



دورة:
الاستراتيجيات الحديثة في التسويق السياحي

16 - 20 نوفمبر 2026
ليفربول

الاستراتيجيات الحديثة في التسويق السياحي

رمز الدورة: HT12462 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 نوفمبر 2026 دولة الإنعقاد: ليفربول - رسوم الإشتراك: Euro 6500

المقدمة

تُعد السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية حول العالم، فهي لم تعد مقتصرة على الترفيه والسفر فحسب، بل أصبحت عنصرًا رئيسيًا في النمو الاقتصادي، والأنشطة الثقافية والاجتماعية، وحماية البيئة. كما تُعد السياحة مصدرًا مهمًا لجذب الاستثمار في مشروعات البنية التحتية والخدمات العامة، وزيادة الدخل الوطني، وتوفير فرص العمل والاستثمار.

ونظرًا لتنوع أنواع السياحة، فإن لكل نوع منها استراتيجية تسويقية مختلفة تهدف إلى جذب أكبر عدد ممكن من السياح، بما يتناسب مع طبيعة الوجهة والعمل والموسم السياحي.

هذا البرنامج التدريبي صُمم ليمنح المشاركين معرفة شاملة بأهم الاستراتيجيات التسويقية في قطاع السياحة، وفهم كيفية إعداد الخطط التسويقية، وتحديد الأهداف التسويقية لكل قطاع بما يتوافق مع طبيعة السوق والعمل، وتأثير العوامل المختلفة على قرارات السياح واختياراتهم.

أهداف البرنامج

بنهاية البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على مفهوم التسويق العام والتسويق السياحي وأهدافه في تحقيق رضا الطرفين: المؤسسات السياحية والسائحين.
- التمييز بين التسويق السلعي والتسويق السياحي، وفهم خصائص كل منهما.
- تطوير القدرة على استخدام التسويق السياحي لتعزيز المبيعات في المنشآت السياحية والفندقية.
- تحليل السوق السياحي، وفهم متغيرات الطلب والعرض، وأثرها على الاستراتيجيات التسويقية.

الجمهور المستهدف

- مدراء المبيعات ونوابهم والعاملون في دوائر المبيعات والتسويق في الفنادق والشركات السياحية.
- أصحاب ومدبرو الفنادق السياحية.
- مدراء وأخصائيو المكاتب السياحية.
- مدراء المتاحف.
- مدراء وقسم الإرشاد السياحي والعاملون فيه.
- الطلاب الدارسين ضمن اختصاص الإرشاد السياحي.

المحاور العامة للبرنامج

اليوم الأول: الاستراتيجية التسويقية وإدارة المنشآت السياحية

- مفهوم الاستراتيجية التسويقية السياحية ومتطلباتها وأنواعها.

- كيفية إدارة المنشأة السياحية وفق خطط استراتيجية ناجحة.
- بناء المشاريع السياحية مع مراعاة التوازن بين رضا العميل وأهداف التسويق.
- أساليب تسويق الفنادق من خلال سلوك واستراتيجية الاستقبال.
- جذب السياح عبر تقديم خدمات عالية الجودة.

اليوم الثاني: التسويق المتقدم وخدمة العملاء

- استراتيجيات التسويق الإلكتروني والترويج عبر وسائل الإعلام المختلفة.
- إدارة المنشآت السياحية بمنهجية احترافية.
- بناء صورة إيجابية للمنشأة لدى السياح.
- أهمية خدمة العملاء كميزة تنافسية في قطاع السياحة.
- الركائز الأساسية لتحقيق التميز في خدمة العملاء السياحيين.

اليوم الثالث: تصميم خطة عمل للتسويق السياحي

- إعداد **Action Plan** للارتقاء بمستوى الأداء والخدمات المقدمة.
- التعريف بمفهوم التسويق العام وأنواعه الشائعة.
- استعراض مفهوم التسويق السياحي وأهميته في تحقيق الخطط التنموية.
- فهم العلاقة بين الطلب السياحي والعرض السياحي وتأثير المتغيرات السوقية.
- تحديد أهداف التسويق السياحي واستراتيجياته.
- الفرق بين التسويق السلعي والتسويق السياحي.

اليوم الرابع: استراتيجيات التسويق السياحي وأدواته

- أدوات وأنواع استراتيجيات التسويق السياحي الفعالة.
- اختيار أفضل استراتيجية لكل نوع من أنواع السياحة بما يتناسب مع نشاط المنشأة.
- تحليل المنافسين ودراسة السوق المستهدف.
- تحديد الميزانيات وأفضل الأوقات لإطلاق الحملات التسويقية.
- إعداد التقارير واستخدامها في خطط التسويق والمبيعات.

اليوم الخامس: التسويق الرقمي وعلاقات B2B وحلول العمل

- الاستفادة من **التسويق الرقمي** لتطوير علاقات B2B كبديل للمعارض الدولية.
- وضع حلول عملية للمشكلات المتعلقة بالعملاء والمبيعات والعمليات والتسويق.
- استراتيجيات إعادة استهداف العملاء الحاليين والمحتملين.
- استغلال العملاء المميزين لتعزيز المبيعات وبناء الولاء.