الدورة التدريبية: إتقان استراتيجيات التسويق الشامل والتنوع للمدراء المعاصرين



23 - 27 نوفمبر 2026

فيينا

5800 € (للشخص الواحد)

Ref: #CS5152_355788

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تقدم الدورة التدريبية في إتقان استراتيجيات التسويق الشامل والتنوع للمدراء المعاصرين رحلة متكاملة من المفاهيم الأساسية إلى التطبيقات المتقدمة. تم تصميمها لتمكين المدراء التسويقيين من بناء استراتيجيات شاملة تحترم التنوع الثقافي والاجتماعي، وتعزز الانتماء المجتمعي. ستتعلم كيفية تحليل احتياجات الشرائح المتنوعة، وتصميم حملات تلبي متطلبات التنظيمات الدولية مثل معايير ISO 26000. يستند المحتوى إلى أبحاث الخبيرة العالمية ناعومي كلاين Naomi Klein في تسويق الهوية، مع دراسات حالات من شركات رائدة. يقدم BIG BEN Training Center منهجاً تفاعلياً يجمع بين النظرية والتطبيق العملي، لضمان تحقيق تحول ملموس في ممارسات المشاركين.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق والعلامات التجارية.
- قادة فرق التسويق الرقمي.
- مسؤولي الاتصال المؤسسي.
- مخططي الحملات الإعلانية.
- باحثي السوق والمحتوى.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع الخدمات المالية والمصرفية.
- الرعاية الصحية والصيدلة.
- التعليم والتدريب.
- التكنولوجيا والاتصالات.
- الهيئات الحكومية والجهات التنظيمية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق والعلامة التجارية.
- قسم الاتصالات المؤسسية.
- إدارة التنوع والشمول.
- أفرع التخطيط الاستراتيجي.

أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات التالية:

- تحليل احتياجات المجتمعات المتنوعة لتصميم حملات تسويقية شاملة.
- تطوير سياسات تسويق تراعي التنوع الثقافي والاجتماعي.
- قياس أثر الحملات الشاملة على السمعة المؤسسية.
- توظيف أدوات التسويق الرقمي لدعم استراتيجيات الشمول.
- تصميم محتوى إعلاني يتجنب الصور النمطية.

منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد الدورة على منهجية تشاركية تشمل جلسات عصف ذهني، ومناقشة دراسات حالات عالمية مثل حملة "تمثيل الجميع" لشركة يونيليفر. يتضمن البرنامج تمارين محاكاة لبناء خطط تسويق شاملة، مع تلقي تغذية راجعة فورية من المدربين. يتم دعم الجلسات بتحليلات بيانات حية من منصات التواصل الاجتماعي، لتعزيز اتخاذ القرارات القائمة على الأدلة. يقدم BIG BEN Training Center أدوات تقييم ذاتي لقياس تقدم المتدربين، مع تركيز خاص على التحديات القانونية والأخلاقية في تسويق التنوع.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس التسويق الشامل والتنوع

- مفاهيم التنوع والإنصاف والإدماج في التسويق.
- أهمية التمثيل الحقيقي في الحملات الإعلانية.
- تحليل أثر التسويق غير الشامل على السمعة المؤسسية.
- دراسات حالات لفشل حملات بسبب إهمال التنوع.
- إطار ISO 26000 للمسؤولية الاجتماعية.

الوحدة الثانية: تصميم استراتيجيات التسويق الشامل

- منهجيات تحديد الشرائح المجتمعية المتنوعة.
- أدوات تحليل احتياجات الفئات المهمشة.
- بناء هوية علامة تجارية شاملة.
- سياسات المحتوى المراعي للتنوع الثقافي.
- معايير تجنب الصور النمطية في الإعلانات.

الوحدة الثالثة: تنفيذ الحملات الرقمية الشاملة

- توظيف منصات التواصل الاجتماعي للوصول لمجتمعات متنوعة.
- تحسين المحتوى لمحركات البحث بمصطلحات شاملة.
- إدارة التعليقات السلبية حول قضايا التنوع.
- أدوات رصد فعالية الحملات الشاملة.

الوحدة الرابعة: التحديات القانونية والأخلاقية

- الامتثال للقوانين المحلية والدولية في تسويق التنوع.
- التوازن بين الحرية الإبداعية والمسؤولية الاجتماعية.
- حالات نزاعات قانونية بسبب إعلانات غير شاملة.
- أخلاقيات استخدام بيانات التنوع.

الوحدة الخامسة: قياس الأثر وتحسين الاستراتيجيات

- مؤشرات أداء رئيسية لتقييم الحملات الشاملة.
- تقارير تأثير التسويق على السمعة المؤسسية.
- تعديل الخطط بناءً على التغذية الراجعة المجتمعية.

الأسئلة المتكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

هل يمكن لاستراتيجيات التسويق الشامل أن تعزز الانقسام المجتمعي بدلاً من التقارب؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تركز الدورة على الجمع بين الأطر الأكاديمية الرصينة والتطبيق العملي المباشر، مستندة إلى أبحاث حديثة في سلوك المستهلك المتنوع. تقدم منهجاً فريداً في تحليل التحديات القانونية والأخلاقية المصاحبة لتسويق التنوع، مع تمارين محاكاة لواقع السوق العربي. يتميز المحتوى بدراسات حالات غير مسبوقة من قطاعات حيوية مثل الصحة والتعليم، مما يمكن المشاركين من تطوير حلول قابلة للتنفيذ فوراً. يعزز BIG BEN Training Center التفكير النقدي عبر تحليل إخفاقات حملات عالمية، لبناء وعي استباقي بتعقيدات التسويق الشامل.