

ماجستير خاص MBA إدارة المشتريات



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير خاص MBA إدارة المشتريات

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-purchasing-management

الفهرس

04	أهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	المنهجية	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	صفحة 34		صفحة 22		صفحة 18		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	الملف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 64		صفحة 46		صفحة 42		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 72		صفحة 68				

كلمة الترحيب

يتطلب التحول الكبير لمفهوم الشراء التقليدي في عالم الأعمال اليوم من الشركات التكيف مع المتطلبات والاحتياجات الحالية للقطاع، وتعميق وتحسين خدماته في مختلف المجالات التي يغطيها هذا التخصص، مثل اللوجستيات والإنتاج والتمويل والتسويق والمشاريع والشراء والمشتريات. من خلال برنامج TECH هذا، سيتناول الطلاب إدارة الأعمال بشكل كامل وسيطورون المهارات اللازمة لتنفيذ استراتيجيات التفاوض الإيجابي مع الموردين، بالإضافة إلى تحديد الآثار المالية لإدارة المشتريات على ربحية الشركة. بالمثل، سيحصل الخريجون على 10 صفوف دراسية متقدمة فصول دراسية متقدمة يدرسها أحد الرواد الدوليين في هذا المجال.



ماجستير خاص في تخطيط وإدارة الفضاءات السياحية المستدامة،
TECH الجامعة التكنولوجية

لا تفوت الفرصة لتوسيع مهاراتك من خلال الصفوف
الدراسية المتقدمة التي يوفرها لك المدير الدولي،
بدعوة من TECH لهذا المؤهل العلمي"



لماذا تدرس في TECH؟

جامعة TECH هي أكبر كلية إدارة أعمال في العالم 100% عبر الإنترنت. إنها مدرسة إدارة أعمال النخبة، ذات نموذج الحد الأقصى من المتطلبات الأكاديمية. مركز دولي عالي الأداء، يتمتع بتدريب مكثف على المهارات الإدارية.



جامعة TECH هي جامعة تكنولوجية رائدة، تضع جميع مصادرها في
متناول الطلاب لمساعدتهم على تحقيق النجاح في إدارة الأعمال"



في TECH الجامعة التكنولوجية

الابتكار



تقدم لك الجامعة نموذجًا تعليميًا عبر الإنترنت يجمع بين أحدث التقنيات التعليمية وأعلى دقة تربوية.

إنه منهج فريد من نوعه يتمتع بأكبر قدر من الاعتراف الدولي والذي سيوفر للطالب مفاتيح التطور في عالم يتغير باستمرار، حيث يجب أن يكون الابتكار هو الرهان الأساسي لكل رائد أعمال.

"قصة نجاح Microsoft Europe" وذلك لدمج نظام الفيديو التفاعلي الجديد في البرامج.

أعلى المعايير



معايير القبول جامعة TECH ليست مادية، ليس هناك حاجة إلى القيام باستثمار كبير للدراسة معنا. بالطبع، من أجل الحصول على مؤهل من TECH الجامعة التكنولوجية، سيتم اختبار ذكاء الطالب وقدرته إلى أقصى حدوده. المعايير الأكاديمية للمؤسسة عالية بشكل استثنائي..

من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

95%

إقامة شبكة جيدة من العلاقات

يشارك المحترفون من جميع أنحاء العالم في جامعة TECH، بطريقة يمكن للمطالب من خلالها إنشاء شبكة كبيرة من الاتصالات المفيدة لمستقبله.



+200

جنسية مختلفة

+100.000

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

التمكين



سينمو الطالب جنبًا إلى جنب مع أفضل الشركات والمهنيين ذوي المكانة والتأثير الكبير. طورت جامعة TECH تحالفات استراتيجية وشبكة قيمة من الاتصالات مع الممثلين الاقتصاديين الرئيسيين في القارات السبع.

اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات

+500

الموهبة



هذا البرنامج هو عرض فريد لإبراز موهبة الطالب في مجال الأعمال، إنها فرصة يمكنه من خلالها التعرف بمخاوفه ورؤية عمله.

تساعد جامعة TECH الطالب على إظهار موهبته للعالم في نهاية هذا البرنامج.

سياق متعدد الثقافات



عند الدراسة في جامعة TECH، سيتمكن الطالب من الاستمتاع بتجربة فريدة من نوعها. سوف يدرس في سياق متعدد الثقافات. في برنامج ذي رؤية عالمية، سيتمكن بفضل من تعلم كيفية العمل في أنحاء مختلفة من العالم، وتجميع أحدث المعلومات التي تناسب فكرة عمله.

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

تسعى جامعة TECH إلى التميز ولهذا لديها سلسلة من الخصائص التي تجعلها جامعة فريدة من نوعها:

التحليلات



في جامعة TECH، يتم استكشاف الجانب النقدي للطلاب وقدرته على طرح الأسئلة ومهارات حل المشكلات ومهارات التعامل مع الآخرين.

التميز الأكاديمي



في جامعة TECH يتم توفير أفضل منهجية تعلم عبر الإنترنت للطلاب. تجمع الجامعة بين طريقة إعادة التعلم (Relearning) (منهجية التعلم للدراسات العليا صاحبة أفضل تصنيف دولي) مع دراسة الحالة، التقاليد والريادة في توازن صعب، وفي سياق مسار الرحلة الأكاديمية الأكثر تطلبًا.

الإقتصاد الكلي



تعد جامعة TECH أكبر جامعة أونلاين في العالم، فتخر حاليًا بمحفظة تضم أكثر من 10000 برنامج دراسات عليا جامعي. وفي الإقتصاد الجديد، الحجم + التكنولوجيا = سعر مذهل.. بهذه الطريقة، تضمن TECH الجامعة التكنولوجية أن الدراسة ليست باهظة التكلفة للطلاب كما لو كانت في جامعة أخرى.



تعلم مع الأفضل



يشرح فريق تدريس جامعة TECH في الفصل ما أدى إلى النجاح في شركاتهم، والعمل من سياق حقيقي وحيوي وديناميكي. يقدم المعلمون المشاركون بشكل كامل تخصصًا عالي الجودة يسمح بالتقدم في حياته المهنية والتميز في عالم الأعمال.

في جامعة TECH، ستتمكن من الوصول إلى دراسات الحالة الأكثر صرامة وحداثة في المشهد الأكاديمي "

لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

تعني دراسة برنامج TECH الجامعة التكنولوجية هذا زيادة فرص تحقيق النجاح المهني في إدارة الأعمال العليا. إنه تحدٍ يتطلب الجهد والتفاني، لكنه يفتح الباب لمستقبل واعد. سيتعلم الطلاب من أفضل أعضاء هيئة التدريس وباستخدام المنهجية التعليمية الأكثر مرونة وابتكاراً.

نحظى بمدرسين مؤهلين تأهيلاً عالياً ومناهج تعليمية
كاملة في السوق، مما يتيح لنا أن نقدم لك تدريباً على
أعلى مستوى أكاديمي"



سيوفر هذا البرنامج للطلاب العديد من المزايا المهنية والشخصية،
لا سيما ما يلي:

01

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

من خلال الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية، سيتمكن الطلاب من التحكم في مستقبلهم وتطوير إمكاناتهم الكاملة. من خلال إكمال هذا البرنامج، سيكتسب الطلاب المهارات المطلوبة لإحداث تغيير إيجابي في حياتهم المهنية في فترة زمنية قصيرة.

70% من المشاركين يحققون تطوراً وظيفياً
إيجابياً في أقل من عامين.

02

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

تقدم TECH الجامعة التكنولوجية نظرة عامة متعمقة على الإدارة العامة لفهم كيفية تأثير كل قرار على كل مجال من المجالات الوظيفية المختلفة للشركة.

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين
رؤيتك الإستراتيجية.

03

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

تعني الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية فتح الأبواب أمام مجموعة واسعة من الفرص المهنية للطلاب لوضع أنفسهم كمديرين تنفيذيين كبار، مع رؤية واسعة للبيئة الدولية.

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية
عليا حقيقية.

04

تحمل مسؤوليات جديدة

سيغطي البرنامج أحدث الاتجاهات والتقدم، والاستراتيجيات حتى يتمكن الطلاب من القيام بعملهم المهني في بيئة متغيرة.

45% ممن يتم ترقيتهم من الطلاب
في وظائفهم من خلال الترقية الداخلية.

تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

تساعد جامعة TECH الطالب على تطبيق وتطوير المعرفة المكتسبة وتحسين مهاراته الشخصية ليصبح قائداً يُحدث فرقاً.

07

حسن مهارات الاتصال والقيادة لديك
وامنح حياتك المهنية دفعة قوية للأمام.

كن جزءاً من مجتمع حصري

سيكون الطالب جزءاً من مجتمع من نخبة المديرين والشركات الكبيرة والمؤسسات المشهورة والأساتذة المؤهلين من أرقى الجامعات في العالم، مجتمع TECH التكنولوجية.

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دولياً.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

الجامعة TECH التكنولوجية تربط طلابها لتحقيق أقصى قدر من الفرص. الطلاب الذين لديهم نفس الاهتمامات والرغبة في النمو. لذلك، يمكن مشاركة الشركات أو العملاء أو الموردين.

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

سيكتسب الطلاب رؤية إستراتيجية عميقة من شأنها مساعدتهم على تطوير مشروعهم الخاص، مع مراعاة المجالات المختلفة في الشركات.

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

الأهداف

تم تصميم هذا البرنامج لتعزيز المهارات الإدارية والقيادية في إدارة المشتريات والتوريد، بالإضافة إلى تطوير الكفاءات والمهارات الجديدة التي ستكون ضرورية في تطورهم المهني. بعد البرنامج، ستمكن من اتخاذ قرارات عالمية بمنظور مبتكر ورؤية دولية.

أحد أهدافنا الرئيسية هو مساعدتك على تطوير الكفاءات الأساسية لقيادة مصادر شركتك بشكل استراتيجي"



"تحتضن TECH أهداف طلابها.
إنهم يعملون معًا لتحقيقها.

سيقوم MBA إدارة المشتريات بتدريب الطالب على:

01

تحديد سياسات الشراء التوريد في إطار الخدمات اللوجستية الشاملة

02

تحديد السياسات والممارسات والرافعات التي تشكل إدارة
المشتريات , وكذلك العلاقات بين العملاء والموردين

03

استخدام أنسب أدوات الشراء للاختيار
وتقييم أفضل الموردين

04

هيكله الاحتياجات في مجال المشتريات

05

تنفيذ خطة تحسين الإنتاجية وخفض التكاليف



اعداد الخطة الاستراتيجية لقسم المشتريات

08

تقييم وقياس النتائج من خلال تحديد المؤشرات الرئيسية

06

تحديد الأثار المالية لإدارة المشتريات في ربحية الشركة

09



اكتساب المهارات القيادية التي تسمح بتنفيذ العمل الاحترافي بسهولة أكبر

10

تطوير استراتيجيات التفاوض التي تنشئ علاقات مستقرة وإيجابية مع الموردين

07

الكفاءات

بعد اجتياز تقييمات MBA إدارة المشتريات، سيكون المهني قد اكتسب المهارات اللازمة للحصول على تطبيق عملي عالي الجودة ومحدث يعتمد على المنهجية التعليمية الأكثر ابتكاراً.



ستسمح لك المهارات التي ستطورها بعد الانتهاء
من هذا البرنامج بتحقيق النجاح المهني الذي تريده"



إجراء التشخيص المالي للشركة

01

إجراء تحليل للسوق يتيح معرفة وضع الشركة ومنافسيها

02

تحسين عمليات الشراء والتوريد

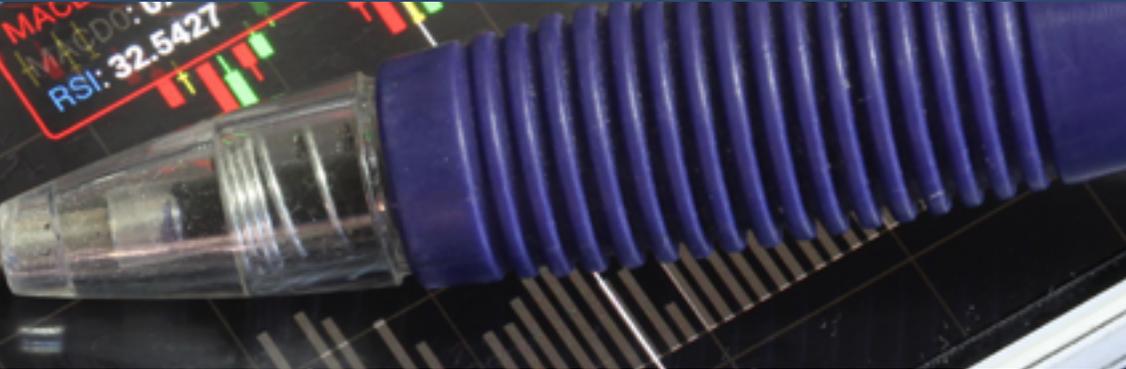
03

فهم أهمية المراجعات في عملية الشراء والتوريد للشركة

04

فهم الشركة والعملية اللوجستية من رؤية

05



البحث واختيار الموردين الأكثر ملاءمة للشركة

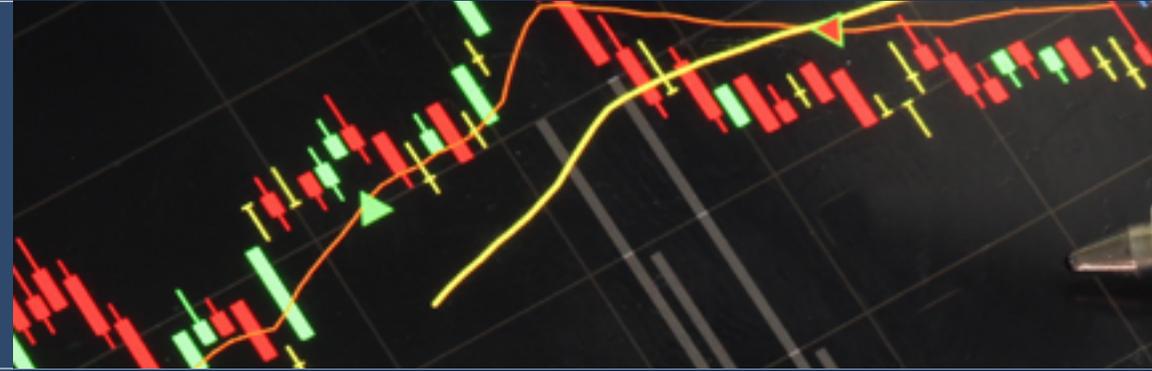
08

إستراتيجية دولية

06

امتلاك تخطيط لوجستي دولي يسمح
بتحسين فوائد الشركة

09



تطبيق أعلى مستويات الجودة في جميع
العمليات والمشاريع

10

أداء وإدارة عمليات الشراء ومراجعة المشتريات

07

الهيكل والمحتوى

MBA إدارة المشتريات هو برنامج مصمم خصيصًا يتم تدريسه بتنسيق 100% عبر الإنترنت بحيث يمكنك اختيار الوقت والمكان الذي يناسب توافرك وجداولك الزمنية واهتماماتك.

برنامج يقام على مدار 12 شهرًا ويهدف إلى أن يكون تجربة فريدة ومحفزة تضع الأسس لنجاحك المهني، وتبحث دائمًا عن تحسين مستمر من حيث تدريبك.

سيكافأ الجهد التعليمي على المستوى المهني. لذلك،
يجب أن تستمر دائمًا في البحث عن تحديث لمعرفتك"



خطة الدراسة

يعد MBA إدارة المشتريات في TECH Global University برنامجًا مكثفًا يعد الطالب لمواجهة القرارات في مجال الاتصالات التجارية. يهدف محتواه إلى تشجيع تطوير الكفاءات الإدارية التي تسمح باتخاذ قرارات أكثر دقة في بيئات غير مؤكدة.

خلال 2700 ساعة من الدراسة، سيقوم الطالب بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي، وتحقيق معرفة فائقة في الموضوع يمكن تطبيقها لاحقًا على عملهم اليومي. بالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

يتعامل هذا البرنامج بعمق مع مجالات مختلفة من الشركة وهو مصمم لتخصص المديرين الذين يفهمون إدارة المشتريات من منظور استراتيجي ومبتكر.

خطة مصممة للطالب تركز على تحسينهم المهني وتهيئهم لتحقيق التميز في مجال الإدارة وإدارة الأعمال. برنامج يتفهم احتياجاتك واحتياجاتك من خلال محتوى مبتكر قائم على أحدث الاتجاهات ومدعوم بأفضل منهجية تعليمية وهيئة تدريس استثنائية، والتي ستمنحك مهارات لحل المواقف الحرجة بشكل خلاق وفعال.

تم تطوير هذا البرنامج على مدى 12 شهر وينقسم إلى 14 وحدة:

الإدارة والقيادة	الوحدة 1
الخدمات اللوجستية والإدارة الاقتصادية	الوحدة 2
دراسة السوق	الوحدة 3
وظيفة الشراء والإمداد	الوحدة 4
إدارة المشتريات الإستراتيجية	الوحدة 5
إدارة العلاقات مع الموردين	الوحدة 6
إدارة المشاريع ونوعيتها للمشتريين	الوحدة 7
التأثير الاجتماعي والإيكولوجي	الوحدة 8
المصادر العالمية	الوحدة 9
الأداء والتدقيق	الوحدة 10
القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	الوحدة 11
قيادة لأفراد وإدارة المواهب	الوحدة 12
الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي	الوحدة 13
Management إدارى	الوحدة 14

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية إجراء MBA إدارة المشتريات هذا عبر الإنترنت بالكامل. خلال 12 شهر من التخصص، ستتمكن من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما يتيح لك إدارة وقت الدراسة بنفسك.

إنها تجربة تعليمية فريدة
ومهمة وحاسمة لتعزيز تطورك
المهني وتحقيق قفزة حاسمة.



الوحدة 1. الإدارة والقيادة

<p>1.1. الإدارة العامة</p> <p>1.1.1. تكامل الاستراتيجيات الوظيفية في استراتيجيات الأعمال العالمية</p> <p>2.1.1. سياسات وعمليات الإدارة</p> <p>3.1.1. المجتمع والمؤسسة</p>	<p>2.1. الإدارة الاستراتيجية</p> <p>1.2.1. إنشاء موقع استراتيجي: الرسالة والرؤية والقيم</p> <p>2.2.1. تطوير أعمال جديدة</p> <p>3.2.1. نمو وتوطيد الشركة</p>	<p>3.1. استراتيجية تنافسية</p> <p>1.3.1. تحليل السوق</p> <p>2.3.1. ميزة تنافسية مستدامة</p> <p>3.3.1. عائد الاستثمار</p>	<p>4.1. استراتيجية مؤسسية</p> <p>1.4.1. قيادة استراتيجية الشركة</p> <p>2.4.1. وضع استراتيجية الشركة</p> <p>3.4.1. صياغة استراتيجية الشركة</p>
<p>5.1. التخطيط والاستراتيجية</p> <p>1.5.1. أهمية الاتجاه الاستراتيجي في عملية الرقابة الإدارية</p> <p>2.5.1. تحليل البيئة والتنظيم</p> <p>3.5.1. Lean Management</p>	<p>6.1. إدارة الموهبة</p> <p>1.6.1. إدارة الثروات البشرية</p> <p>2.6.1. البيئة والاستراتيجية والمقاييس</p> <p>3.6.1. الابتكار في إدارة الأفراد</p>	<p>7.1. التنمية الإدارية والقيادة</p> <p>1.7.1. القيادة وأساليب القيادة</p> <p>2.7.1. تحفيز</p> <p>3.7.1. الذكاء العاطفي</p> <p>4.7.1. اجتماعات فعالة</p>	<p>8.1. إدارة التغيير</p> <p>1.8.1. تحليل الأداء</p> <p>2.8.1. قيادة التغيير. مقاومة التغيير</p> <p>3.8.1. إدارة مراحل التغيير</p> <p>4.8.1. إدارة فرق متعددة الثقافات</p>
<p>9.1. التفاوض</p> <p>1.9.1. التفاوض بين الثقافات</p> <p>2.9.1. مناهج التفاوض</p> <p>3.9.1. تقنيات التداول الفعال</p> <p>4.9.1. إعادة الهيكلة</p>			

الوحدة 2. الخدمات اللوجستية والإدارة الاقتصادية

<p>1.2. التشخيص المالي</p> <p>1.1.2. مؤشرات لتحليل البيانات المالية</p> <p>2.1.2. تحليل المردودية</p> <p>3.1.2. الربحية الاقتصادية والمالية للشركة</p>	<p>2.2. التحليل الاقتصادي للقرارات</p> <p>1.2.2. مراقبة الميزانية</p> <p>2.2.2. تحليل المنافسة. تحليل مقارن</p> <p>3.2.2. اتخاذ القرارات. الاستثمار التجاري أو التجريد من الاستثمار</p>	<p>3.2. تقييم الاستثمار وإدارة المحافظ</p> <p>1.3.2. ربحية المشاريع الاستثمارية وخلق القيمة</p> <p>2.3.2. نماذج لتقييم المشاريع الاستثمارية</p> <p>3.3.2. تحليل الحساسية وتطوير السيناريو وأشجار القرار</p>	<p>4.2. الإدارة المالية لإدارة المشتريات</p> <p>1.4.2. التأثير المضاعف للمشتريات على الأرباح</p> <p>2.4.2. الربحية وخفض التكلفة</p> <p>3.4.2. تكلفة الفرصة للأصول</p>
<p>5.2. التحكم الاقتصادي بالمشتريات</p> <p>1.5.2. KPI ، مؤشرات إدارة المشتريات الرئيسية</p> <p>2.5.2. التأثير على التكاليف الإجمالية لإدارة KPI المناسبة</p> <p>3.5.2. لوحة القيادة الاقتصادية والتحكم في المشتريات</p>	<p>6.2. المستودعات وإدارة المخزون والخدمات اللوجستية</p> <p>1.6.2. إدارة لوجستيات المشتريات</p> <p>2.6.2. إدارة Stocks (المخزون)</p> <p>3.6.2. إدارة المستودعات</p>	<p>7.2. إدارة سلسلة التوريد</p> <p>1.7.2. تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات</p> <p>2.7.2. التغيير في أنماط الطلب</p> <p>3.7.2. التغيير في استراتيجية العمليات</p>	<p>8.2. العمليات اللوجستية</p> <p>1.8.2. التنظيم وإدارة العمليات.</p> <p>2.8.2. المشتريات والإنتاج والتوزيع</p> <p>3.8.2. الجودة وتكاليف الجودة والأدوات</p> <p>4.8.2. خدمة ما بعد البيع</p>
<p>9.2. اللوجستية والعملاء</p> <p>1.9.2. تحليل الطلب والتنبؤ به</p> <p>2.9.2. التنبؤ وتخطيط المبيعات</p> <p>3.9.2. التخطيط التعاوني والتنبؤ والاستبدال</p>			
<p>10.2. الخدمات اللوجستية الدولية</p> <p>1.10.2. عمليات الجمارك والتصدير والاستيراد</p> <p>2.10.2. أشكال ووسائل الدفع الدولي</p> <p>3.10.2. المنصات اللوجستية الدولية</p>			

الوحدة 3. دراسة السوق

<p>4.3. تجزئة الأسواق</p> <p>1.4.3. أنواع الأسواق</p> <p>2.4.3. مفهوم وتحليل الطلب</p> <p>3.4.3. التجزئة والمعايير</p> <p>4.4.3. تعريف الجمهور المستهدف</p>	<p>3.3. مناهج وتقنيات البحث النوعي</p> <p>1.3.3. التقنيات المباشرة: مجموعة التركيز</p> <p>2.3.3. التقنيات الأنثروبولوجية</p> <p>3.3.3. تقنيات غير مباشرة</p> <p>4.3.3. مرآة ذات وجهين (Two face mirror) وطريقة Delphi</p>	<p>2.3. طرق وتقنيات البحث الكمي</p> <p>1.2.3. المتغيرات والمقاييس</p> <p>2.2.3. مصادر المعلومات</p> <p>3.2.3. أساليب أخذ العينات</p> <p>4.2.3. معالجة وتحليل البيانات</p>	<p>1.3. بيئة تنافسية جديدة</p> <p>1.1.3. الابتكار التكنولوجي والأثر الاقتصادي</p> <p>2.1.3. مجتمع المعرفة</p> <p>3.1.3. الصورة الجديدة للمستهلك</p>
<p>8.3. ذكاء التسويق</p> <p>1.8.3. Big Data</p> <p>2.8.3. تجربة المستخدم</p> <p>3.8.3. تطبيق التقنيات</p>	<p>7.3. إدارة المشاريع البحثية</p> <p>1.7.3. أدوات تحليل المعلومات</p> <p>2.7.3. تطوير خطة إدارة التوقعات</p> <p>3.7.3. تقييم جدوى المشروع</p>	<p>6.3. نظم معلومات التسويق</p> <p>1.6.3. النهج المفاهيمية لنظام معلومات التسويق</p> <p>2.6.3. مستودع البيانات واستخراج البيانات (Data Warehouse and Datamining)</p> <p>3.6.3. نظم المعلومات الجغرافية</p>	<p>5.3. أنواع سلوك الشراء</p> <p>1.5.3. سلوك معقد</p> <p>2.5.3. سلوك تقليل التنافر</p> <p>3.5.3. سلوك بحث متنوع</p> <p>4.5.3. سلوك الشراء المعتاد</p>

الوحدة 4. وظيفة الشراء والإمداد

<p>4.4. إدارة مخاطر الشراء</p> <p>1.4.4. طبيعة الخطر</p> <p>2.4.4. المخاطر في سوق التوريد</p> <p>3.4.4. التأمين</p> <p>4.4.4. مخاطر الأسعار والتقلبات</p>	<p>3.4. تحليل الأسعار والتكاليف وقيمة الشراء</p> <p>1.3.4. إدارة الفئة</p> <p>2.3.4. أنظمة دعوة أو اتصال لإرسال مقترحات المشاريع</p> <p>3.3.4. طلب الميزانية</p> <p>4.3.4. المؤشرات الدولية للتسعير</p> <p>4.3.4. التسعير الديناميكي</p>	<p>2.4. تطوير استراتيجيات الشراء</p> <p>1.2.4. شروط وأحكام الشراء</p> <p>2.2.4. إدارة التذاكر والطلبات ومذكرات التسليم</p> <p>3.2.4. إدارة الحوادث والمخزون</p>	<p>1.4. المشتريات وسلسلة القيمة</p> <p>1.1.4. مهمة وهدف وهيكل قسم المشتريات والتوريد</p> <p>2.1.4. المكونات الرئيسية لقسم المشتريات</p> <p>3.1.4. تدفق المشتريات والخدمات اللوجستية للشركة</p> <p>4.1.4. إدارة المؤشرات، لوحة القيادة</p>
		<p>6.4. المشتريات في الصناعات والقطاعات المختلفة</p> <p>1.6.4. شراء الخدمات</p> <p>2.6.4. شراء سلع المعدات</p> <p>3.6.4. شراء merchandising, marketing والإعلان</p> <p>4.6.4. تكنولوجيا المعلومات والنقل وقطاعات أخرى</p> <p>5.6.4. الشراء في القطاع العام</p>	<p>5.4. المشتريات الإلكترونية.</p> <p>1.5.4. الأعمال الإلكترونية والمصادر الإلكترونية</p> <p>2.5.4. المزايدات والعكس المزايدات</p> <p>3.5.4. تكاليف التطبيق والأنظمة الأكثر استخدامًا</p> <p>4.5.4. الشراء الإلكتروني</p>

الوحدة 5. إدارة المشتريات الإستراتيجية

<p>1.5. إدارة المشتريات الإستراتيجية</p> <p>1.1.5. التحديات الجديدة في إدارة الشراء والاستعانة بالمصادر والإمداد</p> <p>2.1.5. وظيفة الشراء في الشركة وفي سلسلة التوريد</p> <p>3.1.5. وظيفة الشراء كمزود للموارد</p>	<p>2.5. إدارة Lean في عمليات الشراء</p> <p>1.2.5. Lean Buying</p> <p>2.2.5. الاستعانة بمصادر خارجية في SCM</p> <p>3.2.5. Lean توريد</p>	<p>3.5. تصميم استراتيجية الشراء</p> <p>1.3.5. الاستعانة بمصادر خارجية</p> <p>2.3.5. إسناد العمليات</p> <p>3.3.5. العولمة</p> <p>4.3.5. النقل</p>	<p>4.5. الاستعانة بمصادر خارجية - الاستعانة بمصادر داخلية</p> <p>1.4.5. نماذج وعمليات الشراء</p> <p>2.4.5. نماذج التجزئة</p> <p>3.4.5. دور المشتريات الإلكترونية</p>
<p>5.5. المصادر الاستراتيجية</p> <p>1.5.5. اختيار الموردين والاستراتيجية</p> <p>2.5.5. توليد القيمة من العرض الاستراتيجي</p> <p>3.5.5. مشغلي الإمداد والتموين</p>	<p>6.5. تصميم وإدارة المستودعات</p> <p>1.6.5. تصميم المستودعات المتقدم</p> <p>2.6.5. الانتقاء والفرز</p> <p>3.6.5. التحكم في تدفق المواد</p>	<p>7.5. Lean Warehouse</p> <p>1.7.5. Fundamentos de Lean Warehousing</p> <p>2.7.5. أنظمة إدارة المخزون</p> <p>3.7.5. الترددات الراديوية في تصميم المستودعات</p>	<p>8.5. إدارة النقل والتوزيع</p> <p>1.8.5. التنسيق بين النقل والتخزين</p> <p>2.8.5. مناطق الأنشطة اللوجستية</p>
<p>9.5. اللوجستيات الداخلية</p> <p>1.9.5. حساب الاحتياجات</p> <p>2.9.5. تصنيف المستودعات في نظام إنتاج مبرمج</p> <p>3.9.5. توريدات DOUKI SEISAN</p> <p>4.9.5. Lean materials handling</p>			

الوحدة 6. إدارة العلاقات مع الموردين

<p>1.6. تخطيط البحث عن الموردين</p> <p>1.1.6. عملية العطاء وتطوير المعايير</p> <p>2.1.6. تحديد الموردين المحتملين</p> <p>3.1.6. اختيار الموردين</p>	<p>2.6. معايير اختيار الموردين</p> <p>1.2.6. المعايير الاقتصادية</p> <p>2.2.6. معايير الجودة</p> <p>3.2.6. معايير أخرى</p>	<p>3.6. إدارة العلاقة مع الموردين</p> <p>1.3.6. الأخلاق في العلاقات</p> <p>2.3.6. تخطيط التوظيف</p> <p>3.3.6. اكتساب الخدمة</p>	<p>4.6. دمج الموردين في سلسلة القيمة</p> <p>1.4.6. مراحل عملية التكامل</p> <p>2.4.6. المخاطر ومعايير التحكم</p> <p>3.4.6. متابعة</p> <p>4.4.6. انهيار التكامل</p>
<p>5.5. علم النفس وتقنيات البيع</p> <p>1.5.6. عقد البيع والشراء</p> <p>2.5.6. المدفوعات والتأخر في الدفع</p> <p>3.5.6. ضمانات الامتثال</p> <p>4.5.6. المسؤولية عن الضرر الناجم عن المنتجات المعيبة</p> <p>5.5.6. عقود الإيجار</p>	<p>6.6. تطوير عملية البيع</p> <p>1.6.6. التعاقد على الأشغال والخدمات</p> <p>2.6.6. مسؤولية العمل المشتركة والمتعددة</p> <p>3.6.6. المسؤولية الفرعية للضمان الاجتماعي</p> <p>4.6.6. الوقاية من المخاطر المهنية</p>	<p>7.6. تنظيم وإدارة العقود</p> <p>1.7.6. التفاوض والتكليف</p> <p>2.7.6. مراقبة النتائج والتحكم فيها</p> <p>3.7.6. إقفال العقد</p>	

الوحدة 7. إدارة المشاريع ونوعيتها للمشتريين

<p>4.7. Lean-six-sigma في عمليات الشراء</p> <p>1.4.7. تعظيم القيمة من خلال نهج تحسين تشخيص قدرة العملية وإمكانية التحسين</p> <p>2.4.7. تشخيص قدرة العملية وإمكانية التحسين</p> <p>3.4.7. استخدام مقاييس العملية والنتيجة في المشتريات</p>	<p>3.7. التطبيق العملي للإدارة Lean: المبادئ والقواعد الأساسية</p> <p>1.3.7. تحديد الهدر في عمليات الشراء والتوريد</p> <p>2.3.7. التطبيق العملي لقواعد Lean الأربعة</p> <p>3.3.7. تعريف فريد للعمليات الفرعية باستخدام SIPOC</p>	<p>2.7. أدوات Lean لإدارة المشاريع</p> <p>1.2.7. أدوات تحسين الجودة</p> <p>2.2.7. أدوات تحسين التكاليف</p> <p>3.2.7. أدوات تحسين الاطر الزمنية</p> <p>4.2.7. أدوات تحسين مشاركة الموظفين</p>	<p>1.7. إدارة العجاف</p> <p>1.1.7. المبادئ الأساسية لـ Lean Management</p> <p>2.1.7. مجموعات التحسين وحل المشكلات</p> <p>3.1.7. أشكال جديدة من الصيانة وإدارة الجودة</p>
<p>7.7. خريطة لسلسلة القيمة في عمليات الشراء</p> <p>1.7.7. تحديد أهداف التحسين المحددة</p> <p>2.7.7. تعديل وموازنة العمليات لتقليل أوقات عدم القيمة وتحسين الموارد</p>	<p>6.7. إدارة الجودة الشاملة والإدارة المتقدمة للمشاريع</p> <p>1.6.7. إدارة الجودة الكلية</p> <p>2.6.7. Sigma 6 كنظام عالمي لإدارة الأعمال</p> <p>3.6.7. نموذج المؤسسة الأوروبية لإدارة الجودة</p>	<p>5.7. إدارة الجودة في المشاريع</p> <p>1.5.7. تخطيط المشاريع استنادا إلى الاحتياجات والمواصفات</p> <p>2.5.7. متطلبات العملاء والتقييم التنافسي</p> <p>3.5.7. الأهداف والعلاقات والارتباطات</p> <p>4.5.7. تحليل نمط الفشل والتأثيرات</p>	

الوحدة 8. التأثير الاجتماعي والإيكولوجي

<p>4.8. الشركة والبيئة</p> <p>1.4.8. التنمية المستدامة</p> <p>3.4.8. استجابة الشركات للمشاكل البيئية</p> <p>4.4.8. النفايات والانبعاثات</p>	<p>3.8. التمويل والاستثمار المسؤول</p> <p>1.3.8. شفافية المعلومات</p> <p>2.3.8. التمويل والاستثمار المسؤول</p> <p>3.3.8. الاقتصاد الاجتماعي والتعاونيات والمسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>2.8. SCM ومسؤولية الشركات</p> <p>1.2.8. خلق قيمة في اقتصاد الأصول غير الملموسة</p> <p>2.2.8. المسؤولية الاجتماعية للشركات: الالتزام التجاري</p> <p>3.2.8. التأثير الاجتماعي والبيئي والاقتصادي</p>	<p>1.8. المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.1.8. الرؤية الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.1.8. أنظمة ونماذج تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>3.1.8. منظمة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>4.1.8. الدوار والمسؤوليات</p>
			<p>5.8. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة</p> <p>1.5.8. نظم إدارة المسؤولية الاجتماعية</p> <p>2.5.8. نظم إدارة الجودة والصحة والسلامة البيئية والمهنية</p> <p>3.5.8. عمليات التدقيق</p>

الوحدة 9. المصادر العالمية

<p>4.9. التوزيع اللوجستي الدولي 1.4.9. المنصات اللوجستية الدولية 2.4.9. مشغل نقل دولي 3.4.9. المحاور والتوزيع</p>	<p>3.9. إدارة الاستيراد 1.3.9. عمليات الجمارك والتصدير والاستيراد 2.3.9. المؤسسات والاتفاقيات التجارية الدولية 4.3.9. إدارة المصانع والمشتريات الدولية</p>	<p>2.9. تكيف المشتريات مع المصادر العالمية 1.2.9. هيكل الشراء 2.2.9. الحاجة إلى مهارات جديدة 3.2.9. الوسطاء</p>	<p>1.9. البيئة الاقتصادية العالمية 1.1.9. أسس الاقتصاد العالمي 2.1.9. عولمة الأعمال التجارية والأسواق المالية 3.1.9. النمو والتطور في الأسواق الناشئة 4.1.9. النظام النقدي الدولي</p>
<p>7.9. الخدمات اللوجستية الدولية 1.7.9. أساسيات Lean مع تطبيقها في مجال الخدمات اللوجستية الدولية 2.7.9. الآثار والمتطلبات الرئيسية 3.7.9. منهجيات تحسين العملية الأخرى</p>	<p>6.9. أشكال ووسائل الدفع الدولي 1.6.9. اختيار طريقة الدفع 2.6.9. الاعتمادات المستندية 3.6.9. الضمان البنكي والاعتماد المستندي</p>	<p>5.9. المصطلحات التجارية الدولية وإدارة الوثائق الدولية 1.5.9. التصدير أو التوريد 2.5.9. الوكالة والتوزيع وعقد البيع الدولي 3.5.9. الملكية الصناعية والفكرية 4.5.9. تصنيف التعريفية الجمركية</p>	

الوحدة 10. الأداء والتدقيق

<p>4.10. مؤشرات أخرى 1.4.10. مؤشرات الأداء 2.4.10. مؤشرات إنتاجية فريق المشتريات</p>	<p>3.10. مؤشرات شراء الخدمات 1.3.10. المؤشرات الاقتصادية 2.3.10. مؤشرات فعالية المشتريات 3.3.10. مؤشرات الفاعلية 4.3.10. مؤشرات العلاقة 5.3.10. مؤشرات العلاقة مع العملاء الداخليين</p>	<p>2.10. مؤشرات شراء المواد الأولية 1.2.10. مؤشرات الفاعلية 2.2.10. المؤشرات الاقتصادية 3.2.10. مؤشرات العلاقة مع العملاء الداخليين 4.2.10. مؤشرات فعالية المشتريات 5.2.10. مؤشرات كفاءة المشتريات 6.2.10. أهداف الشراء</p>	<p>1.10. الجوانب العامة لمؤشرات إدارة الأعمال 1.1.10. وظائف مؤشرات الإدارة 2.1.10. لوحة المؤشرات وبطاقة رصيد الحساب 3.1.10. المؤشرات اللوجيستية</p>
<p>6.10. المقارنة المعيارية في إدارة المشتريات 1.6.10. أنواع المقارنة المعيارية 2.6.10. إجراء المقارنة المعيارية في السوق 3.6.10. إنجازات ومزايا تطبيق المقارنة المعيارية في قسم المشتريات 4.6.10. قياس المقارنة المعيارية</p>	<p>5.10. تدقيق الشراء 2.5.10. أهداف التدقيق 3.5.10. نطاق مراجعة ضوابط الشراء 4.5.10. التدقيق الداخلي والتدريب وسياسات وإجراءات المقاول</p>		

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

<p>4.11 أخلاقيات العمل 1.4.11 الأخلاق والأخلاقيات 2.4.11 أخلاقيات الأعمال التجارية 3.4.11 القيادة والأخلاقيات في الشركة</p>	<p>3.11 Management Cultural Cross 1.3.11 مفهوم Management Cultural Cross 2.3.11 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية 3.3.11 إدارة التنوع</p>	<p>2.11 القيادة 1.2.11 القيادة. النهج المفاهيمي 2.2.11 القيادة في الشركات 3.2.11 أهمية القائد في إدارة الأعمال</p>	<p>1.11 العولمة والحوكمة 1.1.11 الحوكمة وحوكمة الشركات 2.1.11 أساسيات حوكمة الشركات في الشركات 3.1.11 دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات</p>
<p>8.11 الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان 1.8.11 العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان 2.8.11 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي 3.8.11 الصكوك القانونية للشركات المتعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p>	<p>7.11 أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة 1.7.11 المسؤولية الاجتماعية للشركات 2.7.11 القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة 3.7.11 خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات في المعارض الدولية 4.7.11 أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>6.11 المسؤولية الاجتماعية للشركة 1.6.11 البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات 2.6.11 تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة 3.6.11 التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>5.11 الاستدامة 1.5.11 الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة 2.5.11 أجنحة 2030 3.5.11 الشركات المستدامة</p>
<p>9.11 البيئة القانونية و Governance Corporate 1.9.11 لوائح الاستيراد والتصدير الدولية 2.9.11 الملكية الفكرية والصناعية 3.9.11 قانون العمل الدولي</p>			

الوحدة 12. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

<p>4.12 الابتكار في إدارة المواهب والأفراد 1.4.12 نماذج إدارة المواهب الاستراتيجية 2.4.12 تحديد المواهب والتدريب والتطوير 3.4.12 الولاء والاحتفاظ 4.4.12 المبادرة والابتكار</p>	<p>3.12 تقييم الأداء وإدارة الأداء 1.3.12 إدارة الأداء 2.3.12 إدارة الأداء: عملية ونظام</p>	<p>2.12 إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات 1.2.12 التحليل المحتمل 2.2.12 سياسة المكافآت 3.2.12 خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p>	<p>1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية 1.1.12 الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية 2.1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية</p>
<p>8.12 إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها 1.8.12 الإنتاجية 2.8.12 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</p>	<p>7.12 الإعلانات الإدارية 1.7.12 الإعلام الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية 2.7.12 أقسام الإعلام 3.7.12 مدير الإعلانات في الشركة ملف تعريف ديركوم</p>	<p>6.12 تطوير فرق عالية الأداء 1.6.12 فرق العمل عالية الأداء: فرق ذاتية الإدارة 2.6.12 منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء</p>	<p>5.12 تحفيز 1.5.12 طبيعة الدافع 2.5.12 نظرية التوقعات 3.5.12 نظريات الحاجات 4.5.12 الدافع والتعويض المالي</p>

الوحدة 13. الإدارة التجارية والتسويق وشركات الاتصال

<p>4.13. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>1.4.13. أهداف التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>2.4.13. التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة</p> <p>3.4.13. التجارة الإلكترونية. السياق العام</p> <p>4.4.13. فئات التجارة الإلكترونية</p> <p>5.4.13. مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce</p> <p>مقارنة بالتجارة التقليدية</p>	<p>3.13. إدارة التسويق الاستراتيجي</p> <p>1.3.13. مفهوم التسويق الاستراتيجي</p> <p>2.3.13. مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق</p> <p>3.3.13. مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي</p>	<p>2.13. Marketing</p> <p>1.2.13. مفهوم التسويق</p> <p>2.2.13. عناصر التسويق الأساسية</p> <p>3.2.13. الأنشطة التسويقية للشركة</p>	<p>1.13. الإدارة التجارية</p> <p>1.1.13. الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية</p> <p>2.1.13. استراتيجية الأعمال والتخطيط</p> <p>3.1.13. دور المديرين التجاريين</p>
<p>8.13. استراتيجية المبيعات</p> <p>1.8.13. استراتيجية المبيعات</p> <p>2.8.13. طرق البيع</p>	<p>7.13. ادارة الحملات الرقمية</p> <p>1.7.13. ما هي الحملة الاعلانية الرقمية؟</p> <p>2.7.13. خطوات إطلاق حملة تسويق عبر الإنترنت</p> <p>3.7.13. أخطاء في الحملات الاعلانية الرقمية</p>	<p>6.13. التسويق الرقمي لجذب وجعل العملاء مخلصين</p> <p>1.6.13. استراتيجيات الولاء والمشاركة عبر الإنترنت</p> <p>2.6.13. إدارة علاقات الزوار</p> <p>3.6.13. التجزئة المفرطة</p>	<p>5.13. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية</p> <p>1.5.13. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية</p> <p>2.5.13. Branded Content & Storytelling</p>
		<p>10.13. الإعلام والسمعة الرقمية</p> <p>1.10.13. السمعة عبر الانترنت</p> <p>2.10.13. كيفية قياس السمعة الرقمية؟</p> <p>3.10.13. أدوات السمعة عبر الإنترنت</p> <p>4.10.13. تقرير السمعة عبر الإنترنت</p> <p>5.10.13. Branding عبر الإنترنت</p>	<p>9.13. شركات الإعلام</p> <p>1.9.13. المفهوم</p> <p>2.9.13. أهمية الإعلام في المؤسسة</p> <p>3.9.13. نوع الإعلام في المنظمة</p> <p>4.9.13. وظائف الإعلام في المؤسسة</p> <p>5.9.13. عناصر الإعلام</p> <p>6.9.13. مشاكل الإعلام</p> <p>7.9.13. سيناريو الإعلام</p>

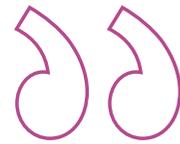
<p>4.14. أدوات. الإعلانات الشخصية والتنظيمية</p> <p>1.4.14. الإعلام بين الأشخاص</p> <p>2.4.14. أدوات الإعلام بين الأشخاص</p> <p>3.4.14. الإعلام في المنظمات</p> <p>4.4.14. الأدوات في المنظمة</p>	<p>3.14. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين</p> <p>1.3.14. التواصل بين الأشخاص</p> <p>2.3.14. مهارات الإعلام والتأثير</p> <p>3.3.14. حواجز التواصل</p>	<p>2.14. إدارة العمليات</p> <p>1.2.14. أهمية الإدارة</p> <p>2.2.14. سلسلة القيمة</p> <p>3.2.14. إدارة الجودة</p>	<p>1.14. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية وأساليبها</p> <p>1.1.14. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها</p>
<p>8.14. Branding Personal</p> <p>1.8.14. استراتيجيات تطوير العلامات التجارية الشخصية</p> <p>2.8.14. قوانين العلامات التجارية الشخصية</p> <p>3.8.14. أدوات لبناء العلامات التجارية الشخصية</p>	<p>7.14. الذكاء العاطفي</p> <p>1.7.14. الذكاء العاطفي والإعلام</p> <p>2.7.14. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال</p> <p>3.7.14. الثقة بالنفس والإعلام العاطفي</p>	<p>6.14. إعداد خطة للأزمات</p> <p>1.6.14. تحليل المشاكل المحتملة</p> <p>2.6.14. التخطيط</p> <p>3.6.14. تكيف الموظفين</p>	<p>5.14. الإعلانات في حالات الأزمات</p> <p>1.5.14. أزمات</p> <p>2.5.14. مراحل الأزمات</p> <p>3.5.14. الرسائل: المحتويات واللحظات</p>
			<p>9.14. القيادة وإدارة الفرق</p> <p>1.9.14. القيادة وأساليب القيادة</p> <p>2.9.14. مهارات القيادة والتحديات</p> <p>3.9.14. إدارة عملية التغيير</p> <p>4.9.14. إدارة فرق متعددة الثقافات</p>

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.

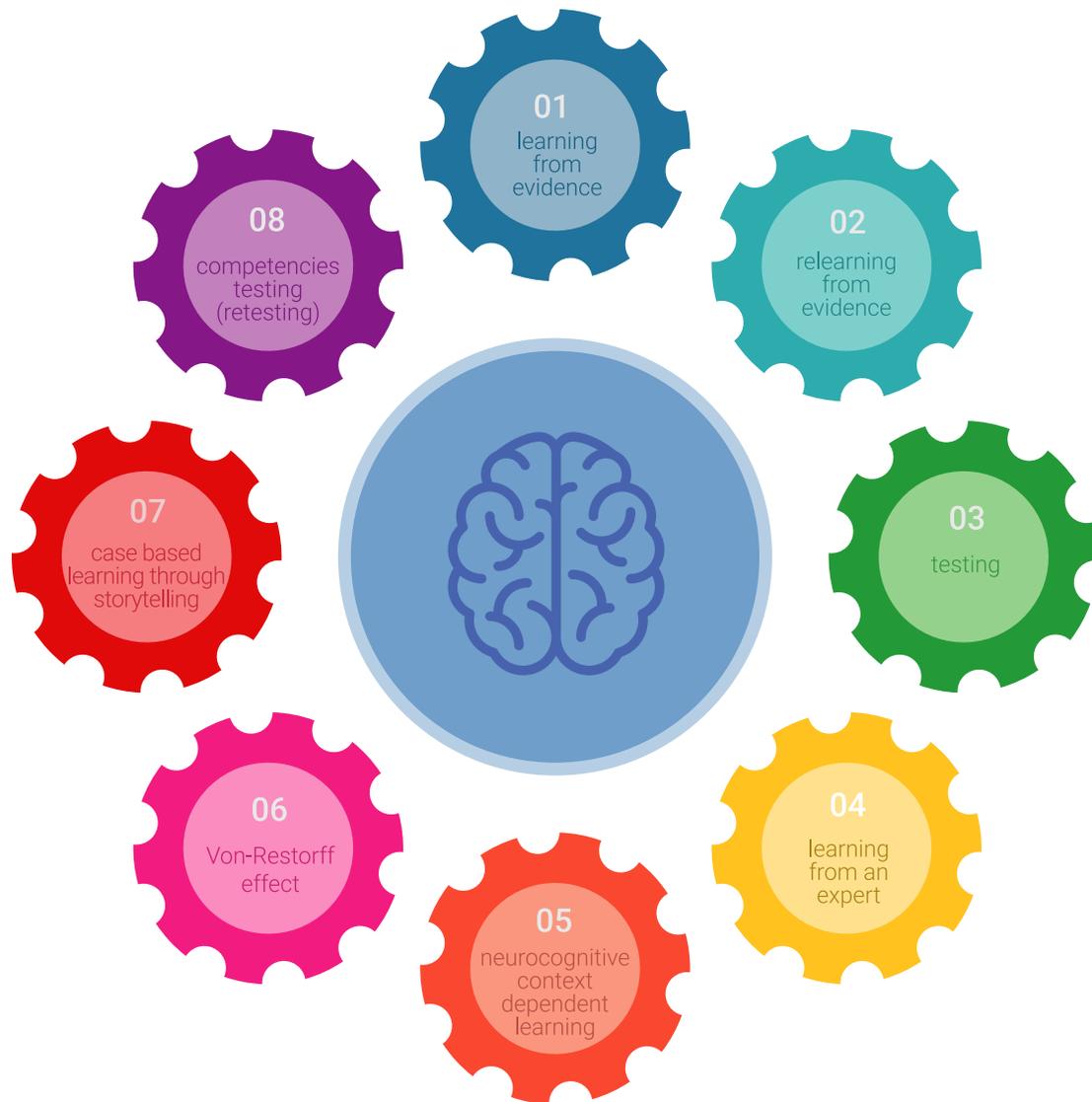
ستتعلم، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية،
حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية "



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 جانباً 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.

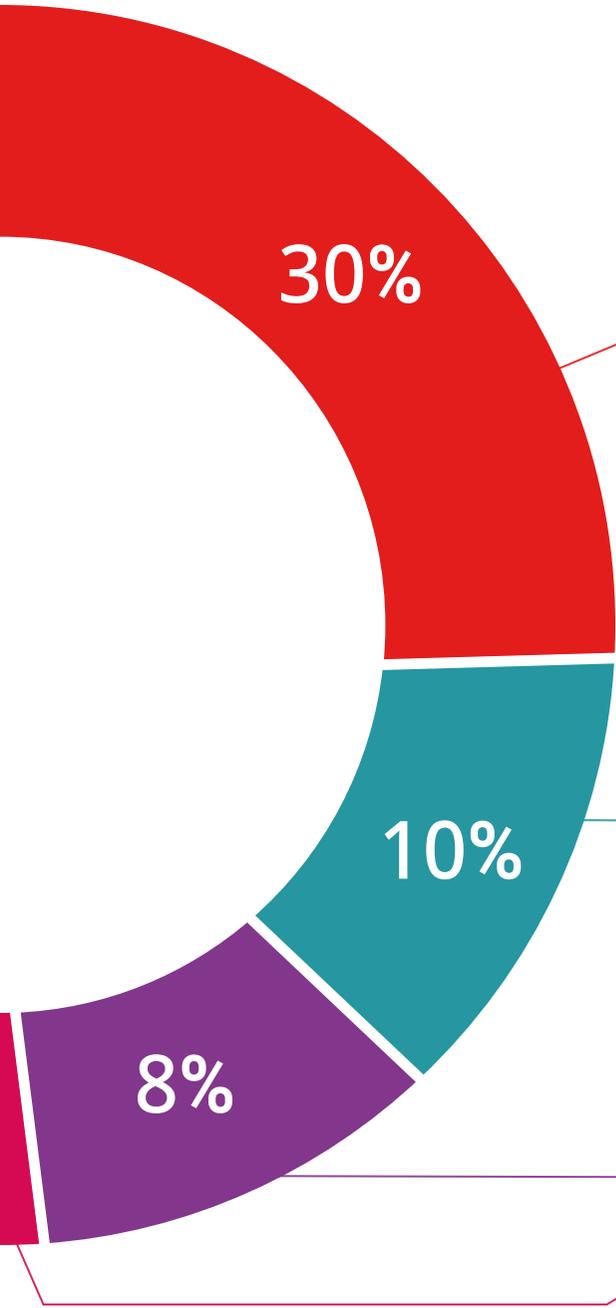
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استناداً إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضاً أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئاً هو ضرورياً 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 بالسياق 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.



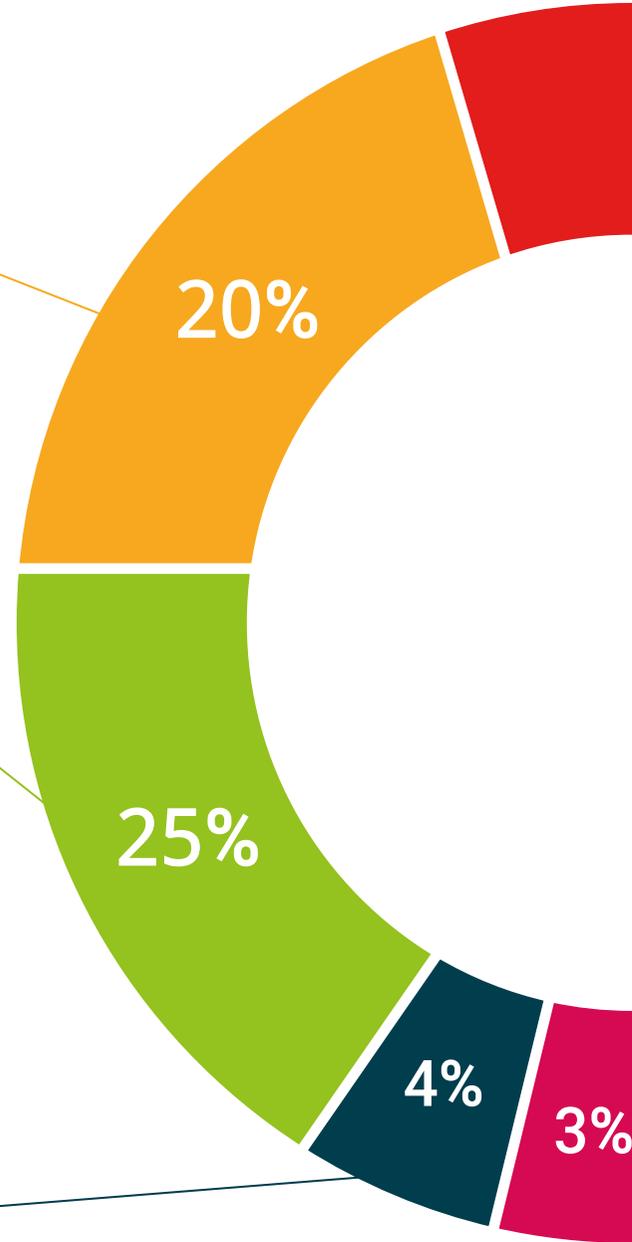
ملخصات تفاعلية

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

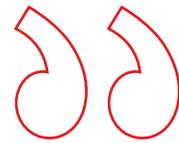
يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



الملف الشخصي لطلابنا

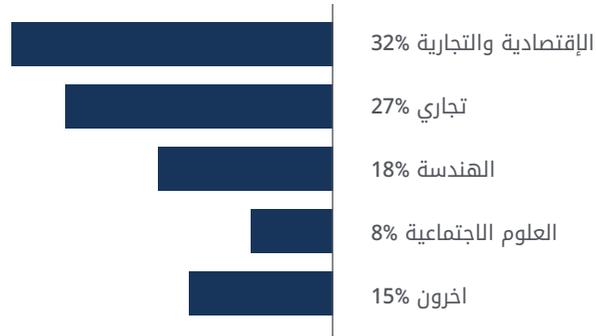
MBA إدارة المشتريات هو برنامج يستهدف المهنيين المتخصصين في إدارة الأعمال، الذين يرغبون في تحديث معرفتهم في هذا المجال وتعزيز حياتهم المهنية. يشكل تنوع المشاركين الذين لديهم ملامح أكاديمية مختلفة ومن جنسيات متعددة النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج.



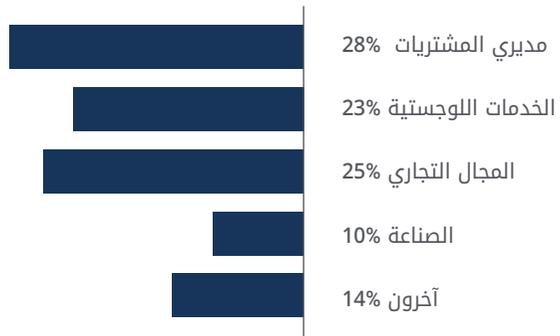


إذا كنت تتطلع إلى التخصص لتحقيق تحسين مثير للاهتمام في حياتك المهنية أثناء استمرارك في العمل، فهذا هو برنامجك"

التدريب في مجال



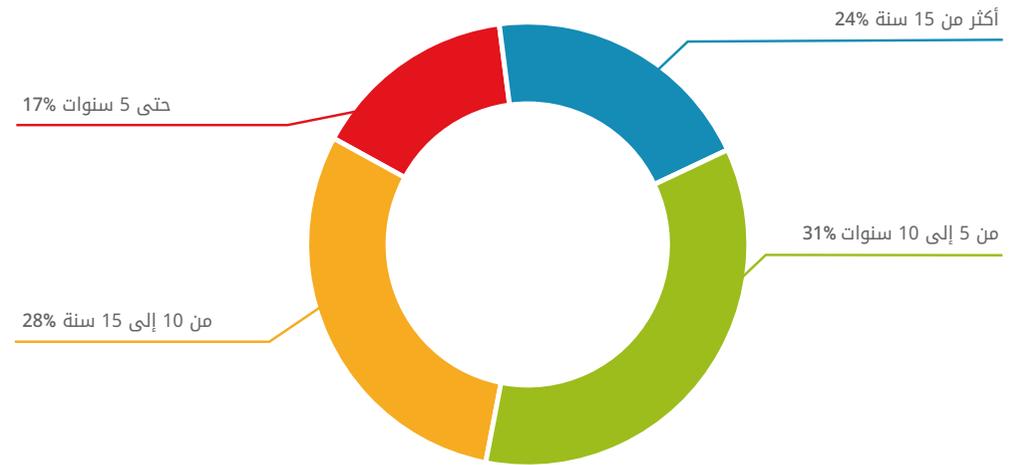
المؤهل الأكاديمي



متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة



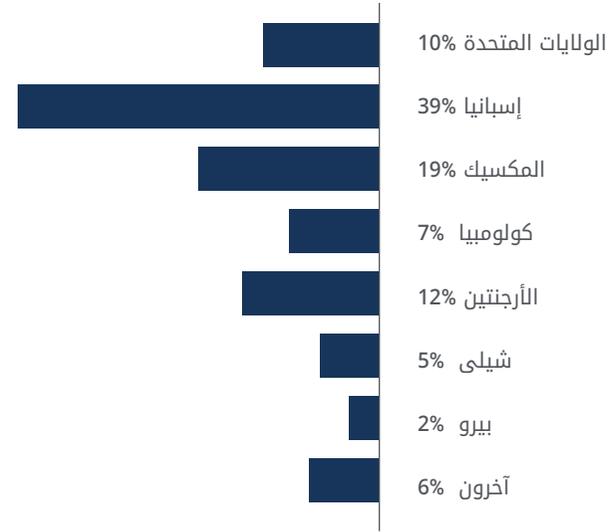


Santos Rodríguez

مدير المشتريات في شركة متعددة الجنسيات

"بعد تحقيق برنامج TECH هذا، فهمت مفاهيم واستراتيجيات جديدة في مجال MBA إدارة المشتريات لم أدرسها خلال سنوات حياتي المهنية. لذلك، من الجيد مواصلة تنفيذ برامج التخصص لتحديث التطورات الرئيسية في قطاع"

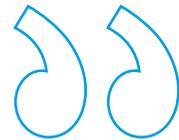
التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تلتزم TECH باستمرار بالتميز الأكاديمي. لهذا السبب، يضم كل برنامج من برامجها فرق تدريس مرموقة للغاية. يتمتع هؤلاء الخبراء بخبرة واسعة في مجالاتهم المهنية، وفي الوقت نفسه، حققوا نتائج مهمة من خلال أبحاثهم التجريبية وعملهم الميداني. علاوة على ذلك، يلعب هؤلاء المتخصصون دورًا رائدًا ضمن الشهادة الجامعية، ويتحملون مسؤولية اختيار المحتوى الأحدث والأكثر ابتكارًا لإدراجه في المناهج الدراسية. في الوقت نفسه، يشاركون في تطوير العديد من موارد الوسائط المتعددة ذات الدقة التربوية العالية.

يتمتع المحترفون في طاقم التدريس هذا بخبرة واسعة وأفضل النتائج في مجال إدارة المشتريات"





المدير الدولي المستضاف

Manuel Arens هو مدير بيانات متمرس وقائد فريق مؤهل تأهيلاً عالياً. في الواقع، يشغل Arens منصب مدير المشتريات العالمية في قسم البنية التحتية التقنية ومركز البيانات في Google، حيث قضى معظم حياته المهنية. مقرها في ماونتن فيو، كاليفورنيا، وقد قدمت حلولاً للتحديات التشغيلية لعملق التكنولوجيا، مثل سلامة البيانات الرئيسية وتحديثات بيانات البائع وتحديد أولويات البائعين. قد قاد عملية تخطيط سلسلة التوريد في مركز البيانات وتقييم مخاطر الموردين، مما أدى إلى تحسينات في العمليات وإدارة سير العمل أدت إلى تحقيق وفورات كبيرة في التكاليف.

مع أكثر من عشر سنوات من العمل في تقديم الحلول الرقمية والقيادة للشركات في مختلف الصناعات، يتمتع بخبرة واسعة في جميع جوانب تقديم الحلول الاستراتيجية، بما في ذلك التسويق، وتحليلات الوسائط، و medición و القياس والإسناد. في الواقع، حصلت الشركة على العديد من الجوائز عن عملها، بما في ذلك جائزة الريادة BIM، و جائزة الريادة في البحث، جائزة برنامج توليد العملاء المحتملين للتصدير و جائزة أفضل نموذج مبيعات في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا.

كما شغل Arens منصب مدير المبيعات في Dublin، أيرلندا. في هذا المنصب، قام ببناء فريق من 4 إلى 14 عضواً في ثلاث سنوات وقاد فريق المبيعات لتحقيق النتائج والتعاون بشكل جيد مع بعضهم البعض ومع الفرق متعددة الوظائف. كما عمل أيضاً كمحلل أول للصناعة في هامبورغ بألمانيا، حيث قام بإعداد خطوط سير لأكثر من 150 عميلاً باستخدام أدوات داخلية وخارجية لدعم التحليل. تطوير وكتابة تقارير متعمقة لإثبات إتقان الموضوع، بما في ذلك فهم العوامل الاقتصادية الكلية والسياسية/التنظيمية التي تؤثر على تبني التكنولوجيا ونشرها.

قد قاد أيضاً فرق عمل في شركات مثل Airbus، Siemens و Eaton، حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. قد اشتهر بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة مع العملاء و العمل بسلاسة مع الأشخاص على جميع مستويات المؤسسة، بما في ذلك أصحاب المصلحة والإدارة وأعضاء الفريق والعملاء. لقد جعله نهجه القائم على البيانات وقدرته على تطوير حلول مبتكرة وقابلة للتطوير لتحديات الصناعة رائداً بارزاً في مجاله.

أ. Arens, Manuel

- ♦ مدير المشتريات العالمية - جوجل، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيس قسم التحليلات وتكنولوجيا B2B في Google، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google، أيرلندا
- ♦ كبير المحللين الصناعيين في Google، ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google، أيرلندا
- ♦ Accounts Payable في Eaton، المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في Airbus، ألمانيا

بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم"



المدير الدولي المستضاف

بـخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق عالمية لاستقطاب المواهب، Jennifer Dove هي خبيرة في التوظيف و استراتيجية التكنولوجيا. وقد شغلت طوال حياتها المهنية مناصب رفيعة في العديد من المؤسسات التكنولوجية في العديد من الشركات المدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك Comcast و NBCUniversal. وقد مكّنه سجله الحافل من التفوق في بيئات تنافسية وعالية النمو.

بصفتها نائبة رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتعاون مع قادة الأعمال ومسؤولي الموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. هي تهدف على وجه الخصوص إلى إنشاء فرق عمل متنوعة وشاملة وذات أداء عالٍ تدفع إلى الابتكار والنمو في منتجات الشركة وخدماتها. كما أنها خبيرة في استخدام الأدوات اللازمة لجذب أفضل المهنيين من جميع أنحاء العالم والاحتفاظ بهم. كما تتولى مسؤولية تعزيز علامة صاحب العمل التجارية والقيمة التي تقدمها Mastercard من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

أثبتت Jennifer Dove التزامها بالتطوير المهني المستمر، حيث شاركت بنشاط في شبكات المتخصصين في مجال الموارد البشرية وساهمت في توظيف العديد من الموظفين في شركات مختلفة. بعد حصولها على البكالوريوس في الإعلام التنظيمي من جامعة Miami، شغلت مناصب عليا في مجال التوظيف في شركات في مجالات متنوعة.

من جهة أخرى، قد اشتهرت بقدرتها على قيادة التحولات التنظيمية، ودمج التكنولوجيا في عمليات التوظيف، وتطوير برامج القيادة التي تُعد المؤسسات للتحديات المقبلة. قد نجحت أيضاً في تنفيذ برامج الرفاهية المهنية التي زادت بشكل كبير من رضا الموظفين والاحتفاظ بهم.



أ. Jennifer Dove

- ♦ نائب الرئيس، استقطاب المواهب، Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة استقطاب المواهب، NBCUniversal، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيسة قسم التوظيف Comcast
- ♦ رئيسة قسم التوظيف في شركة Rite Hire Advisory
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، قسم المبيعات في شركة Ardor NY Real Estate
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Valerie August وشركاه
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في شركة BNC
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في Vault
- ♦ خريجة في الإعلام المؤسسي من جامعة Miami

بفضل TECH ستتمكن من التعلم
مع أفضل المحترفين في العالم"



المدير الدولي المستضاف

رائد تقني مع عقود من الخبرة في مجال التكنولوجيا في كبرى شركات التكنولوجيا متعددة الجنسيات، Rick Gauthier، طور بشكل بارز في مجال الخدمات السحابية وتحسين العمليات من البداية إلى النهاية. وقد تم الاعتراف به كقائد ومدير فريق ذو كفاءة عالية، حيث أظهر موهبة طبيعية لضمان مستوى عالٍ من الالتزام بين موظفيه.

فهو يتمتع بموهبة فطرية في الاستراتيجية والابتكار التنفيذي، وتطوير أفكار جديدة ودعم نجاحها ببيانات عالية الجودة. وقد أتاحت له مسيرته المهنية في Amazon إدارة ودمج خدمات تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالشركة في الولايات المتحدة. قاد في شركة Microsoft فريقاً مكوناً من 104 أشخاص، وكان مسؤولاً عن توفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على مستوى الشركة ودعم أقسام هندسة المنتجات في جميع أنحاء الشركة.

وقد مكنته هذه الخبرة من البروز كمدير عالي التأثير يتمتع بقدرات ملحوظة على زيادة الكفاءة والإنتاجية ورضا العملاء بشكل عام.



أ. Rick Gauthier

- ♦ مدير تكنولوجيا المعلومات الإقليمي في Amazon, Seattle, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيس قسم البرامج العليا في Amazon
- ♦ نائب رئيس شركة Wimmer Solutions
- ♦ المدير الأول لخدمات هندسة الإنتاجية في Microsoft
- ♦ شهادة في الأمن السيبراني من Western Governors University
- ♦ شهادة تقنية في الغوص التجاري Commercial Diving من Divers Institute of Technology
- ♦ شهادة في الدراسات البيئية من The Evergreen State College



اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث
التطورات في هذا الشأن لتطبيقها
في ممارستك اليومية"



المدير الدولي المستضاف

Romi Arman هو خبير دولي شهير يتمتع بخبرة تزيد عن عقدين من الزمن في مجال التحول الرقمي، والتسويق، والاستراتيجيات والاستشارات. وطوال مسيرته المهنية الطويلة، قام بالعديد من المخاطر، وهو مدافع دائم عن الابتكار والتغيير في بيئة الأعمال. وبفضل هذه الخبرة، عمل مع رؤساء تنفيذيين وشركات في جميع أنحاء العالم، ودفعمهم إلى الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية. وهكذا، قد ساعد شركات مثل Shell للطاقة على أن تصبح شركات رائدة حقيقية في السوق، مع التركيز على عملائها و العالم الرقمي.

إن الاستراتيجيات التي صممها Arman لها تأثير كامن، حيث مكنت العديد من الشركات من تحسين تجارب المستهلكين، والموظفين و المساهمين على حد سواء. نجاح هذا الخبير يمكن قياسه كمياً من خلال مقاييس ملموسة مثل CSAT، و مشاركة الموظفين في المؤسسات التي عمل فيها ونمو المؤشر المالي للأرباح قبل خصم الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء في كل منها.

كما قام أيضاً برعاية وقيادة فرق عالية الأداء حصلت على جوائز تقديراً لإمكاناتها التحولية.. مع شركة Shell، بالتحديد، شرع المدير التنفيذي في التغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات من أجل ازالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم "إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" و إصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. وبالتالي، فقد أظهرت جهودهم أنه من أجل تحقيق النجاح المستدام، من الضروري البدء من احتياجات المستهلكين وإرساء أسس التحول في العمليات والبيانات والتكنولوجيا والثقافة.

من ناحية أخرى، يتميز المدير التنفيذي بإتقانه لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال، وهو موضوع يحمل فيه شهادة الدراسات العليا من كلية لندن للأعمال. وفي الوقت نفسه، اكتسب خبرة متراكمة في مجال إنترنت الأشياء و Salesforce.

أ. Arman, Romi

- ♦ مدير التحول الرقمي (CDO) في شركة Shell للطاقة، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ الرئيس العالمي للتجارة الإلكترونية وخدمة العملاء في شركة Shell للطاقة
- ♦ مدير الحسابات الرئيسية الوطنية (مصنعي المعدات الأصلية للسيارات والتجزئة) لشركة Shell في كوالالمبور، ماليزيا
- ♦ مستشار إداري أول (قطاع الخدمات المالية) لدى شركة Accenture من سنغافورة
- ♦ خريج جامعة Leeds
- ♦ الدراسات العليا في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال لكبار التنفيذيين من كلية لندن للأعمال
- ♦ شهادة محترف تجربة العملاء CCXP
- ♦ دورة التحول الرقمي التنفيذي من IMD



هل ترغب في تحديث معرفتك بأعلى جودة
تعليمية؟ تقدم لك جامعة TECH أحدث محتوى في
السوق الأكاديمي، صممه خبراء مشهورون دولياً"

المدير الدولي المستضاف

Andrea La Sala هو مدير تنفيذي في مجال التسويق كان لمشاريعه معنى مؤثر في بيئة الأزياء. وطوال مسيرته المهنية الناجحة قام بتطوير مجموعة متنوعة من المهام المتعلقة بالمنتجات، والتسويق و الإعلانات. كل هذا مرتبط بعلامات تجارية مرموقة مثل Calvin Klein، Dolce&Gabbana، Giorgio Armani، وغيرها.

وقد ارتبطت نتائج هذا المدير من أعلى المستويات الدولية بقدرته المثبتة على تجميع المعلومات في أطر عمل واضحة وتنفيذ إجراءات ملموسة تتماشى مع أهداف العمل المحددة. بالإضافة إلى ذلك، فهو معروف باستباقيته و قدرته على التكيف مع الإيقاع السريع للعمل. ومع كل هذا، يضيف هذا الخبير وعياً تجارياً قوياً، ورؤية للسوق و شغفاً حقيقياً بالمنتجات.

كمدير عالمي للعلامات التجارية والتسويق في Giorgio Armani، أشرف على استراتيجيات تسويقية مختلفة للملابس و الإكسسوارات. كما ركزت تكتيكاتهم أيضاً في مجال البيع بالتجزئة و احتياجات المستهلكين وسلوكهم. في هذا كان La Sala مسؤولاً أيضاً عن تشكيل تسويق المنتجات في الأسواق المختلفة، حيث عمل كقائد فريق في أقسام التصميم، والإعلامات و المبيعات.

ومن ناحية أخرى، قام في شركات مثل Calvin Klein أو Gruppo Coin، بمشاريع لتعزيز هيكلية، لكلا التطوير و التسويق لـ مجموعات مختلفة. كما كان مسؤولاً عن إنشاء تقويمات فعالة لكل من حملات البيع والشراء. كما كان مسؤولاً عن شروط، وتكاليف، وعمليات و مواعيد تسليم العمليات المختلفة.

وقد جعلت هذه الخبرات من Andrea La Sala أحد أهم والأكثر تأهيل لقيادة الشركات في مجال الأزياء و الرفاهية. قدرة إدارية عالية تمكّن من خلالها بطريقة فعالة من تنفيذ التموضع الإيجابي للعلامات التجارية المختلفة وإعادة تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).



أ. La Sala, Andrea

- ♦ المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق العالمي لعلامة أرمانى للمرافعة في جورجيو أرمانى، ميلانو، إيطاليا
- ♦ مدير التسويق التجاري في Calvin Klein
- ♦ مدير العلامة التجارية في Gruppo Coin
- ♦ مدير العلامة التجارية في Dolce&Gabbana
- ♦ مدير العلامة التجارية في Sergio Tacchini S.p.A
- ♦ محلل السوق في Fastweb
- ♦ خريج كلية إدارة الأعمال والاقتصاد في جامعة Piemonte الشرقية



ينتظرك أكثر المتخصصين الدوليين تأهيلاً وخبرة في جامعة TECH ليقدموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً ومبنيًا على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟



المدير الدولي المستضاف

Mick Gram مرادف للابتكار والتميز في مجال ذكاء الأعمال لى المستوى الدولي. ترتبط مسيرته المهنية الناجحة بمناصب قيادية في شركات متعددة الجنسيات مثل Walmart و Red Bull. كما أنه معروف برؤيته في تحديد التقنيات الناشئة التي لها تأثير دائم على المدى الطويل على بيئة الشركات.

من ناحية أخرى، يُعتبر المدير التنفيذي رائداً في استخدام تقنيات تصور البيانات التي تبسط المجموعات المعقدة وتجعلها في متناول الجميع وتسهّل عملية اتخاذ القرار. وقد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لملفه المهني، مما جعله رصيذاً مرغوباً فيه لدى العديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات و توليد إجراءات ملموسة بناءً عليها.

ومن أبرز مشاريعها في السنوات الأخيرة منصة Walmart Data Cafe، وهي أكبر منصة من نوعها في العالم تعتمد على السحابة لتحليل البيانات الضخمة Big Data. وقد شغل أيضاً منصب مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في شركة Red Bull، حيث غطى مجالات مثل المبيعات والتوزيع والتسويق وعمليات سلسلة التوريد. وقد تم تكريم فريقه مؤخراً لابتكاراته المستمرة في استخدام واجهة برمجة تطبيقات Walmart Luminare API الجديدة الخاصة بالمتسوقين وقنوات التسوق.

أما بالنسبة إلى تعليمه، فقد حصل المدير التنفيذي على العديد من شهادات الماجستير والدراسات العليا في مراكز مرموقة مثل جامعة Berkeley، في الولايات المتحدة و جامعة Copenhagen، في الدنمارك. ومن خلال هذا التحديث المستمر، يكون الخبير قد حقق أحدث الكفاءات. وعلى هذا النحو، فقد أصبح يُنظر إليه على أنه قائد مولود للاقتصاد العالمي الجديد، الذي يتمحور حول السعي وراء البيانات وإمكانياتها اللانهائية.

أ. Mick Gram

- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence والتحليلات في Red Bull, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مهندس حلول ذكاء الأعمال Business Intelligence في Walmart Data Cafe
- ♦ استشاري مستقل لذكاء الأعمال Business Intelligence وعلوم البيانات Data Science
- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في Capgemini
- ♦ محلل أول في Nordea
- ♦ استشاري أول ذكاء الأعمال Business Intelligence في SAS
- ♦ التعليم التنفيذي في IA و Machine Learning في UC Berkeley Colleg of Engineering
- ♦ MBA التنفيذي في التجارة الإلكترونية في جامعة Copenhagen
- ♦ اجازة وماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة Copenhagen



ادرس في أفضل جامعة أونلاين في العالم حسب مجلة فوربس! ستتمكن في MBA هذا من الوصول إلى مكتبة واسعة من موارد الوسائط المتعددة التي طورها أساتذة مشهورون عالمياً

المدير الدولي المستضاف

Scott Stevenson هو خبير متميز في قطاع التسويق الرقمي Marketing Digital ارتبط لأكثر من 19 عامًا بوحدة من أقوى الشركات في مجال الترفيه، وهي شركة Warner Bros. Discovery. في هذا المنصب، لعب دوراً رئيسياً في الإشراف على الخدمات اللوجستية و سير العمل الإبداعي عبر مجموعة متنوعة من المنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل الإعلام الاجتماعي والبحث والعرض والوسائط الخطية.

لقد كانت قيادة هذا المدير التنفيذي حاسمة في قيادة استراتيجيات الإنتاج فيالإعلامي المدفوع، مما أدى الى نتائج ملحوظة افضل في معدلات التحويل في شركته. وفي الوقت نفسه، تولى في الوقت نفسه مناصب أخرى، مثل مدير خدمات التسويق ومدير حركة المرور في نفس الشركة متعددة الجنسيات خلال فترة إدارته السابقة.

شارك أيضاً في التوزيع العالمي لألعاب الفيديو و حملات الملكية الرقمية. كما كان مسؤولاً أيضاً عن تقديم الاستراتيجيات التشغيلية المتعلقة بتشكيل ووضع اللمسات الأخيرة على محتوى الصوت والصورة للإعلانات التلفزيونية و المقاطع الدعائية.

بالإضافة إلى ذلك، يحمل الخبير اجازة في الإعلانات السلوكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا والماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا، مما يدل على مهاراته في الإعلام و رواية القصص. بالإضافة إلى ذلك، شارك في كلية التطوير المهني بجامعة Harvard في برامج متطورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الأعمال التجارية. وبالتالي، فإن ملفه المهني هو أحد أكثر الملفات المهنية أهمية في مجال التسويق و الإعلام الرقمي الحالي.



أ. Stevenson, Scott

- ♦ مدير التسويق الرقمي في Warner Bros. Discovery, Burbank, الولايات المتحدة
- ♦ مدير حركة المرور Warner Bros. ترفيه (Entertainment)
- ♦ ماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا
- ♦ إجازة في الإعلانات السلوكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا



حقق أهدافك الأكاديمية والمهنية مع
أفضل الخبراء المؤهلين في العالم
سيرشدك أساتذة MBA هذا، خلال
عملية التعلم بأكملها"

المدير الدولي المستضاف

الدكتور Eric Nyquist هو خبير في مجال الرياضة العالمية، بنى مسيرة مهنية رائعة، وقد اشتهر بقيادته الاستراتيجية وقدرته على قيادة التغيير والابتكار في المؤسسات الرياضية بمستوى عالي.

في الواقع، لقد شغل مناصب رفيعة مثل مدير الإعلانات والتأثير في NASCAR، في Florida، Estados Unidos. مع سنوات عديدة من الخبرة، شغل الدكتور Nyquist أيضًا عددًا من المناصب القيادية، بما في ذلك نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي و المدير العام لشؤون الأعمال، حيث أدار أكثر من عشرة تخصصات تتراوح بين التطوير الاستراتيجي و التسويق الترفيهي.

ترك Nyquist أيضًا بصمة كبيرة على الامتيازات الرياضية الأكثر أهمية في شيكاغو. وبصفته نائب الرئيس التنفيذي لامتيازات Chicago Bulls و Chicago White Sox فقد أثبت قدرته على قيادة الأعمال الناجحة و الاستراتيجية في عالم الرياضة الاحترافية..

وأخيرًا، بدأ مسيرته المهنية في مجال الرياضة أثناء عمله في نيويورك ك محلل استراتيجي رئيسي لدى Roger Goodell في الدوري الوطني لكرة القدم الأمريكية وقبل ذلك كمدرب قانوني لدى الاتحاد الأمريكي لكرة القدم.



أ. Eric Nyquist

- ♦ مدير الإعلانات والتأثير في NASCAR، في فلوريدا، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ نائب رئيس التخطيط الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ المدير العام لشؤون الأعمال في NASCAR
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، امتيازات Chicago White Sox
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، امتيازات Chicago Bulls
- ♦ مدير تخطيط الأعمال في الدوري الوطني لكرة القدم الأمريكية
- ♦ الشؤون التجارية/متدرب الشؤون التجارية/القانونية في الاتحاد الأمريكي لكرة القدم
- ♦ من جامعة شيكاغو
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال من كلية بوث لإدارة الأعمال في جامعة شيكاغو
- ♦ إجازة في الآداب في الاقتصاد الدولي من كلية Carleton



بفضل هذا المؤهل الجامعي 100%،
ستتمكن من الجمع بين دراستك
والتزاماتك اليومية، بمساعدة كبار الخبراء
الدوليين في مجال اهتمامك. سجل الآن!

مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

تدرك TECH أن أخذ برنامج بهذه الخصائص ينطوي على استثمار مالي ومهني كبير وشخصي بالطبع. يجب أن يكون الهدف النهائي لهذا الجهد العظيم هو تحقيق النمو المهني. بالتالي، تضع TECH Global University جميع مواردها تحت تصرفك للحصول على التدريب الذي تحتاجه لمواصلة عملية التعلم الخاصة بك، وقبل كل شيء، للحصول على تحسين الوظيفة الذي تريده.

يتمثل التحدي الرئيسي الذي نواجهه في
مساعدتكم على تحسين وظائفكم، وبالتالي،
فإننا نتنافس في الجودة والمهنية"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ تطور مهني ممتاز في انتظارك

MBA إدارة المشتريات من TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج مكثف يعدك لمواجهة التحديات والقرارات على مستوى الأعمال. هدفها الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني. تساعدك على تحقيق النجاح.

إذا كنت ترغب في تحسين نفسك وتحقيق التغيير الإيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل، فهذا هو مكانك.

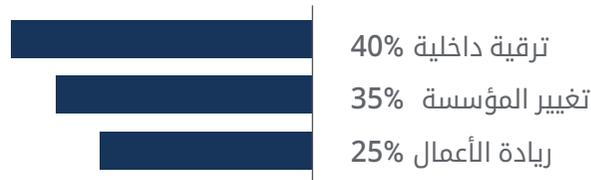
انغمس في دراسة هذا الماجستير
الكامل جدًا واحصل على تلك
الترقية التي تريدها كثيرًا.

حقق تحسیناً مهنيًا في وقت قصير
بفضل تخصص الجودة هذا الذي
توفره TECH الجامعة التكنولوجية.

وقت التغيير



نوع التغيير



زيادة الرواتب

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 25.22%



المزايا لشركتك

تساهم المحاضرة الجامعية في جغرافيا الموارد والوجهات السياحية في رفع موهبة المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تخصص قادة رفيعي المستوى.

تعد المشاركة في هذا البرنامج فريدة للوصول إلى شبكة اتصالات قوية التي يمكن من خلالها العثور على شركاء أو عملاء أو موردين محترفين في المستقبل.

الشخصية الخاص بك ضرورية لإجراء
بحث وثيق الصلة في مجال الأعمال"



يعد تطوير المواهب والاحتفاظ بها في الشركات أفضل استثمار طويل الأجل.

01 رأس المال الفكري ونمو المواهب

سيقدم المسؤول التنفيذي الشركة إلى المفاهيم والاستراتيجيات ووجهات النظر الجديدة التي يمكن أن تحدث تغييرات كبيرة في المنظمة.

01

02 الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

يعزز هذا البرنامج الصلة بين الشركة والمدير ويفتح آفاقًا جديدة للنمو المهني داخل الشركة.

02

03 وكلاء البناء للتغيير

ستكون قادرًا على اتخاذ القرارات في أوقات عدم اليقين، والأزمات مما يساعد المنظمة في التغلب على العقبات.

03

04 زيادة إمكانيات التوسع الدولي

بفضل هذا البرنامج، ستتواصل الشركة مع الأسواق الرئيسية في الاقتصاد العالمي.

04

تطوير مشاريع شخصية

يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

تعزيز القدرة التنافسية

سيزود هذا البرنامج مهنييه بالمهارات لمواجهة التحديات الجديدة وبالتالي تعزيز المؤسسة.

06



المؤهل العلمي

يضمن MBA إدارة المشتريات التدريب الأكثر دقة وحداثة بالإضافة إلى الحصول على مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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





ماجستير خاص MBA إدارة المشتريات

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

ماجستير خاص MBA إدارة المشتريات