



دورة:
التسويق السياحي الالكتروني

7 - 11 سبتمبر 2026
براغ (جمهورية التشيك)

التسويق السياحي الإلكتروني

رمز الدورة: SM10458 تاريخ الإنعقاد: 7 - 11 سبتمبر 2026 دولة الإنعقاد: براغ (جمهورية التشيك) - رسوم الإشتراك: Euro 6050

المقدمة

يعد الاستثمار السياحي أحد أهم الأدوات لتعزيز التنمية الاقتصادية في القطاع السياحي، حيث يسهم في تأسيس وتطوير المشاريع السياحية بالتعاون مع الجهات المعنية والهيئات الرسمية.

ويعتبر التسويق الإلكتروني والدعاية عبر الإنترنت من أبرز الوسائل لدعم هذا الاستثمار، حيث يتميز بالإصدار المباشر للمعلومات والمحتوى دون حدود زمنية أو مكانية، ويتيح التفاعل مع الجمهور في الوقت الحقيقي. كما يمكن الوصول إلى جمهور عالمي وتقييم ردود أفعاله بشكل مباشر، ما يعزز فرص نجاح الحملات الترويجية والاستثمارية.

أهداف البرنامج

بنهاية البرنامج التدريبي، سيكون المشاركون قادرين على:

1. التعرف على السياسات والتقنيات الإجرائية التي تساعد في تنمية دور التسويق الإلكتروني لتنشيط المجال الاستثماري والسياحي.
2. معرفة الخدمات التي يقدمها التسويق والإعلام الإلكتروني في المجال الاستثماري والسياحي.
3. التعرف على مميزات وعيوب التسويق والدعاية عبر الإنترنت مقارنة بأرض الواقع.
4. الاطلاع على أمثلة عملية وتجارب ناجحة لوجهات استثمارية وسياحية عالمية.
5. فهم مفهوم إستراتيجية التسويق والإعلام الإلكتروني في الاستثمار والمناطق الاقتصادية والسياحية.
6. اكتساب القدرة على تطوير إستراتيجية علمية للتسويق والإعلام الإلكتروني لتحقيق أقصى أثر.
7. مقارنة مزايا وفوائد التسويق الإلكتروني بمقارنتها بالواقع الميداني.

الجمهور المستهدف

- الأخصائيون في دوائر الإعلام والعلاقات العامة.
- المختصون في التسويق الرقمي في المجال الاستثماري والمناطق الحرة.
- الإعلاميون والصحفيون المتخصصون في المجال الاقتصادي.
- مدراء الإعلام والتسويق السياحي.
- كل من يرغب في تطوير مهاراته وخبراته في التسويق والاستثمار السياحي.

محاو البرنامج

اليوم الأول: إعداد خطة تسويقية وإعلامية ناجحة

- وضع خطة تسويقية وإعلامية تركز على عملية التنمية والاستثمار في المناطق الحرة والاستثمارية والسياحية.
- التسويق بطرق غير تقليدية تشمل المواقع الإلكترونية.
- إدارة الصفحات التسويقية على وسائل التواصل الاجتماعي.

اليوم الثاني: استراتيجيات التسويق الإلكتروني

- التعرف على الحاجات والخدمات الأساسية ضمن المناطق الاستثمارية.
- مفهوم إستراتيجية التسويق الإلكتروني في المجال السياحي والاستثماري.
- الاستراتيجية العلمية للتسويق الإلكتروني.

اليوم الثالث: مقارنة بين التسويق الإلكتروني والواقع

- مزايا وفوائد التسويق والإعلام عبر الإنترنت مقارنة بأرض الواقع.
- عيوب التسويق والدعاية عبر الإنترنت مقارنة بالواقع.
- السياسات والتقنيات الإجرائية التي تساعد في تنمية دور التسويق الإلكتروني.

اليوم الرابع: خدمات التسويق والإعلام الإلكتروني

- الخدمات التي يقدمها التسويق الإلكتروني في المجال السياحي.
- الخدمات التي يقدمها الإعلام الإلكتروني في المجال الاستثماري.
- مميزات التسويق السياحي والدعاية والإعلان عبر الإنترنت.

اليوم الخامس: دراسة العيوب والتجارب العملية

- عيوب الدعاية والإعلان عبر الإنترنت في مجال الاستثمار.
- عيوب الدعاية والإعلان عبر الإنترنت في المناطق الحرة والسياحية.
- أمثلة عملية وتجارب ناجحة لوجهات سياحية واستثمارية عالمية.