



الأاديمية الإسكندنافية
للتدريب والتطوير



دورة: البرنامج المتكامل لإعداد وتأهيل مديري التسويق والمبيعات

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

مقدمة البرنامج

الإبداع في التسويق مرادفا لكل النجاح .. فالإبداع يسطر خطوط التميز في عالم التسويق حتى تستطيع منتجاتك أن تقتحم ضجيج المنافسة بلحنا فريدا ومميزا وتصل إلى جمهورك المستهدف .. وحتى نضمن التقدم فإن الاستمرار 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 انك حتى ولو كنت تحقق نجاحا من خلال الأدوات والأساليب الحالية .. فإن استخدامك لتلك الأدوات مستقبلا هو أمر مستبعد تماما حيث يتميز الجميع .. وكان عليك أن تطور مفهومك تجاه المستقبل وأبعاده من أجل الاستمرار في صناعة وتطوير النجاح . وبالتالي فإنه بدون المفهوم الإستراتيجي المدعم .. فإن إمكانيات النجاح لا تأخذ طريقها للنجاح .

أهداف البرنامج

- تنمية مهارات المشاركين 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 بيئة المستقبل في مجال اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة.
- دعم قدرات متخذي القرارات التسويقية في مواجهة المستقبل من خلال بناء إمكانية التفكير المنطقي ودراسة الأدوات المتاحة لتخطيط التفوق التسويقي .. وابتكار أدوات جديدة تتناسب مع الواقع في البيئة المحلية والدولية

المحتويات العلمية للبرنامج

- إدارة التسويق
 - ابعاد ادارة 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 فى 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 التخطيطي للتسويق
- تحليل الفرص التسويقية
- تقييم الفرص التسويقية
- اختيار الفرص التسويقية
- اختيار الاسواق المستهدفة
- تصميم البرنامج التسويقي
- ادارة المجهود التسويقي
- التخطيط الاستراتيجي وتخطيط 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
- ادوار بحوث التسويق
- بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقية
- الاعتبارات الاساسية لرفع كفاءة العمل في بحوث التسويق
- المراحل الاساسية لإجراء بحوث التسويق
- القياس والتنبؤ بالطلب
 - قياس طلب السوق الحالي
 - التنبؤ بالطلب في المستقبل
 - طرق التنبؤ بالطلب في المستقبل
- تقسيم السوق الى قطاعات
 - مفهوم وطبيعة تقسيم السوق الى قطاعات
 - اهمية تقسيم السوق الى قطاعات
 - اسس تقسيم السوق الى قطاعات
 - تحديد الهدف التسويقي
- تقسيم السوق الصناعي الى قطاعات
 - تقييم البيئة التنافسية
 - نموذج مثالي لتجزئة السوق الصناعي
 - دراسة عملية على تقسيم السوق الصناعي
- تخطيط المنتجات
 - ماذا يقصد بالمنتج
 - دورة حياة المنتج واهميتها في تخطيط الاستراتيجيات التسويقية
 - انواع المنتجات
 - مفهوم وطبيعة تخطيط المنتجات
 - التغليف
 - التمييز
- التسعير
 - اهمية التسعير
 - اهداف التسعير
 - العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار
 - طرق التسعير
 - سياسات و استراتيجيات التسعير
 - الجوانب الاساسية في استراتيجية التسعير



• الترويج

- مفهوم الترويج وأهميته
- 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 بعروض تقديمية (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 :

- استراحة قهوة يوميا خلال المحاضرات لضمان راحة المشاركين.



الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير

English Courses +46700414959 Arabic Courses +46700414959 +46114759991

scandinavianacademy.net info@scandinavianscademy.net

Timmermangatan 100 B.O.X 60359 Norrköping - Sweden