



دورة:
مهارات التسويق في إدارة المشاريع

14 - 18 يونيو 2026
دبي (الإمارات العربية المتحدة)

مهارات التسويق في إدارة المشاريع

رمز الدورة: PM12538 تاريخ الإنعقاد: 14 - 18 يونيو 2026 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5200

مقدمة البرنامج

في ظل التنافس المتزايد في بيئة الأعمال، لم يعد التسويق والمبيعات مجرد وظائف تقليدية، بل أصبحتا عنصرين استراتيجيين يحددان نجاح المؤسسات واستدامتها. يعتمد التفوق اليوم على القدرة على فهم الأسواق، وتحليل البيانات، وبناء استراتيجيات متكاملة تربط بين التسويق والمبيعات لتحقيق أقصى قيمة ممكنة.

يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين بالمعارف والمهارات المتقدمة في مجالي التسويق والمبيعات، مع التركيز على التكامل بينهما، واستخدام الأدوات الحديثة في التحليل والتخطيط والتنفيذ، بما يساهم في تحسين الأداء وزيادة الإيرادات وتحقيق الأهداف المؤسسية بكفاءة واحترافية.

أهداف الدورة

بنهاية البرنامج، سيتمكن المشاركون من:

- تحديد نطاق عمليات التسويق وفهم وظائفها وقيمتها المؤسسية
- إجراء تدقيق فعال لعمليات التسويق والتحقق من البيئة الداخلية والخارجية للشركة لوضع خطة تسويق متسقة
- دمج وتزامن الحملات الترويجية عبر الإنترنت وخارجه بفهم دقيق لوظائف ومنصات التسويق الرقمي
- إتقان عمليات البيع وتطوير خطط فرص البيع لزيادة الإيرادات والربحية
- تطوير معايير التسويق وقياس مستوى الأداء بما يتوافق مع الأهداف والنتائج المرجوة

الفئات المستهدفة

- المهنيون العاملون في التسويق، العلاقات العامة، التواصل، المبيعات، والعمليات التشغيلية
- المهتمون باكتساب الكفاءات المتقدمة في التسويق والمبيعات
- من يرغبون في التعمق في المهارات التخصصية المتقدمة في مجال التسويق وإدارة المبيعات

الكفاءات المستهدفة

- التخطيط التسويقي والتدقيق على الجهود التسويقية
- التسويق الرقمي وعمليات البيع والشراء
- التخطيط لفرص البيع وتقنيات البيع المتقدم
- تحديد نطاق التسويق ووظائفه
- التقييم الذاتي للاستعداد للتسويق والبيع
- الممارسات الأساسية للتسويق والتحليل التسويقي SWOT, TOWS, PEST, تحليل مايكل بورتر
- إعداد خطة تسويق استراتيجية متكاملة

المنهجية

تعتمد الدورة على أساليب متنوعة تفاعلية وتقليدية، تشمل:

- تقييمات ذاتية
- نماذج وتمارين جماعية
- مقاطع فيديو توضيحية
- تطبيقات عملية على الواقع التسويقي
- مناقشات تفاعلية لتعزيز الفهم وتمكين المشاركين من تطبيق المهارات بسلاسة واحترافية

المحاور العامة للبرنامج

اليوم الأول: أساسيات التسويق والمبيعات والتكامل بينهما

- نطاق التسويق وتعريف وظائفه
- تعريف وظائف البيع
- الاختلافات بين التسويق والبيع
- الجهود المشتركة بين التسويق والمبيعات SMarketing
- التقييم الذاتي للاستعداد للتسويق والبيع
- الممارسات الأساسية للتسويق والمزيج التسويقي

اليوم الثاني: التحليل والتخطيط التسويقي الاستراتيجي

- فهم البيئة التسويقية
- تحليل البيئة التنافسية
- تحليل PEST البيئة الخارجية
- تحليل مايكل بورتر
- تحليل SWOT و TOWS
- معايير ترتيب أولويات خطط العمل
- إعداد وكتابة خطة تسويق استراتيجية

اليوم الثالث: التسويق الرقمي وتقييم الأداء

- أساسيات التسويق الرقمي
- التسويق التقليدي مقابل الرقمي
- المنصات الأساسية للتسويق الرقمي
- حملات البحث المجانية والمدفوعة
- تدقيق المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي
- قياس فعالية الجهود التسويقية

اليوم الرابع: المبيعات وتطوير الإيرادات

- عمليات البيع والشراء
- التخطيط لفرص البيع
- تقنيات البيع المتقدم البيع المتبادل وبيع الكماليات
- تطوير خطط زيادة الإيرادات
- معايير ومؤشرات الأداء الرئيسية للمبيعات
- التكامل بين التسويق والمبيعات في تحقيق النتائج

اليوم الخامس: الإدارة، الأداء، وإدارة المشاريع التسويقية

- مدخل إلى إدارة المشاريع PMBOK و PMI
- أخلاقيات مهنة إدارة المشاريع

- إطار إدارة المشروعات وسياقها
- إقامة اجتماعات فعّالة بين فرق التسويق والإدارة
- تعزيز التواصل المؤسسي
- مؤشرات الأداء الرئيسية للتسويق
- بطاقة الأداء المتوازن
- قياس الأداء وتحسينه