

برنامج التسويق الشامل

أهداف الدورة

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من :

التعرف على مفاهيم التسويق التقليدية و الحديثة
تعلم معايير التجزئة الناجحة للأسواق
تطوير مهارات التخطيط التسويقي
الإبداع في إتخاذ القرارات الترويجية
وضع إستراتيجيات التسويق لدورة حياة المنتج
أخذ نبذة شاملة عن التسويق الإلكتروني

الكفاءات المستهدفة

مقدمة أساسية في التسويق

تعريف التسويق و إدارته
نبذة عن تطور مفاهيم التسويق
المزيج التسويقي الفعال
سلوك المستهلك و سيكولوجية الشراء
إدارة جهود التسويق

التخطيط للتسويق

البيئة التسويقية
أدوات تحليل السوق
SWOT
TWOS
PESTL
تحليل بورتر
تحليل المتعاملين
التخطيط التسويقي

استراتيجيات التموضع

تجزئة الأسواق

الأسس و المعايير

الخطوات

إستهداف الأسواق

التموضع

إستراتيجيات الترويج

الإتصالات التسويقية الفعالة

الحملات الترويجية

المفهوم

الأهداف

الخطوات

تقييم الحملات الترويجية

إستراتيجيات المزيج الترويجي

بحوث التسويق

بحوث السوق

تعريف

الأنواع

الخطوات

التسويق الإلكتروني