

البرنامج الكامل للتسويق والاتصالات والتخطيط الإعلامي

نيروبي - كينيا

02 - Mar 2026 - 06 - Mar 2026

\$4,000

GENTEX[®]
TRAINING CENTER



المقدمة

في المشهد التسويقي الديناميكي اليوم، يعتمد النجاح على مزيج استراتيجي من التسويق الفعال والتواصل الواضح والتخطيط الإعلامي الدقيق. يزود هذا البرنامج الشامل الذي يستمر لمدة خمسة أيام، والذي يقدمه مركز جينتكس للتدريب، المشاركين بالمعرفة الأساسية والمهارات العملية اللازمة للتنقل في النظام البيئي التسويقي المتطور باستمرار. من خلال الغوص العميق في مبادئ التسويق الأساسية، واستراتيجيات الاتصال، وتقنيات التخطيط الإعلامي، يكتسب المشاركون القدرة على صياغة روايات مقنعة للعلامة التجارية، واستهداف الجمهور المناسب، وقياس تأثير جهودهم التسويقية.

أهداف دورة البرنامج الكاملة للتسويق والاتصالات والتخطيط الإعلامي:

- تطوير فهم شامل لمفاهيم وأطر التسويق الأساسية.
- إتقان فن تقسيم الجمهور وإنشاء شخصية المشتري وأبحاث السوق.
- تنمية مهارات اتصال قوية لصياغة رسائل مقنعة عبر القنوات المختلفة.
- تصميم وتنفيذ حملات الاتصالات التسويقية المتكاملة الفعالة CMI .
- اكتساب الخبرة في اختيار القنوات الإعلامية الأكثر ملائمة للوصول إلى الجمهور المستهدف.
- تطوير الكفاءة في صياغة خطط إعلامية فعالة والتفاوض بشأن شراء وسائل الإعلام.
- تحليل أداء الحملة التسويقية وتحسين استراتيجيات التحسين المستمر.



منهجية الدورة

يستخدم هذا البرنامج التفاعلي منهجاً يركز على المشاركين ويمزج بين المحاضرات ودراسات الحالة والمناقشات الجماعية والتمارين العملية. ينخرط المشاركون بنشاط في سيناريوهات التسويق في العالم الحقيقي، مما يسمح لهم بتطبيق معرفتهم الجديدة لتطوير خططهم التسويقية وتحسينها. ومن خلال التعلم التعاوني وتوجيهات الخبراء، يكتسب المشاركون الثقة ليصبحوا عقولاً مدبرة للتسويق الاستراتيجي.

الفئات المستهدفة

- محترفي التسويق يسعون إلى تعزيز مهاراتهم
- أصحاب الأعمال ورجال الأعمال
- محترفي المبيعات والاتصالات
- المتخصصون في العلاقات العامة
- منشئوا المحتوى ومديرو وسائل التواصل الاجتماعي
- أي شخص يبحث عن مهنة في مجال التسويق أو الاتصالات التسويقية

محتوى دورة البرنامج الكامل لدورة التسويق والاتصالات
والتخطيط الإعلامي:



اليوم الأول: أساسيات التسويق وتحليل السوق

- فهم المزيج التسويقي وتطوير استراتيجية التسويق
- تجزئة العملاء والاستهداف وإنشاء شخصية المشتري
- إجراء أبحاث السوق الفعالة وتحليل سلوك المستهلك
- مقدمة في الاتصالات التسويقية المتكاملة CMI

اليوم الثاني: قوة التواصل: صياغة قصة علامتك التجارية

- تطوير هوية علامة تجارية جذابة وهندسة الرسائل
- فن رواية القصص للتسويق والاتصالات
- استراتيجيات تسويق المحتوى الفعالة لجذب الجمهور
- اختيار قنوات الاتصال المناسبة لجمهورك المستهدف

اليوم الثالث: شرح و تبسيط التخطيط الإعلامي والشراء

- مقدمة إلى وسائل الإعلام التقليدية الطباعة والتلفزيون والراديو وقنوات الإعلام الرقمي
- فهم مقاييس الوسائط وأدوات قياس الجمهور
- تطوير خطط إعلامية فعالة والتفاوض بشأن شراء وسائل الإعلام
- ظهور التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات المدفوعة



اليوم الرابع: تجميع كل ذلك معاً: إنشاء حملات تسويقية متكاملة

- تصميم وتنفيذ حملات تسويقية متعددة القنوات
- الاستفادة من أدوات أتمتة التسويق لزيادة الكفاءة
- دمج العلاقات العامة واستراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية بالعلامة التجارية
- قياس أداء الحملة التسويقية وعائد الاستثمار IOR

اليوم الخامس: مستقبل التسويق: الاتجاهات الناشئة والتحسين المستمر

- استكشاف أحدث الاتجاهات في تكنولوجيا التسويق hceTraM
- صعود الذكاء الاصطناعي IA والبيانات الضخمة في التسويق
- تكييف استراتيجيات التسويق لعالم الهاتف المحمول أولاً
- التعلم المستمر والبقاء في صدارة منحنى التسويق

الخاتمة:

من خلال إكمال هذا البرنامج الشامل بنجاح، سيكون المشاركون قد اكتسبوا المعرفة والمهارات والثقة اللازمة لتطوير وتنفيذ حملات تسويقية استراتيجية. وسيكونون مجهزين للتعامل مع تعقيدات المشهد التسويقي الحديث، وتوصيل رسالة علامتهم التجارية بشكل فعال، وتحقيق نتائج قابلة للقياس.