



دورة:
**مهارات التسويق والبيعات الأساسية للمحترفين في إدارة
الأعمال**

7 - 11 يونيو 2026
دبي (الإمارات العربية المتحدة)

مهارات التسويق والهيئات الأساسية للمحترفين في إدارة الأعمال

رمز الدورة: SM12424 تاريخ الإنعقاد: 7 - 11 يونيو 2026 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5200

مقدمة البرنامج التدريبية

في عالم الأعمال الحديث، أصبح التسويق والمبيعات جزءًا لا يتجزأ من نجاح أي مؤسسة. فهم أساسيات التسويق واستراتيجيات البيع وكيفية دمجها مع التسويق الرقمي هو ما يضمن تحقيق النمو وزيادة الإيرادات.

تقدم هذه الدورة التدريبية نظرة شاملة وعملية على جميع عناصر التسويق والمبيعات، من التخطيط والتحليل إلى التنفيذ وقياس الأداء، مع التركيز على التطبيق العملي من خلال تمارين جماعية وحالات واقعية.

تهدف الدورة إلى تمكين المشاركين من تطوير مهارات التسويق الرقمي والتقليدي، وإتقان عمليات البيع، وتحسين التفاعل مع العملاء، مما يعزز الأداء المؤسسي ويحقق نتائج ملموسة.

أهداف البرنامج

بنهاية الدورة سيتمكن المشاركون من:

1. فهم نطاق عمليات التسويق والمبيعات ودور كل منهما وقيمتها داخل المؤسسة.
2. إجراء تدقيق شامل للجهود التسويقية لتقييم البيئة الداخلية والخارجية للشركة ووضع خطة تسويق متكاملة.
3. دمج وتزامن الحملات الترويجية عبر الإنترنت وخارجه باستخدام فهم متكامل لوظائف التسويق الرقمي.
4. إتقان عمليات البيع وتطوير خطط فرص البيع لزيادة الإيرادات والربحية.
5. تطوير معايير الأداء التسويقي والبيعي لضمان مواءمتها مع الأهداف الاستراتيجية للشركة.

الفئات المستهدفة

- جميع العاملين في مجالات الأعمال، بما في ذلك:
 - المدراء التنفيذيون ورؤساء الأقسام.
 - مدراء التسويق والمبيعات.
 - أي شخص يرغب في تحسين مهاراته في التسويق والمبيعات.

الكفاءات المكتسبة

- التخطيط الاستراتيجي للتسويق.
- تدقيق الجهود التسويقية وتحليلها.
- إدارة الحملات التسويقية الرقمية والتقليدية.
- مهارات عمليات البيع والشراء.
- التخطيط لفرص البيع واستراتيجيات البيع المتقدم بيع الكماليات والبيع المتبادل.

محاور البرنامج التدريبية

اليوم الأول: نطاق التسويق والبيع

- تعريف وظائف التسويق ووظائف البيع.
- الاختلافات بين التسويق والبيع.
- التقييم الذاتي لمدى الاستعداد للتسويق والبيع.
- الجهود المشتركة للتسويق والمبيعات **SMarketing** - التوجه الحديث.

اليوم الثاني: الممارسات الأساسية للتسويق

- **المزيج التسويقي**: إعداد المشهد الاستراتيجي.
- فهم البيئة التسويقية والتحليل التنافسي.
- أدوات التحليل:
 - تحليل القوى التنافسية Porter's Five Forces.
 - تحليل البيئة الخارجية PEST.
 - تحليل SWOT وTOWS.
- وضع أولويات خطط العمل وإجراء تدقيق شامل لممارسات التسويق.
- كتابة خطة تسويق استراتيجية متكاملة.

اليوم الثالث: أساسيات التسويق الرقمي

- الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي.
- المنصات الأساسية للتسويق الرقمي.
- إدارة الحملات الرقمية المدفوعة والمجانية.
- تدقيق فعالية الموقع الإلكتروني ومبادرات وسائل التواصل الاجتماعي.

اليوم الرابع: الممارسات الأساسية للبيع

- عمليات البيع وأهدافها.
- التحليل التنافسي وتصميم عروض تقديمية مؤثرة.
- التعامل مع اعتراضات العملاء وحالات البيع المعقدة.
- التخطيط لفرص المبيعات والتميز عن المنافسين.
- بناء علاقات مهنية قوية وفهم الشخصيات المختلفة للمشتريين.
- التسويق لموظفي المبيعات: **العناصر السبعة الأساسية** ونصائح لكسب أفضل المشتريين.

اليوم الخامس: قياس فعالية التسويق والمبيعات

- إقامة اجتماعات فعّالة بين وحدات التسويق والمبيعات.
- تعزيز التواصل بين الفرق المختلفة.
- وضع معايير ومؤشرات الأداء الرئيسية للمبيعات والتسويق.
- إنشاء **بطاقة أداء متوازن Scorecard Balanced** لمراقبة الأداء.