

# محاضرة جامعية التسويق في صناعة الأغذية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

محاضرة جامعية

التسويق في صناعة الأغذية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل العلمي: TECH Global University

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtute.com/ae/nutrition/postgraduate-certificate/marketing-food-industry](http://www.techtute.com/ae/nutrition/postgraduate-certificate/marketing-food-industry)

# الفهرس

01

المقدمة

صفحة 4

02

الأهداف

صفحة 8

03

الهيكل والمحتوى

صفحة 12

04

المنهجية

صفحة 16

05

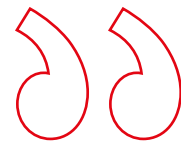
المؤهل العلمى

صفحة 24

# المقدمة

تعد التجارة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وتحليلات البيانات من العناصر التي ساعدت أقسام التسويق في الشركات على تنفيذ استراتيجياتها بالطريقة المثلى والوصول إلى المزيد من الأسواق. في حالة صناعة الأغذية، يجب أن يتم تنفيذ البدائل التي سيتم تطبيقها لتحسين وضع المنتجات التي يتم الترويج لها وزيادة مبيعاتها من قبل خبراء لديهم صورة ملموسة للغاية عن احتياجات المستهلك. ومع وضع ذلك في الاعتبار، صممت جامعة TECH هذه المؤهل العلمي بهدف تزويد المشاركين بنظرة عامة واسعة على ظروف سوق الأغذية الحالية وسلوك المستهلك. كل هذا، بطريقة 100% عبر الإنترنت، وهي ميزة ستتيح لهم المزيد من التحكم في وقتهم.

هل تريد أن تكون جزءًا من أفضل المحترفين في صناعة  
الأغذية؟ ابدأ هذا البرنامج وستصل إلى هناك في وقت قصير"



تحتوي المحاضرة الجامعية في التسويق في صناعة الأغذية على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدائثة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير دراسات حالة عملية يقدمها خبراء في التسويق في صناعة الأغذية
- ♦ محتوياتها البيانية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها تجمع المعلومات العلمية والرعاية العملي حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها على المنهجيات المبتكرة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للحدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

في سوق شديدة التنافسية، تحتاج الشركات إلى محترفين مدربين في مجال التسويق، حيث أنهم سيضعون استراتيجيات فعالة تلبى احتياجات المستهلكين وتسمح للشركة بالنمو في هذه الصناعة. لهذا السبب، تهدف هذه المحاضرة الجامعية إلى تلبية هذا الطلب وتدريب المشاركين بالأدوات اللازمة لتمكينهم من مواجهة تحديات هذا القطاع.

سيحظى الطلاب خلال البرنامج بفرصة تعلم أهم مفاهيم التسويق وتطوير المهارات المتقدمة لتطبيق الاستراتيجيات المثلى. بالإضافة إلى ذلك، ستتم دراسة الجوانب المتعلقة بتجزئة السوق وتطوير حملات إعلانية فعالة، بهدف تزويد الطالب بمعرفة متعمقة بالخصائص الشرائية للجمهور المستهدف وتركيز الجهود على تلبية احتياجاته.

كما سيتعرف الطلاب أيضاً على الجوانب الاجتماعية التي تؤثر على قرارات الاستهلاك، مما سيمكنهم من تطبيق الاستراتيجية الصحيحة بسهولة أكبر على شريحة السوق التي تم تحديدها. وبهذا، سيقوي الطلاب مهاراتهم ويكونوا قادرين على التكيف مع التغيرات في صناعة الأغذية.

يتم تدريس هذا البرنامج باستخدام منهجية إعادة التعلم المبتكرة Relearning، والتي تتيح الدراسة 100% عبر الإنترنت، مما يمنح الطلاب المرونة للدراسة من أي مكان وفي الوقت الذي يناسبهم. بالإضافة إلى ذلك، سيتمكن الطلاب من الوصول إلى موارد الوسائط المتعددة على مدار 24 ساعة في اليوم، مما يسهل عليهم الدراسة بالسرعة التي تناسبهم. بالإضافة إلى ذلك، من خلال تحليل دراسات الحالة، سيطور الطلاب مهارات حل المشكلات من خلال مواجهة مواقف محاكاة في بيئة واقعية.

محاضرة جامعية تتيح لك التميز مهنيًا في مجال  
صناعة الأغذية"



ستكون منهجية إعادة التعلم Relearning أفضل حليف لك حتى تتمكن من تعزيز إتقانك لمفاهيم التسويق.

ستتيح لك موارد الوسائط المتعددة لهذا البرنامج تجربة تعليمية ديناميكية ومتكاملة

تعلّم على طريقته الخاصة التقنيات الأكثر فعالية لفهم سلوك المستهلكين وبالتالي تطوير استراتيجيات تلبي احتياجاتهم"

البرنامج يضم في أعضاء هيئة تدريسه محترفين في هذا المجال يصبون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

سيسمح محتوى الوسائط المتعددة المُعد بأحدث التقنيات التعليمية بالتعلم المهني والسياقي، أي بيئة محاكاة توفر تدريبًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة التي تنشأ طوال العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



# 02 الأهداف

الهدف الرئيسي من هذا البرنامج التعليمي هو تزويد الطلاب بأحدث التطورات في صناعة الأغذية، وتزويدهم بمعرفة متعمقة بالجوانب العملية لإدارة حملة تسويقية تركز على صناعة الأغذية. وبهذه الطريقة، سيتمكن طلابنا من تصميم استراتيجيات تحسن من مكانة الشركة وتلبي احتياجات المستهلك. وسيتم تحقيق كل ذلك من خلال دراسة محتوى الوسائط المتعددة الذي سيعزز مهارات طلابنا في هذا المجال.





استكشف أفضل الممارسات في تسويق الأغذية الصحية  
والمستدامة من أجل تكييف استراتيجيتك مع اتجاهات  
السوق الحالية"



## الأهداف العامة



- ♦ التحكم في الحوائب الرياضية والإحصائية والاقتصادية التي تنطوي عليها الأعمال التجارية الغذائية.
- ♦ تحليل الاتجاهات في إنتاج الغذاء واستهلاكه
- ♦ تقييم وإدراك الأهمية الصحية والوقائية لبرامج التنظيف، التطهير، القضاء على الحشرات والتخلص من الحرائيم في السلسلة الغذائية
- ♦ المشورة العلمية والتقنية بشأن المنتجات الغذائية وتطوير المنتجات الغذائية



## الأهداف المحددة



- معرفة وفهم مفاهيم وأدوات ومنطق التسويق كنشاط تجاري متأصل في إنتاج الغذاء
- تعلّم كيفية اتخاذ القرارات المتعلقة بتسويق المنتجات مثل إيجاد الفرص التسويقية وتصميم الاستراتيجيات والإجراءات اللازمة لتسويق الأغذية بنجاح.
- معرفة إجراءات تحليل السوق وسلوك المستهلك لتقديم المشورة للشركات في تطوير أغذية جديدة
- تصميم وتطبيق اختبارات المنتجات المختلفة المطبقة على الغذاء للتنبؤ بسلوك السكان المستهدفين

جهّز نفسك من خلال هذه المحاضرة الجامعية وعزز حياتك المهنية في عالم التسويق الشيق في مجال صناعة الأغذية"



# الهيكل والمحتوى

تم وضع منهج هذه المحاضرة الجامعية من قبل خبراء يتمتعون بخبرة واسعة في صناعة الأغذية، بهدف تقديم تعليم من الدرجة الأولى لطلابنا. وبالتالي، ستتاح الفرصة للمشاركين لاكتساب المعرفة المتخصصة في وضع استراتيجيات التسويق وفي بحث الأسواق ومستهلكيها. وسيحقق ذلك من خلال دراسة مصادر الوسائط المتعددة وتحليل دراسات الحالة، مما يمكّن طلابنا من تطوير مهارات مهنية متميزة في هذا المجال.



صمم أفضل الاستراتيجيات التسويقية لتمييز في صناعة الأغذية  
وتغزو السوق بفضل هذه المؤهل العلمي"



## الوحدة 1. التسويق وسلوك المستهلك

- 1.1 مفهوم ووظيفة التسويق في الشركة
  - 1.1.1 مفهوم وطبيعة التسويق
  - 2.1.1 عملية التسويق Marketing
  - 3.1.1 أسواق الشركة
  - 4.1.1 التطور في مناهج العمل للسوق
  - 5.1.1 التطور والاتجاهات الحالية في التسويق
- 2.1 سلوك المستهلك فيما يتعلق بالغذاء
  - 1.2.1 طبيعة ونطاق دراسة سلوك المستهلك
  - 2.2.1 العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك
  - 3.2.1 عملية قرار الشراء
  - 4.2.1 عملية الشراء التنظيمي
- 3.1 أبحاث سوق الغذاء
  - 1.3.1 مفهوم وأهداف وأنواع البحوث التسويقية
  - 2.3.1 مصادر المعلومات في التسويق
  - 3.3.1 عملية البحث في الأعمال
  - 4.3.1 أدوات البحث التجاري
  - 5.3.1 الأسواق والعملاء: التجزئة
- 4.1 قرارات التسويق المتعلقة بالأغذية كمنتجات تجارية
  - 1.4.1 الغذاء كمنتجات وخصائص وتصنيف
  - 2.4.1 قرارات بشأن المنتجات الغذائية
  - 3.4.1 قرارات العلامة التجارية
  - 5.1 تطوير وتسويق أغذية جديدة
    - 1.5.1 استراتيجية تطوير منتج جديد
    - 2.5.1 مراحل تطوير المنتجات الجديدة
    - 3.5.1 إدارة منتج جديد

- 10.1. البعد الاجتماعي في عملية شراء المستهلك
  - 1.10.1. الثقافة وتأثيرها على المستهلكين: الأبعاد والمفهوم والجوانب المميزة للثقافة
  - 2.10.1. قيمة الاستهلاك في الثقافات الغربية
    - 1.2.10.1. الطبقات الاجتماعية وسلوك المستهلك: المفهوم والخصائص وإجراءات القياس
    - 3.2.10.1. أنماط الحياة
  - 3.10.1. المجموعات: مفهوم وخصائص وأنواع المجموعات
    - 1.3.10.1. تأثير الأسرة على قرارات الشراء
    - 2.3.10.1. أنواع قرارات الشراء الأسرية والعوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرارات الأسرية
    - 3.3.10.1. دورة الحياة الأسرية

- 4.5.1. سياسات التسويق في دورة حياة المنتج
- 6.1. سياسات الإدارة والتسعير
  - 1.6.1. الأسعار، نهج المفهوم
  - 2.6.1. طرق التسعير
  - 3.6.1. استراتيجيات التسعير للمنتجات الجديدة
  - 4.6.1. تسعير مزيج/محفظة المنتجات.
  - 5.6.1. استراتيجيات تعديل الأسعار
- 7.1. التواصل مع السوق
  - 1.7.1. دور الاتصالات التسويقية
  - 2.7.1. أدوات الاتصال
  - 3.7.1. تطوير الاتصال الفعال
  - 4.7.1. عوامل تكوين مزيج الاتصال
- 8.1. توزيع المواد الغذائية
  - 1.8.1. المقدمة
  - 2.8.1. قرارات تصميم القناة
  - 3.8.1. القرارات المتعلقة بإدارة القناة
  - 4.8.1. التكامل وأنظمة القنوات
  - 5.8.1. التغييرات في تنظيم القناة
- 9.1. عملية قرار المستهلك
  - 1.9.1. المحفزات وخصائص السوق وعلاقتها باختيار المستهلك
    - 1.1.9.1. قرار شراء واسع النطاق ومحدود وروتيني
    - 2.1.9.1. قرارات الشراء عالية المشاركة ومنخفضة المشاركة
    - 3.1.9.1. نوع المشتريين
  - 2.9.1. التعرف على المشكلة: المفهوم والعوامل المؤثرة
  - 3.9.1. البحث عن المعلومات: المفهوم والأنواع والأبعاد ومحددات عملية البحث
  - 4.9.1. تقييم المعلومات: معايير التقييم واستراتيجيات أو قواعد اتخاذ القرار
  - 5.9.1. الجوانب العامة لاختيار العلامة التجارية
    - 1.5.9.1. اختيار المنشأة
    - 2.5.9.1. عمليات ما بعد الشراء



لديك الحافز للتطور في مجالك المهني  
وستوفر لك جامعة TECH الأدوات اللازمة  
لتحقيق ذلك. لا تنتظر أكثر من ذلك وابدأ الآن"

# المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم، فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: *Relearning* أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).





اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"





## في جامعة TECH نستخدم منهج دراسة الحالة

أمام حالة سريرية معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ خلال البرنامج، سيواجه الطلاب العديد من الحالات السريرية المحاكاة بناءً على مرضى حقيقيين وسيتعين عليهم فيها التحقيق ووضع الفرضيات وأخيراً حل الموقف. هناك أدلة علمية وفيرة على فعالية المنهج، حيث يتعلم المتخصصون بشكل أفضل وأسرع وأكثر استدامة مع مرور الوقت.

مع جامعة TECH يمكن لأخصائيي التغذية تجربة  
طريقة تعلم تهز أسس الجامعات التقليدية في  
جميع أنحاء العالم.

وفقاً للدكتور Gérvas، فإن الحالة السريرية هي العرض المشروح لمريض، أو مجموعة من المرضى، والتي تصبح «حالة»، أي مثالاً أو نموذجاً يوضح بعض العناصر السريرية المميزة، إما بسبب قوتها التعليمية، أو بسبب تفردتها أو ندرتها. لذا فمن الضروري أن تستند الحالة إلى الحياة المهنية الحالية، في محاولة لإعادة إنشاء عوامل التكيف الحقيقية في الممارسة المهنية في مجال التغذية.



هل تعلم أن هذا المنهج تم تطويره عام 1912 في جامعة هارفارد للطلاب دارسي القانون؟ وكان يتمثل منهج دراسة الحالة في تقديم مواقف حقيقية معقدة لهم لكي يقوموا باتخاذ القرارات وتبرير كيفية حلها. وفي عام 1924 تم تأسيسها كمنهج تدريس قياسي في جامعة هارفارد"

#### تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. أخصائيو التغذية الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.

2. يركز منهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح لأخصائيي التغذية بالاندماج بشكل أفضل في الممارسات اليومية.

3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.

4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

## منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس. نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning.



سوف يتعلم أخصائي التغذية من خلال الحالات الحقيقية وحل المواقف المعقدة في بيئات التعلم المحاكاة. تم تطوير هذه المحاكاة من أحدث البرامج التي تسهل التعلم الغامر.

في طليعة المناهج التربوية في العالم، تمكنت منهجية إعادة التعلم من تحسين مستويات الرضا العام للمهنيين، الذين أكملوا دراساتهم، فيما يتعلق بمؤشرات الجودة لأفضل جامعة عبر الإنترنت في البلدان الناطقة بالإسبانية (جامعة كولومبيا).

من خلال هذه المنهجية، قمنا بتدريب أكثر من 45000 أخصائي تغذية بنجاح غير مسبوق، في جميع التخصصات السريرية بغض النظر عن العبء الجراحي. تم تطوير منهجيتنا التربوية في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

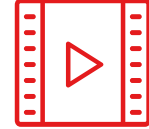
في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً فننساها ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي.

النتيجة الإجمالية التي حصل عليها نظام التعلم في TECH هي 8.01، وفقاً لأعلى المعايير الدولية.



## يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

### المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموهاً حقاً.

ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

### أحدث تقنيات وإجراءات التغذية المعروضة في الفيديوهات



تقدم TECH للطلاب أحدث التقنيات وأحدث التطورات التعليمية والتقنيات الرائدة في الوقت الراهن في مجال استشارات التغذية. كل هذا، بصيغة المتحدث، بأقصى درجات الصرامة، موضحاً ومفصلاً للمساهمة في استيعاب وفهم الطالب. وأفضل ما في الأمر أنه يمكن مشاهدتها عدة مرات كما تريد.

### ملخصات تفاعلية

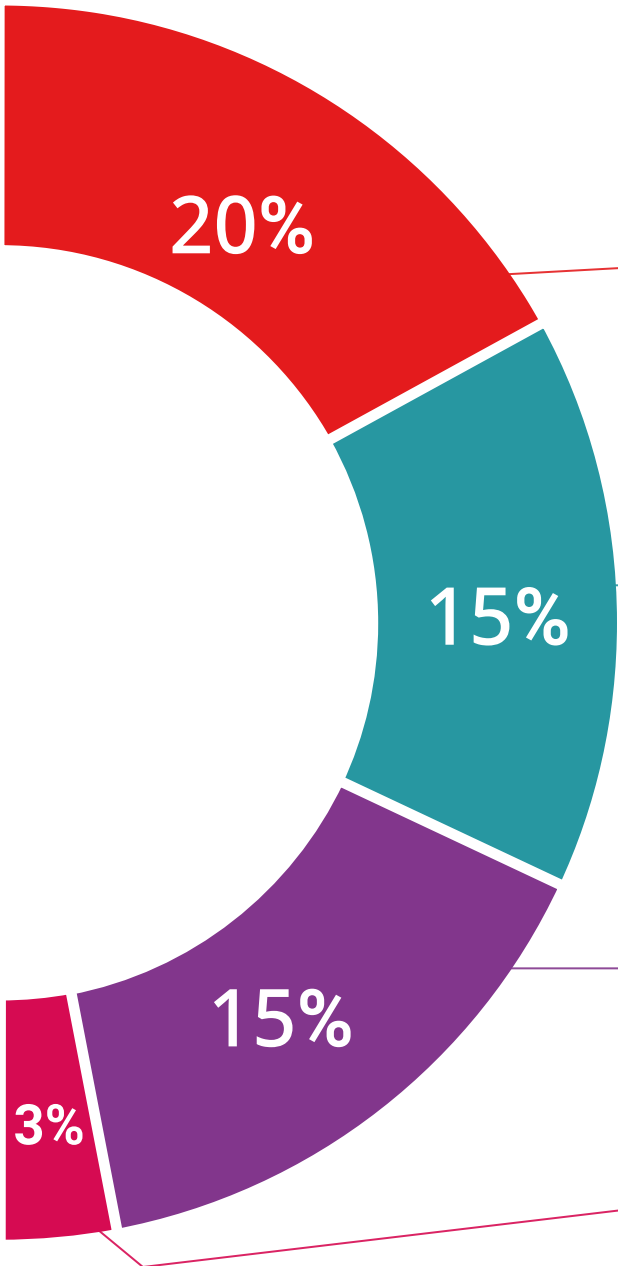


يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا نظام التأهيل الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".

### قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية.. من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





### تحليل الحالات التي تم إعدادها من قبل الخبراء وإرشاد منهم

يجب أن يكون التعلم الفعال بالضرورة سياقياً. لذلك، تقدم TECH تطوير حالات واقعية يقوم فيها الخبير بإرشاد الطالب من خلال تنمية الانتباه وحل المواقف المختلفة: طريقة واضحة ومباشرة لتحقيق أعلى درجة من الفهم.



### الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



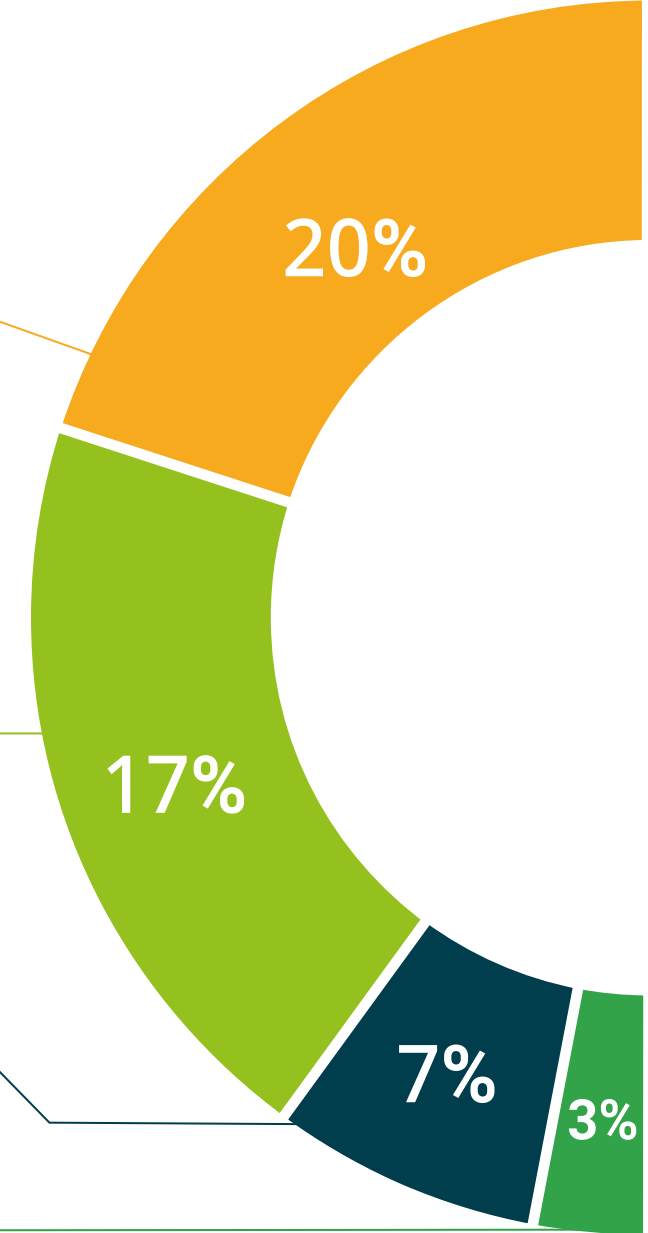
### المحاضرات الرئيسية

هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى Learning from an Expert أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.



### إرشادات توجيهية سريعة للعمل

تقدم جامعة TECH المحتويات الأكثر صلة بالمحاضرة الجامعية في شكل أوراق عمل أو إرشادات توجيهية سريعة للعمل. إنها طريقة موجزة وعملية وفعالة لمساعدة الطلاب على التقدم في تعلمهم.



05

# المؤهل العلمي

تضمن المحاضرة الجامعية في التسويق في صناعة الأغذية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على شهادة اجتياز المحاضرة الجامعية الصادرة عن TECH Global University.





اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على مؤهل علمي دون الحاجة إلى السفر أو القيام بإجراءات مرهقة"



تحتوي ال محاضرة الجامعة في التسويق في صناعة الأغذية على البرنامج العلمية الأكثر اكتمالا و حداثة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل ال محاضرة الجامعة الصادرعن TECH الجامعة التكنولوجية.

إن المؤهل الصادرعن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج المحاضرة الجامعة وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: محاضرة الجامعة في التسويق في صناعة الأغذية

طريقة: عبر الإنترنت

مدة: 6 أسابيع



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الحاضر المعينة

الابتكار

**tech** الجامعة  
التكنولوجية

الحاضر

الجودة

المعرفة

محاضرة جامعية

التسويق في صناعة الأغذية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل العلمي: TECH Global University

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

# محاضرة جامعية التسويق في صناعة الأغذية