

سلوكيات المدير التنفيذي للتسويق الفعال: رفع مستوى العلامة التجارية والنمو والابتكار

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: MG2 - 208

هدف الكورس

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم المسؤوليات الاستراتيجية والتوقعات المرتبطة بدور مدير التسويق التنفيذي.
- صياغة وتنفيذ استراتيجية فعّالة للعلامة التجارية والتسويق.

- قيادة فرق تسويق مبدعة وعالية الأداء تعتمد على البيانات.
- تحفيز المبادرات التي تركز على العميل وتحقق القيمة والولاء.
- دمج الأدوات الرقمية والتحليلات في عملية اتخاذ قرارات التسويق.
- مواءمة جهود التسويق مع الأهداف العامة للأعمال وأهداف النمو.

الجمهور

هذه الدورة مثالية لـ:

- المديرين التنفيذيين للتسويق الطموحين والجدد في مناصبهم.
- قادة التسويق الكبار الذين يستعدون لأدوار تنفيذية.
- المؤسسين ورواد الأعمال الذين يديرون استراتيجيات العلامة التجارية والعملاء.
- أعضاء مجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين الذين يعملون بشكل وثيق مع قادة التسويق.
- المديرين التنفيذيين للتسويق ذوي الخبرة الذين يسعون إلى تحسين وتوسيع قدراتهم القيادية.

منهجية التدريب

يجمع هذا الدورة بين جلسات يقودها خبراء، ودراسات حالة من الواقع، ومناقشات بين الأقران، وتمارين تعتمد على السيناريوهات. سيعمل المشاركون مع أمثلة من علامات تجارية رائدة ويطورون استراتيجيات قابلة للتنفيذ لمنظماتهم الخاصة.

الملخص

يشغل المدير التنفيذي للتسويق (CMO) دور الرؤية الاستراتيجية وراء العلامة التجارية للمؤسسة وتجربة العملاء واستراتيجية النمو. كقائد لوظيفة التسويق، يقوم المدير التنفيذي للتسويق بتحويل الأهداف التجارية إلى مبادرات تركز على العملاء، موازنًا بين الإبداع واتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات لتحقيق النتائج.

يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المديرين التنفيذيين الحاليين والمستقبليين في مجال التسويق بالمعرفة والمهارات والعقلية اللازمة لقيادة فرق التسويق، وبناء علامات تجارية قوية، وتحقيق تأثير ملموس على الأعمال. سيتناول المشاركون استراتيجيات العلامة التجارية، وتفاعل العملاء، والتحول الرقمي، والتحليلات، وممارسات القيادة للتميز في أعلى مستويات

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: The Strategic Role of the CMO

- .Understanding the evolving role of marketing in modern organisations
- .The CMO as strategist, storyteller, innovator, and growth driver
- .Navigating the CMO’s relationship with CEO, CFO, and other stakeholders
- .Key leadership competencies of successful CMOs

Section 2: Brand and Marketing Strategy

- .Crafting a clear and differentiated brand positioning
- .Developing integrated marketing plans aligned with business objectives
- .Managing brand reputation and ensuring consistency across channels
- .Measuring brand equity and market impact

Section 3: Leading Teams and Fostering Creativity

- .Building and motivating high-performing marketing teams
- .Balancing creative freedom with accountability and results
- .Encouraging innovation and experimentation
- .Managing internal and external (agency) partnerships effectively

Section 4: Customer-Centric Growth and Digital Transformation

- .Understanding customer needs and behaviours through data and insights
- .Designing engaging, personalised customer experiences
- .Leveraging digital channels, social media, and content marketing
- .Integrating technology, automation, and analytics into marketing efforts

Section 5: Delivering Business Impact and Driving Change

- Aligning marketing metrics with business performance goals.
- Managing budgets, ROI, and resource allocation effectively.
- Leading through organisational change and market disruption.
- Championing sustainability and purpose-driven marketing initiatives.

تفاصيل الشهادة

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

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

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

القيادة والإدارة, الإعلام والتسويق, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



Top Tips Every Marketer Should Know About Brand Management

Top Tips Every Marketer Should Know About Brand Management

Build a strong brand with smart management strategies—from audits and audience .targeting to consistent identity and performance tracking