



الاستراتيجيات المتقدمة لتحديد وتطبيق الحلول الناجحة للأسواق Course المستهدفة

أتلانتس ذا بالم	الفندق :	دبي	المدينة :
2026-01-16	تاريخ النهاية :	2026-01-12	تاريخ البداية :
\$ 3950	السعر :	Week 1	الفترة :



فكرة الدورة التدريبية

رغم أن كلمة السر لأي نجاح يبدأ عادة بالدراسة، فإن الخطة التسويقية للأسوق المستهدفة تمثل الاهتمام رقم 11 في أفكار مديرى الأعمال. بلا شك أن ذلك أمر طبيعي قلل من إمكانيات التفوق التسويقي، ويقول عميك كيف تشعبي وأنت لا تعرفي حق المعرفة؟ من هنا كانت أهمية التخطيط الاستراتيجي للخطط التسويقية ودراسة الأسواق المستهدفة كأداة تتير معالم الطريق أمام المنشآت لتحديد مسارها المستقبلي الإلمام بالاستراتيجيات التسويقية الحديثة والعمل على تطبيقها بهدف تشحيط عمليات البيع ورفع القوى التنافسية لمنشآتهم للحفاظ على السوق المستهدف وبناء خطة تنافسية قادرة على مواجهة التحديات.

أهداف الدورة التدريبية

سيتمكن المشاركون في نهاية هذه الدورة التدريبية:

- المفهوم الحديث للتسويق واستراتيجياته
- طبيعة ومفهوم وأهداف بحوث التسويق و مجالاتها
- المزيج التسويقي للمنشأة واستراتيجيات التسويق
- أساليب تطوير السياسات البيعية واستراتيجيات التسويق
- متابعة وتقييم الأداء التسويقي
- التعرف على مزايا التخطيط التسويقي
- كيفية صياغة استراتيجية المنظمة
- تحليل الموقف وتحديد مواطن القوة والضعف والفرص والتهديدات
- كيفية بناء استراتيجيات التسويق
- إعداد الخطة التسويقية
- تنفيذ الخطة التسويقية

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية موجهة لـ:

- مدراء التسويق والمبيعات.
- المختصون في تطوير الأعمال.
- مسؤولو التخطيط الاستراتيجي.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع.

+971 50 360 6133

UAE - Dubai

info@highpointtc.com

www.Highpointtc.com

منهجية الدورة

تركز الدورة على فهم التسويق الحديث واستراتيجياته، بما يشمل تأثيره على المبيعات وأساسيات السوق وبحوث المستهلك والمنتج، وتخطيط المنتجات وفق سيكولوجية المستهلك. تتناول إدارة المزيج التسويقي للمنتج والسعر والتوزيع، وتطوير السياسات البيعية واستراتيجيات التسويق التنافسية. كما تغطي متابعة وتقدير الأداء التسويقي من خلال نظم المعلومات، تقارير المبيعات، وأساليب جمع البيانات والتغذية الراجعة. تشمل الدورة استراتيجيات التسويق في البيئة التنافسية، التحليل البيئي الداخلي والخارجي، وتطوير استراتيجيات لجزءة السوق وإدارة المزيج التسويقي. تختتم الدورة بإعداد وتنفيذ الخطة التسويقية، وإجراء البحوث الميدانية والمكتبة، وتحليل السوق والفرص والمخاطر، مع تطبيقات عملية وورش عمل.

محاور الدورة

اليوم الأول:

المفهوم الحديث للتسويق واستراتيجياته:

- الأثر على المبيعات
- أساسيات السوق
- بحوث التسويق
- استراتيجية القائد أو التابع

طبيعة ومفهوم وأهداف بحوث التسويق و مجالاتها:

- خطوات البحث العلمي في مجال بحوث التسويق
- بحوث المستهلك
- بحوث المنتج
- التحليل الكمي في بحوث التسويق
- سيكولوجية المستهلك
- تخطيط المنتجات

اليوم الثاني:

المزيج التسويقي للمنشأة واستراتيجيات التسويق:

- المنتج
- السعر
- التوزيع



أساليب تطوير السياسات البيعية واستراتيجيات التسويق:

- استراتيجية جزئه السوق
- استراتيجية البرنامج التسويقي
- استراتيجية تحطيط المنتجات
- استراتيجية التسويق
- استراتيجية الإعلان والترويج
- استراتيجية التوزيع
- الاستراتيجية التنافسية

اليوم الثالث:

متابعة وتقيم الأداء التسويقي:

- نظام المعلومات التسويقية
- تقارير رجال البيع
- أساليب جمع البيانات
- التغذية العكسيّة

اليوم الرابع:

الاستراتيجيات التسويقية في ظل البيئة التنافسية

- مزايا التخطيط التسويقي
- أسس التخطيط الاستراتيجي
- معوقات التخطيط التسويقي
- دور وتأثير تحطيط المنظمة على التخطيط التسويقي
- نماذج لأدوات التحليل الاستراتيجي
- عملية التخطيط التسويقي ”قصير الأجل، طويل الأجل، الاستراتيجي“ : مرشد للتخطيط التسويقي خطوة - خطوة
- التحليل البيئي الخارجي: تحليل السوق: اتجاهاته، نموه، حجمه
- تطوير الاستراتيجيات التسويقية: اختيار السوق المستهدف، جزئه السوق
- إدارة المزيج التسويقي: المنتج، التسويق، التوزيع، الترويج

اليوم الخامس:

- إعداد الخطة التسويقية
- تنفيذ الخطة التسويقية
- التدرب على عملية إجراء البحوث التسويقية الميدانية.
- التدرب على ترشيد وصناعة القرارات التسويقية المستقبلية.

+971 50 360 6133

UAE - Dubai

info@highpointtc.com

www.Highpointtc.com



- التعرف على الطرق والأدوات للبحث والتفكير العلمي لدراسة الموضوعات والمشكلات التسويقية.
- التدرب على كيفية تحليل أبعاد السوق من وجهة النظر التسويقية.
- التدرب على تحليلاً حرقة العرض والطلب وأبعاد الفجوة المتاحة.
- التدرب على كيفية إعداد البحوث التسويقية المكتبية والميدانية المتكاملة.
- التدرب على كيفية تقصي وتحليل الفرص والمخاطر التسويقية
- حالات وورش عملية وتطبيقية
- تقييم وختام البرنامج التدريسي

الشهادات المعتمدة

عند إتمام هذا البرنامج التدريسي بنجاح، سيتلقى المشاركون شهادة هي بواينت رسمياً، اعترافاً بمعارفهم وكفاءاتهم المثبتة في الموضوع.
تُعد هذه الشهادة دليلاً رسمياً على كفاءتهم والتزامهم بالتطوير المهني.

