

لغة التدريب:

انجليزي

أساليب التدريب:

- من خلال شرائح العرض
- استخدام الوسائل السمعية والبصرية
- مناقشة تفاعلية
- المشاركة من خلال التمارين
- تعليم تطبيقي و فعلي
- تطبيق النشاطات المتنوعة
- حالات واقعية وعميلة
- ورش العمل
- برامج المحاكاة
- استخدام الألعاب ذات الصلة وتمثيل الادوار

مقدمة:

تم اعداد هذا البرنامج لمديري ورؤساء أقسام التسويق و مساعديهم و المرشحين لشغل هذه الوظائف في كافة أنواع المنظمات و أيضاً مديري الإدارات التجارية نقدم هذا البرنامج التدريبي الذي يهدف لتنمية مهارات المشاركين في الإلمام بالإستراتيجيات التسويقية الحديثة و العمل على تطبيقها بهدف تنشيط عمليات البيع و رفع القوى التنافسية لمنشأتهم . والذي سناقش فيه المفهوم الحديث للتسويق و إستراتيجياته (الأثر على المبيعات - أساسيات السوق - بحوث التسويق - إستراتيجية القائد أو التابع)

أهداف الدورة:

- اتباع وتنفيذ الخطوات العملية لإنتاج خطة تسويقية فعالة
- وضع الخطة التسويقية التي تستند إلى نتائج التدقيق التسويقي
- استخدام نتائج التدقيق التسويقي لتحديد الاستراتيجيات والتقنيات الفعالة
- تطوير عناصر خطة التسويق الاستراتيجية
- تحديد وتنفيذ استراتيجيات المنافسة التسويقية المختلفة (الهجومية والدفاعية والمناورة)

محاور الدورة:

- التعريف بالتسويق وفلسفته
- المقصود بالتسويق
- لماذا دراسة التسويق
- معوقات فعالية التسويق فى التطبيق العملى
- ادارة النشاط الاتسويقي
- فلسفة ادارة العمل التسويقي
- طبيعة ونطاق و اهمية التسويق
- هل التسويق علم ؟
- التسويق كعملية تبادل
- اهداف نظام التسويق
- اتساع نطاق مفهوم التسويق
- اهمية التسويق
- ظاهرة قصر النظر التسويقية
- ابعاد عملية ادارة التسويق
- تنظيم المجهود التخطيطى للتسويق
- تحليل الفرص التسويقية
- تقييم الفرص التسويقية
- اختيار الفرص التسويقية
- اختيار الاسواق المستهدفة
- تصميم البرنامج التسويقي
- ادارة المجهود التسويقي
- التخطيط الاستراتيجى وتخطيط النشاط التسويقي
- التخطيط الاستراتيجى
- تحديد مهمة المنظمة
- وضع الاهداف
- تصميم تشكيلة الاعمال و المنتجات
- تخطيط الوظائف
- تخطيط التسويق
- تقسيم وتجزئة السوق و اختيار الاسواق المستهدفة

- القياس والتنبؤ بالطلب
- قياس طلب السوق الحالى
- التنبؤ بالطلب فى المستقبل
- طرق التنبؤ بالطلب فى المستقبل
- تقسيم السوق الى قطاعات
- تطوير الاستراتيجية
- النظر في البدائل الاستراتيجية المختلفة (تحليل TOWS)
- تحليل الاستراتيجيات التسويقية المختلفة
- نمو مصفوفة الاستراتيجية
- العوامل المؤثرة على اختيار الاستراتيجية
- استراتيجية المحيط الأزرق مقابل استراتيجية المحيط الأحمر

لمن هذه الدورة:

موظفي و مدراء التسويق والمدراء التنفيذيون الذين لديهم الرغبة في تحسين أداء فريقهم والإنتاجية والربحية. بالإضافة إلى المدراء الذين يرغبون في زيادة القيمة التي يقدموها لمندوبي التسويق والشركة وأخصائيو التسويق الجدد أو مدراء التسويق المحتملين.