MERCURY

الإشراف على الهدايا الإعلامية و الترويجية

18 – 29 أكتوبر 2027

لندن (المملكة المتحدة)



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

MERCURY

الإشراف على الهدايا الإعلامية و الترويجية

المرجع: 190071_120522 **التاريخ:** 18 – 29 أكتوبر 2027 **المكان:** لندن (المملكة المتحدة) **الرسوم:** Euro 9500

المقدمة

تُعدّ دورة الإشراف على الهدايا الإعلامية والترويجية برنامجًا متخصصًا يقدّمه مركز ميركوري للتدريب لتأهيل المسؤولين عن تخطيط الهدايا المؤسسية واختيارها وإدارتها باحتراف. تنطلق الدورة من موقع الهدايا في منظومة الاتصال المؤسسي، وتبيّن كيف يدعم التسويق بالهدايا الترويجية حضور العلامة التجارية في أذهان العملاء والشركاء. وتتناول استراتيجيات الهدايا التسويقية وربطها بأهداف المؤسسة، مع تخطيط الحملات الترويجية وفق جمهور محدد وميزانية مدروسة. كما تشرح معايير اختيار الهدايا الترويجية للشركات، وأسس الإخراج الفني والطباعة بما ينسجم مع إدارة الهوية المؤسسية والهدايا الترويجية. ويمتد نطاقها إلى إدارة المواد الدعائية والإعلامية، والتعامل مع الموردين، وضبط الجودة والمخزون. وتولي الدورة اهتمامًا خاصًا بتنظيم وتوزيع الهدايا المؤسسية في المعارض والمؤتمرات والمناسبات، وبضوابط الحوكمة وسياسات تقديم الهدايا وقبولها. وتختتم بقياس أثر إدارة الهدايا الترويجية في الصورة الذهنية وعلاقات العملاء، ليخرج المشارك برؤية متكاملة تجمع التخطيط والإشراف والتقييم.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة الإشراف على الهدايا الإعلامية والترويجية، الفئات والمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مديرو ومشرفو العلاقات العامة والإعلام.
- مسؤولو الهدايا الدعائية والإعلامية في المؤسسات.
- العاملون في إدارات التسويق والاتصال المؤسسي.
- مسؤولو المراسم والبروتوكول وتنظيم الفعاليات.
- مديرو المبيعات وحسابات العملاء الرئيسيين.
- موظفو المشتريات المعنيون بتوريد المواد الدعائية.
- مسؤولو الهوية المؤسسية والعلامة التجارية.
- منسقو المعارض والمؤتمرات وبرامج الرعاية.
- العاملون في إدارة المطبوعات والهدايا الدعائية.
- مشرفو خدمة العملاء وبرامج الولاء.
- الراغبون في التأهيل المهني في إدارة الهدايا الترويجية.
- أصحاب الشركات الناشئة والمتوسطة المهتمون بالترويج.
- المهتمون بتطوير مهاراتهم في إدارة الهدايا المؤسسية.

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 الإشراف على الهدايا الإعلامية والترويجية، سيكون المشاركون قادرين على:

- شرح دور الهدايا الإعلامية والترويجية في دعم الاتصال المؤسسي.
- تحديد أهداف واضحة وقابلة للقياس لبرامج الهدايا المؤسسية.
- تحليل الجمهور المستهدف وتصنيف فئاته وفق أهميتها للمؤسسة.
- تطبيق معايير اختيار الهدايا الترويجية للشركات بما يلائم كل مناسبة.
- إعداد خطة سنوية تربط الهدايا بتخطيط الحملات الترويجية.
- بناء موازنة دقيقة وضبط تكاليف إدارة المنتجات الترويجية.
- مراجعة التصاميم وأساليب الطباعة بما يحفظ الهوية المؤسسية.
- تقييم الموردين ومقارنة عروضهم وفق معايير موضوعية.
- تنظيم عمليات الاستلام والتخزين والجرد للمواد الدعائية.
- تصميم آلية توزيع فعّالة في المعارض والمؤتمرات والمناسبات.
- تطبيق سياسات الحوكمة وضوابط تقديم الهدايا وقبولها.
- قياس أثر استراتيجيات الهدايا التسويقية في صورة المؤسسة.
- إعداد تقارير دورية تدعم قرارات الإشراف على الأنشطة الترويجية.
- اقتراح تحسينات مستمرة ترفع كفاءة برامج الهدايا.
- تمييز الفروق بين الهدية الإعلامية والهدية الترويجية واستخدام كل منهما.
- توظيف الهدايا في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء والشركاء.
- معالجة مشكلات التوريد والتوزيع بحلول عملية ومدروسة.

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج الإشراف على الهدايا الإعلامية والترويجية:

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

- التخطيط الاستراتيجي لبرامج الهدايا المؤسسية.
- تحليل الجمهور وتحديد احتياجاته وتوقعاته.
- إدارة الهدايا الترويجية وفق أهداف تسويقية محددة.
- اختيار الهدايا الملائمة للمناسبة والمتلقي.
- توظيف الهوية المؤسسية بصريًا في الهدايا.
- فهم تقنيات الطباعة والإخراج الفني.
- إعداد الموازنات وضبط التكاليف.
- التفاوض مع الموردين وإدارة العقود.
- ضبط الجودة وفحص العينات قبل الاعتماد.
- إدارة المخزون وتتبع حركة المواد.
- تنظيم التوزيع في الفعاليات والمناسبات.
- الالتزام بالحوكمة وأخلاقيات تقديم الهدايا.
- قياس العائد وتحليل مؤشرات الأداء.
- إعداد التقارير الإشرافية ورفع النتائج.
- التنسيق بين الإدارات المعنية بالحملات.
- إدارة الوقت والأولويات في المواسم المزدحمة.

دراسات حالة من الواقع العملي

في تدريب الإشراف على الهدايا الإعلامية والترويجية، سيطوّر المشاركون قدراتهم عبر دراسة الحالات:

- مؤسسة خدمية أعادت تصميم هداياها لتنسجم مع هويتها الجديدة.
- شركة صناعية خفّضت الهدر عبر ضبط مخزون المواد الدعائية.
- جهة حكومية وضعت سياسة واضحة لتقديم الهدايا وقبولها.
- مشاركة في معرض دولي وتوزيع الهدايا على فئات الزوار.
- مقارنة عروض عدة موردين واختيار الأنسب جودةً وتكلفة.
- حملة ترويجية موسمية وقياس أثرها في ولاء العملاء.
- هدية غير ملائمة ثقافيًا وأسلوب معالجة أثرها.
- تأخر مورد قبل فعالية كبرى وتفعيل الخطة البديلة.

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

MERCURY

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: مدخل إلى الهدايا الإعلامية والترويجية

- مفهوم الهدايا الإعلامية والترويجية وتطورها.
- الفرق بين الهدية الإعلامية والهدية الترويجية.
- موقع الهدايا ضمن المزيج الترويجي.
- دور الهدايا في ترسيخ العلامة التجارية.
- أنواع الهدايا المؤسسية واستخداماتها.
- مهام المشرف على الهدايا ومسؤولياته.
- علاقة الهدايا بالعلاقات العامة والإعلام.
- اتجاهات حديثة في صناعة الهدايا الترويجية.

الوحدة الثانية: استراتيجيات الهدايا التسويقية

- ربط الهدايا بأهداف المؤسسة الاستراتيجية.
- صياغة أهداف واضحة قابلة للقياس.
- التسويق بالهدايا الترويجية كأداة اتصال.
- بناء الرسالة المراد إيصالها عبر الهدية.
- مواءمة الهدايا مع مراحل علاقة العميل.
- الهدايا في أسواق الأعمال وأسواق الأفراد.
- تحديد أولويات الإنفاق الترويجي.
- إعداد وثيقة استراتيجية الهدايا.
- اعتماد الاستراتيجية من الإدارة العليا.

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

MERCURY

الوحدة الثالثة: تحليل الجمهور المستهدف

- تصنيف المتلقين إلى فئات ومستويات.
- كبار الشخصيات والشركاء الاستراتيجيون.
- العملاء الحاليون والعملاء المحتملون.
- الموظفون والجمهور الداخلي.
- الاعتبارات الثقافية والاجتماعية للمتلقي.
- مراعاة الأعراف الدينية والمحلية.
- تحديد مستوى الهدية لكل فئة.
- بناء قاعدة بيانات المتلقين.
- تحديث بيانات المتلقين بصورة دورية.

الوحدة الرابعة: اختيار الهدايا الترويجية للشركات

- معايير الاختيار: الفائدة والجودة والملاءمة.
- الهدايا العملية والهدايا الرمزية.
- الهدايا الاقتصادية والهدايا الفاخرة.
- الهدايا الموسمية وهدايا المناسبات.
- الهدايا المستدامة والصديقة للبيئة.
- الهدايا الرقمية والتقنية الحديثة.
- عمر الهدية ومدة ظهور العلامة.
- أخطاء شائعة في الاختيار.
- مصفوفة المفاضلة بين البدائل.
- اختبار الهدية قبل اعتمادها النهائي.

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

MERCURY

الوحدة الخامسة: إدارة الهوية المؤسسية والهدايا الترويجية

- عناصر الهوية المؤسسية على الهدية.
- قواعد استخدام الشعار والألوان.
- صياغة العبارات والرسائل المطبوعة.
- أنواع الطباعة على الخامات المختلفة.
- الحفر والتطريز والطباعة الرقمية.
- التغليف وتجربة فتح الهدية.
- مراجعة النماذج الأولية واعتمادها.
- إدارة المطبوعات والهدايا الدعائية كمنظومة واحدة.
- توحيد المظهر بين المطبوعات والهدايا.

الوحدة السادسة: تخطيط الحملات الترويجية والموازنات

- إعداد الخطة السنوية للهدايا.
- ربط الخطة بتقويم الفعاليات والمناسبات.
- تكامل الهدايا مع قنوات الحملة.
- تقدير الكميات المطلوبة بدقة.
- بناء الموازنة وتوزيع البنود.
- حساب تكلفة الوحدة والتكلفة الإجمالية.
- الجدول الزمني للتنفيذ والتسليم.
- إدارة المخاطر والخطط البديلة.
- مراجعة الخطة وتعديلها خلال العام.

الوحدة السابعة: التوريد وإدارة الموردين

- مصادر التوريد المحلية والدولية.
- إعداد المواصفات الفنية وكراسة الطلب.
- طلب العروض ومقارنتها.
- معايير تقييم الموردين واعتمادهم.
- التفاوض على السعر والجودة والمدة.
- بنود العقود والضمانات.
- فحص العينات وضبط الجودة.
- متابعة أوامر الشراء والتسليم.
- معالجة التأخير وحالات عدم المطابقة.

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

MERCURY

الوحدة الثامنة: إدارة المواد الدعائية والإعلامية والمخزون

- تنظيم المواد الدعائية داخل المؤسسة.
- إجراءات الاستلام والفحص.
- شروط التخزين الآمن للخامات.
- تصنيف الأصناف وترميزها.
- سجلات الصرف والعهد.
- الجرد الدوري ومعالجة الفروقات.
- إدارة المنتجات الترويجية الراكدة.
- الأنظمة الإلكترونية لتتبع المخزون.
- تقارير المخزون ورفعها للإدارة.

الوحدة التاسعة: تنظيم وتوزيع الهدايا المؤسسية

- قنوات التوزيع وأساليبه.
- الهدايا في المعارض والمؤتمرات.
- هدايا الزيارات الرسمية والوفود.
- هدايا الافتتاحات والاحتفالات.
- البريد المباشر والتوصيل الشخصي.
- بروتوكول تقديم الهدية وتوقيته.
- توثيق عمليات التسليم.
- الإشراف على الأنشطة الترويجية الميدانية.
- تنسيق فرق العمل أثناء الفعالية.
- معالجة المواقف الطارئة في أثناء التوزيع.

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

MERCURY

الوحدة العاشرة: الحوكمة وقياس الأثر

- سياسات تقديم الهدايا وقبولها.
- الشفافية وتجنب تضارب المصالح.
- الضوابط القانونية والأخلاقية.
- مؤشرات أداء برامج الهدايا.
- قياس الوعي بالعلامة والانطباع.
- تحليل العائد على الإنفاق الترويجي.
- استطلاع آراء المتلقين.
- إعداد التقارير الإشرافية.
- التحسين المستمر والدروس المستفادة.
- بناء خطة تطوير لبرامج الهدايا المقبلة.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

تؤكد دورة الإشراف على الهدايا الإعلامية والترويجية أن الهدية المؤسسية أداة اتصال استراتيجية تتطلب تخطيطًا دقيقًا واختيارًا واعيًا وإشرافًا منضبطًا. ويوصي مركز ميركوري للتدريب بربط كل برنامج هدايا بأهداف قابلة للقياس وبسياسة حوكمة واضحة تضمن الشفافية وحسن استخدام الموارد. وبذلك يشكّل تدريب إدارة الهدايا الدعائية خطوة عملية نحو التأهيل المهني في إدارة الهدايا الترويجية وتعزيز صورة المؤسسة لدى جمهورها.