

€ TRAINING

المعهد التسويقي إدارة محترف CMMP

11 - 15 مايو 2025
القاهرة (مصر)



المعهد التسويقي إدارة محترف CMMP

رمز الدورة: V1091 تاريخ الإنعقاد: 11 - 15 مايو 2025 دولة الإنعقاد: القاهرة (مصر) - التكلفة: 3550 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

هذا البرنامج مصمم لتحضير المشاركين فقط لامتحان الشهادة.

تُعد شهادة محترف إدارة التسويق المعتمد CMMP واحدة من أكثر الشهادات المهنية المعترف بها عالميًا في مجال التسويق، وتقدم معيارًا دقيقًا لقياس الكفاءة المعرفية في الجوانب النظرية لإدارة التسويق. تتناول هذه الشهادة المبادئ الأساسية التي تشكل الإطار المرجعي لممارسات التسويق الحديثة، وتشكل مدخلًا مهمًا للارتقاء المهني في هذا القطاع. يركز هذا البرنامج التدريبي على تغطية المفاهيم في استراتيجيات التسويق الحديث ويعزز قدرتهم على تقديم خطط تسويقية فعّالة. حيث سيتناول أساسيات التسويق الرقمي وإدارة العلامة التجارية و تحقيق نجاح مستدام في بيئة تنافسية متزايدة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد المبادئ الأساسية لإدارة التسويق ودورها في دعم الأهداف المؤسسية.
- تطوير مهارات تصميم استراتيجيات تسويقية متكاملة تلبي متطلبات السوق المستهدف.
- تحليل دور الوسائط الرقمية في إدارة العلامة التجارية وتعزيز التواصل المؤسسي.
- تصنيف المؤشرات التحليلية لتقييم فعالية الحملات التسويقية.
- التحضير بفعالية لامتحان الشهادة المعتمدة في إدارة التسويق CMMP.

الفئات المستهدفة:

- مديرو التسويق والتسويقيون الرئيسيون.
- مديرو المبيعات والمسؤولون عن الترويج.
- أصحاب الأعمال والمديرون العامون الذين يبحثون لتحسين استراتيجيات التسويق.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

أساسيات إدارة التسويق:

- تعريف التسويق ودوره في تحقيق القيمة المؤسسية.
- تطور المفهوم التسويقي من المنتج إلى العميل.
- وظائف أبحاث السوق في دعم اتخاذ القرار.
- مبادئ تقسيم السوق وتحديد الجمهور المستهدف.
- ضوابط الامتثال الأخلاقي والإعلاني في النشاط التسويقي.

الوحدة الثانية:

تطوير الاستراتيجية التسويقية:

- آليات تحليل السوق والجمهور والمنافسين.
- خطوات صياغة أهداف تسويقية قابلة للقياس والتحقيق.
- مبادئ تصميم العروض التسويقية.

- عناصر الخطة التسويقية الشاملة.
- جدوى الاستراتيجيات التسويقية.

الوحدة الثالثة:

التسويق الرقمي وإدارة العلامة التجارية:

- دور التسويق الرقمي في تعزيز الحضور المؤسسي.
- طرق تطوير استراتيجيات التفاعل الرقمي.
- أسس بناء الحملات الإلكترونية.
- أهمية استخدام محركات البحث في تعزيز الرؤية الرقمية.
- آليات إدارة سمعة العلامة التجارية.

الوحدة الرابعة:

قياس وتحليل الأداء التسويقي:

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية المرتبطة بالحملات.
- أساليب قراءة وتحليل البيانات التسويقية.
- مؤشرات العائد على الاستثمار ROI في التسويق.
- منهجيات التحسين المستند إلى نتائج الأداء.
- أدوات التقييم الكمي للحملات التسويقية.

الوحدة الخامسة:

التحضير لامتحان الشهادة المعتمدة:

- تقديم نظرة شاملة على هيكل الامتحان وكيفية تنظيمه.
- تحديد المواضيع الأساسية والنقاط المهمة التي يجب التركيز عليها.
- تقديم نماذج من الأسئلة مع شرح تفصيلي للإجابات.
- توفير مصادر ومواد موصى بها لضمان تحضير شامل وفعال للامتحان.
- ضمان الحصول على أفضل المراجعات العلمية لاجتياز الامتحان بنجاح.

ملاحظة: تم تصميم هذا البرنامج خصيصاً لتحضير المشاركين لاجتياز امتحان الشهادة فقط.