

التسويق الحديث

دليل تعريفي

دليل البرنامج

التسويق الحديث		أسم الحقيقة
تمكين المتدربين من التعرف على أساسيات التسويق والاطلاع على تأثير السوق علي العميل واكتشاف مقياس هيرمان في العملية التسويقية والتعرف على التسعير والخطة التسويقية وتوضيح دور التواصل الاجتماعي في التسويق.		الهدف العام
<ul style="list-style-type: none"> 🎯 التعرف ماهية التسويق وأهدافه. 🎯 الاطلاع على مكونات المزيج التسويقي. 🎯 توضيح طرق جذب العملاء بطرق احترافية. 🎯 اكتشاف كيفية تحديد الجمهور المستهدف. 🎯 التعرف على نموذج هيرمان وتطبيقاته. 🎯 الاطلاع على طرق وسياسات التسعير. 🎯 الاطلاع على خطوات إعداد الخطه التسويقية. 🎯 دور التواصل الاجتماعي في التسويق. 		الأهداف التفصيلية
		الفئات المستهدفة
عدد الساعات: ١٥ ساعات	عدد الأيام: ٣ ثلاثة أيام	مدة البرنامج
<ul style="list-style-type: none"> ⚙️ سبورة ورقية مع أوراق وأقلام الكتابة. ⚙️ أوراق عمل لتنفيذ النشاطات. ⚙️ جهاز حاسب آلي. 		التجهيزات والمستلزمات

محتويات الحقيبة التدريبية

دليل
المتدرب

١٠٤ ورقة



دليل
المدرّب

١١٦ ورقة



ورقة
عمل

٣٤ ورقة



شرائح
العرض

٢١٢ شريحة



اختبار
قبلي وبعدي



استمارة
تقييم

٥ ورقات



محاور الحقبفة التدربفة

الففم التدربفف الأفول

الجلسة التدرببفة الأفولف: أساسفات التسفوق

- لـ مقدمة فف التسفوق.
- لـ المفهوم الحدفث للتسفوق.
- لـ أهءاف التسفوق.
- لـ أهمفة التسفوق.
- لـ الفرق بفن التسفوق والاعلان والتروفج.
- لـ أساسفات التسفوق.
- لـ مكونات المزفج التسفوقف.
- لـ طرفقة تصمفم اعلان ناجح وممفز.
- لـ كفف تسوق منءجاتك.

الجلسة التدرببفة الثائفة: تأففر المسوق عف الفعمفل

- لـ كفف ءجذب العملاء بطرق اءرفاففة
- لـ الإقناع والعوامل المؤءرة عففه.
- لـ الاسءراففجفاء المءءلفة للإقناع.
- لـ ٦ طرق للإقناع فف البفع.
- لـ كفففة ءحفءء الجمهور المسءءءف (من أجل ءطءك للتسفوق).

اليوم التدريبي الثاني

الجلسة التدريبية الأولى: مقياس هيرمان في العملية التسويقية

- لـ ماذا يقيس نموذج هيرمان.
- لـ تطبيقات مقياس هيرمان.
- لـ تفسير المقياس.
- لـ البيع والمشتري.
- لـ البيع A.
- لـ التسويق.

الجلسة التدريبية الثانية: التسعير والخطة التسويقية

- لـ طرق وسياسات التسعير.
- لـ الفرق بين القيمة والتكلفة.
- لـ طرق التسعير المختلفة.
- لـ تكتيكات التسعير المختلفة.
- لـ ملخص سياسات التسعير.
- لـ مفهوم وفوائد الخطة التسويقية.
- لـ أسباب إعداد الخطة التسويقية.
- لـ كيفية إعداد خطة تسويقية.

اليوم التدريبي الثالث

الجلسة التدريبية الأولى: دور التواصل الاجتماعي في التسويق

- لـ وسائل تواصل اجتماعي.
- لـ أهمية مواقع التواصل الإلكتروني لعملية التسويق.
- لـ خطة التسويق الإلكتروني المتكاملة عبر توتير.
- لـ كيفية التسويق والاعلان عبر صفحات الفيس بوك.
- لـ التسويق عن طريق يوتيوب.

الجلسة التدريبية الثانية: حالات عملية

- لـ تكامل المزيج التسويقي ضرورة للنجاح.
- لـ التسويق الموجه بالعمل سلاحك لمواجهة كبار المنافسين.
- لـ لا استسلام في سياسات التسويق النجاح ليس اختياري.
- لـ كيف تضافر التلفزيون مع الإنترنت في إنجاح حملة Nike الجديدة؟
- لـ هل تباع سلعة ضرورية أم رفاهية؟ فالتسويق مختلف.