



مجموعة المالكي للتدريب والتطوير

تقدم

الورشة التدريبية بعنوان

بناء العلامة التجارية الوطنية

مكان الإنعقاد : الإمارات العربية المتحدة - دبي

تاريخ الإنعقاد : 19 - 23 / 01 / 2025.





مقدمة :

بناء العلامة التجارية الوطنية أصبح أمرًا حيويًا للدول التي تسعى إلى تعزيز مكانتها على الساحة الدولية وجذب الاستثمارات، وتعزيز السياحة، وتشجيع التجارة. العلامة التجارية الوطنية ليست مجرد شعار أو حملة إعلانية، بل هي صورة شاملة تعكس الهوية والقيم والتطلعات الوطنية. تتطلب عملية بناء العلامة التجارية الوطنية استراتيجية متكاملة تجمع بين الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المدني، وتستند إلى التحليل الدقيق للأصول الثقافية والاقتصادية والاجتماعية.

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المشاركين من فهم وتطبيق أحدث المفاهيم والاستراتيجيات في بناء العلامة التجارية الوطنية. سيركز البرنامج على استعراض أفضل الممارسات والتجارب العالمية، وتحليل عناصر العلامة التجارية الوطنية، وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة، وتعزيز دور الإعلام والتواصل في بناء صورة إيجابية للدولة.

أهداف الورشة:

- فهم مفهوم العلامة التجارية الوطنية وأهميتها في تعزيز مكانة الدولة.
- التعرف على عناصر العلامة التجارية الوطنية (مثل القيم، الثقافة، الهوية، الرموز، الشعار).
- تحليل أفضل الممارسات والتجارب العالمية في بناء العلامات التجارية الوطنية.
- تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للترويج للعلامة التجارية الوطنية.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الرقمية في بناء وتقوية العلامة التجارية.
- تعزيز دور الإعلام والتواصل في بناء صورة إيجابية للدولة.
- تطبيق المعرفة المكتسبة في تطوير وتنفيذ استراتيجيات بناء العلامة التجارية الوطنية.

محتويات الورشة:

اليوم الأول:

مقدمة إلى العلامة التجارية الوطنية

- مفهوم العلامة التجارية الوطنية وأهميتها في تعزيز مكانة الدولة.
- العناصر الأساسية للعلامة التجارية الوطنية (مثل القيم، الثقافة، الهوية، الرموز، الشعار).
- التحديات التي تواجه بناء علامة تجارية وطنية قوية.
- ورشة عمل: تحليل علامة تجارية وطنية حالية وتحديد نقاط القوة والضعف.



اليوم الثاني:

أفضل الممارسات والتجارب العالمية

- استعراض أمثلة ناجحة لعلامات تجارية وطنية من مختلف دول العالم.
- تحليل عوامل نجاح هذه العلامات التجارية.
- دروس مستفادة يمكن تطبيقها في بناء العلامة التجارية الوطنية.
- ورشة عمل: دراسة حالة لعلامة تجارية وطنية ناجحة وتحديد العوامل الرئيسية التي ساهمت في نجاحها.

اليوم الثالث:

تطوير استراتيجيات التسويق

- تحديد أهداف التسويق للعلامة التجارية الوطنية.
- تحليل الجمهور المستهدف وتحديد احتياجاته وتفضيلاته.
- اختيار قنوات التسويق المناسبة (مثل الإعلام التقليدي، وسائل التواصل الاجتماعي، الفعاليات).
- تطوير رسائل تسويقية فعالة ومقنعة.
- ورشة عمل: تطوير استراتيجية تسويقية للعلامة التجارية الوطنية.

اليوم الرابع:

دور الإعلام والتواصل الرقمي

- أهمية الإعلام والتواصل في بناء وتقوية العلامة التجارية الوطنية.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الرقمية في الترويج للعلامة التجارية.
- بناء علاقات قوية مع وسائل الإعلام والمؤثرين.
- إدارة السمعة الرقمية للدولة.
- ورشة عمل: تطوير خطة للتواصل الرقمي لتعزيز العلامة التجارية الوطنية.

اليوم الخامس:

قياس الأثر والتطبيق العملي

- أهمية قياس وتقييم أثر استراتيجيات بناء العلامة التجارية.
- أدوات وتقنيات قياس الأثر.
- تطبيق المعرفة المكتسبة في تطوير وتنفيذ استراتيجية بناء العلامة التجارية الوطنية.
- تقييم البرنامج التدريبي وحلقة نقاش مفتوحة.
- إعداد خطط عمل فردية لتطبيق المعرفة المكتسبة.



أساليب التدريب :

- نقاشات مفتوحة لتحليل وجهات النظر.
- دراسة حالات.
- قصص وأمثلة واقعية .
- التمارين واختبارات الشخصية.
- العصف الذهني.
- تكليف المتدربين بمشروعات جماعية أو فردية.
- ربط المحتوى بتجارب مألوفة.