التدريب التعاوني

معهد نور أعمال العالي للتدريب

www.noorbusinessacademy.com

Marketing

مرحبا

أود أن أرحب بكم جميعًا في أكاديمية معهد نور أعمال العالي للتدريب والمعتمد من المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني حيث نلتزم بمستوى عالمي من التدريب يؤهل الشباب و الشابات لرؤية المملكة العربية السعودية 2030 وما بعدها!

إبداعنا ينبع من الفهم العميق للتحديات التي تواجه جيل الشباب للحاق بسوق العمل السعودي. حيث ندرك تمامًا أن مثل هذه التحديات تنبع من الفجوة بين المؤسسات التعليمية التي يأتون منها و متطلبات سوق العمل، ونؤمن أن مثل هذه الفجوة لا يمكن معالجتها إلا من خلال أكاديميات التدريب التي تطمح إلى قيادة صناعة التدريب مثلنا! ولذلك، أخذنا على عاتقنا سد الفجوة من خلال برامج تدريبية و تطويرية تمكن الشباب بالمعرفة والمهارات والقدرات اللازمة تؤهلهم و تزودهم بأدوات النجاح الوظيفي.

الرئيس و المؤسس

د. جنات عبدالله العباسي

Dr Jannat Al Abbasi

التدريب التعاوني

التدريب التعاوني في معهد نور أعمال العالي للتدريب هو برنامج إثرائي يستهدف تحقيق أعلى درجات الموائمة بين ما يدرسه المتدرب في دورات التخصص وبين ما تتطلبه مؤسسات العمل من معرفة و مهارات و قدرات فعلية و ذلك من خلال توفير تجربة تدريبية في بيئة عمل فعلية وفق ضوابط محددة.

يقدم هذا الدليل الخاص بالتدريب التعاوني مجموعة من المعلومات و اللوائح والأنظمة الخاصة بالتدريب التعاوني و الذي نوفره من خلال التعاون مع الجهات التدريبية من الشركات والمؤسسات ذات العلاقة بالتخصصات التدريبية التي تقدمها الأكاديمية في مدة لا تتجاوز 120 ساعة و تمتد الى 3 أشهر حسب التنسيق.



اهداف التدريب التعاوني

يهدف برنامج التدريب التعاوني إلى إعداد المتدرب وتأهيله لسوق العمل من خلال إتاحة الفرصة له لتطبيق المعارف والمهارات التي اكتسبها خلال دراسته الأكاديمية في بيئة عمل حقيقية. وتتمثل أبرز أهداف التدريب التعاوني فيما يلي:



- ربط الجانب الأكاديمي بالجانب العملي من خلال تحويل المعرفة النظرية إلى مهارات عملية قابلة للتطبيق في الميدان.
- اكتساب الخبرات المهنية من خلال المشاركة الفعلية في بيئة العمل.
- تطوير المهارات الشخصية مثل مهارات الاتصال، والتعامل مع الزملاء، والعمل الجماعي، وحل المشكلات، والانضباط الوظيفي.
- التعرف على بيئة العمل الفعلية واكتساب تصور واضح عن الهيكل الإداري والتنظيمي داخل المؤسسات.
- تعزيز فرص التوظيف من خلال بناء شبكة علاقات مهنية، ورفع مستوى الجاهزية للعمل بعد التخرج.
- التقييم الذاتي والمهني: منح الطالب الفرصة لتقييم مدى مناسبة تخصصه واهتماماته لمسيرته المهنية المستقبلية.


SALE REPORT
Medical
TITLE

محاور التدريب

الهدف: تمكين الطالب من تطبيق المفاهيم التسويقية النظرية في بيئة العمل، وفهم طبيعة العمل التسويقي داخل المؤسسات.

أبحاث السوق والتحليل التسويقي و المنافسين



الهدف: تزويد المتدرب بالقدرة على جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالأسواق والعملاء والمنافسين لاتخاذ قرارات تسويقية فعالة.

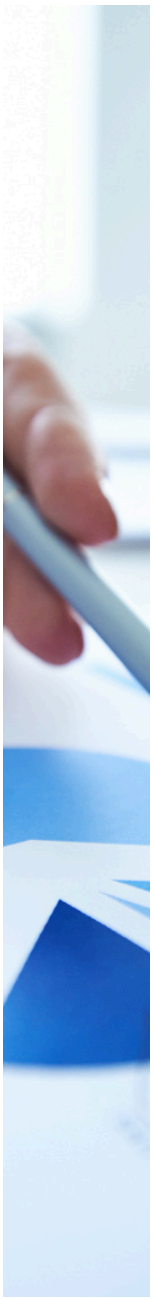
- **جمع البيانات**
- إعداد استبيانات، مقابلات، مجموعات تركيز (Focus Groups)، أو مراجعة مصادر ثانوية.
- **تحليل البيانات**
- استخدام أدوات مثل SPSS، Google Sheets، Excel أو Google Forms لتحليل النتائج.
- **تقسيم السوق**
- تحليل الفئة المستهدفة بناءً على ديموغرافية، سلوكية، جغرافية، أو نفسية.
- **تحليل المنافسين**
- عمل مقارنة تفصيلية بين منتجات أو خدمات المنشأة ومنافسيها (SWOT 4Ps).
- **تفسير النتائج**
- استخلاص استنتاجات عملية وتقديم توصيات تسويقية مستندة إلى البيانات.


View
Window
Help
fix.lrcat - Adobe Photoshop Lightroom Classic - Develop
Library | Develop | Map
oft Proofing
photos / 1 selected /IMG_7092.HEIC

محاور التدريب

الهدف: تمكين الطالب من تطبيق المفاهيم التسويقية النظرية في بيئة العمل، وفهم طبيعة العمل التسويقي داخل المؤسسات.

بناء العلامة التجارية و ادارة العلاقات العامة



- المساعدة في وضع خطط لتسعير المنتجات.
- اختيار قنوات توزيع فعّالة.
- دعم فريق التصميم في تطوير المواد الترويجية.
- المشاركة في حملات تسويق ميداني إن وجدت.
- المساعدة في تطوير كتيب الهوية البصرية Brand Book.
- تحليل وضع العلامة التجارية مقارنة بالمنافسين.
- متابعة التفاعل مع العلامة وتحليل مستوى الوعي بها.
- ادارة العلاقات العامة وخدمة العملاء
- الرد على استفسارات العملاء عبر البريد أو السوشيال ميديا.
- جمع الملاحظات وتوثيق الشكاوى لتحسين الأداء.
- المشاركة في تحسين تجربة العميل (Customer Journey Mapping).



محاور التدريب

الهدف: تمكين الطالب من تطبيق المفاهيم التسويقية النظرية في بيئة العمل، وفهم طبيعة العمل التسويقي داخل المؤسسات.

إدارة التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي



- ادارة وسائل التواصل الاجتماعي
- جدولة المنشورات واستخدام أدوات مثل Hootsuite أو Meta Business Suite.
- تحليل الأداء
- الإعلانات المدفوعة
- إعداد حملات عبر Google Ads أو Meta Ads.
- تتبع النتائج وتحسين الأداء.
- تحسين محركات البحث (SEO)
- كتابة محتوى متوافق مع SEO
- البحث عن الكلمات المفتاحية
- التسويق بالبريد الإلكتروني
- استخدام أدوات مثل Mailchimp أو Brevo.
- إعداد نشرات بريدية وتحليل معدلات الفتح والنقر.


PRODUCT
PRICE
TARGET
PROMOTE
PLACE

محاور التدريب

الهدف: تمكين الطالب من تطبيق المفاهيم التسويقية النظرية في بيئة العمل، وفهم طبيعة العمل التسويقي داخل المؤسسات.

إدارةالمبيعات والتفاوض



- التدريب على كتابة العروض السعرية والعروض التقديمية.
- حضور اجتماعات مبيعات مع العملاء (إن أمكن).
- دعم الفريق البيعي في تتبع العملاء المحتملين (Leads).
- المساهمة في إعداد خطة تسويقية و بيعية فصلية/سنوية.
- وضع أهداف تسويقية قابلة للقياس (SMART Objectives).
- تقييم الأداء التسويقي باستخدام مؤشرات الأداء (KPIs).
- تنظيم الفعاليات والمعارض
- المساعدة في التخطيط والتنسيق للفعاليات.
- إعداد وتجهيز المواد التسويقية للمعارض (بروشورات – بنرات).
- توثيق الحدث وتصميم تقارير ختامية عنه.