



دورة:
الأساليب الحديثة والدولية في الترويج السياحي

10 - 14 أغسطس 2025
شرم الشيخ (مصر)
Sheraton Sharm Hotel

النساليب الحديثة والدولية في الترويج السياحي

رمز الدورة: HT12461 تاريخ الإنعقاد: 10 - 14 أغسطس 2025 دولة الإنعقاد: شرم الشيخ (مصر) - Hotel Sharm Sheraton رسوم الاشتراك: Euro 4550

المقدمة

يقدم هذا البرنامج التدريبي إلى كل من يرغب في تعلم الرؤية العالمية والمنهاج التي بدأت يتبلور ضمن إطار عام فيما يخص كيفية استخدام أساليب حديثة للترويج ضمن كلاً من المجالين السياحي والفندقي. حول العالم الجميع اليوم مهتم باستقطاب أكبر عدد من السياح نحو مشروعه السياحي ولتحقيق هذا الهدف قد عمل كلٌ وفق اجتهاده وقد نجحت بعض الاستراتيجيات بينما أخفقت أخرى، أسباب النجاح وأسباب الفشل بالإضافة إلى الرؤية العامة التي قد توصل إليها العالم فيما يخص كيفية الترويج السياحي والفندقي هو محور الدورة، كما وصممت هذه الدورة من أجل المعرفة بالطرق الترويجية المتقدمة، وتسخير المزيج التسويقي بمفهومه الحديث في خدمة زيادة الأرباح السياحية واستقطاب أفضل للعملاء المستهدفين عالمياً ومحلياً.

أهداف البرنامج

- التعرف على مفهوم التسويق السياحي والفندقي وأهم خصائصه.
- الإلمام بأهم عناصر المزيج التسويقي.
- التعرف على مفهوم جودة الخدمة.
- التعرف على أهمية رضا الضيف وتكوين الصورة الذهنية لديه.
- التعريف بالمبادئ التسويق العامة.
- التسويق السياحي وارتباطه بشكل مباشر تطور السياحة.
- سياسيات التسويق وفروعها.
- التطور التكنولوجي وعلاقته في التطور السياحي.
- الإعلام ودوره في عالم السياحة.
- تعريف التسويق السياحي .
- الخصائص المميزة للخدمات السياحية .
- عناصر الجذب السياحي .
- تخطيط التسويق السياحي
- إستراتيجيات ترويج الخدمات السياحية .
- الدعاية - تنشيط المبيعات - الإعلام - المزيج التسويقي - المزيج البيعى
- المنظمات المحلية والدولية ودورها في تنشيط السياحة .
- تحليل البيئة التسويقية السياحية

عند نهاية برنامج الدورة سيكون المشاركون فيها قد تعرفوا على:

- مفهوم الإستراتيجية الترويجية السياحية ومتطلباتها وأنواعها
- كيفية إدارة المنشأة السياحية .
- بناء المشروعات السياحية وفق استراتيجية ترويجية ناجحة.
- إدارة الفندق وفق منهجية تعتمد على التوازن بين رضا العميل والترويج الفعال.
- الترويج للفندق عبر اعتماد سلوك واستراتيجيات عالمية.
- كيفية جذب السياح إلى المشروع السياحي بفضل الخدمات الراقية .
- طرق ترويجية متقدمة تشمل التسويق الإلكتروني والترويج عبر وسائل الإعلام المختلفة.
- القدرة على إدارة المنشأة السياحية بطريقة منهجية.
- التعامل مع السياح وبناء الصورة الحسنة للفندق

الجمهور المستهدف

- مدراء وأصحاب المنشآت السياحية
- مدراء وأصحاب الفنادق.
- المستثمرين السياحيين.
- العاملين في المرافق السياحية.
- العاملين في الفنادق.

المحاور العامة

اليوم الأول: مقدمة المزيج التسويقي وعناصره الأساسية

- المزيج التسويقي
- عناصر المزيج التسويقي
- المنتج
- السعر
- المكان
- الترويج
- العلاقات العامة
- طبيعة السوق

- العنصر البشري
- الدليل المادي
- العملية

اليوم الثاني: استراتيجيات المزيج التسويقي

- التخطيط
- دورة حياة الخدمة
- استراتيجيات المزيج التسويقي
 - استراتيجية التمايز
 - استراتيجية التركيز
 - استراتيجية غير المتميزة
- خصائص المزيج التسويقي

اليوم الثالث: الاستراتيجيات الترويجية السياحية

- مفهوم الإستراتيجية الترويجية السياحية
- متطلبات الإستراتيجية الترويجية السياحية
- أنواع الإستراتيجيات الترويجية السياحية
 - الإستراتيجية الترويجية الهجومية
 - الإستراتيجية الترويجية الدفاعية
- كيفية وضع خطة ترويجية ناجحة تركز على عملية التنمية السياحية

اليوم الرابع: تدريب الكوادر والترويج غير التقليدي

- تدريب الكوادر العاملة في المجال السياحي على إدارة المنشأة بطريقة منهجية
- تدريب الكوادر الفندقية على كيفية التعامل مع السياح وبناء الصورة الحسنة للفندق
- طريقة الترويج بطرق غير تقليدية تشمل مواقع إلكترونية وإدارة صفحات تسويقية على وسائل التواصل الاجتماعي
- لفت النظر إلى الحاجات الأساسية والخدمات الأساسية الواجب توفرها ضمن المنشأة السياحية
- كيفية التميز والتفرد عبر امتلاك منشأة تقدم خدمات نوعية غير تقليدية تجعل منها وجهة سياحية يطلبها الجميع

اليوم الخامس: التحديات والحملات الترويجية

- معرفة التحديات الرئيسية لتعزيز السياحة
- تحديد الجماهير المستهدفة للترويج السياحي
- تلخيص كيف يمكن لمروجي السياحة إنشاء حملات تجذب الوسطاء والعملاء
- وصف طرق الإعلان الشائعة الاستخدام للترويج السياحي
- مناقشة التحديات المختلفة التي تواجه مروجي السياحة
- تحديد مزايا وعيوب طرق الإعلان المختلفة
- معرفة المراحل المختلفة لكيفية جذب العميل
- وصف كيفية تأثير عملية اكتساب العملاء على أهداف حملات الترويج السياحي
- الجمهور المستهدف
- التحديات التسويقية
- طرق الدعاية
- الحملات الترويجية
 - تحديد الأهداف
 - جذب الانتباه
 - تعزيز الولاء للعلامة التجارية