



إدارة التسويق للشركات

بتاريخ	اماكن الإنعقاد	الرسوم (\$))	احجز مقعدك
٢٢ يونيو - ٢٦ يونيو ٢٠٢٥	دبي	٢٨٠٠	سجل الآن

الأهداف:

تحديد و تقييم مختلف الفرص التسويقية ، و تصميم و تنمية خططك التسويقية المستقبلية الهتكاملة باستخدام السعر و المنتج و الدعاية و المكان (4Ps) ، لتنمية و ادارة المنتج فى سياق التسويق الاستراتيجي للهؤسسة ، وتحقيق الاهداف و احتياجات المساهمين من خلال تقسيم فعال و استهداف للاسواق الداخلية و الخارجية للتاكيد ان العروض التسويقية تركز على العملاء بكفاءة و فاعلية .

المشاركون:

يعد هذا البرنامج هو الامثل لمن يهتمون بالتسويق و ادارة العملية التسويقية على المستوى التشغيلي ، اضافة الى من يهدفون الى الاستفادة بالمعارف المكتسبة على مستوى الشهادة مع وجود دور مستقبلي لادارة التسويق ، مثل مدير تسويق و مدير تسويق علامة تجارية / منتجات ، مديري تطوير الاعمال و مدير علاقات التسويق .

المحتويات:



- أساسيات التسويق
- المفاهيم الأساسية لإدارة التسويق
- تحليل الفرص التسويقية
- تحليل دورة حياة المنتج
- تطوير المنتجات وسياسات التسعير
- سياسات الترويج ووضع الشركة في السوق
- وضع خطط التسويق
- خلق قنوات الإتصال للتسويق
- أساليب إختراق الأسواق
- استراتيجيات التسويق
- مقدمة للإستراتيجيات الإدارة والتسويق
- تحديد نوعية الأسواق وسلوكيات الشراء
- تحليل موقف المؤسسة من السوق
- إختيار الإستراتيجيات المناسبة لدورة حياة المنتج
- تصهير إستراتيجيات التسويق
- وضع الخطط التسويقية
- تطوير برامج التسويق
- تطبيق إستراتيجيات التسويق
- إختيار الأسلوب الأمثل للإعلان والترويج
- بحوث التسويق
- أهمية بحوث التسويق والغرض منها
- عهلية بحوث التسويق
- تعريف المشكلة التسويقية
- تصهير البحث التسويقي
- أساليب البحث
- جمع وتحليل البيانات من خلال العينات
- مفاهيم إختبار المنتج والعبوة والإسم التجاري
- دراسات إختبار السوق
- عرض بحث التسويق
- التنبؤ بالمبيعات
- مفاهيم وأساليب التنبؤ



- أهمية التنبؤ بالمبيعات والغرض منها
- الأساليب الكيفية للتنبؤ بالمبيعات
- الأساليب الكمية للتنبؤ بالمبيعات
- طرق التنبؤ بإمكانيات السوق
- أساسيات الإحصاء المستخدم في التنبؤ بالمبيعات
- إدارة المبيعات ومهارات البيع
- مفاهيم إدارة المبيعات
- دور مدير المبيعات
- الأدوات المستخدمة لمتابعة عمليات البيع
- مفهومات البيع الشخصي (للمستهلك مباشرة)
- مؤهلات ومسئوليات مندوب المبيعات
- سلوكيات المشتري وعملية البيع
- التخطيط وإجراء مكالمات البيع بالتليفون
- مهارات التواصل والتفاوض لمندوب المبيعات
- فن البيع.

الاحتويات التخصصية

- مبادئ التسويق
- اتصالات التسويق
- التخطيط التسويقي و الرقابة
- التسويق الدولي
- اساليب بحوث التسويق
- ادارة المنتجات و العلامات التجارية
- ادارة التسعير و التوزيع

أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة.
- النقاش والحوار.
- العمل ضمن مجموعات.



• التمارين الجماعية .