



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

2025 يوليو 24 - 20
أونلاين



استراتيجية تخطيط وتطوير المنتجات الحالية والجديدة

رمز الدورة: 660_106888 تاريخ الإنعقاد: 20 - 24 يوليو 2025 دولة الإنعقاد: أونلاين التكلفة: 1500 يورو

المقدمة:

تظهر أهمية إدارة المنتج على اعتبار أن نجاح المنتج في السوق يعطي وُشراً دقيقاً لنجاح الاستراتيجية التسويقية في قدرتها للوصول إلى المشتري، و أن المنتج حظي باهتمام وقبول السوق وتحقيق التفوق على المنافسين. ازدادت أهمية استراتيجية المنتج لثرتها الواضح على الاستراتيجيات الأخرى للمزيج التسويقي، باعتبار أن جوهر العملية التسويقية ينصب نحو إيصال سلعة، خدمة، فكرة من المنتجين إلى المستهلكين. لولا وجود سلعة، خدمة، فكرة لها أصبحت هناك حاجة لعولمة التبادل التسويقي ووجود علاقة بين طرفي العملية التسويقية.

الفئة المستهدفة: موظفي إدارة تطوير المنتجات

اهداف الدورة

استيعاب المشاركين ما يلي:

- المعنى في مفهوم المنتج وتعريفه.
- مزيج المنتج ودور التسويق في استراتيجية المنتج.
- المنتج الجديد والخطوات المتعاقبة في تطويره.
- دورة حياة المنتج والاستراتيجيات المعتمدة في كل مرحلة من مراحل حياته.
- التخطيط لعولمة تبني المنتج ونماذج المستهلكين المتعاملين مع المنتج الجديد.

محتوى الدورة:

- تعريف المنتج
- مفهوم المنتج
- مزيج المنتج
- استراتيجية المنتج
- المنتج الجديد
- تطوير المنتج

دورة حياة المنتج:

- مرحلة إطلاق المنتج
- مرحلة نمو المنتج
- مرحلة استقرار المنتج
- مرحلة انتهاء المنتج

التخطيط لعولمة تبني المنتج:

- نماذج المستهلكين المتعاملين مع المنتج الجديد.
- التوزيع الجغرافي للعملاء المستهدفين
- من هم العملاء الحاليين و من هم المستهدفون ؟

المفهوم الحديث للتسويق:

- مفهوم التسويق
- الفرق بين التسويق والبيع
- تطور مفهوم التسويق
- مبادئ التسويق الحديث
- المزيج التسويقي
- مكونات المزيج التسويقي

مفاهيم التسويق الأساسية:

- الحاجات
- الرغبات
- الطلبات
- المنتجات
- التبادل

أساليب تطوير السياسات البيعية و إستراتيجيات التسويق:

- إستراتيجية تجزئة السوق
- إستراتيجية البرنامج التسويقي
- إستراتيجية تخطيط المنتجات
- إستراتيجية التسعير
- إستراتيجية الإعلان و الترويج
- إستراتيجية التوزيع
- الإستراتيجية التنافسية

مهارات التخطيط التسويقي الفعال:

- أنواع الخطط التسويقية
- خطوات إعداد الموازنة التسويقية وموازنة المبيعات
- أساليب إعداد برامج البيع
- أساليب وأدوات الرقابة علي تنفيذ خطط التسويق والبيع ومتابعتها

نهجودخ تسجبل :

استراتلبلبة تخطبل وتطوبر الهنتبات الالبلة والبلدلة

رمز الالورة: 660 تاريخ الالعباا: 20 - 24 بلوبو 2025 الاللة الالعباا: أونلابلن الاللفة: 1500 الالبورو

معلولمات الالمشارك

الاسم الكامل (السبلد / السبلدة):

.....

الهسمى الوظبلبل:

الهاتف / الالبوال:

البربل الالكترونل الشبلبل:

البربل الالكترونل الراسمبل:

معلولمات اللة العول

اسم الشركة:

العنوان:

البللة / الالولة:

معلولمات الشبلل الالؤول عن ترشبلل المولظبلن

الاسم الكامل (السبلد / السبلدة):

.....

الهسمى الوظبلبل:

الهاتف / الالبوال:

البربل الالكترونل الشبلبل:

البربل الالكترونل الراسمبل:

طرق الالفع

الالبلاء إرسال الفالورة لل

الالبلاء إرسال الفالورة لشركتل