MERCURY

الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة

19 – 23 يوليو 2027

أمستردام (هولندا)



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

MERCURY

الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة

المرجع: 190015_120341 **التاريخ:** 19 – 23 يوليو 2027 **المكان:** أمستردام (هولندا) **الرسوم:** Euro 5600

المقدمة

تعد دورة الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة، من أهم البرامج التي تم تصميمها لتطوير مهارات المشاركين في مجالي التسويق والاتصال المؤسسي. كما تهدف إلى تزويد المتدربين بفهم شامل لأحدث استراتيجيات الاتصال والتسويق الرقمي والتقليدي، مع التركيز على التطبيق العملي. وتمنح المشاركين القدرة على إعداد استراتيجية إعلامية متكاملة تساعد في تحسين صورة العلامة التجارية وزيادة أثر الحملات التسويقية. وتتيح التعرف على أدوات التخطيط الإعلامي الاحترافي وإدارة الحملات الإعلامية بفعالية.

من خلال هذه الدورة التدريبية في الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة، سيتعرف المتدربون على مهارات التخطيط الإعلامي الحديثة وإدارة الإعلام المؤسسي. كما تغطي أساليب الاتصال التسويقي المتكامل والاتصال المؤسسي الحديث. وسيتعلم المشاركون كيفية تطوير الخطة الإعلامية وبناء خطة اتصال ناجحة تتوافق مع أهداف الشركة. وسيصبح المشاركون قادرين على إدارة العلاقات الإعلامية وتنفيذ استراتيجيات الاتصال المؤسسي بتميز واحترافية.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة، الفئات والمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات:

- الأفراد العاملون في المبيعات وفريق الدعم.
- المرشحون لوظائف التسويق الذين يسعون لتطوير مهاراتهم.
- موظفو الاتصال المؤسسي والإعلام الداخلي.
- المختصون في إدارة الحملات الإعلامية والتخطيط الإعلامي الاحترافي.
- الراغبون في اكتساب مهارات الاتصال التسويقي المتكامل.
- المتخصصون في تطوير الخطة الإعلامية وبناء استراتيجية إعلامية ناجحة.
- من يريد التميز في الاتصال المؤسسي وإدارة الإعلام المؤسسي.
- الباحثون عن أدوات حديثة لتخطيط الحملات الإعلامية وإعداد الخطة الإعلامية.

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 الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أساسيات "إدارة الاتصال المؤسسي" ودور الاتصال في تعزيز العلامة التجارية.
- تطبيق استراتيجيات الاتصال المؤسسي في التخطيط الإعلامي الاحترافي.
- تطوير مهارات إعداد استراتيجية إعلامية فعالة لتحسين رؤية الشركة.
- تعلم كيفية إدارة الحملات الإعلامية الرقمية والتقليدية بفعالية.
- اكتساب القدرة على تخطيط الاتصال التسويقي وبناء خطة اتصال ناجحة.
- فهم دور العلاقات الإعلامية في تعزيز صورة الشركة.
- استخدام الاتصال التسويقي المتكامل لتحقيق أهداف التسويق المؤسسي.
- تطوير الخطة الإعلامية وفق معايير الاستراتيجية الإعلامية المتقدمة.
- تحليل نجاح الحملات الإعلامية وإيجاد حلول لتحسين الأداء.
- التميز في الاتصال المؤسسي الحديث عبر استخدام أدوات الإعلام المؤسسي.
- إدارة الإعلام المؤسسي بشكل يضمن تواصل فعال مع العملاء والجمهور المستهدف.
- تطوير مهارات التخطيط الإعلامي لقيادة الحملات الإعلامية بنجاح.
- بناء استراتيجية إعلامية شاملة لدعم أهداف التسويق والاتصال.
- تحسين نتائج الحملات الإعلامية وزيادة العائد على الاستثمار من خلال إدارة الحملات الإعلامية بشكل احترافي.

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة:

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

- القدرة على تعزيز المزيج التسويقي بشكل متكامل.
- إدارة الأحداث والفعاليات لتعزيز التعرض للعلامة التجارية.
- إطلاق الحملات الإعلانية وفق معايير الاتصال التسويقي المتكامل.
- وضع إطار للحملات الترويجية وتحليل نتائجها بدقة.
- تطبيق استراتيجيات حملة التسويق الرقمي بفعالية.
- مهارات تطوير الخطة الإعلامية وتحسين الأداء الإعلامي.
- إدارة العلاقات الإعلامية لضمان تواصل مؤثر مع الجمهور.
- القدرة على إعداد استراتيجية إعلامية متقدمة.
- استخدام الاتصال المؤسسي الحديث في بيئات العمل المختلفة.
- مهارات التخطيط الإعلامي الاحترافي لإدارة الحملات الإعلامية.
- تطوير خطة اتصال ناجحة تدعم أهداف التسويق والاتصال.
- التميز في إدارة الإعلام المؤسسي وتحقيق تأثير إيجابي.
- تقييم وتحسين استراتيجيات الاتصال التسويقي بشكل دوري.

دراسة سيناريوهات

في تدريب الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة، سيطور المشاركون قدراتهم عبر دراسة السيناريوهات:

- تحليل حملات تسويقية ناجحة عبر الإنترنت وخارجها.
- دراسة كيفية تحسين صورة العلامة التجارية عبر وسائل الإعلام.
- تطبيق استراتيجيات الاتصال المؤسسي على حالات واقعية.
- تقييم فعالية الحملات الرقمية والتقليدية.
- استخدام التخطيط الإعلامي الاحترافي في وضع استراتيجيات جديدة.
- تحليل استجابة الجمهور لرسائل الاتصال التسويقي.
- تطوير خطة اتصال ناجحة لحملة إعلامية محددة.
- إدارة العلاقات الإعلامية في مواقف حرجة ونجاح التواصل المؤسسي.

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

MERCURY

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: دور تعزيز المزيج التسويقي

- لمحة عامة عن المزيج التسويقي وأهميته.
- دور الترويج في التسويق وتحقيق أهداف العلامة التجارية.
- عناصر المزيج الترويجي: الإعلان، البيع الشخصي، العلاقات العامة، ترويج المبيعات.
- إعداد الخطة الإعلامية وفق دورة حياة المنتج PLC.
- استخدام الاتصال التسويقي المتكامل في الحملات الإعلانية.
- تطوير الخطة الإعلامية لتعزيز المزيج التسويقي.
- استراتيجيات التواصل المؤسسي لتحسين فعالية المزيج الترويجي.
- إدارة الإعلام المؤسسي لدعم أهداف التسويق.
- بناء خطة اتصال ناجحة للمزيج الترويجي.

الوحدة الثانية: إدارة الحدث وصنع التعرض للعلامة التجارية

- تصميم الفعاليات وأهمية تخطيطها.
- تحديد العناصر الأساسية لإنشاء فعالية ناجحة.
- إعداد قائمة مراجعة للفعالية لضمان التنفيذ الأمثل.
- دمج الاتصال التسويقي المتكامل في الفعاليات.
- تطوير مهارات إدارة الأحداث لتحقيق أهداف العلامة التجارية.
- استراتيجيات بناء تجربة جمهور فعالة.
- استخدام الإعلام المؤسسي الحديث لدعم الأحداث.
- التخطيط الإعلامي الاحترافي لترويج الحدث.
- قياس أثر الفعاليات على صورة العلامة التجارية.

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

MERCURY

الوحدة الثالثة: إطلاق حملة إعلانية

- تحديد أهداف التواصل التسويقي للحملة.
- خصائص الحملة الإعلانية الناجحة.
- خطوات خلق حملة إعلانية فعالة.
- إعداد نموذج خطة IMC: التحليلات الظرفية، تحليل SWOT، أهداف التواصل.
- استراتيجيات الرسائل التسويقية ومزيج التواصل.
- ميزانية الحملة وتنفيذها ومراقبتها.
- دور وكالات الإعلان وصفات الوكالة المثالية.
- أسئلة أساسية لوكالة الإعلان لضمان نجاح الحملة.
- إطلاق حملة MARCOM شاملة وتحقيق أقصى عائد.

الوحدة الرابعة: إطار الحملات الترويجية

- تقييم نقاط القوة والضعف للعلامة التجارية.
- تحديد الوضع الحالي للسوق والمنافسين.
- اختيار السوق المستهدف المناسب.
- صياغة رسالة قوية وملهمة للحملة.
- تقييم الملخصات الإبداعية قبل التنفيذ.
- الاتفاق على نسخة الاستراتيجية النهائية.
- تطوير الخطة الإعلامية وفق أهداف الحملة.
- تخطيط الحملات الإعلامية بشكل يحقق التميز في الاتصال المؤسسي.
- تحسين الأداء الإعلامي والتسويقي من خلال التقييم الدوري.

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

MERCURY

الوحدة الخامسة: استراتيجيات حملة التسويق الرقمي

- المقارنة بين التسويق التقليدي والرقمي.
- التعرف على أدوات التسويق الرقمي الأساسية: فيس بوك، تويتر، لينكد إن، جوجل بلس.
- استخدام التسويق عبر البريد الإلكتروني والتسويق المتحرك بفعالية.
- التسويق عبر الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمية المختلفة.
- استراتيجيات الدفع عند النقر والتسويق عبر وسائل الإعلام الاجتماعية.
- إعداد وإدارة حملة التسويق الرقمي الشاملة.
- قياس فعالية التسويق الرقمي عبر تحليلات الموقع الإلكتروني.
- تطبيق مهارات التخطيط الإعلامي الاحترافي على الحملات الرقمية.
- تطوير خطة اتصال ناجحة لزيادة العائد على الاستثمار.
- دمج استراتيجيات الاتصال المؤسسي الحديث في الحملات الرقمية.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

توفر هذه الدورة "الخطة الشاملة لإدارة التسويق والاتصال وإعداد الخطة الإعلامية الناجحة" معرفة متكاملة ومهارات عملية لتعزيز الاتصال التسويقي. تمكّن المشاركين من إعداد استراتيجية إعلامية متقدمة وإدارة الحملات الإعلامية بكفاءة. تساعد الدورة على تطوير مهارات التخطيط الإعلامي وبناء خطة اتصال ناجحة. كما تعزز قدرة المتدربين على التميز في الاتصال المؤسسي وتحقيق أهداف العلامة التجارية بفعالية.