



ދިވެހިރާއްޖޭގެ ޖުމްހޫރީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ
 ދަތުރު، ދިވެހިރާއްޖޭގެ

ދަތުރު ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ

2022 ޖޯސަރ 29	ޖޯސަރ:	MNU-CA-PAMD/2022/031	އިތުރު ސަރަޙައްދު:
10:00	ޖަހަ:	04 ޖުލައި 2022	ޖޯސަރ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ
10:00	ޖަހަ:	7 ޖުލައި 2022	ޖޯސަރ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ
ޖޯސަރ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ			ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ
ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ			ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ

1. ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ
 ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ

2. ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ
 ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ
 ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ ޖެނެރަލް ޔުނިވަރސިޓީ

#	Subject
1	Voyage planning and Navigation
2	Celestial, Terrestrial and Electronic Navigation
3	Gyro and Magnetic Compass
4	Watchkeeping, Collision Regulations (Colregs) and Navigational Emergencies
5	Meteorology, Oceanography and Tides
6	Advanced Cargo Operations
7	Trim and Stability
8	Maritime Law
9	Ship Construction, Ship Stress, and Stability
10	Marine Engineering and Control Systems
11	Command Navigation
12	Leadership, Shipboard Management, Safety and Emergencies
13	Shiphandling

1.12. استراتيجية التسويق

تتمثل الاستراتيجية التسويقية في تحديد المنتجات التي سيتم تقديمها، وكيفية تقديمها، وأين سيتم تقديمها، وكيفية توزيعها، وكمياتها، وأسعارها، وتوقيتها، وكيفية الترويج لها، وكيفية قياس نجاحها.

- نسبة: 45%
- نسبة: 30%
- نسبة: 25%

الهدف من استراتيجية التسويق:

الهدف	النسبة المئوية
توسيع حصة السوق	45
زيادة حجم المبيعات في السوق الحالية	40
تعزيز ولاء العملاء	25
CoC توسيع حصة السوق	20
CoC كفاءة التوزيع	15

1.1. الهدف من استراتيجية التسويق

- تحديد الأهداف التسويقية التي سيتم تحقيقها خلال فترة زمنية محددة (على المدى القصير أو المتوسط).
- تحديد الميزانية التسويقية التي سيتم تخصيصها لتحقيق هذه الأهداف.
- تحديد القنوات التسويقية التي سيتم استخدامها للوصول إلى العملاء المستهدفين.
- تحديد التوقيت المناسب لتطبيق الاستراتيجية التسويقية.

9. عناصر الاستراتيجية

تتمثل عناصر الاستراتيجية في تحديد المنتجات التي سيتم تقديمها، وكيفية تقديمها، وأين سيتم تقديمها، وكيفية توزيعها، وكمياتها، وأسعارها، وتوقيتها، وكيفية الترويج لها، وكيفية قياس نجاحها.

10. استراتيجية التسويق

تتمثل الاستراتيجية التسويقية في تحديد المنتجات التي سيتم تقديمها، وكيفية تقديمها، وأين سيتم تقديمها، وكيفية توزيعها، وكمياتها، وأسعارها، وتوقيتها، وكيفية الترويج لها، وكيفية قياس نجاحها.

11. توزيع المنتجات

تتمثل استراتيجية التوزيع في تحديد القنوات التي سيتم استخدامها للوصول إلى العملاء المستهدفين، وكيفية توزيع المنتجات، وكمياتها، وأسعارها، وتوقيتها، وكيفية الترويج لها، وكيفية قياس نجاحها.

12. استراتيجية التسويق

- استراتيجية التسويق التي سيتم استخدامها لتحقيق الأهداف التسويقية.
- استراتيجية التسويق التي سيتم استخدامها لتحقيق الأهداف التسويقية.
- استراتيجية التسويق التي سيتم استخدامها لتحقيق الأهداف التسويقية.

