**الترويج السياحي نظرة مفاهيمية معاصرة**

**المستخلص**

تناولت الدراسات الحالية احد العناصر الاساسية و الحيوية في العمل التسويقي للمنظمات السياحية من خلال استعراض احد الانشطة المهمة و المؤثرة و التي من خلالها يتم جذب الزبائن ( السياح ) الدوليين و المتمثل بالمزيج الترويجي الذي يشتمل على ستة متغيرات هي :

1. الاعلان
2. البيع الشخصي
3. تنشيط المبيعات
4. العلاقات العامة
5. الدعاية
6. التسويق المباشر

التي عدت جميعها متغيرات مستقلة بينما ضم الزبون الدولي ستة متغيرات معتمدة هي :

1. معرفة الزبون
2. رضا الزبون
3. ولاء الزبون
4. ثقافة الزبون
5. تفاعل الزبون
6. قيمة الزبون .

و هدفت الدراسة الى

* دراسة واقع حال استراتيجيات مزيج الترويج السياحي لجذب الزبون ( العربي , الاجنبي ) في قطاع السياحة الدينية .
* قياس اثر استراتيجيات مزيج الترويج السياحي في جذب الزبون الدولي .
* بيان كيفية استخدام و تسخير هذه الاستراتيجيات لجذب الزبون الدولي .

و قامت الدراسة في جانبها النظري على الكتب و الدراسات و البحوث و المقالات و التي تناولت الحديث على استراتيجيات الترويج السياحي و كذلك على ما تم الحصول عليه من معلومات عن السياحة بما يخص هذا الموضوع عن طريق المقابلة الشخصية بذوي الاختصاص و المعاونين في القطاع السياحي .

**سبل النهوض في تنمية القطاع السياحي في العراق** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**المستخلص**

حققت السياحة خلال العقود الماضية نموا كبيرا على المستوى العالمي ، إذ أصبحت اقتصاديات دول عديدة تعتمد وبشكل كبير على هذا النشاط نظرا للاستجابة لمتطلباتها المالية في تمويل اقتصادياتها ، ولم يلقى النشاط السياحي في الدول النامية وخصوصا العراق ذات الاقتصاد الموجة الأهمية اللائقة باعتباره أنه نشاط غير قادر على إعادة توزيع الدخل الوطني الذي بجعل منه قطاعا إنتاجيا مهما في عملية البحث عن التوازنات الاقتصادية الكبرى.فهناك دول عطت اهمية كبيرة لهذه الظاهرة في برامجها التنموية وخصصت لها اعتمادان مالية ، مماجعلها تدر العملة الصعبة على هذه الدول في نمو متسارع .مما جعل النشاط السياحي احد القطاعات الأكثر أهمية في العالم .وبما ان العراق يملك العديد من المواقع السياحية المختلفة كالاثرية والدينية والترفيهية وبذلك تمكن العراق ان يشكل مجتمع سياحي متنوع باختلاف تنوعاته البيئية .

إلا إنه يواجه العراق الكثير من الاهمال خلال العقود الماضية بسبب الحروب والعقوبات الدولية التي فرضت عليه ، مما يحتاج الى تطوير البنى التحتية والفوقية ، وتطوير جميع مناطق السياحية التي تعاني من التدهور .

**سلوك مقدمي الخدمة في جذب الزبائن**

**المستخلص**

ان من اولويات العمل السياحي والفندقي في العالم قياس رضا الزبون لتلبيه حاجاته ورغباته لذلك يكون هذا المقياس صعبا في هذا القطاع ومن المهم ان تاخذ الادارات الفندقيه على عاتقها دراسه مستوى الخدمات التي تقدمها وايجاد الحلول لسلبيات العمل والاخذ بالايجابيات وصولاً الى الهدف المطلوب وهو تقديم افضل خدمه تجذب الزبون تتمثل مشكله البحث في عدم توافق مايدركهه الزبون عن الخدمات الفندقيه المقدمه له مع مستوى الخدمات المقدمه فعليا في تلك الفنادق خلال فتره الاقامه وتبرز اهميه البحث في التركيز على مفهوم الخدمات الفندقيه المقدمه ومدى قدرتها على جذب الزبائن حيث شهد العالم تطور كبير في صناعه الضيافه في الأونه الاخيره واستنتاجا لماتقدم يعتبر سلوك مقدمي الخدمه هو العامل الرئيسي والاساسي في جذب الزبائن لدى الفنادق لان سلوك مقدم الخدمه هو الانطباع الاول والاخير الذي ياخذهه الزبون عن الفندق الذي يقصدهه واخير وليس اخر توصلنا من خلال بحثنا الى وجود علاقه كبيره بين سلوك مقدمي الخدمه في جذب الزبائن لدى الفنادق

**التخطيط** **السياحي ودوره في التنمية السياحية**

**المستخلص**

إنبثق مفهوم السياحة في البدء من التنقل و الترحال ثم اصبح بعد ذلك نشاطاً انسانيا واجتماعياً مبنياً على المعرفة والاستكشاف والتعلم وقد أصبحت السياحة اليوم وفي بعض الدول من القطاعات الرائدة كونها مورداً اقتصادياً لا يمكن الاستهانة به كونها تلعب لدورها المهم في زيادة الدخل وتحسين ميزان المدفوعات التجاري فهو يعتبر كبوابة للحصول على العملات الأجنية الصعبة . ومن وجهة نظر ثقافية واجتماعية فأنها ترتبط بكافة الجوانب السلوكية والحضارية للإنسان فهي جسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية .

تهدف الدراسة الى اختبار دور التخطيط السياحي في تنمية السياحة في العراق, من خلال استبانه وزعت, على عينه من الموظفين في شركة الافق للسياحة والسفر والبالغ عددهم 30 موظف وموظفة. باستخدام برنامج spss ومن خلال تقنية الانحدار البسيط وجدت الدراسة ان التخطيط السياحي يوثر على مستويات التنمية في شركة الافق للسياحة والسفر.