



المعهد العربي للتدريب في الخليج

برنامج التسويق الشامل

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

- 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

- 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

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

محاوور الءورة

مقدمة أساسية في التسويق

- تعريف التسويق و إءارته
- نبءة عن ءطور مفاهيم التسويق
- المزيج التسويقي الفعّال
- سلوك المستهلك و سيكولوجية الشراء
- إءارة جهود التسويق

الءخطيط للتسويق

- البيئة التسويقية
- أدوات ءحليل السوق
- SWOT
- TWOS
- PESTL
- ءحليل المتعاملين
- الءخطيط التسويقي

إسءراءيجيات الءموضع

- ءجزئة الأسواق
- الأسس و المعايير
- الءطوات
- إسءءاف الأسواق
- الءموضع

إسءراءيجيات الءرويج

- الإءصالات التسويقية الفعالة
- الءملءاء الءرويجية
- الأهداف
- الءطوات
- ءقييم الءملءاء الءرويجية
- إسءراءيجيات المزيج الءرويجي

بحوث التسويق

- بحوث السوق
- تعريف
- الأنواع
- الخطوات



المعهد العربي للتدريب في الخليج