



Course الاستراتيجيات المتقدمة لتحديد وتطبيق الحلول الناجحة للأسواق المستهدفة

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

فكرة الدورة التدريبية

رغم أن كلمة السر لأي نجاح يبدأ عادة بالدراسة، فإن الخطة التسويقية للأسواق المستهدفة تمثل الاهتمام رقم 11 في أفكار مديري الأعمال. بلا شك أن ذلك أمر طبيعي قلل من إمكانيات التفوق التسويقي، ويقول عميلك كيف تشبعتني وأنت لا تعرفني حق المعرفة؟ من هنا كانت أهمية التخطيط الاستراتيجي للخطط التسويقية ودراسة الأسواق المستهدفة كأداة تثير معالم الطريق أمام المنشآت لتحديد مسارها المستقبلي الإلمام بالاستراتيجيات التسويقية الحديثة والعمل على تطبيقها بهدف تنشيط عمليات البيع ورفع القوى التنافسية لمنشأتهم 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 ومجالاتها
- المزيح 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.

منهجية الدورة

تركّز 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 والتنافسية. كما تغطي متابعة وتقييم 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 لتجزئة السوق وإدارة المزيج التسويقي. تُختتم الدورة بإعداد وتنفيذ الخطط التسويقية، وإجراء البحوث الميدانية والمكتبية، 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 ومجالاتها:

- 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 تجزئة السوق
- استراتيجية البرنامج التسويقي
- استراتيجية تخطيط المنتجات
- استراتيجية التسعير
- استراتيجية الإعلان والترويج
- استراتيجية التوزيع
- الاستراتيجية التنافسية

اليوم الثالث:

متابعة وتقييم الأداء التسويقي:

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

اليوم الرابع:

الاستراتيجيات التسويقية في ظل البيئة التنافسية

- مزايا التخطيط التسويقي
- أسس التخطيط الاستراتيجي
- معوقات التخطيط التسويقي
- دور وتأثير تخطيط 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، تجزئة السوق
- إدارة المزيج التسويقي: المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج

اليوم الخامس:

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

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

الشهادات المُعتمَدة

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.