

إدارة التسويق للشركات

بتاريخ

الرسوم (\$) ٣٥٠٠

اسطنبول

٢٣ فبراير - ٢٧ فبراير ٢٠٢٥

[سجل الآن](#)



الأهداف:

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

المشاركون:

يعد هذا البرنامج هو الامل 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:

- اساسيات 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 الاتصال للتسويق
- أساليب اختراق الأسواق
- استراتيجيات التسويق
- مقدمة للإستراتيجيات الإدارية والتسويق
- تحديد نوعية الأسواق وسلوكيات الشراء
- تحليل موقف المؤسسة من السوق
- اختيار الإستراتيجيات المناسبة لدورة حياة المنتج
- تصميم إستراتيجيات التسويق
- وضع الخطط التسويقية
- تطوير برامج التسويق
- تطبيق إستراتيجيات التسويق
- اختيار الأسلوب الأمثل للإعلان والترويج
- بحوث التسويق
- أهمية بحوث التسويق والغرض منها
- عملية بحوث التسويق
- تعريف المشكلة التسويقية
- تصميم 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
- مفهوم البيع الشخصي (للمستهلك مباشرة)
- مؤهلات ومسؤوليات مندوب المبيعات
- سلوكيات المشتري وعملية البيع
- التخطيط وإجراء مكالمات البيع بالتليفون
- مهارات التواصل والتفاوض لمندوب المبيعات
- فن البيع.

المحتويات التخصصية

- مبادئ التسويق
- اتصالات التسويق
- التخطيط التسويقي و الرقابة
- التسويق الدولي
- أساليب بحوث التسويق
- إدارة المنتجات و العلامات التجارية
- إدارة التسعير و التوزيع

أساليب التدريب:

- الرأصرة القصيرة.
- النقاش والحوار.
- العمل ضمن مجموعات.
- التمارين الجماعية .

00971504646499 
info@britishtc.org 
www.britishtc.org 