

A photograph showing a group of six people (three men and three women) gathered around a large wooden table, working together on a large piece of paper. The paper contains a hand-drawn diagram illustrating the relationship between Strategy, Goal, and Analysis. A pie chart is also visible. The word "STRATEGY" is written in large, bold, red capital letters at the top. To its left, the word "GOAL" is written in green. Below "STRATEGY", the word "ANALYSIS" is written in yellow. A pie chart is divided into three segments: one labeled "45%", another labeled "25%", and a third labeled "15%".

الأكاديمية الإسكندنافية
للتدريب والتطوير





دورة: الإستراتيجيات المتقدمة لتحديد وتطبيق الحلول الناجحة للأسوق المستهدفة

ال kod	المدينة	الفندق	بداية التدريب	نهاية التدريب	السعر	لغة الدورة - الساعات
MCC-220	دبي (إمارات)	فاعة فندقية	2026-07-06	2026-07-10	€ 3450	العربية - 25

الهدف من البرنامج

رغم أن كلمة السر لأي نجاح يبدأ عادة بالدراسة ، فإن الخطة التسويقية للأسوق المستهدفة تمثل الاهتمام رقم 11 في أفكار مديرى الأعمال . بلا شك أن ذلك أمر طبيعى قلل من إمكانيات التفوق التسويقى ، ويقول عمilk كيف تشعمني وأنت لا تعرفي حق المعرفة ؟ من هنا كانت أهمية التخطيط الاستراتيجي للخطط التسويقية ودراسة الأسواق المستهدفة كأداة تثير معالم الطريق أمام المنشآت لتحديد مسارها المستقبلي.و الإلماام بالاستراتيجيات التسويقية الحديثة و العمل على تطبيقها بهدف تنشيط عمليات البيع و رفع القوى التنافسية لمنشأتهم للحفاظ على السوق المستهدف وبناء خطة تنافسية قادرة على مواجهة التحديات .

الأهداف العامة

- المفهوم الحديث للتسويق و استراتيجياته
- طبيعة و مفهوم و أهداف بحوث التسويق و مجالاتها
- المزدوج التسويقي للمنشأة و استراتيجيات التسويق
- أساليب تطوير السياسات البيعية و استراتيجيات التسويق
- متابعة و تقييم الأداء التسويقي
- التعرف على مزايا التخطيط التسويقي
- كيفية صياغة استراتيجية المنظمة
- تحليل الموقف وتحديد مواطن القوة والضعف والفرص والتهديدات
- كيفية بناء استراتيجيات التسويق
- إعداد الخطة التسويقية
- تنفيذ الخطة التسويقية



المحتوى العلمي للبرنامج

- المفهوم الحديث للتسويق و استراتيجياته:

- الأثر على المبيعات

- أساسيات السوق

- بحوث التسويق

- استراتيجية القائد أو التابع

- طبيعة و مفهوم و أهداف بحوث التسويق و مجالاتها:

- خطوات البحث العلمي في مجال بحوث التسويق

- بحوث المستهلك

- بحوث المنتج

- التحليل الكمي في بحوث التسويق

- سيكولوجية المستهلك

- تخطيط المنتجات

- المزيج التسويقي للمنشأة و استراتيجيات التسويق:

- المنتج

- السعر

- التوزيع

- أساليب تطوير السياسات البيعية و استراتيجيات التسويق:

- استراتيجية جزءة السوق

- استراتيجية البرنامج التسويقي

- استراتيجية تخطيط المنتجات

- استراتيجية التسويق

- استراتيجية الإعلان و الترويج

- استراتيجية التوزيع

- الاستراتيجية التنافسية

- متابعة و تقييم الأداء التسويقي:

- نظام المعلومات التسويقية

- تقارير رجال البيع

- أساليب جمع البيانات

- التغذية العكسية

- الاستراتيجيات التسويقية في ظل البيئة التنافسية

- مزايا التخطيط التسويقي



- أسس التخطيط الاستراتيجي
- معوقات التخطيط التسويقي
- دور وتأثير تخطيط المنظمة على التخطيط التسويقي
- نماذج لأدوات التحليل الاستراتيجي
- عملية التخطيط التسويقي ”قصير الأجل، طويل الأجل، الاستراتيجي“ : مرشد للتخطيط التسويقي خطوة - خطوة
- التحليل البيئي الخارجي: تحليل السوق: اتجاهاته، نموه، حجمه
- تطوير الاستراتيجيات التسويقية: اختيار السوق المستهدف، تجزئة السوق
- إدارة المزيج التسويقي: المنتج، التسويق، التوزيع، الترويج
- إعداد الخطة التسويقية
- تنفيذ الخطة التسويقية
- التدرب على عملية إجراء البحوث التسويقية الميدانية .
- التدرب على ترشيد وصناعة القرارات التسويقية المستقبلية .
- التعرف على الطرق والأدوات للبحث والتفكير العلمي لدراسة الموضوعات والمشكلات التسويقية .
- التدرب على كيفية تحليل أبعاد السوق من وجهة النظر التسويقية .
- التدرب على كيفية تحليلاً حرقة العرض والطلب وأبعاد الفجوة المتاحة .
- التدرب على كيفية إعداد البحوث التسويقية المكتبة والميدانية المتكاملة .
- التدرب على كيفية تقصي وتحليل الفرص والمخاطر التسويقية
- حالات وورش عملية وتطبيقية
- تقييم وختام البرنامج التدريسي



الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير تعتمد على أحدث الأساليب العلمية والمهنية في مجالات التدريب وتنمية الموارد البشرية، بهدف رفع كفاءة الأفراد والمؤسسات. يتم تنفيذ البرامج التدريبية وفق منهجية متكاملة تشمل:

- المحاضرات النظرية المدعومة بعرض تقديمي (PowerPoint) ومقاطع مرئية (فيديوهات وأفلام قصيرة).
- التقييم العلمي للمتدربين قبل وبعد البرنامج لقياس مدى التطور والتحصيل العلمي.
- جلسات العصف الذهني وتطبيقات عملية للأدوار من خلال تمثيل المواقف العملية.
- دراسة حالات عملية مصممة خصيصاً لتلائم المادة العلمية وطبيعة عمل المشاركين.
- اختبارات تقييمية تُجرى في نهاية الدورة لتحديد مدى تحقيق الأهداف التدريبية.

يحصل كل مشارك على المادة العلمية والعملية للبرنامج مطبوعة ومحفوظة على CD أو فلاش ميموري، مع تقديم تقارير مفصلة تشمل الحضور والنتائج النهائية مع التقييم العام للبرنامج.

يتم إعداد المادة العلمية للبرامج التدريبية بطريقة احترافية على يد نخبة من الخبراء والمتخصصين في مختلف المجالات والتخصصات. في ختام البرنامج، يحصل المشاركون على شهادة حضور مهنية موقعة ومعتمدة من الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير.

أوقات البرنامج:

- من الساعة 9:00 صباحاً حتى 2:00 ظهراً في المدن العربية.
- من الساعة 10:00 صباحاً حتى 3:00 ظهراً في المدن الأوروبية والآسيوية.

البرامج التدريبية تتضمن :

- بوفيه يومي يقدم أثناء المحاضرات لضمان راحة المشاركين.



الأكاديمية الس堪динافية للتدريب والتطوير

English Courses +46700414979 Arabic Courses +46700414959 +46114759991

scandinavianacademy.net info@scandinavianacademy.net

Timmermansgatan 100 B.O.X 60359 Norrköping - Sweden