

ماجستير خاص MBA إدارة المراكز البيطرية



الجامعة
التكنولوجية **tech**

ماجستير خاص MBA إدارة المراكز البيطرية

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

رابط الدخول إلى الموقع: www.techtitude.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-management-administration-veterinary-centers

الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا برنامجنا؟	02	لماذا الدراسة في جامعة TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	المنهجية	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	صفحة 40		صفحة 24		صفحة 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	العلف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 74		صفحة 52		صفحة 48		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 82		صفحة 78				

01

كلمة الترحيب

تعتبر إدارة العيادة البيطرية مهمة معقدة، حيث تتطلب مهنيين لا يتمتعون فقط بمعرفة قوية بالأعمال التجارية، وهي أحد مجالات العمل التي تحدد نجاح أو فشل المركز، بل تتطلب أيضًا دراسات بيطرية قادرة على فهم رعاية الحيوانات والمشاركة في رعايتها. يتطلب التدريب في هذا المجال مجموعة من المهارات التي جمعها هذا البرنامج الشامل لإدارة العيادة البيطرية في برنامج عالي الجودة طوره فريق من الخبراء في هذا المجال.



ماجستير خاص في MBA إدارة المراكز البيطرية
TECH الجامعة التكنولوجية

إتقان أكثر الإستراتيجيات تقدمًا في البحث الاقتصادي،
في برنامج عالي التأثير لحياتك المهنية"



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، تفتح 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



يشترك المحترفون من جميع أنحاء العالم في جامعة TECH، بطريقة يمكن للطلاب 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 وحادثة 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 وإبتكاراً.

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 قائدًا يُحدث فرقًا.

07

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

كن جزءًا من مجتمع حصري

سيكون الطالب جزءًا 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 دوليًا.

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.

04

الأهداف

بعد اجتياز تقييمات MBA إدارة المراكز البيطرية، سيكتسب المهني المهارات اللازمة لجودة التطبيق العملي المحدث بناءً على المنهجية التعليمية الأكثر ابتكارًا.

التدريب اللازم للتدخل الناجح في MBA إدارة المراكز
البيطرية في برنامج تعليمي كامل وعالي التأثير"



أهداف الطلاب هي أهداف TECH .
تعمل TECH مع الطالب لمساعدته تحقيق أهدافه.

MBA إدارة المراكز البيطرية سيدريك على:

01

توليد المعرفة المتخصصة حول قطاع الخدمات البيطرية: البيئة، التحديات والاتجاهات

02

تحديد الاحتياجات التدريبية في قطاع الخدمات البيطرية في بيئة متغيرة

03

وضع منهجية لإعداد خطة عمل سنوية

04

استيعاب أنها وثيقة ديناميكية يجب أن تترافقنا طوال العام

05

فحص المفاهيم المالية اللازمة لإدارة مركز بيطري بنجاح



إنشاء منهجية فعالة ومنهجية لصياغة استراتيجية عمل ديناميكية
ومبتكرة في مركز بيطري

08

تطوير الأدوات المالية التي تسمح بإدارة مركز بيطري

06

توليد معرفة متخصصة حول الابتكار كوسيلة لخلق عرض قيمة متميزة للمستخدمين

09

اقتراح منهجية للتعامل بفاعلية مع العملاء الذين يعانون من عواطف مشوهة

10

تجميع البيانات اللازمة لإنشاء بطاقة الأداء المالي

07



تحليل أدوات الترويج Merchandising

14

تطوير عمليات الولاء

11



تحديد كيفية تعيين وتسعير الخدمات البيطرية

12

دراسة الترابط بين التسويق عبر الإنترنت و أوفلاين

15

استيعاب أهمية البيع العابر

13

تحديد الشكل القانوني للشركة الذي يجب أن ننشئ، مع خصوميات كل واحدة، من الجمعيات التعاونية للشركاء

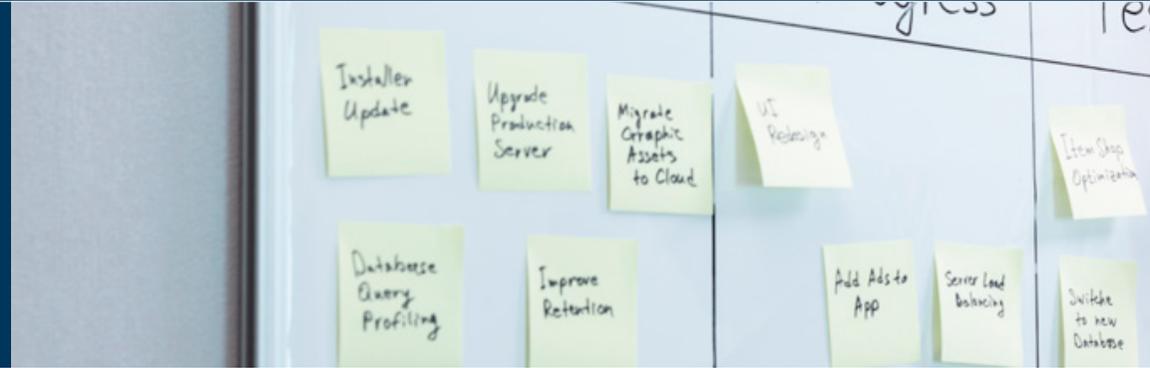
18

تطوير المهارات اللازمة لأداء إدارة جيدة للأفراد

16

تحليل القوانين المختلفة لتطبيقها بمجرد أن يكون المركز الصحي البيطري مفتوحًا للجمهور، دائمًا من وجهة نظر حماية المستهلك، لتقديم خدمة ممتازة، مثل حماية البيانات، والصحة المهنية، والحماية من الإشعاع، إلخ

19



فحص المسؤولية المدنية التي نكتسبها بسبب حقيقة إدارة مركز صحي بيطري، تجاه عمالنا الذين يطبقون الاتفاقية الجماعية وتجاه العملاء بشكل عام

20

تدريب المديرين على التعامل بنجاح مع النزاعات داخل الفرق المهنية

17

05

الكفاءات

بعد اجتياز تقييمات ماجستير إدارة الأعمال في إدارة المراكز البيطرية، سيكتسب المهني المهارات اللازمة لجودة التطبيق العملي المحدث بناءً على المنهجية التعليمية الأكثر ابتكارًا.



سيمكنك إكمال هذا البرنامج من اكتساب المهارات اللازمة
لإدارة عيادة بيطرية بنجاح"



إدارة الشركات في القطاع بأكثر الطرق فعالية وكفاءة

01

تصميم وتطوير وتنفيذ ومراقبة وتحسين خطة العمل الخاصة بك

02

التعرف على التحديات الجديدة في الصحة العامة، باتباع إرشادات الاقتصادات
الخضراء والمستدامة

03

إجراء تحليل دافو لمعرفة خصائص العمل والبيئة ولتكون قادرًا على
الاستفادة من المزايا التي يوفرها

04

القيام بالإدارة الاقتصادية والمالية للشركة

05

تصميم وتنفيذ نموذج عمل مناسب لجذب العملاء المحتملين

06

قيادة الشركة مع القدرة على حل نزاعاتها الداخلية

10

التعرف على كيفية التواصل بشكل مثالي مع العميل لتحسين تجربته في المركز البيطري

07

تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر Lean

11

تصميم وتنفيذ استراتيجيات التسويق التي تعمل على تحسين أداء الشركة

08

التعرف بعمق على الجوانب القانونية التي تؤثر على المراكز البيطرية

12

التعرف بعمق على ملف تعريف موظفي الشركة لوضعهم في أنسب المناصب وتقييم أدائهم

09

الهيكل والمحتوى

برنامج MBA إدارة المراكز البيطرية في TECH Global University هو برنامج مصمم خصيصاً للطلبة عبر الإنترنت بنسبة 100%، بحيث يمكن للطلاب اختيار الوقت والمكان الذي يناسب تفرغهم وجدولهم واهتماماتهم.



منهج مصمم لتحويل التعلم النظري إلى مهارات عمل حقيقية"



خطة الدراسة

تم إنشاء هذا البرنامج للسماح للطلاب بالحصول على المعرفة اللازمة في هذا المجال، بطريقة مكثفة وفعالة. فرصة لتحسين تدريبك، مع راحة الطريقة الأكثر فعالية عبر الإنترنت في سوق التدريس. تمنحك جامعة TECH الفرصة لدمج المعرفة بهذا المجال في مناهجك الأكاديمية. لكن بالإضافة إلى ذلك، مع هذا البرنامج، سيكون لديك إمكانية الوصول إلى طريقة عمل مصممة لتكون متوافقة تمامًا مع حياتك المهنية أو الشخصية.

خلال هذا البرنامج، سيتم تحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي، وهي طريقة فريدة لاكتساب تعلم متعمق سيتمكن الطلاب من نقله إلى عملهم اليومي.

خطة مصممة للطلاب تركز على التحسين المهني وتهيئهم لتحقيق التميز. برنامج يفهم احتياجاتك واحتياجات تعتمد خلال محتوى مبتكر يعتمد على أحدث الاتجاهات، وبدعم من أفضل منهجية تعليمية وأعضاء هيئة تدريس استثنائيين، والتي ستوفر مهارات لحل المواقف الحرجة بطريقة إبداعية وفعالة. يتم تقديم هذا البرنامج على مدى 12 شهر وينقسم إلى 13 وحدات:

القطاع الاقتصادي للمراكز الصحية البيطرية	الوحدة 1
تطبيق خطة العمل على مراكز الطب البيطري	الوحدة 2
تطبيق التمويل على المراكز البيطرية	الوحدة 3
استراتيجية العمل والابتكار في المراكز البيطرية	الوحدة 4
العمل / مستخدم المراكز البيطرية	الوحدة 5
التسويق المطبق في المراكز البيطرية	الوحدة 6
إدارة الموارد البشرية في المراكز البيطرية	الوحدة 7
المهارات القيادية والإدارية المطبقة في المراكز البيطرية	الوحدة 8
العمليات الإنتاجية في المراكز البيطرية	الوحدة 9
الجوانب القانونية والإدارة في المراكز البيطرية	الوحدة 10
القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	الوحدة 11
قيادة لأفراد وإدارة المواهب	الوحدة 12
Management إداري	الوحدة 13

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

توفر جامعة TECH إمكانية تطوير هذا البرنامج بالكامل عبر الإنترنت. خلال الـ 12 شهر التي يستغرقها التدريب، ستتمكن من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما سيتيح لك إدارة وقت الدراسة بنفسك.

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



الوحدة 1. القطاع الاقتصادي للمراكز الصحية البيطرية

<p>4.1. تصنيف المراكز والخدمات الصحية البيطرية</p> <p>1.4.1. المراكز الصحية البيطرية</p> <p>2.4.1. خدمات الصحة البيطرية</p> <p>3.4.1. التعاون بين القطاعين العام والخاص</p>	<p>3.1. سوق الحيوانات الأليفة</p> <p>1.3.1. الصناعة، التجزئة والتوزيع</p> <p>2.3.1. الخدمات</p> <p>1.2.3.1. الخدمات السريرية البيطرية</p> <p>2.2.3.1. خدمات تدريب الكلاب</p> <p>3.2.3.1. خدمات تصفيف الشعر</p> <p>4.2.3.1. السيطرة على الحيوانات البرية</p> <p>3.3.1. بيع الأدوية للاستخدام البيطري</p> <p>4.3.1. تربية وبيع الحيوانات الأليفة</p> <p>5.3.1. منظمة غير حكومية</p>	<p>2.1. دور الشركة في السياق الاجتماعي الحالي</p> <p>1.2.1. المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.2.1. تغير المناخ و Green New Deal</p> <p>3.2.1. أهداف التنمية المستدامة وخطة عام 0302</p> <p>4.2.1. التحديات التي تواجه شركة الخدمات البيطرية</p>	<p>1.1. دور الحيوان الأليفة في مجتمع اليوم</p> <p>1.1.1. الحيوانات الأليفة وفوائدها للصحة الجسدية والعاطفية للناس</p> <p>2.1.1. الحيوانات الأليفة والنمو الصحي للقاصرين</p> <p>3.1.1. الحيوانات الأليفة والشيوخوخة الصحة</p> <p>4.1.1. الحيوانات الأليفة وفوائد التعايش في المجتمع</p> <p>5.1.1. إساءة معاملة الحيوانات وعلاقتها بالعنف في الأسرة</p> <p>6.1.1. الحيوانات في سياق العلاج والمساعدة</p>
<p>8.1. تدريب الفئات العمالية في المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.8.1. السياق الحالي للتدريب في القطاع والاحتياجات الحقيقية للمراكز الصحية البيطرية</p> <p>2.8.1. تدريب مستمر</p> <p>3.8.1. تشكيل مزدوج</p>	<p>7.1. مفهوم «One Health» المطبق على المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.7.1. المفهوم العام لصحة واحدة - رفاهية واحدة</p> <p>2.7.1. دور الطبيب البيطري في «One Health»</p>	<p>6.1. الصحة الرقمية في القطاع البيطري</p> <p>1.6.1. رقمنة القطاع البيطري</p> <p>2.6.1. العوامل والأدوات الرقمية التي ستفضل التغيير</p> <p>3.6.1. العوامل التي تعيق التطور الرقمي</p> <p>4.6.1. التفاضل الرقمي</p> <p>5.6.1. الوضع الحالي والتحديات الرقمية في القطاع البيطري</p>	<p>5.1. الوضع الاقتصادي الكلي للقطاع البيطري السريري</p> <p>1.5.1. الوضع الاجتماعي والاقتصادي للقطاع</p> <p>2.5.1. حالة التوظيف في القطاع</p>
		<p>10.1. وقت غير مؤكد، وقت التغير واتجاهات السوق</p> <p>1.10.1. عامل بمفاهيم وحساسيات جديدة</p> <p>2.10.1. العمل مع الطلبات والاحتياجات الجديدة</p> <p>3.10.1. تحديات جديدة في الصحة العامة</p> <p>4.10.1. أشكال الاتصال الجديدة</p>	<p>9.1. استراتيجية عمل القطاع</p> <p>1.9.1. رابطة الأعمال: ماهيتها، كيف تُمارس ولم تُستخدم</p> <p>2.9.1. التدخل الاستباقي في وضع اللوائح التي تؤثر على القطاع</p>

الوحدة 2. تطبيق خطة العمل على مراكز الطب البيطري

<p>4.2. تحليل داخلي لمركز بيطري</p> <p>1.4.2. المرافق والمعدات</p> <p>2.4.2. شخصي</p> <p>3.4.2. الدخل / المصاريف</p> <p>4.4.2. العملاء</p> <p>5.4.2. الأسعار</p> <p>6.4.2. الخدمات</p> <p>7.4.2. التواصل مع العملاء</p> <p>8.4.2. التدريب في مجال</p> <p>9.4.2. الموردون</p> <p>10.4.2. الكفاءة</p>	<p>3.2. التحليل الخارجي الثاني: البيئة التنافسية المطبقة على قطاع المراكز البيطرية</p>	<p>2.2. التحليل الخارجي الأول: بيئة المراكز البيطرية</p> <p>1.2.2. ما الذي يجب أن يحتوي عليه؟</p> <p>2.2.2. بيئة سياسية</p> <p>3.2.2. البيئة الاقتصادية</p> <p>4.2.2. البيئة الاجتماعية</p> <p>5.2.2. البيئة التكنولوجية</p> <p>6.2.2. البيئة البيئية</p> <p>7.2.2. بيئة قانونية</p>	<p>1.1.2. خطة العمل في المراكز البيطرية</p> <p>1.1.2. التخطيط والتحكم: وجهان لعملة واحدة</p> <p>2.1.2. لماذا ومن أجل ماذا لديك خطة؟</p> <p>3.1.2. من يجب أن يفعل ذلك؟</p> <p>4.1.2. متى تفعل ذلك؟</p> <p>5.1.2. كيف افعلها؟</p> <p>6.1.2. هل يجب أن تكون مكتوبة؟</p> <p>7.1.2. أسئلة يجب الإجابة عليها</p> <p>8.1.2. الأسئلة التي تحتاج إلى إجابة</p>
<p>7.2. استراتيجيات العمل في المراكز البيطرية</p> <p>1.7.2. العناصر ال 7 لتسويق الخدمة</p> <p>2.7.2. المنتج - الخدمة</p> <p>3.7.2. السعر</p> <p>4.7.2. التوزيع</p> <p>5.7.2. الاتصالات</p> <p>6.7.2. أشخاص</p> <p>7.7.2. الإجراءات</p> <p>8.7.2. دليل - إثبات</p>	<p>6.2. أهداف المراكز البيطرية كشركات</p> <p>1.6.2. ما هي؟</p> <p>2.6.2. الخصائص: سمات</p> <p>3.6.2. الأنواع</p>	<p>6.5.2. المواجهة</p> <p>7.5.2. المحافظة</p> <p>8.5.2. الاستغلال</p>	<p>5.2. تحليل نقاط الضعف والتهديدات ونقاط القوة والفرص والتصحيح والمعالجة والاستدامة والاستغلال المطبق في مراكز الطب البيطري</p> <p>1.5.2. نقاط الضعف</p> <p>2.5.2. نقاط القوة</p> <p>3.5.2. التهديدات</p> <p>4.5.2. الفرص</p> <p>5.5.2. التصحيح</p>
<p>10.2. خطة الطوارئ المطبقة على خطة العمل الخاصة بالمركز البيطري</p> <p>1.10.2. ما هي وما الغرض منها؟</p> <p>2.10.2. كيفية القيام بها</p> <p>3.10.2. كيفية استخدامها</p>	<p>9.2. خطة المراقبة ومراقبة خطة العمل للمركز البيطري</p> <p>1.9.2. التخطيط والتحكم</p> <p>2.9.2. ما هو ولماذا هو ضروري؟</p> <p>3.9.2. من وكيف تتحكم؟</p> <p>4.9.2. السيطرة على أساس المؤشرات</p> <p>5.9.2. صناعة القرار</p>	<p>8.2. خطة عمل لاستراتيجية المركز البيطري</p> <p>1.8.2. مما تتكون؟</p> <p>2.8.2. كيفية تطوير استراتيجية؟</p> <p>3.8.2. ما الذي يجب مراعاته في كل عمل؟</p> <p>4.8.2. تحديد أولويات الإجراءات على أساس الأهمية بالنسبة للأعمال</p> <p>5.8.2. الجدولة</p>	

الوحدة 3. تطبيق التمويل على المراكز البيطرية

<p>4.3. نسب المبيعات في المركز البيطري. نقطة التوازن</p> <p>1.4.3. النسب العملية الرئيسية في المركز البيطري</p> <p>1.1.4.3. تردد المعاملة</p> <p>2.1.4.3. متوسط مبلغ الصفقة</p> <p>3.1.4.3. متوسط الإنفاق لكل عميل</p> <p>4.1.4.3. عدد المعاملات اليومية</p> <p>5.1.4.3. عدد المعاملات في السنة</p> <p>2.4.3. مفهوم مركز التوازن</p> <p>3.4.3. الحساب المتوقع لنقطة التوازن</p> <p>4.4.3. الحساب بأثر رجعي لنقطة التوازن</p>	<p>3.3. إدارة المخزون في المستودع في المركز البيطري</p> <p>1.3.3. تكلفة المبيعات</p> <p>2.3.3. خصائص نظام إدارة المخزون</p> <p>3.3.3. مراقبة الإمدادات و المخزون</p> <p>4.3.3. نقطة تنبيه المخزون</p> <p>5.3.3. مخزون الأمن</p> <p>6.3.3. نقطة الطلب</p> <p>7.3.3. تناوب المخزون</p>	<p>2.3. بيان دخل المركز البيطري</p> <p>1.2.3. الأرباح قبل الفائدة والضرائب والإهلاك واستهلاك الدين</p> <p>2.2.3. الأرباح قبل الفوائد والضرائب</p> <p>3.2.3. الجدوى</p> <p>4.2.3. الإنتاجية</p> <p>5.2.3. النتيجة الصافية</p>	<p>1.3. المصاريف والدخل في المركز البيطري</p> <p>1.1.3. سعر ثابت</p> <p>2.1.3. اسعار متغيرة</p> <p>3.1.3. التكاليف المباشرة</p> <p>4.1.3. التكاليف الغير مباشرة</p> <p>5.1.3. ايرادات الخدمة</p> <p>6.1.3. عائدات مبيعات المنتج</p> <p>7.1.3. هامش الربح الإجمالي</p> <p>8.1.3. صافي الهامش</p> <p>9.1.3. هامش على الشراء</p> <p>10.1.3. الهامش للبيع</p>
<p>8.3. مؤشرات الإدارة الرئيسية في المراكز البيطرية</p> <p>1.8.3. المفاهيم</p> <p>2.8.3. معلومات اساسية</p> <p>3.8.3. المؤشرات الأكثر شيوعا في المراكز البيطرية</p> <p>4.8.3. مؤشرات الموارد البشرية الأساسية</p> <p>5.8.3. المؤشرات الأساسية لجودة خدمة العملاء</p> <p>6.8.3. اختبار مؤشرات الإدارة الرئيسية</p>	<p>7.3. التقييم الاقتصادي للمركز البيطري</p> <p>1.7.3. أساسيات التقييم الاقتصادي للمركز البيطري</p> <p>2.7.3. منهجية تقييم المركز البيطري</p> <p>3.7.3. الصندوق التجاري</p>	<p>6.3. مراقبة الخزينة وإدارة الميزانية في المراكز البيطرية</p> <p>1.6.3. أساسيات مراقبة الخزينة</p> <p>2.6.3. أدوات مراقبة الخزنة</p> <p>3.6.3. أساسيات إدارة الميزانية</p> <p>4.6.3. أدوات لإدارة الميزانية</p>	<p>5.3. تحليل تكاليف الخدمات في المركز البيطري. الاستثمارات التكنولوجية</p> <p>1.5.3. أساسيات تحليل التكلفة في المراكز البيطرية</p> <p>1.1.5.3. تحليل تكلفة الممارسة البيطرية</p> <p>2.1.5.3. تحليل تكلفة الخدمات المهنية الأخرى</p> <p>2.5.3. حساب الربحية في استثمار تكنولوجي</p>
		<p>10.3. توازن الوضع في المركز البيطري</p> <p>1.10.3. المفهوم</p> <p>2.10.3. هيكل الميزانية العمومية</p> <p>3.10.3. تكوين الميزانية العمومية</p> <p>4.10.3. تقييم الأصول</p> <p>5.10.3. تشخيص الميزانية العمومية وبيان الدخل</p> <p>6.10.3. تحليل الميزانية العمومية</p> <p>7.10.3. دراسة النسب الأكثر إثارة للاهتمام في الميزانية العمومية</p> <p>8.10.3. تحليل ديناميكي للأسهم</p> <p>9.10.3. تحليل بيان الدخل</p> <p>10.10.3. مؤشرات بيان الدخل</p>	<p>9.3. لوحة المراقبة المالية المطبقة على المراكز البيطرية</p> <p>1.9.3. أساسيات بطاقة الأداء المالي</p> <p>2.9.3. تحليل الاتجاهات والمقارنات بين الفترات</p> <p>3.9.3. تشغيل لوحة التحكم</p> <p>4.9.3. تفسير نتائج بطاقة الأداء</p>

الوحدة 4. استراتيجية العمل والابتكار في المراكز البيطرية

<p>4.4 نماذج الأعمال في المراكز البيطرية التقليدية</p> <p>1.4.4 مقدمة</p> <p>2.4.4 هيكل المراكز البيطرية</p> <p>3.4.4 الخدمات</p> <p>4.4.4 طاقم المركز البيطري</p>	<p>3.4 المرحلة الفلسفية للتخطيط الاستراتيجي للمركز البيطري</p> <p>1.3.4 التعرف</p> <p>2.3.4 العوامل</p> <p>1.2.3.4 الرسالة</p> <p>2.2.3.4 الرؤية</p> <p>3.2.3.4 قيم</p> <p>4.2.3.4 الأدوات</p> <p>5.2.3.4 الأهداف الاستراتيجية</p> <p>3.3.4 أمثلة عملية</p>	<p>2.4 التخطيط الاستراتيجي في المراكز البيطرية</p> <p>1.2.4 التعريف</p> <p>2.2.4 الشعور باستراتيجية العمل</p> <p>3.2.4 الخطة الإستراتيجية للمركز البيطري</p>	<p>1.4 دور مدير المركز البيطري</p> <p>1.1.4 الإدارة العامة</p> <p>2.1.4 إدارة الموارد البشرية</p> <p>3.1.4 الإدارة المالية</p> <p>4.1.4 إدارة الصحة المهنية</p> <p>5.1.4 إدارة تكنولوجيا المعلومات</p> <p>6.1.4 إدارة التسويق والمبيعات</p> <p>7.1.4 إدارة خدمة العملاء والعلاقات العامة</p> <p>8.1.4 إدارة التغيير</p>
<p>8.4 أنماط نماذج الأعمال في قطاع المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.8.4 تفصيل نماذج الأعمال</p> <p>2.8.4 ذيل طويل</p> <p>3.8.4 منصات متعددة الأطراف</p> <p>4.8.4 نموذج الأعمال المجانية (Freemium)</p> <p>5.8.4 نماذج الأعمال المفتوحة</p>	<p>7.4 تطبيق النماذج الأولية للابتكار في المراكز البيطرية</p> <p>1.7.4 الحد الأدنى من نظام الابتكار القابل للتطبيق</p> <p>2.7.4 بطاقة أداء الابتكار العالمي</p> <p>3.7.4 الخطة التشغيلية للابتكار</p>	<p>6.4 تصميم عرض القيمة لعملاء المركز البيطري</p> <p>1.6.4 الملف التعريفي للعميل / مستخدم المراكز البيطرية</p> <p>2.6.4 خريطة القيمة</p> <p>3.6.4 التوافق بين عرض القيمة وملف تعريف العميل المطبق على المراكز البيطرية</p>	<p>5.4 البحث عن الابتكار في المراكز البيطرية</p> <p>1.5.4 مفهوم الابتكار في القطاع البيطري</p> <p>2.5.4 تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق على المراكز البيطرية</p> <p>1.2.5.4 المفهوم</p> <p>2.2.5.4 أدوات تحليلية</p> <p>3.5.4 منهجية كانافاس للابتكار في المراكز البيطرية</p> <p>1.3.5.4 التوصيف</p> <p>2.3.5.4 التشغيل</p> <p>4.5.4 صياغة استراتيجيات الابتكار في المراكز البيطرية</p> <p>1.4.5.4 توليد الأفكار الجديدة والتوليف</p> <p>2.4.5.4 بؤر الابتكار</p>
		<p>10.4 البحث من أجل التحسين المستمر في استراتيجية العمل في المراكز البيطرية</p> <p>1.10.4 مراقبة الخطة الإستراتيجية للمركز البيطري</p> <p>2.10.4 تنفيذ التحسينات في استراتيجية المركز البيطري</p>	<p>9.4 التفكير التصميمي Design thinking والتطبيق في المراكز البيطرية</p> <p>1.9.4 المفهوم</p> <p>2.9.4 المبادئ التوجيهية والمفاتيح</p> <p>3.9.4 الأدوات</p>

الوحدة 5. العميل / مستخدم المراكز البيطرية

<p>4.5. التعاطف كمهارة أساسية في القرن الحادي والعشرين في العلاقة مع عملاء المراكز البيطرية</p> <p>1.4.5. التعريف والوصف</p> <p>2.4.5. تعبيرات عن التعاطف</p> <p>3.4.5. أدوات للعمل التعاطف مع عملاء المراكز البيطرية</p>	<p>3.5. مهارات الاتصال الأساسية لمتخصصي المراكز البيطرية</p> <p>1.3.5. السؤال في الاتصال المهني</p> <p>2.3.5. الاستماع في التواصل المهني</p> <p>3.3.5. التواصل غير اللفظي</p> <p>4.3.5. التواصل اللفظي</p> <p>5.3.5. علاج نقص الأكسجين في الدم في المراكز البيطرية</p>	<p>2.5. التواصل وجهاً لوجه في المراكز البيطرية</p> <p>1.2.5. المزايا العملية للتواصل مع العملاء</p> <p>2.2.5. النموذج الحالي</p> <p>3.2.5. احتياجات العملاء</p> <p>4.2.5. إدارة جودة خدمة العملاء</p> <p>1.4.2.5. قنوات التواصل مع العملاء</p> <p>2.4.2.5. أنظمة الكمبيوتر / قواعد البيانات (CRM)</p> <p>3.4.2.5. استطلاعات تقييم الجودة</p>	<p>1.5. خدمة العملاء في المراكز البيطرية</p> <p>1.1.5. التميز في خدمة العملاء</p> <p>2.1.5. إدارة خدمة العملاء</p> <p>3.1.5. الامتثال في المراكز البيطرية كأداة ولاء</p>
<p>8.5. تقسيم وتوصيف العملاء في المركز البيطري</p> <p>1.8.5. القطاعات ومحافظ العملاء</p> <p>1.1.8.5. عملية الكارتر في المراكز البيطرية</p> <p>2.8.5. المزايا الاستراتيجية للكارتر</p> <p>3.8.5. العملاء الأكثر قيمة (MVC)</p>	<p>7.5. استراتيجيات العلاقة مع عملاء المركز البيطري</p> <p>1.7.5. التسويق العلائقي</p> <p>2.7.5. التوقعات الرئيسية للعملاء ومستخدمي المراكز البيطرية</p> <p>3.7.5. إدارة علاقات العملاء على المدى الطويل</p> <p>1.3.7.5. نموذج MSMC (أفضل خدمة لأفضل العملاء)</p> <p>2.3.7.5. النموذج الجديد لإدارة علاقات العملاء</p>	<p>6.5. التواصل داخل الممارسة البيطرية</p> <p>1.6.5. مقدمة</p> <p>2.6.5. نموذج كالجاري - كامبريدج المطبق على الممارسة البيطرية</p> <p>1.2.6.5. مرحلة التحضير</p> <p>2.2.6.5. بداية الاستشارة</p> <p>3.2.6.5. جمع المعلومات</p> <p>4.2.6.5. النتائج والتخطيط</p> <p>5.2.6.5. قدم المعلومات الصحيحة</p> <p>6.2.6.5. التفاهم المتبادل</p> <p>7.2.6.5. الانتهاء من الاستشارة</p> <p>3.6.5. نقل الأخبار السيئة إلى عملاء المراكز البيطرية</p>	<p>5.5. منهجية لمواجهة المواقف الصعبة بنجاح مع عملاء المركز البيطري</p> <p>1.5.5. العادات الأربع الأساسية للأطباء ذوي الكفاءة العالية</p> <p>2.5.5. خصائص الصراع بين المهنيين وعملائهم</p> <p>3.5.5. منهجية التعامل مع المواقف الصعبة مع عملاء المراكز البيطرية</p> <p>1.3.5.5. تحديد المشكلة</p> <p>2.3.5.5. اكتشاف المعنى</p> <p>3.3.5.5. اغتنام الفرص</p> <p>4.3.5.5. تعيين حدود العلاقة</p> <p>5.3.5.5. قدم المساعدة لحل المشكلة</p> <p>4.5.5. أداة لتحسين مهارات الاتصال المهنية</p>
		<p>10.5. التطبيق العملي لتجربة العميل والمستخدم في المراكز البيطرية</p> <p>1.10.5. المراحل</p> <p>1.1.10.5. دراسة وتحليل تجارب المستخدم</p> <p>2.1.10.5. تعريف المنصة التجريبية</p> <p>3.1.10.5. تصميم وتخطيط الخبرات</p> <p>4.1.10.5. تنظيم الاتصال أو الاجتماع مع العملاء</p> <p>5.1.10.5. المنهج العملي</p>	<p>9.5. تجربة العملاء (CX) وتجربة المستخدم (UX) في المراكز البيطرية</p> <p>1.9.5. لحظة الحقيقة</p> <p>2.9.5. العناصر التي تشكل تجربة العميل</p> <p>3.9.5. تجربة المستخدم</p>

الوحدة 6. التسويق المطبق في المراكز البيطرية

1.6. التسويق في المراكز البيطرية	2.6. ماذا يباع في المراكز البيطرية؟	3.6. خدمات - منتجات في المراكز البيطرية	4.6. أسعار الخدمات والمنتجات في المراكز البيطرية
1.1.6. التعريف	1.2.6. المنتجات	1.3.6. محفظة الخدمات	1.4.6. أهمية السعر في الشركة
2.1.6. الاحتياجات - أسباب الشراء	2.2.6. الخدمات	2.3.6. محفظة المنتج	2.4.6. نسبة السعر في الخدمات
3.1.6. العرض والطلب	3.2.6. الاختلافات بين المنتجات والخدمات	3.3.6. كيف تبيع المنتجات؟	3.4.6. كيف تحدد أسعار الخدمة؟
4.1.6. تطور التسويق	4.2.6. ال P4 للمنتجات	4.3.6. كيف تبيع الخدمات؟	4.4.6. كيف تصلح أسعار المنتج؟
5.1.6. الشركات الحالية	5.2.6. ال P7 للخدمات	5.3.6. التمايز - القيمة المضافة	5.4.6. قائمة الاسعار
6.1.6. العميل الحالي		6.3.6. تقنية CABE	6.4.6. كيف تعطي أسعار الخدمة للعملاء؟
7.1.6. الوفاء: تسويق القرن الحادي والعشرين		7.3.6. التسويق العصبي وتطبيقه على المبيعات	7.4.6. كيف تحض تعليقات السعر المرتفع؟
			8.4.6. منحى مرونة سعر الطلب
			9.4.6. نماذج أعمال التسعير في المراكز البيطرية
			10.4.6. كيف تجمع كل شيء وماذا تفعل خلاف ذلك؟

5.6. التواصل مع العميل في المراكز البيطرية	6.6. اعلان في المراكز البيطرية	7.6. البيع العابر في المراكز البيطرية	8.6. التصميم التجاري Merchandising
1.5.6. التواصل مع العملاء الداخليين: الموظفين	1.6.6. ما نوع العملاء الذين أُرغب في الوصول إليهم؟	1.7.6. ما هي وما الغرض منها؟	1.8.6. التعريف
2.5.6. الحاجة: تنسيق الرسالة	2.6.6. قاعة الانتظار	2.7.6. أنواع البيع المتقاطع	2.8.6. الأركان
3.5.6. متعدد القنوات وقناة شاملة	3.6.6. العناصر الترويجية	3.7.6. كيف يتم تنفيذها؟	3.8.6. الأهداف
4.5.6. في غرفة الانتظار	4.6.6. الوسائل المكتوبة	4.7.6. الخدمة + الخدمة	4.8.6. عملية قرار الشراء وأنواع الشراء
5.5.6. الاهتمام عبر الهاتف	5.6.6. الوسائط الرقمية	5.7.6. الخدمة + المنتج	5.8.6. الخارج
6.5.6. في الاستشارة	6.6.6. آخرون	6.7.6. المنتج + المنتج	1.5.8.6. الواجهة
7.5.6. تذكير		7.7.6. العمل بروح الفريق الواحد	2.5.8.6. الهوية
8.5.6. حملات الصحة الوقائية			3.5.8.6. الباب
9.5.6. دكتور جوجل البيطري وإدارته من قبل الطبيب البيطري			4.5.8.6. الخزانة
10.5.6. أسباب تغيير العميل للطبيب البيطري			6.8.6. الداخل
11.5.6. استطلاعات الرضا			1.6.8.6. تشكيلة
21.5.6. مطالبات في مركز بيطري			2.6.8.6. تخطيط الفضاء
			7.8.6. إدارة المخزون
			8.8.6. الرسوم المتحركة في نقاط البيع
			1.8.8.6. خارجي
			2.8.8.6. داخلي
			3.8.8.6. الإعلان في نقاط البيع
			4.8.8.6. الترويجيات

9.9. التسويق الرقمي في المراكز البيطرية	5.9.6. الشبكات الاجتماعية المطبقة على المراكز البيطرية	10.6. أدوات الولاء لعملاء المراكز البيطرية	7.10.6. آخرون
1.9.6. لمحة عامة	1.5.9.6. Facebook	1.10.6. ليس كل العملاء لديهم نفس القيمة	
2.9.6. تأثير ROPO	2.5.9.6. Twitter	2.10.6. الخطط الصحية	
3.9.6. مزج التسويق: غير متصل بالإنترنت وعبر الإنترنت	3.5.9.6. Instagram	3.10.6. حملات الصحة الوقائية	
4.9.6. الموقع الإلكتروني لمركز بيطري	4.5.9.6. قناة يوتيوب	4.10.6. تأمين بيطري	
	6.9.6. التسويق عبر البريد الإلكتروني	5.10.6. أنظمة تجميع النقاط	
	7.9.6. أدوات المراسلة الفورية	6.10.6. كوبونات خصم	

الوحدة 7. إدارة الموارد البشرية في المراكز البيطرية

<p>4.7. عملية الاختيار في المركز البيطري 2</p> <p>1.4.7. قراءة السير الذاتية: الكشف عن الكفاءات والمراجع</p> <p>2.4.7. نموذج مقابلة العمل، الأسئلة الرئيسية</p> <p>3.4.7. التواصل مع المرشحين</p>	<p>3.7. عملية الاختيار في المركز البيطري 1</p> <p>1.3.7. الملفات الشخصية</p> <p>2.3.7. تصميم عرض العمل</p> <p>3.3.7. استقبال واختيار المناهج</p>	<p>2.7. التخطيط الاستراتيجي لموظفي المركز البيطري 2</p> <p>1.2.7. تحليل ووصف الوظائف</p> <p>2.2.7. أهداف الوظيفة</p> <p>3.2.7. الهيكل التنظيمي</p>	<p>1.7. التخطيط الاستراتيجي لموظفي المركز البيطري 1</p> <p>1.1.7. أبعاد الفريق</p> <p>2.1.7. المهارات والمواهب</p> <p>3.1.7. الأدوار والمسؤوليات والمهام</p>
<p>8.7. تقييم أداء معاوني المركز البيطري</p> <p>1.8.7. مفاهيم مهمة</p> <p>2.8.7. إنشاء المؤشرات</p> <p>3.8.7. نماذج التقييم</p> <p>4.8.7. التنفيذ</p> <p>5.8.7. العلاقة مع الحوافز</p>	<p>7.7. اتصال داخلي في مركز بيطري</p> <p>1.7.7. التواصل الفعال</p> <p>2.7.7. أدوات الاتصال الداخلي</p> <p>3.7.7. اجتماعات فعالة</p>	<p>6.7. تشكيل فريق المركز البيطري</p> <p>1.6.7. أهداف التشكيل</p> <p>2.6.7. التشكيل الداخلي والخارجي</p> <p>3.6.7. التقييم والجوانب الاقتصادية للتدريب</p> <p>4.6.7. الخطط الوظيفية</p>	<p>5.7. توظيف وإدماج المتعاونين في مركز بيطري</p> <p>1.5.7. التوظيف والفئات المهنية</p> <p>2.5.7. كشوف المرتبات</p> <p>3.5.7. عملية الاستقبال</p>
		<p>10.7. أجر المتعاونين في المراكز البيطرية</p> <p>1.10.7. الرواتب حسب الفئات</p> <p>2.10.7. ثابت ومتغير</p> <p>3.10.7. معايير تحديد الحوافز</p> <p>4.10.7. أنواع الحوافز: اقتصادية وغير اقتصادية</p> <p>5.10.7. راتب عاطفي</p>	<p>9.7. الاحتفاظ بالمتعاون القيم في المراكز البيطرية</p> <p>1.9.7. الرضا الوظيفي</p> <p>2.9.7. التحفيز</p> <p>3.9.7. التقدير والمكافآت</p> <p>4.9.7. الترويج والترقيات</p>

الوحدة 8. المهارات القيادية والإدارية المطبقة في المراكز البيطرية

<p>4.8 إدارة الوقت لمدير المركز البيطري</p> <p>1.4.8 توقف، فكر، حل وقرر</p> <p>2.4.8 المعرفة الداخلية</p> <p>3.4.8 كيفية تحديد الأولويات؟</p> <p>4.4.8 الفعل</p> <p>5.4.8 التخطيط والتنظيم</p> <p>6.4.8 لصوص الوقت</p>	<p>3.8 التفاوض لمدير مركز بيطري</p> <p>1.3.8 مهارات التفاوض</p> <p>2.3.8 أنواع وأنماط التفاوض</p> <p>3.3.8 مراحل التفاوض</p> <p>1.3.3.8 تحضير</p> <p>2.3.3.8 المناقشة والجدال</p> <p>3.3.3.8 اقتراح</p> <p>4.3.3.8 تبادل</p> <p>5.3.3.8 الإغلاق</p> <p>6.3.3.8 المتابعة</p> <p>4.3.8 تكتيكات وتقنيات التفاوض</p> <p>5.3.8 الاستراتيجيات</p>	<p>2.8 تطبيق الريادة على المراكز البيطرية</p> <p>1.2.8 خصائص القائد</p> <p>2.2.8 فوائد القيادة</p> <p>3.2.8 تمارين القائد</p> <p>4.2.8 التفويض</p> <p>1.4.2.8 استراتيجية التفويض</p> <p>2.4.2.8 اختبار المهمة</p> <p>3.4.2.8 عملية التأهيل</p> <p>5.2.8 مقابلات تحفيزية مع المتعاونين</p> <p>1.5.2.8 طريقة GROW / MAP</p>	<p>1.8 مهارات الإدارة الأساسية في مدير و / أو مالك مركز بيطري</p> <p>1.1.8 الإدارة</p> <p>2.1.8 صناعة القرار</p> <p>3.1.8 قدرة القرار</p> <p>4.1.8 المرونة</p> <p>5.1.8 معرفة الذات</p> <p>6.1.8 التخمين الصحيح</p> <p>7.1.8 الاتصالات</p> <p>8.1.8 الذكاء العاطفي</p>
<p>8.8 تحديد وحل النزاعات الداخلية في المراكز البيطرية</p> <p>1.8.8 طريقة الاختلافات الخمسة للفرق المهنية</p> <p>1.1.8.8 انعدام الثقة</p> <p>2.1.8.8 الخوف من الصراع</p> <p>3.1.8.8 عدم الالتزام</p> <p>4.1.8.8 تجنب المسؤولية</p> <p>5.1.8.8 عدم الاهتمام بالنتائج</p> <p>2.8.8 أسباب فشل الفرق المحترفة</p>	<p>7.8 فرق محترفة عالية الأداء في المراكز البيطرية</p> <p>1.7.8 مجموعات العمل</p> <p>2.7.8 خصائص الفرق المحترفة</p> <p>3.7.8 فوائد الفرق المحترفة عالية الأداء</p> <p>4.7.8 أمثلة عملية</p>	<p>6.8 إدارة إنتاجية مدير المركز البيطري</p> <p>1.6.8 لصوص الإنتاجية</p> <p>2.6.8 طريقة (GTD) @ Getting Things Done</p> <p>1.2.6.8 الأساسيات</p> <p>2.2.6.8 جمع أو التقاط</p> <p>3.2.6.8 معالجة أو توضيح</p> <p>4.2.6.8 تنظيم</p> <p>5.2.6.8 التحقق</p> <p>6.2.6.8 الفعل</p>	<p>5.8 كيف تولد الثقة في المتدربين في مركز بيطري؟</p> <p>1.5.8 الثقة بالنفس</p> <p>2.5.8 الثقة بالآخرين</p> <p>3.5.8 النقد الذاتي البناء</p> <p>4.5.8 الاحترام والمسؤولية</p> <p>5.5.8 الصدق</p> <p>6.5.8 خطأ محاكمة</p>
		<p>10.8 إدارة التغيير في مدير المراكز البيطرية</p> <p>1.10.8 تدقيق المعتقدات</p> <p>2.10.8 تنمية الشخصية</p> <p>3.10.8 إجراءات التغيير</p>	<p>9.8 منع السموم الداخلية بالمراكز البيطرية</p> <p>1.9.8 الصحة التنظيمية</p> <p>2.9.8 إجراءات وقائية</p> <p>1.2.9.8 قم بإنشاء فريق قيادة متماسك</p> <p>2.2.9.8 خلق الوضوح داخل المنظمة</p> <p>3.2.9.8 وضوح التواصل المفرط</p> <p>4.2.9.8 تعزيز الوضوح</p>

الوحدة 9. العمليات الإنتاجية في المراكز البيطرية

<p>4.9. نماذج إدارة الأعمال المطبقة على قطاع المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.4.9. إدارة الكتلة التقليدية</p> <p>2.4.9. الإدارة على أساس النموذج الخالي من الهدر</p> <p>3.4.9. إدارة قائمة على نموذج تقليدي محسن</p>	<p>3.9. إنتاجية الأعمال في قطاع المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.3.9. ركز على الأهداف الرئيسية</p> <p>2.3.9. القيمة المضافة المتولدة للعمل</p> <p>3.3.9. تحليل القيمة التي تقدمها العمليات</p> <p>4.3.9. القدرة التنافسية</p> <p>5.3.9. الإنتاجية، تحليل الخسائر والتحسينات</p>	<p>2.9. تحليل عمليات الإنتاج بالمراكز البيطرية</p> <p>1.2.9. نظام إدارة العمليات</p> <p>2.2.9. قياس وتحسين العمليات التجارية</p> <p>3.2.9. خصائص العملية الموجهة والمدارة بشكل جيد</p>	<p>1.9. مقدمة لعمليات الإنتاج في المراكز البيطرية</p> <p>1.1.9. مفهوم العمليات التجارية</p> <p>2.1.9. مقدمة في العمليات التجارية</p> <p>3.1.9. تمثيل رسومي للعمليات</p> <p>4.1.9. توحيد العملية</p> <p>5.1.9. أمثلة عملية للعمليات في المراكز البيطرية</p>
<p>8.9. تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر في المراكز البيطرية 2</p> <p>1.8.9. المرحلة الثانية: تدعيم التدفق، القضاء على الهدر، ضمان الجودة وتوحيد العمليات</p> <p>2.8.9. المرحلة الثالثة: إنشاء تدفق Pull</p> <p>3.8.9. المرحلة الرابعة: المرونة في إيقاع الإنتاج</p>	<p>7.9. تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر في المراكز البيطرية 1</p> <p>1.7.9. تكييف العملية</p> <p>2.7.9. تدفق Pull متوازن ومرن</p> <p>3.7.9. الانتقال من النموذج التقليدي إلى تطبيق خالي من الهدر</p> <p>4.7.9. المرحلة الأولى: إنشاء تدفق منتظم وغير متقطع</p>	<p>6.9. النفايات في نموذج الإنتاج المطبق على المراكز البيطرية</p> <p>1.6.9. الهدر، النفايات أو التغيير</p> <p>2.6.9. أنواع الهدر</p> <p>3.6.9. أسباب الهدر</p> <p>4.6.9. التخلص من الهدر</p>	<p>5.9. مقدمة لنموذج الإدارة الخالية من الهدر المطبق على المراكز البيطرية</p> <p>1.5.9. المبادئ والخصائص الأساسية</p> <p>2.5.9. تيار النشاط</p> <p>3.5.9. نظام السحب أو Pull</p> <p>4.5.9. تدفق Pull</p> <p>5.5.9. التحسين المستمر</p>
		<p>10.9. أدوات التطبيق الخالية من الهدر المطبقة على المراكز البيطرية</p> <p>1.10.9. خريطة تدفق القيمة (Value Stream Map)</p> <p>2.10.9. آ3: تحليل الأساليب الجديدة أو المشاكل التي يتعين حلها</p>	<p>9.9. تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر في المراكز البيطرية 3</p> <p>1.9.9. المرحلة الخامسة: المرونة في نوع المنتج</p> <p>2.9.9. المرحلة السادسة: التنفيذ الكامل لتدفق Pull المتوازن والمستوي ومتعدد المنتجات</p> <p>3.9.9. المرحلة السابعة: سهولة الإدارة والتحكم</p>

الوحدة 10. الجوانب القانونية والإدارة في المراكز البيطرية

<p>4.10 قانون الأدوية في المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.4.10 جوانب قانون الأدوية التي يجب مراعاتها</p> <p>2.4.10 الوصفات: رحلة استكشافية، مراقبة، تسجيل</p> <p>3.4.10 الوصفة المتتالية</p> <p>4.4.10 وصفات استثنائية</p>	<p>3.10 الصحة المهنية في المراكز البيطرية</p> <p>1.3.10 المخاطر النفسية</p> <p>2.3.10 المخاطر المريحة</p> <p>3.3.10 المخاطر البيولوجية</p> <p>4.3.10 المخاطر الكيميائية</p> <p>5.3.10 مخاطر جسدية</p> <p>6.3.10 الأمن والصحة</p>	<p>2.10 حماية البيانات في مركز بيطري</p> <p>1.2.10 قانون حماية البيانات</p> <p>2.2.10 بروتوكولات العمل</p> <p>3.2.10 بروتوكولات معالجة البيانات</p> <p>4.2.10 سجل النشاطات</p> <p>5.2.10 التقارير التنظيمية</p> <p>6.2.10 المسؤول عن معالجة البيانات</p>	<p>1.10 الأشكال القانونية للشركات في قطاع المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.1.10 حسب نوع المسؤولية</p> <p>2.1.10 حسب عدد الشركاء</p> <p>3.1.10 حسب رأس المال</p>
<p>8.10 إدارة الديون والغير مدفوعة في المراكز البيطرية</p> <p>1.8.10 مستندات إقرار الديون</p> <p>2.8.10 تأجيل وتمويل التحصيل</p> <p>3.8.10 التواصل مع المدينين</p> <p>4.8.10 طلب إجراءات الدفع</p>	<p>7.10 المسؤولية المدنية في ممارسة النشاط في المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.7.10 المفهوم</p> <p>2.7.10 افتراضات المسؤولية المدنية للطبيب البيطري</p> <p>3.7.10 المسؤولية عن الخطأ أو الإهمال</p> <p>4.7.10 العملية المدنية</p>	<p>6.10 الأخلاق البيطرية المهنية وعلم الأخلاق</p> <p>1.6.10 مدونة القيم الأخلاقية</p> <p>2.6.10 المبادئ الأساسية في الأخلاق</p> <p>3.6.10 المسؤوليات المهنية</p> <p>4.6.10 الرفق بالحيوان وسوء معاملته</p> <p>5.6.10 مدونة آداب المهنة البيطرية</p>	<p>5.10 اتفاقية جماعية لقطاع المراكز الصحية البيطرية</p> <p>1.5.10 تنظيم العمل والوظائف</p> <p>1.1.5.10 تصورات الراتب والرواتب الإضافية</p> <p>2.5.10 جدول العمل اليومي</p> <p>1.2.5.10 إجازة مدفوعة الأجر وإجازة غياب</p> <p>3.5.10 التدريب والوظيفة المهنية</p> <p>4.5.10 نماذج التوظيف</p> <p>5.5.10 مدونة قواعد سلوك العمل</p> <p>6.5.10 لجنة التكافؤ</p>
		<p>10.10 الاتصال الهاتفي مع عملاء المراكز البيطرية</p> <p>1.10.10 بروتوكولات الاتصال الهاتفي</p> <p>2.10.10 التواصل مع العملاء</p> <p>3.10.10 الاتصالات الداخلية وسجلات المكالمات</p>	<p>9.10 إدارة المشتريات في المراكز البيطرية</p> <p>1.9.10 الميزانيات</p> <p>2.9.10 إدارة الدفع</p> <p>3.9.10 تأجيل التمويل والدفع</p>

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

<p>4.11 المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>1.4.11 البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.4.11 تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>3.4.11 التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>3.11 الاستدامة</p> <p>1.3.11 الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة</p> <p>2.3.11 أجنحة 0302</p> <p>3.3.11 الشركات المستدامة</p>	<p>2.11 Cross Cultural Management</p> <p>1.2.11 مفهوم Cross Cultural Management</p> <p>2.2.11 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية</p> <p>3.2.11 إدارة التنوع</p>	<p>1.11 العولمة والحوكمة</p> <p>1.1.11 الحوكمة والحوكمة المؤسسية</p> <p>2.1.11 أساسيات حوكمة الشركات في الشركات</p> <p>3.1.11 دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات</p>
	<p>7.11 البيئة القانونية و Corporate Governance</p> <p>1.7.11 لوائح الاستيراد والتصدير الدولية</p> <p>2.7.11 الملكية الفكرية والصناعية</p> <p>3.7.11 قانون العمل الدولي</p>	<p>6.11 الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>1.6.11 العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>2.6.11 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي</p> <p>3.6.11 الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p>	<p>5.11 أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة</p> <p>1.5.11 RSC: المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.5.11 القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة</p> <p>3.5.11 خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>4.5.11 أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>

الوحدة 12. قيادة لأفراد وإدارة المواهب

<p>4.12 تحفيز</p> <p>1.4.12 طبيعة الدافع</p> <p>2.4.12 نظرية التوقعات</p> <p>3.4.12 نظريات الحاجات</p> <p>4.4.12 الدافع والتعويض المالي</p>	<p>3.12 الابتكار في إدارة المواهب والأفراد</p> <p>1.3.12 نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية</p> <p>2.3.12 تحديد المواهب والتدريب والتطوير</p> <p>3.3.12 الولاء والاحتفاظ</p> <p>4.3.12 المبادرة والابتكار</p>	<p>2.12 إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات</p> <p>1.2.12 التحليل المحتمل</p> <p>2.2.12 سياسة المكافآت</p> <p>3.2.12 خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p>	<p>1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية</p> <p>1.1.12 الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p> <p>2.1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية</p>
		<p>6.12 إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها</p> <p>1.6.12 الإنتاجية</p> <p>2.6.12 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</p>	<p>5.12 الإعلانات الإدارية</p> <p>1.5.12 الإعلام الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية</p> <p>2.5.12 أقسام الإعلام</p> <p>3.5.12 مدير الإعلانات في الشركة ملف تعريف ديزيرون</p>

الوحدة 13 . إدارة إداري

4.13. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
1.4.13. التواصل بين الأشخاص
2.4.13. مهارات التواصل والتأثير
3.4.13. حواجز التواصل

3.13. إدارة العمليات
1.3.13. أهمية الإدارة
2.3.13. سلسلة القيمة
3.3.13. إدارة الجودة

2.13. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
1.2.13. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها

1.13. General Management
1.1.13. مفهوم General Management
2.1.13. عمل Manager General
3.1.13. المدير العام ومهامه
4.1.13. تحويل عمل الإدارة

8.13. الذكاء العاطفي
1.8.13. الذكاء العاطفي والتواصل
2.8.13. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
3.8.13. الثقة بالنفس والإعلام العاطفي

7.13. إعداد خطة للأزمات
1.7.13. تحليل المشاكل المحتملة
2.7.13. التخطيط
3.7.13. تكيف الموظفين

6.13. الإعلانات في حالات الأزمات
1.6.13. أزمات
2.6.13. مراحل الأزمات
3.6.13. الرسائل: المحتويات واللافتات

5.13. أدوات الاتصالات الشخصية والتنظيمية
1.5.13. التواصل بين الأشخاص
2.5.13. أدوات التواصل بين الأشخاص
3.5.13. التواصل في المنظمات
4.5.13. الأدوات في المنظمة

9.13. خلق العلامات التجارية Branding الشخصية
1.9.13. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية
2.9.13. قوانين العلامات التجارية الشخصية
3.9.13. أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية

المنهجية

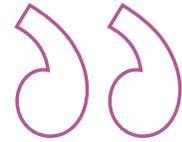
يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: *Relearning* أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

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 إعادة التعلم المعروفة بـ Relearning، وهو نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي، ليأخذك عبر أنظمة التدريس الدورية: طريقة تعلم أثبتت فعاليتها للغاية، لا سيما في الموضوعات 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.

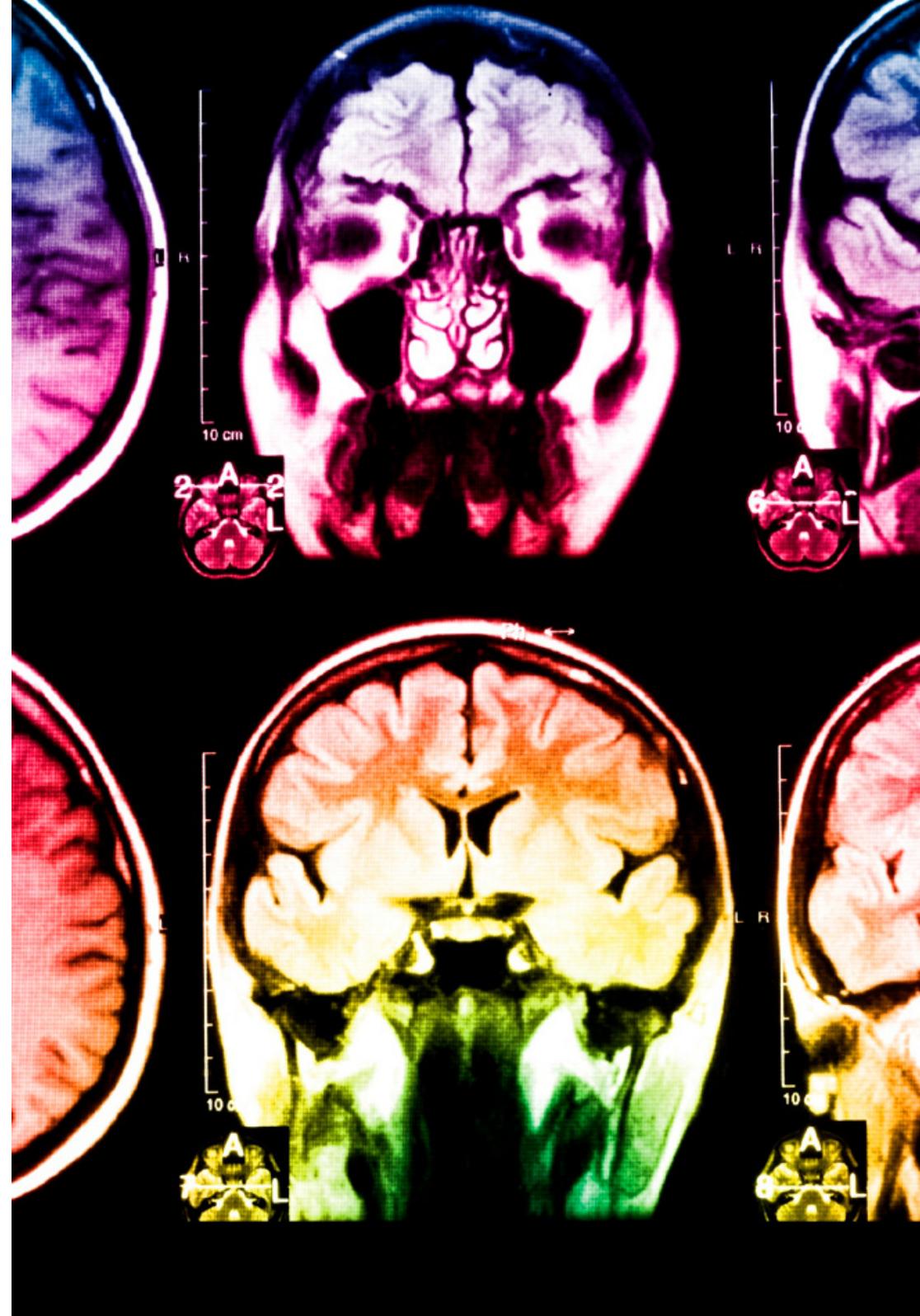


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، 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.

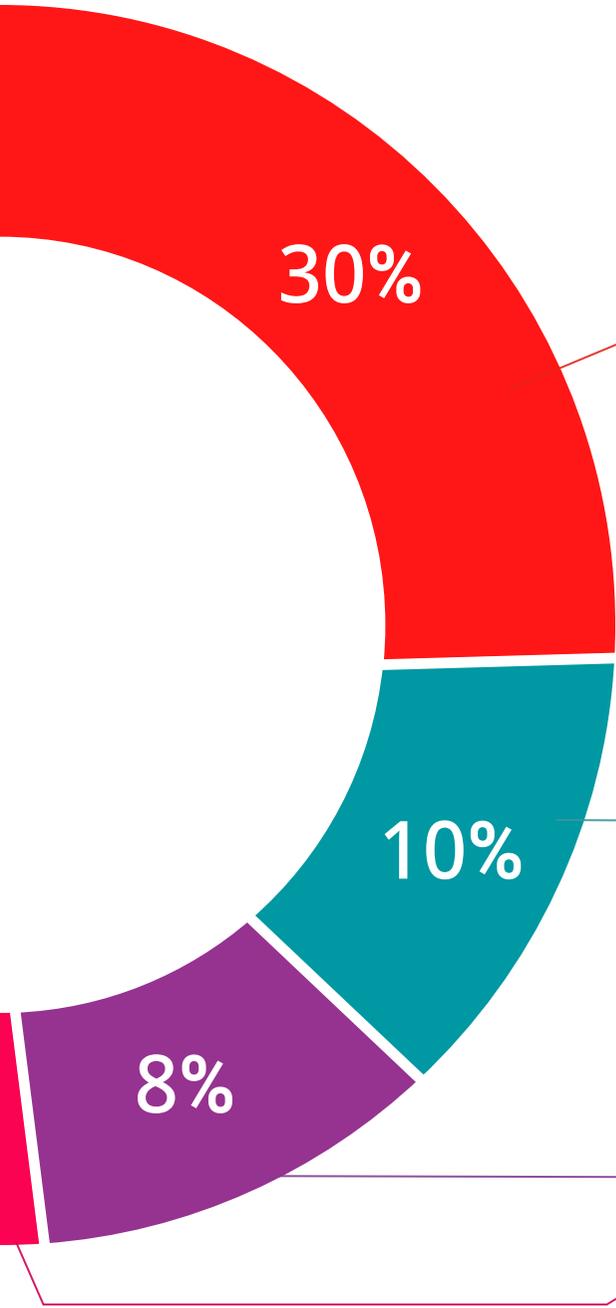
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 الحُصين 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 وملموحًا 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.



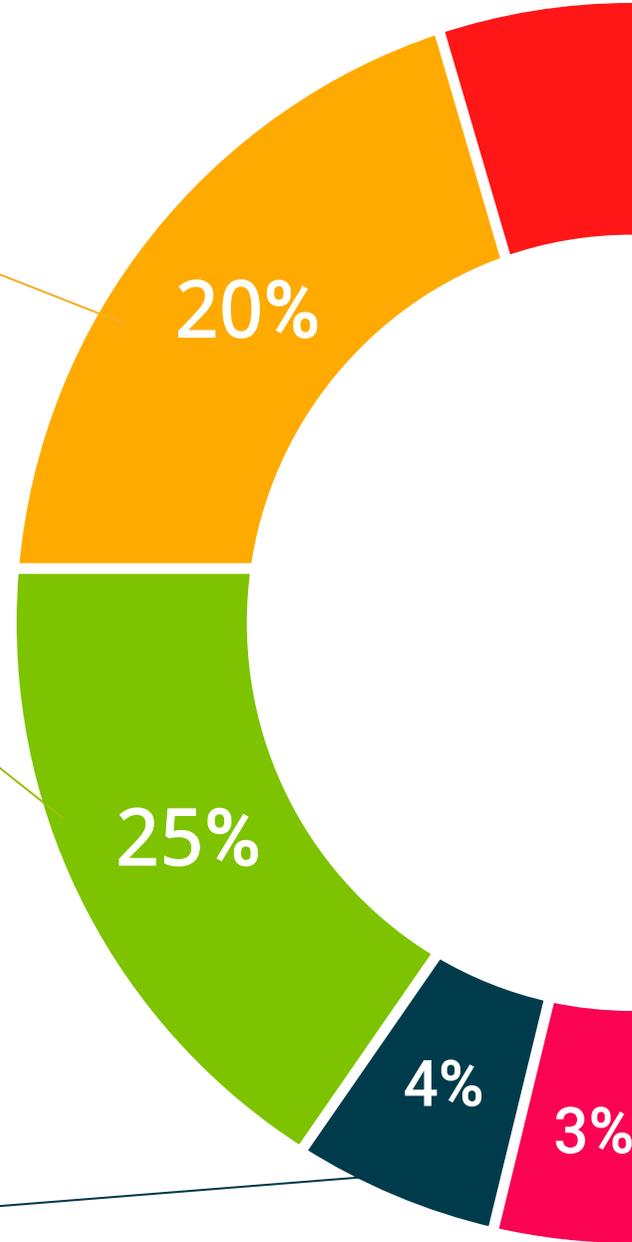
ملخصات تفاعلية

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

يستهدف برنامج TECH المهنيين الذين يرغبون في التدخل في إدارة العيادات البيطرية والتعامل مع جميع الجوانب اللازمة لتنفيذها بطريقة فعالة للغاية.





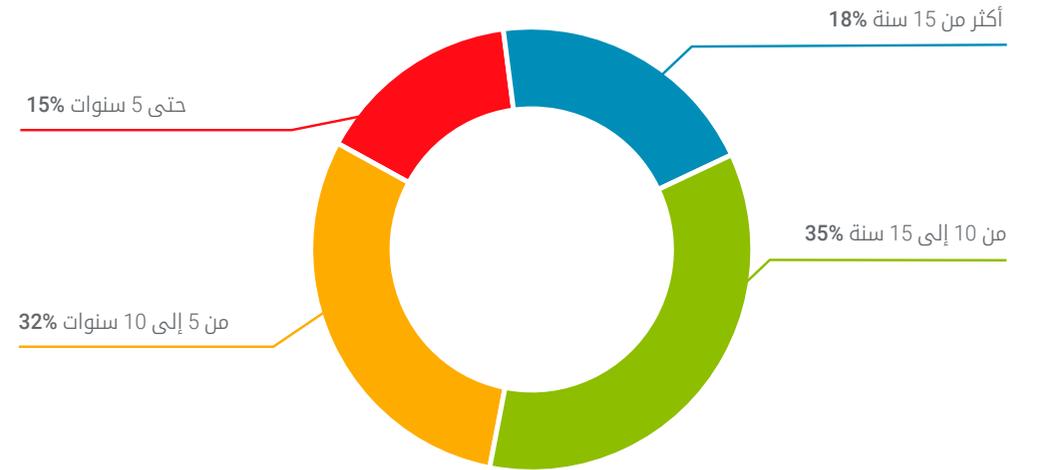
إذا كنت ترغب في تحقيق تحسين مثير للاهتمام في حياتك المهنية أثناء استمرارك في العمل، فهذا هو برنامجك"



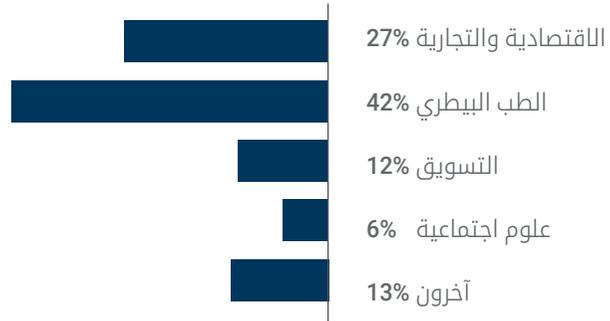
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

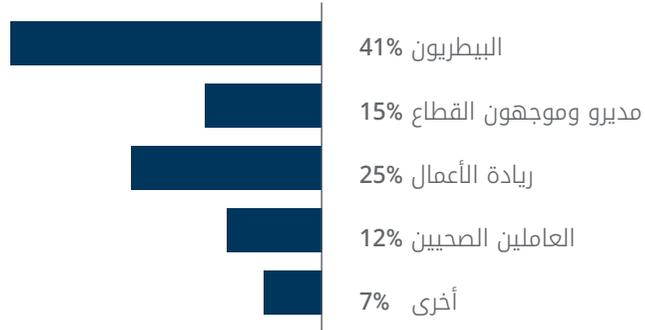
عدد سنوات الخبرة



التدريب في مجال



الملف الأكاديمي



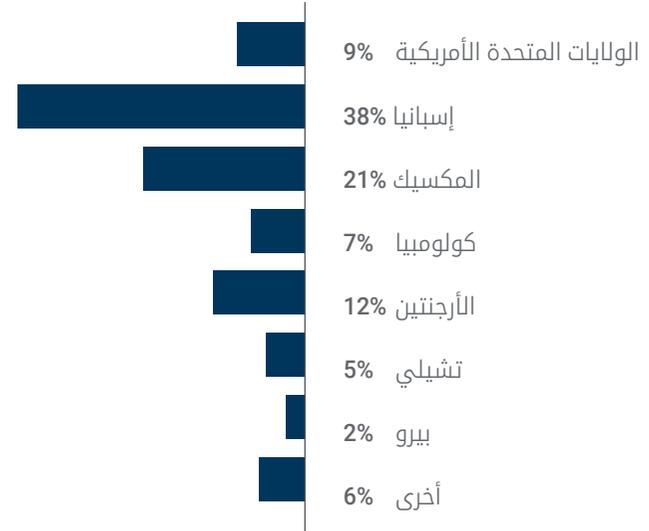


Amelia López

مديرة مركز بيطري

"كنت بحاجة إلى تحديث دراستي في مجال التسويق والإدارة في هذا المجال حتى أتمكن من العمل في إدارة العيادات البيطرية، وهو هدفي المهني. وقد كان هذا البرنامج هو الإجابة على ذلك، وبعد فترة وجيزة من انتهائي منه حصلت على وظيفة في عيادة بيطرية، وبذلك حققت ألامي المهنية"

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتضمن البرنامج خبراء بارزين في توجيه وإدارة المراكز البيطرية في هيئة التدريس، الذين يصبون في هذا البرنامج خبرة سنوات عملهم. بالإضافة إلى ذلك، يشارك متخصصون آخرون، من ذوي المكانة المرموقة في المجالات ذات الصلة في تصميمه وإعداده، وإكمال MBA في إدارة المراكز البيطرية بطريقة متعددة التخصصات، مما يجعله تجربة فريدة ومغذية للغاية على المستوى الأكاديمي للطلاب.

لدينا أفضل فريق تعليمي لإطلاعك على أهم
الممارسات لتوجيه وإدارة المراكز البيطرية"



المدير الدولي المستضاف

تتمتع Jennifer Dove بخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق استقطاب المواهب العالمية، وهي خبيرة في مجال التوظيف والاستراتيجية التكنولوجية. وطوال مسيرتها المهنية، شغلت مناصب عليا في العديد من المؤسسات التكنولوجية داخل شركات مدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك NBCUniversal و Comcast. وقد أتاح لها سجلها الحافل التفوق في بيئات تنافسية عالية النمو.

وبصفتها نائب رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، فهي تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتعاون مع قادة الأعمال والموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. وهي تهدف على وجه الخصوص إلى بناء فرق عمل متنوعة وشاملة وذات أداء عالٍ تدفع الابتكار والنمو في منتجات الشركة وخدماتها. بالإضافة إلى ذلك، فهي خبيرة في استخدام الأدوات اللازمة لجذب أفضل الأشخاص من جميع أنحاء العالم والاحتفاظ بهم. كما أنها مسؤولة أيضاً عن الترويج لعلامة Mastercard التجارية والقيمة التي تقدمها الشركة من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

أظهرت Jennifer Dove التزامها بالتطوير المهني المستمر، حيث شاركت بنشاط في شبكات المتخصصين في الموارد البشرية وساهمت في تأهيل العديد من الموظفين في شركات مختلفة. بعد حصولها على درجة البكالوريوس في الاتصال التنظيمي من جامعة ميامي، شغلت مناصب عليا في مجال التوظيف في شركات في مجالات متنوعة.

وقد اشتهرت بقدرتها على قيادة التحولات التنظيمية، ودمج التكنولوجيا في عمليات التوظيف، وتطوير برامج القيادة التي تُعد المؤسسات للتحديات المقبلة. كما نجحت أيضاً في تنفيذ برامج صحية للموظفين أدت إلى زيادة رضا الموظفين والاحتفاظ بهم بشكل كبير.



أ. Jennifer Dove

- ♦ نائب الرئيس، استقطاب المواهب، Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة استقطاب المواهب في NBCUniversal، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة التوظيف في كومكاست
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Rite Hire الاستشارية
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، قسم المبيعات في شركة أردور نيويورك للعقارات
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Valerie August & Associates
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في BNC
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في Vault
- ♦ بكالوريوس جامعة ميامي بشهادة في الاتصال التنظيمي

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.



Gauthier, Rick أ.

- ♦ 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 على ممارساتك 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. بفضل هذه الخبرة، عمل مع رؤساء تنفيذيين وشركات في جميع أنحاء العالم، ودفعتهم إلى الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية. هكذا، 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 والمساهمين 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 إزالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم "إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" وإصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. بالتالي، 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 الدراسات العليا من كلية لندن للأعمال. في 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 TECH أحدث محتوى في
السوق الأكاديمي، صممه خبراء مشهورون دوليًا"

المدير الدولي المستضاف

Manuel Arens هو خبير متمرس في إدارة البيانات وقائد فريق عمل على درجة عالية من الكفاءة. في الواقع، يشغل Arens منصب مدير المشتريات العالمية في قسم البنية التحتية التقنية ومركز البيانات في Google، حيث قضى معظم حياته المهنية. قد قدمت الشركة، التي يقع مقرها في Mountain View، حلولاً للتحديات التشغيلية التي تواجه عملاق التكنولوجيا، مثل تكامل البيانات الرئيسية، و تحديثات بيانات البائعين وتحديد أولويات بيانات 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 في 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 في Google, Mountain View, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير أول، تحليلات وتكنولوجيا Google B2B, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google, أيرلندا
- ♦ كبير محلي الصناعة في Google, ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google, أيرلندا
- ♦ Accounts Payable في Eaton, المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في شركة Airbus, ألمانيا



راهن على TECH! ستتمكن من الوصول إلى أفضل المواد التعليمية، في طبيعة التكنولوجيا والتعليم، والتي ينفذها متخصصون مشهورون دولياً في هذا المجال"

المدير الدولي المستضاف



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

قد 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.

كمدبر 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، والإعلانات و المبيعات.

من 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.

قد 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.

أ. La Sala, Andrea

- ♦ المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق العالمي لعلامة أرماني للمرافقة في جورجيو أرماني، 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
TECH ليقدّموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً
ومبتنئاً على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟"

المدير الدولي المستضاف

Mick Gram مرادف للابتكار والتميز في مجال ذكاء الأعمال Inteligencia Empresarial 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 تبسّط المجموعات المعقدة وتجعلها في متناول الجميع وتسهّل عملية اتخاذ القرار. قد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لملفه المهني، مما جعله رصيداً مرغوباً فيه لدى العديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات و توليد إجراءات ملموسة بناءً عليها.

من أبرز مشاريعها في السنوات الأخيرة منصة Walmart Data Cafe، وهي أكبر منصة من نوعها في العالم تعتمد على السحابة لتحليل البيانات الضخمة Big Data. قد شغل أيضاً منصب مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في شركة Red Bull، حيث غطى مجالات مثل المبيعات والتوزيع والتسويق وعمليات سلسلة التوريد. قد 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. من خلال هذا التحديث المستمر، يكون الخبير قد حقق أحدث الكفاءات. على هذا النحو، فقد أصبح يُنظر إليه على أنه قائد مولود للاقتصاد العالمي الجديد، الذي يتمحور حول السعي وراء البيانات وإمكاناتها اللانهائية.



أ. Gram, Mick

- ♦ 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
- ♦ محفل 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
- ♦ الليسانس وماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة Copenhagen



ادرس في أفضل جامعة عبر الأنترنت في العالم
وفقاً لمجلة 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، وقد ارتبط منذ أكثر من 19 عامًا بوحدة من أقوى الشركات في صناعة الترفيه، وهي شركة Warner Bros Discovery. ومن خلال هذا المنصب، لعب دورًا رئيسيًا في الإشراف على العمليات اللوجستية وسير العمل الإبداعي عبر مختلف المنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي والبحث والعرض والوسائط الخطية.

لقد كانت قيادة هذا المدير التنفيذي حاسمة في دعم استراتيجيات إنتاج الوسائط المدفوعة، مما أدى إلى تحسن ملحوظ في معدلات التحويل لشركته. وفي الوقت نفسه، تولى أدوارًا أخرى، مثل مدير خدمات التسويق ومدير النقل في نفس المكتب خلال إدارته السابقة.

في المقابل، تم ربط Stevenson بالتوزيع العالمي لألعاب الفيديو وحملات الملكية الرقمية. كما كان مسؤولاً عن تقديم الاستراتيجيات التشغيلية المتعلقة بتكوين وإكمال وتقديم محتوى الصوت والصورة للإعلانات التلفزيونية ومقاطع دعائية للفيديو.

من ناحية أخرى، يحمل الخبير درجة البكالوريوس في الاتصالات من جامعة Florida ودرجة الماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة California، مما يدل على مهارته في التواصل وسرد القصص. بالإضافة إلى ذلك، شارك في كلية التطوير المهني بجامعة Harvard في البرامج المتطورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الأعمال التجارية. وبالتالي، فإن ملفه المهني يعد واحدًا من أكثر الملفات أهمية في مجال التسويق والوسائط الرقمية الحالي.

أ. Stevenson, Scott

- ♦ مدير خدمات التسويق في شركة Warner Bros. Entertainment
- ♦ مدير النقل في شركة Warner Bros. Entertainment
- ♦ ماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة California
- ♦ بكالوريوس في الاتصالات من جامعة Florida



حقق أهدافك الأكاديمية والمهنية مع
أفضل الخبراء المؤهلين في العالم! سيقوم
معلمو ماجستير إدارة الأعمال بإرشادك طوال
عملية التعلم"

المدير الدولي المستضاف



يعد الدكتور Eric Nyquist أحد المحترفين البارزين في مجال الرياضة الدولية، وقد بنى مسيرة مهنية مثيرة للإعجاب، وتميز بقيادته الإستراتيجية وقدرته على قيادة التغيير والابتكار في المنظمات الرياضية رفيعة المستوى. في الواقع، فقد شغل مناصب عليا، مثل مدير الاتصالات والتأثير في NASCAR، ومقرها في Florida، الولايات المتحدة. وبفضل سنوات عديدة من الخبرة في هذا الكيان، شغل الدكتور Nyquist أيضاً مناصب قيادية مختلفة، بما في ذلك نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي والمدير العام لشؤون الأعمال، حيث أدار أكثر من عشرة تخصصات تتراوح من التطوير الاستراتيجي إلى التسويق الترفيهي. بالمثل، ترك Nyquist علامة مهمة على أكبر الامتيازات الرياضية في Chicago. بصفته نائب الرئيس التنفيذي لامتيازات Chicago White Sox و Chicago Bulls، فقد أثبت قدرته على قيادة الأعمال والنجاح الاستراتيجي في عالم الرياضات الاحترافية. أخيراً، تجدر الإشارة إلى أنه بدأ حياته المهنية في مجال الرياضة أثناء عمله في نيويورك كمحلل استراتيجي كبير ل Roger Goodell في الدوري الوطني لكرة القدم (NFL)، وكان سابقاً متدرِّباً قانونياً في اتحاد كرة القدم الأمريكي.

أ. Eric Nyquist

- ♦ مدير الاتصالات والتأثير في NASCAR، فلوريدا، الولايات المتحدة
- ♦ نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ نائب رئيس التخطيط الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ المدير العام لشؤون الأعمال في NASCAR
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي في امتيازات Chicago White Sox
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي في امتيازات Chicago Bulls
- ♦ مدير تخطيط الأعمال في الرابطة الوطنية لكرة القدم (NFL)
- ♦ شؤون الأعمال/متدرب قانوني في اتحاد كرة القدم بالولايات المتحدة
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة Chicago
- ♦ ماجستير إدارة الأعمال - MBA من كلية Booth لإدارة الأعمال بجامعة Chicago
- ♦ بكالوريوس في الاقتصاد الدولي من Carleton College



بفضل هذه الشهادة الجامعية، عبر الإنترنت بنسبة 100%، ستتمكن من الجمع بين الدراسة والتزاماتك اليومية، بمساعدة أكبر الخبراء الدوليين في مجال اهتمامك. أفتح حساب الآن!

هيكل الإدارة

أ. Barreneche Martínez, Enrique

- ♦ مدير شركة الاستشارات Vets Power.com، وهي شركة استشارات أعمال مخصصة حصرياً للمراكز الصحية البيطرية للحيوانات الأليفة
- ♦ بكالوريوس في الطب البيطري من جامعة كومبلوتنس بمدريد عام 1990
- ♦ نائب رئيس صاحب العمل الإقليمي للقطاع البيطري في أليكانتي AEVA، وأمين صندوق اتحاد أرباب العمل في القطاع البيطري في إسبانيا (CEVE)
- ♦ مؤسس مشارك لمجموعة عمل التنظيم والإدارة J GGA، (AVEPA) التي كان رئيساً لها بين عامي 2011 و 2013
- ♦ خبرة تجارية خاصة. مؤسس ومالك مركز Amic البيطري في أليكانتي من 1991 إلى 2018، تم نقله لتكريس نفسه حصرياً لإدارة الأعمال في قطاع المراكز الصحية البيطرية للحيوانات الأليفة
- ♦ مؤلف كتب إدارة الأعمال في المراكز البيطرية «من الذي أخذ مركز الطب البيطري الخاص بي؟» (2009) و«لقد وجدت المركز البيطري الخاص بي!» (2013)
- ♦ مؤلف مشارك في كتابين ومؤلف فصول محددة في منشورات أخرى مخصصة لتدريب مساعدي العيادة البيطرية (ACV)
- ♦ متحدث في العديد من الدورات وورش العمل حول إدارة الأعمال في المراكز البيطرية، وجهاً لوجه وعن بُعد (عبر الإنترنت)، سواء في إسبانيا أو في الخارج
- ♦ منذ 1999 قدم العديد من المؤتمرات والدورات والندوات عبر الإنترنت للموظفين المساعدين في المراكز البيطرية



الأساتذة

أ. Villaluenga, José Luis

- الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة «الربحية البيطرية»
- استشاري في إدارة الأعمال وتسويق المراكز البيطرية
- مدير عام في ACALANTHIS COMUNICACION Y ESTRATEGIAS SL
- شهادة في العلوم البيولوجية من جامعة كومبلوتنس بمدريد
- درجة الماجستير في التسويق الرقمي، EAE وجامعة برشلونة
- درجة الماجستير في إدارة الموارد البشرية والإدارة، EAE وجامعة برشلونة
- أستاذ مشارك بكلية الطب البيطري بجامعة ألفونسو العاشر الحكيم بمدريد

د. Muñoz Sevilla, Carlos

- طبيب بيطري في قسم التخدير
- رئيس قسم التخدير. المستشفى البيطري Valencia Sur
- مدير عيادة San Francisco البيطرية
- بكالوريوس في الطب البيطري من جامعة Complutense de Madrid
- MBA (من جامعة UJI) - (Jaume I)
- مشارك في تطوير وتدريب وحدة AGESVET HR

أ. Navarro Ferrer, María José

- أخصائية نفسية متخصصة في ورش العمل للشركات والمؤسسات الخاصة
- شهادة في علم النفس من جامعة فالنسيا (UV)
- ماجستير في علم النفس العيادي CTMC فالنسيا
- دراسات عليا في علم الشيخوخة الاجتماعي بجامعة فالنسيا
- دراسات عليا في اليقظة والعلاجات النفسية UB 3L1
- مدرسة في Recull من أنشطة خدمات التوظيف المحلية: الأفراد والشركات من برشلونة

د. Martín González, Abel

- مدير مركز تالافيرا البيطري وقيادة فيكو البيطرية في تالافيرا الملكة (طليطلة)
- المدير الفني ADSG في كاستيلا لامانشا (إسبانيا): ADSG Bovino La Jara, ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara
- المدير الفني لعلامة جودة اللحوم في Sierra de San Vicente
- بكالوريوس في الطب البيطري من جامعة Complutense de Madrid
- نائب رئيس و عضو مؤسس في اتحاد الأعمال البيطري الأسباني CEVE
- عضو مؤسس في CEVE-CLM (اتحاد الأعمال البيطري في كاستيلا لامانشا)
- عضو في العديد من الجمعيات المهنية على المستوى الوطني والدولي مثل AVEPA و ANEMBE و SEOC و AVETO
- عضو اللجنة الرقمية لـ CEOE (اتحاد منظمات الأعمال في إسبانيا)

أ. Albuixech Martínez, Miguel

- عضو في المجال الاقتصادي في الاتحاد الإسباني للأعمال التجارية البيطرية (CEVE)
- سكرتير رابطة الأعمال البيطرية في فالنسيا (AVETVAL)
- نائب رئيس جمعية AGESVET (جمعية الإدارة البيطرية)
- منسق منطقة الشرقية لاجتماعات إدارة شركة EGA (اجتماعات إدارة AGESVET)
- بكالوريوس في إدارة الأعمال والإدارة من جامعة فالنسيا
- ماجستير في إدارة الموارد البشرية من ADEIT

د. Delia Saleno

- ♦ مديرة مركز Son Dureta البيطري
- ♦ رئيسة CEVE Balears
- ♦ عضوة مجلس إدارة لـ CEOE ممثلة القطاع البيطري
- ♦ نائب اتحاد الأعمال البيطري الأسباني (CEVE)
- ♦ نائب رئيس الاتحاد الإسباني للأعمال التجارية البيطرية (CEVE) جامعة العلوم الزراعية والطب البيطري في Cluj-Napoca (Rumanía)
- ♦ تخرجت في الطب البيطري من جامعة العلوم الزراعية والطب البيطري في كلوج نابوكا (رومانيا)
- ♦ دبلوم الدراسات المتقدمة في عيادة الحيوانات الصغيرة
- ♦ مؤهل بحثي في علم الوراثة الخلوية من جامعة قرطبة مع دراسة عن العقم في الخيول
- ♦ دورة التأهيل كمقيم في إجراءات اعتماد الكفاءات المهنية من خلال خبرة العمل في الأسرة المهنية الزراعية
- ♦ باحثة ما قبل الدكتوراه في قسم التناسل الحيواني بكلية الطب البيطري في كلوج نابوكا (رومانيا)
- ♦ باحثة ما قبل الدكتوراه في قسم علم الوراثة بجامعة قرطبة

أ. Rotger Campins, Sebastià

- ♦ سكرتير الشركات البيطرية في جزر البليار EMVETIB
- ♦ سكرتير اتحاد الأعمال البيطري الأسباني CEVE
- ♦ رئيس قسم العمل والتنظيم والتدريب في CEVE
- ♦ سكرتير الشركات البيطرية في جزر البليار EMVETIB
- ♦ رئيس لجنة الخدمات في اتحاد جمعيات رجال الأعمال في جزر البليار CAEB
- ♦ عضو اللجنة التنفيذية لمجلس إدارة المشاريع الصغيرة والرياضيات
- ♦ رئيس اللجنة الوطنية التفاوضية للاتفاقية الجماعية لمراكز وخدمات الصحة البيطرية
- ♦ مدير عيادة بيطرية Veterinari Son Dureta SLP
- ♦ مهندس عالي في الاتصالات
- ♦ بكالوريوس النقل البحري
- ♦ كابتن البحرية التجارية

أ. Vilches Sáez, José Vicente

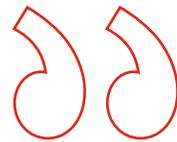
- ♦ مدير المشروع - CursoACV
- ♦ مدير منصة التدريب - Cursoveterinaria.es
- ♦ مدير المشروع - تشكيل دونا
- ♦ مدير المبيعات - جيسفيلسا
- ♦ مدير التدريب المهني - Duna, SL
- ♦ مدير المجتمع
- ♦ إدارة السكرتارية - AGESVET
- ♦ مدير مبيعات إسبانيا - ProvetCloud
- ♦ مدير المبيعات الفنية - Guerrero Coves
- ♦ خريج إدارة أعمال. مجموعة المنهجية



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. وبالتالي، تضع TECH كل جهودها وأدواتها تحت تصرف الطالب، لاكتساب المهارات والقدرات اللازمة التي تسمح له بتحقيق هذا التغيير.

نضع كل مواردنا تحت تصرفكم لمساعدتكم
على تحقيق التغيير المهني الذي تريدونه"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ فالتطوير المهني الممتاز في انتظارك

مع هذا البرنامج سيتخرج المهنية بعد ستتمكن من التقدم بشكل كبير في مهنتك، على الرغم من أنه ليس هناك شك في أنه للقيام بذلك، سيتعين عليك الاستثمار في مجالات مختلفة، مثل الاقتصادية والمهنية والشخصية. ومع ذلك، فإن الهدف هو تحسين حياتهم المهنية ولهذا، من الضروري الكفاح .

بفضل هذا البرنامج التدريبي،
ستتلقى عددًا كبيرًا من عروض
العمل التي يمكنك من خلالها بدء
نموك المهني.

وقت التغيير



سيتيح إكمال هذا البرنامج
الفرصة للعمل في العيادات
والمستشفيات البيطرية بأعلى
مستوى من المهارات القيادية
والإدارية.

نوع التغيير



زيادة الرواتب

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



المزايا لشركتك

يساهم MBA إدارة المراكز البيطرية في رفع مستوى مواهب المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تخصص قادة رفيعي المستوى. لذلك، فإن المشاركة في هذا البرنامج الأكاديمي تعني تحسناً ليس فقط على المستوى الشخصي، ولكن قبل كل شيء، على المستوى المهني، وزيادة تدريبهم وتحسين مهاراتهم الإدارية. ولكن، بالإضافة إلى ذلك، يعد دخول المجتمع التعليمي لـ TECH فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال التي يمكن من خلالها العثور على شركاء مهنيين أو عملاء أو موردين مستقبليين.

تقديم رؤية استراتيجية لشركتك تسمح لها بأن تكون من بين
أفضل العيادات البيطرية في الوقت الحالي"



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

رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

01

الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

02

وكلاء البناء للتغيير

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

03

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 ماجستير خاص في MBA إدارة المراكز البيطرية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على شهادة ماجستير خاص الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



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

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في MBA إدارة المراكز البيطرية

طريقة: عبر الإنترنت

مدة: 12 شهر

يحتوي هذا ماجستير خاص في **MBA إدارة المراكز البيطرية** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدائثا في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل **ماجستير خاص** ذا الصلة الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

ماجستير خاص في MBA إدارة المراكز البيطرية

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
الطريقة	عدد الساعات	نوع المادة	عدد الساعات
الآنلي	150	المقرر التأسيسي للمركز الصحية البيطرية	3*
الآنلي	150	تطبيق خطة العمل على مركز الطب البيطري	3*
الآنلي	150	تحليل السوق في المركز البيطرية	3*
الآنلي	150	استراتيجية العمل والتأكد في المركز البيطرية	3*
الآنلي	150	التمويل / مستخدم المراكز البيطرية	3*
الآنلي	150	التسويق الإلكتروني للمركز البيطرية	3*
الآنلي	150	إدارة الموارد البشرية في المركز البيطرية	3*
الآنلي	150	المقررات الإدارية والذاتية المتكيفة في المركز البيطرية	3*
الآنلي	150	مستندات التأسيسية في المركز البيطرية	3*
الآنلي	150	التقنية القانونية والأخلاق في المركز البيطرية	3*
الآنلي	150	القيادة والأخلاق والمسؤولية التنفيذية للمركز	3*
الآنلي	150	مقدمة إدارة موارد الموظفين	3*
الآنلي	150	Management	3*



الجامعة
التكنولوجية



أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوحة إلى

J

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازها/اجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص

في

MBA إدارة المراكز البيطرية

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 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



أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

TECH- AFWOR238 technite.com/certificates



ماجستير خاص MBA إدارة المراكز البيطرية

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

ماجستير خاص MBA إدارة المراكز البيطرية