Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:

تطوير الهوية المؤسسية وإدارتها

28 يوليو - 1 أغسطس 2025

سنغافورة

تطوير الهوية المؤسسية وإدارتها

رمز الدورة: MA12989 تاريخ الإنعقاد: 28 يوليو - 1 أغسطس 2025 دولة الإنعقاد: سنغافورة - رسوم الإشتراك: 5950 Euro

مقدمة:

تعد الهوية المؤسسية أحد الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات في عالم الأعمال، حيث تمثل العلامة التجارية والقيم الأساسية التي تميز المؤسسة عن غيرها. ومن خلال تطوير الهوية المؤسسية وإدارتها بشكل فعّال، يمكن للمؤسسات تحسين تفاعلها مع عملائها وتعزيز مكانتها في السوق. يشمل هذا البرنامج تعزيز المهارات اللازمة لتصميم الهوية المؤسسية وإدارتها، بالإضافة إلى استراتيجيات التسويق الفعّالة.

أهداف البرنامج:

- تطوير مهارات المشاركين في تصميم الهوية المؤسسية الفعّالة.
- تعزيز الفهم الكامل لإدارة الهوية المؤسسية داخل المنظمة.
- فهم كيفية ربط الهوية المؤسسية بالاستراتيجيات التسويقية.
- تعلم كيفية تحقيق التميز المؤسسي من خلال تحسين الصورة العامة.
- تأهيل المشاركين لإدارة ومتابعة تأثير الهوية المؤسسية على أداء المنظمة.

الكفاءات المستهدفة:

- القدرة على تصميم هوية مؤسسية مميزة.
- فهم تقنيات إدارة الهوية المؤسسية بشكل شامل.
- القدرة على دمج الهوية المؤسسية مع الاستراتيجيات التسويقية.
- مهارات التواصل الفعّال في تقديم الهوية المؤسسية.
- القدرة على تقييم وتحليل تأثير الهوية المؤسسية على سمعة المؤسسة.

الجمهور المستهدف:

- مدراء التسويق والإعلام.
- مسؤولي تطوير الأعمال والعلاقات العامة.
- فرق العمل المعنية بتصميم وتطوير الهوية المؤسسية.
- أصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة.
- متخصصون في استراتيجيات العلامات التجارية.

محاور برنامج :

اليوم الأول: مقدمة في الهوية المؤسسية

- تعريف الهوية المؤسسية وأهميتها.
- عناصر الهوية المؤسسية.
- الفرق بين الهوية المؤسسية والعلامة التجارية.
- كيفية تصميم الهوية المؤسسية.
- دراسات حالة لنجاحات في الهوية المؤسسية.

اليوم الثاني: إدارة الهوية المؤسسية

- استراتيجيات إدارة الهوية المؤسسية.
- تحديد الرسائل الأساسية للهوية المؤسسية.
- إدارة التغيير في الهوية المؤسسية.
- دور الإدارة العليا في الحفاظ على الهوية المؤسسية.
- أدوات لقياس تأثير الهوية المؤسسية.

اليوم الثالث: التكامل مع الاستراتيجيات التسويقية

- كيف ترتبط الهوية المؤسسية بالاستراتيجيات التسويقية.
- بناء الحملات التسويقية المتكاملة.
- تحليل الجمهور المستهدف وأثر الهوية.
- استخدام الهوية المؤسسية في وسائل الإعلام المختلفة.
- قياس فعالية الحملات التسويقية.

اليوم الرابع: تعزيز التميز المؤسسي

- أهمية التميز المؤسسي في السوق.
- كيفية بناء صورة مؤسسية متميزة.
- استراتيجيات الابتكار في الهوية المؤسسية.
- دراسة العوامل المؤثرة في تطور الهوية المؤسسية.
- دراسات حالة لعلامات تجارية متميزة.

اليوم الخامس: قياس وتقييم الهوية المؤسسية

- أدوات قياس تأثير الهوية المؤسسية.
- كيفية متابعة تطور الهوية المؤسسية.
- التحديات التي قد تواجه إدارة الهوية.
- تحليل التفاعل بين الهوية المؤسسية والعملاء.
- خطط التحسين المستمر للهوية المؤسسية.