



مؤتمر:
إدارة الفعاليات الكبرى وتنظيمها

4 - 8 أكتوبر 2026
القاهرة (مصر)

إدارة الفعاليات الكبرى وتنظيمها

رمز المؤتمر: CO12414 تاريخ الإنعقاد: 4 - 8 أكتوبر 2026 دولة الإنعقاد: القاهرة (مصر) - رسوم الإشتراك: Euro

مقدمة المؤتمر

يهدف مؤتمر "إدارة الفعاليات الكبرى وتنظيمها" إلى تمكين المشاركين من اكتساب المهارات العملية والإدارية اللازمة لتخطيط وإدارة الفعاليات الكبيرة بكفاءة عالية.

يركز المؤتمر على جميع مراحل إدارة الفعاليات الكبرى بدءًا من التخطيط، التنظيم، الترويج، إدارة الميزانية والموارد البشرية، مرورًا بتنفيذ الفعاليات الكبرى والمتابعة والتقييم لضمان تحقيق أهدافها الاستراتيجية وتحقيق تجربة متميزة للمشاركين.

أهداف المؤتمر

بنهاية المؤتمر، سيتمكن المشاركون من:

1. التعرف على أنواع الفعاليات الكبرى ومتطلباتها الخاصة.
2. وضع خطط تنفيذية شاملة للفعاليات الكبرى.
3. إدارة الفرق واللجان المعنية بالفعاليات الكبرى بكفاءة.
4. تصميم حملات ترويجية وتسويقية للفعاليات الكبرى.
5. إعداد ومراقبة الميزانيات والنفقات والإيرادات للفعاليات الكبرى.
6. تنظيم المعارض والأنشطة المصاحبة للفعاليات الكبرى.
7. متابعة وتقييم نتائج الفعاليات واستخلاص الدروس المستفادة.

الكفاءات المكتسبة

- التخطيط الاستراتيجي وإدارة الموارد للفعاليات الكبرى.
- تنسيق الفرق واللجان وضمان الأداء الأمثل.
- إعداد وتنفيذ حملات ترويجية فعّالة.
- إعداد ومراقبة الميزانية والنفقات والإيرادات.
- تنظيم المعارض والأنشطة المصاحبة للفعاليات الكبرى.
- متابعة الأداء وتقييم النتائج لتطوير الفعاليات المستقبلية.

الفئة المستهدفة

- المدراء والمشرفون المشاركون في تخطيط وإدارة الفعاليات الكبرى.
- موظفو ومدراء العلاقات العامة والإعلام.
- فرق التسويق والمبيعات المسؤولة عن تنظيم الفعاليات الكبرى.
- كل من يسعى لتطوير مهاراته وخبراته في إدارة الفعاليات الكبرى والمؤتمرات.

محاور المؤتمر

اليوم الأول: التخطيط الاستراتيجي للفعاليات الكبرى

- التعرف بالفعاليات الكبرى وأنواعها.
- تحديد الأهداف الذكية للفعاليات الكبرى.
- إعداد خطة الفعالية مع الأنشطة والبرامج المفصلة.
- اختيار المكان المناسب والتفاوض على المواقع.
- تحديد الموارد البشرية وتشكيل اللجان المتخصصة.

اليوم الثاني: تنظيم وإدارة الفرق واللجان

- تدريب وتحفيز الفرق واللجان المسؤولة عن إدارة الفعاليات الكبرى.
- توزيع المسؤوليات ومراقبة الأداء.
- إدارة العلاقات مع الموردين والشركاء.
- تطوير نظم الاتصال الداخلي والخارجي لضمان التنسيق المثالي.

اليوم الثالث: الترويج والتسويق للفعاليات الكبرى

- استراتيجيات التسويق والترويج للفعاليات الكبرى.
- استخدام وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية.
- الترويج للمعارض والأنشطة المصاحبة.
- جذب المشاركين والرعاة والشركاء.
- تصميم خطة ترويجية متكاملة خطوة بخطوة.

اليوم الرابع: الإدارة المالية وإدارة المعارض

- إعداد الميزانية للمؤتمر أو الفعالية الكبرى.
- تحديد النفقات الثابتة والمتغيرة والإيرادات المتوقعة.
- إدارة رسوم التسجيل والرعاة والمساهمات.
- تنظيم المعارض والأنشطة المصاحبة.
- معايير اختيار العارضين وضمان نجاح المعرض.

اليوم الخامس: المتابعة والتقييم للفعاليات الكبرى

- مراقبة تنفيذ الفعاليات وفق الخطة.
- تقييم الأداء وتحليل النتائج مقابل الأهداف.
- تحديد نقاط القوة والفرص للتحسين في الفعاليات المستقبلية.
- إعداد تقرير شامل لتوثيق الإنجازات والدروس المستفادة.
- تقديم توصيات عملية لتطوير الفعاليات المقبلة.