



التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي

13 - 17 يناير 2025
برشلونة (إسبانيا)



التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي

رمز الدورة: 836_110899 تاریخ الإنعقاد: 13 - 17 يناير 2025 دولة الإنعقاد: برشلونة (إسبانيا) التکلفة: 4900 اليورو

المقدمة:

يعتبر الإعلان والتسويق والتواصل من أهم الوسائل التي توفر للمستهلكين المعلومات حول المنتجات والخدمات والتفكير، تم تصميم هذه الدورة لتوفّر التدريب من الجوانب النظرية والعملية للتسويق والاتصالات الحديثة، سيسنعرض المشاركون العديد من أدوات التسويق الرقمية والتقليدية وسيتعلّمون على وظيفة الإعلان والاتصالات بأكملها باستخدام مجموعة متنوعة من تقنيات وسائل الإعلام الموجهة لنجاح الدولة.

الفئات المستهدفة:

- المهنيين في مجال التسويق والاتصالات والإعلان والعلاقات العامة والموارد البشرية والمبيعات.
- مهنيو تطوير النعمال الذين يحتاجون إلى المعرفة العملية الحديثة لاستراتيجيات وتقنيات التسويق.
- موظفو الشركات الكبرى والهيئات الحكومية والشركات الصغيرة.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- وصف مجال الاتصالات التسويقية وشرح خصائص الجهات الناجحة على الانترنت أو بدون انترنت.
- تطبيق المعرفة الجديدة لـ "مفاهيم الندّاّث" والاستراتيجيات لتحسين رؤية العلامة التجارية أو صورة الشركة.
- تحديد مبادئ الاتصالات التسويقية المتكاملة IMC وكيف تطبق هذه المبادئ في الشركات بطريقة تضمن وصول الرسائل إلى المستهلكين والشركات.
- تطبيق النظائر والمهارات اللازمة للإدارة مشاكل الاتصال التسويقي وإيجاد حلول ناجحة.
- الاعتراف وتطبيق وسائل الاعلام الاجتماعية والتكتيكات لزيادة العائد على الاستثمار من الدولة التسويقية.

الكفاءات المستهدفة:

- التخطيط التسويقي.
- عمليات التدقيق التسويقي.
- تحليل البيئة الكلية والجزئية.
- الاتصالات التسويقية.
- البحوث التسويقية.

محتوى الدورة الوحدة الأولى، دور تعزيز والمزيج التسويقي:

- نظرة عامة عن المزيج التسويقي
- دور الترويج في التسويق
- عناصر المزيج الترويجي
- الإعلان
- البيع الشخصي
- العلاقات العامة
- ترويج المبيعات
- استراتيجيات المزيج الترويجي عبر دورة حياة المنتج PLC

الوحدة الثانية، إدارة الحدث: صنع الشركة أو التعرض للعلامة التجارية:

- صنع الفعاليات
- العناصر الرئيسية لتصميم الفعالية
- تخطيط الفعاليات وتنفيذها
- وضع العناصر الفعالة
- إنشاء قائمة مراجعة للفعالية

الوحدة الثالثة، إطلاق حملة إعلانية:

- أهداف التواصل التسويقي
- خصائص الحملة الناجحة
- خطوات في خلق حملة إعلانية
- نموذج خطة IMC
- التحليلات الظرفية
- تحليل SWOT
- أهداف التواصل التسويقي
- أهداف رسالة التواصل التسويقي
- استراتيجيات التواصل التسويقي
- هزيمة التواصل التسويقي
- تنفيذ التواصل التسويقي والرقابة والتحكم
- دور وكالات الإعلانات
- صفات وكالة الإعلانات المثالبة
- ما الذي يجب أن نسألها لوكالة الإعلان
- ورشة عمل الفريق: إطلاق حملة MARCOM شاملة

الوحدة الرابعة، في إطار الحملات الترويجية:

- تقييم نقاط القوة والضعف للعلامة التجارية
- تحديد واضح للوضع
- تحديد السوق المستهدف
- اختيار رسالة متنية
- تقييم الملامح الابداعية
- الالتفاق على نسخة الاستراتيجية النهائية

الوحدة الخامسة، استراتيجيات حملة التسويق الرقمي:

- التقليدية مقابل التسويق الرقمي
- بعض أدوات التسويق الرقمي
- فيسبوك
- تويتر
- لينكد ان
- جوجل بلس
- التسويق عبر البريد الإلكتروني
- التسويق المتحرك
- التسويق عبر الانترنت
- التسويق بوسائل الاعلام
- تسويق ادفع عند الشراء
- تسويق وسائل الاعلام الاجتماعية
- إعداد وإدارة حملة التسويق الرقمي
- تحليلات الموقع الإلكتروني: قياس فعالية التسويق الرقمي



London - UK +447481362802
Istanbul - Turkey +905395991206
Amman - Jordan +962785666966



نحوذن تسجيل :
ال التواصل التسويقي والتخطيط الإعلامي

رمز الدورة: 836 تاريخ الإنعقاد: 13 - 17 يناير 2025 دولة الإنعقاد: برشلونة (إسبانيا) التكلفة: 4900 اليورو

معلومات الوشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

المسمي الوظيفي:
الهاتف / الجوال:
البريد الإلكتروني الشخصي:
البريد الإلكتروني الرسمي:

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:
العنوان:
المدينة / الدولة:

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

المسمي الوظيفي:
الهاتف / الجوال:
البريد الإلكتروني الشخصي:
البريد الإلكتروني الرسمي:

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي