

إدارة التسويق للشركات

الرسوم (\$)

بتاريخ

[سجل الآن](#)

٣٢٠٠

دبي

١٤ أبريل - ١٨ أبريل ٢٠٢٤

الأهداف:

M T C M

تحديد وتقدير مختلف الفرص التسويقية ، وتصميم وتنمية خططك التسويقية المستقبلية المتكاملة باستخدام السعر والمنتج و الدعاية و المكان (4Ps) ، لتنمية وادارة المنتج في سياق التسويق الاستراتيجي للمؤسسة ، وتحقيق الاهداف و احتياجات المساهمين من خلال تقسيم فعال و استهداف للأسواق الداخلية و الخارجية للتاكيد ان العرض التسويقي تركز على العملاء بكفاءة و فاعلية .

المشاركون:

يعد هذا البرنامج هو الأمثل لمن يهتمون بالتسويق و ادارة العملية التسويقية على المستوى التشغيلي ، اضافة الى من يهدفون الى الاستفادة بالمعارف المكتسبة على مستوى الشهادة مع وجود دور مستقبلى للادارة التسويق ، مثل مدير تسويق و مدير تسويق علامة تجارية / منتجات ، مديرى تطوير الاعمال و مدير علاقات التسويق .

المحتويات:

- اساسيات التسويق
- المفاهيم الأساسية للادارة التسويق
- تحليل الفرص التسويقية
- تحليل دورة حياة المنتج
- تطوير المنتجات وسياسات التسويق
- سياسات الترويج ووضع الشركة في السوق
- وضع خطط التسويق
- خلق قنوات الاتصال للتسويق
- أساليب اختراع الأسواق
- استراتيجيات التسويق
- مقدمة لـاستراتيجيات الادارة والتسويق
- تحديد نوعية الأسواق وسلوكيات الشراء
- تحليل موقف المؤسسة من السوق
- اختيار الاستراتيجيات المناسبة لدورة حياة المنتج
- تصميم استراتيجيات التسويق
- وضع الخطط التسويقية
- تطوير برامج التسويق
- تطبيق استراتيجيات 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 اختبار المنتج والعبوة والاسم التجاري
- دراسات اختبار 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 بالتلليفون
- 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:

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

00201102843111 
info@minaretc.org 
www.minaretc.org 