



ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

التسويق الدولي واستراتيجيات التوسع العالمي

فكرة الدورة

تواجه المؤسسات اليوم بيئة تسويقية عالمية أكثر ترابطاً وتنافسية، حيث تتداخل اختلافات الأسواق والثقافات والأنظمة والقنوات الرقمية مع قرارات النمو والتوسع. ولم يعد التسويق الدولي مجرد نقل منتج أو رسالة إلى سوق جديد، بل أصبح عملية استراتيجية تتطلب قراءة معمقة للفرص، وتقييم المخاطر، وتكييف القيمة المقدمة مع توقعات العملاء في بيئات متعددة.

يركز هذا البرنامج من AINFCT على تمكين المشاركين من بناء منظور متقدم لإدارة التسويق عبر الحدود، بدءاً من تحليل الأسواق الخارجية واختيار نماذج الدخول المناسبة، وصولاً إلى تطوير التموضع العالمي، وتصميم المزيج التسويقي، وإدارة العلاقات مع الشركاء والعملاء في الأسواق المستهدفة. كما يتناول البرنامج أدوات عملية تساعد على الربط بين الرؤية الاستراتيجية والتنفيذ التسويقي، بما يحقق اتساقاً بين طموحات التوسع وقدرة المؤسسة على المنافسة والاستدامة. ويمنح البرنامج المشاركين قيمة تطبيقية تساعد على تحويل فرص الأسواق الدولية إلى خطط توسع قابلة للتنفيذ والقياس.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل جاذبية الأسواق الدولية المستهدفة
- تحديد استراتيجيات الدخول للأسواق الخارجية
- بناء تموضع تسويقي عالمي متماسك
- تصميم مزيج تسويقي مناسب للأسواق المختلفة
- تقييم مخاطر التوسع التسويقي الدولي
- قياس أداء مبادرات التوسع العالمي

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية تربط المفاهيم التسويقية بسياقات دولية عملية.
- تحليل حالات تطبيقية حول دخول أسواق جديدة وتحديات التوسع.
- تمارين جماعية لبناء مصفوفات اختيار السوق واستراتيجية الدخول.
- مناقشات موجهة حول اختلافات الثقافة والسلوك والقنوات التسويقية.
- تطبيق عملي لإعداد خارطة توسع تسويقي دولي مختصرة.

أثر الدورة على المنظمة

يمكن تعزيز قرارات النمو الدولي من خلال:

- اختيار أسواق خارجية أكثر ملاءمة
- تحسين كفاءة تخصيص الموارد التسويقية
- تقليل مخاطر الدخول للأسواق الجديدة
- تعزيز تنافسية العلامة عالمياً

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- قراءة الأسواق الدولية بعمق
- صياغة خطط توسع قابلة للتنفيذ
- إدارة قرارات التموضع العالمي
- متابعة مؤشرات الأداء التسويقي الدولي

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج المهنيين المعنيين بتطوير الأسواق والنمو الخارجي. كما يفيد القيادات التي تشارك في قرارات دخول أسواق جديدة أو إعادة بناء الحضور الدولي.

- مديرو التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال
- مسؤولو التصدير والتوسع والأسواق الخارجية
- مديرو العلامات التجارية والمنتجات الدولية
- قيادات الإدارات التجارية والتخطيط الاستراتيجي
- المختصون بإدارة القنوات والشراكات الدولية

اليوم الأول: مدخل استراتيجي إلى التسويق الدولي

- طبيعة التسويق الدولي ودوره في نمو المؤسسات
- الفرق بين التسويق المحلي والإقليمي والعالمي
- محركات التوسع العالمي وتغير سلوك العملاء
- تحليل البيئة الخارجية وفق نموذج PESTEL
- تحديد فرص النمو ومصادر الميزة التنافسية

اليوم الثاني: تحليل الأسواق واختيار أولويات التوسع

- معايير تقييم جاذبية الأسواق الدولية
- تحليل حجم الطلب والقدرة الشرائية واتجاهات النمو
- دراسة المنافسين والقنوات والبدائل المتاحة
- تجزئة الأسواق الدولية وتحديد الشرائح المستهدفة
- بناء مصفوفة أولويات لاختيار الأسواق المناسبة

اليوم الثالث: استراتيجيات الدخول والتموضع العالمي

- نماذج دخول الأسواق: التصدير والتحالفات والفروع والشراكات
- تقييم الملاءمة بين الموارد ونموذج الدخول
- استراتيجيات التوحيد والتكيف في الرسائل التسويقية
- تطوير التموضع العالمي وربطه بقيمة العلامة
- إدارة المخاطر التجارية والثقافية والتنظيمية

اليوم الرابع: تصميم المزيج التسويقي للأسواق الدولية

- تكيف المنتج أو الخدمة مع احتياجات السوق المستهدف
- استراتيجيات التسعير الدولي وتأثير العملة والتكلفة
- اختيار قنوات التوزيع والشركاء المحليين

- إدارة الاتصال التسويقي عبر ثقافات متعددة

- تخطيط الحملات الرقمية للأسواق الخارجية

اليوم الخامس: تنفيذ خطة التوسع وقياس الأداء

- تحويل الاستراتيجية الدولية إلى خطة تنفيذية

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية للتسويق الدولي

- إدارة فرق العمل والشركاء عبر الأسواق المختلفة

- متابعة تجربة العميل وسمعة العلامة عالمياً

- إعداد خارطة طريق للتوسع والتحسين المستمر

course_daily_schedule

يمتد البرنامج لمدة 5 أيام تدريبية، بواقع 4 ساعات يومياً. يتضمن كل يوم مزيجاً من العرض المفاهيمي، والمناقشة الموجهة، وتحليل الحالات، والتطبيقات العملية. يبدأ اليوم عادةً بمدخل معرفي يوضح المفاهيم الأساسية، ثم ينتقل إلى تطبيقات مرتبطة بقرارات التسويق الدولي، وينتهي بنشاط تلخيصي يربط مخرجات اليوم بخطة التوسع العالمية.

course_assessment

يعتمد تقييم المشاركين على التفاعل أثناء الجلسات، والمشاركة في التمارين التطبيقية، وتحليل الحالات، وإعداد مخرجات عملية مرتبطة بخطة التوسع التسويقي الدولي. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام صادرة عن AINFCT وفق متطلبات المشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- تحليل الأسواق الدولية
- التخطيط للتوسع العالمي
- إدارة التموضع التسويقي
- تصميم المزيج الدولي
- إدارة مخاطر السوق
- قياس الأداء التسويقي

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية
7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر
201152466358+
info@ainfct.com
ainfct.com

رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا
شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد
training@ainfct.com
ainfct.com