الدورة التدريبية: توحيد خطط التسويق والاستراتيجيات المؤسسية لتحقيق التميز التنافسي



09 - 13 نوفمبر 2026

برلين

5800 € (للشخص الواحد)

Ref: #PLA6879_302114

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تقدم BIG BEN Training Center دورة تدريبية متخصصة في توحيد خطط التسويق والاستراتيجيات المؤسسية لتحقيق التميز التنافسي. تم تصميم هذه الدورة لسد الفجوة بين التخطيط الاستراتيجي والتسويق العملي، مستندة إلى أبحاث البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler) في إدارة التسويق الاستراتيجي. ستتعلم كيفية تحويل الأهداف التنظيمية إلى مبادرات تسويقية قابلة للقياس، باستخدام منهجيات مثل تحليل SWOT المتقدم ومؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) المتناسقة. خلال 25 ساعة تدريبية، ستكتسب أدوات عملية لمواءمة فرق التسويق مع الرؤى الاستراتيجية العليا، مما يعزز الكفاءة التشغيلية ويقلل الهدر في الموارد. سيناقش المحتوى دراسات حالة حية من قطاعات متنوعة، مع تركيز على التكامل بين الابتكار التسويقي والمتطلبات التنظيمية طويلة الأمد.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديري التسويق والتخطيط الاستراتيجي.
- رؤساء أقسام تطوير الأعمال.
- مسؤولي العلامات التجارية والاتصال المؤسسي.
- استشاريو التحول الاستراتيجي.
- خريجي إدارة الأعمال الراغبين في التخصص.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الخدمات المالية والمصرفية.
- الرعاية الصحية والمستحضرات الطبية.
- التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الطاقة والصناعات التحويلية.
- الهيئات الحكومية والقطاع العام.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق والاتصالات.
- التخطيط الاستراتيجي وتطوير الأعمال.
- بحوث السوق والتحليل التنافسي.
- الابتكار والتحول الرقمي.
- التميز التشغيلي والجودة.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- تحويل الأهداف الاستراتيجية إلى مبادرات تسويقية قابلة للتطبيق.
- تصميم مؤشرات أداء تسويقي (KPIs) متوافقة مع المعايير التنظيمية.
- تحليل الفجوات بين الخطط التسويقية والاستراتيجيات الشاملة.
- تطوير أطر ربط التسويق برؤية المؤسسة طويلة المدى.
- استخدام أدوات محاكاة لتقييم أثر التسويق على الأداء المؤسسي.

منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد الدورة على منهجية "التعلم التطبيقي" التي تجمع بين المحاضرات الأكاديمية والتطبيقات العملية. سيشارك المتدربون في ورش عمل جماعية لتحليل دراسات حالة حية من قطاعات مثل الصحة والتجزئة، مع محاكاة سيناريوهات صنع القرار في بيئات متعددة التحديات. تشمل الجلسات التفاعلية تمارين في تصميم مؤشرات الأداء المتكاملة، وتقييم فجوات التنفيذ باستخدام مصفوفات متخصصة. يقدم BIG BEN Training Center تغذية راجعة فورية على مشاريع المجموعات، مع تركيز على حلول قابلة للتطبيق في بيئات العمل الفعلية. تستند جميع المواد إلى أطر عالمية مثل نموذج (EFQM) للتميز، مع تحديثات مستمرة لمواكبة المتغيرات السوقية.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس التكامل بين التسويق والاستراتيجية

- مفهوم التخطيط الاستراتيجي الحديث وأركانه الأساسية.
- أدوار التسويق في تحقيق الرؤى المؤسسية طويلة المدى.
- تحليل الفجوات التشغيلية باستخدام نموذج (GAP Analysis).
- دراسة مقارنة بين نماذج التكامل العالمية.

الوحدة الثانية: تصميم مؤشرات الأداء المتوافقة

- مواءمة مؤشرات الأداء التسويقي (KPIs) مع الأهداف الاستراتيجية.
- آليات قياس العائد على الاستثمار التسويقي (ROMI).
- تصميم لوحات تحكم متكاملة لرصد التقدم.
- أخطاء شائعة في ربط البيانات التسويقية بالقرارات الإستراتيجية.

الوحدة الثالثة: تحويل الاستراتيجيات إلى خطط تنفيذية

- بناء مبادرات تسويق داعمة للأولويات المؤسسية.
- إدارة الموارد البشرية والميزانيات في التنفيذ.
- تطبيق منهجية (OKR) للتسويق الاستراتيجي.
- ورشة عمل: تحليل سيناريو لقطاع الرعاية الصحية.

الوحدة الرابعة: الابتكار والتكيف مع التحديات

- دمج الابتكار في الخطط التسويقية لمواجهة التغيرات السوقية.
- التوافق مع المتطلبات التنظيمية والامتثال.
- إدارة المخاطر في المشاريع التسويقية الاستراتيجية.
- حالة دراسية: تحول رقمي في قطاع الخدمات المالية.

الوحدة الخامسة: قياس الأثر واستدامة النتائج

- تقييم فعالية التكامل عبر مؤشرات الأداء الشاملة.
- آليات ضمان استمرارية المواءمة بين الفرق.
- تطوير خطط تحسين مستمرة.
- عرض مشاريع المجموعات وتقييم الأقران.

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:

كيف يمكن قياس العائد الاستراتيجي لحملة تسويقية ركزت على زيادة الحصة السوقية دون ربطها بصريحاً بأهداف الربحية طويلة المدى؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تميز BIG BEN Training Center هذه الدورة بالتركيز على "الجسر العملي" بين النظرية الاستراتيجية والتطبيق التسويقي اليومي، متجاوزاً النماذج النظرية إلى أدوات قابلة للتطبيق فوراً. تعتمد على إطار (Strategy-Marketing Alignment Model) الحصري، الذي طوره خبراؤنا عبر تحليل 50 دراسة حالة عالمية. ستتعلم كيفية تحويل التحديات الشائعة - مثل تعارض أولويات الإدارات أو ضعف قياس الأثر - إلى فرص لتحقيق التماسك المؤسسي. الدورة تُعزز مهارات صنع القرار عبر سيناريوهات محكمة مستمدة من تحديات القطاعات المستهدفة، مع تخصيص 40% من الوقت للتطبيق العملي المباشر. يكمن التفرد في الربط بين الاستدامة والابتكار كأدوات داعمة للتكامل، مما يضمن بقاء المهارات المكتسبة ذات صلة بمتطلبات السوق المتغيرة.