

## قياس أثر وعائد الخطط التسويقية

بتاريخ	الرسوم (\$)	سجل الآن
٠٢ مارس - ٠٦ مارس ٢٠٢٥	٣٢٠٠	دبي

### أهداف البرنامج:

1. مهارات تنفيذ بحوث تسويقية إستباقية و تالية للوقوف على موقف السوق من منتجها أو تنفيذ الخطط التسويقية الإستراتيجية.
2. خطوات تحسين موقف منتجها في السوق عن طريق إستراتيجيات تسويقية متميزة.
3. مهارات إدارية لرجل التسويق الناجح.

### المشاركون:

مدراء و مشرفي التسويق و فرق عمل التسويق.

### محتويات البرنامج:



- طبيعة التسويق
- جدول العواهل التي تتألف منها البيئة الخارجية الكلية

## • الفرص والمشاكل التسويقية

- الدراسات السلوكية للمستهلك الأخير
- تجزئة السوق
- بحوث التسويق
- خطوات البحث التسويقي
- نظم المعلومات التسويقية
- إستقصاء إحتياجات متخذو القرارات التسويقية من المعلومات
- تحليل السوق وسلوكيات الشراء
- المراحل المختلفة لعملية الشراء الإستهلاكي
- ماذا نقصد بتجزئة السوق ؟
- خطوات اختيار السوق المستهدف
- تحليل المنافسة
- القوى التي تقود المنافسة في الصناعة
- وظائف نظام استخبارات المنافسين
- تهرين في تحليل وتقييم المنافسة
- خطوات تنفيذ البحث التسويقي
- مصادر وطرق جمع المعلومات والبيانات التسويقية
- كتابة التقرير النهائي
- إستخدام وسائل الإيضاح في التقارير والعروض الشفهية
- الإتصال
- الصفات الشخصية لرجل بحوث التسويق
- تطبيقات
- خطة عمل ليور واحد
- تحليل تنافس

## أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التهارين الجماعية

00201102843111   
info@minaretc.org   
www.minaretc.org 