



الاستراتيجيات الحديثة للمؤسسات في الأسواق المفتوحة

ACTS

الشركة العربية للإستشارات والتدريب والدعم الفني

الاستراتيجيات الحديثة للمؤسسات في الأسواق المفتوحة

الأهداف:

- تنمية مهارات تخطيط عناصر المزيج التسويقي.
- تنمية مهارات تخطيط ورسم الاستراتيجية التسويقية .

المحتوي العلمي:

- المفاهيم الأساسية في التسويق.
- خصائص تسويق الخدمات .
- تصميم وتخطيط عناصر المزيج التسويقي.
- تصميم استراتيجية التسويق.
- الرسالة والرؤية MISION & VISION
- التحليل الكيفي والكمي للبيئة التسويقية.
- مصفوفة تقويم العوامل الداخلية .
- مصفوفة تقويم العوامل الخارجية .
- مصفوفة الملامح التنافسية (C P M)
- تحليل درجة عدم التأكد في البيئة التسويقية.
- SWOT ANALYSIS
- أدوات التحليل الاستراتيجي لمزيج المنتجات.
- اتجاهات حديثة في التسويق.
- Value – based Marketing
- One to– One Marketing
- E - Marketing

المشاركون:

المسؤولون عن التسويق ومديري الأقسام في الشركات متعددة المنتجات ومديري العموم في الشركات الكبرى ورؤساء أو أصحاب المكاتب والشركات الصغرى والمتوسطة .