Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:

الأساليب الحديثة والدولية في الترويج السياحي

23 - 27 أغسطس 2026

اسطنبول (تركيا)

DoubleTree by Hilton Istanbul

الأساليب الحديثة والدولية في الترويج السياحي

رمز الدورة: HT12461 تاريخ الإنعقاد: 23 - 27 أغسطس 2026 دولة الإنعقاد: اسطنبول (تركيا) - Istanbul Hilton by DoubleTree رسوم الإشتراك: 6300 Euro

المقدمة

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بفهم شامل للرؤية العالمية والأساليب الحديثة للترويج في القطاعين السياحي والفندقي. في ظل التنافس العالمي لجذب أكبر عدد من السياح، أصبحت معرفة**استراتيجيات النجاح والفشل في الترويج السياحي**أمرًا ضروريًا، إلى جانب فهم الرؤى العالمية لتسويق الوجهات السياحية والفنادق.

تم تصميم هذه الدورة لتمكين المشاركين من:

- تطبيق الطرق الترويجية المتقدمة بشكل فعّال.
- استغلال المزيج التسويقي الحديث لزيادة الإيرادات السياحية واستقطاب العملاء المستهدفين محليًا وعالميًا.
- تطوير مهارات تخطيط وتنفيذ الحملات التسويقية السياحية والفندقية بشكل احترافي.

أهداف البرنامج

بنهاية البرنامج، سيتمكن المشاركون من:

- التعرف على مفهوم التسويق السياحي والفندقي وأهم خصائصه.
- الإلمام بأهم عناصر المزيج التسويقي ودورها في نجاح المشاريع السياحية.
- فهم جودة الخدمة وأهمية رضا الضيف وتأثيرها على الصورة الذهنية للمنشأة.
- دراسة المبادئ العامة للتسويق وعلاقتها بتطور القطاع السياحي.
- التعرف على التطور التكنولوجي ودوره في تحسين تجربة السائح.
- فهم دور الإعلام ووسائل التواصل في تنشيط السياحة.
- تحليل البيئة التسويقية السياحية واستراتيجيات الترويج المختلفة.

الجمهور المستهدف

- مدراء وأصحاب المنشآت السياحية والفنادق.
- المستثمرون في القطاع السياحي.
- العاملون في المرافق والفنادق السياحية.
- موظفو أقسام التسويق والمبيعات في شركات السياحة والفنادق.

المحاور التدريبية

اليوم الأول: مقدمة المزيج التسويقي وعناصره الأساسية

- تعريف المزيج التسويقي وأهميته.
- عناصر المزيج التسويقي: المنتج، السعر، المكان، الترويج، العلاقات العامة.

- طبيعة السوق وعناصرها: العنصر البشري، الدليل المادي، العملية.

اليوم الثاني: استراتيجيات المزيج التسويقي

- التخطيط التسويقي ودورة حياة الخدمة.
- استراتيجيات المزيج التسويقي:
  - استراتيجية التمايز.
  - استراتيجية التركيز.
  - الاستراتيجية غير المتمايزة.
- خصائص المزيج التسويقي الفعّال وكيفية تطبيقه في السياحة والفنادق.

اليوم الثالث: الاستراتيجيات الترويجية السياحية

- مفهوم ومتطلبات الاستراتيجية الترويجية السياحية.
- أنواع الاستراتيجيات الترويجية: هجومية ودفاعية.
- كيفية إعداد خطة ترويجية ناجحة ترتكز على التنمية السياحية المستدامة.

اليوم الرابع: تدريب الكوادر والترويج غير التقليدي

- تدريب الكوادر السياحية والفندقية على إدارة المنشأة بطريقة منهجية.
- تحسين مهارات التعامل مع السياح وبناء الصورة الذهنية الإيجابية للمنشأة.
- استراتيجيات الترويج غير التقليدي عبر المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- التركيز على الخدمات الأساسية والتميّز النوعي لجعل المنشأة وجهة سياحية مميزة.

اليوم الخامس: التحديات والحملات الترويجية

- التعرف على التحديات التسويقية في السياحة.
- تحديد الجماهير المستهدفة للحملات الترويجية.
- تصميم الحملات التي تجذب العملاء والوسطاء السياحيين.
- استعراض طرق الإعلان التقليدية والرقمية وتحليل مزاياها وعيوبها.
- مراحل اكتساب العملاء وأثرها على أهداف الحملات الترويجية.
- تعزيز الولاء للعلامة التجارية وجذب الانتباه بشكل مستدام.