



## إدارة التسويق للشركات

| بتاريخ                 | اماكن الإنعقاد | الرسوم (\$) | احجز مقعدك               |
|------------------------|----------------|-------------|--------------------------|
| ٢٦ مايو - ٣٠ مايو ٢٠٢٤ | جاكرتا         | ٣١٥٠        | <a href="#">سجل الآن</a> |

### 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 الامثل 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:



- أساسيات 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 الإتصال للتسويق
- أساليب إختراق الأسواق
- استراتيجيات التسويق
- مقدمة للإستراتيجيات الإدارية والتسويق
- تحديد نوعية الأسواق وسلوكيات الشراء
- تحليل موقف المؤسسة من السوق
- إختيار الإستراتيجيات المناسبة لدورة حياة المنتج
- تصميم إستراتيجيات التسويق
- وضع الخطط التسويقية
- تطوير برامج التسويق
- تطبيق إستراتيجيات التسويق
- إختيار الأسلوب الأمثل للإعلان والترويج
- بحوث التسويق
- أهمية بحوث التسويق والغرض منها
- عهلية 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:

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



---

## • التمارين الجماعية .