

ماجستير نصف حضوري إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير نصف حضوري إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات

طريقة الدراسة: نصف حضوري (أونلاين + الممارسة الإكلينيكية)

مدة الدراسة: 12 شهر

المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

عدد الساعات الدراسية: 1620 ساعة

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitute.com/ae/school-of-business/hybrid-professional-master-degree/hybrid-professional-master-degree-sales-commercial-management

الفهرس

04	الكفاءات	16 صفحة
03	الأهداف	12 صفحة
02	لماذا تدرس برنامج الماجستير النصف حضوري هذا؟	8 صفحة
01	المقدمة	4 صفحة
07	أين يمكنني القيام بالممارسات؟	36 صفحة
06	الممارسات	30 صفحة
05	المخطط التدريسي	20 صفحة
09	المؤهل العلمي	50 صفحة
08	المنهجية	42 صفحة

المقدمة

لقد أحدثت العولمة تحولاً كبيراً في المجال التجاري. وهكذا، عززت التكنولوجيات الجديدة نمو بعض القطاعات، في حين تعين على قطاعات أخرى أن تتكيف بسرعة عالية مع الرقمنة. في هذا السيناريو، تظل القدرة التنافسية الحالية عالية، بحيث يجب أن يكون المهنيون الإداريون المسؤولون عن المجال التجاري والمبيعات على اطلاع دائم بالتقدم المحرز في قطاعهم، وكذلك الاستراتيجيات المختلفة المستخدمة بنجاح اليوم. لذلك، أنشأت TECH هذه الدرجة التي توفر إطاراً نظرياً 100٪ عبر الإنترنت ومرتباً، جنباً إلى جنب مع إقامة عملية لمدة 3 أسابيع في شركة تتمتع بخبرة واسعة في التخطيط التجاري الرقمي وغير المتصل بالإنترنت. كل هذا، محاطاً دائماً بأفضل المتخصصين، والذي سيأخذك إلى التقدم في مكان عملك.





تطلب الشركات مديرين ذوي تخصص واسع، وبالتالي تقدم TECH برامج مصممة خصيصا لاحتياجاتك وتتكيف مع اهتماماتك سجل الان"

بسبب تطور التكنولوجيات الجديدة، شهدت التجارة تغيرات لم يسبق لها مثيل. بالإضافة إلى ذلك، أعطى التقدم في الاتصالات الشركات أدوات جديدة للتحكم في المنتجات وتحليلها في سيناريو جديد موجه للمبيعات عبر الإنترنت.

لذلك، يبحث القطاع عن مهنيين قادرين على توجيه الإدارات التجارية والمبيعات من منظور شامل ومن منظور عالمي. بالنظر إلى هذا الواقع، صممت TECH الماجستير النصف حضوري في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات بهدف تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركة، مع التركيز على إدارة الأعمال العالية لتحمل مسؤوليات جديدة في بيئة متغيرة.

للقيام بذلك، سيكون لدى المهني منهج متقدم 100% عبر الإنترنت، والذي يمكنك الوصول إليه عندما تريد ومن أي جهاز إلكتروني به اتصال بالإنترنت. وبهذه الطريقة يمكنك تعميق مهارات القيادة في بيئة متغيرة، والمستجدات الرئيسية في اللوجستيات والإدارة الاقتصادية أو دمج القنوات الرقمية في الإستراتيجية التجارية.

بمجرد الانتهاء من هذه المرحلة النظرية، سيدخل المهني بالكامل في إقامة عملية لمدة 3 أسابيع، حيث يمكنك أن ترى على الفور الاستراتيجيات التجارية الرئيسية التي طورتها الشركات المتخصصة ذات الخبرة الواسعة في قطاع الأعمال. وبالتالي، وبتدريس خلال هذه الفترة من قبل مهني، يمكنك تحقيق أهداف التقدم الخاصة بك، في بيئة عالمية المستوى.

تقدم TECH بهذه الطريقة، فرصة ممتازة لتكون قادرًا على التوسع في مجال إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات، من خلال درجة تتكيف مع الاحتياجات الحقيقية للمهنيين في هذا المجال.

يحتوي هذا ماجستير نصف حضوري في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائثة في السوق. . أبرز خصائصه هي:

- ♦ إعداد أكثر من 100 دراسة حالة قدمها خبراء في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات
- ♦ وتجمع محتوياتها الرسومية والتخطيطية والعملية التي تصمم بها معلومات محددة عن تلك التخصصات التي لا غنى عنها للممارسة المهنية
- ♦ وضع خطط عمل شاملة في ميدان الأعمال
- ♦ نظام تعلم تفاعلي قائم على الخوارزميات لاتخاذ القرار بشأن الحالات المثارة
- ♦ مبادئ توجيهية عملية لاستخدام الأدوات الرئيسية المنطبقة على الإدارة التجارية
- ♦ تركيزه الخاص على المنهجيات الأكثر ابتكاراً لتطبيق تقنيات القيادة في مجال الأعمال التجارية
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت
- ♦ إمكانية الحصول على تدريب داخلي في الشركات المرجعية في هذا القطاع

انضم الآن إلى الماجستير النصف حضوري هذا وستبدأ في النمو في شركتك نحو منصب إداري"



تعلم من أفضل المتخصصين. راهن على الماجستير النصف حضوري هذ وعزز إمكانيات عملك في المجال التجاري والمبيعات.

بفضل الماجستير النصف حضوري هذا، ستتمكن من التخصص في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات والتعرف على أحدث التطورات الرقمية في هذا المجال.

سيزودك هذا الماجستير النصف حضوري بالأدوات والمهارات التي تحتاج إلى تطويرها في البيئة المعقدة للإنتاج العالمي والخدمات اللوجستية التجارية. اطلع على آخر المستجدات مع كبار المهنيين في القطاع"

في اقتراح الماجستير هذا، ذو الطبيعة المهنية والطريقة النصف حضورية، يهدف البرنامج إلى تحديث محترفي الأعمال، الذين يقومون بوظائفهم في الشركات التجارية والذين يحتاجون إلى مستوى عالي من التأهيل. تعتمد المحتويات على أحدث الأدلة العلمية، وموجهة بطريقة تعليمية لدمج المعرفة النظرية في الممارسة التجارية والبيعية، وستسهل العناصر النظرية العملية تحديث المعرفة وتسمح باتخاذ القرار في وضع الاستراتيجيات التجارية.

بفضل محتوى البرنامج من الوسائط المتعددة المُعد بأحدث التقنيات التعليمية، تجاري يسمحون للمهني بتعلم سياقي، أي بيئة محاكاة ستوفر تعليماً عامراً مبرمجاً للتدريب في مواقف حقيقية. يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب أن تحاول من خلاله حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ من خلاله. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



لماذا تدرس برنامج الماجستير النصف حضوري هذا؟

في السنوات الأخيرة، جعلت العولمة اللوجستيات التجارية أكثر تعقيدا بكثير، وإن كان يبدو أنها أسهل كثيرا على المستهلكين لشراء المنتجات بالاتصال الحاسوبي المباشر: سيناريو تحول ينطوي على معرفة متقدمة بالقيادة أو بسير عمل السوق أو المنظمة التجارية. لذلك، تقدم TECH مع هذا البرنامج رؤية محدثة تختلف عن بقية العروض الأكاديمية لتلبية الاحتياجات الحقيقية للمهنيين في هذا القطاع. وهذا هو السبب في أنها توفر منهج دراسي متقدم، إلى جانب إقامة مكثفة لمدة 3 أسابيع في شركة بارزة في القطاع التجاري. جولة أكاديمية نظرية وعملية، حيث ستسترشد دائماً بمهنيين ممتازين متخصصين في مجال التجارة والمبيعات.

tech 09 | لماذا تدرس برنامج الماجستير النصف حضوري هذا؟



TECH هي الجامعة الوحيدة التي تتيح لك إمكانية الدخول
في شركات تطور أقوى الاستراتيجيات التجارية بمساعدة
أحدث التقنيات"



1. ترقية من أحدث التقنيات المتاحة

مما لا شك فيه أن العالم الرقمي قد أحدث ثورة في التجارة في العقود الأخيرة: تحول يتطلب من المهنيين في مجال إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات تحدياً وتحكماً شاملاً في الأدوات الرئيسية المستخدمة. لهذا الهدف، أنشأت TECH هذا المؤهل الجامعي، والتي توفر للمهنيين الفرصة للوعي بالتطورات التكنولوجية الأخيرة في المجال التجاري واستراتيجيات التسويق.

2. التعمق في أحدث المستجدات من خلال خبرة أفضل المتخصصين

واحدة من نقاط القوة لهذا الماجستير هو الفريق الممتاز من المحترفين الذين يدرسونه. وبالتالي، سيكون تحت تصرف المهني منذ البداية مدرس متخصص في مجال التجارة والمبيعات. وأيضاً، أثناء الإقامة العملية في شركة مرجعية، يمكنك تطبيق المفاهيم التي تم تناولها في المنهج الدراسي، في بيئة متخصصة في التجارة ومحاطة بأفضل الخبراء.

3. الانغماس في بيئات من الدرجة الأولى

والعامل الحاسم بالنسبة للمهني الذي يطور هذه الدرجة هو نشر مهاراته في بيئة تجارية من المستوى الأول. بهذا ستتمكن من تعزيز حياتك المهنية، وذلك بفضل الاختيار الصارم الذي أجرته TECH لجميع المراكز المتاحة لتحقيق الإقامة العملية. وبهذه الطريقة، ستتمكنون من أن تدمجوا في عملكم اليومي أكثر أساليب وإجراءات العمل ابتكاراً وطلاقة.

لماذا تدرس برنامج الماجستير النصف حضوري هذا؟ | 11 tech

4. الجمع بين أفضل نظرية والممارسة الأكثر تقدمًا

اليوم، تلتزم TECH بشدة بالاستجابة للمطالب الحقيقية للمهنيين الذين يرغبون في التوفيق بين عملهم ومسؤولياتهم الشخصية ودرجة جامعية عالية الجودة. لهذا السبب أنشأ هذا البرنامج، الذي يجمع تمامًا بين النظرية عبر الإنترنت والمرنة والإقامة وجهاً لوجه والعملية بنسبة 100٪ في شركة مرموقة.

5. توسيع حدود المعرفة

يوفر TECH مع هذا البرنامج نظرة عالمية وتوسعية للمهنيين الذين يدرسون هذا الماجستير النصف حضوري. وهي أن هذه الدرجة تركز على توفير المعلومات الأكثر قيمة والحديثة في مجال التجارة، لتعزيز الحياة المهنية في مجال إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات. فرصة لا تقدمها لك سوى أكبر جامعة رقمية في العالم.

ستنغمس بشكل عملي كلي في المركز الذي
تختاره بنفسك"



الأهداف

سيمنح البرنامج النصف حضوري الخاص بهذه الدرجة لمديري المستقبل الفرصة لتطوير سلسلة من المهارات الأساسية لقيادة القسم التجاري والمبيعات في الشركة. لذلك، يجب عليهم معرفة الجوانب المتعلقة بالمعاملات التجارية ليشقوا طريقهم في قطاع تنافسي. وبهذه الطريقة، سيحصلون على كفاءات رئيس المبيعات، وهو أحد أكثر المناصب طلبًا في المجال.





امتلاك الخبرة الدولية والالتزام الأخلاقي والرؤية التجارية هي من أكثر السمات المطلوبة في مديري العصر الرقمي"



الهدف العام



- ♦ تصميم هذا البرنامج لتقوية المهارات الإدارية والقيادية، بالإضافة إلى تطوير مهارات وقدرات جديدة ستكون ضرورية في تطويرك المهني. سيقود هذا الخريج إلى اتخاذ قرارات عالمية من منظور مبتكر ورؤية دولية

ستتمكن من اكتساب المهارات الأساسية لتوجيه النشاط
التجاري لأهم المنظمات في مجال الأعمال التجارية"



الأهداف المحددة



- تحديد أحدث الاتجاهات والتطورات في إدارة الأعمال
- تطوير وقيادة وتنفيذ استراتيجيات مبيعات أكثر فعالية وتركيزاً على العملاء والتي تقدم عروض قيمة مخصصة
- تطوير استراتيجيات لتنفيذ عملية صنع القرار في بيئة معقدة وغير مستقرة ، وتقييم تأثيرها على الشركة
- تطوير استراتيجيات لقيادة المنظمات وفرق المبيعات في أوقات التغيير
- إنشاء أنسب البرامج لاختيار فريق المبيعات وتدريبه وتشجيعه ومراقبته وتطويره
- تنمية القدرة على اكتشاف المشكلات وتحليلها وحلها
- شرح الشركة من وجهة نظر عالمية ، وكذلك المسؤولية والدور الجديد للمديرين التجاريين
- تطوير الكفاءات الأساسية لتوجيه النشاط التجاري للمؤسسة بشكل استراتيجي
- تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة تعمل على تحسين إدارة الأعمال وكفاءتها
- صياغة وتنفيذ السياسات التجارية كاستراتيجيات نمو تكيف الشركة مع التغيرات في البيئة الوطنية والدولية
- اكتساب المهارات القيادية التي تسمح لك بقيادة الفرق التجارية والمبيعات بنجاح
- التعرف على العملية الكاملة لسلسلة الخدمات اللوجستية وعمليات الشركة
- القدرة على تنظيم وإدارة فرق المبيعات
- تنفيذ استراتيجيات تجارية وتسويقية على المستوى الدولي
- دمج الأدوات الرقمية المختلفة في إستراتيجية العمل
- إجراء أبحاث السوق للتعرف على المنافسة وتطوير استراتيجيات متميزة



الكفاءات

من خلال اجتياز تقييمات الماجستير النصف حضوري في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات، سيكون المهني قد اكتسب المهارات اللازمة لعملية الجودة وتحديثها بناءً على منهجية تعليمية أكثر ابتكارًا. سيسمح لك ذلك بدخول سوق العمل بخطوة حازمة أو إكمال المشروع التجاري الذي تفكر فيه لبعض الوقت.



في TECH يمكنك اكتساب المهارات اللازمة للتطوير المهني
في إدارة الأعمال"





لكفاءات العامة

- ♦ تطبيق مهارات قيادية محددة في إدارة الأعمال والمبيعات
- ♦ إدارة الفرق متعددة الثقافات بشكل صحيح
- ♦ تحليل ربحية المشاريع الاستثمارية وخلق القيمة
- ♦ تحليل الأثر المالي للقرارات المتخذة في مجال الإدارة
- ♦ تطبيق أساليب وتقنيات البحث الكمي والنوعي
- ♦ امتلاك معرفة عميقة في تقنيات التسويق
- ♦ تنفيذ التنظيم التجاري الصحيح واستراتيجية المبيعات
- ♦ مراقبة النشاط التجاري للشركة
- ♦ إجراء عمليات تدقيق الأعمال
- ♦ تطبيق تقنيات التدريب في إجراءات المبيعات

عزز قدراتك التجارية وخطط لحملة مبيعاتك التالية
بدقة أكبر، وذلك بفضل TECH"



الكفاءات المحددة



- ♦ تطوير المهارات القيادية الدقيقة لإدارة الفرق متعددة الثقافات بشكل صحيح
- ♦ تحليل ربحية المشاريع الاستثمارية وخلق القيمة
- ♦ تحليل الأثر المالي للقرارات المتخذة في مجال الإدارة
- ♦ تطبيق أساليب وتقنيات البحث الكمي والنوعي
- ♦ امتلاك معرفة عميقة في تقنيات التسويق
- ♦ تطبيق تقنيات التسويق التي تستهدف السوق الدولية
- ♦ تنفيذ التنظيم التجاري الصحيح واستراتيجية المبيعات
- ♦ مراقبة النشاط التجاري للشركة
- ♦ إجراء عمليات تدقيق الأعمال
- ♦ تطبيق تقنيات التدريب في إجراءات المبيعات
- ♦ تنفيذ كل الخطط لحملة مبيعات



المخطط التدريسي

يجمع البرنامج المصمم للماجستير النصف حضوري في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات بين جميع الجوانب التي بدأت الشركات الكبيرة في طلبها في مناصبها الإدارية. لذلك، تم تصميم كل المحتوى لتعزيز تطوير المهارات الإدارية التي تسمح باتخاذ القرارات بمزيد من الدقة في البيئات غير المؤكدة. بالإضافة إلى ذلك، سيتم إعداد الطالب لمواجهة تحديات العمل والتحديات الشخصية الجديدة.



تطوير المهارات اللازمة للعمل بنجاح في عمك اليومي
والتقدم في مهنتك في وقت قصير"



الوحدة 1. الإدارة والقيادة

- 1.1 الإدارة العامة
 - 1.1.1 تكامل الاستراتيجيات الوظيفية في استراتيجيات الأعمال العالمية
 - 2.1.1 سياسة الإدارة والعمليات
 - 3.1.1 المجتمع والمؤسسة
- 2.1 الإدارة الاستراتيجية
 - 1.2.1 ترسيخ الموقف الاستراتيجي: الرسالة والرؤية والقيم
 - 2.2.1 تطوير أعمال جديدة
 - 3.2.1 نمو وتوطيد الشركة
- 3.1 استراتيجية تنافسية
 - 1.3.1 تحليل السوق
 - 2.3.1 ميزة تنافسية مستدامة
 - 3.3.1 عائد الاستثمار
- 4.1 استراتيجية الشركة
 - 1.4.1 قيادة استراتيجية الشركة
 - 2.4.1 استراتيجية إيقاع الشركات
 - 3.4.1 صياغة استراتيجية الشركة
- 5.1 التخطيط والاستراتيجية
 - 1.5.1 أهمية الاتجاه الاستراتيجي في عملية الرقابة الإدارية
 - 2.5.1 تحليل البيئة والتنظيم
 - 3.5.1 التصنيع الخالي من الهدر (Lean Management)
- 6.1 إدارة الموهبة
 - 1.6.1 إدارة الثروات البشرية
 - 2.6.1 البيئة والاستراتيجية والمقاييس
 - 3.6.1 الابتكار في إدارة الأفراد
- 7.1 تطوير الإدارة والقيادة
 - 1.7.1 القيادة وأساليب القيادة
 - 2.7.1 تحفيز
 - 3.7.1 الذكاء العاطفي
 - 4.7.1 مهارات وقدرات القائد 2.0
 - 5.7.1 اجتماعات فعالة

الوحدة 2. الخدمات اللوجستية والإدارة الاقتصادية

- 8.1 إدارة التغيير
 - 1.8.1 تحليل الأداء
 - 2.8.1 قيادة التغيير. مقاومة التغيير
 - 3.8.1 إدارة عملية التغيير
 - 4.8.1 إدارة فرق متعددة الثقافات
- 1.2 التشخيص المالي
 - 1.1.2 مؤشرات لتحليل البيانات المالية
 - 2.1.2 تحليل الربحية
 - 3.1.2 الربحية الاقتصادية والمالية للشركة
- 2.2 التحليل الاقتصادي للقرارات
 - 1.2.2 التحكم في الميزانية
 - 2.2.2 تحليل المنافسة. التحليل المقارن
 - 3.2.2 اتخاذ القرارات الاستثمار التجاري أو التجريد من الاستثمار
- 3.2 تقييم الاستثمار وإدارة المحافظ
 - 1.3.2 ربحية المشاريع الاستثمارية وخلق القيمة
 - 2.3.2 نماذج لتقييم المشاريع الاستثمارية
 - 3.3.2 تحليل الحساسية وتطوير السيناريو وأشجار القرار
- 4.2 إدارة لوجستيات المشتريات
 - 1.4.2 إدارة المخزون
 - 2.4.2 إدارة المستودعات
 - 3.4.2 إدارة المشتريات والتوريدات
- 5.2 إدارة سلسلة التوريد
 - 1.5.2 تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات
 - 2.5.2 التغيير في أنماط الطلب
 - 3.5.2 التغيير في استراتيجية العمليات
- 6.2 العمليات اللوجستية
 - 1.6.2 التنظيم وإدارة العمليات
 - 2.6.2 التوريد والإنتاج والتوزيع
 - 3.6.2 الجودة وتكاليف الجودة والأدوات
 - 4.6.2 خدمة ما بعد البيع

الوحدة 4. أبحاث السوق

- 1.4. بيئة تنافسية جديدة
 - 1.1.4. الابتكار التكنولوجي والأثر الاقتصادي
 - 2.1.4. مجتمع المعرفة
 - 3.1.4. الصورة الجديدة للمستهلك
- 2.4. طرق وتقنيات البحث الكمي
 - 1.2.4. المتغيرات والمقاييس
 - 2.2.4. مصدر المعلومات
 - 3.2.4. أساليب أخذ العينات
 - 4.2.4. معالجة وتحليل البيانات
- 3.4. طرق وتقنيات البحث النوعي
 - 1.3.4. تقنيات مباشرة: مجموعات التركيز
 - 2.3.4. التقنيات الأثنوبولوجية
 - 3.3.4. تقنيات غير مباشرة
 - 4.3.4. طريقة Two face mirror وطريقة Delphi
- 4.4. أبحاث السوق عبر الإنترنت
 - 1.4.4. أدوات البحث الكمي في الأسواق عبر الإنترنت
 - 2.4.4. أدوات البحث النوعي الديناميكي للعملاء
 - 3.4.4. تحليل وتفسير البيانات التي تم الحصول عليها
- 5.4. تقسيم السوق
 - 1.5.4. أنواع الأسواق
 - 2.5.4. مفهوم وتحليل الطلب
 - 3.5.4. التجزئة والمعايير
 - 4.5.4. تعريف الجمهور المستهدف
- 6.4. أنواع سلوك الشراء
 - 1.6.4. سلوك معقد
 - 2.6.4. سلوك تقليل التنافر
 - 3.6.4. سلوك بحث متنوع
 - 4.6.4. سلوك الشراء المعتاد
- 7.4. نظم المعلومات في الإدارة التجارية
 - 1.7.4. المناهج المفاهيمية لنظام المعلومات في إدارة الأعمال
 - 2.7.4. مستودع البيانات واستخراج البيانات
 - 3.7.4. نظم المعلومات الجغرافية

- 7.2. الخدمات اللوجستية والعملاء
 - 1.7.2. تحليل الطلب والتنبؤ به
 - 2.7.2. التنبؤ بالمبيعات والتخطيط
 - 3.7.2. التخطيط التعاوني والتنبؤ والاستبدال
- 8.2. الخدمات اللوجستية الدولية
 - 1.8.2. عمليات الجمارك والتصدير والاستيراد
 - 2.8.2. نماذج ووسائل الدفع الدولي
 - 3.8.2. المنصات اللوجستية الدولية

الوحدة 3. الإدارة التجارية

- 1.3. المفاوضات التجارية
 - 1.1.3. الذكاء العاطفي في التجارة والبيع
 - 2.1.3. الدافع الذاتي والتعاطف
 - 3.1.3. تنمية القدرات التفاوضية
- 2.3. أساسيات إدارة الأعمال
 - 1.2.3. التحليل الداخلي والخارجي. DAFO
 - 2.2.3. التحليل القطاعي والتنافسي
 - 3.2.3. نموذج CANVAS
- 3.3. صنع القرار في إدارة الأعمال
 - 1.3.3. استراتيجية العمل والاستراتيجية التنافسية
 - 2.3.3. نماذج صنع القرار
 - 3.3.3. التحليلات وأدوات صنع القرار
- 4.3. توجيه وإدارة شبكة المبيعات
 - 1.4.3. تخطيط حملة المبيعات
 - 2.4.3. الشبكات في خدمة النشاط التجاري
 - 3.4.3. سياسات اختيار البائعين وتدريبهم
 - 4.4.3. إدارة المبيعات
- 5.3. تنفيذ الوظيفة التجارية
 - 1.5.3. عقد تجاري
 - 2.5.3. مراقبة النشاط التجاري
 - 3.5.3. ميثاق شرف الوكيل التجاري
- 6.3. إدارة المالية والميزانية
 - 1.6.3. بطاقة التهديد المتوازن
 - 2.6.3. مراقبة خطة البيع السنوية
 - 3.6.3. الأثر المالي للقرارات الإستراتيجية

- 8.4 إدارة المشاريع البحثية
- 1.8.4 أدوات تحليل المعلومات
- 2.8.4 تطوير خطة إدارة التوقعات
- 3.8.4 تقييم جدوى المشروع
- 9.4 الذكاء التسويقي (Marketing intelligence) المطبق على الإدارة التجارية
 - 1.9.4 Big Data
 - 2.9.4 تجربة المستخدم
 - 3.9.4 تطبيق التقنيات
- 10.4 الوكالات ووسائل الإعلام والقنوات الإلكترونية
 - 1.10.4 وكالات شاملة ومبتكرة وعبر الإنترنت
 - 2.10.4 وسائل الإعلام التقليدية والوسائط الجديدة
 - 3.10.4 القنوات على الإنترنت
 - 4.10.4 مشغلات رقمية أخرى

الوحدة 5. تخطيط حملة المبيعات

- 1.5 تحليل محفظة العملاء
 - 1.1.5 تخطيط العملاء
 - 2.1.5 تصنيف العملاء
- 2.5 التجزئة التجارية
 - 1.2.5 تحليل قنوات التوزيع ومناطق البيع والمنتجات
 - 2.2.5 إعداد مناطق التسوق
 - 3.2.5 تنفيذ خطة الزيارة
- 3.5 اختيار العملاء المستهدفين (CRM)
 - 1.3.5 تصميم e-CRM
 - 2.3.5 الآثار والقيود المفروضة على LOPD
 - 3.3.5 توجيه المستهلك
 - 4.3.5 تخطيط من 1 إلى 1
- 4.5 إدارة الحسابات الرئيسية
 - 1.4.5 تحديد الحسابات الرئيسية
 - 2.4.5 فوائد وأخطار مدير الحسابات الرئيسي (Key Account Manager)
 - 3.4.5 المبيعات وإدارة الحسابات الرئيسية (Key Account Management)
 - 4.4.5 مراحل العمل الاستراتيجي KAM

- 4.6 استراتيجيات المبيعات
 - 1.4.6 طرق البيع
 - 2.4.6 استراتيجيات التعيين
 - 3.4.6 استراتيجيات الخدمة
- 5.6 إستراتيجية Go-to-Market
 - 1.5.6 إدارة القناة
 - 2.5.6 ميزة تنافسية
 - 3.5.6 فريق المبيعات
- 6.6 مراقبة النشاط التجاري
 - 1.6.6 النسب الرئيسية وطرق التحكم
 - 2.6.6 أدوات المراقبة
 - 3.6.6 منهجية بطاقة الأداء المتوازن
- 7.6 منظمة خدمة ما بعد البيع
 - 1.7.6 إجراءات ما بعد البيع
 - 2.7.6 علاقات العملاء
 - 3.7.6 التحليل الذاتي والتحسين
- 8.6 تدقيق تجاري
 - 1.8.6 خطوط التدخل الممكنة
 - 2.8.6 التدقيق التجاري السريع
 - 3.8.6 التقييم الاستراتيجي للفريق
 - 4.8.6 تقييم سياسة التسويق

الوحدة 7. اختيار وتدريب شبكة المبيعات

- 1.7 إدارة الثروات البشرية
 - 1.1.7 رأس المال الفكري، الأصول غير الملموسة للمعرفة
 - 2.1.7 اكتساب المواهب
 - 3.1.7 منع فقدان الموارد البشرية
- 2.7 اختيار فريق المبيعات
 - 1.2.7 إجراءات التوظيف
 - 2.2.7 ملفات تعريف البائع
 - 3.2.7 المقابلة
 - 4.2.7 خطة الإستضافة

- 5.5 توقعات المبيعات
 - 1.5.5 توقعات الأعمال وتوقعات المبيعات
 - 2.5.5 طرق التنبؤ بالمبيعات
 - 3.5.5 تطبيقات عملية للتنبؤ بالمبيعات
- 6.5 تحديد أهداف المبيعات
 - 1.6.5 ترابط الأعمال التجارية وأهداف المبيعات
 - 2.6.5 برمجة الهدف والميزانيات التفصيلية
 - 3.6.5 توزيع الأهداف حسب وحدات النشاط التجاري
 - 4.6.5 أهداف المبيعات والمشاركة
- 7.5 حصة المبيعات وتحديدها
 - 1.7.5 حصص النشاط
 - 2.7.5 حصص الحجم والربحية
 - 3.7.5 حصص المشاركة
 - 4.7.5 المساهمات الاقتصادية والمالية
 - 5.7.5 الموسمية والحصص
- 8.5 خطة طوارئ
 - 1.8.5 نظم المعلومات ومراقبة المبيعات
 - 2.8.5 لوحات التحكم
 - 3.8.5 الإجراءات التصحيحية وخطط الطوارئ

الوحدة 6. تنظيم المبيعات وفريق المبيعات

- 1.6 منظمة تجارية
 - 1.1.6 مقدمة في تنظيم الأعمال
 - 2.1.6 معظم الهياكل التجارية النموذجية
 - 3.1.6 تنظيم الوفود
 - 4.1.6 تطوير النماذج التنظيمية للأعمال
- 2.6 تنظيم شبكة المبيعات
 - 1.2.6 المخطط التنظيمي للقسم
 - 2.2.6 تصميم شبكات البيع
 - 3.2.6 واقع متعدد القنوات
- 3.6 تحليل السوق الداخلي
 - 1.3.6 تعريف سلسلة الخدمة
 - 2.3.6 تحليل جودة الخدمة
 - 3.3.6 المقارنة المعيارية (Benchmarking) للمنتج
 - 4.3.6 عوامل النجاح الرئيسية في الأعمال التجارية

الوحدة 8. عملية النشاط التجاري

- 1.8. تطوير عملية البيع
 - 1.1.8. المنهجية في عملية البيع
 - 2.1.8. خطف الانتباه والمناقشة
 - 3.1.8. الاعتراضات والتوضيح
- 2.8. التحضير للزيارة التجارية
 - 1.2.8. دراسة ملف العميل
 - 2.2.8. تحديد أهداف مبيعات العملاء
 - 3.2.8. التحضير للمقابلة
- 3.8. تحقيق الزيارة التجارية
 - 1.3.8. عرض على العميل
 - 2.3.8. تحديد الاحتياجات
 - 3.3.8. الحجج
- 4.8. علم النفس وتقنيات البيع
 - 1.4.8. مفاهيم علم النفس المطبقة على البيع
 - 2.4.8. تقنيات تحسين الاتصال اللفظي وغير اللفظي
 - 3.4.8. العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك
- 5.8. التفاوض وإغلاق عملية البيع
 - 1.5.8. مراحل التفاوض
 - 2.5.8. تكتيكات التفاوض
 - 3.5.8. الختام ومشاركة العميل
 - 4.5.8. تحليل الزيارة التجارية
- 6.8. عملية الولاء
 - 1.6.8. معرفة شاملة للعملاء
 - 2.6.8. العملية التجارية التي تتم مع العميل
 - 3.6.8. القيمة التي يمتلكها العميل بالنسبة للشركة

- 3.7. تدريب البائعين الرفيعي المستوى
 - 1.3.7. خطة تدريب
 - 2.3.7. خصائص البائع وأنشطته
 - 3.3.7. تدريب وإدارة معدات عالية الأداء
- 4.7. إدارة المعلومات
 - 1.4.7. نظريات التعلم
 - 2.4.7. الكشف عن المواهب والحفاظ عليها
 - 3.4.7. التلعيب وإدارة المواهب
 - 4.4.7. التدريب المهني والتقدم
- 5.7. التدريب الشخصي والذكاء العاطفي
 - 1.5.7. الذكاء العاطفي المطبق على تقنيات البيع
 - 2.5.7. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
 - 3.5.7. تقدير الذات واللغة العاطفية
 - 4.5.7. الذكاءات المتعددة
- 6.7. تحفيز
 - 1.6.7. طبيعة الدافع
 - 2.6.7. نظرية التوقعات
 - 3.6.7. نظريات الحاجات
 - 4.6.7. الدافع والتعويض المالي
- 7.7. أجور شبكات البيع
 - 1.7.7. أنظمة الأجور
 - 2.7.7. أنظمة الحوافز والتعويضات
 - 3.7.7. توزيع بنود الراتب
- 8.7. التعويضات والمزايا غير الاقتصادية
 - 1.8.7. برامج جودة الحياة العملية
 - 2.8.7. توسيع وإثراء المنصب
 - 3.8.7. مرونة الجداول والعمل المشترك

- 8.9. مزايا وأخطار تطبيق إدارة علاقات العملاء
- 1.8.9. CRM والمبيعات والتكاليف
- 2.8.9. رضا العملاء وولائهم
- 3.8.9. التنفيذ التكنولوجي
- 4.8.9. الأخطاء الإستراتيجية والإدارية

الوحدة 10. تكامل القنوات الرقمية في الإستراتيجية التجارية

- 1.10. إدارة التجارة الإلكترونية الرقمية
 - 1.1.10. نماذج أعمال التجارة الإلكترونية الجديدة
 - 2.1.10. تخطيط وتطوير خطة استراتيجية للتجارة الإلكترونية
 - 3.1.10. الهيكل التكنولوجي في التجارة الإلكترونية
- 2.10. تطبيق تقنيات التجارة الإلكترونية (ecommerce)
 - 1.2.10. تكامل خطة وسائل التواصل الاجتماعي والتجارة الإلكترونية
 - 2.2.10. استراتيجية متعددة القنوات
 - 3.2.10. تخصيص لوحات القيادة (dashboards)
- 3.10. التسعير الرقمي
 - 1.3.10. طرق الدفع عبر الإنترنت والبوابات
 - 2.3.10. الترفيقات الإلكترونية
 - 3.3.10. توقيت السعر الرقمي
 - 4.3.10. المزادات الإلكترونية (e-auctions)
- 4.10. من التجارة الإلكترونية إلى s-Commerce و m-Commerce
 - 1.4.10. نماذج الأعمال التجارية للأسواق الإلكترونية
 - 2.4.10. S-Commerce وتجربة العلامة التجارية
 - 3.4.10. الشراء من خلال الأجهزة المحمولة
 - 5.10. ذكاء العميل: من e-CRM إلى s-CRM
 - 1.5.10. دمج المستهلك في سلسلة القيمة
 - 2.5.10. تقنيات البحث والولاء عبر الإنترنت
 - 3.5.10. تخطيط استراتيجية إدارة علاقات العملاء

الوحدة 9. إدارة علاقات العملاء

- 1.9. معرفة السوق والمستهلك
 - 1.1.9. الابتكار المفتوح
 - 2.1.9. ذكاء تنافسي
 - 3.1.9. اقتصاد المشاركة
- 2.9. CRM وتسويق العلاقات
 - 1.2.9. فلسفة العمل أو التوجه الاستراتيجي
 - 2.2.9. تحديد هوية الزبون وتمييزه
 - 3.2.9. الشركة وأصحاب المصالح فيها
 - 4.2.9. العميل
- 3.9. تسويق قواعد البيانات (Database marketing) و إدارة علاقات العملاء (customer relationship management)
 - 1.3.9. تطبيقات تسويق قواعد البيانات (database marketing)
 - 2.3.9. القوانين واللوائح
 - 3.3.9. مصادر المعلومات والتخزين والمعالجة
- 4.9. علم النفس وسلوك المستهلك
 - 1.4.9. دراسة سلوك المستهلك
 - 2.4.9. عوامل المستهلك الداخلية والخارجية
 - 3.4.9. عملية قرار المستهلك
 - 4.4.9. الاستهلاكية والمجتمع والتسويق والأخلاق
- 5.9. مجالات إدارة CRM
 - 1.5.9. خدمة العملاء
 - 2.5.9. إدارة فريق المبيعات
 - 3.5.9. خدمة العملاء
- 6.9. التركيز على المستهلك التسويقي
 - 1.6.9. التجزئة
 - 2.6.9. تحليل الربحية
 - 3.6.9. استراتيجيات لبناء ولاء العملاء
- 7.9. تقنيات إدارة علاقات العملاء (CRM management)
 - 1.7.9. التسويق المباشر
 - 2.7.9. تكامل متعدد القنوات
 - 3.7.9. التسويق الفيروسي

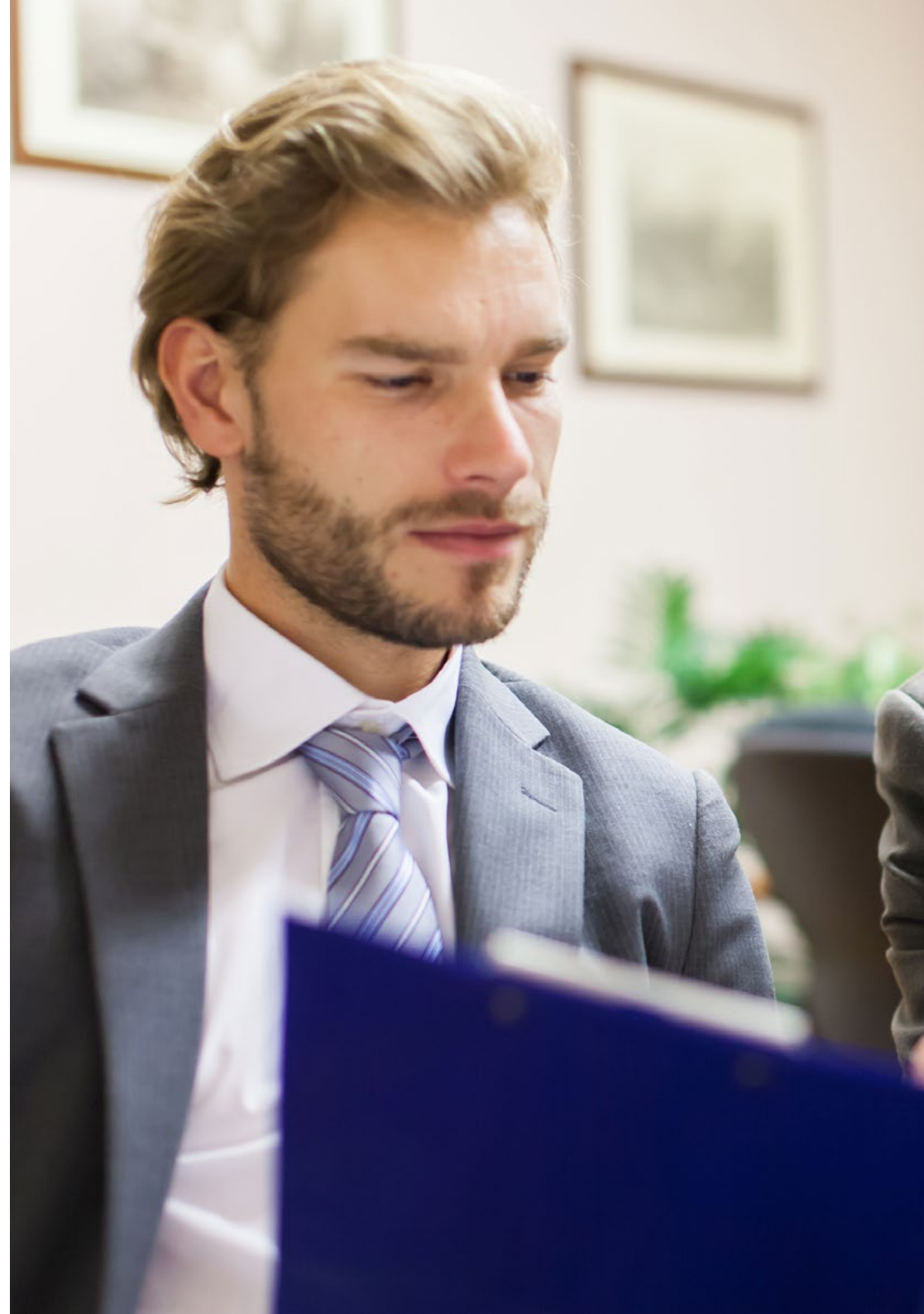
- 6.10. إدارة المجتمعات الافتراضية: إدارة المجتمع (community management)
- 1.6.10. التغييرات في نماذج الاتصال
- 2.6.10. ذكاء الأعمال (Business intelligence) والمستهلك 2.0
- 3.6.10. إدارة الشبكة والمجتمع
- 4.6.10. إدارة المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي
- 5.6.10. المراقبة والتحليلات والنتائج في وسائل التواصل الاجتماعي
- 7.10. خطة وسائل التواصل الاجتماعي
- 1.7.10. تصميم خطة وسائل التواصل الاجتماعي
- 2.7.10. تحديد الإستراتيجية المتبعة في كل وسيط
- 3.7.10. بروتوكول الطوارئ في حالة الأزمات
- 8.10. تحليلات الويب وذكاء وسائل التواصل الاجتماعي
- 1.8.10. تأسيس الأهداف ومؤشرات الأداء الرئيسية
- 2.8.10. عائد الاستثمار (ROI) في التسويق الرقمي
- 3.8.10. تصور وتفسير لوحات المعلومات (dashboard)

الوحدة 11. التجارة والتسويق الدولي

- 1.11. أبحاث الأسواق الدولية
- 1.1.11. تسويق الأسواق الناشئة
- 2.1.11. تحليل PEST
- 3.1.11. ماذا وكيف وأين يتم التصدير؟
- 4.1.11. استراتيجيات مزيج التسويق الدولي
- 2.11. التقسيم الدولي
- 1.2.11. معايير تجزئة السوق على المستوى الدولي
- 2.2.11. منافذ السوق
- 3.2.11. استراتيجيات التجزئة الدولية
- 3.11. تحديد المواقع الدولية
- 1.3.11. العلامات التجارية في الأسواق الدولية
- 2.3.11. وضع الاستراتيجيات في الأسواق الدولية
- 3.3.11. العلامات التجارية العالمية والإقليمية والمحلية
- 4.11. استراتيجيات المنتج في الأسواق الدولية
- 1.4.11. تعديل وتكييف وتنويع المنتجات
- 2.4.11. المنتجات الموحدة العالمية
- 3.4.11. حافظة المنتج

- 5.11. الأسعار والتصدير
 - 1.5.11. حساب أسعار التصدير
 - 2.5.11. المصطلحات التجارية الدولية
 - 3.5.11. استراتيجية الأسعار الدولية
- 6.11. الجودة في التجارة الدولية
 - 1.6.11. الجودة والتجارة الدولية
 - 2.6.11. المعايير والشهادات
 - 3.6.11. علامة CE
- 7.11. الترويج الدولي
 - 1.7.11. الترويج الدولي MIX
 - 2.7.11. الدعاية والإعلان
 - 3.7.11. المعارض الدولية
 - 4.7.11. العلامة التجارية للبلاد
- 8.11. التوزيع عبر القنوات الدولية
 - 1.8.11. القناة والتسويق التجاري
 - 2.8.11. اتحادات التصدير
 - 3.8.11. أنواع التصدير والتجارة الخارجية

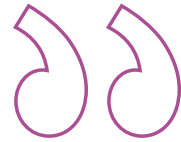
عزز مسيرتك الوظيفية من خلال تعلم شامل
يسمح لك بالتقدم على المستويين النظري
والعملي"



الممارسات

من خلال التغلب على الطريقة النظرية عبر الإنترنت، سيكون العني مستعدًا لبدء ممارسات عمله في شركة مرموقة. بهذه الطريقة، ستتاح لك الفرصة لاختبار مهاراتك ومعرفتك، والاستعداد لمواجهة أي موقف مستقبلي.

ستكون في طليعة تطوير عملية البيع بفضل
الماجستير النصف حضوري في إدارة الأعمال
التجارية وإدارة المبيعات"



مما لا شك فيه أن المرحلة العملية ستضع اللمسة الأخيرة في رحلة أكاديمية تنتهي بهذه الإقامة المكثفة. وبالتالي ، فإن هذا البرنامج في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات يشمل إجراء التدريب الداخلي لمدة 3 أسابيع، في شركة مرموقة في هذا القطاع. وبالتالي، من الاثنين إلى الجمعة، وفي أيام متتالية، سيكون الخريج جنبًا إلى جنب مع المهنيين المتخصصين في هذا المجال، ليتمكنوا من رؤية أهم التطورات ذات الصلة في تخطيط وتنفيذ الاستراتيجيات التجارية.

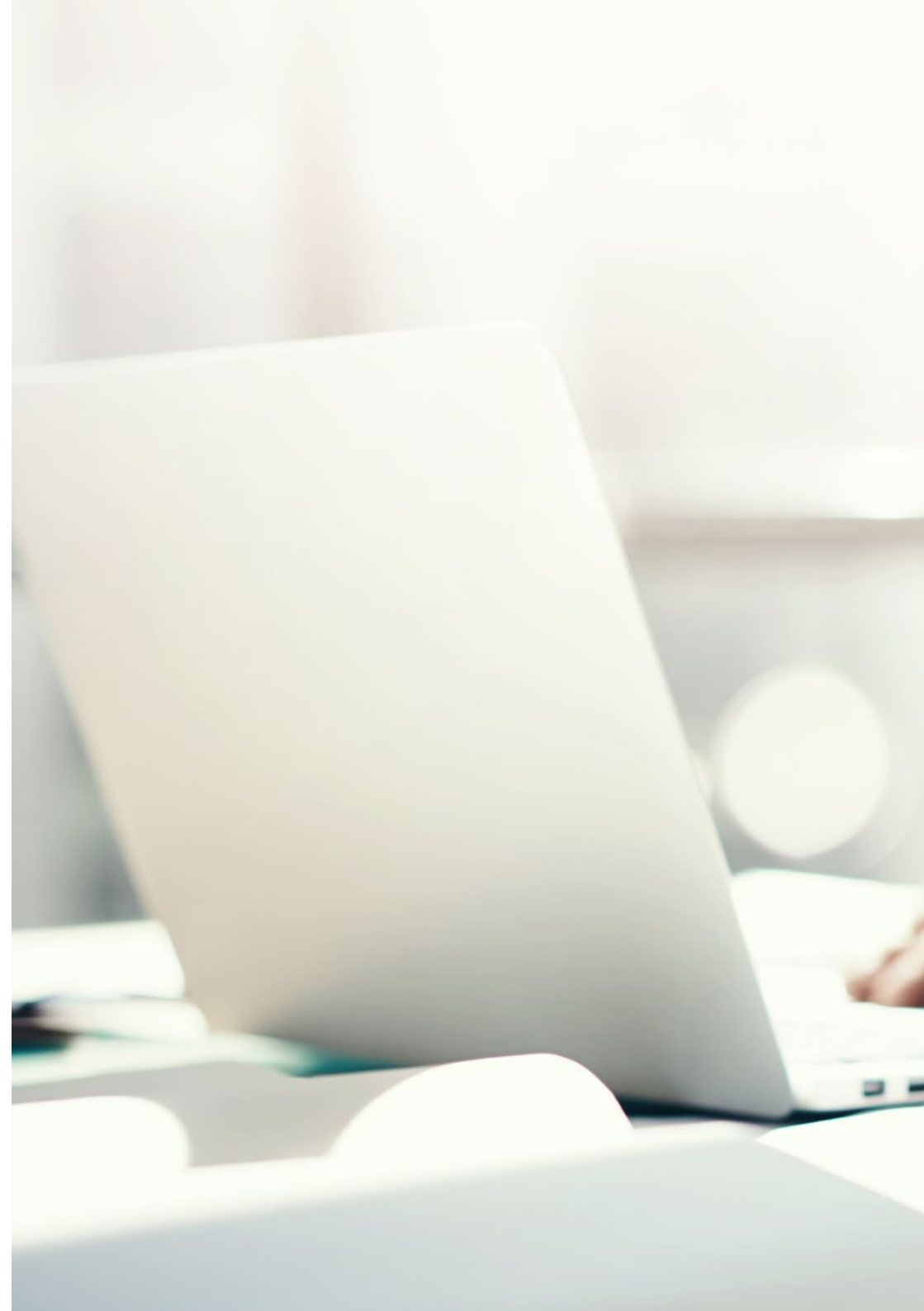
كل هذا في بيئة فريدة، محاطة بأفضل المتخصصين وبيئة أعمال عالمية المستوى. وبهذه الطريقة، سيكون للمهني دور نشط، حيث يظطلع بأنشطة تركز على التعاون في وضع إجراءات تركز على اللوجستيات وإدارة رأس المال البشري أو تنفيذ خطط الزيارات التجارية.

تقدم TECH، بالتالي، تجربة فعالة تعطي استجابة حقيقية للمهنيين الذين يرغبون في الازدهار في مجالهم، من خلال ممارسة ستوضح لك كيف هو العمل اليومي للموظفين المسؤولين عن قيادة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات المهمة، من منظور محلي و وطني ودولي. طريقة جديدة لتمكين المهنيين.

سيتم تنفيذ الجزء العملي بمشاركة نشطة من الطالب الذي يؤدي أنشطة وإجراءات كل مجال من مجالات الاختصاص (تعلم كيفية التعلم وتعلم كيفية التنفيذ)، بمرافقة وتوجيه المعلمين وغيرهم من شركاء التدريب الذين ييسرون العمل الجماعي والاندماج متعدد التخصصات كفاءات شاملة لممارسة إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات (تعلم كيفية التنفيذ وتعلم الارتباط).

ستكون الإجراءات الموضحة أدناه هي أساس الجزء العملي من التدريب، وسيكون تنفيذها خاضعًا لتوافر المركز وحجم عمله، والأنشطة المقترحة هي كما يلي:

نشاط عملي	الوحدة
تحليل المنافسة مع تحليل مقارن	الخدمات اللوجستية والإدارة الاقتصادية
التعاون في إدارة المخزونات والمستودعات واللوازم في الإدارة اللوجستية لأعمال المشتريات	
تقديم الدعم في خدمة ما بعد البيع	
إجراء تحليل للطلب والتنبؤ باللوجستيات	
المساهمة في تخطيط المبيعات	
إجراء DAFO تحليل قطاعي وتنافسي للنهج القطاعية	الإدارة التجارية
التعاون في تخطيط حملة المبيعات	
إجراء عمليات فحص للأنشطة التجارية	
تقديم الدعم في التحكم في خطة المبيعات السنوية	
التعاون في تنظيم شبكة المبيعات حسب المخطط التنظيمي للإدارات	تنظيم المبيعات وفريق المبيعات
إجراء تحليل لنوعية الخدمات	
تطبيق استراتيجيات خدمات التوظيف والمبيعات	
استخدام أدوات الرصد في رصد النشاط التجاري	
تنفيذ طريقة بطاقة الأداء المتوازن وإجراءات ما بعد البيع	
الانتماء للفريق الذي يطور التخطيط ووضع خطة استراتيجية للتجارة الإلكترونية	تكامل القنوات الرقمية في الإستراتيجية التجارية
المساهمة في تخطيط استراتيجية إدارة علاقات العملاء	
رصد وتحليل نتائج وسائل التواصل الاجتماعي للاستراتيجية التجارية	
التعاون في تصميم خطة وسائل التواصل الاجتماعي	
إعداد الزيارة التجارية، بعد الانتهاء من دراسة العميل وإعداد المقابلة الشخصية	عملية النشاط التجاري
تنفيذ استراتيجيات التفاوض وإغلاق البيع	
تطبيق مفاهيم علم النفس في عملية البيع	
إجراء التحليل النهائي للزيارة التجارية	



تأمين المسؤوليات المدنية

يتمثل الشاغل الرئيسي لهذه المؤسسة في ضمان سلامة كل من المتدربين والوكلاء المتعاونين الآخرين الضروريين في عمليات التدريب العملي في الشركة. من بين التدابير المخصصة لتحقيق ذلك، الاستجابة لأي حادث قد يحدث أثناء عملية التدريب والتعلم بأكملها.

للقيام بذلك، يتعهد هذا الكيان التعليمي بالتعاقد على تأمين المسؤولية المدنية الذي يغطي أي احتمال قد ينشأ أثناء تنفيذ الإقامة في مركز التدريب.

ستحظى سياسة المسؤولية المدنية للمتدربين بتغطية واسعة وسيتم الاشتراك فيها قبل بدء فترة التدريب العملي. بهذه الطريقة، لن يضطر المهني إلى القلق في حالة الاضطرار إلى مواجهة موقف غير متوقع وسيتم تغطيته حتى نهاية البرنامج العملي في المركز.

الشروط العامة للتدريب العملي

الشروط العامة لاتفاقية التدريب الداخلي للبرنامج ستكون على النحو التالي:

1. الإرشاد الأكاديمي: أثناء الماجستير النصف حضوري، سيتم تعيين مدرسين للطلاب يرافقونه طوال العملية الدراسية، وذلك للرد على أي استفسارات وحل أي قضايا قد تظهر للطلاب. من ناحية، سيكون هناك مدرس محترف ينتمي إلى مركز التدريب الذي يهدف إلى توجيه ودعم الطالب في جميع الأوقات. ومن ناحية أخرى، سيتم أيضًا تعيين مدرس أكاديمي تتمثل مهمته في التنسيق ومساعدة الطالب طوال العملية الدراسية وحل الشكوك وتسهيل كل ما قد يحتاج إليه. وبهذه الطريقة، سيرافق الطالب المدرس المحترف في جميع الأوقات وسيكون هو قادرًا على استشارة أي شكوك قد تظه، سواء ذات طبيعة عملية أو أكاديمية.

2. مدة الدراسة: سيستمر برنامج التدريب هذا لمدة ثلاثة أسابيع متواصلة من التدريب العملي، موزعة على دوام 8 ساعات وخمسة أيام في الأسبوع. ستكون أيام الحضور والجدول المواعيد مسؤولة المركز، وإبلاغ المهني على النحو الواجب بشكل سابق للتدريب، في وقت مبكر بما فيه الكفاية ليخدم بذلك أغراض التنظيم للتدريب.

3. عدم الحضور: في حال عدم الحضور في يوم بدء الماجستير النصف حضوري يفقد الطالب حقه في ذلك دون إمكانية الاسترداد أو تغيير المواعيد البرنامج. إن التغيب لأكثر من يومين عن الممارسات دون سبب طبي/أو مبرر، يعني استغناءه عن التدريب وبالتالي إنهاؤها تلقائيًا. يجب إبلاغ المرشد الأكاديمي على النحو الواجب وعلى وجه السرعة عن أي مشكلة تظهر أثناء فترة الإقامة.

4. المؤهل العلمي: المؤهل العلمي: سيحصل الطالب الذي يجتاز الماجستير النصف حضوري على مؤهل يثبت الإقامة في المركز المعني.

5. علاقة العمل والانتماء لمكان العمل: لن يشكل الماجستير النصف حضوري علاقة عمل من أي نوع.

6. الدراسات السابقة: قد تطلب بعض المراكز شهادة الدراسات السابقة لإجراء الماجستير النصف حضوري. في هذه الحالات سيكون من الضروري تقديمها إلى قسم التدريب في TECH حتى يمكن تأكيد تعيين المركز المختار للطلاب.

7. لن يتضمن: الماجستير النصف حضوري أي عنصر غير مذكور في هذه الشروط. لذلك، لا يشمل ذلك الإقامة أو الانتقال إلى المدينة التي يتم فيها التدريب أو التأشيرات أو أي خدمة أخرى غير موصوفة.

ومع ذلك، يجوز للطلاب استشارة مرشده الأكاديمي في حالة وجود أي استفسار أو توصية بهذا الصدد. سيوفر له ذلك جميع المعلومات اللازمة لتسهيل الإجراءات.

أين يمكنني القيام بالممارسات؟

في إطار هدفها المتمثل في تقديم تجربة فريدة للطلاب في تطوير قدراتهم، تمنح TECH الفرصة لتطبيق المعرفة النظرية المكتسبة حول إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات في شركة متخصصة. بهذه الطريقة، يتخصص جنبًا إلى جنب مع المهنيين ذوي الخبرة، مما يقود حياته المهنية إلى أعلى مستوى في هذا المجال. بالإضافة إلى ذلك، تتكيف مؤسستنا مع احتياجات الطالب وتفضيلاته، مما يمنحه اختيار الوجهة التي تناسب احتياجاته بشكل أفضل.

تعلم من أفضل المتخصصين. راهن على هذا التدريب
العملي وعزز إمكانيات عملك"





38 | أين يمكنني القيام بالممارسات؟ tech

سيتمكن الطالب من أخذ الجزء العملي من هذا الماجستير النصف الحضوري في المؤسسات التالية.



مدرسة إدارة الأعمال

Dorsia Santa Engracia

المدينة (مدريد) الدولة إسبانيا

العنوان: Calle de Sta Engracia, 153, 28003 Madrid

عيادة متخصصة في الطب التجميلي والجراحة التجميلية والترميمية

التدريبات العملية ذات الصلة:
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات
- الطب التجميلي



مدرسة إدارة الأعمال

OVB Donostia

المدينة Gipuzkoa الدولة إسبانيا

العنوان: Calle Portuetxe 37, 1- Oficina 8, San Sebastián, 20018

OVV Spain، التي تأسست في عام 2002، تركز على التخطيط المالي الشامل طويل الأجل وتستهدف في المقام الأول العميل الفردي

التدريبات العملية ذات الصلة:
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات



مدرسة إدارة الأعمال

ultimafiesta.com

المدينة ليون الدولة إسبانيا

العنوان: El Río, 9, 24359 Seisón de la Vega

الأشخاص الذين يريدون الكرامة والاحتفال بالحياة في لحظة الموت

التدريبات العملية ذات الصلة:
تنظيم الفعاليات
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات



مدرسة إدارة الأعمال

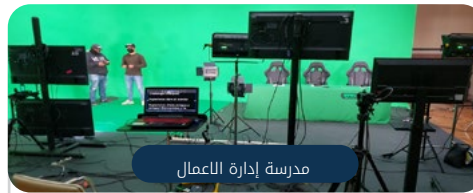
Innovación Gráfica

المدينة المكسيكو سيتي
الدولة المكسيك

العنوان: Calle Juan de Dios Peza N° 115, Col. Obrera, CP. 06800, CDMX

كيان متخصص في التسويق والعمارة التجارية

التدريبات العملية ذات الصلة:
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات
- MBA التسويق الرقمي



مدرسة إدارة الأعمال

Gaming Partners

المدينة مكسيكو سيتي
الدولة المكسيك

العنوان: Poniente 75 Col. 16 de septiembre, Alcaldía Miguel Hidalgo

شركة متخصصة في تسويق الألعاب وتطوير ألعاب الفيديو

التدريبات العملية ذات الصلة:
إدارة الموظفين
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات



مدرسة إدارة الأعمال

Coppel

المدينة Sinaloa
الدولة المكسيك

العنوان: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

شركة متخصصة في الخدمات المالية والاستشارة

التدريبات العملية ذات الصلة:
- MBA التسويق الرقمي
تصميم جرافيك



مدرسة إدارة الأعمال

CBM Innovación en Estrategias SAS

المدينة مكسيكو سيتي
الدولة المكسيك

العنوان: Cda. 16 de Septiembre 4, Centro, 56100 Texcoco, Edo. de Méx.

كيان متخصص في الترويج التجاري الرقمي وغير المتصل بالإنترنت

التدريبات العملية ذات الصلة:
- MBA التسويق الرقمي
- MBA إدارة ذكاء الأعمال



مدرسة إدارة الأعمال

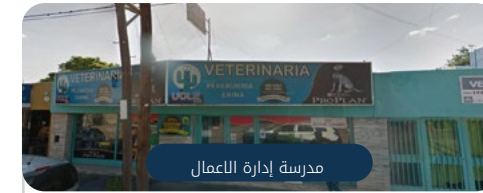
Frsko Marketing

المدينة مكسيكو سيتي
الدولة المكسيك

العنوان: Av. Marina Nacional 385-Piso 6, Oficina 610, Verónica Anzúres, Miguel Hidalgo, 11370, CDMX, México

شركة متخصصة في التسويق الرقمي والعلامات التجارية والاتصالات

التدريبات العملية ذات الصلة:
- MBA إدارة التسويق (CMO, كبير مسؤولي التسويق)
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات



مدرسة إدارة الأعمال

Veterinaria UCLE

المدينة
قرطبة

الدولة
الأرجنتين

العنوان: Maestro Vidal 1600, X5001 Córdoba, Argentina

المركز البيطري المتخصص في الاستشفاء والطوارئ

التدريبات العملية ذات الصلة:
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات
- الجراحة البيطرية للحيوانات الصغيرة



مدرسة إدارة الأعمال

Lo Bruno Estructuras S.A.

المدينة
سانتاغو ديل إيسسترو
Santiago del Estero

الدولة
الأرجنتين

العنوان: Fray L. Beltrán y 1° Teniente Ardiles. Parque Industrial- La Banda, Santiago del Estero

شركة متخصصة في صناعة مواد البناء

التدريبات العملية ذات الصلة:
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات
- البنية التحتية والهندسة المدنية



مدرسة إدارة الأعمال

Web Experto

المدينة
Santa Fe (سانتا في)

الدولة
الأرجنتين

العنوان: Lamadrid 470 Nave 1 1º piso
Oficina 17, Rosario, Santa Fe

شركة الإدارة الرقمية وتوجيه الويب

التدريبات العملية ذات الصلة:
- إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات
- MBA التسويق الرقمي



مدرسة إدارة الأعمال

Clínica Veterinaria Panda

المدينة
المدينة المستقلة في بوينس آيرس

الدولة
الأرجنتين

العنوان: Ruiz Huidobro 4771 Saavedra,
Ciudad de Buenos Aires

عيادة Panda البيطرية مع 25 عاما من الخبرة وخمسة مكاتب موزعة
في مدينة بوينس آيرس

التدريبات العملية ذات الصلة:
- الطب الباطني للحيوانات الصغيرة
- حالات الطوارئ البيطرية في الحيوانات الصغيرة



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"



تستخدم كلية إدارة الأعمال TECH منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة طريقة تعلم تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم"

يعدك هذا البرنامج لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في عملك.

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والعملية.

ستتعلم، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية،
حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية "



كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة
في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الإنترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

سيسمح لك نظامنا عبر الإنترنت بتنظيم وقتك ووتيرة التعلم، وتكييفه مع جداولك. يمكنك الوصول إلى المحتويات من أي جهاز ثابت أو محمول مع اتصال بالإنترنت.

في TECH ستتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

كلية إدارة الأعمال الخاصة بنا هي الكلية الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.



في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

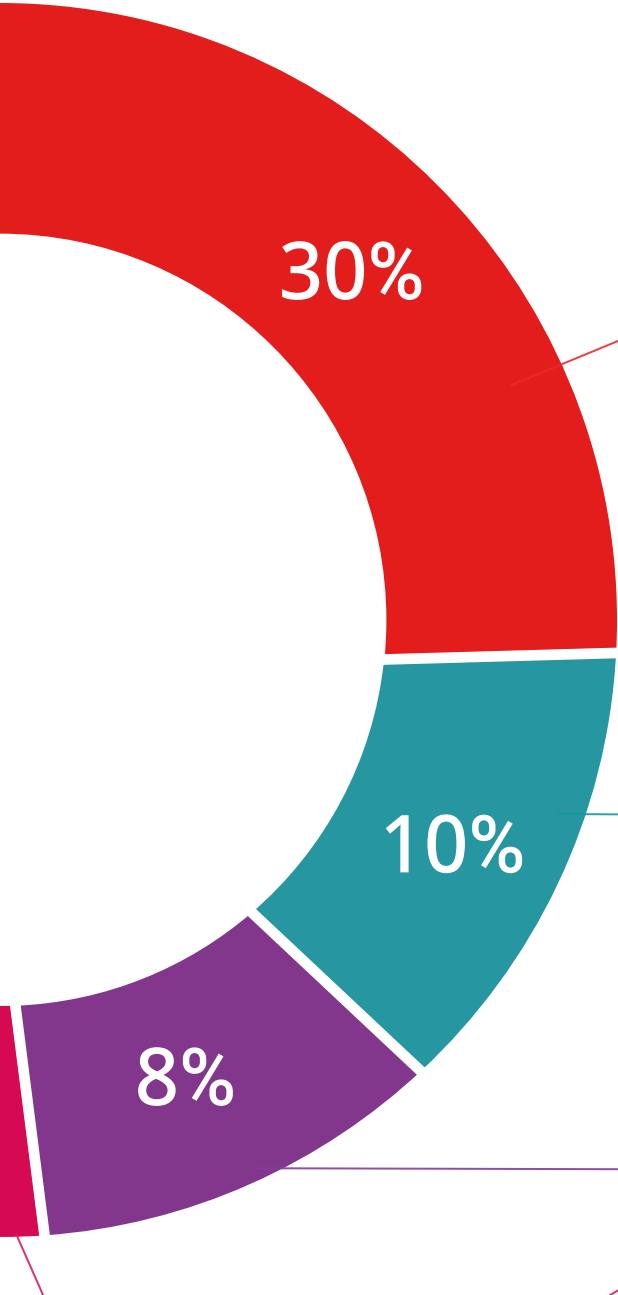
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحصين بالمخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. 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.

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.

التدريب العملي على المهارات الإدارية



سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم في إطار العولمة التي نعيشها.

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.



دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين في الإدارة العليا على الساحة الدولية.



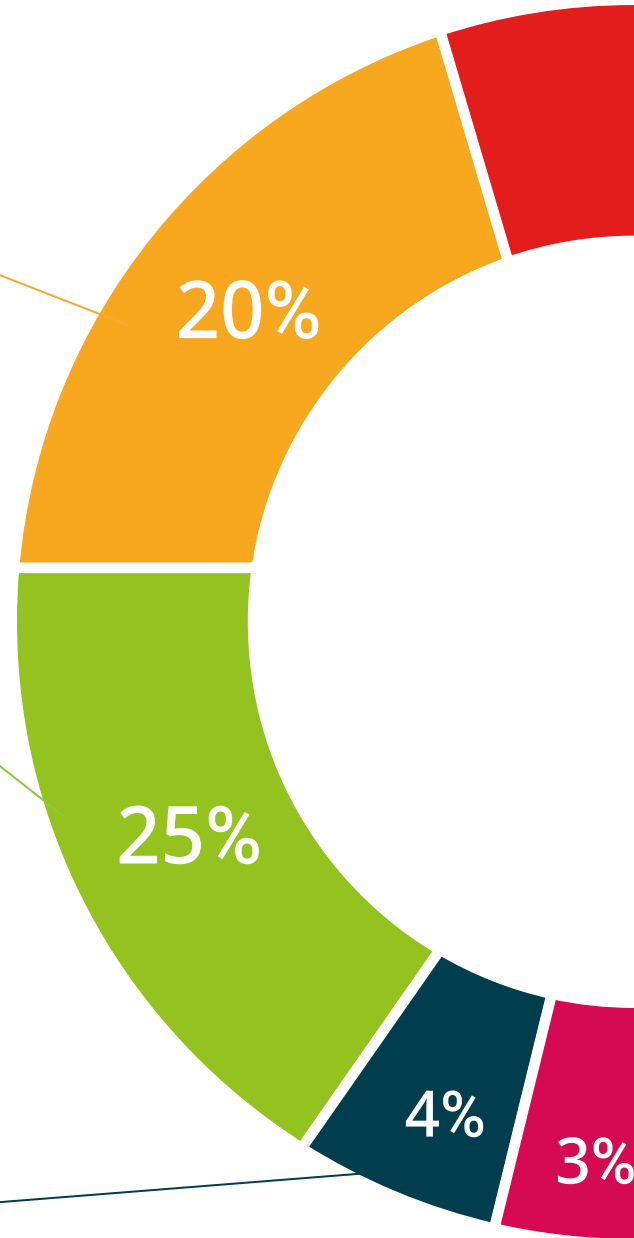
ملخصات تفاعلية

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 النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".



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.



المؤهل العلمي

يضمن الماجستير النصف حضوري في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل الماجستير النصف حضوري صادر من TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية
دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



المؤهل العلمي: ماجستير نصف حضوري في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات
طريقة التدريس: نصف حضوري (أونلاين + الممارسة الإكلينيكية)

مدة الدراسة: 12 شهر

المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

عدد الساعات الدراسية: 1620 ساعة

يحتوي ماجستير نصف حضوري في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدثة على الساحة المهنية والأكاديمية.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* محبوب بعلم وصول مؤهل برنامج الماجستير النصف حضوري ذا الصلة الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

بالإضافة إلى المؤهل، ستتمكن من الحصول على شهادة تشير لمحتوى البرنامج الذي قمت بدراسته. للقيام بذلك، يجب عليك الاتصال بمرشدك الأكاديمي، الذي سيوفر لك جميع المعلومات اللازمة.

ماجستير نصف حضوري في إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات

التوزيع العام للخطة الدراسية	نوع المادة	عدد الساعات
الدورة	1*	1500
المدة	1*	0
الفترة والمحتوى	1*	120
الخدمات التوجيهية والإدارة الانتقادية	1*	الإجمالي 1620
الفترة التجارية	1*	
أبحاث السوق	1*	
تخطيط حملة المبيعات	1*	
تطوير المبيعات وفتح المبيعات	1*	
اختبار وتحسين شبكة المبيعات	1*	
عقوبة الشاهد التجاري	1*	
إدارة علاقات العملاء	1*	
تكميل الفواتير الرسمية في الإستراتيجية التجارية	1*	
التجارة والتسويق الدولي	1*	

tech | الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara Navarro / د. آ
رئيس الجامعة

tech | الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج

هذه الشهادة ممنوحة إلى

ر

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير نصف حضوري

في

إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة ل 1620 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018

في تاريخ 17 يونيو 2020

Tere Guevara Navarro / د. آ
رئيس الجامعة

AFWOR235 | tech.edu.com/certificates | الكود البريدي الخاص بالجامعة

tech الجامعة
التيكنولوجية

ماجستير نصف حضوري
إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات

طريقة الدراسة: نصف حضوري (أونلاين + الممارسة الإكلينيكية)

مدة الدراسة: 12 شهر

المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

عدد الساعات الدراسية: 1620 ساعة

ماجستير نصف حضوري إدارة الأعمال التجارية وإدارة المبيعات