التسويق و المبيعات · MS36

أساسيات الاتصالات التسويقية

2026 ديسمبر 10 - 6 · Lisbon

التاريخ	المدينة	المدة
6 - 10 ديسمبر 2026	**Lisbon**	**أسبوع واحد**
الرسوم	الرمز	اللغة
£5,150 GBP	**MS36**	**العربية**

المقدمة

تعمل الاتصالات التسويقية على توصيل المنتجات والخدمات والأفكار من الشركات المصنعة إلى المستخدمين النهائيين وتساعد في بناء العلاقات والحفاظ عليها مع العملاء وأصحاب المصلحة الرئيسيين في الشركة. وذلك لأن كل من الإعلان والترويج يستمران في لعب دور مهم في مزيج الاتصالات التسويقية.

ستكتسب أيضًا أساسًا متينًا في المبادئ الأساسية ، وتتعلم العناصر المختلفة لمزيج الاتصالات التسويقية، بما في ذلك الإعلان والعلاقات العامة والتسويق المباشر ، وستحصل على اقتراحات حول كيفية قياس فعالية اتصالاتك التسويقية . ، وتختتم الدورة بمناقشة أحدث الاتجاهات والتطورات في هذا المجال ، وكذلك الآفاق المستقبلية.

فالاتصالات التسويقية لا تهدف إلى تحقيق عملية الشراء من قبل الزبائن فحسب بل إنها تسعى إلى خلق الصورة المميزة والمؤثرة لها في المجتمع وعبر جودة المنتج وولاء المستهلك لها وبالتالي فإن إستراتيجية الاتصالات التسويقية قد انتقلت من كيفية الوصول إلى زبائنها إلى كيفية إيجاد الطرق المناسبة لوصول الزبائن إليها.

تعزز هذه الدورة استكشافك لأساسيات الاتصالات التسويقية وتوفر خلفية لعملك اليومي.

تمنحك هذه الدورة التدريبية إكتساب الآتي:

- إنشاء محتوى وقصص عبر مجموعة من الوسائط.
- تعلم كيفية نقل رسالة تسويقية.
- تجنب مشاكل الاتصالات التسويقية المكلفة.
- إنشاء استراتيجيات وتكتيكات تستخدم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتنتج التسويق المرتبط لبناء ثقة العلامة التجارية.

أهداف دورة أساسيات الاتصالات التسويقية

بعد الانتهاء من هذه الدورة حول أساسيات الاتصالات التسويقية ، سيتمكن المشاركون من:

- المجالات الإشكالية للاتصالات التسويقية.
- استخدام تقنيات مبدعة لحل المشاكل من أجل حلول اتصالات أفضل.
- استكشاف مجالات الاتصالات التسويقية.
- تحديد مزيج الاتصالات التسويقية المثالي لجمهورك وتطويره.
- مبادئ الاتصالات المؤسسي.
- فهم العلاقة بين الاقتصاد السلوكي والإقناع.

منهجية دورة أساسيات الاتصالات التسويقية

يعتمد البرنامج في المقام الأول على الأساليب التشاركية ، وذلك باستخدام المناقشات المنظمة ، ومجموعات العمل ، وجلسات العصف الذهني ، ودراسات الحالة ، ولعب الأدوار ، والألعاب التدريبية المناسبة لنزع فتيل التوتر وتشجيع المتدربين على ذلك ، فهو ينشطك لتحقيق أهداف برنامجك.

تتميز طريقة التدريب في هذا البرنامج بكونه يجمع بين التدريب والاستشارة. يزود المدربون مجموعات العمل بالدعم اللازم للمساهمة بشكل شخصي ومباشر في تطوير مستويات الإدارة والقيادة.

تأثير دورة أساسيات الاتصالات التسويقية على المؤسسة

سيساعد الموظفون الذين يحضرون هذه الدورة التدريبية مؤسستك على تحقيق الفوائد التالية:

- تحسين التواصل الداخلي
- تعزيز العلاقات مع العملاء
- تحسين استراتيجيات العرض والترويج
- تحسين قدرات الاستجابة والتفاعل

التأثير الشخصي لأساسيات الاتصالات التسويقية

حضور الموظفين لهذه الدورة التدريبية سوف يساعدهم على تحقيق المزايا التالية:

- تحسين مهارات الاتصال
- بناء الثقة والمصداقية
- قدرة على تسويق الذات والعلامة الشخصية
- تعزيز قدرات القيادة
- تحقيق النجاح المهني

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية مناسبة لمجموعة واسعة من المهنيين ولكن سوف تفيد كثيراً:

- المسوقين الإداريين
- متخصصي العلاقات العامة الراغبين في فهم الاتصالات التسويقية وفوائدها
- من يرغب في العمل في مجال الاتصالات التسويقية أو دراسة موضوع مرتبط بالتسويق.
- الأفراد العاملين في بيئة الأعمال ويرغبون في توسيع معرفتهم داخل قطاع التسويق.

محاور الدورة

اليوم الأول

- أمثلة عالمية المستوى.
- البحث عن أصحاب المصلحة واحتياجاتهم ورغباتهم.
- تدقيق الاتصالات التسويقية.
- عملية الاتصال التسويقي.
- الاتصالات التسويقية - نبذة تاريخية.
- مطابقة الوسيط والرسالة.
- أنواع الدعاية.
- استخدام الدعاية بطريقة استراتيجية.
- عروض البيع.
- الإعلانات التي يولدها المستهلك.
- استخدام العاطفة في الإعلان.

اليوم الثاني

- أهداف العلاقات العامة.
- العلاقات العامة: الطرق والتقنيات.
- العلاقات العامة وإدارة العلاقات.
- أشكال العلاقات العامة.
- العلاقات الإعلامية.
- كيف تعمل الرعاية التجارية.
- أهداف الرعاية التجارية.
- أنواع الرعاية التجارية.
- دور الرعاية التجارية في مزيج الاتصالات التسويقية.
- نمو الرعاية التجارية وتطورها.

اليوم الثالث

- قياس علامتك التجارية وثقافتك والملكية الخاصة لعلامتك التجارية.
- التوجيه والكتابة الإبداعية.
- البحث وقياس سلوك المستهلك.
- حل المشاكل والتفكير الجانبي.
- إدارة العلامات التجارية والاتصالات.
- تطوير استراتيجية المحتوى.
- دمج الرسائل التسويقية.
- بناء الولاء للعلامة التجارية.
- علاقة التسويق.
- سيكولوجية الإقناع والتأثير.

اليوم الرابع

- وسائط الاستجابة المباشرة.
- إدارة الحساب الاستراتيجي.
- نمو التسويق المباشر.
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في البيع الشخصي.
- مهام البيع الشخصي.
- دور البيانات.
- إنشاء ملفات تعريف العملاء وتحديد رغبات الجمهور واحتياجاتهم.
- ظهور وسائل التواصل الاجتماعي وقيمتها في الأعمال.
- تخطيط الحملة وإنجازها وتقييمها.
- المجتمعات والتواصل والثقة والولاء.

اليوم الخامس

- تحسين ميزانيات التسويق عبر الأسواق والعلامات التجارية والقنوات.
- أهمية المواءمة الاستراتيجية والأدوار والمسؤوليات الواضحة.
- مواءمة الميزانيات مع أهداف العمل وفرص السوق.
- خصائص موضع العلامة التجارية وقضاياها.

سجّل أو استفسر عن هذه الدورة عبر الموقع
https://www.hplustraining.com/lang-arabic/cities/Portugal/40249
training@hplustraining.com · +44 74 0108 8599 · +90 539 827 59 14