



Course تسويق البترول الدولي

أتلانتس ذا بالم

2026-12-25

\$ 3950

الفندق :

تاريخ النهاية :

السعر :

دبي

2026-12-21

Week 1

المدينة :

تاريخ البداية :

الفترة :

فكرة الدورة التدريبية

تناول هذا البرنامج تغطية شاملة لاستراتيجيات التسويق في قطاع البترول. مستعرضًا الاستراتيجيات والتحديات الرئيسية، حيث سيتعلم المشاركون كيفية نشر الممارسات التسويقية الفعالة لزيادة الفعالية وتحسين الأداء في هذا القطاع الحيوي. من خلال دراسة معمقة للأساليب التقليدية والحديثة، سيكتسب المشاركون القدرة على تطبيق مفاهيم التسويق بشكل استراتيجي ومبتكر.

أهداف الدورة التدريبية

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- وضع وتنفيذ استراتيجية تسويق كاملة المواصفات لقطاع البترول.
- فهم العوامل الاقتصادية المؤثرة في سوق البترول العالمية.
- استخدام مجموعة من أدوات التسويق لتوصيل رسالة مقنعة.
- التعرف على كيفية عمل وسائل الإعلام.
- اكتساب ميزة تنافسية في سوق البترول والنفط والغاز سريع التطور.

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية موجهة لـ:

- مديرو التسويق في شركات البترول.
- المهندسون البترولليون المهتمون بجانب التسويق.
- مطلو السوق في صناعة الطاقة.
- موظفو البيع والتوزيع في شركات البترول.

منهجية الدورة

تركز الدورة على تسويق المنتجات البترولية بدءًا من أساسيات السوق وقنوات التوزيع والمنتجات الرئيسية، مع فهم المشاركين لدور العلامات التجارية وعمليات الأعمال المختلفة في هذا القطاع. كما تتناول الدورة استراتيجيات تسويق التجزئة والجملة، مع التركيز على نموذج AIDA وأهمية تقسيم السوق وتحديد المواقع لنجاح الحملات، بالإضافة إلى المنافسة وتحليل النقل بين B2B وB2C. ويستكشف المشاركون علاقة تسويق البترول بالاقتصاد الجزئي والكلي، بما يشمل تحليل PESTEL وتأثير أسواق النفط العالمية ومنظمات مثل أوبك، مع التركيز على تمايز المنتج والخدمة لتحقيق الأرباح. كما يشمل التدريب صعود التسويق الرقمي في القطاع، وكيفية دمج القنوات الرقمية

والتقليدية للتفاعل مع العملاء وأصحاب المصلحة، وقياس الأثر الرقمي وتطوير استراتيجية رقمية متكاملة. وختامًا، يتم التركيز على تنفيذ الخطط العملية، إدارة الأزمات، التواصل مع الإعلام، وقياس العائد على الاستثمار مع تعزيز الاتصالات الداخلية لضمان نجاح الاستراتيجية.

محاور الدورة

اليوم الأول:

قطاع البترول "نظرة عامة على التسويق":

- أساسيات تسويق المنتجات البترولية بما في ذلك ديناميكيات السوق وقنوات التوزيع.
- نظرة عامة على تسويق البترول "المشاركون الرئيسيون والبنى التحتية".
- المنتجات التي يتم تسويقها بشكل عام والقضايا والتحديات التي تؤثر عليها.
- من يقوم بالتسويق وتحديد رسالتك، وشرائح العملاء، واحتياجاتهم، وتوقعاتهم.
- دور العلامات التجارية الفعالة في قطاع البترول.
- عمليات الأعمال الرئيسية المشاركة في تسويق المنتجات البترولية لمختلف العملاء وأصحاب المصلحة.

اليوم الثاني:

تسويق التجزئة والجملة في قطاع البترول:

- كيف يقوم تجار التجزئة بتسويق المنتجات البترولية المختلفة لعملائهم.
- نموذج "AIDA" فيما يتعلق بقطاع البترول.
- تنقيح وإبراز عوامل التمييز الرئيسية لعلامتك التجارية.
- مدى أهمية التقسيم وتحديد المواقع لنجاح تسويق قطاع البترول.
- التسويق بالجملة "كيفية تسويق الشركات بكميات كبيرة بما في ذلك للموزعين وإعادة البيع".
- تحليل النقل "B2B & B2C"، القطاعات المحلية والصناعية والتجارية والمتعددة الجنسيات.
- كيف يتم منافسة المنتج في سوق البترول.

اليوم الثالث:

مطابقة تسويق قطاع البترول مع الاقتصاد الجزئي والكل:

- بيئة الاقتصاد الكلي "لماذا يهم قطاع البترول".
- الطلب العالمي والتسعير للمنتجات البترولية.
- كيفية تحليل السوق وتقييم تأثير الاتجاهات على التنمية المستقبلية.
- إجراء تحليل "PESTEL" - كيف ولماذا من السوق الخاص بك.
- كيف يتم تأسيس أسواق النفط الخام والبترول على المستويين العالمي والإقليمي.
- كيف تؤثر منظمات مثل "أوبك" على أسواق إنتاج البترول حول العالم.

- تميز المنتج والخدمة والمنفعة الجدية "حيث يتم جني الأرباح في القطاع".

اليوم الرابع:

صعود التسويق الرقمي في قطاع البترول:

- التسويق الرقمي "تعريف وشرح محدد لقطاع البترول".
- كيفية استخدام الرقمية والتقليدية في حملة متكاملة لقطاع البترول.
- دمج منصات الوسائط الاجتماعية المختلفة الخاصة بك لتعزيز الوصول عبر قطاع البترول.
- التعامل مع شكاوى العملاء والموردين وغيرهم من أصحاب المصلحة في الصناعة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- زيادة المشاهدات وإبداعات الإعجاب والنقرات عبر مختلف المنصات الرقمية.
- متى يتم الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي "كيفية الوصول إلى حسابات النفط والغاز والبترول الرئيسية عبر قنوات جديدة".
- استخدام تقنيات البريد الإلكتروني لإنشاء قنوات ذات صلة بالصناعة.
- قياس الأثر الرقمي والبصمة.
- تطوير استراتيجية رقمية كاملة في قطاع البترول.

اليوم الخامس:

وضع خطتك موضع التنفيذ:

- ماذا تفعل إذا سارت الأمور بشكل خاطئ "كيفية التعامل مع أزمة داخل قطاع البترول".
- أهمية التواصل مع الصحفيين وقادة الفكر.
- التخطيط للمستقبل "تنفيذ استراتيجيتك الخاصة بالنفط والغاز".
- وسائط البث مقابل المطبوعات مقابل الإنترنت "تكامل التغطية الخاصة بك".
- إظهار القيمة والعائد على الاستثمار في قطاع البترول.
- أهمية الاتصالات الداخلية "فائدة إخبار زملائك".

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.