



أساسيات ادارة التسويق

A photograph of four young professionals—two men and two women—smiling at the camera. They are dressed in business casual attire. The background is a bright, modern office environment.

2024 - 8 - 12 يوليو

برشلونه (اسبانيا)

أساسيات ادارة التسويق

رمز الدورة: V684 تاريخ الانعقاد: 8 - 12 يوليو 2024 دولة الانعقاد: برشلونة (اسبانيا) - التكلفة: 5565 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

لا يقتصر علم التسويق على مجموعة من المفاهيم والمصطلحات الأكademية فحسب، بل إنه علم واسع يقع أساسه على التجارب الواقعية وفعالية الاستراتيجيات التسويقية المستخدمة في تحقيق أفضل النتائج للمؤسسة، كما أن هذا العلم بصورة أو بأخرى ينقطع مع عالم المبيعات بحيث يتغير مصطلح علم التسويق والمبيعات دائمًا في جملة واحدة عندما يأتي الحديث عن التسويق، لذلك فإن إدارة التسويق بإحترافية تتطلب قدرًا من المعرفة حول مبادئ علم التسويق وعلاقته بعلم المبيعات فحسب، بل كل من: أنواع الأسواق المستهدفة، خطوات خطة التسويق، كيفية استهداف السوق، الاستراتيجيات التسويقية الناجحة وطريقة تطبيقها، وكذلك قنوات التوزيع. بالإضافة إلى ما سبق، فإن البرنامج إدارة التسويق يتناول كل من أهم مصطلحات ومفاهيم التسويق، دوره حياة المنتج وتاثيرها على عملية الإنتاج والبيع، مفهوم العرض والطلب واليات التسويق المختلفة، طريقة عمل ميزانية الترويج وأآلية تطبيقها، بالإضافة إلى التسويق التوزيعي وطرق إدارة الترويج.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تعريف إدارة التسويق ووظائفها وفلسفه الإدارة نحو التسويق
- معرفة نظام التسويق والعوامل المؤثرة عليه
- التعرف على البيئة التسويقية للمؤسسة والخطيط التسويقي وأشكاله
- التعرف على العملاء وتقسيمهم إلى قطاعات
- دراسة وبحث السوق

الفئات المستهدفة:

- أصحاب الشركات.
- مدارء الشركات.
- مدربات أقسام التسويق.
- مدربات أقسام المبيعات.
- موظفو أقسام التسويق.
- موظفو أقسام المبيعات.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الاولى:

المقدمة

- أساسيات التسويق
- أنواع الأسواق في التسويق
- مفاهيم التسويق الأساسية

الوحدة الثانية:

خطوات خطة التسويق

- تعريف استراتيجية اختراق السوق



- كيفية استهداف السوق

الوحدة الثالثة:

دورة حياة المنتج في التسويق

- الوضع التنافسي
- SWOT analysis

الوحدة الرابعة:

مفهوم مرنة العرض مع الطلب

- أهمية التمييز في السعر
- قنوات التوزيع في التسويق

الوحدة الخامسة:

مفهوم ميزانية الترويج

- ما هي أدوات الترويج؟
- استخدام الإعلانات في عملية التسويق