



الأكاديمية الإسكندنافية  
للتدريب والتطوير



# دورة: إستراتيجيات وممارسات الحملات الإعلانية والتسويقية الناجحة والمؤثرة

ال kod	المدينة	الفندق	بداية التدريب	نهاية التدريب	السعر	لغة الدورة - الساعات
MCC-759	ميلان (إيطاليا)	Hotel Meeting	2026-03-23	2026-03-27	€ 5450	العربية - 25

## المقدمة العامة للدورة التدريبية

يعتبر التسويق واحداً من أهم الوظائف والعمليات على مستوى المنظمات العامة والخاصة، لما يلعبه من دور هام في زيادة إنتاجية وفاعلية المنظمات. ومما لا شك أن الترويج هو أحد أهم دعائم العملية التسويقية. و تخطيط الحملات الإعلانية و تنظيمها هو حجر الزاوية في نجاح العملية التسويقية بأكملها ومن خلال استعراض التسويق مفاهيمياً وممارسة ، نجد أن هناك قصوراً واضحاً في أداء بعض المنظمات على المستوى التسويقي، فمن ناحية المفهوم لا يزال يعاني من إشكالية سيادة النظرة التقليدية البعيدة عن المفهوم الاستراتيجي المعاصر، ومن ناحية أخرى لا تزال الممارسات الشائعة في كافة مجالات تخطيط وتطوير المنتجات والتصدير والترويج والتوزيع دون المستوى المطلوب ، الأمر الذي انعكس سلباً على مستوى الأداء العام للمنظمات الإنتاجية منها والخدمية.

## هدف الدورة التدريبية

- تهدف هذه الدورة إلى تعريف المشاركين بمفاهيم وأسس وعناصر الاستراتيجية للحملات التسويقية وأشكال الجديدة للمنافسة
- تزويدهم بالمهارات والأساليب اللازمة للإعداد للاستراتيجيات التسويقية المختلفة ، وذلك في ضوء التبنؤ بالمباعات والموقف التنافسي ، وتقدير الفرصة وتحديد الأسواق المستهدفة .. وغيرها من عناصر اختيار الاستراتيجية المطبقة.
- تعريف المشاركين بأهمية التسويق والحملات الإعلانية
- تمكين المشاركين من تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الإعلامية وبرامج التسويق الناجحة.



- تمكين المشاركين من اختيار الوسائل المناسبة لتنفيذ الحملات الاعلانية التخطيط للميزانيات الاعلانية والاعلامية.

- تنمية قدرات المشاركين على تطوير نتائج البحوث الميدانية

## **المحاور التفصيلية للدورة التدريبية**

**العقلية الاستراتيجية لرجال التسويق ووضوح الرؤية**

**طبيعة المنافسة وأنواعها وخصائصها**

**الأشكال الجديدة للمنافسة**

**الطرق المختلفة لتحليل المنافسة**

**مراحل وخطوات تحليل المنافسة**

**أساليب تقييم الموقف التناصفي**

**التنبؤ بالمبيعات :**

• مفهومه ، أهميته

• دور التنبؤ بالمبيعات في تقييم الموقف التناصفي

• أساليب التنبؤ بالمبيعات

• التحليل التاريخي للمبيعات

• قياس آراء الإدارة العليا

• قياس آراء رجال البيع والعملاء

• الاختيارات التسويقية



- إعداد تقديرات الطلب
- الاستراتيجيات التسويقية
- استراتيجيات قيادة السوق : مفهومها ، أهدافها ، عناصرها
- استراتيجيات التحدث السوقي: مفهومها ، أهدافها ، عناصرها
- استراتيجيات التباعية السوقية : مفهومها ، أهدافها ، عناصرها ، حالاتها
- أساليب تقييم و اختيار الفرصة والتوقيت والمكان
- مفاهيم التسويق في ظل حالة عدم التأكيد وأساليبه المختلفة

### **المزيج التسويقي والبيعي ودوره في استراتيجيات التسويق**

- أساليب تحديد الأسواق المستهدفة
- فن إجراء المقابلات التسويقية والبيعية
- استراتيجية جمع البيانات والمعلومات
- تحديد الهدف من المقابلة التسويقية أو البيعية
- أساليب الإعداد للمقابلات التسويقية والبيعية
- افتتاح الحديث التسويقى أو البيعى
- أساليب إتمام المقابلة التسويقية أو البيعية
- السلوكيات الواجب مراعاتها في المقابلات التسويقية والبيعية
- مفهوم استراتيجية المنتجات وتطبيقاتها
- إستراتيجية التسويق وتطبيقاتها
- ما هي استراتيجية التوزيع ؟
- نحو تغيير المفاهيم التقليدية للتسويق.
- المفهوم الموسّع للتسويق.
- مفهوم التسويق الأخضر.
- التسويق داخل المنظمة.



- التسويق بالعلاقات.
- التسويق في المنظمات غير الربحية.
- مفهوم الأزمة التسويقية.
- التسويق الاستراتيجي .

### **مفهوم الحملات الإعلانية والتسويقية**

#### **دور الاعلان في تحقيق الأهداف التسويقية**

#### **أساليب و أدوات التسويق الحديثة**

#### **استخدام تكنولوجيا المعلومات في عمليات التسويق**

#### **تخطيط و تنفيذ الحملات الإعلانية والتسويقية**

- تخطيط ميزانيات الحملات الإعلانية.
- قياس العائد من الحملات الإعلانية.
- خطوات إعداد حملات تسويقية ناجحة.
- أسباب فشل الحملات الإعلانية و طرق تفاديهما.
- نقد و تحليل الحملات الإعلانية.
- أمثلة لحملات إعلانية ناجحة

#### **تعريف الترويج و أهدافه**

- أهداف الترويج كنشاط تسويقي
- العوامل المؤثرة في المزيج الترويجي
- عناصر المزيج الترويجي



## الاعلان

- تعریف الاعلان و أهمیته
- الفرق بين الاعلام و الاعلان و الدعاية
- الاعلان كعملية اتصال.
- أنواع الاعلانات
- العوامل المؤثرة في التأثير على الاعلان الفعال
- اختيار الوسائل الاعلانية.

## التسويق الالكتروني و التجارة الالكترونية

- طبيعة التسويق الالكتروني
- مفهوم التسويق الالكتروني
- تاريخ موجز للتجارة الالكترونية
- ماهية التجارة الالكترونية
- مراحل التسويق الالكتروني
- مقومات نجاح العملية التسويقية عبر الانترنت
- التحديات التي تواجه الشركات المسوقة عبر الانترنت



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

