MERCURY

الإدارة الفعالة للعلامات التجارية

13 – 17 ديسمبر 2026

الدوحة (قطر)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الإدارة الفعالة للعلامات التجارية

المرجع: 189393_120339 **التاريخ:** 13 – 17 ديسمبر 2026 **المكان:** الدوحة (قطر) **الرسوم:** Euro 5500

المقدمة

تُعد دورة الإدارة الفعالة للعلامات التجارية، من الركائز الاستراتيجية التي تمكّن المؤسسات من التميز في بيئات الأعمال التنافسية المتسارعة. فمع تزايد الخيارات أمام العملاء، أصبح نجاح المؤسسات يعتمد بشكل كبير على قوة إدارة العلامة التجارية وقدرتها على خلق قيمة مستدامة. كما تهدف إلى تزويد المشاركين بمنهجية متكاملة في استراتيجية العلامة التجارية، بدءًا من بناء الهوية وحتى قياس الأداء وتعزيز السمعة. وتركز على توظيف أفضل ممارسات تسويق العلامة التجارية لضمان تحقيق تموضع قوي في الأسواق المستهدفة.

تتناول هذه الدورة التدريبية في الإدارة الفعالة للعلامات التجارية، أساليب بناء العلامة التجارية الاحترافية التي تدعم النمو طويل المدى وتعزز الولاء. إضافة إلى ذلك، تستعرض أحدث نماذج إدارة العلامة التجارية الاستراتيجية المستخدمة عالميًا. كما تمنح المشاركين أدوات عملية لتطوير هوية العلامة التجارية بما يحقق التميز المؤسسي. وسيكون المشاركون أكثر قدرة على قيادة مبادرات تطوير العلامات التجارية وتحقيق التفوق التنافسي.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة الإدارة الفعالة للعلامات التجارية، الفئات والمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق والعاملون في تسويق العلامة التجارية.
- مسؤولو العلاقات العامة وبناء الصورة المؤسسية.
- مختصو خدمة العملاء وتجربة العميل.
- مدراء المبيعات الراغبون في تعزيز قوة العلامة التجارية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الناشئة.
- مسؤولو الاتصال المؤسسي والتواصل التسويقي.
- العاملون في تطوير المنتجات وإدارة المحافظ.
- المهنيون الساعون لإتقان استراتيجيات البراندينج الحديثة.
- كل من يرغب في فهم تموضع العلامة التجارية بعمق.
- الأفراد المهتمون ببناء مسار مهني في إدارة السمعة التجارية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

أهداف الدورة التدريبية

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في الإدارة الفعالة للعلامات التجارية، سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على المفاهيم الحديثة في إدارة العلامة التجارية باحتراف.
- تحليل دور العلامة التجارية الاحترافية في تحقيق الميزة التنافسية.
- تطبيق منهجيات فعالة في تخطيط العلامة التجارية طويلة المدى.
- تصميم نماذج متكاملة في بناء الهوية المؤسسية القوية.
- تطوير استراتيجيات عملية في تموضع العلامة التجارية داخل السوق.
- تقييم عناصر إدارة قيمة العلامة التجارية وتحسينها.
- توظيف أدوات إدارة السمعة التجارية لتعزيز ثقة العملاء.
- بناء برامج متقدمة في تعزيز قوة العلامة التجارية.
- تحليل مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس نجاح العلامات.
- تطوير خطط فعالة في قيادة العلامة التجارية عبر القنوات المختلفة.
- اكتشاف فرص التميز في العلامات التجارية في الأسواق التنافسية.
- تنفيذ مبادرات تطوير العلامات التجارية وفق أفضل الممارسات العالمية.
- دمج استراتيجيات البراندينج مع الخطط التسويقية الشاملة.
- تحسين تجربة العميل بما يدعم الولاء طويل الأمد.
- إعداد تقارير احترافية لقياس أثر الإدارة الفعالة للعلامات التجارية.

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج الإدارة الفعالة للعلامات التجارية:

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

- فهم متقدم لمفاهيم إدارة العلامة التجارية الاستراتيجية.
- القدرة على تحليل عناصر هوية العلامة التجارية.
- مهارات احترافية في بناء العلامة التجارية.
- إتقان نماذج تخطيط العلامة التجارية.
- القدرة على تقييم إدارة قيمة العلامة التجارية.
- مهارات تطبيق استراتيجيات البراندينج المتقدمة.
- كفاءة في تطوير برامج تعزيز قوة العلامة التجارية.
- القدرة على إدارة السمعة التجارية باحتراف.
- مهارات قياس أداء تسويق العلامة التجارية.
- إتقان أساليب تموضع العلامة التجارية في الأسواق.
- القدرة على دعم مبادرات بناء الهوية المؤسسية.
- تطوير مهارات قيادة العلامة التجارية بفعالية.

دراسة سيناريوهات

في تدريب الإدارة الفعالة للعلامات التجارية، سيطوّر المشاركون قدراتهم عبر دراسة السيناريوهات:

- تحليل حالة شركة نجحت في بناء العلامة التجارية عالميًا.
- دراسة موقف تراجع بسبب ضعف إدارة السمعة التجارية.
- تقييم حملة فعلية في تسويق العلامة التجارية.
- مراجعة مثال عملي على تموضع العلامة التجارية الخاطئ.
- تحليل سيناريو إعادة تطوير العلامات التجارية بعد أزمة.
- دراسة تطبيق واقعي في تعزيز قوة العلامة التجارية.
- مناقشة حالة دمج ناجح في بناء الهوية المؤسسية.
- تقييم قرارات قيادية في إدارة العلامة التجارية الاستراتيجية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: التعاريف وتفصيل العلامات التجارية

- تعريف شامل لمفهوم إدارة العلامة التجارية في العصر الرقمي.
- توضيح الدور الاستراتيجي للعلامات في نجاح المؤسسات.
- استعراض تاريخي لتطور بناء العلامة التجارية عالميًا.
- الفرق الجوهري بين تسويق العلامة التجارية والتسويق التقليدي.
- تحليل عناصر العلامة التجارية الاحترافية الناجحة.
- فهم أبعاد هوية العلامة التجارية البصرية واللفظية.
- دراسة تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات البراندينج.
- تحليل تحديات الإدارة الفعالة للعلامات التجارية اليوم.
- استكشاف فرص الابتكار في تطوير العلامات التجارية.
- ربط العلامة التجارية بتجربة العميل الشاملة.

الوحدة الثانية: نماذج تخطيط العلامة التجارية

- مفهوم ملكية العلامة التجارية القائمة على العميل.
- خطوات عملية في تخطيط العلامة التجارية الاستراتيجي.
- بناء نموذج متكامل في إدارة قيمة العلامة التجارية.
- أدوات تحليل تموضع العلامة التجارية في السوق.
- تطبيق نموذج صدى العلامة التجارية المتقدم.
- استخدام سلسلة قيمة العلامة في اتخاذ القرار.
- تطوير خرائط ذهنية لـ بناء الهوية المؤسسية.
- ربط استراتيجية العلامة التجارية بأهداف المؤسسة.
- تحليل فجوات الأداء في إدارة العلامة التجارية الاستراتيجية.
- تصميم مؤشرات قياس فعالية تعزيز قوة العلامة التجارية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثالثة: عملية إدارة العلامات التجارية الاستراتيجية

- الإطار المتكامل لعملية الإدارة الفعالة للعلامات التجارية.
- تطوير رؤية واضحة في قيادة العلامة التجارية.
- تأسيس تموضع العلامة التجارية بشكل تنافسي.
- صياغة وعد العلامة وربطه بتجربة العميل.
- إدارة التواصل المتكامل في تسويق العلامة التجارية.
- استخدام مقاييس العائد على استثمار العلامة.
- تخطيط وتنفيذ برامج استراتيجية العلامة التجارية.
- قياس وتفسير أداء إدارة قيمة العلامة التجارية.
- استراتيجيات الحفاظ على التميز في العلامات التجارية.
- إدارة نمو العلامة عبر الأسواق الجديدة.

الوحدة الرابعة: ملكية العلامة التجارية والهوية

- تعريف متقدم لمفهوم ملكية العلامة التجارية.
- تحليل عناصر القوة في هوية العلامة التجارية.
- بناء الولاء ضمن برامج تعزيز قوة العلامة التجارية.
- قياس الوعي في حملات تسويق العلامة التجارية.
- تقييم الجودة المدركة وتأثيرها على القيمة.
- إدارة الارتباطات الذهنية في بناء العلامة التجارية.
- تصميم منظومة متكاملة في بناء الهوية المؤسسية.
- تطوير مضمون العلامة التجارية الاحترافية.
- مواءمة الهوية مع استراتيجية العلامة التجارية.
- حماية العلامة عبر ممارسات إدارة السمعة التجارية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الخامسة: محافظ بناء العلامة التجارية

- استعراض فلسفات حديثة في تطوير العلامات التجارية.
- تصميم استراتيجيات نمو العلامة متعددة المستويات.
- إدارة إطلاق علامة جديدة باحتراف.
- تحليل دور العلامات المحارية في المنافسة.
- تطوير ملحقات داعمة في استراتيجيات البراندينج.
- تقييم نجاح ملحقات بناء العلامة التجارية.
- إدارة محفظة العلامات ضمن الإدارة الفعالة للعلامات التجارية.
- تحقيق التكامل بين المنتجات تحت مظلة واحدة.
- موازنة المخاطر في توسعات العلامة.
- دعم الاستدامة عبر إدارة العلامة التجارية الاستراتيجية.

الوحدة السادسة: تقييم العلامة التجارية

- منهجية شاملة في تدقيق إدارة العلامة التجارية.
- تطبيق تقنيات احترافية في إدارة السمعة التجارية.
- تصميم استبيانات قياس قوة العلامة التجارية.
- مراجعة الفكرة الكبرى في استراتيجية العلامة التجارية.
- تحليل فعالية الحملات في تسويق العلامة التجارية.
- قياس أثر تموضع العلامة التجارية في السوق.
- تقييم العائد من تعزيز قوة العلامة التجارية.
- إعداد تقارير أداء إدارة قيمة العلامة التجارية.
- تحديد فرص التحسين في العلامة التجارية الاحترافية.
- بناء خطة تطوير مستمر للعلامة.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

تعزز هذه الدورة الفهم المتكامل لممارسات الإدارة الفعالة للعلامات التجارية في البيئات التنافسية الحديثة. كما تمكن المشاركين من تطبيق أدوات عملية في بناء العلامة التجارية وقياس قيمتها السوقية. ويسهم تبني منهجية إدارة العلامة التجارية الاستراتيجية في تحقيق نمو مستدام وتميّز مؤسسي واضح. ويوصى بالاستمرار في تطوير القدرات وربط استراتيجيات البراندينج بالتحول الرقمي لتعظيم الأثر.