

المحاضرة الثالثة: نظم

المعلومات التسويقية

وبحوث التسويق في

القطاع الفندقى

يمثل مجموع العناصر البشرية والمادية اللازمة لجمع البيانات بغرض تحويلها إلى معلومات تساعد الإدارة في اتخاذ القرارات التسويقية بشكل دقيق وواضح ومستمر يعنى بالمستقبل فهو يتوقع ويمنع المشاكل.

ثانيا / خصائص نظام المعلومات التسويقي:

- الشمولية
- المرونة
- سرعة الاسترجاع
- المصدقية (الموثوقية)
- الملاءمة

ثالثا / عناصر نظام المعلومات التسويقي:

كل نظام في مجمله يتكون من العناصر التالية:

- المدخلات
- عملية المعالجة
- المخرجات
- التغذية العكسية

رابعا / مكونات نظام المعلومات التسويقي في الفنادق:

يتكون من أربعة أنظمة فرعية تتوضح في الشكل الآتي:

شكل 1: مكونات نظام المعلومات التسويقي

