

التسويق الإستراتيجي في فعاليات المعارض والمؤتمرات

المعارض والمؤتمرات	القطاع:
فعاليات الأعمال	المجال:
جامعة أم القرى	مقدم البرنامج:
	كود البرنامج:
TBD	تاريخ الموافقة:
TBD	تاريخ الإطلاق:

الجهة المشرفة	الجهات الداعمة للبرنامج	الجهة المقدمة للبرنامج
National eLearning Center 	Saudi Conventions and Exhibitions General Authority 	Umm Al-Qura University 

اسم البرنامج
التسويق الإستراتيجي في فعاليات المعارض والمؤتمرات

البرنامج كود	المستوى	القطاع	المجال	عدد المقررات	الساعات المعتمدة	ساعات التعلم	مدة البرنامج	اللغة	الترجمة	الرسوم	تاريخ الإطلاق	تاريخ بدء التعلم	أسلوب التعلم
	متوسط	المعارض والمؤتمرات	فعاليات الأعمال	3	6	90 ساعة فعلية	8 أسابيع	العربية	TBD	500	يحدد لاحقًا	يحدد لاحقًا	غير متزامن
وصف البرنامج													
يهدف برنامج التسويق في فعاليات المعارض والمؤتمرات إلى تزويد المشاركين بالمهارات والمعرفة اللازمة لتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لقطاع فعاليات MICE (الاجتماعات، الحوافز، المؤتمرات، والمعارض). يركز البرنامج على استخدام التسويق بالمحتوى وإدارة علاقات العملاء (CRM-Customer relationship management) لتعزيز ولاء العملاء، بالإضافة إلى استراتيجيات التسويق الرقمي وتحليل البيانات لزيادة الفعالية التسويقية. يشمل البرنامج أيضًا فهمًا للتخطيط الاستراتيجي والترويج المتكامل لفعاليات الأعمال، مما يساهم في استقطاب المزيد من العملاء وتحقيق النجاح في هذا القطاع المتخصص.													
المقرر(1)						المقرر(2)			المقرر(3)				
اسم المقرر	التسويق بالمحتوى وإدارة علاقات العملاء (CRM) في فعالياتMICE		اسم المقرر	التسويق الرقمي وتحليل البيانات في فعالياتMICE		اسم المقرر	التخطيط التسويقي الاستراتيجي والترويج في فعاليات MICE						
الساعات	2		الساعات	2		الساعات	2						

الدرجة	قابلية التجميع (رموز البرامج)	متطلبات الحصول على الشهادة	متطلبات واشتراطات القبول
TBD	TBD	<p>للحصول على الشهادة يجب على الطالب النجاح في اجتياز الاختبار النهائي الذي تجريه شركة بيرسون فيو. وتكون درجة النجاح 70% ويتم تطبيق مقياس الدرجات التالي:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 79-70: جيد • 89-80: جيد جدًا • 100-90: ممتاز 	<ul style="list-style-type: none"> ○ المؤهلات: شهادة الثانوية العامة أو أعلى. ○ معرفة أساسية في التسويق أو إدارة الأعمال: - اجتياز البرنامج الجامعي القصير (أساسيات إدارة المعارض والمؤتمرات) أو دبلوم او أعلى في التسويق او ادارة الأعمال ○ الخبرة المهنية: لا يشترط الخبرة ○ المهارات الشخصية: <ul style="list-style-type: none"> - مهارات التواصل - مهارات التفاوض - العمل الجماعي - إدارة الوقت ○ اللغة الإنجليزية: لا يشترط إجادة اللغة الإنجليزية

الهدف الرئيسي

يهدف برنامج التسويق في فعاليات MICE إلى تزويد المشاركين بالمهارات والمعرفة اللازمة لتطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعالة في قطاع فعاليات الأعمال (MICE). بما في ذلك التسويق بالمحتوى، التسويق الرقمي، وإدارة علاقات العملاء (CRM). يركز البرنامج على تحسين تجربة العملاء، بناء علاقات طويلة الأمد مع مخططي الفعاليات، وتطوير استراتيجيات تسويق متكاملة تشمل التخطيط الاستراتيجي، الترويج، وتحليل البيانات لتحقيق نجاح طويل الأمد في هذا القطاع المتخصص.

مخرجات التعلم

- فهم أهمية التسويق بالمحتوى وإدارة علاقات العملاء (CRM) في قطاع فعاليات MICE:
- القدرة على تطوير استراتيجيات فعالة للتسويق بالمحتوى لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية وبناء علاقات طويلة الأمد مع مخططي الفعاليات.
- تعلم كيفية استخدام أدوات CRM لتحسين التواصل مع العملاء وتعزيز ولائهم.
- تطبيق استراتيجيات التسويق الرقمي وتحليل البيانات في فعاليات MICE:
- فهم دور التسويق الرقمي في جذب العملاء المستهدفين لفعاليات MICE.
- تطوير حملات تسويق رقمي موجهة تعتمد على استخدام البيانات لتحسين الفعالية واستهداف الجمهور بشكل أفضل.
- تحليل السوق وتحديد الجمهور المستهدف في قطاع فعاليات MICE:
- القدرة على تحليل احتياجات السوق وتحديد الجمهور المناسب لفعاليات MICE.
- استخدام المزيج التسويقي (المنتج، السعر، المكان، الترويج) لتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.
- تنفيذ استراتيجيات الترويج عبر قنوات متعددة:
- القدرة على استخدام قنوات الترويج المختلفة مثل الإعلان، التسويق المباشر، والعلاقات العامة لزيادة الوعي بالفعاليات واستقطاب المشاركين.
- تطوير وضع استراتيجي للعلامة التجارية في قطاع فعاليات MICE:
- فهم كيفية تمييز العلامة التجارية للفعالية عن المنافسين وتعزيز مكانتها في السوق من خلال استراتيجيات التخطيط التسويقي الاستراتيجي.
- تحليل دراسات حالة لاستراتيجيات تسويقية وترويجية ناجحة في مجال MICE:
- القدرة على تطبيق أمثلة ناجحة لتحسين الاستراتيجيات التسويقية في قطاع فعاليات الأعمال.

المهارات المكتسبة

- **مهارات كتابة المحتوى:** القدرة على كتابة محتوى جذاب وذي قيمة يستهدف مخططي الفعاليات.
- **مهارات استخدام CRM:** القدرة على استخدام أدوات CRM لإدارة العلاقات مع العملاء وتعزيز ولائهم.
- **مهارات التخطيط الاستراتيجي:** تطوير استراتيجيات تسويق محتوى فعالة تستند إلى أهداف وقنوات محددة.
- **مهارات التحليل:** القدرة على قياس نجاح جهود التسويق بالمحتوى وCRM باستخدام مؤشرات الأداء.
- **مهارات التسويق الرقمي:** القدرة على تطوير وتنفيذ حملات تسويق رقمية باستخدام أدوات مثل SEO ووسائل التواصل الاجتماعي.
- **مهارات تحليل البيانات:** تحليل البيانات لتحسين استراتيجيات التسويق وزيادة فعالية الحملات.
- **مهارات قياس العائد على الاستثمار:** القدرة على تقييم تأثير التسويق الرقمي من خلال تحليل العائد على الاستثمار ومؤشرات الأداء الرئيسية.
- **التخطيط الاستراتيجي:** تطوير خطط تسويق استراتيجية تشمل جميع عناصر المزيج التسويقي (المنتج، السعر، المكان، الترويج).
- **تحليل السوق:** اكتساب مهارات تحليل الجمهور المستهدف وتحديد احتياجاتهم ورغباتهم في قطاع فعاليات الأعمال.
- **الترويج المتكامل:** فهم كيفية استخدام قنوات الترويج المتعددة بفعالية للوصول إلى الجمهور المستهدف.
- **إدارة العلاقات العامة:** تعلم كيفية تحسين صورة العلامة التجارية وزيادة الوعي بها من خلال استراتيجيات العلاقات العامة.
- **إدارة الموارد:** تطوير القدرة على إدارة الموارد المالية والبشرية في تخطيط وتنفيذ الحملات الترويجية.

المسميات الوظيفية المتعلقة بالبرنامج الجامعي القصير

المسمى الوظيفي: أخصائي تسويق محتوى لفعاليات MICE

المسمى الوظيفي: مدير علاقات العملاء (CRM) لفعاليات MICE

المسمى الوظيفي: مدير تجارب العملاء في فعاليات MICE

المسمى الوظيفي: أخصائي تسويق رقمي في قطاع فعاليات MICE

المسمى الوظيفي: مدير ترويج فعاليات الأعمال

المسمى الوظيفي: محلل بيانات تسويقية لفعاليات MICE

وصف مختصر لمقررات البرنامج الجامعي القصير	
التسويق بالمحتوى وإدارة علاقات العملاء (CRM) في فعاليات MICE	اسم المقرر 1
يهدف هذا المقرر إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة لتطوير استراتيجيات تسويق بالمحتوى فعالة في قطاع فعاليات MICE. يتعلم المشاركون كيفية استخدام أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) لبناء وتعزيز العلاقات طويلة الأمد مع مخططي الفعاليات وزيادة ولاء العملاء	وصف المقرر
<ul style="list-style-type: none"> • تطوير استراتيجيات تسويق بالمحتوى تستهدف جذب فعاليات MICE. • استخدام أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) لتعزيز العلاقات مع العملاء والمخططين. • قياس نجاح الحملات التسويقية بالمحتوى وتحديد العائد على الاستثمار. • بناء خطة تسويق متكاملة باستخدام التسويق بالمحتوى وCRM. • تحليل دراسات حالة حول التنفيذ الناجح للتسويق بالمحتوى وCRM في فعاليات MICE. 	مخرجات التعلم للمقرر

اسم المقرر2	التسويق الرقمي وتحليل البيانات في فعاليات MICE
وصف المقرر	يركز هذا المقرر على استراتيجيات التسويق الرقمي وتحليل البيانات لتحسين الأداء التسويقي في فعاليات MICE. يتعلم المشاركون كيفية استخدام أدوات التسويق الرقمي مثل SEO ووسائل التواصل الاجتماعي وحملات البريد الإلكتروني لاستهداف الجمهور المناسب وتحقيق نتائج ملموسة.
مخرجات التعلم للمقرر	<ul style="list-style-type: none">• تطبيق استراتيجيات التسويق الرقمي لفعاليات MICE باستخدام أدوات مثل SEO ووسائل التواصل الاجتماعي.• استخدام تحليل البيانات لتحسين الحملات التسويقية وزيادة فعاليتها.• قياس العائد على الاستثمار (ROI) للحملات التسويقية الرقمية.• تطوير استراتيجيات تسويق رقمي متكاملة تحقق الأهداف التجارية لفعاليات MICE.• دراسة حالات نجاح التسويق الرقمي لفعاليات MICE.

اسم المقرر3	التخطيط التسويقي الاستراتيجي والترويج في فعاليات MICE
وصف المقرر	يغطي هذا المقرر التخطيط الاستراتيجي والترويج لخدمات فعاليات MICE. مع التركيز على استراتيجيات تقسيم السوق، وتحديد الجمهور المستهدف، وتصميم المزيج التسويقي. يتعلم المشاركون كيفية تعزيز مكانة الفعالية من خلال قنوات الترويج المختلفة مثل الإعلان والعلاقات العامة.
مخرجات التعلم للمقرر	<ul style="list-style-type: none">• تطوير استراتيجيات تخطيط استراتيجي وترويج فعالة في قطاع فعاليات MICE.• تطبيق تقنيات تقسيم السوق واستهداف الجمهور في فعاليات MICE.• تصميم مزيج تسويقي متكامل يشمل المنتج، السعر، المكان، والترويج.• تنفيذ استراتيجيات الترويج باستخدام الإعلان، الترويج المباشر، والعلاقات العامة.• تحليل دراسات حالة عن التخطيط الاستراتيجي والترويج الناجح في فعاليات MICE.

اعتماد وثيقة برنامج

التسويق الإستراتيجي في فعاليات المعارض والمؤتمرات

تقرّ جامعة أم القرى بمناسبة واعتماد خطة برنامج (التسويق الإستراتيجي في فعاليات المعارض والمؤتمرات) ليتم تطويره وتقديمه ضمن مبادرة البرامج الجامعية القصيرة تحت إشراف المركز الوطني للتعليم الإلكتروني.			
الاسم	المنصب	التوقيع	التاريخ

يفرّ المركز الوطني للتعليم الإلكتروني بمناسبة برنامج (التسويق الإستراتيجي في فعاليات المعارض والمؤتمرات) المقدم من جامعة أم القرى ليتم تطويره وترخيصه ضمن مبادرة البرامج الجامعية القصيرة.			
الاسم	المنصب	التوقيع	التاريخ