



جدول الدورات المعتمدة





برنامج التسويق الشامل

فكرة الدورة التدريبية

- مع تزايد المنافسة والضغوطات والإقتصادية الصعبة، خاصةً منذ بدء جائحة كورونا، ستحتاج المنظمات إلى إعادة صياغة تقنياتها التسويقية و ذلك بعد ما أثبتت بعض هذه التقنيات عدم فعاليتها في توليد الطلب على منتجات و خدمات تلك المنظمات.
- من خلال هذه الدورة التدريبية الشاملة المقدمة من معهدنا سيتم تقديم مجموعة متنوعة من المفاهيم التسويقية الهامة و التي ستعطي المشارك معرفة راسخة حول مواضيع التسويق الأساسية مثل التخطيط و التدقيق التسويقي و الإتصالات و البحوث التسويقية و أخيراً التسويق الإلكتروني. هذه الدورة مهمة لجميع الأخصائيين الذين يرغبون في الإستفادة من مجالات التسويق لأول مرة أو يرغبون في تجديد معرفتهم فيها.

أهداف الدورة التدريبية

- صُممت هذه الدورة التدريبية بغرض تزويد المشاركين بالمهارات والمعارف اللازمة لإدارة العملية التسويقية و التخطيط لها حيث يحصل المشاركون من خلال هذه الدورة على ما يلي:
- نبذة شاملة عن مفهوم التسويق بشقيه التقليدي و الحديث
- التعرف على سلوك المستهلك النهائي و سيكولوجية الشراء لديه
- تحديد إطار عمل التسويق للمنظمة
- القيام بالتدقيق و التحليل التسويقي لعمل دراسة أفضل حول البيئات الكلية و الجزئية
- وضع إستراتيجيات و مبادرات و برامج لبناء و الحفاظ على الميزة التنافسية في السوق
- تطبيق التخطيط و تنفيذ إستراتيجيات التسويق الحديثة لتعزيز النتائج المؤسسية

أثر التدريب على المؤسسة

ستستفيد المؤسسات الخاصة و العامة من هذه الدورة التدريبية الشاملة من خلال التركيز على ما يلي :

- التخطيط و التدقيق التسويقي الإستباقي لضمان نتائج تسويقية فعالة
- إستهداف الأسواق و إستراتيجيات التموضع
- فهم العلاقة بين التواصل الفعال و الحملات التسويقية
- معرفة إستراتيجية المزيج الترويجي و إستراتيجيات الدفع و الجذب
- فهم أهمية البحث التسويقي و عمليات البحث



أثر التدريب على المتدرب

سيتمكن المشاركون في هذه الدورة التدريبية من:

- التعرف على مفاهيم التسويق التقليدية و الحديثة
- تعلّم معايير التجزئة الناجحة للأسواق
- تطوير مهارات التخطيط التسويقي
- الإبداع في إتخاذ القرارات الترويجية
- وضع إستراتيجيات التسويق لدورة حياة المنتج

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية مناسبة لمجموعة واسعة من المهنيين و المهتمين بإدارة التسويق و التخطيط لعملياته:

- مدراء التسويق و العلاقات العامة
- موظفي قسم التسويق والعلاقات العامة
- موظفي الإتصالات التسويقية والمبيعات
- مشرفو مراكز الإتصال
- أخصائيي إدارة العمليات

محاوّر الدورة

مقدمة أساسية في التسويق

- تعريف التسويق و إدارته
- نبذة عن تطور مفاهيم التسويق
- المزيج التسويقي الفعّال
- سلوك المستهلك و سيكولوجية الشراء
- إدارة جهود التسويق

التخطيط للتسويق

- البيئة التسويقية
- أدوات تحليل السوق
- SWOT
- TWOS
- PESTL
- تحليل بورتر
- تحليل المتعاملين



إستراتيجيات التموضع

- تجزئة الأسواق
- الأسس و المعايير
- الخطوات
- إستهداف الأسواق
- التموضع

إستراتيجيات الترويج

- الإتصالات التسويقية الفعالة
- الحملات الترويجية
- المفهوم
- الأهداف
- الخطوات
- تقييم الحملات الترويجية
- إستراتيجيات المزيج الترويجي

بحوث التسويق

- بحوث السوق
- تعريف
- الأنواع
- الخطوات
- التسويق الإلكتروني



جدول الدورات المعتمدة

