



لتحقيق التميز التنافسي الدورة التدريبية: توحيد خطط التسويق والاستراتيجيات المؤسسية

يوليو ٢٠٢٦ ٢٦ - ٢٢

طوكيو

(للشخص الواحد) € ٦٥٠٠

Ref: #PLA6879_154190



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة

التنافسي. تم تصميم هذه متخصصة في توحيد خطط التسويق والاستراتيجيات تقدم BIG BEN Training Center دورة تدريبية والتسويق العملي، مستندة إلى أبحاث البروفيسور الدورة لسد الفجوة بين التخطيط الاستراتيجي المؤسسية لتحقيق التميز للقياس، باستخدام الاستراتيجي. ستتعلم كيفية تحويل الأهداف التنظيمية فيليب كوتلر (Philip Kotler) في إدارة التسويق الرئيسية (KPIs) المتناسقة. خلال ٢٥ ساعة منهجيات مثل تحليل SWOT المتقدم ومؤشرات الأداء إلى مبادرات تسويقية قابلة سيناقد المحتوى مع الرؤى الاستراتيجية العليا، مما يعزز الكفاءة تدريبية، ستكتسب أدوات عملية لمواءمة فرق التسويق بين الابتكار التسويقي والمتطلبات دراسات حالة حية من قطاعات متنوعة، مع تركيز على التشغيلية ويقلل الهدر في الموارد التنظيمية طويلة الأمد! التكامل

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديري التسويق والتخطيط الاستراتيجي
- رؤساء أقسام تطوير الأعمال
- مسؤولي العلامات التجارية والاتصال المؤسسي
- استشاريو التحول الاستراتيجي
- خريجي إدارة الأعمال الراغبين في التخصص

القطاعات والصناعات المستهدفة



- الخدمات المالية والمصرفية
- الرعاية الصحية والمستحضرات الطبية
- التجزئة والتجارة الإلكترونية
- الطاقة والصناعات التحويلية
- الهيئات الحكومية والقطاع العام

الأقسام المؤسسية المستهدفة

- إدارة التسويق والاتصالات
- التخطيط الاستراتيجي وتطوير الأعمال
- بحوث السوق والتحليل التنافسي
- الابتكار والتحول الرقمي
- التميز التشغيلي والجودة

أهداف الدورة التدريبية

أتقن المهارات التالية؛ بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- قابلة للتطبيق؛ تحويل الأهداف الاستراتيجية إلى مبادرات تسويقية
- المعايير التنظيمية؛ تصميم مؤشرات أداء تسويقي (KPIs) متوافقة مع
- الشاملة؛ تحليل الفجوات بين الخطط التسويقية والاستراتيجيات
- تطوير أطر ربط التسويق برؤية المؤسسة طويلة المدى
- الأداء المؤسسي؛ استخدام أدوات محاكاة لتقييم أثر التسويق على

منهجية الدورة التدريبية



لتحليل دراسات تجمع بين المحاضرات الأكاديمية والتطبيقات العملية. تعتمد الدورة على منهجية "التعلم التطبيقي" التي في بيئات متعددة التحديات. حالة حية من قطاعات مثل الصحة والتجزئة، مع محاكاة سيشارك المتدربون في ورش عمل جماعية الأداء المتكاملة، وتقييم فجوات التنفيذ باستخدام تشمل الجلسات التفاعلية تمارين في تصميم مؤشرات سيناريوهات صنع القرار العمل الفعلية. تغذية راجعة فورية على مشاريع المجموعات، مع تركيزاً مصفوفات متخصصة. يقدم BIG BEN Training Center مع تحديثات مستمرة لمواكبة (EFQM) تستند جميع المواد إلى أطر عالمية مثل نموذج على حلول قابلة للتطبيق في بيئات المتغيرات السوقية للتميز،

التدريبية) خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة

والاستراتيجية الوحدة الأولى: أسس التكامل بين التسويق

- الأساسية؛ مفهوم التخطيط الاستراتيجي الحديث وأركانه
- المدى؛ أدوار التسويق في تحقيق الرؤى المؤسسية طويلة
- (Analysis) تحليل الفجوات التشغيلية باستخدام نموذج (GAP)؛
- دراسة مقارنة بين نماذج التكامل العالمية؛

الوحدة الثانية: تصميم مؤشرات الأداء المتوافقة



- الاستراتيجية: موازنة مؤشرات الأداء التسويقي (KPIs) مع الأهداف
- آليات قياس العائد على الاستثمار التسويقي (ROMI) ↑
- تصميم لوحات تحكم متكاملة لرصد التقدم
- الإستراتيجية: أخطاء شائعة في ربط البيانات التسويقية بالقرارات

تنفيذ الوحدة الثالثة: تحويل الاستراتيجيات إلى خطط

- بناء مبادرات تسويق داعمة للأولويات المؤسسية
- إدارة الموارد البشرية والميزانيات في التنفيذ
- تطبيق منهجية (OKR) للتسويق الاستراتيجي
- ورشة عمل: تحليل سيناريو لقطاع الرعاية الصحية

الوحدة الرابعة: الابتكار والتكيف مع التحديات

- السوقية: دمج الابتكار في الخطط التسويقية لمواجهة التغيرات
- التوافق مع المتطلبات التنظيمية والامتثال
- إدارة المخاطر في المشاريع التسويقية الاستراتيجية
- حالة دراسية: تحول رقمي في قطاع الخدمات المالية

الوحدة الخامسة: قياس الأثر واستدامة النتائج

- تقييم فعالية التكامل عبر مؤشرات الأداء الشاملة
- آليات ضمان استمرارية الموازنة بين الفرق
- تطوير خطط تحسين مستمرة
- عرض مشاريع المجموعات وتقييم الأقران

الأسئلة المتكررة:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل



لا توجد شروط مسبقة

الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

سؤال للتأمل

طويلة المدى؟ ركزت على زيادة الحصص السوقية دون ربطها بصريحاً كيف يمكن قياس العائد الاستراتيجي لحملة تسويقية بأهداف الربحية

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



والتطبيق التسويقي اليومي، متجاوزاً بالتركيز على "الجسر العملي" بين النظرية تميزاً BIG BEN Training Center هذه الدورة Model) تعتمد على إطار (Strategy-Marketing Alignment) نماذج النظرية إلى أدوات قابلة للتطبيق فوراً. الاستراتيجية أولويات الإدارات أو ضعف قياس دراسة حالة عالمية. ستتعلم كيفية تحويل التحديات الحصري، الذي طورها خبراءنا عبر تحليل نُعزز مهارات صنع القرار عبر سيناريوهات محكمة الأثر - إلى فرص لتحقيق التماسك المؤسسي. الدورة الشائعة - مثل تعارض داعمة من الوقت للتطبيق العملي المباشر. يكمن التفرد في مستمدة من تحديات القطاعات المستهدفة، مع تخصيص ٤٠% بمتطلبات السوق المتغيرة، للتكامل، مما يضمن بقاء المهارات المكتسبة ذات صلة الربط بين الاستدامة والابتكار كأدوات