

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 لدوره 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

الخطيط للتسويق

البيئة التسويقية

- أدوات تحليل السوق
- SWOT
- TWOS
- PESTL
- تحليل بورتر
- تحليل المتعاملين

الخطط التسويقي

استراتيجيات التموضع

تجزئة الأسواق

الأسس و المعايير

الخطوات

إستهداف الأسواق

التموضع

إستراتيجيات الترويج

الاتصالات التسويقية الفعالة

الحملات الترويجية

المفهوم

الأهداف

الخطوات

تقييم الحملات الترويجية

إستراتيجيات المزيج الترويجي

بحوث التسويق

بحوث السوق

تعريف

الأنواع

الخطوات

التسويق الإلكتروني