الدورة التدريبية: الإعلام السياحي: استراتيجيات الترويج للوجهات العالمية بكفاءة



14 - 18 ديسمبر 2026

بوسطن

7500 € (للشخص الواحد)

Ref: #MED6301_331872

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في ظل التنافس المتزايد بين الوجهات السياحية العالمية، أصبح الإعلام السياحي أداة حيوية لتعزيز جاذبية المناطق وجذب الزوار. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصًا لتزويد محترفي السياحة والإعلام بالمعرفة والمهارات اللازمة لتطوير استراتيجيات ترويجية فعالة للوجهات العالمية. تغطي الدورة جوانب متعددة بدءًا من فهم سيكولوجية السائح الحديث، وصياغة الرسائل الإعلامية الجذابة، وإدارة الحملات التسويقية المتكاملة، وصولًا إلى استخدام أحدث التقنيات الرقمية لإنشاء محتوى سياحي مؤثر. نركز على أهمية السرد القصصي في إبراز خصوصية كل وجهة، وكيفية بناء صورة ذهنية إيجابية تدفع المسافرين للاستكشاف. تستمد الدورة رؤاها من أحدث الدراسات في التسويق السياحي وعلم النفس السلوكي للمسافرين، وتقدم أمثلة عملية ودراسات حالة لوجهات سياحية عالمية حققت نجاحًا باهرًا في حملاتها الترويجية. الأكاديمي "Jafar Jafari" (جعفر جعفري)، الذي يعد من أبرز علماء السياحة وساهم بشكل كبير في تطوير نظريات السياحة، يقدم إطارًا نظريًا قيمًا حول فهم ديناميكيات السياحة وتأثير الإعلام في تشكيلها. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المتدربين من صياغة وتنفيذ استراتيجيات إعلام سياحي مبتكرة، تضع الوجهات التي يمثلونها في صدارة الخيارات للمسافرين وتضمن لهم تجربة لا تُنسى.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مسؤولو التسويق السياحي.
- مدراء الوجهات السياحية.
- العاملون في شركات السياحة والسفر.
- الصحفيون والإعلاميون المتخصصون في السفر.
- صناع المحتوى السياحي.
- المرشدون السياحيون.
- طلاب السياحة والإعلام.
- المسؤولون في الهيئات الحكومية السياحية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- وزارات السياحة والهيئات الحكومية المعنية.
- شركات الطيران والفنادق والمنتجعات.
- شركات تنظيم الرحلات السياحية.
- وكالات التسويق والإعلان السياحي.
- المؤسسات الإعلامية المتخصصة في السفر.
- منصات حجز الفنادق والرحلات.
- المتاحف والمواقع الأثرية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق السياحي.
- قسم العلاقات العامة والإعلام.
- إدارة تطوير الوجهات.
- قسم المبيعات.
- قسم الاتصال المؤسسي.
- إدارة الفعاليات السياحية.
- قسم البحوث والدراسات السياحية.

أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات التالية:

- تطوير استراتيجيات ترويجية شاملة للوجهات السياحية.
- صياغة رسائل إعلامية سياحية جذابة ومقنعة.
- إدارة الحملات التسويقية السياحية المتكاملة.
- استخدام التصوير الفوتوغرافي والفيديو في الترويج السياحي.
- الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في بناء الوعي بالوجهات.
- بناء شراكات إعلامية وسياحية فعالة.
- قياس فعالية الحملات الترويجية وتحليل العائد.
- التعامل مع الأزمات الإعلامية في القطاع السياحي.
- فهم الاتجاهات الحديثة في الإعلام والسياحة.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية على منهجية تطبيقية تفاعلية تهدف إلى صقل مهارات المشاركين في الإعلام السياحي وتعزيز قدراتهم على ترويج الوجهات العالمية. تبدأ الدورة بتقديم المفاهيم النظرية الأساسية في التسويق السياحي وعلم نفس المسافر، ثم تنتقل مباشرة إلى ورش عمل عملية ومشاريع جماعية. سيقوم المتدربون بـ تطوير خطط تسويقية كاملة لوجهات سياحية محددة، وتصميم حملات إعلامية متكاملة، تحت إشراف المدربين. تتضمن الدورة دراسات حالة واقعية لوجهات سياحية عالمية حققت نجاحًا كبيرًا في جذب الزوار، مع تحليل مفصل لاستراتيجياتها وأساليبها الإعلامية. كما سيتم تعليم المتدربين كيفية استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية لإنشاء محتوى سياحي جذاب (مثل التصوير، تحرير الفيديو، والتسويق عبر المؤثرين). سيتم توفير تغذية راجعة فردية وبناءة على أداء المتدربين في التمارين والمشاريع، مما يساعدهم على تطوير مهاراتهم بشكل مستمر. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين بالخبرة العملية التي لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم للنجاح في مجال الإعلام السياحي التنافسي.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس الإعلام السياحي وفهم السوق.

- مفهوم الإعلام السياحي وأهميته.
- أنواع السياحة واتجاهاتها العالمية.
- فهم سيكولوجية السائح ودوافع السفر.
- تحليل الوجهات السياحية وتحديد نقاط قوتها.
- تحديد الجمهور المستهدف لكل وجهة.
- أهمية السرد القصصي في الترويج السياحي.
- مراجعة لأبرز حملات الترويج السياحي الناجحة.

الوحدة الثانية: صياغة الرسائل الإعلامية والمحتوى السياحي.

- كتابة نصوص إعلانية وترويجية جذابة.
- تصميم المحتوى المرئي (صور وفيديوهات) للوجهات.
- استخدام الرسوم البيانية والخرائط التفاعلية.
- إنتاج محتوى ترويجي للوسائل الرقمية.
- إعداد المواد الصحفية والنشرات الإخبارية السياحية.
- صياغة دعوات للزيارة (Call to Action).
- بناء هوية بصرية ولفظية للوجهة السياحية.

الوحدة الثالثة: إدارة الحملات التسويقية الرقمية للسياحة.

- استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- الإعلان المدفوع للوجهات السياحية.
- التسويق بالمحتوى في القطاع السياحي.
- التعاون مع المؤثرين والمدونين السياحيين.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني للحزم السياحية.
- إدارة حملات العلاقات العامة الرقمية.
- مراقبة وتحليل أداء الحملات التسويقية.

الوحدة الرابعة: التغطية الإعلامية للفعاليات والوجهات.

- تخطيط التغطية الإعلامية للأحداث السياحية.
- إدارة الزيارات الصحفية للمواقع السياحية.
- التعامل مع الإعلاميين والمؤثرين في الميدان.
- إنتاج التقارير الميدانية والقصص المصورة.
- التغطية المباشرة للفعاليات السياحية.
- إبراز التجارب السياحية الفريدة.
- أهمية جودة الصوت والصورة في التغطية.

الوحدة الخامسة: تحديات الإعلام السياحي ومستقبله.

- التعامل مع الأزمات والصور النمطية السلبية.
- أهمية الاستدامة في الترويج السياحي.
- دور التقنيات الحديثة (الواقع الافتراضي، الذكاء الاصطناعي).
- الاتجاهات الناشئة في السياحة (السياحة البيئية، المغامرات).
- قياس العائد على الاستثمار في الحملات السياحية.
- بناء الشراكات الاستراتيجية لتعزيز السياحة.
- تطوير خطط عمل مستقبلية للترويج السياحي.

الأسئلة المتكررة:

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

لا توجد شروط مسبقة.

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

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

في ظل التحديات المتزايدة التي تواجه صناعة السياحة، مثل التغير المناخي والتقلبات الجيوسياسية، كيف يمكن للإعلام السياحي أن يوازن بين الترويج الفعال والتسويق الأخلاقي، مع الحفاظ على جاذبية الوجهات واستدامتها على المدى الطويل؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتركيزها الشامل والعميق على الإعلام السياحي: استراتيجيات الترويج للوجهات العالمية بكفاءة، مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي قد تقدم نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم مجرد معلومات نظرية، بل نوفر تطبيقًا عمليًا مكثفًا يغطي جميع جوانب إنتاج المحتوى الإعلامي السياحي عالي الجودة والمؤثر. على سبيل المثال، بينما قد تشرح دورات أخرى أساسيات التسويق، فإننا نغوص في فهم سيكولوجية السائح الحديث وكيفية صياغة الرسائل الإعلامية الجذابة التي تدفع المسافرين للاستكشاف. نقدم دراسات حالة واقعية لوجهات سياحية عالمية حققت نجاحًا باهرًا في جذب الزوار، ونحلل الاستراتيجيات التي مكنتها من الوصول إلى جمهور واسع. كما تركز الدورة على إدارة الحملات التسويقية المتكاملة واستخدام أحدث التقنيات الرقمية في الترويج، مما يمنح المتدربين القدرة على تصميم وتنفيذ حملات إعلامية سياحية فعالة. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية والعملية لمدربينا حصول المتدربين على معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم ليصبحوا محترفين في الإعلام السياحي.