



المهارات المتقدمة في إعداد الخطط التسويقية الفعالة

و إستراتيجية تحقيق رضا العملاء من

منظور الجودة الشاملة

المهارات المتقدمة في إعداد الخطط التسويقية الفعالة

و إستراتيجية تحقيق رضا العملاء من منظور الجودة الشاملة

الأهداف :

- التعرف على مفهوم التسويق الحديث ومكونات العملية التسويقية وإرتبا مفهوم التسويق مع الجودة الشاملة .
- تعريف المشاركين بأهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تسويق المنتجات و الخدمات ، وطريقة التسويق الفعاله وآليات دراسة السوق وتقييم برامج التسويق .
- التعرف على عملية التخطيط الإستراتيجي للتسويق والأساليب العلمية والمهارات اللازمة إعداد دراسات وإجراءات بحوث السوق وأسس جمع المعلومات والبيانات اللازمة لوضع السياسات وإستخبارات السوق ووضع الخطة التسويقية الفعالة .
- أثر التسويق في تطوير العلاقة مع العملاء وصولاً لتحقيق رضائهم وولائهم .
- التعرف على الطرق والأدوات والنماذج لصياغة وتصميم الخطط التسويقية وتصميم خطة عمل تنفيذية .
- تزويد المشاركين العاملين بإدارة التسويق في المنظمات المختلفة بالأساليب العلمية والعملية وبالطرق والأدوات والنماذج لصياغة وتصميم الخطط التسويقية والبعيه التي تساعد على إمداد متخذي القرارات لوضع السياسات والإستراتيجيات التسويقية والبعيه الفعاله في ظل المنافسة .
- تزويد المشاركين بالمهارات الأساسية والمعارف لتأهيلهم للقيام بعملية تقييم أداء النشاط التسويقي داخل المنظمة

المحتوى العلمي :

✓ أولاً: المقدمة :

- ظهور نشأة ومراحل تطور علم التسويق .
- تعريف مفهوم التسويق الحديث .
- مكونات المزيج التسويقي .
- الفرق بين علم التسويق الحديث والبيع
- مفاهيم ومبادئ إدارة الجوده الشاملة في التسويق .
- الجوده الشاملة (الكلية) وطبيعة المنتجات في المنظمات .

Act Professionally

إرتباط التسويق الحديث بمفهوم إدارة الجودة الشاملة :

- (1) مبادئ الجودة الشاملة المرتبطة بالتسويق الحديث .
 - (2) فوائد تطبيق الجودة الشاملة على المؤسسات من وجهة نظر تسويقية .
 - (3) التخطيط الفعال لإدارة الجودة الشاملة التسويقية .
 - (4) تشكيل دوائر الجودة الشاملة وتنظيم أعمالها .
 - (5) خطوات تطبيق إدارة الجودة الشاملة التسويقية .
 - (6) عناصر الجودة الشاملة في تسويق المنتجات و الخدمات .
- ✓ ثانياً: التخطيط الإستراتيجي ووضع الإستراتيجية التسويقية :

• أين نحن الآن ؟

• ماذا يجب عمله ؟

• كيف يتم عمله ؟

• متى يتم عمله ؟

المشاركون :

مدراء التسويق ونوابم ومساعدتهم ورؤساء أقسام التسويق والعاملين في الوحدات والأقسام المختصة بعمليات التسويق ووضع الخطط التسويقية وخدمة العملاء .

ACTS

Act Professionally