

أثر استخدام التكنولوجيا الاتصال الحديثة في الترويج السياحي

ملصق علمي حول موضوع مذكرة تخرج تم إعدادها لتيل شهادة الماستر ضمن تخصص : تكنولوجيا الاتصال الجديدة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم : علوم الإعلام و الاتصال
تخصص : تكنولوجيا الاتصال الجديدة

من إعداد الطالبتين :

✓ قرميظ سميرة
✓ قرميظ رايصة

إشراف الاستاذ

ثابت مصطفى

أهمية الدراسة:

يعتبر الترويج السياحي من الأنشطة التسويقية الهامة ويلعب خاصة في ظل الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم وما ينتج عنها من تطور كبير في وسائل الاتصال وبم أن القطاع السياحي احد الأعمدة الاقتصادية الأساسية في الوقت الحالي فأصبح من الضروري إلقاء الضوء عليه والاهتمام به باعتباره موردا دائما للدخل واعتماده كبديل عن قطاع الحرقوات

-أهداف الدراسة:

من خلال هذه الدراسة والتي جاءت لغرض دراسة تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال في الترويج السياحي والتي تتمثل في مجموعة من الأهداف نذكر منها
معرفة كيف ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الترويج السياحي
الكشف عن الوسائل الإعلامية والاتصالية الأكثر استخداما من طرف سائح
تحديد أهم الخدمات والأنشطة التي تقدمها المنضمت السياحية من خلال عملية الترويج والهدف الأخير من هذه الدراسة هو الإفادة العلمية ولفت انتباه المسؤولين بالمنضمت السياحية الوطنية إلى أهمية الترويج السياحي وضرورة الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة من اجل النهوض بهذا القطاع

الإشكالية :

هل تساهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير الترويج السياحي و النهوض بالقطاع في الجزائر ؟

تساؤلات الدراسة

هل تسعى الوكالة السياحية في الجزائر لمسيرة التطورات المستخدمة في الترويج السياحي؟

هل تسعى الوكالة السياحية في الجزائر لمسيرة التطورات المستخدمة في الترويج السياحي؟

هل تسعى الوكالة السياحية في الجزائر لمسيرة التطورات المستخدمة في الترويج السياحي؟

مجتمع البحث وعينة الدراسة :

مجتمع البحث الذي نحن بصدد دراسته يتمثل في مجموعة علماء في الوكالة السياحية بورقلة . حيث اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية

مقدمة

شهد قطاع خدمات السياحة العالمي تطورا هائلا حتى عد من القطاعات الاقتصادية الحيوية ذات المساهمة الواضحة في زيادة الدخل القومي وزيادة التفاعلات الثقافية لقد ساهمت التغيرات التكنولوجية والعلوم العصرية الحاصلة في مختلف الميادين تطور وسائل النقل قنوات المرور وكذا تضاعف وحدات الاقتصادية الناشطة في هذا المجال والفنادق ووكالات السياحة الأمر الذي سيؤدي بزيادة تنافس بين وحدات القطاع السياحي من اجل تقديم الأفضل واستقطاب أكبر عدد من السواح يعد الترويج السياحي احد أدوات الاتصال التي تربط بين مقدم الخدمة بالجمهور إذ أصبح بإمكان هذه الوحدات الاقتصادية من الاستغناء عن شبكات الوسطاء إلى حد ما
كما إن العلاقات الوطيدة بين المنظمات السياحية والفندقية واستخدام الانترنت وما يحويه من بيانات ومعلومات ساهمت في تعزيز عملية الترويج وذلك بالاتصال الدائم والمستمر مع زبائنها لمعرفة رغباتهم وحاجاتهم المتجددة وبتالي الفوز بثقتهم وتحقيق الطلب الأكثر على العروض السياحية

أدوات جمع البيانات:

فيما يخص الأدوات المستخدمة في البحث فلقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان بالإشارة من أكثر الأدوات التي تسمح لنا جمع معلومات والبيانات

أسباب اختيار الموضوع:

دوافع اختيار هذا الموضوع دون غيره من المواضيع العملية له عدد أسباب، فضلاً عن أهميته فهناك أسباب ذاتية وأخرى موضوعية نذكر منها ما يلي:

أسباب ذاتية:

الاهتمام الشخصي بالموضوع والميل الشخصي للسياحة.
الرغبة في تسليط الضوء على السياحة الوطنية وزيادة الاهتمام بهذا القطاع؟

أسباب موضوعية:

إن الأهمية البالغة في تحسين قطاع السياحة الوطنية وجب الاهتمام الكبير في هذا المجال ومحاوله البحث عن كلّ التغيرات التي يمكن لنا من خلالها إيجاد مناطق سياحية جديدة ومواكبة كلّ تطورات التكنولوجيا الحديثة لزيادة جلب عدد واسع من سواح وزوار توطيد العلاقات في كلّ الأرجاء سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي.

منهج الدراسة:

سنعتمد في بحثنا هذا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه المنهج الأنسب لدراستنا.
فالمنهج الوصفي التحليلي: هو أسلوب من أساليب التحليل الذي يعتمد على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية وتفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع العمليات الفعلية للظاهرة. أي أن المنهج الوصفي يمثل الأكبر قابلية لاستخدام عند دراسة المحاور الإنسانية كما يعدّ الأكثر استخداما في البحوث الإعلام.