Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:

أخصائي التسويق الالكتروني المعتمد

28 يوليو - 1 أغسطس 2025

كوالالمبور (ماليزيا)

أخصائي التسويق الالكتروني المعتمد

رمز الدورة: SM12425 تاريخ الإنعقاد: 28 يوليو - 1 أغسطس 2025 دولة الإنعقاد: كوالالمبور (ماليزيا) - رسوم الإشتراك: Euro 5500

مقدمة

أن أخصائي التسويق الاكتروني المعتمد مؤهلون بشكل فريد لمساعدة العلامات التجارية والشركات على الاستفادة من التسويق الإلكتروني والمتابعة لتلقين الأفكار والعملاء المحتملين والعملاء الحاليين وتحويلهم. باختصار ، أخصائي التسويق الإلكتروني قادر على المتابعة الفعالة مع العملاء المحتملين الجدد والعملاء الذين يعرفون كيفية صياغة الحملات الاعلانية التي يتم تسليمها.

يعد برنامج أخصائي التسويق الاكتروني المعتمد مناسب للأفراد المسؤولين عن تخطيط وبناء وتنفيذ وقياس الإستراتيجية الرقمية والتخطيط. يشمل ذلك متخصصي التسويق الرقمي أو الإستراتيجية أو المستشارين أو المديرين التنفيذيين أو أي شخص يهدف إلى ممارسة مهنة في الإستراتيجية الرقمية ، أو لتعزيز معرفتهم العامة بالتسويق الرقمي.

منهجية برنامج أخصائي التسويق الاكتروني المعتمد

اضافتاً الى المفاهيم التقليدية للتسويق، يستخدم برنامج أخصائي التسويق الاكتروني المعتمد دراسات و نماذج واسعة في مختلف مجالات التسويق و بالاخص التسويق الاكتروني، و سيعرض البرنامج أمثلة عن أهم الحملات التسويقية الاكترونية و ذلك لحث المشاركين على اكتساب مهارات واسعة في هذا المجال.

أهداف برنامج أخصائي التسويق الاكتروني المعتمد

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- القيام بالتدقيق والتحليل التسويقي لعمل دراسة أفضل حول البيئات الكلية والجزئية
- الدمج بين أفضل الممارسات والأدوات والنماذج لتنفيذ نظام فعال في تسويق وإدارة المبيعات
- تحديد إطار عمل التسويق لمؤسسة تجارية
- وضع استراتيجيات ومبادرات وبرامج لبناء والحفاظ على الميزة التنافسية في السوق
- تطبيق التخطيط وتنفيذ استراتيجيات التسويق الحديثة لتعزيز النتائج المؤسسية

الكفاءات:

- فهم أساسيات التسويق والإعلان.
- معرفة كيفية استخدام الأدوات الرقمية لتنفيذ حملات التسويق الإلكتروني.
- تحليل وتقييم بيانات التسويق الإلكتروني.
- تطوير استراتيجيات التسويق الإلكتروني وتنفيذها.
- قدرة على قياس نتائج الحملات التسويقية الإلكترونية وتحسين الأداء.

الفئات المستهدفة في برنامج أخصائي التسويق الاكتروني المعتمد

- موظفي قسم التسويق والعلاقات العامة والاتصالات التسويقية والمبيعات.
- الأخصائيين في إدارة العمليات.
- مدراء التسويق في الشركات والأعمال التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة في جميع القطاعات.

محاور برنامج أخصائي التسويق الاكتروني المعتمد

- التخطيط التسويقي
- عمليات التدقيق التسويقي
- تحليل البيئة الكلية والجزئية
- الاتصالات التسويقية
- البحوث التسويقية

مفاهيم التسويق

- تعريف إدارة التسويق
- تطور مفهوم التسويق
- العلاقة بين التسويق والبيع
- أهداف التسويق
- تطوير المزيج التسويقي للمنتجات و الخدمات
- المزيج التسويقي
- إدارة جهود التسويق
- استخدام العناصر الأربعة لنموذج المزيج التسويقي

التدقيق والتخطيط التسويقي

فهم البيئة التسويقية

- أدوات التحليل التسويقية المختلفة:
- تحليل "PEDSTLE"
- نموذج القوى التنافسية الخمسة مايكل بورتر

- تحليل "SWOT"
- منهج تطوير الإستراتجيات: تحليل العملاء "TOWS"
- التحليل التنافسي
- تحليل العملاء
- التخطيط التسويقي

تجزئة السوق، الاستهداف والتمركز في السوق

- تعريف تجزئة السوق
- أسس تجزئة السوق B2C
- أسس تجزئة السوق B2B
- معايير التجزئة الناجحة للسوق
- عملية استهداف السوق
- التمركز في السوق
- أسس التمركز
- خطوات تجزئة السوق والاستهداف والتمركز

التواصل والحملات التسويقية

- عناصر عملية التواصل
- خطوات الإعداد لحملة إعلانية
- الأهداف والمهام الترويجية
- مفهوم "AIDA"
- إعداد ميزانية الإعلان
- الإبداع في اتخاذ القرارات الترويجية
- المؤثرات الإعلانية الشائعة
- تنفيذ الرسالة الترويجية
- إيجابيات و سلبيات الأنواع المختلفة لوسائل الإعلام
- إعتبارات إختيار وسائل الإعلانات الملائمة
- الجداول الزمنية لوسائل الإعلام

- تقييم الحملات الترويجية

دورة حياة المنتج PLC: نهج استراتيجي

- مفهوم دورة حياة المنتج
- استراتيجيات التسويق لدورة حياة المنتج
- المزيج الترويجي وأهداف التسويق
- خصائص عناصر المزيج الترويجي
- استراتيجيات المزيج الترويجي خلال دورة حياة المنتج
- استراتيجيات الدفع والجذب

البحوث التسويقية

- تعريف البحث التسويقي
- عملية البحث التسويقي
- البيانات الأساسية والثانوية
- تصميم الاستبيانات
- أنواع البحوث المسحية