MERCURY

التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي

07 - 11 فبراير 2027
اسطنبول (تركيا)

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

MERCURY

التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي

الرمز : 836_100108 تاريخ الإنعقاد: 07 - 11 فبراير 2027 دولة الإنعقاد: اسطنبول (تركيا) التكلفة: 4900 اليورو

مقدمة:

في عصرٍ أصبحت فيه الأسواق متغيرة بشكل متسارع، بات التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي أحد الأعمدة الأساسية لبناء الهوية المؤسسية وتعزيز تنافسية العلاماتٍ التجارية. تهدف دورة التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي، إلى تزويد المشاركين بالمعرفة النظرية والمهارات العملية في مجال التواصل التسويقي الفعال وتخطيط الحملات الإعلامية. سيتمكن المتدربون من فهم كيفية بناء رسائل إعلامية متكاملة تحقق الأثر المنشود على الفئات المستهدفة.

كما تغطي الدورة التدريبية في التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي، أساسيات التخطيط الإعلامي وأفضل الممارسات في تصميم الحملات متعددة القنوات. ويُركز التدريب على تحليل التواصل التسويقي واختيار الأدوات المناسبة لتحقيق الأهداف. تشمل استعراضًا شاملاً لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ودور التخطيط في دعم الاستراتيجيات التسويقية.

كما تهدف هذه الدورة التدريبية في التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي، إلى إكساب المتدربين مهارات عملية في تطوير مهارات التخطيط الإعلامي وإدارة الحملات الإعلامية بفعالية. يتم دعم المحتوى بالأنشطة التطبيقية ودراسات الحالة لإثراء تجربة التعلم. وتمنح المشاركين القدرة على تحسين التواصل التسويقي وقياس فاعليته باستخدام مؤشرات الأداء.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي، الفئات والمحترفين الذين يسعون للاكتساب المعرفة والمهارات:

- موظفو أقسام التسويق، والإعلان، والاتصالات المؤسسية.
- العاملون في العلاقات العامة والترويج وإدارة العلامة التجارية.
- مختصو الموارد البشرية المهتمون بتحسين الصورة الذهنية للمنظمة.
- مسؤولو تطوير الأعمال الراغبون في تعزيز حضورهم الإعلامي.
- المهنيون في الشركات الكبرى والهيئات الحكومية والخاصة.
- أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة المهتمون بالتسويق المؤثر.
- الصحفيون والإعلاميون الراغبون في فهم استراتيجيات الإعلام التسويقي.
- كل من يسعى لتطوير مهاراته في برامج تدريب التواصل التسويقي.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي، سيكون المشاركون قادرين على:

- تعريف المشاركين بأهمية التواصل التسويقي الرقمي والتقليدي في بناء صورة المؤسسة.
- شرح عناصر استراتيجيات التواصل التسويقي الناجحة وتطبيقاتها.
- تحليل مكونات الحملات الإعلامية وتصميمها بما يخدم الأهداف التسويقية.
- استخدام أدوات فعالة في تحليل التواصل التسويقي وفهم سلوك الجمهور.
- صياغة رسائل تسويقية مؤثرة تلائم السوق المستهدف وتدعم استراتيجية العلامة التجارية.
- تنفيذ خطوات عملية في تخطيط المحتوى الإعلامي وبناء الجداول الزمنية للحملات.
- تطبيق نماذج تقييم لقياس فاعلية التواصل التسويقي وتحسين الأداء المستقبلي.
- إدارة ميزانيات الحملات الإعلامية بكفاءة وربطها بالعائد على الاستثمار.
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي بفعالية في الحملات الإعلامية.
- اختيار قنوات الإعلام المناسبة وفقًا للغرض التسويقي والجمهور المستهدف.
- تطوير خطة متكاملة باستخدام أدوات تخطيط مبتكرة مثل أدوات التخطيط الإعلامي.
- العمل الجماعي على إعداد خطة إعلامية شاملة لمحاكاة واقع السوق.
- تعزيز التفكير الاستراتيجي في تصميم استراتيجيات التخطيط الإعلامي.
- تدريب المشاركين على دمج تطبيقات التخطيط الإعلامي في التسويق اليومي.
- بناء القدرات الفردية في إدارة التخطيط الإعلامي في المؤسسات المختلفة.

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

MERCURY

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي:

- القدرة على وضع خطط تسويقية متكاملة ومترابطة.
- مهارة في تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة.
- التمكن من تقنيات الاتصال التسويقي متعدد القنوات.
- إجادة استخدام أدوات تقييم الحملات الإعلامية.
- مهارة في التنسيق بين فرق التسويق والإعلام.
- التخطيط وتنفيذ فعاليات تعزز العلامة التجارية.
- إعداد وصياغة رسائل تسويقية موجهة ومؤثرة.
- استخدام بيانات وتحليلات الجمهور في تطوير الحملات.
- تحسين مهارات الكتابة الإعلانية والنصوص الإعلامية.
- قيادة فرق العمل أثناء تنفيذ الحملات الإعلامية.
- استخدام برامج حديثة لدعم تحسين التواصل التسويقي.
- تصميم تقارير تحليلية لقياس النتائج التسويقية.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: دور الترويج والمزيج التسويقي في بناء الاستراتيجية الإعلامية:

- مقدمة حول مفهوم المزيج التسويقي وأهميته.
- توضيح دور الترويج في التسويق وتعزيز المبيعات.
- شرح عناصر المزيج الترويجي وتأثير كل عنصر.
- أهمية الإعلان في الوصول للجمهور المستهدف.
- استخدام البيع الشخصي لبناء علاقات فعالة.
- توظيف العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية.
- تعريف ترويج المبيعات وأهدافه الرئيسية.
- فهم دور استراتيجيات المزيج الترويجي في دورة حياة المنتج.
- الفرق بين الإعلام الموجه والمحتوى التفاعلي.
- تقييم الأدوات المستخدمة في التواصل مع الجمهور.
- إدماج دور التخطيط الإعلامي في التسويق ضمن الخطة العامة.
- كيفية تحسين التواصل التسويقي باستخدام أدوات حديثة.

الوحدة الثانية: إدارة الفعاليات وتعزيز الهوية المؤسسية:

- فهم العلاقة بين إدارة الفعالية والتسويق المؤسسي.
- تخطيط وتصميم الفعالية بشكل احترافي.
- مراحل تنفيذ الفعالية من الفكرة إلى الإنجاز.
- تحديد الأهداف المرجوة من الفعالية.
- تصميم جدول الفعالية وعناصر الجذب.
- إعداد خطة إعلامية مواكبة للفعالية.
- وضع مؤشرات تقييم الأداء للفعالية.
- استعراض دراسات حالة عن فعاليات ناجحة.
- استخدام تخطيط المحتوى الإعلامي لدعم الفعالية.
- تحديد الفئة المستهدفة وتخصيص الرسائل.
- دمج استراتيجيات التخطيط الإعلامي في إدارة الفعالية.
- إعداد تقارير تقييم بعد انتهاء الفعالية.

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

MERCURY

الوحدة الثالثة: إعداد الحملات الإعلانية المتكاملة:

- فهم أهداف الحملة التسويقية.
- الخصائص المميزة للحملة الناجحة.
- خطوات إعداد حملة إعلانية متكاملة.
- تحليل البيئة عبر نموذج SWOT.
- صياغة أهداف التواصل التسويقي ورسائل الحملة.
- تصميم استراتيجيات التواصل التسويقي الموجهة.
- بناء مزيج الاتصالات التسويقية الفعال.
- تخصيص الميزانية وتنفيذ مراحل الحملة.
- فهم دور وكالات الإعلان ومهامها.
- اختيار الوكالة الأنسب ومؤشرات الاختيار.
- ورشة تطبيقية لإطلاق حملة MARCOM واقعية.
- استخدام أدوات تحليل الأداء وتقديم التغذية الراجعة.

الوحدة الرابعة: تحليل الحملات الترويجية وتقييم الرسائل الإبداعية:

- تقييم الوضع الراهن للعلامة التجارية.
- تحليل التحديات والفرص التسويقية.
- تحديد السوق المستهدف بذكاء.
- صياغة الرسالة الإعلامية بطريقة مؤثرة.
- مراجعة النسخ الإبداعية للحملات.
- التوافق بين الرسالة والاستراتيجية العامة.
- دمج الأسلوب القصصي في الحملات.
- اختبار الحملة قبل الإطلاق لجمع الانطباعات.
- تعديل الرسائل وفق التحليلات.
- استخدام أدوات التحليل لقياس الأداء.
- توظيف برامج تدريب التواصل التسويقي لتطوير الأداء.
- إعداد تقرير تقييم شامل للحملة.

الوحدة الخامسة: استراتيجيات التسويق الرقمي وإدارة الحملات الحديثة:

- الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي.
- استعراض أدوات التسويق الرقمي الأساسية.
- توظيف فيسبوك، تويتر، لينكدإن في الحملات.
- التسويق بالبريد الإلكتروني وأدواته.
- التسويق المتنقل ودوره في تعزيز التفاعل.
- الإعلان عبر الإنترنت ودفع النقرة.
- تصميم خطة رقمية كاملة وفعالة.
- استخدام تحليلات المواقع لقياس الأداء.
- استراتيجيات تسويق المحتوى والتفاعل الاجتماعي.
- إعداد حملة تسويق رقمي متكاملة.
- تنفيذ ومراقبة الأداء وتعديل الاستراتيجيات.
- استخدام البيانات الضخمة في توجيه الحملات.
- دمج تصميم استراتيجيات التواصل التسويقي ضمن البيئة الرقمية.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تُعد مهارات التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي من الأدوات الجوهرية لبناء الحملات الناجحة. اكتسب المشاركون في هذه الدورة القدرة على الربط بين الرسالة التسويقية والتخطيط الإعلامي العملي. يُوصى بالاستمرار في تطوير المهارات باستخدام أدوات حديثة لتحليل الأداء والتفاعل مع الجمهور. كما يُنصح بتطبيق ما تم تعلمه على أرض الواقع من خلال خطط تجريبية. أخيرًا، يجب اعتماد ثقافة التقييم المستمر والمرونة في تعديل الحملات بما يتناسب مع تطورات السوق.

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

MERCURY

training@mercury-training.com
www.mercury-training.com

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

MERCURY

نموذج تسجيل :
التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي

الرمز : 836 تاريخ الإنعقاد: 07 - 11 فبراير 2027 دولة الإنعقاد: اسطنبول (تركيا) التكلفة: 4900 اليورو

معلومات المشارك

الأسم الكامل (السيد / السيدة):
.....
المسمى الوظيفي: .....
الهاتف / الجوال: .....
البريد الإلكتروني الشخصي: .....
البريد الإلكتروني الرسمي: .....

معلومات جهة العمل

اسم الشركة: .....
العنوان: .....
المدينة / الدولة: .....

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الأسم الكامل (السيد / السيدة):
.....
المسمى الوظيفي: .....
الهاتف / الجوال: .....
البريد الإلكتروني الشخصي: .....
البريد الإلكتروني الرسمي: .....

طرق الدفع

☐ الرجاء إرسال الفاتورة لي

☐ الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي