



أخصائي التسويق الالكتروني

20 - 16 سبتمبر 2024
ميلانو (إيطاليا)



أخصائي التسويق الالكتروني

رمز الدورة: 120492_94517 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 سبتمبر 2024 دولة الإنعقاد: ميلانو (إيطاليا) التكلفة: 4900 اليورو

المقدمة:

بالإضافة إلى المفاهيم التقليدية، سوف نستخدم في هذه الدورة التدريبية مجموعة واسعة من دراسات الحالة والنماذج وبرامج إكسل Excel لمساعدة المشاركين على اكتساب الكفاءات وتطبيق المفاهيم التسويقية الصحيحة بطريقة سليمة وهنئية.

الفئات المستهدفة:

- موظفي قسم التسويق والعلاقات العامة والاتصالات التسويقية والهيئات والأخصائيين في إدارة العوليات.
- مدراء التسويق في الشركات والاعمال التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة في جميع القطاعات.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- القدرة على تحديد إطار عمل التسويق لهيئة تجارية.
- القدرة على القيام بالتحقيق والتحليل التسويقي لهيئة دراسة أفضل حول البيئة الكلية والجزئية.
- القدرة على الدمج بين أفضل الممارسات والأدوات والنماذج لتنفيذ نظام فعال في تسويق وإدارة المبيعات.
- وضع استراتيجيات ومبادرات وبرامج لبناء والحفاظ على الهيمنة التنافسية في السوق.
- تطبيق التخطيط وتنفيذ استراتيجيات التسويق الحديثة لتعزيز النتائج الهيئسية.

الكفاءات المستهدفة:

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

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، مفاهيم التسويق:

- تعريف إدارة التسويق
- تطور مفهوم التسويق
- العلاقة بين التسويق والبيع
- أهداف التسويق
- تطوير المزيج التسويقي للمنتجات و الخدمات
- المزيج التسويقي
- إدارة جهود التسويق
- استخدام العناصر الأربعة لنموذج المزيج التسويقي

الوحدة الثانية، التدقيق والتخطيط التسويقي:

- فهم البيئة التسويقية
- أدوات التحليل التسويقية المختلفة

- تحليل "PEDSTLE"
- نموذج القوى التنافسية الخمسة وايكل بورتر
- تحليل "SWOT"
- منهج تطوير الإستراتيجيات، تحليل العملاء "TOWS"
- التحليل التنافسي
- تحليل العملاء
- التخطيط التسويقي

الوحدة الثالثة، تجزئة السوق، الاستهداف والتركز في السوق:

- تعريف تجزئة السوق
- أسس تجزئة السوق B2C
- أسس تجزئة السوق B2B
- معايير التجزئة الناجحة للسوق
- عمالية استهداف السوق
- التركيز في السوق
- أسس التركيز
- خطوات تجزئة السوق والاستهداف والتركز

الوحدة الرابعة، التواصل والحملات التسويقية:

- عناصر عملية التواصل
- خطوات الإعداد لحملة إعلانية
- الأهداف والهامم الترويجية
- مفهوم "AIDA"
- إعداد ميزانية الإعلان
- الإبداع في اتخاذ القرارات الترويجية
- الموثورات الإعلانية الشائعة
- تنفيذ الرسالة الترويجية
- إيجابيات و سلبيات النواع المختلفة لوسائل الإعلام
- إعتبارات إختيار وسائل الإعلانات الملائمة
- الجداول الزمنية لوسائل الإعلام
- تقييم الحملات الترويجية

الوحدة الخامسة، دورة حياة المنتج PLC، نهج استراتيجي:

- مفهوم دورة حياة المنتج
- استراتيجيات التسويق لدورة حياة المنتج
- المزيج الترويجي وأهداف التسويق
- خصائص عناصر المزيج الترويجي
- استراتيجيات المزيج الترويجي خلال دورة حياة المنتج
- استراتيجيات الدفع والجذب

الوحدة السادسة، البحوث التسويقية:

- تعريف البحث التسويقي
- عمالية البحث التسويقي
- البيانات النسبسية والتأوية
- تصهيم الاستبيانات
- أنواع البحوث المسحية

نموذج تسجيل :
أخصائي التسويق الإلكتروني

رمز الدورة: 120492 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 سبتمبر 2024 دولة الإنعقاد: ميلانو (إيطاليا) التكلفة: 4900 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

المسمى الوظيفي:

.....

الهاتف / الجوال:

.....

البريد الإلكتروني الشخصي:

.....

البريد الإلكتروني الرسمي:

.....

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

.....

العنوان:

.....

البلد / الدولة:

.....

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

المسمى الوظيفي:

.....

الهاتف / الجوال:

.....

البريد الإلكتروني الشخصي:

.....

البريد الإلكتروني الرسمي:

.....

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي