

دورة تطوير استراتيجيات العلامات التجارية المتقدمة

29 نوفمبر – 3 ديسمبر 2026

لانكاوي

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

دورة تطوير استراتيجيات العلامات التجارية المتقدمة

المرجع: 103656_103600457 **التاريخ:** 29 نوفمبر – 3 ديسمبر 2026 **المكان:** لانكاوي **الرسوم:** Euro 6000

AGILE LEADERS
Training Center

نظرة عامة على الدورة

صُممت دورة تطوير استراتيجيات العلامات التجارية المتقدمة خصيصاً لمديري العلامات التجارية الكبار، ومديري الهوية، وقادة التسويق الذين يشرفون على رؤية العلامة التجارية، والهوية المؤسسية، وثقة أصحاب المصلحة. يقدم هذا البرنامج التنفيذي فهماً عميقاً لتطوير العلامة التجارية الاستراتيجية، واستراتيجية هيكلة العلامات التجارية، ونظم الهوية البصرية للشركات، بالإضافة إلى شراكات الاستراتيجية والعلامات التجارية المشتركة. من خلال أطر عمل متقدمة، ودراسات حالة عالمية، ومحاكاة استراتيجية، يستكشف المشاركون كيفية تصميم وإدارة النظم البيئية للعلامات التجارية التي تدعم الاستراتيجية المؤسسية والسمعة والقيمة طويلة الأجل. يتجاوز هذا البرنامج الإدارة التشغيلية للعلامة التجارية لمعالجة أطر حوكمة العلامة التجارية، والعلامات التجارية المشتركة الاستراتيجية، ومواءمة أصحاب المصلحة على مستوى مجالس الإدارة والوزارات. ومن خلال دمج الرؤى المستمدة من برامج استراتيجية العلامات التجارية للشركات، والتعليم التنفيذي في استراتيجية العلامة التجارية، وقيادة الهوية البصرية للمسؤولين التنفيذيين، سيتعلم المشاركون كيفية دفع عجلة الاتساق والثقة والميزة الاستراتيجية من خلال التصميم والحوكمة الهادفة للعلامة التجارية.

الفئة المستهدفة

- رؤساء قطاع التسويق ومديرو العلامات التجارية
- رؤساء الاتصال المؤسسي وإدارة السمعة
- تنفيذيو الاستراتيجية والحوكمة في الوزارات
- الاستشاريون الكبار ومستشارو العلامات التجارية
- مديرو العلامات التجارية الكبار ومديرو الهوية وقادة التسويق

الإدارات المستهدفة

- إدارات الاستراتيجية المؤسسية والحوكمة
- إدارات العلامة التجارية والاتصال
- إدارات التسويق وعلاقات أصحاب المصلحة
- الشؤون العامة وإدارة السمعة
- إدارات الابتكار والشراكات الاستراتيجية

AGILE LEADERS
Training Center

القطاعات المستهدفة

- الحكومة والقطاع العام
- البنوك والمؤسسات المالية
- الطاقة، الاتصالات، والبنية التحتية
- السلع الفاخرة، التجزئة، والضيافة
- الرعاية الصحية، التعليم، والمنظمات غير الربحية

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- شرح أطر تطوير العلامات التجارية الاستراتيجية ومواءمتها مع أهداف المؤسسة
- تصنيف استراتيجيات هيكلة العلامات التجارية للمحافظ متعددة الكيانات
- مناقشة تصميم الهوية البصرية للقادة لتوصيل الثقة والمصداقية
- تحديد أطر حوكمة العلامة التجارية لضمان النزاهة والمرونة على المدى الطويل
- مقارنة وتقييم شراكات وتحالفات العلامات التجارية المشتركة
- تلخيص سبل تعزيز مواءمة العلامة التجارية وثقة أصحاب المصلحة والسمعة العالمية

محاور الدورة

اليوم الأول: القيادة الاستراتيجية للعلامة التجارية ومواءمة الهوية المؤسسية

اليوم الثاني: تصميم هيكلة العلامة التجارية وإدارة المحافظ المعقدة

اليوم الثالث: أنظمة الهوية البصرية المؤسسية وقيادة الثقة

اليوم الرابع: حوكمة العلامة التجارية وشراكات العلامات التجارية المشتركة

اليوم الخامس: تحول العلامة التجارية وإدارة السمعة المؤسسية على المدى الطويل

الأسئلة الشائعة

من هو الجمهور المستهدف الأساسي لهذه الدورة؟

تستهدف الدورة المديرين التنفيذيين، ومديري العلامات التجارية الكبار، وقادة التسويق والاتصال المؤسسي.

هل تتضمن الدورة تطبيقات عملية؟

نعم، تعتمد الدورة على محاكاة استراتيجية، ودراسات حالة عالمية، وورش عمل تفاعلية تلبي احتياجات مجالس الإدارة.

ما هي الأدوات المعرفية المقدمة للمشاركين؟

يحصل المشاركون على نماذج وأمثلة تشمل لوحة هيكل العلامة التجارية، ومصفوفة تقييم العلامات التجارية المشتركة، وإطار عمل حوكمة العلامة التجارية.