

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: إعداد مديرى التسويق وفق الإستراتيجيات الحديثة للشركات الكبيرة

ال코드	المدينة	الفندق	نهاية التدريب	بداية التدريب	لغة الدورة - الساعات	السعر
MCC-754	لوس أنجلوس (أمريكا)	Hotel Meeting Room	2026-03-20	2026-03-16	العربية - 25	€ 6950

## المحتويات العلمية للدورة التدريبية

### ابعاد ادارة التسويق

- 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 للتسويق

- 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

### **تقسيم وتجزئة السوق و اختيار الأسواق المستهدفة**

- 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
  - أهمية 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

### **تنمية المزيج التسويقي**

- تخطيط المنتجات
- ماذا يقصد بالمنتج



- دورة حياة المنتج و أهميتها في تخطيط الاستراتيجيات التسويقية
- أنواع المنتجات
- مفهوم و طبيعة تخطيط المنتجات
- التغليف
- التمييز
- التسعير
  - أهمية التسعير
  - اهداف التسعير
  - العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار
  - طرق التسعير
  - سياسات و استراتيجيات التسعير
  - الجوانب الاساسية في استراتيجية التسعير
- الترويج
  - مفهوم الترويج و أهميته
  - الحملة الترويجية
  - ادارة الاعلانات
  - البيع الشخصي
  - تنشيط المبيعات
  - العلاقات العامة

## ادارة النشاط التسويقي

- الاستراتيجيات التسويقية التنافسية
- انواع الاستراتيجيات التنافسية
- استراتيجيات الريادة في السوق



## الكلمات الدالة

- 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 الأنشطة التسويقية
  - الرقابة على النشاط التسويقي
  - حالات وورش عملية وتطبيقية
  - تقييم وختام الدورة التدريبية



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