دورة:

التخطيط الاستراتيجي المتكامل للهوية المؤسسية والتسويق

16 - 20 نوفمبر 2026

برشلونة (اسبانيا)

التخطيط الاستراتيجي المتكامل للهوية المؤسسية والتسويق

رمز الدورة: LS12967 **تاريخ الإنعقاد:** 16 - 20 **نوفمبر** 2026 **دولة الإنعقاد:** **برشلونة (اسبانيا)** - **رسوم الإشتراك:** 5775 Euro

مقدمة

تعتبر الهوية المؤسسية والتسويق من العناصر الحيوية لنجاح أي مؤسسة، حيث تتداخل هاتان العنصران بشكل كبير في تعزيز رؤية المؤسسة وقيمها في السوق. تهدف هذه الدورة إلى تزويد المشاركين بفهم عميق للتخطيط الاستراتيجي المتكامل الذي يجمع بين تطوير الهوية المؤسسية واستراتيجيات التسويق الفعالة. سيتعلم المشاركون كيفية تصميم استراتيجيات متكاملة تعزز من هوية المؤسسة وتجذب العملاء المستهدفين.

الأهداف

- فهم العلاقة بين الهوية المؤسسية والتسويق وكيفية تفاعلها.
- استكشاف أدوات واستراتيجيات التخطيط الاستراتيجي المتكامل.
- تطوير مهارات المشاركين في إنشاء استراتيجيات تسويقية تعزز الهوية المؤسسية.
- تطبيق أساليب قياس فعالية الهوية المؤسسية وحملات التسويق.
- تعزيز التفكير الاستراتيجي لدى المشاركين للتكيف مع التغيرات في السوق.

الفئات المستهدفة

- القادة والمديرون التنفيذيون
- مديرو التسويق
- موظفو إدارة الهوية المؤسسية
- فرق التسويق والاتصالات
- محترفو العلاقات العامة
- المستشارون والممارسون في تطوير الأعمال
- المتخصصون في تحليل البيانات

المحاور التدريبية

اليوم الأول: فهم الهوية المؤسسية

- تعريف الهوية المؤسسية وعناصرها الرؤية، الرسالة، القيم.
- أهمية الهوية المؤسسية في بناء العلامة التجارية وولاء العملاء.
- دراسة حالات نجاح فشل الهوية المؤسسية في السوق.

اليوم الثاني: التسويق وأهميته

- فهم مفهوم التسويق ودوره في تعزيز الهوية المؤسسية.
- استراتيجيات التسويق التقليدي والرقمي.
- كيف تتكامل استراتيجيات التسويق مع الهوية المؤسسية.

اليوم الثالث: التخطيط الاستراتيجي المتكامل

- مراحل التخطيط الاستراتيجي المتكامل للهوية المؤسسية والتسويق.
- أدوات التخطيط الاستراتيجي تحليل SWOT، تحليل البيئة.
- ورشة عمل: تطوير خطة استراتيجية متكاملة.

اليوم الرابع: تنفيذ الاستراتيجيات

- كيفية تنفيذ الاستراتيجيات المتكاملة للهوية المؤسسية والتسويق.
- دور الفرق المتعددة التخصصات في تنفيذ الاستراتيجيات.
- إدارة التغيير والتكيف مع التحديات.

اليوم الخامس: قياس فعالية الهوية والتسويق

- أدوات وطرق قياس فعالية الهوية المؤسسية وحملات التسويق.
- تحليل البيانات واستخدامها في تحسين الاستراتيجيات.
- تطوير خطة عمل مستقبلية لتحسين الهوية والتسويق.