

دراسات متقدمة في إدارة التسويق

ADVANCED STUDIES IN MARKETING MANAGEMENT

تهدف هذه المادة إلى تزويد الطلاب بمعرفة متقدمة حول أحدث الاتجاهات والنظريات في إدارة التسويق، مع التركيز على الاستراتيجيات التسويقية المبتكرة، وسلوك المستهلك، والتسويق الرقمي، وإدارة العلامة التجارية. كما تسلط الضوء على دور التحليل التسويقي واتخاذ القرارات المبنية على البيانات لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات.

وصف المادة:

تتناول هذه المادة المفاهيم والنماذج الحديثة في إدارة التسويق، بما في ذلك تحليل السوق، وتطوير استراتيجيات التسويق، وإدارة العلاقات مع العملاء. كما تستعرض تأثير التكنولوجيا الرقمية، وتحليل البيانات الضخمة، والتسويق القائم على الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء التسويقي وزيادة رضا العملاء.

أهداف المقرر:

1. تحليل النظريات المتقدمة في التسويق واستراتيجياته الحديثة.
2. فهم سلوك المستهلك وعوامل التأثير على قرارات الشراء.
3. استكشاف استراتيجيات التسويق الرقمي والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
4. تقييم دور تحليل البيانات واتخاذ القرار في التخطيط التسويقي.
5. تطوير مهارات بناء وإدارة العلامة التجارية وتعزيز الولاء للعلامة.
6. دراسة الاتجاهات المستقبلية في التسويق وتأثير الذكاء الاصطناعي على الاستراتيجيات التسويقية.

المخرجات المتوقعة:

1. اكتساب فهم شامل لاستراتيجيات التسويق المتقدمة وأحدث الاتجاهات.
2. القدرة على تحليل سلوك المستهلك وتطبيقه في الاستراتيجيات التسويقية.
3. تطوير خطط تسويقية فعالة باستخدام أدوات التسويق الرقمي.
4. تطبيق تقنيات تحليل البيانات في تحسين الأداء التسويقي.
5. بناء وإدارة العلامات التجارية القوية في الأسواق التنافسية.
6. تطوير استراتيجيات مبتكرة للتعامل مع تحديات التسويق المستقبلية.