

€ TRAINING

إدارة التسويق الإحترافية (CMMP)

27 - 31 مايو 2024
ميونخ (ألمانيا)



إدارة التسويق الاحترافية (CMMP)

رمز الدورة: V1091 تاريخ الانعقاد: 27 - 31 مايو 2024 دولة الانعقاد: ميونخ (ألمانيا) - التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

تعد إدارة التسويق من أهم العوامل التي تحدد نجاح الشركات والمؤسسات في الأسواق المتنافسة. يهدف البرنامج إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لتطوير استراتيجيات تسويقية ناجحة وفعالة تتناسب مع التطورات الحديثة في عالم التسويق.

أهداف البرنامج التدريبي:

هو تمكين المشاركين من فهم أساسيات إدارة التسويق وتطوير القدرة على تصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعّالة. سيتعلم المشاركون كيفية التعامل مع تحديات التسويق الحديثة والتغيرات في سلوك العملاء.

الفئات المستهدفة:

- مديرو التسويق والتسويقيين الرئيسيين.
- مدراء المبيعات والمسؤولين عن الترويج.
- أصحاب الأعمال والمديرون العامون يبحثون لتحسين استراتيجيات التسويق.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الاولى:

أساسيات إدارة التسويق

- تعريف التسويق وأهميته في تحقيق أهداف الأعمال.
- تطور مفهوم التسويق من التوجيه المنتج إلى التوجيه العميل.
- دور أبحاث السوق وتحليلات البيانات في تحديد استراتيجيات التسويق.

الوحدة الثانية:

تطوير استراتيجية التسويق

- تحليل السوق وتحديد الجمهور المستهدف والمنافسين.
- وضع أهداف تسويقية قابلة للقياس والتحقق.
- تصميم عروض تسويقية فعّالة ومناسبة للجمهور المستهدف.

الوحدة الثالثة:

التسويق الرقمي والتواجد عبر الإنترنت

- أهمية التسويق الرقمي والوسائط الاجتماعية في العصر الحديث.
- إنشاء حملات تسويقية عبر الإنترنت وتتبع الأداء.
- استراتيجيات التواجد الرقمي وبناء علاقات مع العملاء عبر الوسائط الاجتماعية.

الوحدة الرابعة:

إدارة العلامة التجارية والتسويق

- أهمية بناء وإدارة العلامة التجارية في تميز المنتجات والخدمات.
- تطوير استراتيجيات التسويق القائمة على العلامة التجارية.
- إدارة سمعة العلامة والتعامل مع التحديات السلبية.

الوحدة الخامسة:

قياس أداء التسويق وتحسين الحملات

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في تقييم نجاح الحملات التسويقية.
- تحليل البيانات واستخدامها لاتخاذ قرارات مستنيرة.
- تحسين الحملات التسويقية بناءً على تحليل الأداء وتغذية الردود.