



لتعزيز التنافسية الدورة التدريبية: التخطيط الاستراتيجي وتنمية واستقطاب الزوار المنتج السياحي في القطاع الحكومي

مايو ٢٠٢٦ ١٥ - ١١

طوكيو

(للشخص الواحد) € ٦٥٠٠

Ref: #TOU5122_349812



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

على خريطة السياحة الركائز الأساسية التي تعتمد عليها الحكومات يُعد التخطيط الاستراتيجي وتنمية المنتج السياحي من التقليدية واعتماد نهج شامل يضمن العالمية. في عالم يزداد تنافسية، أصبح من الضروري والهيئات الرسمية لتعزيز مكانتها في هذه الدورة المصممة خصيصاً BEN Training Center استقطاب الزوار وتحقيق النمو المستدام. يقدم BIG تجاوز الأساليب الفرص الفريدة للوجهة، التخطيط الاستراتيجي السياحي. تركز الدورة على لتزويد المشاركين بالأدوات والمنهجيات الحديثة نستعرض في هذه الدورة أفكاراً من كتاب وتطوير منتجات سياحية مبتكرة تتوافق مع التوجهات كيفية تحليل السوق، وتحديد أصحاب والذي يوضح أهمية التخطيط الشامل وإدارة الموارد، Stephen L. J. Smith للمؤلف Tourism Management العالمية. على دور البيانات والتحليل في المصلحة، وإدارة المخاطر، والابتكار في المنتج السياحية بفعالية. سنغطي موضوعات مثل تحليل الأمثل للمحترفين الطامحين إلى قيادة التنمية اتخاذ القرارات الاستراتيجية. هذه الدورة هي الخيار السياحي، مع التأكيد السياحية في مؤسساتهم الحكومية.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:



- الحكومية السياحية. مدراء وموظفو التخطيط الاستراتيجي في الهيئات
- صنع القرار في وزارات السياحة والثقافة والتراث.
- العامة. الموظفون في أقسام تنمية المنتج السياحي بالهيئات
- مستشارو القطاع الحكومي في الشؤون السياحية.
- الباحثون والأكاديميون المهتمون بالسياحة الحكومية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الهيئات الحكومية وما في حكمها المسؤولة عن السياحة.
- السياحية. البلديات والمجالس المحلية المسؤولة عن التنمية
- المؤسسات الحكومية المعنية بحماية التراث والآثار.
- شركات تطوير الوجهات السياحية الحكومية.
- مؤسسات تنظيم الفعاليات والمهرجانات الحكومية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات التخطيط الاستراتيجي.
- أقسام تنمية المنتجات والوجهات السياحية.
- إدارات البحث والتطوير.
- أقسام إدارة المشاريع السياحية.
- إدارات السياسات واللوائح التنظيمية.



أهداف الدورة التدريبية:

- أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد
- الحكومي. تصميم خطط استراتيجية متكاملة لتنمية قطاع السياحة
- والعالمية. تحليل الفرص والتحديات في السوق السياحي المحلي
- الوجهة. تطوير منتجات سياحية مبتكرة وجذابة تتوافق مع هوية
- المشتركة. إدارة أصحاب المصلحة الرئيسيين وتنسيق الجهود
- الاقتصادي والاجتماعي. قياس أداء الاستراتيجيات السياحية وتقييم الأثر
- بناء شراكات استراتيجية لتعزيز التنافسية السياحية.
- الحكومية. تحديد مصادر التمويل المتاحة للمشاريع السياحية

منهجية الدورة التدريبية:



ودراسات شاملة تركز على الجانب التطبيقي. تجمع المنهجية بين يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة بمنهجية السياحي على مستوى الحكومات. الحالة العملية التي تسلط الضوء على نجاحات المحاضرات التفاعلية، وورش العمل الجماعية، حلول استراتيجية مبتكرة لها، مما يعزز يتم تشجيع المشاركين على تحليل مشاكل واقعية والعمل وإخفاقات في التخطيط الدورة جلسات عصف ذهني لمناقشة التحديات التنظيمية مهاراتهم في التفكير النقدي وصناعة القرار. تتضمن على تطوير حديثة لتمكين راجعة فردية وجماعية لضمان استيعاب المفاهيم بشكل والتشريعية في القطاع، بالإضافة إلى جلسات تغذية المتميزة تضمن أن يكتسب المتدربين من صياغة خطط استراتيجية قابلة للتطبيق كامل. كما يتم استخدام أدوات تحليلية سياحية ناجحة وفعالة. المشاركون الخبرة اللازمة لتنفيذ مشاريع تنمية الفوري. هذه المنهجية

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الحكومية الوحدة الأولى: أسس التخطيط الاستراتيجي في السياحة



- فهم دور الحكومة في التنمية السياحية.
- تحليل البيئة الداخلية والخارجية للقطاع السياحي.
- تحديد الرؤية، الرسالة، والأهداف الاستراتيجية.
- تحليل أصحاب المصلحة وتحديد توقعاتهم.
- تخطيط الموارد البشرية والمالية للمشاريع السياحية.
- صياغة مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس التقدم.
- مراجعة أفضل الممارسات في التخطيط السياحي العالمي.

الوحدة الثانية: فهم السوق السياحي وتحليل الاتجاهات

- تحليل سلوك الزوار وأنماط السفر الحديثة.
- تحديد الأسواق المستهدفة وتصنيفها.
- استخدام البيانات السياحية في اتخاذ القرارات.
- التوجهات العالمية في السياحة المستدامة والبيئية.
- دراسة المنافسين وتحليل الميزة التنافسية للوجهة.
- تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات (SWOT).
- تحديد عوامل النجاح الرئيسية في المنتج السياحي.

الوحدة الثالثة: تصميم وتطوير المنتجات السياحية



- تحديد مكونات المنتج السياحي المتكامل.
- مراحل تطوير المنتج السياحي الحكومي.
- ابتكار منتجات سياحية فريدة ومميزة.
- التخطيط للمنتجات السياحية الثقافية والتراثية.
- تطوير تجارب سياحية جديدة ومبتكرة.
- دمج التقنية والابتكار في المنتج السياحي.
- تسعير المنتجات السياحية وتحديد القيمة.

السياحة الحكومية الوحدة الرابعة: إدارة المشاريع والتمويل في

- إدارة دورة حياة المشاريع السياحية.
- تخطيط وتنفيذ المشاريع بفعالية.
- تقييم المخاطر وإدارة التحديات في المشاريع.
- تحديد مصادر التمويل الحكومية والخاصة.
- إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع.
- قياس العائد الاجتماعي على الاستثمار (SROI).
- إدارة التغيير في المشاريع السياحية.

السياحية الوحدة الخامسة: بناء الشراكات والترويج للجهات

- أهمية الشراكات بين القطاعين العام والخاص.
- تطوير استراتيجيات تسويق مشتركة.
- الترويج للجهات السياحية عبر المنصات الرقمية.
- بناء علاقات فعالة مع وسائل الإعلام.
- الدولية. استخدام الدبلوماسية السياحية لتعزيز العلاقات
- السياحة. استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة (FDI) في
- وضع خطة متكاملة لإدارة الأزمات في القطاع السياحي.



الأسئلة المتكررة:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية. راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

سؤال للتأمل:

لواجهة على المدى الطويل؟ السياحة السريعة والحفاظ على التراث الثقافي كيف يمكن للحكومات تحقيق التوازن بين التنمية والبيئي

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



السياحية. نحن لا نقدم الحكومي والتحديات الفريدة التي تواجهها الهيئات تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق على السياق صياغة السياسات إلى تنفيذ المشاريع فقط المفاهيم النظرية، بل نغوص في صلب آليات العمل الرسمية في التخطيط والتنمية سياحية مستدامة تتوافق مع الأهداف الوطنية، وكيفية الضخمة. تركز الدورة على كيفية بناء استراتيجيات الحكومي، من والخاص وكيفية بل تعزز أيضاً من الهوية الثقافية للوجهة. نؤكد على تطوير منتجات سياحية مبتكرة لا تجذب الزوار فحسب، المشاريع الحكومية الكبرى. هذا تحقيق أقصى استفادة منها، بالإضافة إلى تعلم أفضل أهمية الشراكات بين القطاعين العام العملية يجعل من هذه الدورة منصة مثالية للموظفين المزيح الفريد من المعرفة الأكاديمية والخبرة الممارسات في إدارة السياحي لمؤسساتهم. الحكوميين الطموحين لتحقيق نقلة نوعية في الأداء