



دورة تدريبية في إتقان العلامات التجارية واستراتيجية الترويج



AGILE LEADERS
Training Center

19 - 23 Apr 2027
كوالالمبور



دورة تدريبية في إتقان العلامات التجارية واستراتيجية الترويج

المرجع: 1003_237 التاريخ: 19 - 23 Apr 2027 الموقع: كوالالمبور الرسوم: Euro 5200

نظرة عامة على الدورة:

تعزز هذه الدورة الكفاءة المهنية للمهنيين بمجال إدارة العلامات التجارية. تركز الدورة على مزيج من الإطار النظري والتحليل العملي، مما يمكن المشاركين من إدراك المفاهيم الجوهرية مثل قيمة العلامة التجارية المبنية على العملاء، وتحديد المواقع الاستراتيجية، وبناء هوية العلامة التجارية المتميزة. سيتمكن المشاركون من تقييم النداء وتطوير حلول استراتيجية لتعزيز ولاء العملاء وصورة العلامة التجارية. تُعد هذه الدورة بمثابة منصة تدريبية عالية المستوى لمن يسعون إلى الارتقاء بمستوى النداء المؤسسي وتحقيق التميز في عالم العلامات التجارية التنافسي.

الجمهور المستهدف:

- مديرو التسويق
- مديرو العلامات التجارية
- فرق تطوير المنتجات
- أخصائيو الاتصالات
- متخصصو التسويق الرقمي
- المديرون التنفيذيون
- أصحاب المشاريع الصغيرة

الأقسام المستهدفة:

- إدارة التسويق والاتصالات
- تطوير المنتجات
- إدارة المبيعات وخدمة العملاء
- إدارة العلامة التجارية
- التسويق الرقمي
- الاستراتيجية المؤسسية

القطاعات المستهدفة:

- التجزئة والسلع الاستهلاكية
- التكنولوجيا والخدمات الرقمية
- الترفيه والإعلام
- صناعة السيارات



أهداف الدورة:

في نهاية هذه الدورة سيتمكن المشاركون من:

- تطوير استراتيجيات علامة تجارية متكاملة ومخصصة تتماشى مع رؤية المؤسسات
- إجراء تحقيق شامل لتقييم القيمة الجوهرية للعلامة التجارية
- تنفيذ استراتيجيات اتصالات تسويقية متكاملة لتعزيز الرؤية والوعي المؤسسي
- تصميم وتنفيذ برامج توسعية لتعزيز ولاء العملاء
- قياس وتحليل أداء العلامة التجارية باستخدام مؤشرات أداء دقيقة
- تعزيز القدرة على تطبيق المعرفة النظرية في سياقات العمل الحقيقية

منهجية التدريب:

تعتمد الدورة على منهجية متكاملة تمزج بين الإطار النظري والتطبيق العملي الدقيق، حيث تُقدّم المعرفة في إطار أكاديمي عالي المستوى وتُترجم إلى ممارسات عملية قابلة للتطبيق. مما يتيح للمشاركين تحليل المواقف واتخاذ قرارات استراتيجية مدعومة بالندلة. كما تُنظم جلسات عمل جماعي تفاعلية تشجع على النقاش العلمي وتبادل الخبرات، مما يعزز من تطوير مهارات التفكير النقدي وحل المشكلات.

أدوات الدورة:

- كتيب الدورة
- دفاتر عمل
- قوالب تفاعلية

محتوى الدورة:

اليوم 1: اتقان العلامات التجارية وإدارة العلامة التجارية

- الموضوع 1: تعريف العلامة التجارية والمفاهيم الأساسية
- الموضوع 2: تحليل عناصر العلامة التجارية كأسس لبناء الهوية
- الموضوع 3: التمييز بين العلامات التجارية والمنتجات: دراسة مقارنة
- الموضوع 4: أهمية العلامة التجارية وتأثيرها على سلوك المستهلك
- الموضوع 5: استراتيجيات تسويق السلع: التحديات والفرص
- الموضوع 6: تطبيق العلامة التجارية في سياقات متنوعة: الخدمات والتجزئة والرقمي
- المراجعة: مراجعة شاملة للمفاهيم الأساسية في إدارة العلامة التجارية

اليوم 2: قيمة العلامة التجارية المبنية على العملاء وتحديد المواقع

- الموضوع 1: تعريف القيمة المستندة إلى العملاء كأساس للعلامة التجارية
- الموضوع 2: استراتيجيات بناء الوعي والصورة الذهنية للعلامة التجارية
- الموضوع 3: منهجيات تحديد موقع العلامة التجارية: نقاط التشابه والاختلاف
- الموضوع 4: أهمية الشعارات والرسائل في تحديد هوية العلامة التجارية
- الموضوع 5: استراتيجيات تحديث وتطوير المواقع التسويقية وفق متطلبات السوق
- الموضوع 6: دور المعرفة بالعلامة التجارية في تعزيز القيمة المؤسسية
- المراجعة: استعراض نقدي للاستراتيجيات تحديد المواقع وبناء القيمة



اليوم 3: صدق العلامة التجارية وإيجاد القيمة

- الموضوع 1: استراتيجيات بناء العلامة التجارية: من الظهور إلى التميز
- الموضوع 2: مؤشرات أداء العلامة التجارية: أدوات القياس والتقييم
- الموضوع 3: تكوين الصورة الذهنية وبناء العواطف لدى العملاء
- الموضوع 4: مراحل سلسلة القيمة للعلامة التجارية وأثرها في خلق القيمة
- الموضوع 5: بناء مجتمعات العلامة التجارية وتعزيز التفاعل الاجتماعي
- الموضوع 6: تحليل العلاقة بين قيمة العملاء والنجاح المؤسسي
- المراجعة: مراجعة تحليلية لمراحل بناء العلامة التجارية وسلسلة القيمة

اليوم 4: تصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويق العلامة التجارية

- الموضوع 1: معايير اختيار عناصر العلامة التجارية لبناء هوية متكاملة
- الموضوع 2: تطبيق استراتيجيات التسويق المتكامل لتحقيق رؤية موحدة
- الموضوع 3: استراتيجيات التسعير وتأثيرها على صورة العلامة التجارية
- الموضوع 4: استراتيجيات توزيع العلامة التجارية عبر القنوات المباشرة وغير المباشرة
- الموضوع 5: التسويق الرقمي كأداة لتعزيز التواصل مع الجمهور
- الموضوع 6: الاعتبارات القانونية والاطر التنظيمية لحماية العلامة التجارية
- المراجعة: تقييم شامل للاستراتيجيات تصميم وتنفيذ برامج التسويق

اليوم 5: قياس أداء العلامة التجارية واستدامتها

- الموضوع 1: تطوير نظم قياس القيمة المؤسسية للعلامة التجارية
- الموضوع 2: منهجيات تحقيق العلامة التجارية وتقييم صحتها
- الموضوع 3: أدوات ودراسات تتبع النداء وتحديد مؤشرات النجاح
- الموضوع 4: الاستفادة من الارتباطات الثانوية في تعزيز العلامة التجارية
- الموضوع 5: استراتيجيات الإدارة طويلة المدى لتعزيز استدامة العلامة التجارية
- الموضوع 6: تحليل التحديات العالمية واستراتيجيات التكيف في الأسواق الدولية
- المراجعة: استعراض نهائي للاستراتيجيات قياس النداء واستدامة العلامة التجارية

التساؤلات الهكررة:

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

يتطلب التسجيل في الدورة خلفية أساسية في مجالات التسويق أو إدارة العلامات التجارية، إلى جانب الرغبة في تطوير المهارات الاستراتيجية وتطبيق المفاهيم النظرية في البيئات العملية.

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

تستغرق كل جلسة يومية من 4 إلى 5 ساعات تقريباً، مع استراحات مخصصة للأنشطة التفاعلية. تهتم الدورة على مدى خمسة أيام، بإجمالي ساعات يتراوح بين 20 إلى 25 ساعة.



هل يمكن أن تتجذّر استراتيجية ترويج قوية دون وجود هوية علامة تجارية متماسكة؟ وكيف يتم حل هذا التحدي في الأسواق المشبعة؟

استراتيجية الترويج القوية تفقد فعاليتها تماماً إذا لم تكن مدعومة بهوية علامة تجارية واضحة، موثوقة، ومتسقة عبر كل نقاط الاتصال. في هذه الدورة، نعالج هذا التحدي من خلال:

- تحليل العلاقة بين الهوية البصرية واللفظية للعلامة وبيان استجابة الجمهور.
- تطبيق نموذج Canvas Positioning Brand لبناء موقع ذهني مميز في السوق.
- الربط بين شخصية العلامة وخطة الترويج شخصية القائد، الجريء، المساعد... إلخ.
- تصميم حملات ترويجية تتوافق مع قيمة العلامة التجارية الفريدة وليس مجرد خصومات.

نؤمن أن الترويج الفعّال يبدأ من الداخل: من فهم جوهر العلامة التجارية وتفعيلها في كل رسالة تسويقية.

كيف تختلف هذه الدورة عن الدورات الأخرى:

تتميز هذه الدورة بكونها تجمع بين الإطار الأكاديمي والتطبيق العملي . لا تقتصر الدورة على تقديم النظرية فحسب، بل تُقدّم استراتيجيات عملية وأدوات قياس دقيقة تساعد على تحليل النداء وتطوير حلول مبتكرة تضمن تحقيق التميز المؤسسي. كما تُركّز الدورة على استراتيجيات التسويق الرقمي والاتصالات المتكاملة، مما يجعلها مناسبة للتعامل مع التحديات المتزايدة في السوق العالمية.

فئات الدورات التدريبية

الدورات التدريبية في مجال البيئة والاستدامة	دورات إدارة الجودة وتطوير العمليات
دورات إدارة و تحليل البيانات ودورات علم البيانات	دورات إدارة و تطوير الموارد البشرية
دورات الذهن السيرياني ودورات تقنية المعلومات	دورات الاتصال الجماهيري و السياسات والعلاقات العامة
دورات التدريب القانوني والهشتريات والتعاقدات	دورات التسويق وإدارة علاقات العملاء وإدارة المبيعات
دورات الحوكمة وإدارة المخاطر والامتثال	دورات السكرتارية و إدارة المكاتب
دورات الصحة والسلامة والذهن المهني	دورات الصيانة ودورات المجالات الهندسية المتنوعة
دورات المحاسبة و التهويل و دورات الإدارة المالية	دورات المهارات الشخصية وتطوير الذات
دورات في مجالات القيادة والإدارة	دورات معتمدة من قبل هيئات دولية
دورات مكتب إدارة المشاريع وإدارة المشاريع الرشيقية	



مدن التدريب

أهستردام هولندا	أكرا غانا	أثينا اليونان
الدار البيضاء المغرب	الجبيل المملكة العربية السعودية	استنبول تركيا
القاهرة مصر	الرياض المملكة العربية السعودية	الدوحة قطر
باريس فرنسا	الهناوة مملكة البحرين	الكويت الكويت
براغ جمهورية التشيك	بانكوك تايلند	باكو أذربيجان
بورتو البرتغال	برلين ألمانيا	برشلونة إسبانيا
تورنتو كندا	تيليسي جورجيا	بوكيت تايلاند
جوهانسبرغ جنوب افريقيا	جنيف سويسرا	جاكرتا جمهورية اندونيسيا
زنجار تنزانيا	روما إيطاليا	حلي الإمارات العربية المتحدة
سيول كوريا الجنوبية	سنغافورة سنغافورة	سان دييغو الولايات المتحدة الأمريكية
طرابزون تركيا	شيكاغو الولايات المتحدة الأمريكية	شرم الشيخ مصر
عمان المملكة الأردنية الهاشمية	طوكيو اليابان	طشقند أوزبكستان
فيينا النمسا	فرانكفورت ألمانيا	عن بعد منصة زووم

مدن التدريب

لانكاوي ماليزيا	كيب تاون جنوب افريقيا	كوالالمبور ماليزيا
هاربيا اسبانيا	لندن المملكة المتحدة	لشبونة البرتغال
هونتر سويسرا	مسقط سلطنة عمان	مدريد اسبانيا
نيروبي كينيا	هيونج المانيا	ميلان ايطاليا
		نيويورك الولايات المتحدة الأمريكية