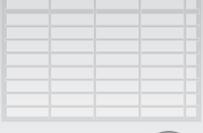
الموضوع: (الإتيكيت والبروتوكول) في الإرشاد السياحي / كيفية التعامل مع الإكراميات

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: قائمة رصد

قائمة الرصد المقترحة لتقويم أداء الطلبة في أثناء دراسة الحالة

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير	
		نعم	لا
١	يوضح كيفية التعامل مع الإكراميات		
٢	يوضح النسبة المئوية المقبولة من الإكراميات		
٣	يوضح نظرة بعض الشعوب إلى الإكراميات		
٤	يوضح أصول التعامل مع الزملاء في مهنة الإرشاد		



ملحق (٢)

الوحدة الأولى: الإرشاد السياحي

أدوات التقويم ٣٣

ملحق (١-٨)

الموضوع: أخلاق مهنة الإرشاد السياحي

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

- ١ - ما فوائد الالتزام بأخلاق العمل في مهنة الإرشاد السياحي؟
- ٢ - ما أهداف ميثاق أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي في القطاع السياحي؟
- ٣ - عدد مصادر الأخلاق في عمل المرشد السياحي.
- ٤ - بين أهم الوسائل المتبعة للنهوض بأخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي.

ملحق (١-٩)

الوحدة الأولى: الإرشاد السياحي

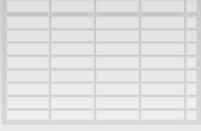
الموضوع: التطور المهني للمرشد السياحي

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام الموكلة إليهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جداً	جيد	ضعيف
١	يعدد المعلومات والأدوات التي يحتاجها المرشد السياحي عند زيارة أي موقع سياحي				
٢	يعدد البيانات التي تحتويها الخرائط السياحية للمرشد السياحي				
٣	يحدد معاني رموز ومفاهيمها السياحية المستخدمة في الخرائط				
٤	يبين فوائد استخدام الخرائط السياحية للمرشد السياحي				
٥	يبين طرق تثقيف المرشد السياحي لنفسه				



ملحق (٢)

الوحدة الثانية : المنظمات السياحية

أدوات التقويم ٣٣

ملحق (٢ - ١)

الموضوع: مفهوم المنظمات السياحية الدولية

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام الموكلة إليهم في إستراتيجية التدريس.

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جدًا	جيد	ضعيف
١	يوضّح مفهوم المنظمة السياحية الدولية				
٢	يعدّد أنواع المنظمات الدولية				
٣	يبيّن خصائص المنظمة السياحية الدولية				
٤	يميّز بين أقسام المنظمات الدولية من حيث الأهداف والعضوية والسلطات				
٥	يحدّد مصادر القواعد القانونية للمنظمات السياحية الدولية				
٦	يعرّف مفهوم المنظمة السياحية غير الحكومية				
٧	يبيّن مزايا المنظمات السياحية غير الحكومية				

ملحق (٢ - ٢)

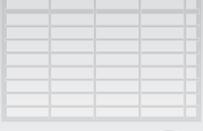
الموضوع: المنظمات السياحية الدولية العاملة في القطاع السياحي

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام الموكلة إليهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جدًا	جيد	ضعيف
١	يتتبع مراحل نشأة منظمة السياحة العالمية				
٢	يبيّن أهداف منظمة السياحة العالمية				
٣	يعدد المزايا التي تمنحها منظمة السياحة العالمية لمن ينتسب إليها				
٤	يبيّن البرامج والأنشطة التي تقدمها منظمة السياحة العالمية لمن ينتسب إليها				
٥	يعدد أسماء المنظمات الدولية ذات الصلة بالقطاع السياحي				
٦	يميّز بين أهداف المنظمات الدولية ذات الصلة بالقطاع السياحي				
٧	يدرك الاختصاصات الدولية للمنظمات الدولية ذات الصلة بالقطاع السياحي				



ملحق (٢)

الوحدة الثانية : المنظمات السياحية

أدوات التقويم ٣٣

ملحق (٢-٣)

الموضوع: المنظمات السياحية العربية والأردنية

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

- ١ - عدد أربعاً من المنظمات السياحية العربية.
- ٢ - عدد خمسة من الأهداف التي تسعى منظمة السياحة العربية إلى تحقيقها .
- ٣ - بيّن أهداف مجلس الطيران المدني للدول العربية.
- ٤ - عدد خمساً من المنظمات السياحية الأردنية.
- ٥ - بيّن ثلاثة أهداف لكل من الجمعيات والمنظمات السياحية الأردنية الآتية:
 - أ - جمعية مكاتب وشركات السياحة والسفر.
 - ب - نظام اتحاد الجمعيات السياحية الأردنية.
 - ج - جمعية أصحاب المطاعم السياحية الأردنية.

ملحق (٢-٤)

الموضوع: الاتفاقيات السياحية

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

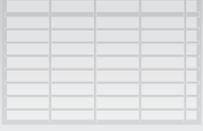
- ١ - وضح المقصود بالاتفاقية السياحية .
- ٢ - ما الأهداف العامة للاتفاقيات الدولية لتطوير القطاع السياحي؟
- ٣ - بيّن أهم الجهود التي بذلها جلالة الملك عبد الله الثاني المعظم حفظه الله في الاتفاقيات الدولية في القطاع السياحي.
- ٤ - عدد أهم الاتفاقيات السياحية التي وقع عليها الأردن مع الدول الأخرى.

ملحق



أدوات التقييم

المستوى الرابع



ملحق (٢) الوحدة الأولى: التخطيط السياحي

أدوات التقويم ٤م

ملحق (١-١)

الموضوع: أساسيات التخطيط السياحي (١)

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

١ - عرّف الآتي:

أ - التخطيط السياحي

ب - التنمية السياحية المستدامة

٢ - عدّد أساليب التخطيط السياحي.

٣ - بيّن أساليب التخطيط السياحي.

٤ - عدّد عوامل نجاح التخطيط السياحي.

ملحق (٢-١)

الموضوع: أساسيات التخطيط السياحي (٢)

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي/ يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام المناطة بهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جدًا	جيد	ضعيف
١	يعدّد توجهات التخطيط السياحي				
٢	يوضّح التوجه البيئي السياحي				
٣	يبيّن الغاية من التوجه الاقتصادي السياحي				
٤	يوضّح معنى التوجه نحو المجتمع				
٥	يبيّن المقصود من السياحة اللطيفة				

ملحق (٣-١)

الموضوع: المستويات المكانية للتخطيط السياحي (١)

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

١ - بيّن درجات التخصص والتفصيل لكل من المستويات المكانية للتخطيط السياحي.

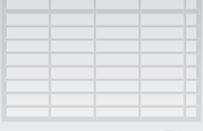
٢ - اشرح الغرض لكل من الأبعاد التنظيمية في التخطيط السياحي.

٣ - عدد العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي.

٤ - تمرّ عملية التخطيط للمواقع السياحية بعدة مراحل:

أ - عدد هذه المراحل.

ب- اشرح مواصفات هذه المراحل.



ملحق (٢) الوحدة الأولى: التخطيط السياحي

أدوات التقويم م ٤

ملحق (١-٤)

الموضوع: المستويات المكانية للتخطيط السياحي (٢)

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي/ يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام المناطة بهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جدًا	جيد	ضعيف
١	يعدّد متطلبات عملية تطوير المواقع السياحية				
٢	يعدّد مراحل التخطيط للمواقع السياحية				
٣	يبيّن الهدف في مرحلة التخطيط العام				
٤	يبيّن الهدف في مرحلة التخطيط الانتقالي				
٥	يبيّن الهدف في مرحلة التخطيط التفصيلي				

ملحق (١-٥)

الموضوع: التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي (١)

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

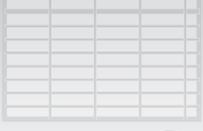
١ - عرّف الآتي:

الإقليم السياحي.

٢ - عدد الأقاليم السياحية في الأردن.

٣ - عدد مزايا الإقليم السياحي.

٤ - بين اهتمامات كل من القطاع الخاص والقطاع العام في تطوير المواقع السياحية.



ملحق (٢) الوحدة الأولى: التخطيط السياحي

أدوات التقويم ٤م

ملحق (١-٦)

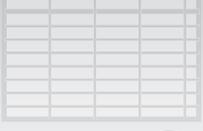
الموضوع: التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي (٢)
إستراتيجية التقويم: الملاحظة
أداة التقويم: قائمة رصد
قائمة رصد المقترحة لتقويم أداء الطلبة في أثناء دراسة الحالة

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير	
		نعم	لا
١	يوضح مفهوم الجودة		
٢	يوضح مفهوم التفرد		
٣	يوضح مفهوم تنوع المنتج السياحي		
٤	يوضح مفهوم الجذب		
٥	يبيّن طريقة قياس قوة الجذب للموقع السياحي		
٦	يبيّن اهتمامات القطاع الخاص في تطوير المواقع السياحية		
٧	يبيّن اهتمامات القطاع العام في تطوير المواقع السياحية		

ملحق (١-٧)

الموضوع: التخطيط السياحي المستدام (١)
إستراتيجية التقويم: القلم والورقة
أداة التقويم: اختبار كتابي
١ - عرّف الآتي:

- أ - التخطيط السياحي المستدام
- ٢ - عدد القيم الجمالية للتخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية.
- ٣ - فرق بين التوجهات الداخلية والخارجية للتخطيط السياحي المستدام.
- ٤ - عدد مستويات التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والأثرية.



ملحق (٢) الوحدة الأولى: التخطيط السياحي

أدوات التقويم م ٤

ملحق (١-٨)

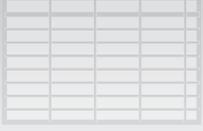
الموضوع: التخطيط السياحي المستدام (٢)

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: سلم التقدير

الموقف التقويمي/ يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام المناطة بهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جدًا	جيد	ضعيف
١	يبيّن نظم المعلومات الجغرافية (GIS)				
٢	يعدد مزايا نظم المعلومات الجغرافية (GIS)				
٣	يبيّن مدى الاستفادة من نظم المعلومات الجغرافية (GIS) في التخطيط السياحي				
٤	يبيّن الهدف من إعداد وزارة السياحة رسالة عن السياحة الأردنية				
٥	يبيّن الأسلوب الذي تتبعه وزارة السياحة من أجل تسويق الأردن محليًا وعالميًا				



ملحق (٢) الوحدة الثانية: التسويق السياحي

أدوات التقويم م

ملحق (٢-١)

الدرس الأول الموضوع: أساسيات التسويق السياحي (١)
إستراتيجية التقويم: القلم والورقة
أداة التقويم: اختبار كتابي
١ - عرّف الآتي:

أ - مفهوم التخطيط التسويقي .

ب- مفهوم الخدمات السياحية.

٢ -

أ - بيّن أهداف التخطيط التشغيلي .

ب- بيّن أهداف التخطيط الاستراتيجي .

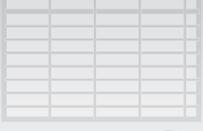
٣ - عدد أهم خصائص الخدمات السياحية

ملحق (٢-٢)

الموضوع: أساسيات التسويق السياحي (٢)
إستراتيجية التقويم: الملاحظة
أداة التقويم: قائمة رصد

الموقف التقويمى: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام المناطة بهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير	
		نعم	لا
١	يبيّن خصائص مرحلة التقديم		
٢	يبيّن خصائص مرحلة النمو		
٣	يبيّن خصائص مرحلة النضوج		
٤	يبيّن خصائص مرحلة التدهور		
٥	يوضح سبب التعقيد في تسعير الخدمات السياحية		



ملحق (٢) الوحدة الثانية: التسويق السياحي

أدوات التقويم ٤م

ملحق (٢-٣)

الموضوع: أنظمة التوزيع في السياحة وطبيعتها (١)
إستراتيجية التقويم: القلم والورقة
أداة التقويم: اختبار كتابي

١ - عرّف الآتي:

أ - أنظمة التوزيع في السياحة.

ب- قنوات التوزيع في السياحة.

ج- الإعلان السياحي.

د - قنوات التوزيع في السياحة

٢ - بيّن خصائص الرسالة الإعلانية الخاصة بالمنتج السياحي.

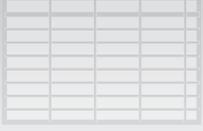
٣ - عدد الأدوات المستخدمة في التسويق السياحي.

ملحق (٢-٤)

الموضوع: أنظمة التوزيع في السياحة وطبيعتها (٢)
إستراتيجية التقويم: الملاحظة
أداة التقويم: سلم تقدير

الموقف التقويمي/ يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام المناطة بهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير			
		ممتاز	جيد جداً	جيد	ضعيف
١	يوضّح علاقة الضيافة وحسن الاستقبال بالتسويق الداخلي				
٢	يوضّح أهمية الرقابة على الجودة في التسويق الداخلي				
٣	يفسّر المهارات المتكاملة في التسويق السياحي				
٤	يفسّر المهارات التحليلية في التسويق السياحي				
٥	يفسّر مهارات التفاوض في التسويق السياحي				
٦	يفسّر مهارات التقديم في التسويق السياحي				
٧	يفسّر المهارات التخطيط في التسويق السياحي				
٨	يفسّر المهارات المنعكسة في التسويق السياحي				



ملحق (٢) الوحدة الثانية : التسويق السياحي

أدوات التقويم ٤م

ملحق (٢-٥)

الموضوع: منافذ توزيع الخدمات السياحية في الأردن (١)
إستراتيجية التقويم: القلم والورقة
أداة التقويم: اختبار كتابي

- ١ - عدّد الجهات المسؤولة عن التسويق السياحي.
- ٢ - بيّن مهمة كل جهة مسؤولة عن التسويق السياحي.
- ٣ - عدّد أهم خصائص البرنامج السياحي.
- ٤ - عدّد جوانب تطوير التسويق السياحي.

ملحق (٢-٦)

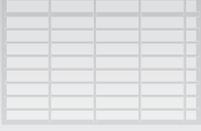
الموضوع: منافذ توزيع الخدمات السياحية في الأردن (٢)
إستراتيجية التقويم: الملاحظة
أداة التقويم: قائمة رصد
قائمة الرصد المقترحة لتقويم أداء الطلبة في أثناء دراسة الحالة

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير	
		نعم	لا
١	يوضّح خصائص المستوى الأول في تسويق المواقع السياحية		
٢	يوضّح خصائص المستوى الثاني في تسويق المواقع السياحية		
٣	يوضّح خصائص المستوى الثالث في تسويق المواقع السياحية		

ملحق (٢-٧)

الموضوع: الفرق بين الوسائل التقليدية والوسائل الإلكترونية في التسويق السياحي.
إستراتيجية التقويم: القلم والورقة
أداة التقويم: اختبار كتابي

- ١ - عرّف الآتي:
الخرائط التفاعلية.
- ٢ - اذكر المعلومات الممكن الحصول عليها من الخرائط التفاعلية.
- ٣ - بيّن مدى الاستفادة من نظم المعلومات الجغرافي (GIS) في التسويق السياحي.
- ٤ - توجد منافع مختلفة يوفرها التسوق الإلكتروني للسائح والشركات السياحية. بيّن هذه المنافع.



ملحق (٢)

الوحدة الثالثة: السياحة والحجوزات الإلكترونية

أدوات التقويم م٤

ملحق (٣-١)

الموضوع: نظم المعلومات السياحية.

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

- ١ - عدّد المجالات التطبيقية لنظم المعلومات في السياحة.
- ٢ - عدّد مزايا السياحة الإلكترونية (E - Tourism).
- ٣ - عدّد سمات السياحة الإلكترونية.
- ٤ - ما معايير الثقة في عملية الشراء من المواقع الإلكترونية؟

ملحق (٣-٢)

الموضوع: الأنظمة الإلكترونية المطبقة في السياحة.

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

- ١ - عدّد الأنظمة الإلكترونية المطبقة في صناعة النقل.
- ٢ - بيّن مزايا أنظمة الحجز العالمية (CRS).
- ٣ - عدّد الأنظمة التكنولوجية العالمية المستخدمة في صناعة السياحة.
- ٤ - بيّن مزايا الأنظمة التكنولوجية العالمية المستخدمة في صناعة السياحة.
- ٥ - اذكر وظائف أنظمة التوزيع الشامل (GDS).
- ٦ - يستخدم نظام فيديليو في العمل الفندقي، عدّد إمكانيات هذا النظام.
- ٧ - عدّد مجالات عمل النظام الحاسوبي المتكامل في صناعة الضيافة.

ملحق (٣-٣)

الموضوع: التذاكر الإلكترونية.

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

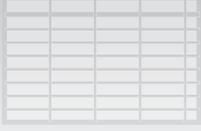
أداة التقويم: اختبار كتابي

١ - عرّف الآتي:

مفهوم التذاكر الإلكترونية.

٢ - عدّد مزايا استخدام التذاكر الإلكترونية.

٣ - وضح الهدف من استخدام القارئ Barcodes Reader في التذاكر الإلكترونية.



ملحق (٢)

الوحدة الثالثة: السياحة والحجوزات الإلكترونية

أدوات التقويم م ٤

ملحق (٣-٤)

الموضوع: التذاكر الإلكترونية. الخطوات اللازمة للحجز الإلكتروني (٢)

إستراتيجية التقويم: الملاحظة

أداة التقويم: قائمة رصد

الموقف التقويمي: يرصد المعلم أداء أفراد المجموعات من خلال تنفيذهم للمهام المناطة بهم في إستراتيجية التدريس

الرقم	مؤشرات الأداء	التقدير	
		نعم	لا
١	يعدّد طرق الاتصال مع شركات الطيران		
٢	يوضّح أنواع المعلومات المطلوبة للحجز		
٣	يبيّن شروط استخدام البطاقة الائتمانية في عملية الحجز		
٤	يوضّح طريقة التأكد من تمام عملية الحجز		
٥	يذكر الوثائق المطلوبة للسفر في المطار		

ملحق (٣-٥)

الموضوع: الحجوزات الإلكترونية (١)

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

١ - عرّف الآتي:

مفهوم الحجوزات الإلكترونية.

٢ - فرّق بين أشكال الحجوزات الإلكترونية بقنوات التوزيع المباشرة وغير المباشرة.

٣ - حدّد العوامل التي أدت إلى تطور عمليات الحجز الإلكتروني.

٤ - بيّن الفرص والمنافع التي تحقّقها الحجوزات الإلكترونية.

ملحق (٣-٦)

الموضوع: الحجوزات الإلكترونية (٢)

إستراتيجية التقويم: القلم والورقة

أداة التقويم: اختبار كتابي

١ - اذكر تحديات الحجوزات الإلكترونية في القطاع السياحي.

٢ - اذكر مشكلات الحجز الإلكتروني التي تواجه الشركات السياحية في الأردن.

٣ - اذكر حلولاً مقترحة للسيطرة على أخطار الحجوزات الإلكترونية.

ملحق



أوراق العمل

المستوى الثالث

ورقة عمل (١-١)

عزيزي الطالب: من خلال اطلاعك على الشكل (١-٤) عملية الاتصال السياحي، ومن خلال دراستك السابقة لمادة السياحة والسفر .
املأ النموذج الآتي:

عملية الاتصال السياحي				
عدد وسائل الاتصال الممكن استخدامها من قبل المرشد السياحي.	المستقبل (السائح) بين طبيعة المجموعة السياحية ومكوّناتها.	على ماذا تعتمد طبيعة المعلومة السياحية؟	ما المهارات المطلوبة من المرشد السياحي؟	ما طبيعة الاستجابة من المجموعة السياحية (ردة الفعل)؟

ورقة عمل (١-٢)

الموضوع: الالتزام بالأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي و العمل بها آثار إيجابية على مجالات مختلفة
عزيزي الطالب : املأ الجدول الآتي بناءً على ما مرّ عليك في درس الأخلاق في مهنة الإرشاد السياحي.

الوطن	المرشد	صاحب المؤسسة السياحية
١)	١)	١)
٢)	٢)	٢)
٣)	٣)	٣)
٤)	٤)	٤)

ملحق



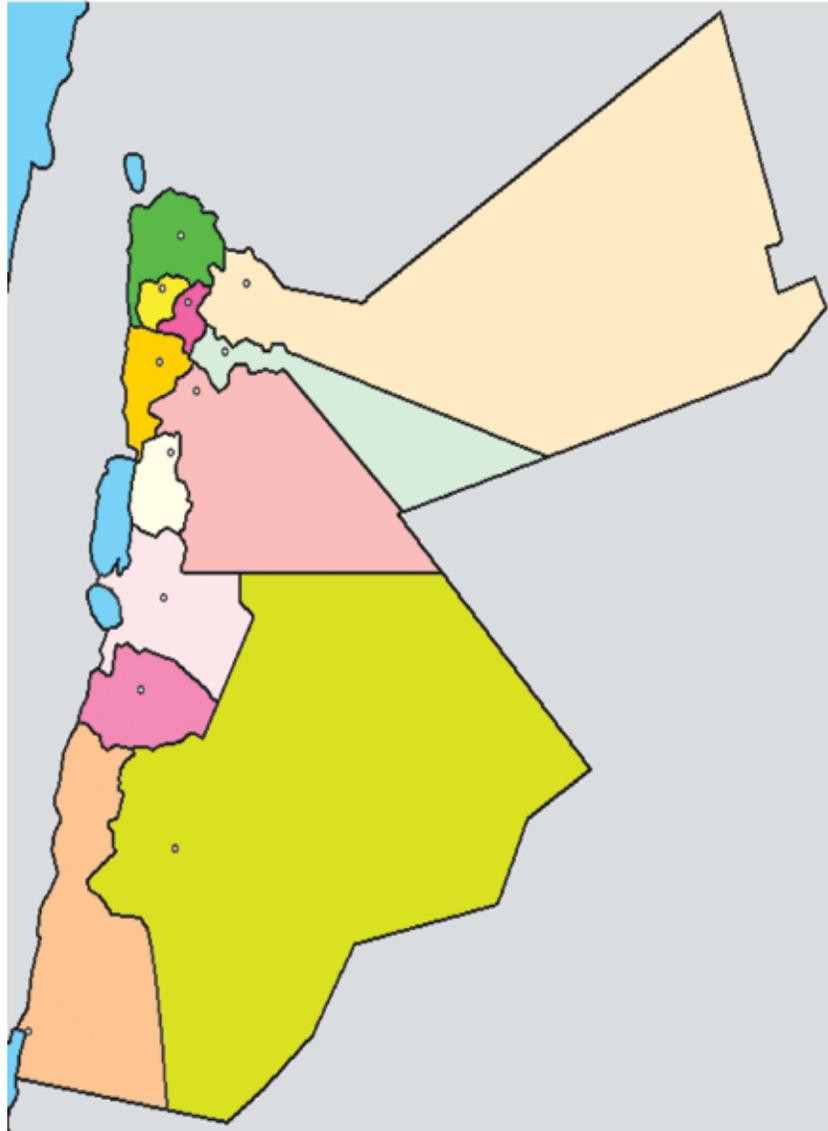
أوراق العمل

المستوى الرابع

ورقة عمل (١-١)

الموضوع: التكامل بين الإقليم التخطيطي والإقليم السياحي.

- على خارطة المملكة الأردنية الهاشمية، عيّن الأقاليم السياحية حسب المحافظات.
- هناك علاقة تكافلية بين الإقليم السياحي الواحد، اذكرها.



ورقة عمل (١-٢)

الموضوع: الخطوات اللازمة للحجز الإلكتروني

عزيزي الطالب: املأ الجدول الآتي بالمعلومات المطلوبة، لإتمام عملية الحجز الإلكترونية للتذاكر.

المعلومات المطلوبة			الإجراء المطلوب
			١ طرق الاتصال من أجل الحجز
			٢ المعلومات المطلوبة من أجل الحجز
			٣ شروط استخدام البطاقة الائتمانية
			٤ طرق التأكد من تمام الحجز
			٥ الوثائق المطلوبة في المطار

اللَّهُ

بِحَمْدِ

تَقَرُّبِ