

إدارة التسويق الرقمي الاستراتيجي وإدارة العلامات التجارية في العالم العربي

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND11-108

هدف الكورس

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطوير استراتيجيات شاملة للتسويق الرقمي.
- إجراء تحليل فعال للسوق وتجزئة العملاء.
- دمج قنوات الاتصال التسويقية المختلفة لتحقيق حملات متكاملة.
- تطبيق تقنيات متقدمة لإدارة العلامات التجارية.
- استخدام الأدوات الرقمية لتعزيز ظهور العلامة التجارية وزيادة التفاعل.
- قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية.

الجمهور

هذه الدورة موجهة إلى:

- مديري التسويق.
- أخصائيي التسويق الرقمي.
- المحترفين في مجالي التسويق والمبيعات.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات.
- مستشاري التسويق.
- خريجي تخصصات التسويق أو الدراسات التجارية.

منهجية التدريب

يعتمد هذا الدورة على مجموعة متنوعة من أساليب تعلم الكبار لضمان فهم شامل وتطبيق عملي للمادة. تُستخدم المحاضرات التفاعلية لتقديم وشرح المفاهيم الأساسية بطريقة جذابة، بينما توفر مناقشات دراسات الحالة تحليلاً معمقًا لأمثلة من الواقع لتوضيح الاستراتيجيات الناجحة. تشجع الأنشطة الجماعية على التعلم التعاوني وتعزيز التفاعل بين الزملاء، وتوفر الورش العملية فرصًا تطبيقية للمشاركين لتطبيق المعرفة النظرية في سيناريوهات واقعية.

الملخص

تقدم دورة "التسويق الرقمي الاستراتيجي وإدارة العلامات التجارية" استكشافًا معمقًا لاستراتيجيات التسويق الحديثة وتقنيات إدارة العلامات التجارية في العصر الرقمي. تم تصميم هذه الدورة المكثفة التي تستمر لمدة خمسة أيام للمهنيين في مجال التسويق ورواد الأعمال وقادة الأعمال، وتركز على التطبيق الاستراتيجي للأدوات الرقمية، ودمج قنوات الاتصال التسويقية، وممارسات إدارة العلامات التجارية المتقدمة. سيكتسب المشاركون مهارات عملية في تحليل السوق، وتقسيم العملاء، وتطوير خطط تسويقية متكاملة تعزز نجاح العلامة التجارية ونمو الأعمال.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Foundations of Digital Marketing

- Introduction to Digital Marketing Concepts
- Evolution and Trends in Digital Marketing
- The Role of Digital Marketing in Modern Business Strategy

Section 2: Market Analysis and Customer Segmentation

- Techniques for Market Analysis
- Identifying Target Audiences
- Customer Segmentation Strategies

Section 3: Digital Marketing Channels and Integration

- Overview of Digital Marketing Channels (SEO, SEM, Social Media, Email Marketing)
- Integrating Channels for Maximum Impact
- Case Studies on Successful Digital Campaigns

Section 4: Advanced Brand Management

- Principles of Brand Management
- Building and Sustaining Brand Equity
- Strategies for Brand Positioning and Differentiation

Section 5: Measuring and Analyzing Performance

- Key Performance Indicators (KPIs) in Digital Marketing
- Tools for Monitoring and Analytics
- Techniques for Evaluating Campaign Success

تفاصيل الشهادة

عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. (e-Certificate) وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية من Holistique Training.

وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم Holistique Training شهادات ISO 29993.و ISO 21001و ISO 9001 كما أنها معتمدة وفق معايير ،(CPD) المستمر

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة ،CPD ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد .Holistique Training التدريب من .لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة

التصنيفات

خدمة العملاء والعلاقات العامة, القيادة والإدارة, الإعلام والتسويق

مقالات ذات صلة



Amplifying Brand Visibility: Key Strategies For Boosting Brand Awareness

In today's competitive business landscape, brand awareness is vital for success. Learn why it matters, its impact on the customer journey, B2B marketing, and sales. Discover steps to .build a brand awareness strategy and methods to measure its effectiveness