

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: البرنامج المتكامل لإعداد وتأهيل مدير التسويق والمبيعات

الكود	المدينة	الفندق	نهاية التدريب	بداية التدريب	السعر	لغة الدورة - الساعات
MCC-222	لوس أنجلوس (أمريكا)	Hotel Meeting Room	2026-12-07	2026-12-11	€ 6950	25 العربية -

مقدمة البرنامج

الإبداع في التسويق مرادفاً لكل النجاح .. ف بالإبداع يسطر خطوط التميز في عالم التسويق حتى تستطيع منتجاتك أن تقتسم بمنافسة بلحناً فريداً ومميزاً وتصل إلى جمهورك المستهدف .. وحتى نضمن التقدم فإن الاستثمار في هذا النجاح هو أساس التقدم.. ولكن مخاطر التطوير في عالم التسويق .. واختلاف المتغيرات تعطيك الفرصة للانطلاق إذا عرفت أبعاد اللعبة التسويقية .. ويقول أحد كبار رجال التسويق إنك حتى ولو كنت تحقق نجاحاً من خلال الأدوات والأساليب الحالية .. فإن استخدامك لتلك الأدوات مستقبلاً هو أمر مستبعد تماماً حيث يتميز الجميع .. وكان عليك أن تطور مفهومك تجاه المستقبل وأبعاده من أجل الاستمرار في صناعة وتطوير النجاح . وبالتالي فإنه بدون المفهوم الإستراتيجي المدعوم .. فإن إمكانيات النجاح لا تأخذ طريقها للنجاح .

أهداف البرنامج

- تنمية مهارات المشاركون في الإلمام بالإستراتيجيات التسويقية الحديثة والعمل على تطبيقها بهدف تنشيط عمليات البيع ورفع القوى التنافسية لمنشأتهم .
- صقل مهارات المتعاملين من خلال الوقوف على شكل منطقي لتحليل الأمور في بيئه المستقبل في مجال اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة.
- دعم قدرات متذبذبي القرارات التسويقية في مواجهة المستقبل من خلال بناء إمكانية التفكير المنطقي ودراسة الأدوات المتاحة لتطبيق التفوق التسويقي .. وابتكار أدوات جديدة تتناسب مع الواقع في البيئة المحلية والدولية

المحتويات العلمية للبرنامج

- إدارة التسويق
- أبعاد إدارة التسويق
- التخطيط الاستراتيجي للتسويق
- تقسيم وتجزئة السوق و اختيار الاسواق المستهدفة
- تنمية المزيج التسويقي



- ادارة النشاط التسويقي
- التعريف بالتسويق وفلسفته
 - المقصود بالتسويق
 - لماذا دراسة التسويق
 - معوقات فعالية التسويق في التطبيق العملي
 - ادارة النشاط التسويقي
 - فلسفة ادارة العمل التسويقي
- طبيعة ونطاق و اهمية التسويق
 - هل التسويق علم ؟
 - التسويق كعملية تبادل
 - اهداف نظام التسويق
 - اتساع نطاق مفهوم التسويق
 - اهمية التسويق
 - ظاهرة قصر النظر التسويقية
- ابعاد عملية ادارة التسويق
 - تنظيم المجهود التخططي للتسويق
 - تحليل الفرص التسويقية
 - تقييم الفرص التسويقية
 - اختيار الفرص التسويقية
 - اختيار الاسواق المستهدفة
 - تصميم البرنامج التسويقي
 - ادارة المجهود التسويقي
- التخطيط الاستراتيجي و تخطيط النشاط التسويقي
 - التخطيط الاستراتيجي
 - تحديد مهمة المنظمة
 - وضع الاهداف
 - تصميم تشكيلة الاعمال و المنتجات
 - تخطيط الوظائف
 - تخطيط التسويق
- نظم المعلومات التسويقية و بحوث التسويق
 - الحاجة الى نظم المعلومات التسويقية
 - مزايا استخدام نظام المعلومات التسويقية
 - مكونات نظام المعلومات التسويقية



- تصميم نظام المعلومات التسويقية
- شروط نجاح نظام المعلومات التسويقية
- أدوار بحوث التسويق
- بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقية
- الاعتبارات الأساسية لرفع كفاءة العمل في بحوث التسويق
- المراحل الأساسية لإجراء بحوث التسويق
- القياس والتنبؤ بالطلب
 - قياس طلب السوق الحالي
 - التنبؤ بالطلب في المستقبل
 - طرق التنبؤ بالطلب في المستقبل
- تقسيم السوق إلى قطاعات
 - مفهوم وطبيعة تقسيم السوق إلى قطاعات
 - أهمية تقسيم السوق إلى قطاعات
 - أساس تقسيم السوق إلى قطاعات
 - تحديد الهدف التسويقي
- تقسيم السوق الصناعي إلى قطاعات
 - تقييم البيئة التنافسية
 - نموذج مثالي لتجزئة السوق الصناعي
 - دراسة عملية على تقسيم السوق الصناعي
- تخطيط المنتجات
 - ماذا يقصد بالمنتج
 - دورة حياة المنتج وأهميتها في تخطيط الاستراتيجيات التسويقية
 - أنواع المنتجات
 - مفهوم وطبيعة تخطيط المنتجات
 - التغليف
 - التميز
- التسعير
 - أهمية التسعير
 - أهداف التسعير
 - العوامل المؤثرة في تحديد الأسعار
 - طرق التسعير
 - سياسات واستراتيجيات التسعير
 - الجوانب الأساسية في استراتيجية التسعير



- الترويج

- مفهوم الترويج و أهميته
- الحملة الترويجية
- ادارة الاعلانات
- البيع الشخصي
- تنشيط المبيعات
- العلاقات العامة

- الاستراتيجيات التسويقية التنافسية

- انواع الاستراتيجيات التنافسية
- استراتيجيات الريادة في السوق
- استراتيجيات حماية نصيب السوق
- استراتيجيات توسيع نصيب السوق
- انماط الشركات المنافسة في السوق

- تنفيذ وتنظيم ورقابة النشاط التسويقي

- تنفيذ البرنامج التسويقي
- تنظيم النشاط التسويقي
- التنسيق بين الانشطة التسويقية
- الرقابة على النشاط التسويقي



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