



قياس أثر وعائد الخطط التسويقية

بتاريخ
اماكن الإنعقاد
الرسوم (\$)
احجز مقعدك

[سجل الآن](#)

٣١ ديسمبر - ٣١ ديسمبر ١٩٦٩

أهداف البرنامج:

1. مهارات تنفيذ بحوث تسويقية إستباقية و تالية للوقوف على موقف السوق من منتج ها أو تنفيذ الخطط التسويقية الإستراتيجية.
2. خطوات تحسين موقف منتج ها في السوق عن طريق إستراتيجيات تسويقية متميزة.
3. مهارات إدارية لرجل التسويق الناجح.

المشاركون:

مدراء و مشرفي التسويق و فرق عمل التسويق.

محتويات البرنامج:

- طبيعة التسويق
- جدول العوامل التي تتألف منها البيئة الخارجية الكلية
- الفرص والمشاكل التسويقية
- الدراسات السلوكية للمستهلك الأخير
- تجزئة السوق
- بحوث التسويق



- خطوات البحث التسويقي
- نظم المعلومات التسويقية
- إستقصاء إحتياجات متخذو القرارات التسويقية من المعلومات
- تحليل السوق وسلوكيات الشراء
- المراحل المختلفة لعلمية الشراء الإستهلاكي
- ماذا نقصد بتجزئة السوق ؟
- خطوات اختيار السوق المستهدف
- تحليل المنافسة
- القوى التي تقود المنافسة في الصناعة
- وظائف نظام استخبارات المنافسين
- تهرين في تحليل وتقييم المنافسة
- خطوات تنفيذ البحث التسويقي
- مصادر وطرق جمع المعلومات والبيانات التسويقية
- كتابة التقرير النهائي
- إستخدام وسائل الإيضاح في التقارير والعروض الشفهية
- الإتصال
- الصفات الشخصية لرجل بحوث التسويق
- تطبيقات
- خطة عمل ليور واحد
- تحليل تنافس

أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية