

لغة التدريب:

عربي / 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 وعملية
- ورش العمل
- برامج المحاكاة
- استخدام الألعاب ذات الصلة وتمثيل الادوار

مقدمة:

صقل وتنمية مهارات المشاركين في مجال التسويق الاحترافي و قياس وتحليل متغيرات البيئة التسويقية والتوصل إلى الفرص والتهديدات التي تواجه أعمالهم

أهداف الدورة:

- تمكين المديرين من امتلاك مجموعة من الإمكانيات والتوجهات الحديثة للتفوق الإداري
- تزويد المشاركين بالطرق والأساليب الفعالة التي تمكنهم من وضع الاستراتيجيات والخطط التسويقية لاستغلال الفرص الجذابة ومواجهة التهديدات البيئية .
- صقل وتنمية المهارات الفكرية والإبداعية لمديري التسويق والمبيعات

محاور الدورة:

- أهداف وخصائص الإدارة الحديثة والفكر الإداري الجديد .
- تحليل البيئة المعاصرة للأعمال وآثارها على عمليات التسويق (الفرص التسويقية والتهديدات)
- توضيح المفاهيم المعاصرة للتسويق.
- الإدارة الاستراتيجية للتسويق .
- التحليل الاستراتيجي للبيئة التسويقية وتحديد الفرص التسويقية .
- تحليل المنافسين .
- طرق تحديد السوق المستهدف .
- دراسة وتحليل السلوك الشرائي .
- تطبيقات لتجارب تسويقية ناجحة.
- المزيج التسويقي وسياسات التسويق :
- المنتج / الترويج / التسعير / التوزيع / الشهرة / العلاقات ... إلخ .
- استراتيجيات تسويق المنتجات في ظل المنافسة .
- أساليب تعظيم الحصة التسويقية.
- خلق فرص تسويقية جديدة.
- المهارات المطلوبة لإدارة التسويق في ظل متغيرات القرن الحالي .
- نماذج ناجحة في تعظيم الحصة التسويقية والتعامل مع المنافسين

لمن هذه الدورة:

مديري التسويق والمبيعات ومساعدوهم في المؤسسات والشركات الصناعية والخدمية