

الإستراتيجيات التسويقية لدخول الأسواق المحلية والعالمية

بتاريخ	الرسوم (\$)	سجل الآن
١٨ أغسطس - ٢٢ أغسطس ٢٠٢٤	٣٢٠٠	صلالة

أهداف البرنامج:

1. تعريف المشاركين بمفاهيم التسويق الحديث
2. كيفية العمل على تحليل البيئة المحيطة مثل المنافسين، السوق، البيئة الخارجية والداخلية، نقاط القوة والضعف
3. تهدف هذه الدورة إلى تنمية مهارات مديري التصدير والعاملين في مجال التصدير بمفهوم ومهامية التخطيط التسويقي التصديري ومراحله وذلك من خلال اسلوب علمي متقدم.
4. إكساب المشاركين مهارات وضع استراتيجيات التنافس الدفاعية والهجومية
5. تعلم طرق وأساليب وقنوات اقتناص وجمع المعلومات التسويقية عن المنافسين والسوق
6. تعلم كيفية إعداد وكتابة الاستبيانات وجهها وتحليلها
7. معرفة منهجية اتخاذ قرارات التسويق

المشاركون:

محتويات البرنامج:

- التعريف بأهمية التسويق
- التعريف بمفهوم الإستراتيجية التسويقية وأهميتها
- مراحل اعداد وتطوير الاستراتيجيات التسويقية (تحليل البيئة التسويقية..)
- تقييم الفرص التسويقية واختيار السوق المستهدف
- استراتيجيات النمو التسويقي
- استراتيجيات التسويق في مختلف الظروف الاقتصادية
- استراتيجيات التسويق في مختلف الالوضاع التنافسية (حسب القيادة التسويقية)
- استراتيجيات التسويق ودورة حياة المنتج
- استراتيجيات التسويق العالمية
- تقويم الاستراتيجيات التسويقية
- مفهوم وأهمية التخطيط لغايات التسويق
- إجراءات التخطيط
- عناصر إستراتيجية الدخول للأسواق الدولية المستهدفة
- تحليل وتقييم الفرص التسويقية الدولية لغايات التصدير وطرق التنبؤ
- الاختيار بين بدائل استراتيجيات التسويق التصديرية
- الخطوات العملية لدراسة الأسواق الخارجية
- مفهوم القطاعات التسويقية وكيفية استخدامها لغايات التصدير
- استراتيجيات التوسع السوقي
- التوقيت المناسب للدخول للأسواق الدولية
- إعداد وتصميم برامج التسويق التصديرية.
- حالات للمناقشة

أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية

00201102843111 

info@minaretc.org 

www.minaretc.org 