



إدارة التسويق المتقدم

القاهرة (مصر) -

08-11-2026

إدارة التسويق المتقدم

رمز الدورة : MS34 : تاريخ الإنعقاد : 08-11-2026 دولة الإنعقاد : القاهرة (مصر) - رسوم الإشتراك : 3100 £

المقدمة

من الواضح أن التغيير أصبح الحقيقة الأولى في عالم الأعمال اليوم. هيمنة العميل ، وظهور البيانات كأصل إستراتيجي ، والمنافسة التي يتم إعادة تصورها ، والمزيد من الوصول العالمي ، والعديد من التغييرات الأخرى تعد بتحويل جهود التسويق المستقبلية. مع هذا السياق الديناميكي المتزايد ، يجب على المسوقين البقاء على رأس تلك البيانات المتغيرة باستمرار وإتقان المهارات الأساسية اللازمة لتوجيهها. من المتوقع أن يفهم قائد التسويق المتطور مشهد الأعمال جيداً بما يكفي للتوضيح والتنبؤ بالسوق أو المنتجات أو الخدمات أو استراتيجيات التنفيذ التي ستحقق النمو. تعمل هذه الدورة التدريبية حول إدارة التسويق المتقدمة على إعادة صياغة تلك التحديات والفرص ، مما يوفر للمشاركين توازناً مديوناً بين المعرفة المفاهيمية ذات الصلة والمهارات العملية التي تساعد على شق طريقهم نحو النجاح.

ستزود الدورة التدريبية المتقدمة في إدارة التسويق كل من القادة والشركات بالادوات اللازمة لاكتساب ميزة تنافسية في الأسواق شديدة المنافسة. وستمنحك المهارات اللازمة للتقدم على المنافسين ب خطة تسويق استراتيجية، كما ستعطيك فهماً واسعاً للقضايا النظرية والعملية في إدارة التسويق.

تمنحك هذه الدورة التدريبية إكتساب التالي:

- الاستفادة من الادوات التحليلية لصقل استراتيجية التسويق للمؤسسات وفعاليتها.
- تحديد أفضل القنوات التسويقية والمنهجية لتقديم حملات تسويقية استراتيجية خالية من العيوب.
- تصويب جوانب ضعف النداء وإحداث ثورة في إدارة التسويق في المنظمة.
- بناء المعلومات اللازمة لتنفيذ استراتيجيات التسويق الناجحة.
- تحديد النثر المترتبة لكل من عناصر استراتيجية التسويق 4Ps: المنتج والسعر والمكان والترويج.

أهداف دورة إدارة التسويق المتقدم

بعد الانتهاء من هذه الدورة حول إدارة التسويق المتقدم ، سيتمكن المشاركون من:

- تسخير مبادئ إدارة التسويق المتقدمة وتطبيقها على خطة التسويق.
- تطوير منظور عملي في ممارسات العمل المعاصرة في مجال عملك.
- فهم طبيعة التسويق ومفهومه في بيئة تنافسية.
- تطبيق الطرق المتبعة في تقييم فرص السوق.
- تنفيذ خطة العمل في مكان عملك باستخدام المعرفة والمهارات المكتسبة.
- توجيه استراتيجية التسويق التنظيمي التي تركز على العائد على الاستثمار.
- فهم عملية التخطيط للأنشطة التسويقية.
- مواهنة كل من استراتيجية التسويق والعلامات التجارية لوحدة الأعمال الاستراتيجية (SBU).

منهجية دورة إدارة التسويق المتقدم

يعتمد البرنامج في المقام الأول على الأساليب التشاركية ، وذلك باستخدام المناقشات المنظمة ، ومجموعات العمل ، وجلسات العصف الذهني ، ودراسات الحالة ، ولعب الأدوار ، واللعب التدريبية المناسبة لنزع فتيل التوتر وتشجيع المتدربين على ذلك ، فهو ينشطك لتحقيق أهداف برنامجك.

بؤن مءهوءعاع العهل بالءعر الازم للمساهمة بشكل شءصى وهباشر فى ءطوئر مسءوئاء الإءارة والقاءة.

ءأأئر ءورة إءارة ءسوءق الءءءم على الوءسسة

سلساعء الوءظفون الءفن ىءضرون هءم ءورة ءءربببة ووءسسءك على ءءقق الفواءء ءالابة:

- ءءسفن اسءراءببباء ءسوءق
- ءوسفع قاعءة العهلء
- ءءسفن ءءربة العهلء
- ءءلل الببائاء واءءاء القراءاء

ءأأئر الشءصى لإءارة ءسوءق الءءءم

ءضور الوءظفن لهءم ءورة ءءربببة سوف ىساعءهم على ءءقق المزايا ءالابة:

- ءطوئر الهماءاء الشءصبة
- زباءة ءءة بالنفس
- ءءسفن القءرة على ءسوءق الشءصى
- ءوسفع الشبكة الاءراءببة

الفئاء المسءءءفة

هءم ءورة ءءربببة مناسبة لهءوءة واسعة من الهمنبفن ولكن سوف ءففء كءببباً:

- كباء الءءربفن.
- الءءربفن والقاءة ورجال الاعمال.
- المءططنن الإعلامفن ومسؤولى ءسوءق.
- مءربى ءسوءق ومءربى ءءصوم.
- مءربى ءسوءق.
- فربق الاءصالل فى الشركة. وعلءاء الببائاء.
- الهمسؤولفن عن ءطوئر الاعمال.
- مءربى الءساباء والعلاماء ءءارببة.

مءاور ءورة

البوم لءول

- مفاهفن ءسوءق الهممة.
- نهاءء ءسوءق وءراءساء الءالة.

- تعريف التسويق.
- عناصر خطة التسويق.
- إنشاء استراتيجية تسويق.
- أهداف التسويق.

اليوم الثاني

- بيئة التسويق.
- تدقيق التسويق.
- ملاءمة الاستراتيجيات مع خطة التسويق الشاملة.
- الغايات والاهداف.
- البدائل الاستراتيجية (TOWS, SWOT).
- تعريف تجزئة السوق.
- فوائد تجزئة السوق.
- استهداف السوق وتحديد موقع المنتج.
- خطوات تجزئة السوق.

اليوم الثالث

- خطوات إنشاء حملة إعلانية.
- تقييم الحملات الترويجية.
- أنواع الاهداف الترويجية.
- مزايا أنواع الاتصالات التسويقية Types MARCOMS المتنوعة وعيوبها.
- تعريف الاتصال.

اليوم الرابع

- مرحلة النضج.
- استراتيجيات التسويق وأهدافه عبر مفهوم دورة حياة المنتج PLC
- مفهوم دورة حياة المنتج (PLC).
- مرحلة الانحدار.
- مرحلة النهو.
- مرحلة التقدير.

اليوم الخامس

- المهارات العالمية.

- الحفاظ على الهوية التنافسية.
- الموقف السلوكي.
- منتج مميز أو خدمة مميزة.
- الرؤية.
- الابتكار.
- إدارة المخاطر.
- وفورات الحجم.
- العلاقات المتميزة.
- التشغيل ومنخفض التكلفة.
- الوصول المتميزة.