



كوتلر في الشرق الأوسط

عميد التسويق في العالم

Kotler In Middle East
The Most Famous In Marketing

التسويق وصناعة الفرص Marketing and Opportunities

12th Oct. 2009
Crown Plaza Hotel - Bahrain

1. How companies should respond to the global financial crisis.
2. How marketing and sales and advertising must be adjusted.
3. Finding new growth opportunities in the midst of the crisis.

1. كيف يجب أن تتعامل الشركات والمؤسسات مع الأزمة المالية العالمية.
2. كيف تتكاتف قوى التسويق والمبيعات والدعاية والإعلان الآن.
3. اغتتم أعظم وأكبر الفرص الجديدة في وسط الأزمة.

سجل الآن ... فرصة لن تتكرر





كوتلر

في الشرق الأوسط
عميد التسويق في العالم

Kotler

In Middle East
The Most Famous in Marketing

Marketing and Opportunities

التسويق وصناعة الفرص

Contents

المحتوى

1. How companies should respond to the global financial crisis.

- The Business of Managing and Marketing in The Age of Turbulence.
- Using Early Warning Systems and Scenario Planning.
- Using the New Analytical Methods in Marketing.
- Organizing a Superior Marketing Department.
- How governments develop and position the skill sets and resources of their companies for global competition.

1. كيف يجب أن تتعامل الشركات والمؤسسات مع الأزمة المالية العالمية.

- إدارة الأعمال والتسويق في زمن الاضطرابات.
- استخدام نظم الإنذار المبكر والخطط البديلة.
- ما هي أفضل مناهج البحث والتسويق.
- خلق إدارة عليا لقسم التسويق .
- كيف تطور الحكومة وقطاع الأعمال موارد ومهارات مؤسساتكم للمنافسة العالمية.

2. How marketing and sales and advertising must be adjusted.

- Making Appropriate Marketing Adjustments.
- Even a Commodity Can be Differentiated.
- Aligning Marketing and Sales.
- Aligning Marketing and the Other Departments.
- Differentiating Your Product and Brand.

2. كيف يتكاتف التسويق والمبيعات والدعاية والإعلان الآن.

- اجعل التغيرات التسويقية ملائمة لك.
- حتى السلع يمكن تمييزها.

3. Finding new growth opportunities in the midst of the crisis.

- Using Better Marketing Research Methods.
- Two New Frameworks for Finding New Opportunities.
- Building a Strong Brand.
- Entering Foreign Markets.
- Blending Traditional and New Advertising Media.

- التوفيق بين التسويق والمبيعات.

- التوفيق بين التسويق والإدارات الأخرى.

- التفريق بين المنتج والعلامة التجارية.

3. كيفية إيجاد أعظم الفرص الجديدة في وسط الأزمة

- اثنين من الأطر الجديدة لإيجاد فرص جديدة.
- بناء العلامة التجارية القوية.
- دخول الأسواق الأجنبية.
- مزج الإعلانات التقليدية والجديدة لوسائل الإعلام.
- استخدام أساليب التحليل الحديثة في التسويق.

THE VISE:

المقعد العادي 525\$	المقعد أمامي VIP \$1050
------------------------	----------------------------

