

# 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 والحديث
- التعرف على سلوك المستهلك النهائي و سيكولوجية الشراء لديه
- تحديد إطار عمل التسويق للمنظمة
- القيام بالتدقيق والتحليل 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
- تعلم 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 و العلاقات العامة
- موظفي الإتصالات التسويقية و المبيعات
- مشرفو مراكز الإتصال
- أخصائيي إدارة العمليات

## محاو؁ الدورة

### مقدمة أساسية في التسويق

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

### التخطيط للتسويق

- البيئة التسويقية
- أدوات تحليل السوق
- SWOT
- TWOS
- PESTL
- تحليل المتعاملين
- التخطيط التسويقي

### إستراتيجيات التموضع

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

### إستراتيجيات الترويج

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

### بحوث التسويق

- بحوث السوق
- تعريف
- الأنواع
- الخطوات