

إدارة التسويق

MARKETING MANAGEMENT

إدارة التسويق هي مادة تهدف إلى تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات الالزامية لتطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعالة لتحقيق أهداف المنظمة وزيادة حصتها في السوق. ترتكز المادة على تحليل السوق، وتحديد احتياجات العملاء، وتصميم استراتيجيات تسويقية تساهم في تحسين التنافسية. كما تدرس المقرر تقييمات التسويق الحديثة، مثل التسويق الرقمي، وكيفية استخدام الأدوات المختلفة لتحديد الفرص التجارية وقياس الأداء التسويقي.

وصف المادة

يستعرض المقرر الأسس والمفاهيم الرئيسية لإدارة التسويق من خلال دراسة البيئة التسويقية وتحليل السلوك الشرائي للمستهلكين. يتناول المقرر استراتيجيات تسويق المنتجات والخدمات، وأدوات التسويق الرقمي مثل التسويق عبر الإنترنت، وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين محركات البحث (SEO). كما يركز على تصميم استراتيجيات التسويق والترويج، وكيفية تحديد القواعد المناسبة للوصول إلى العملاء المستهدفين. يتم دراسة كيفية قياس أداء الأنشطة التسويقية وتعديلها لضمان تحقيق الأهداف المحددة.

أهداف المقرر

- تعريف الطالب بمفاهيم واستراتيجيات إدارة التسويق.
- تمكين الطالب من تحليل الأسواق وفهم احتياجات وفضائل العملاء.
- تعليم الطالب كيفية تصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعالة.
- تعزيز مهارات الطالب في استخدام أدوات التسويق الرقمي للوصول إلى العملاء.
- تزويد الطالب بالمعرفة الالزامية لتحديد أسعار المنتجات والخدمات والترويج لها.
- تمكين الطالب من قياس فعالية الأنشطة التسويقية واتخاذ القرارات الاستراتيجية.

المخرجات المتوقعة

- قدرة الطالب على تصميم استراتيجيات تسويقية بناءً على تحليل السوق واحتياجات العملاء.
- مهارة في استخدام أدوات التسويق الرقمي لزيادة التفاعل مع العملاء.
- معرفة كيفية تحديد أسعار المنتجات والخدمات وتحقيق التوازن بين الجودة والسعر.
- قدرة على تقييم الأداء التسويقي باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- مهارة في تحديد قنوات التوزيع المناسبة وتطوير استراتيجيات الترويج.
- قدرة على تعديل الاستراتيجيات التسويقية بناءً على التحليل المستمر للأداء والاتجاهات السوقية.