



توصيف الوحدة الثانية: وجهات السفر والسياحة حول العالم



المحتوى

- فهم كيف يمكن للموقع والميزات أن تساهم في جاذبية الوجهات العالمية وأنواع السياحة والأنشطة التي تدعمها.
- استكشاف البوابات الدولية وخيارات النقل للوصول إلى وجهات عالمية.
- استكشاف البوابات الدولية وخيارات النقل للوصول إلى وجهات عالمية.
- دراسة شعبية الوجهات العالمية.

الوحدة بإيجاز

سيقوم المتعلمون ببحث وتحليل المعلومات المتعلقة بميزات الوجهات العالمية وجوانب الجذب فيها، أنواع العملاء، تخطيط السفر ومسارات الرحلات، والعوامل التي تؤثر على الشهرة المتغيرة للوجهات العالمية.





مدخل الى الوحدة الدراسية

تُعد الوجهات العالمية جانبًا رئيسيًا من جوانب السفر والسياحة، وتتأثر جاذبيتها بطبيعة خصائصها. في هذه الوحدة، سوف تستخدم مجموعة من المصادر لاستكشاف موقع وميزات الوجهات العالمية وستقوم بشرح الميزات التي تجعل الوجهات العالمية جذابة وتدعم أنواعًا مختلفة من السياحة. ستبحث في خيارات النقل، وتقيم مدى ملاءمة مسارات السفر لتلبية احتياجات العملاء. ستبحث كذلك في أسباب تغير شعبية الوجهات السياحية العالمية.

ستمكنك هذه الوحدة من مواصلة تعليمك العالي من خلال تطوير معرفتك بكيفية إجراء البحوث واتخاذ قرارات بناءً على معلومات من مصادر متنوعة. كما ستساهم الوحدة في إعدادك لمهنة في قطاع السفر والسياحة من خلال تطبيق المعرفة الجغرافية وتقييم بيانات السفر والسياحة لتلبية متطلبات مهمة معينة.

التقييم

تحتوي الوحدة على مجموعة متنوعة من طرق التقييم، ويتعين على الطالب إنهاء موجز المهام الخاصة بمجموعة بيرسون التعليمية.

أهداف التعلم

- أ. أفهم كيف يمكن للموقع والميزات أن تساهم في جاذبية الوجهات العالمية وأنواع السياحة والأنشطة التي تدعمها.
- ب. استكشف البوابات الدولية وخيارات النقل للوصول إلى وجهات عالمية.
- ج. التحقق من ملاءمة خطط السفر ومسارات الرحلات لتلبية احتياجات عملاء محددين.
- د. دراسة شعبية الوجهات العالمية.





ملخص الوحدة

الهدف التعليمي	المواضيع الرئيسية	طريقة التقييم
أ. فهم كيف يمكن للموقع والميزات أن تساهم في جاذبية الوجهات العالمية وأنواع السياحة والأنشطة التي تدعمها.	1. الوعي الجغرافي وميزات الوجهات. 2. جاذبية السياحة وأنواعها.	يتم تقييم الوحدة الدراسية من خلال موجز المهام الخاصة بمجموعة بيرسون التعليمية.
ب. استكشاف البوابات الدولية وخيارات النقل للوصول إلى وجهات عالمية.	1. البوابات الدولية ومراكز النقل ومرافقها. 2. خيارات النقل للوصول إلى الوجهات العالمية. 3. المزايا والعيوب المحتملة.	
ج. استكشاف البوابات الدولية وخيارات النقل للوصول إلى وجهات عالمية.	1. أنواع العملاء واحتياجاتهم. 2. محتوى مسارات السفر وملاءمتها. 3. تخطيط السفر وملاءمة خيارات النقل. 4. عوامل التكلفة.	
د. دراسة شعبية الوجهات العالمية.	1. شعبية الوجهات العالمية. 2. العوامل المؤثرة على الشعبية.	

المحتوى

هدف التعلم أ : فهم كيف يمكن للموقع والميزات أن تساهم في جاذبية الوجهات العالمية وأنواع السياحة والأنشطة التي تدعمها
تستخدم مصطلحات وميزات محددة لشرح موقع الوجهات على نطاق عالمي.

أ1. الوعي الجغرافي وميزات الوجهات الوعي الجغرافي:

- النطاق الجغرافي: نصفي الكرة الأرضية، القارات، البلدان، المناطق.
- الموقع بالنسبة إلى:
- 1. الموقع - الساحلي، الداخلي، الجزر، المحيطات، البحار.
- 2. الأنهار الرئيسية، البحيرات، مصبات الأنهار، السلاسل الجبلية، الغابات.
- 3. الارتفاع، الارتفاع فوق مستوى سطح البحر.
- 4. خط العرض، خط الاستواء، القطبان، مدار السرطان، مدار الجد.

سمات الوجهات: غالبًا ما تعتمد جاذبية الوجهات العالمية على السمات التي يمكن العثور عليها هناك:

- معالم الجذب الطبيعية: المناخ، المناظر الطبيعية والتضاريس، الشلالات، النباتات والحيوانات، الظواهر الطبيعية مثل الشفق القطبي، البراكين، والسخانات.
- الطقس: هطول الأمطار، درجة الحرارة، ساعات سطوع الشمس، التغيرات الموسمية، وسرعة الرياح واتجاهها.
- معالم الجذب المشيدة: التراث الثقافي، المواقع التاريخية، المواقع الدينية، المتاحف، والمتنزهات الترفيهية.
- المرافق والخدمات السياحية وتوافرها ومعاييرها:
- 1. وسائل النقل والاتصالات.
- 2. أنواع أماكن الإقامة - مخدومة، ذاتية الخدمة، تصنيفات معايير الجودة.
- 3. الفعاليات والترفيه.
- 4. الثقافة المحلية بما في ذلك الطعام والشراب.
- 5. المرافق الخاصة بالأنشطة والأعمال، والترفيه.





2. الجاذبية وأنواع السياحة

تدعم ميزات الوجهات العالمية أنواعًا مختلفة من السياحة والأنشطة السياحية المرتبطة بها. أنواع السياحة:

- السياحة الثقافية مثل الفعاليات والاحتفالات والمهرجانات، الإقامة المنزلية، السياحة المسؤولة.
- السياحة المظلمة مثل ساحات المعارك ومناطق الكوارث والنصب التذكارية.
- السياحة الدينية مثل الحج والمهرجانات.
- سياحة الترفيه مثل الاسترخاء، السباحة، حمامات الشمس، التسوق، الهوايات - مشاهدة المعالم السياحية مثل الجولات، الرحلات البحرية، حفلات الزفاف، وشهر العسل.
- سياحة الأنشطة الطبيعية: رحلات السفاري، والمشي لمسافات طويلة، مشاهدة الطيور، السياحة البيئية، الحفاظ على البيئة.
- السياحة الرياضية مثل الأنشطة المائية مثل السباحة، الإبحار، الغوص، ركوب الأمواج، صيد الأسماك - الرياضات البرية مثل ركوب الدراجات، المشي، التزلج - الرياضات التي يحضرها الجمهور مثل الجولف، التنس، ركوب الدراجات، الرجبي، كرة القدم - الفعاليات الرئيسية مثل الألعاب الأولمبية، كأس العالم لكرة القدم، الجائزة الكبرى، كأس العالم للرجبي.
- سياحة المغامرات مثل تسلق الصخور، تسلق الجبال، التجديف في المياه البيضاء، الهبوط بالبال.
- السياحة الصحية مثل اليوغا، الروحانية، التخلص من السموم، المنتجعات الصحية، اللياقة البدنية، نمط الحياة، والعقل والجسم.
- سياحة الأعمال مثل الاجتماعات، الحوافز، المؤتمرات، والفعاليات.
- السياحة التعليمية: البحوث، الزيارات الدراسية، والتبادل الثقافي والتعليمي.

هدف التعلم ب: استكشاف البوابات الدولية وخيارات النقل للوصول إلى وجهات عالمية

أصبحت الوجهات العالمية سهلة الوصول اليها عبر شبكة من مزودي خدمات النقل المختلفة. تتوفر مجموعة واسعة من خيارات النقل مع مزايا وعيوب تعتمد على مجموعة متنوعة من العوامل بما في ذلك نوع الرحلة ونقاط المغادرة والوصول.

ب1. البوابات الدولية ومراكز النقل ومرافقها

- البوابات الدولية الرئيسية والناشئة:
 1. النقل الجوي: المطارات ورموز المطارات.
 2. محطات القطارات: محطات الربط الدولية.
 3. الموانئ البحرية : موانئ العبارات، موانئ الرحلات البحرية.
- مراكز النقل:
 4. أنظمة وخدمات النقل المتكاملة.
 - المرافق:
 5. خدمات الطعام.
 6. التسوق.
 7. السلامة والأمن.
 8. لمسافري الترانزيت.

Travel
Insurance



International



ب.2. خيارات النقل للوصول إلى وجهات عالمية، والمزايا والعيوب المحتملة

- وسائل النقل: الجوي، البري، السكك الحديدية، البحري
- أنواع مزودي خدمات النقل:
- 1. شركات النقل الجوي: شركات النقل الوطنية، المجدولة، المستأجرة، الاقتصادية، الفاخرة.
- 2. مشغلو العبارات.
- 3. شركات الرحلات البحرية: الدولية، الوطنية، الإقليمية، البحرية، النهرية.
- 4. مشغلو السكك الحديدية: المجدولة، الفاخرة، التراثية، المسافات طويلة.
- 5. مقدمو خدمات السفر البري مثل مشغلي الحافلات، شركات الحافلات، رحلات السفاري، والرحلات الاستكشافية.
- 6. المزايا والعيوب المحتملة: السرعة، الراحة، التكلفة، إمكانية الوصول إلى الخدمات، التوافر، والسلامة.

هدف التعلم ج: التحقق من موائمة خطط السفر ومسارات الرحلات لتلبية احتياجات عملاء محددين

يتضمن تخطيط السفر البحث في طرق السفر وخياراته وتكاليفه. غالبًا ما تُقدم هذه المعلومات على شكل مسار أو خطة سفر. يمكن مراعاة المزايا والعيوب المحتملة لإنتاج خطط ومسارات رحلات مناسبة لأنواع مختلفة من العملاء.

ج1. أنواع العملاء واحتياجاتهم

- أنواع مختلفة من العملاء، العائلات، كبار السن، الأزواج، الشباب.
- العملاء ذوي الاهتمامات الخاصة، رجال الأعمال، المجموعات، مختلف الأعمار.
- الغرض من السفر: الترفيه، زيارة الأصدقاء والأقارب، التجارة، الدين.
- الاحتياجات العامة: السرعة، التكلفة، الوقت، السلامة، مدة الرحلة.
- الاحتياجات الخاصة: إمكانية الوصول، محدودية الحركة، مستخدمو الكراسي المتحركة، ضعف السمع، ضعف البصر، الاحتياجات الطبية، الحالات الصحية، الدينية، المعتقد، اللغة، القُصّر غير المصحوبين بذويهم، الرضع، الأطفال، الرهاب، السفر بمعدات رياضية وأمتعة كبيرة الحج.





ج2. محتوى وملائمة مسارات السفر

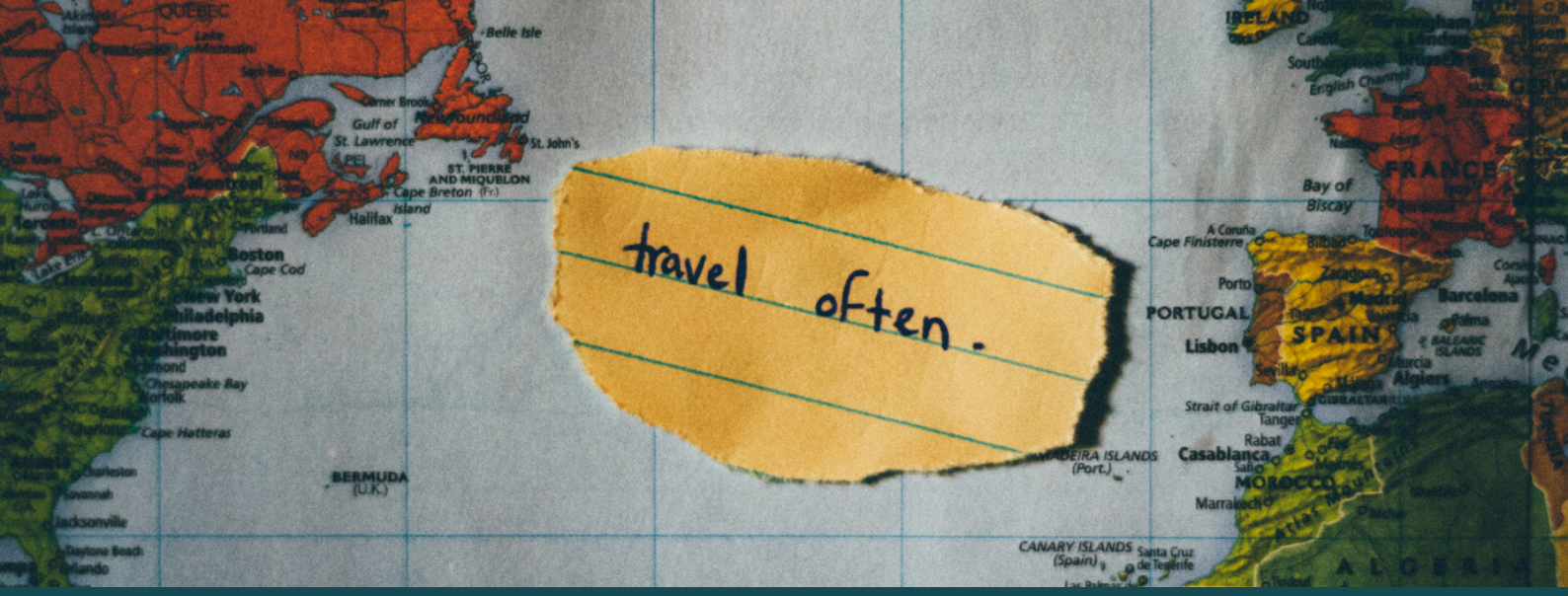
المعلومات الرئيسية المدرجة في مسار السفر:

1. عدد أفراد المجموعة.
2. تواريخ ومدة الرحلة.
3. إجمالي التكاليف، تفصيل التكلفة، الإضافات، المكملات الغذائية، متطلبات العملة، والتأمين.
4. متطلبات الدخول والتأشيرة، النصائح الصحية، اللقاحات، الأدوية.
5. نوع الرحلة: مركز واحد، مركزان، جولة بصحبة مرشد، مستقلة.
6. تفاصيل الاتصال بمنظم/وكيل السفر، تفاصيل الاتصال في حالات الطوارئ.

• تفاصيل السفر الخارجي : تاريخ المغادرة، الوقت، السفر إلى نقطة المغادرة، طريقة السفر، مدة الرحلة، مزود /مزودو خدمات النقل.

• النقل من نقطة المغادرة:

1. الخدمة المحجوزة، الرموز، المحطات.
2. تفاصيل الصعود، الأمن، فحص جوازات السفر.
3. ترتيبات الجلوس، تقديم الطعام، المساعدة.
4. وقت السفر إلى بوابة الوجهة، التعديلات عبر المناطق الزمنية، طريقة السفر، المدة، مزود الخدمة.



• ترتيبات السفر التالية:

1. المدة، طريقة السفر، مزود/ مزودو الخدمة.
2. وقت الوصول إلى مكان الإقامة، موقع الإقامة.
3. الأنشطة : الرحلات المخطط لها، الجولات، الرحلات اليومية، الإضافات الاختيارية، وقت الفراغ.

• الإقامة:

1. نوع الغرفة: غرفة فردية، غرفة بسريرين مفردين، غرفة مزدوجة، غرفة كينج، غرفة ديلوكس، جناح، غرفة تنفيذية.
2. ترتيبات الإقامة: مبيت وإفطار، نصف إقامة، إقامة كاملة، شامل كليًا.

• الأنشطة:

1. رسوم إضافية، مشمولة، متوفرة محليًا، محجوزة مسبقًا.
2. الرحلات، الترفيه، العروض، الجولات المصحوبة بمرشدين، أنشطة المغامرة، المياه، الرياضات.
3. تأجير السيارات، تأجير الدراجات، تأجير المعدات.
4. رعاية الأطفال.
5. تفاصيل رحلة العودة - تاريخ المغادرة، الوقت، السفر إلى نقطة المغادرة، طريقة السفر، مدة الرحلة، مقدم الخدمة.

ج3. تخطيط السفر وملاءمة خيارات النقل

• تخطيط السفر:

1. مصادر المعلومات لتخطيط السفر: الخرائط، والأطالس، والكتيبات، أدلة السفر، المواقع الإلكترونية، الجداول الزمنية، وكلاء السفر، مراكز الزوار، والهيئات السياحية، الارشادات الحكومية.

• ملائمة خيارات النقل:

1. الملائمة: الخدمات المباشرة، طول الرحلة، التكلفة الإجمالية للرحلة، التحويلات، الربط والعبور، عدد التغييرات، أوقات الانتظار، فترات التوقف.
2. التوقيتات: نظام 24 ساعة، تعديلات السفر عبر المناطق الزمنية، اتجاه السفر (شرق-غرب أو غرب-شرق)، خط الطول الرئيسي/غرينتش وخط التاريخ الدولي.
3. الخدمات ومستوى الراحة: الطعام، الشراب، الترفيه، الاتصالات، اختيار درجة السفر، والمقاعد، مساحة الأرجل.
4. السلامة والأمن: الموثوقية، سجل السلامة، تدابير الحوادث السابقة، التدريب، الإخلاء، فحص الأمتعة، العبور، كاميرات المراقبة، أفراد الأمن.
5. تقييمات المخاطر: تحديد المخاطر/الخطر المحتمل، نصائح وزارة الخارجية والكونغرس /منظمة الصحة العالمي، الوقاية من الحوادث/الإصابات، وخطط الطوارئ.

**PRIVATE
SECTOR**

**PUBLIC
SECTOR**



ج 4. عوامل التكلفة



- التكلفة الإجمالية: للشخص الواحد، للمجموعة، التكاليف بشكل مفصل.
- الخصومات: شروط وأحكام الحجز، أنواع الخصومات، النسب المئوية، الحجزات المسبقة، الأماكن المجانية، برامج المكافآت.
- الإضافات: نقص الإشغال، الكبائن/الغرف ذات الإطلاقات، رسوم الأمتعة، ترتيبات المقاعد المخصصة مسبقاً، مستوى الخدمة، رسوم الوقود الإضافية، الرحلات، النقل الجماعي/الخاص، رسوم الحجز، التأمين.
- أسعار الصرف، تحويلات العملات، القيود.



هدف التعلم د: دراسة شعبية الوجهات العالمية

د1. شهرة الوجهات العالمية

- يمكن قياس شهرة الوجهة أو رواجها من خلال مراعاة البيانات، على سبيل المثال:
- أعداد الزوار بمرور الوقت؛ عدد السياح الدوليين الوافدين، بيانات السياحة المحلية.
 - توافر أماكن الإقامة؛ مخزون/مساحات الأسرّة، نطاق أماكن الإقامة بما في ذلك السلاسل متعددة الجنسيات.
 - أرباح السياحة الوطنية.
 - أعداد العاملين في السياحة.

د2. العوامل المؤثرة على شعبية الوجهة السياحية:

قد تكون بعض الوجهات العالمية ذات الميزات المتشابهة أكثر شعبية من غيرها بسبب عدد من العوامل:

• العوامل السياسية مثل:

1. التشريعات، سياسة السياحة، متطلبات التأشيرة، التصاريح، ترتيبات السفر المتوافقة، إدارة الوجهة.
2. حدود الصرف الأجنبي أي حركة العملة داخل وخارج البلاد.
3. السلامة والأمن؛ الاستقرار، الحروب، الاضطرابات المدنية، التهديد بهجوم إرهابي.

• العوامل الاقتصادية مثل:

1. تكلفة زيارة الوجهة بما في ذلك الإقامة وتناول الطعام في الخارج.
2. تقلبات أسعار العملات.

• إمكانية الوصول والتوافر مثل:

1. البنية التحتية: البوابات، والسفر والنقل، والطرق الجديدة، وإمدادات الطاقة، وسرعة وتوافر الاتصالات الرقمية، وإدارة المياه والنفايات.
2. توافر المرافق السياحية، وسائل الراحة والمعالم السياحية، العطلات.

• المناخ والكوارث الطبيعية وتأثيرها على السفر، على سبيل المثال:

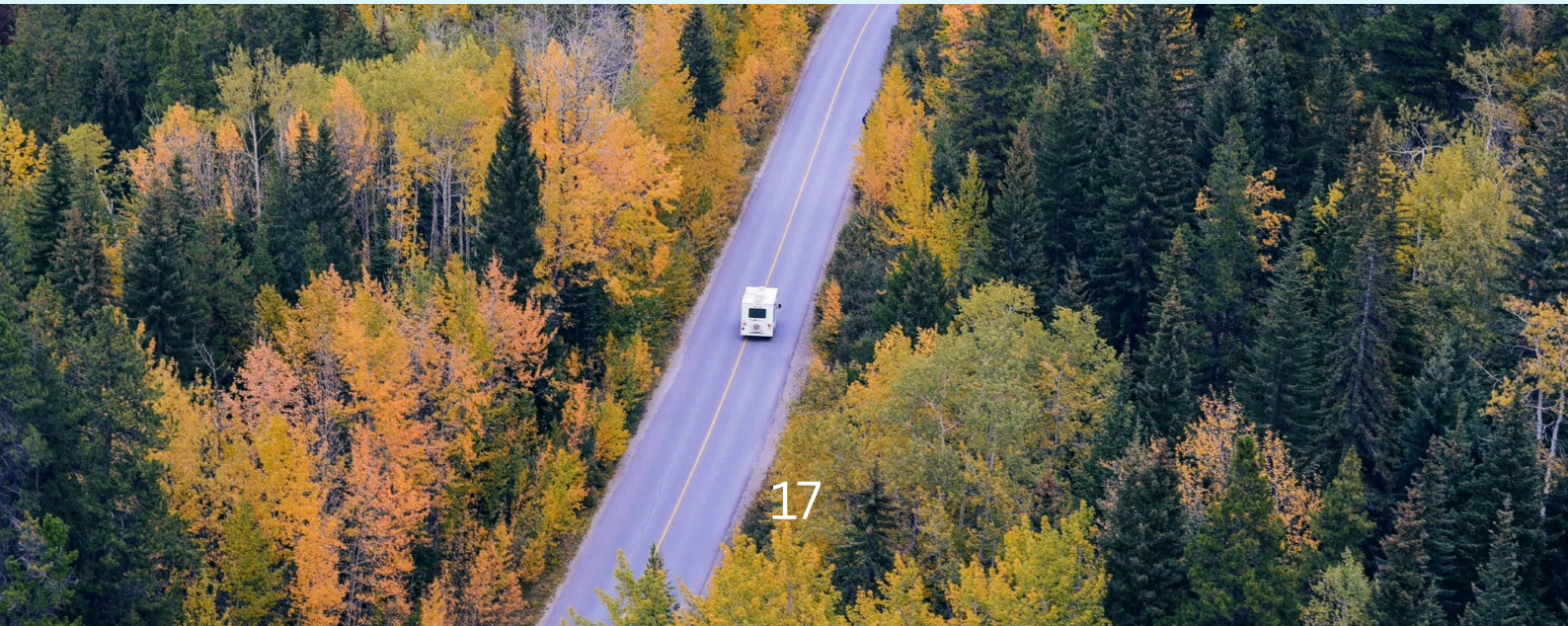
1. المناطق المناخية العالمية مثل مناخ البحر الأبيض المتوسط، الاستوائية، المعتدلة، القاحلة، القطبية.
2. التغيرات الموسمية مثل الرياح الموسمية، حرائق الغابات، الدوامة القطبية، العواصف، الأعاصير، الأعاصير المدارية.
3. الكوارث الطبيعية مثل الانفجارات البركانية، الزلازل، التسونامي، الانهيارات الأرضية، الانهيارات الجليدية، والحفر الغائرة.
4. التأثير على السفر مثل الاضطرابات المحتملة.

• المخاوف المتعلقة بالصحة والسلامة الشخصية مثل:

1. الأوبئة/الجوائح مثل الحمى الصفراء، فيروس إيبولا.
2. الأمراض المعدية مثل الملاريا.
3. متطلبات التطعيم.
4. الاحتياطات الصحية والتدابير الوقائية ضد الأمراض مثل الملابس، الأدوية واللقاحات، المعدات، التأمين المناسب، النظافة، خيارات الطعام والشراب.

• اتجاهات المستهلك: تتعلق اتجاهات المستهلك بكيفية تغير آراء العملاء واحتياجاتهم ومتطلباتهم بمرور الوقت، ونتيجة لذلك قد تصبح بعض الجهات في جميع أنحاء العالم أكثر أو أقل شعبية:

1. التغيرات الديموغرافية مثل شيخوخة المجتمع.
2. التغيرات في تركيب الأسرة: العطلات بين الأجيال.
3. تغير أنماط الحياة مثل الحنين إلى الهواء الطلق.
4. تغير الأذواق مثل التطلعات، تأثير المشاهير، الوعي البيئي، وقت التوقف الرقمي، الصحة، المغامرة، الأصالة، التطوع.
5. التغيرات في أنماط العطلات مثل زيادة الطلب على فترات راحة قصيرة، فترات راحة متوسطة، عطلات على مدار العام.
6. زيادة الاهتمام بالاستدامة: رفاهية المجتمعات المضيفة، الضرر البيئي، الاستغلال، الأخلاق.





معايير التقييم

ناجح	تفوق	امتياز
هدف التعلم أ: فهم كيف يمكن للموقع والميزات أن يساهمان في جاذبية الوجهات العالمية وأنواع السياحة والأنشطة التي تدعمها.		
1. صف الموقع الجغرافي وميزات الوجهة على مستوى العالم. 2. اشرح كيف تساهم ميزات الوجهة السياحية في جذب أنواع مختلفة من السياحة.	1. حلل الميزات التي تمنح وجهة عالمية جاذبيتها لأنواع مختلفة من السياحة.	1. قيم كيف يمكن لميزات وجاذبية وجهة عالمية أن تدعم نوعًا واحدًا من السياحة أو النشاط السياحي.
هدف التعلم ب: استكشاف البوابات الدولية وخيارات النقل للوصول إلى وجهات عالمية		
1. اشرح التسهيلات المقدمة للركاب 2. في بوابة/مركز نقل دولي واحد. 3. خطط خيارات النقل لرحلة معينة.	1. قارن بين مزايا وعيوب خيارات النقل لرحلة معينة.	
هدف التعلم ج: التحقق من مواءمة خطط السفر ومسارات الرحلات لتلبية احتياجات عملاء محددين.		
1. اشرح احتياجات مجموعة من أنواع العملاء المختلفة. 2. حدد المعلومات الأساسية لمسارات السفر ومصادر تخطيط السفر. 3. اشرح العوامل التي تؤثر على تكلفة السفر.	1. خطط مسارات السفر لعملاء محددين.	1. تقييم مدى ملاءمة مسارات السفر لتلبية احتياجات عملاء محددين.
هدف التعلم د: دراسة شعبية الوجهات العالمية.		
1. صف شعبية وجهة السفر العالمية.	1. حلل العوامل التي يمكن أن تؤثر على شعبية وجهة السفر العالمية.	1. قيم العوامل الرئيسية التي أثرت على شعبية وجهة السفر العالمية.



معلومات أساسية للمهام الدراسية

- يوجد هيكل التقييم الموصي به في ملخص الوحدة، إلى جانب صيغ الأدلة المناسبة. يقدم القسم 6 التقييم الداخلي معلومات حول تحديد الواجبات، كما تتوفر معلومات إضافية على موقعنا الإلكتروني.
- الحد الأقصى لعدد الواجبات النهائية لهذه الوحدة هو ثلاث واجبات.
- العلاقة بين أهداف التعلم والمعايير هي:
 1. أهداف التعلم: أ و ب (أ.ب.1، أ.ب.2، ب.ب.3، أ.م.1، ب.م.2، أ.ب.د.1).
 2. أهداف التعلم: ج و د (ج.ب.4، د.ب.5، د.ب.6، ج.م.3، د.م.4، د.د.2).

معلومات اضافية للمعلمين والمقيمين

متطلبات المصادر

بالنسبة لهذه الوحدة، يجب أن يكون لدى المتعلمين امكانية الوصول إلى مجموعة من المعلومات المتعلقة بالعمل التجاري الحالي للسفر والسياحة من خلال مواقع الويب والموارد المطبوعة.

معلومات أساسية لقرارات التقييم

هدفنا التعلم أ و ب

يجب على المتعلمين البناء على أدلة هدفي التعلم أ و ب ومهام التقييم من جميع أنحاء برنامج التعلم الخاص بهم، والمرتبطة بمعرفة وفهم أنواع السفر والسياحة وأنواع الأعمال التجارية أو الشركات المرتبطة بها.

لتحقيق هدفي التعلم أ و ب، يتعين على المتعلمين اختيار **شركتين مختلفتين** في قطاع السفر والسياحة لضمان تلبية متطلبات معايير التقييم بشكل كامل. سيتم اختيار شركتين مختلفتين حسب قطاع السفر والسياحة، على سبيل المثال، شركة تقدم خدمة نقل وأخرى منظم جولات سياحية. يجب على المعلمين التأكد من أن شركات السفر والسياحة التي يختارها المتعلمون ستوفر لهم مجالاً كافياً لضمان قدرتهم على استيفاء جميع متطلبات التقييم بشكل كامل.

بالنسبة لمعيار التميز، سيقم المتعلمون العوامل التي أثرت على قرارات التسويق عند تخطيط الأنشطة الترويجية. يمكن أن تكون هذه العوامل داخلية مثل الميزانية، وتنوع مجموعة المنتجات أو خارجية مثل التشريعات الجديدة كإلغاء متطلبات التأشيرة لعملاء دولة مستهدفة، مما يؤدي إلى الرغبة في زيادة العملاء أو نشاط المنافسين. ثم بعد ذلك يتطلب التقييم التوسع للنظر في نجاح هذه الأنشطة أو فشلها وتأثيرها على الشركة وعملائها. سيقم المتعلمون الأساليب المختلفة لأنشطة التسويق التي تستخدمها شركتان مختلفتان في مجال السفر والسياحة، بالاعتماد على معلومات متنوعة و سیدرسون نقاط القوة والضعف في الأساليب المستخدمة في الأنشطة الترويجية للتأثير على الشركة والعملاء. سيُدرج المتعلمون أمثلة مختارة جيداً وذات صلة تدعم بشكل كامل التوصيات المبررة من أجل التحسين. ستظهر الأدلة تواتراً كتابياً عالي الجودة من خلال استخدام مفردات دقيقة وسلسلة لدعم ردود مدروسة ومنظمة بشكل عالي.





.....

بالنسبة لمعيار الجدارة، يجب على المتعلمين شرح كيفية عمل العناصر الأربعة معًا (المنتج-السعر-المكان-الترويج) لتحسين النجاح. على سبيل المثال، إذا كان المنتج مميزًا مثل فندق فاخر من فئة 5 نجوم، فإن خفض أسعاره بشكل كبير سيضر بصورة العلامة التجارية، وبالتالي سيقفل من دافع السوق المستهدف للبقاء. وبالمثل، يجب استخدام الرعاية بحيث تلاحظ من قبل السوق المستهدف. يحتاج المتعلمون في شرحهم إلى استخدام أمثلة من شركتي السفر والسياحة المختلفتين اللتين اختاروا البحث فيهما.

بالإضافة إلى ذلك، يحتاج المتعلمون إلى الانتباه إلى أنواع النجاح البارزة في الشركتين اللتين بحثوا فيهما، وذلك عندما تسير أنشطة التسويق الخاصة بالشركة بشكل جيد. على سبيل المثال، هل تحقق الشركة مزيدًا من الأرباح من وراء العملاء؟ ستظهر الأدلة تواصلًا كتابيًا عالي الجودة من خلال استخدام مفردات دقيقة وسلسلة لدعم ردود مدروسة ومنظمة بشكل عالي.

بالنسبة لمعيار النجاح، سوف يشرح المتعلمون المزيج التسويقي لنوعين مختلفين من الشركات العاملة في قطاع السفر والسياحة. كذلك سوف يدرسون مجموعة منتجات الشركات وطبيعتها. وسوف يقومون بشرح استراتيجيات التسعير المستخدمة وقنوات التوزيع، بالإضافة إلى الموقع الفعلي وإمكانية الوصول. بالإضافة إلى ذلك، سيشرح المتعلمون سبب استخدام الشركتين للتقنيات والمواد الترويجية لتسويق أعمالهما.

بالإضافة إلى ذلك، سيعرض المتعلمون العوامل التي يمكن أن تؤثر على قرارات التسويق، مثل المنتجات التي يتم تطويرها وطريقة الترويج لها. سيعتمد المتعلمون على أبحاثهم لتقديم أمثلة لتقريرهم. سيتضمن التقرير أيضًا معلومات عن الأنشطة التسويقية الناجحة التي قامت بها شركات السفر والسياحة التي قام المتعلمون بالبحث فيها.



هدف التعلم د

بالنسبة لمعيار التميز، سيقوم المتعلمون بإعداد تقييم مقنع وشامل للعوامل الرئيسية التي أثرت على جاذبية الوجهة العالمية. سيتم أخذ مجموعة من العوامل الرئيسية في الاعتبار وستكون جميعها ذات صلة كاملة بالوجهة. سيتم دعم التقييم بمجموعة من البيانات التي يتم استخدامها بشكل فعال لإظهار مدى تغير شعبية الوجهة السياحية مع مرور الوقت. سيظهر المتعلمون فهمًا لأهمية بعض العوامل الرئيسية مقارنة بالعوامل الأخرى. سوف يعبر المتعلمون عن حججهم بطلاقة ووجهات نظرهم بإيجاز، مما يوفر تقييمًا يعكس أحكامًا منطقية وصحيحة.

بالنسبة لمعيار الجدارة، سيقوم المتعلمون بإعداد تحليل واضح ومفصل للعوامل التي يمكن أن تؤثر على شعبية الوجهة. سيكون فهم العلاقة بين العوامل وكيفية تأثيرها على شعبية الوجهة السياحية واضحًا. سيتم تقديم تحليلًا موضوعيًا ونقديًا ومدعمًا بالبيانات المناسبة لإظهار شعبية الوجهة. الأدلة المقدمة سوف تكون عالية التنظيم والتنسيق ومن خلال تواصل كتابي عالي الجودة واستخدام المصطلحات المناسبة.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيقوم المتعلمون بإعداد وصف لشعبية الوجهة العالمية. سيكون هناك بعض عدم الترابط والسهو، ولكنهم سيظهرون بعض الفهم لتأثير العوامل المختلفة.

ضوابط التقييم

- الوقت: هذه المهمة لها فترة زمنية موصى بها لكنها قابلة للتعديل حسب احتياجات المتعلمين.
- الإشراف: يجب أن تكون متأكد من موثوقية أعمال المتعلمين وهذا قد يعني الحاجة إلى الإشراف عليهم.
- الموارد: يجب أن يتمتع جميع المتعلمين بإمكانية الوصول إلى نفس أنواع الموارد لإكمال المهمة.
- البحث: ينبغي إعطاء المتعلمين الفرصة لإجراء البحوث خارج سياق التعلم إذا تطلبت المهمة التعليمية ذلك.

روابط مع وحدات دراسية أخرى

ترتبط هذه الوحدة مع:

- الوحدة 1: صناعة السفر والسياحة.
- الوحدة 6: السياحة المتخصصة.
- الوحدة 8: تجربة المطار.
- الوحدة 10: النقل العالمي والمحلي للمسافرين.
- الوحدة 16: بلدي كوجهة سياحية.
- الوحدة 18: البحث في اتجاهات السفر الحالية والقضايا الرئيسية في السفر والسياحة.

مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة أصحاب العمل من خلال:

- المتحدثون الضيوف من وكالات السفر ومقدمي خدمات النقل.
- زيارات إلى منظمات السفر والسياحة العاملة في وجهات العطلات ومراكز وبوابات النقل.

فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

إلى جانب المعرفة المتخصصة المكتسبة من خلال دراسة هذه الوحدة، ستتاح للمتعلمين أيضًا الفرصة لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل:

- المهارات التنظيمية.
- مهارات حل المشكلات.
- مهارات التواصل.
- مهارات التفكير الناقد.
- المبادرة والمؤسسة.

