

€ TRAINING

أساسيات ادارة التسويق



أساسيات ادارة التسويق

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

لا يقتصر علم التسويق على مجموعة من المفاهيم والمصطلحات الأكاديمية فحسب، بل إنه علم واسع يقع أساسه على التجارب الواقعية وفعالية الاستراتيجيات التسويقية المستخدمة في تحقيق أفضل النتائج للمؤسسة، كما أن هذا العلم بصورة أوبأخرى يتقاطع مع عالم المبيعات بحيث يقترن مصطلح علم التسويق والمبيعات دائماً في جملة واحدة عندما يأتي الحديث عن النجاح، لذلك فإن إدارة التسويق بإحترافية تتطلب قدرًا من المعرفة حول مبادئ علم التسويق وعلاقته بعلم المبيعات فحسب، بل كل من: أنواع الأسواق المستهدفة، خطوات خطة التسويق، كيفية استهداف السوق، الاستراتيجيات التسويقية الناجحة وطريقة تطبيقها، وكذلك قنوات التوزيع، بالإضافة إلى ما سبق، فإن البرنامج إدارة التسويق يتناول كل من أهم مصطلحات ومفاهيم التسويق، دورة حياة المنتج وتأثيرها على عملية الإنتاج والبيع، مفهوم العرض والطلب وآليات التسعير المختلفة، طريقة عمل ميزانية الترويج وآلية تطبيقها، بالإضافة إلى التسويق التوزيعي وطرق إدارة الترويج.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تعريف إدارة التسويق ووظائفها وفلسفة الإدارة نحو التسويق
- معرفة نظام التسويق والعوامل المؤثرة عليه
- التعرف على البيئة التسويقية للمؤسسة والتخطيط التسويقي وأشكاله
- التعرف على العملاء وتقسيمهم إلى قطاعات
- دراسة وبحث السوق

الفئات المستهدفة:

- أصحاب الشركات.
- مدراء الشركات.
- مدراء أقسام التسويق.
- مدراء أقسام المبيعات.
- موظفو أقسام التسويق.
- موظفو أقسام المبيعات.

محاو البرنامج التدريبي:

الوحدة الاولى:

المقدمة

- أساسيات التسويق
- أنواع الأسواق في التسويق
- مفاهيم التسويق الأساسية

الوحدة الثانية:

خطوات خطة التسويق

- تعريف استراتيجية اختراق السوق

- كيفية استهداف السوق

الوحدة الثالثة:

دورة حياة المنتج في التسويق

- الوضع التنافسي
- SWOT analysis

الوحدة الرابعة:

مفهوم مرونة العرض مع الطلب

- أهمية التمييز في السعر
- قنوات التوزيع في التسويق

الوحدة الخامسة:

مفهوم ميزانية الترويج

- ما هي أدوات الترويج؟
- استخدام الإعلانات في عملية التسويق