



Course أخصائي التسويق والعلامة التجارية المعتمد

فندق أوكورا أمستردام

2026-01-23

\$ 5950

الفندق :

تاريخ النهاية :

السعر :

أمستردام

2026-01-19

Week 1

المدينة :

تاريخ البداية :

الفترة :

فكرة الدورة التدريبية

تم إعداد برنامج أخصائي التسويق والعلامة التجارية الشامل لتزويدك بالمعرفة والمهارات الضرورية للتفوق في مجالات التسويق والعلامات التجارية. فمن خلال الجمع بين مفاهيم المجالين والاستراتيجيات الأساسية لكل منهما، سنكتسب فهماً شاملاً لكيفية إعداد وتنفيذ حملات تسويقية ناجحة مع إنشاء علامات تجارية قوية ومعروفة. في برنامج أخصائي التسويق والعلامة التجارية المعتمد سيرشدك مدربونا الخبراء من خلال تقديم مزيج من المحاضرات والأنشطة العملية ودراسة حالات واقعية لضمان مغادرة الدورة بأفكار عملية قابلة للتنفيذ. على أرض الواقع

أهداف الدورة التدريبية

ستتمكن في نهاية دورة أخصائي التسويق والعلامة التجارية المعتمد من:

- تطوير فهم عميق للمبادئ والاستراتيجيات الأساسية للتسويق والعلامات التجارية، والعلاقة المتبادلة بين تخصصاتهن.
- إجراء أبحاث وتحليلات فعالة للسوق لاتخاذ قرارات التسويق والعلامات التجارية القائمة على البيانات.
- إنشاء مواقع ورسائل مقنعة للعلامة التجارية يتردد صداها بين الجماهير المستهدفة وتميز العلامات التجارية عن المنافسين.
- تصميم وتنفيذ حملات التسويق والعلامات التجارية المتكاملة عبر القنوات الرقمية والتقليدية والناشئة.
- تقييم أداء مبادرات التسويق والعلامات التجارية باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية وأدوات التحليل، وتطبيق الأفكار لتحسين وتعزيز الجهود المستقبلية.

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية موجهة لـ:

- أخصائي التسويق والعلامات التجارية الذين يتطلعون إلى تطوير حياتهم المهنية.
- رواد الأعمال وأصحاب الأعمال الذين يرغبون في تعزيز جهودهم في التسويق والعلامات التجارية.
- مدراء المبيعات والتسويق الذين يرغبون بتحسين أداء فرقهم.
- طلاب التسويق والاتصالات الذين يريدون التخصص في مجال التسويق أو العلامات التجارية.
- أولئك الذين يرغبون بمزاولة مهنة في مجال التسويق أو العلامات التجارية.

منهجية الدورة

تعتمد الدورة على منهجية عملية لتطوير مهارات التسويق وإدارة العلامات التجارية، تبدأ بتأسيس المفاهيم الأساسية وفهم العلاقة بين

التسويق والعلامة التجارية، مع التركيز على أبحاث السوق وتحليل البيانات لبناء شخصية المشتري. ثم تنتقل إلى تحديد مكانة العلامة التجارية وصياغة الرسائل واستراتيجيات التسويق المتكاملة، بما يشمل الاستهداف والتجزئة والتحليل التنافسي. وتركز المنهجية على التسويق الرقمي، والإعلانات، والعلاقات العامة، إلى جانب تطوير الهوية البصرية للعلامة التجارية وتحسين تجربة العملاء وبناء الولاء. وتختتم الدورة بقياس الأداء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية وتحليل العائد على الاستثمار، مع متابعة الاتجاهات الناشئة، وتعزيز التطوير والتحسين المستمر.

محاور الدورة

اليوم الأول:

مقدمة في التسويق والعلامات التجارية:

- مقدمة في مفاهيم ومبادئ التسويق.
- نظرة عامة على العلامات التجارية وإدارة العلامات التجارية.
- العلاقة بين التسويق والعلامات التجارية.

أبحاث السوق والتحليل

- أهمية أبحاث السوق في التسويق والعلامات التجارية.
- طرق البحث النوعي والكمي.
- تحليل بيانات أبحاث السوق.
- بناء شخصية المشتري وفهم احتياجات العملاء.

اليوم الثاني:

مكانة العلامة التجارية والرسائل

- تطوير عرض بيع فريد (USP).
- إنشاء بيان لتحديد مكانة العلامة التجارية.
- صياغة رسالة مقنعة للعلامة التجارية.

- موازنة رسائل العلامة التجارية مع جهود التسويق

استراتيجيات التسويق والعلامات التجارية

- التعريف باستراتيجيات التسويق والعلامات التجارية.
- وضع خطة متكاملة للتسويق والعلامات التجارية.
- الاستهداف والتجزئة.
- التحليل التنافسي والتمايز.

اليوم الثالث:

التسويق الرقمي

- نظرة عامة على قنوات التسويق الرقمي.
- محرك البحث الأمثل (SEO).
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني وتسويق المحتوى.

الإعلانات والعلاقات العامة

- دور الإعلان والعلاقات العامة في التسويق والعلامات التجارية.
- إنشاء الحملات الإعلانية.
- التخطيط الإعلامي والشراء.
- صياغة استراتيجيات العلاقات العامة وإدارة العلاقات الإعلامية.

اليوم الرابع:

هوية العلامة التجارية والتصميم

- أهمية العلامة التجارية المرئية.
- إنشاء نظام هوية العلامة التجارية.
- مبادئ وعناصر التصميم.
- تمثيل ثابت للعلامة التجارية عبر قنوات التسويق.

تجربة العملاء وإشراكهم

- دور تجربة العملاء في التسويق والعلامات التجارية.
- استراتيجيات لتحسين تجربة العملاء.
- تحديد ومعالجة نقاط اتصال العملاء.
- بناء الولاء للعلامة التجارية والاحتفاظ بالعملاء.

قياس أداء التسويق وأداء العلامة التجارية

- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPI) للتسويق والعلامات التجارية.
- تحليل العائد على الاستثمار (ROI) في التسويق والعلامة التجارية.
- استخدام أدوات التحليل وإعداد التقارير.
- التطوير والتحسين المستمر.

الاتجاهات الناشئة والقيم ومراجعة الدورة

- الاتجاهات الناشئة في التسويق والعلامات التجارية.
- القيم في التسويق والعلامات التجارية.
- مراجعة وتلخيص الدورة.

الشهادات المُعتمدة

عند إتمام هذا البرنامج التدريبي بنجاح، سيتم منح المشاركين شهادة هاي بوينت رسمياً، اعترافاً بمعارفهم وكفاءاتهم المثبتة في الموضوع. تُعد هذه الشهادة دليلاً رسمياً على كفاءتهم والتزامهم بالتطوير المهني.