

ماجستير متقدم

إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية

tech الجامعة  
التكنولوجية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير متقدم إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: سنتين
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا
- « مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

# الفهرس

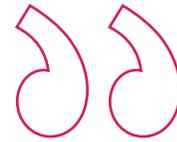
01	المقدمة	صفحة 4
02	الأهداف	صفحة 8
03	الكفاءات	صفحة 16
04	هيئة تدريس الدورة التدريبية	صفحة 20
05	الهيكل والمحتوى	صفحة 24
06	المنهجية	صفحة 44
07	المؤهل العلمي	صفحة 52

# 01 المقدمة

تدريب المهنيين البيطريين في إدارة الأعمال هو مجال تمت دراسته قليلاً، على الرغم من كونه ذا أهمية كبيرة، لأن نجاح أو فشل أي شركة يعتمد، إلى حد كبير، على إدارتها الصحيحة. لهذا السبب، قمنا في TECH بتصميم أفضل برنامج في توجيه وإدارة المراكز البيطرية، بهدف وحيد هو مساعدتك على تحقيق النجاح المهني.



كن محترفاً ناجحاً في توجيه وإدارة المراكز البيطرية، وإعطاء رؤية أكبر لمشروع  
عملك مع تقديم رعاية عالية الجودة”



كانت إدارة الأعمال في المراكز البيطرية مجالاً عملياً بدون دراسة داخل المدارس البيطرية، حيث تركز المعرفة على تشخيص وعلاج الحيوانات، واكتساب المهارات الأكثر تطوراً في رعايتهم.

لهذا السبب، في TECH نريد أن نقدم لك التخصص الأكثر اكتمالاً في إدارة هذا النوع من المراكز، لأن نجاح أي شركة، بما في ذلك المراكز البيطرية، يعتمد إلى حد كبير على إدارة أعمالها. بهذه الطريقة، قمنا بتصميم ماجستير متقدم متكامل للغاية يتضمن التخصص الأكثر اكتمالاً في إدارة وتوجيه مراكز الطب البيطري.

خلال هذا التخصص، سيخوض الطالب جميع الأساليب الحالية في التحديات المختلفة التي تطرحها مهنتهم. خطوة رفيعة المستوى ستصبح عملية تحسين، ليس مهنياً فحسب، بل شخصياً. بالإضافة إلى ذلك، نفترض في TECH التزاماً اجتماعياً: للمساعدة في تخصص المهنيين المؤهلين تأهيلاً عالياً وتطوير مهاراتهم الشخصية والاجتماعية والعملية أثناء تطورها.

لن نأخذك عبر المعرفة النظرية فحسب، بل سنعرض لك طريقة أخرى للدراسة والتعلم، أكثر عضوية، أبسط وأكثر كفاءة. سنعمل على إبقائك متحمساً وخلق شغف للتعلم بداخلك. وسنشجعك على التفكير وتطوير التفكير النقدي.

تم تصميم الماجستير المتقدم هذا ليمتلك الوصول إلى المعرفة المحددة لهذا التخصص بطريقة مكثفة وعملية. رهان ذو قيمة كبيرة لأي محترف. بالإضافة إلى ذلك، نظراً لأنه تخصص 100% عبر الإنترنت، فإن الطالب نفسه هو الذي يقرر متى وأين يدرس. بدون التزامات بجدول ثابتة أو انتقالات إلى الفصل الدراسي، مما يسهل التوفيق بين الحياة الأسرية والعملية.

يحتوي هذا الماجستير المتقدم في إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق. ومن أبرز ميزاته:

- ♦ أحدث التقنيات في برامج التدريس عبر الإنترنت أون لاين
- ♦ نظام تعليم مرئي مكثف، مدعوم بمحتوى رسومي وتخطيطي يسهل استيعابها وفهمها
- ♦ تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل الخبراء النشطين
- ♦ أحدث أنظمة الفيديو التفاعلي
- ♦ تدريس مدعوم بالتطبيق عن بعد
- ♦ أنظمة تحديث وإعادة تدوير دائمة
- ♦ التعلم الذاتي التنظيم الذي يسمح لك بالتوافق التام مع المهنة الأخرى
- ♦ تمارين التقييم الذاتي العملي والتحقق من التعلم
- ♦ مجموعات الدعم والتأزر التربوي: أسئلة للخبر ومنتديات المناقشة والمعرفة
- ♦ التواصل مع المعلم وأعمال التفكير الفردي
- ♦ توفر الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل إلى الإنترنت
- ♦ بنوك التوثيق التكميلية متوفرة بشكل دائم ، حتى بعد انتهاء البرنامج

تخصص علمي عالي المستوى يدعمه التطور التكنولوجي المتقدم والخبرة  
التدريسية لأفضل المتخصصين



يجب أن يكون لدى مدير المركز البيطري معرفة واسعة في إدارة الأعمال، بحيث يمكنه تطبيق جميع الأدوات المتاحة لممارسته اليومية.

نحن نقدم لك أفضل تخصص في الوقت الحالي حتى تتمكن من إجراء دراسة متعمقة حول توجيه وإدارة العيادات البيطرية.

”  
تخصص تم إنشاؤه للمهنيين الذين يتطلعون  
إلى التميز والذي سيسمح لك باكتساب مهارات  
واستراتيجيات جديدة بسلاسة وفعالية“

يتكون طاقم التدريس لدينا من محترفين نشطين. بهذه الطريقة نضمن أن نقدم لك هدف التحديث التعليمي الذي نشده. فريق متعدد التخصصات من المهنيين المدربين وذوي الخبرة في بيئات مختلفة، الذين سيطورون المعرفة النظرية بكفاءة ولكن قبل كل شيء، سيضعون في خدمة التحديث المعرفة العملية المستمدة من تجاربهم الخاصة.

ويكتمل هذا التمكن من الموضوع من خلال فعالية التصميم المنهجي لشهادة الماجستير المتقدم هذه. تم إعداده من قبل فريق متعدد التخصصات من الخبراء في التعلم الإلكتروني الذي تدمج أحدث التطورات في تكنولوجيا التعليم. هكذا، ستتمكن من الدراسة باستخدام مجموعة من أدوات الوسائط المتعددة المريحة والمتعددة الاستخدامات والتي ستمنحك قابلية التشغيل التي تحتاجها في تخصصك.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، وهو نهج يتصور التعلم باعتباره عملية عملية بارزة. لتحقيق ذلك عبر الإنترنت، سنستخدم الممارسة عن بعد. بمساعدة نظام فيديو تفاعلي جديد، و التعلم من خبير، ستتمكن من اكتساب المعرفة كما لو كنت تواجه الدورة التدريبية التي تتعلمها في تلك اللحظة. مفهوم يسمح لك بدمج التعلم وإصلاحه بطريقة أكثر واقعية ودمومة.

# 02 الأهداف

هدفنا هو تدريب المهنيين المؤهلين تأهيلا عاليا للحصول على الخبرة العملية. هدف يتكامل أيضاً، بطريقة شاملة، مع دافع التنمية البشرية الذي يضع الأسس لمجتمع أفضل. يتجسد هذا الهدف في مساعدة المهنيين للوصول إلى أعلى مستوى من الكفاءة والتحكم. هدف يمكنك أن تعتبره أمراً مسلماً به، مع تخصص ذو كثافة ودقة عاليتين.



إذا كان هدفك هو تحسين مهنتك، والحصول على مؤهل يمكّنك من التنافس بين الأفضل،  
فلا تبحث بعد ذلك: أهلاً وسهلاً بك في "TECH"





## الأهداف العامة

- ♦ تحديد أحدث الاتجاهات والتطورات في إدارة الأعمال
- ♦ بناء خطة لتطوير وتحسين المهارات الشخصية والإدارية
- ♦ تطوير استراتيجيات لتنفيذ عملية صنع القرار في بيئة معقدة وغير مستقرة
- ♦ تنمية القدرة على اكتشاف المشكلات وتحليلها وحلها
- ♦ تطوير المهارات الأساسية لتوجيه النشاط التجاري بشكل استراتيجي
- ♦ شرح الشركة من وجهة نظر عالمية ، وكذلك المسؤولية التي يتطور كل مجال من مجالاتها
- ♦ تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة تعمل على تحسين إدارة الأعمال وكفاءتها
- ♦ صياغة وتنفيذ استراتيجيات النمو التي تكيف الشركة مع التغيرات في البيئة الوطنية والدولية
- ♦ تحديد مدى تعقيد القطاع البيطري في السياق الاجتماعي والاقتصادي الحالي
- ♦ توليد المعرفة المتخصصة حول قطاع الخدمات البيطرية: البيئة، التحديات والاتجاهات
- ♦ تجميع وتحليل مجالات الابتكار في القطاع البيطري
- ♦ تلبية الاحتياجات التعليمية في قطاع الخدمات البيطرية في بيئة متغيرة
- ♦ وضع منهجية لإعداد خطة عمل سنوية
- ♦ تحديد وتحليل الأقسام المختلفة
- ♦ تحليل المصادر للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لاستكمال المستندات ذات الصلة
- ♦ توليد المعرفة المتخصصة حتى يتمكن مالك/ مالكو المركز البيطري من تنفيذ هذه الوثيقة المكتوبة بأنفسهم
- ♦ استيعاب أنها وثيقة ديناميكية يجب أن تراقبنا طوال العام
- ♦ فحص المفاهيم المالية اللازمة لإدارة مركز بيطري بنجاح
- ♦ تطوير الأدوات المالية التي تسمح بإدارة مركز بيطري
- ♦ تحديد وتقييم السلوكيات واتجاهات الاستهلاك لعملاء المركز البيطري
- ♦ تجميع البيانات اللازمة لإنشاء بطاقة الأداء المالي
- ♦ تصميم وإنشاء وتفسير نتائج بطاقة الأداء المالي
- ♦ إنشاء منهجية فعالة ومنهجية لصياغة استراتيجية عمل ديناميكية ومبتكرة في مركز بيطري
- ♦ اقتراح أدوات عمل مفيدة وعملية لبحوث الابتكار
- ♦ توليد معرفة متخصصة حول الابتكار كوسيلة لخلق عرض قيمة متميزة للمستخدمين
- ♦ تطوير واقتراح نموذج عمل ديناميكي يتيح للشركة القدرة على التكيف مع البيئة العالمية المتغيرة
- ♦ تحليل وتحديد الأنواع المختلفة للعملاء / المستخدمين للمركز البيطري
- ♦ تحديد وتقييم مهارات الاتصال اللازمة للنجاح مع العملاء
- ♦ اقتراح منهجية للتعامل بفاعلية مع العملاء الذين يعانون من عواطف مشوهة
- ♦ تطوير عمليات الولاء
- ♦ فحص أدوات التسويق المختلفة المستخدمة لبيع المنتجات والخدمات
- ♦ التفكير في الالتزام بالتواصل الفعال مع العملاء
- ♦ تحديد كيفية تحديد وتسعير الخدمة البيطرية
- ♦ استيعاب أهمية البيع العابر

- ◆ تحليل أدوات الترويج
- ◆ دراسة الترابط بين التسويق عبر الإنترنت و أوفلاين
- ◆ تطوير المهارات اللازمة لأداء إدارة جيدة للأفراد
- ◆ اقتراح منهجية لإجراء عملية توظيف وتكامل جيدة
- ◆ ترقية وتمكين هؤلاء الموظفين بأكثر قدر من المواهب والقيمة للشركة
- ◆ تحديد مفاتيح الاحتفاظ بهؤلاء الموظفين
- ◆ تطوير المهارات اللازمة لتكون قائدا جيدا
- ◆ اقتراح منهجية لضمان الكفاءة والفعالية اللازمين في المدير
- ◆ تعزيز وتمكين الفرق المهنية عالية الأداء
- ◆ تدريب المديرين على التعامل بنجاح مع النزاعات داخل الفرق المهنية
- ◆ فحص وتطوير العمليات الإنتاجية للمركز البيطري
- ◆ تحليل العمليات الحالية وتحديد الاختناقات
- ◆ تطوير وتنفيذ إدارة الأعمال الخالية من الهدر في مركز بيطري
- ◆ توليد ثقافة التحسين المستمر لإدارة الأعمال
- ◆ تقييم الشروط التشريعية الواجب توافرها قبل فتح مركز صحي بيطري للجمهور
- ◆ تحديد الشكل القانوني للشركة الذي يجب أن ننشئ، مع خصوصيات كل واحدة، من الجمعيات التعاونية للشركاء
- ◆ تطوير إدارة صحيحة للمشتريات والعلاقة مع المورد





وحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركات

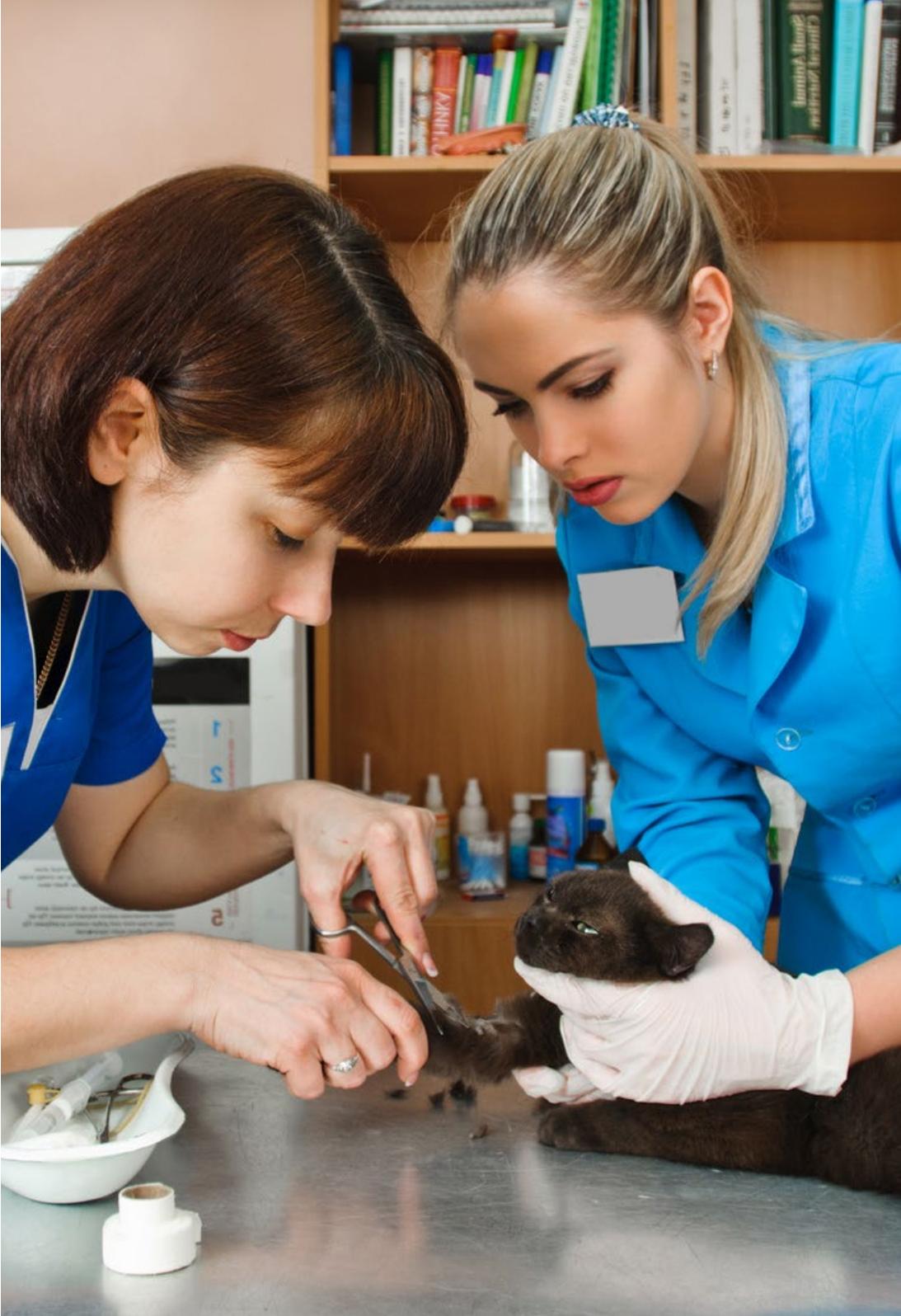
- ♦ تحليل القيم اللازمة لتطويرها في المدير
- ♦ اقتراح منهجية لتصبح قائداً جيداً
- ♦ مواجهة عملية التفاوض بثقة وأمان
- ♦ توليد الثقة في الأشخاص الذين يعمل معهم المدير ومع نفسه
- ♦ تطوير المهارات اللازمة لأداء الإدارة الذاتية الممتازة للوقت

وحدة 2. التوجيه الاستراتيجي و القيادة الإدارية

- ♦ اقتراح منهجية مناسبة لتحسين الإنتاجية الإدارية
- ♦ بناء وتوحيد الفرق المهنية عالية الأداء
- ♦ تحديد وتحليل النزاعات الداخلية في المركز البيطري
- ♦ قيادة فرق محترفة لمساعدتهم على إيجاد حلول لنزاعاتهم الداخلية
- ♦ تحليل عمليات الإنتاج المختلفة للمراكز البيطرية
- ♦ تحديد وتقييم "الاختناقات" في عمليات الإنتاج
- ♦ تعميق المعرفة بنماذج الأعمال للمركز البيطري

وحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- ♦ إظهار المهارات اللازمة لإجراء المقابلة في عملية الاختيار
- ♦ تطوير عملية استقبال لكل من الوظائف الشاغرة المراد شغلها
- ♦ اقتراح الخطط المهنية لموظفي الشركة
- ♦ تقييم أداء العاملين بالشركة
- ♦ تطوير برامج الحوافز للعاملين في الشركة
- ♦ تكريم ومكافأة العاملين الأكثر موهبة وقيمة من اجل الشركة



#### وحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

- ♦ تحديد الأنواع المختلفة لشركات العمل الموجودة
- ♦ تحديد الفئات والوظائف المهنية التي يجب على كل عضو من أعضاء فريق العمال لدينا القيام بها، مع احترام الاتفاقية الجماعية للمراكز الصحية البيطرية
- ♦ تقييم كيفية إنشاء جميع إجراءات العمل في مركزنا مع احترام الأخلاق الصحيحة والأخلاق المهنية تجاه العملاء وفريقنا
- ♦ تطوير علاقة صحيحة مع الموردين، ومعرفة طرق الارتباط بهم ووضع شروط تجارية مرضية لكلا الطرفين، مواعيد وشروط الدفع

#### وحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

- ♦ تقديم نموذج إدارة الهدر المطبق على مركز بيطري
- ♦ تجميع المزايا والمراقب الخاصة بنموذج الإدارة الخالية من الهدر
- ♦ اقتراح منهجية لتنفيذ نموذج الإدارة الخالية من الهدر
- ♦ تقديم أمثلة عملية للتحكم والتحسين المستمر لإدارة الأعمال وفقاً للنموذج الخالي من الهدر

#### وحدة 6. إدارة نظم المعلومات

- ♦ التدريب دائماً على جمع كل ما يتم القيام به ودفع الفواتير
- ♦ تحديد أنسب وسائل الإعلان لكل إجراء
- ♦ تحديد أنسب وسائل الإعلان لكل إجراء

#### وحدة 7. الإدارة التجارية والتسويق والاتصال المؤسسي

- ♦ تحليل وإعداد الزيارة المتألية لمستخدم المركز البيطري
- ♦ تحليل تطور التسويق ومعناه في التسويق التجريبي الحالي

#### وحدة 8. الابتكار وإدارة المشاريع

- ♦ اقتراح منهجية عمل للبحث عن البدائل المبتكرة التي تضيف قيمة للمستخدم
- ♦ تطوير وتنفيذ التفكير التصميمي (*Design Thinking*) كأسلوب مكمل للتفكير الإبداعي والابتكاري

#### وحدة 9. القطاع الاقتصادي للمراكز الصحية البيطرية

- ♦ تحديد وتحليل التحديات الجديدة في بيئة الاقتصاد الأخضر والاجتماعي
- ♦ تحديد وتحليل المعلومات المتعلقة بتغير المناخ وتأثيره على القطاع البيطري
- ♦ تحديد مفهوم "صحة واحدة" وتحديد تطويره التعاوني كفرصة في السوق
- ♦ فحص صحة الحيوان الرقمية وتحليل إمكاناتها التخريبية في المراكز البيطرية
- ♦ فحص التحديات الجديدة في الصحة العامة الناتجة عن تغير المناخ، وفقدان التنوع البيولوجي، والعملية، والتجارة الدولية في الحيوانات الغريبة، وما إلى ذلك

#### وحدة 10. تطبيق خطة العمل على مراكز الطب البيطري

- ♦ التفريق بين الجهات الفاعلة المختلفة في صناعة الحيوانات الأليفة والعلاقة المتبادلة داخل نفس السوق
- ♦ الاتفاق على أهمية جمعيات الأعمال وتحليل إمكانيات العمل كأداة للتغيير في قطاع يتكون أساساً من المؤسسات الصغيرة
- ♦ التعرف على المفاهيم والاحتياجات الجديدة والأشكال الجديدة للتواصل والتفاعل بين العملاء والعاملين في القطاع

#### وحدة 11. تطبيق التمويل على المراكز البيطرية

- ♦ التفكير في الحاجة والالتزام لتنفيذ الوثيقة المذكورة أعلاه
- ♦ تطوير، بطريقة منطقية وعقلانية، كل جزء من أجزاء هذا الأمر
- ♦ اقتراح منهجية لإجراء تحليل البيئة والتحليل الخارجي التنافسي

#### وحدة 12. استراتيجية العمل والابتكار في المراكز البيطرية

- ♦ تدريب لإجراء تحليل دافو وتحليل CAME المقابل
- ♦ وضع منهجية لتعيين أهداف نوع سمات
- ♦ فحص منهجية لتحديد الإستراتيجية وتحويل كل إستراتيجية، على الأقل، إلى إجراء محدد
- ♦ جدولة الإجراءات بناءً على الأولوية المتعلقة بالأعمال



#### وحدة 13. العميل / مستخدم المراكز البيطرية

- ♦ تحديد أنواع عملاء المركز البيطري ، وأساليب الاتصال التي تتكيف معهم بشكل أفضل
- ♦ تطوير مهارات الاتصال اللازمة في المركز البيطري
- ♦ إظهار وتطوير التعاطف في الممارسة البيطرية
- ♦ تحليل حالات تشويه الانفعالات والشكاوى للتعامل معها بفاعلية
- ♦ إدارة وتقييم جودة خدمة العملاء في المركز البيطري
- ♦ إنشاء وتطوير محافظ العملاء باستخدام الأدوات العملية
- ♦ تصميم وتطوير نماذج تجربة العملاء (CX) التي تتيح تحقيق أفضل تجربة مستخدم ممكنة (UX)
- ♦ التفكير في الحاجة والالتزام للاحتفاظ بالعملاء الجيدين

#### وحدة 14. التسويق المطبق في المراكز البيطرية

- ♦ تحديد الأسس العملية لزيادة المبيعات من خلال البيع العابر
- ♦ الاقتناع بضرورة استخدام الترويج في المتجر
- ♦ إظهار أدوات مختلفة في ولاء العملاء
- ♦ إقناع أن التسويق الرقمي يجب أن يكون له نفس وزن التسويق التناظري
- ♦ اقتراح قوالب تساعد في التحكم في إجراءات التسويق

#### وحدة 15. إدارة الموارد البشرية في المراكز البيطرية

- ♦ التفكير في الحاجة إلى تنفيذ ضوابط دورية لخطة العمل
- ♦ وضع منهجية عملية لمراقبة ورصد خطة العمل
- ♦ تحليل الظروف التي يجب أن يتم فيها وضع خطة الطوارئ وكيفية القيام بذلك
- ♦ فحص بعض القوالب التي تساعد في إدخال البيانات وإعداد خطة العمل

وحدة 16. المهارات القيادية والإدارية المطبقة في المراكز البيطرية

- ♦ تحديد وتعريف أدوار مدير أو مالك مركز بيطري
- ♦ تحديد رسالة ورؤية وقيم شركة في قطاع المراكز الصحية البيطرية
- ♦ التحقيق والتحليل وإنشاء ملف تعريف مستخدم مثالي لنموذج العمل المقترح
- ♦ التحقيق في عرض القيمة "الجذاب" وتحليله واقتراحه لملف تعريف المستخدم المثالي لنموذج الأعمال واقتراح نماذج أعمال بديلة أو تكميلية للنماذج التقليدية التي تجذب قطاعًا واحدًا أو أكثر من المستخدمين

وحدة 17. العمليات الإنتاجية في المراكز البيطرية

- ♦ فحص الفرق في بيع الخدمات والمنتجات
- ♦ تحديد سعر الخدمة البيطرية
- ♦ اقتراح منهجية لتسعير الخدمات البيطرية
- ♦ تطوير منهجية عملية في الخدمة الهاتفية

إنه برنامج خبرة عالي الجودة لطلاب متميزين، فنحن في جامعة  
TECH لدينا المعادلة المثالية للحصول على مستوى عالٍ من  
التخصص



# 03 الكفاءات

بمجرد دراسة جميع المحتويات وتحقيق أهداف درجة الماجستير المتقدم في إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية، سيكون للمحترف كفاءة وأداء متفوقان في هذا المجال. منهج متكامل للغاية، في تخصص عالي المستوى، من شأنه أن يحدث فرقاً.



يتطلب الوصول إلى التميز في أي مهنة جهداً ومثابرة. ولكن قبل كل شيء، دعم المتخصصين، الذين يمنحونك الدفعة التي تحتاجها، بالوسائل والدعم اللازمين. في TECH نضع في خدمتك كل ما تحتاجه"



الكفاءات العامة



- ♦ إدارة الشركات في القطاع بأكثر الطرق فعالية وكفاءة
- ♦ تصميم وتطوير وتنفيذ ومراقبة وتحسين خطة العمل الخاصة بك

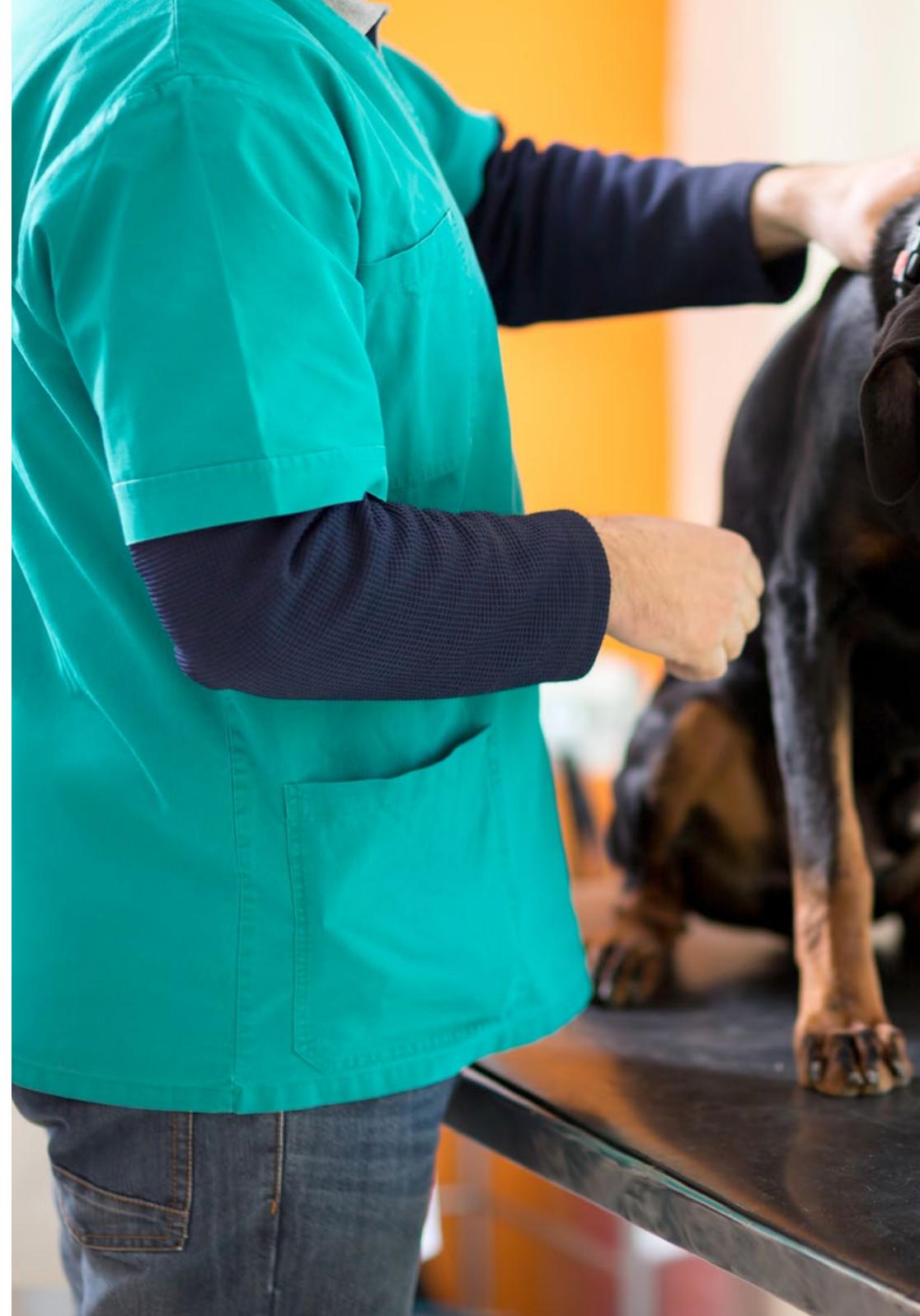
هدفنا بسيط للغاية: أن نقدم لك تخصصاً عالي الجودة، مع أفضل نظام تعليمي في الوقت الحالي، حتى تتمكن من تحقيق التميز في مهنتك”



### الكفاءات المحددة



- ♦ التعرف على التحديات الجديدة في الصحة العامة، باتباع إرشادات الاقتصادات الخضراء والمستدامة
- ♦ إجراء تحليل دافو لمعرفة خصوصيات العمل والبيئة ولتكون قادراً على الاستفادة من المزايا التي يوفرها
- ♦ القيام بالإدارة الاقتصادية والمالية للشركة
- ♦ تصميم وتنفيذ نموذج عمل مناسب لجذب العملاء المحتملين
- ♦ التعرف على كيفية التواصل بشكل مثالي مع العميل لتحسين تجربته في المركز البيطري
- ♦ تصميم وتنفيذ استراتيجيات التسويق التي تعمل على تحسين أداء الشركة
- ♦ التعرف بعمق على ملف تعريف موظفي الشركة لوضعهم في أنسب المناصب وتقييم أدائهم
- ♦ قيادة الشركة مع القدرة على حل نزاعاتها الداخلية
- ♦ تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر
- ♦ التعرف بعمق على الجوانب القانونية التي تؤثر على المراكز البيطرية



## هيئة تدريس الدورة التدريبية

في إطار مفهوم الجودة الشاملة لجامعتنا، نحن فخورون بأن نضع تحت تصرفكم طاقم تدريس على أعلى مستوى، تم اختيارهم لخبرتهم المثبتة في المجال التعليمي. محترفون من مجالات ومهارات مختلفة يشكلون طاقمًا كاملاً متعدد التخصصات. فرصة فريدة للتعلم من الأفضل.



سيضع معلمونا تحت تصرفكم خبرتهم وكفاءتهم التعليمية لكي يقدموا  
لكم برنامج تخصص محفز وخلاق»



هيكل إدارة الدورة التدريبية

السيد / Barreneche Martínez, Enrique

- ♦ تخرج في الطب البيطري من جامعة كومبلوتنس بمدريد عام 1990 ، مع تكريس تفضيلي لإدارة المراكز البيطرية منذ عام 2009 ، وحصرياً منذ عام 2018
- ♦ مدير شركة الاستشارات Vets Power.com، وهي شركة استشارات أعمال مخصصة حصرياً للمراكز الصحية البيطرية للحيوانات
- ♦ مدرب لمديري المراكز البيطرية والفرق البيطرية المحترفة



الأساتذة

السيدة / Saleno, Delia

- ♦ يكالوريوس في الطب البيطري ، وطبيب بيطري سريري للحيوانات الأليفة
- ♦ مالك مركز صحي بيطري في بالمادي مايوركا
- ♦ أعلى ممثل لقطاع الاقتصاد البيطري الأسباني
- ♦ منشورات الرأي والنشر والبحوث حول التكاثر الحيواني وعلم الوراثة الخلوية

السيد / Muñoz Sevilla, Carlos

- ♦ حاصل على الإجازة في الطب البيطري من جامعة كومبلوتنسي بمدريد دفعة 1985-1990
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال من جامعة Jaume I- (UJI) ، دورة 2017-18
- ♦ أستاذ التخدير وإدارة العيادة البيطرية ، جامعة كاردينال هيريرو CEU ، من نوفمبر 2011 حتى الوقت الحاضر
- ♦ عضو في AGESVET منذ تأسيسها وحتى 2018
- ♦ مشارك في تطوير وتدريب وحدة AGESVET HR

السيد / Villaluenga, José Luis

- ♦ عالم أحياء، دبلوم في إدارة التسويق
- ♦ ماجستير في التسويق الرقمي
- ♦ ماجستير في إدارة الموارد البشرية وإدارتها
- ♦ أستاذ مشارك للدرجة البيطرية، جامعة UAX ، مدريد
- ♦ المدير التنفيذي للربحية البيطرية

## السيد / Rotger Campins, Sebastià

- ♦ مهندس عالي في الاتصالات
- ♦ بكالوريوس النقل البحري
- ♦ كابتن البحرية التجارية
- ♦ مدرب غوص محترف
- ♦ 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

## السيد / Martín González, Abel

- ♦ تخرج في الطب البيطري من جامعة كومبلوتنس مدريد عام 1989
- ♦ دراسات الدكتوراه بدون عرض الرسالة
- ♦ أستاذ متعاون مع مجلس مجتمعات كاستيلا لا مانشا في دورات إدارة مزارع الثروة الحيوانية
- ♦ مؤتمرات حول الموجات فوق الصوتية والتحكم الإنجابي نظمتها AESLA (Asociación de Criadores de Breed Lacaune) في مواقع مختلفة في إسبانيا
- ♦ متحدث في دورة المؤتمرات حول أمراض الثيران في ليديا التي نظمتها كلية الأطباء البيطريين في مدريد
- ♦ مؤتمرات حول إدارة المراكز البيطرية نظمتها مجموعة إدارة AVEPA
- ♦ متحدث في العديد من المؤتمرات الوطنية التي نظمتها IVEE-AVEPA ، (AVEPA (GTA-AVEPA
- ♦ خبير في صياغة التأهيل المهني للمساعدة والمعونة الصحية لإدارة الحيوان في جرانا
- ♦ طبيب بيطري في الممارسة السريرية المجانية لمزارع الثروة الحيوانية ، كمدير فني لها ، في الأبقار والأغنام والخيول والخنازير
- ♦ المدير الفني ADSG في كاستيلا لامانشا (إسبانيا): ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino La Jara, ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Porcino La Jara
- ♦ المدير الفني لعلامة جودة اللحوم في سييرا دي سان فيسينتي
- ♦ مدير مركز تالافيرا البيطري وعيادة فيكو البيطرية في تالافيرا الملكة (طليطلة)
- ♦ مدير مستشفى تالافيرا البيطري السريري
- ♦ عضو مؤسس في CEVE (اتحاد الأعمال البيطري الأسباني) ، حيث يشغل حاليًا منصب نائب الرئيس
- ♦ عضو لجنة الصحة CEVE والهيئة الرقمية
- ♦ 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)

نحظى بفريق رفيع المستوى لبرنامج تخصص  
عالي الجودة”



# الهيكل والمحتوى

تم تطوير محتويات هذا التخصص من قبل مدرسين مختلفين لغرض واضح: ضمان حصول الطالب على كل واحدة من المهارات اللازمة ليصبحوا خبراء حقيقيين في هذا المجال. سيسمح لك محتوى هذا البرنامج بتعلم جميع جوانب التخصصات المختلفة المشاركة في هذا المجال. برنامج كامل للغاية ومنظم جيداً يأخذك إلى أعلى معايير الجودة والنجاح.



تم تصميم برنامج الدراسة لدينا مع وضع فعالية التدريس في الاعتبار بحيث  
تتعلم بشكل أسرع وأكثر كفاءة وبشكل دائم"



## وحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركات

- 1.1. العولمة والحوكمة
  - 1.1.1. العولمة والاتجاهات: تدويل الأسواق
  - 2.1.1. البيئة الاقتصادية وحوكمة الشركات
  - 3.1.1. المساءلة أو تقديم الحسابات
- 2.1. القيادة
  - 1.2.1. بيئة متعددة الثقافات
  - 2.2.1. القيادة وإدارة الأعمال
  - 3.2.1. أدوار ومسؤوليات الإدارة
- 3.1. أخلاقيات العمل
  - 1.3.1. الأخلاق والنزاهة
  - 2.3.1. السلوك الأخلاقي في الشركات
  - 3.3.1. علم الأخلاق ومدونات الأخلاق والسلوك
  - 4.3.1. منع الاحتيال والفساد
- 4.1. الاستدامة
  - 1.4.1. الأعمال التجارية والتنمية المستدامة
  - 2.4.1. الأثر الاجتماعي والبيئي والاقتصادي
  - 3.4.1. خطة عام 2030 وأهداف التنمية المستدامة
- 5.1. المسؤولية الاجتماعية للشركة
  - 1.5.1. المسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 2.5.1. أدوار ومسؤوليات
  - 3.5.1. تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات

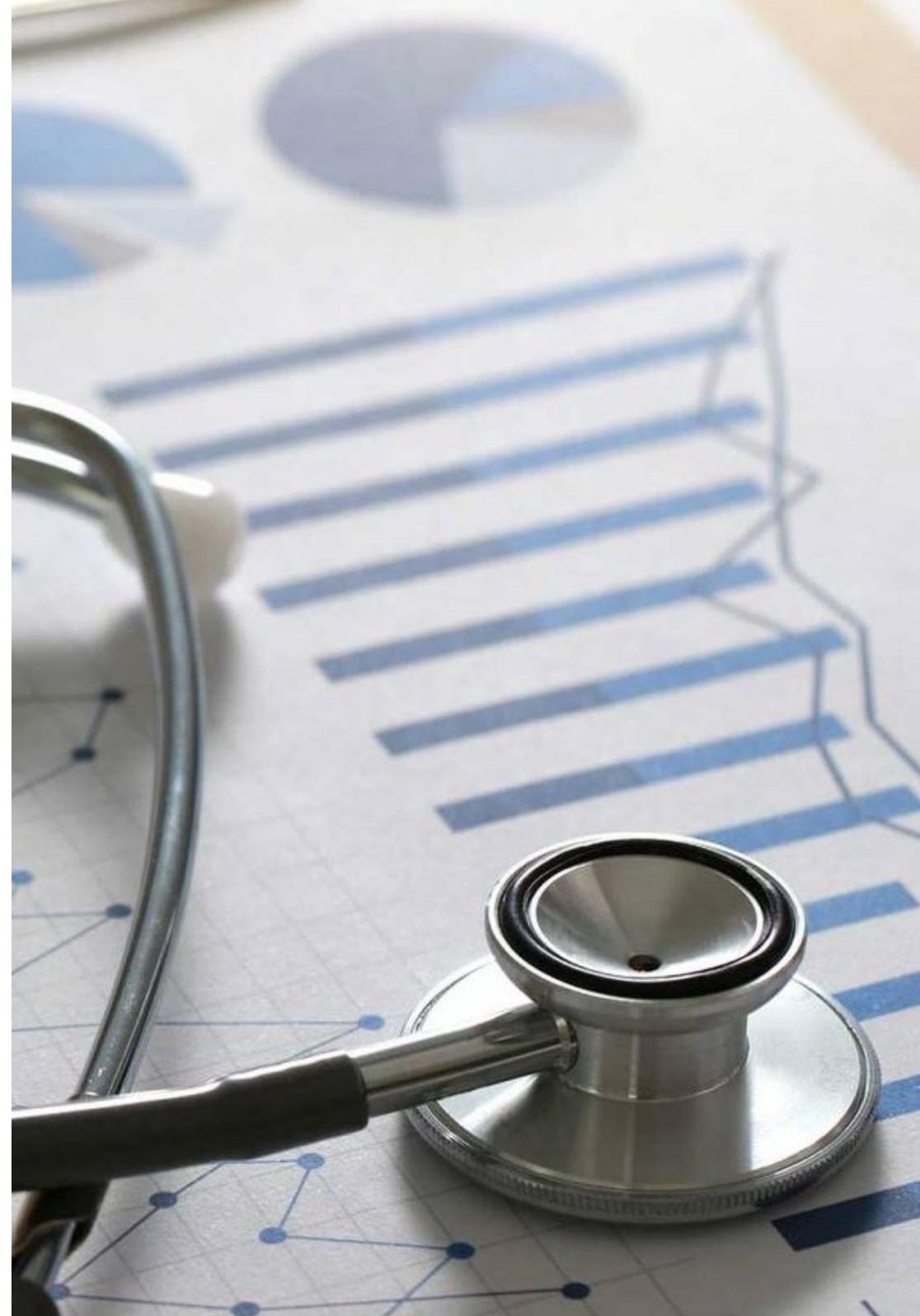
## وحدة 2. التوجيه الاستراتيجي و القيادة الإدارية

- 1.2. التحليل والتصميم التنظيمي
  - 1.1.2. الثقافة التنظيمية
  - 2.1.2. التحليل التنظيمي
  - 3.1.2. تصميم الهيكل التنظيمي

- 2.2. استراتيجية الشركة
  - 1.2.2. استراتيجية على مستوى الشركة
  - 2.2.2. أنواع الاستراتيجيات على مستوى الشركة
  - 3.2.2. تحديد استراتيجية الشركة
  - 4.2.2. إستراتيجية الشركة وصورة سمعتها
- 3.2. التخطيط الاستراتيجي والصياغة
  - 1.3.2. التفكير الاستراتيجي
  - 2.3.2. الصياغة والتخطيط الاستراتيجي
  - 3.3.2. الاستدامة واستراتيجية الشركة
- 4.2. النماذج والأنماط الإستراتيجية
  - 1.4.2. الثروة والقيمة والعائد على الاستثمارات
  - 2.4.2. استراتيجية الشركة: المنهجيات
  - 3.4.2. نمو وتوحيد استراتيجية الشركة
- 5.2. الإدارة الاستراتيجية
  - 1.5.2. الرسالة والرؤية والقيم الاستراتيجية
  - 2.5.2. بطاقة الأداء المتوازن / لوحة التحكم
  - 3.5.2. تحليل ورصد وتقييم استراتيجية الشركة
  - 4.5.2. التوجيه الاستراتيجي و إعداد التقارير
- 6.2. التطبيق والتنفيذ الاستراتيجي
  - 1.6.2. التنفيذ الاستراتيجي: الأهداف ، الإجراءات والآثار
  - 2.6.2. الرقابة والمواءمة الاستراتيجية
  - 3.6.2. نهج التحسين المستمر
- 7.2. الادارة التنفيذية
  - 1.7.2. تكامل الاستراتيجيات الوظيفية في استراتيجيات الأعمال العالمية
  - 2.7.2. سياسة الإدارة والعمليات
  - 3.7.2. إدارة المعرفة
- 8.2. تحليل وحل القضايا / المشاكل
  - 1.8.2. منهجية حل المشكلات
  - 2.8.2. طريقة الحالة
  - 3.8.2. الترسخ واتخاذ القرار

وحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- 1.3. السلوك التنظيمي
  - 1.1.3. نظرية التنظيمات
  - 2.1.3. العوامل الرئيسية للتغيير في المنظمات
  - 3.1.3. استراتيجيات الشركات والأتماط وإدارة المعرفة
- 2.3. إدارة الأفراد الإستراتيجية
  - 1.2.3. تصميم الوظائف والتوظيف والاختيار
  - 2.2.3. الخطة الإستراتيجية للموارد البشرية: التصميم والتنفيذ
  - 3.2.3. تحليل المسمى الوظيفي، تصميم واختيار الناس
  - 4.2.3. التدريب والتطوير المهني
- 3.3. تطوير الإدارة والقيادة
  - 1.3.3. المهارات الإدارية: مهارات وقدرات القرن الحادي والعشرين
  - 2.3.3. المهارات غير الإدارية
  - 3.3.3. خريطة الكفاءات والمهارات
  - 4.3.3. القيادة وإدارة الأفراد
- 4.3. إدارة التغيير
  - 1.4.3. تحليل الأداء
  - 2.4.3. النهج الاستراتيجي
  - 3.4.3. إدارة التغيير: العوامل الرئيسية ، تصميم العملية وإدارتها
  - 4.4.3. نهج التحسين المستمر
- 5.3. التفاوض وإدارة الخلاف
  - 1.5.3. أهداف التفاوض: تمييز العناصر
  - 2.5.3. تقنيات التداول الفعال
  - 3.5.3. النزاعات: العوامل والأنواع
  - 4.5.3. إدارة النزاع بكفاءة: التفاوض والتواصل
- 6.3. الاتصالات الإدارية
  - 1.6.3. تحليل الأداء
  - 2.6.3. قيادة التغيير. مقاومة التغيير
  - 3.6.3. إدارة عملية التغيير
  - 4.6.3. إدارة فرق متعددة الثقافات





- 7.3. إدارة الفريق وأداء الأفراد
- 1.7.3. بيئة متعددة الثقافات ومتعددة التخصصات
- 2.7.3. إدارة الفريق والأفراد
- 3.7.3. تدريب الأداء والأفراد
- 4.7.3. اجتماعات مجلس الإدارة: التخطيط وإدارة الوقت
- 8.3. إدارة المعرفة والمواهب
- 1.8.3. تحديد المعرفة والموهبة في المنظمات
- 2.8.3. نماذج إدارة المعرفة والمواهب المؤسسية
- 3.8.3. الإبداع والابتكار

#### وحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

- 1.4. البيئة الاقتصادية
- 1.1.4. نظرية التنظيمات
- 2.1.4. العوامل الرئيسية للتغيير في المنظمات
- 3.1.4. استراتيجيات الشركات والأتمتة وإدارة المعرفة
- 2.4. المحاسبة الإدارية
- 1.2.4. إطار المحاسبة الدولي
- 2.2.4. مقدمة في الدورة المحاسبية
- 3.2.4. القوائم المالية للشركات
- 4.2.4. تحليل البيانات المالية: اتخاذ القرار
- 3.4. مراقبة الميزانية والإدارة
- 1.3.4. تخطيط الميزانية
- 2.3.4. الرقابة الإدارية: التصميم والأهداف
- 3.3.4. المراقبة والإبلاغ
- 4.4. المسؤولية الضريبية للشركات
- 1.4.4. المسؤولية الضريبية للشركة
- 2.4.4. الإجراء الضريبي: الاقتراب من حالة الدولة
- 5.4. أنظمة تحكم الشركة
- 1.5.4. أتمتة التحكم
- 2.5.4. الامتثال / الامتثال التنظيمي
- 3.5.4. التدقيق الداخلي
- 4.5.4. التدقيق الخارجي

وحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

- 1.5 إدارة العمليات
  - 1.1.5 تحديد استراتيجية العمليات
  - 2.1.5 تخطيط ومراقبة سلسلة التوريد
  - 3.1.5 أنظمة المؤشرات
- 2.5 إدارة الشراء
  - 1.2.5 إدارة المخزون
  - 2.2.5 إدارة المستودعات
  - 3.2.5 إدارة المشتريات والتوريدات
- 3.5 إدارة سلسلة التوريد (I)
  - 1.3.5 تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات
  - 2.3.5 التغيير في أنماط الطلب
  - 3.3.5 التغيير في استراتيجية العمليات
- 4.5 إدارة سلسلة التوريد (II). التنفيذ
  - 1.4.5 التصنيع الخالي من الهدر / التفكير الخالي من الهدر
  - 2.4.5 إدارة اللوجستيات
  - 3.4.5 المشتريات
- 5.5 العمليات اللوجستية
  - 1.5.5 التنظيم وإدارة العمليات
  - 2.5.5 التوريد والإنتاج والتوزيع
  - 3.5.5 الجودة وتكاليف الجودة والأدوات
  - 4.5.5 خدمة ما بعد البيع
- 6.5 الخدمات اللوجستية والعملاء
  - 1.6.5 تحليل الطلب والتنبؤ به
  - 2.6.5 التنبؤ بالمبيعات والتخطيط
  - 3.6.5 التنبؤ بالتخطيط التعاوني والاستبدال
- 7.5 الخدمات اللوجستية الدولية
  - 1.7.5 عمليات الجمارك والتصدير والاستيراد
  - 2.7.5 نماذج ووسائل الدفع الدولي
  - 3.7.5 المنصات اللوجستية الدولية
- 8.5 التنافس في العمليات
  - 1.8.5 الابتكار في العمليات كميزة تنافسية في الشركة
  - 2.8.5 التقنيات والعلوم الناشئة
  - 3.8.5 نظم المعلومات في العمليات

- 6.4 الإدارة المالية
  - 1.6.4 مقدمة في الإدارة المالية
  - 2.6.4 الإدارة المالية واستراتيجية الشركة
  - 3.6.4 المدير المالي أو المدير المالي التنفيذي: المهارات الإدارية
- 7.4 التخطيط المالي
  - 1.7.4 نماذج الأعمال واحتياجات التمويل
  - 2.7.4 أدوات التحليل المالي
  - 3.7.4 التخطيط المالي قصير المدى
  - 4.7.4 التخطيط المالي طويل المدى
- 8.4 الاستراتيجية المالية للشركة
  - 1.8.4 الاستثمارات المالية للشركات
  - 2.8.4 النمو الإستراتيجي: الأنماط
- 9.4 سياق الاقتصاد الكلي
  - 1.9.4 تحليل الاقتصاد الكلي
  - 2.9.4 المؤشرات قصيرة المدى
  - 3.9.4 الدورة الاقتصادية
- 10.4 التمويل الاستراتيجي
  - 1.10.4 الأعمال المصرفية: البيئة الحالية
  - 2.10.4 تحليل وإدارة المخاطر
  - 11.4 أسواق المال ورأس المال
    - 1.11.4 سوق الدخل الثابت
    - 2.11.4 سوق الدخل المتغير
    - 3.11.4 تقييم الأعمال
  - 12.4 تحليل وحل القضايا / المشاكل
    - 1.12.4 منهجية حل المشكلات
    - 2.12.4 طريقة الحالة

وحدة 6. إدارة نظم المعلومات

- 1.6. إدارة نظم المعلومات
  - 1.1.6. نظم المعلومات التجارية
  - 2.1.6. القرارات الاستراتيجية
  - 3.1.6. دور رئيس قسم المعلومات
  - 2.6. تقنيات المعلومات واستراتيجية العمل
    - 1.2.6. تحليل الشركات والقطاعات الصناعية
    - 2.2.6. نماذج الأعمال القائمة على الإنترنت
    - 3.2.6. قيمة تكنولوجيا المعلومات في الشركة
  - 3.6. التخطيط الاستراتيجي لـ SI
    - 1.3.6. عملية التخطيط الاستراتيجي
    - 2.3.6. صياغة استراتيجية SI
    - 3.3.6. خطة تنفيذ الاستراتيجية
  - 4.6. نظم المعلومات و ذكاء الأعمال
    - 1.4.6. CRM و ذكاء الأعمال
    - 2.4.6. إدارة مشروع ذكاء الأعمال
    - 3.4.6. هندسة ذكاء الأعمال
  - 5.6. نماذج أعمال جديدة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
    - 1.5.6. نماذج الأعمال القائمة على التكنولوجيا
    - 2.5.6. قدرات على الابتكار
    - 3.5.6. إعادة تصميم عمليات سلسلة القيمة
  - 6.6. التجارة الإلكترونية
    - 1.6.6. الخطة الإستراتيجية للتجارة الإلكترونية
    - 2.6.6. إدارة اللوجستيات وخدمة العملاء في التجارة الإلكترونية
    - 3.6.6. التجارة الإلكترونية كفرصة للتداول
  - 7.6. استراتيجيات الأعمال الإلكترونية
    - 1.7.6. استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي
    - 2.7.6. تحسين قنوات الخدمة ودعم العملاء
    - 3.7.6. التنظيم الرقمي
  - 8.6. الأعمال الرقمية
    - 1.8.6. التجارة الإلكترونية المتنقلة
    - 2.8.6. التصميم وسهولة الاستخدام
    - 3.8.6. عمليات التجارة الإلكترونية

وحدة 7. الإدارة التجارية والتسويق والاتصال المؤسسي

- 1.7. الإدارة التجارية
  - 1.1.6. إدارة المبيعات
  - 2.1.7. الإستراتيجية التجارية
  - 3.1.7. تقنيات البيع والتفاوض
  - 4.1.7. إدارة فريق المبيعات
  - 2.7. التسويق
    - 1.2.7. التسويق وتأثيره على الشركة
    - 2.2.7. المتغيرات الأساسية للتسويق
    - 3.2.7. خطة التسويق
  - 3.7. إدارة التسويق الاستراتيجي
    - 1.3.7. مصادر الابتكار
    - 2.3.7. الاتجاهات الحالية في التسويق
    - 3.3.7. أدوات التسويق
    - 4.3.7. استراتيجية التسويق والتواصل مع العملاء
  - 4.7. استراتيجية التسويق الرقمي
    - 1.4.7. نهج في التسويق الرقمي
    - 2.4.7. أدوات التسويق الرقمي
    - 3.4.7. التسويق الداخلي وتطور التسويق الرقمي
  - 5.7. استراتيجية المبيعات والاتصال
    - 1.5.7. التموضع والترويج
    - 2.5.7. العلاقات العامة
    - 3.5.7. استراتيجية المبيعات والاتصال
  - 6.7. التواصل المؤسسي
    - 1.6.7. الاتصال الداخلي والخارجي
    - 2.6.7. أقسام الاتصال
    - 3.6.7. مدراء الاتصال (DIRCOM): مهارات الإدارة والمسؤوليات
  - 7.7. استراتيجية الاتصال المؤسسي
    - 1.7.7. استراتيجية الاتصال المؤسسي
    - 2.7.7. خطة التواصل
    - 3.7.7. صياغة البيانات الصحفية /القصاصات/الدعاية

## وحدة 8. الابتكار وإدارة المشاريع

- 1.8. الإبداع
  - 1.1.8. الماكرو المفاهيمي للابتكار
  - 2.1.8. أنماط الابتكار
  - 3.1.8. الابتكار المستمر والمتقطع
  - 4.1.8. التدريب والابتكار
- 2.8. استراتيجية الابتكار
  - 1.2.8. الابتكار واستراتيجية الشركة
  - 2.2.8. مشروع الابتكار العالمي: التصميم والإدارة
  - 3.2.8. ورش عمل الابتكار
  - 3.8. تصميم نموذج العمل والتحقق منه
    - 1.3.8. منهجية بدء التعلم
    - 2.3.8. مبادرة الأعمال المبتكرة: مراحلها
    - 3.3.8. طرائق التمويل
    - 4.3.8. أدوات النموذج: خريطة التعاطف ، ونموذج اللوحة القماشية ، والقياسات
    - 5.3.8. النمو والولاء
- 4.8. التوجيه وإدارة المشاريع
  - 1.4.8. فرص الابتكار
  - 2.4.8. دراسة الجدوى وتحديد العروض
  - 3.4.8. تعريف المشروع وتصميمه
  - 4.4.8. تنفيذ المشروع
  - 5.4.8. إغلاق المشاريع

## وحدة 9. القطاع الاقتصادي للمراكز الصحية البيطرية

- 1.9. دور الحيوان الأليف في مجتمع اليوم
  - 1.1.9. الحيوانات الأليفة وفوائدها للصحة الجسدية والعاطفية للناس
  - 2.1.9. الحيوانات الأليفة والنمو الصحي للقاصرين
  - 3.1.9. الحيوانات الأليفة والشيخوخة الصحية
  - 4.1.9. الحيوانات الأليفة وفوائد التعايش في المجتمع
  - 5.1.9. إساءة معاملة الحيوانات وعلاقتها بالعنف في الأسرة
  - 6.1.9. الحيوانات في سياق العلاج والمساعدة
- 2.9. دور الشركة في السياق الاجتماعي الحالي
  - 1.2.9. المسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 2.2.9. تغير المناخ و الاتفاق الأخضر الجديد
  - 3.2.9. أهداف التنمية المستدامة وخطة عام 2030
  - 4.2.9. التحديات التي تواجه شركة الخدمات البيطرية
- 3.9. سوق الحيوانات الأليفة
  - 1.3.9. الصناعة، التجزئة والتوزيع
  - 2.3.9. خدمات
    - 1.2.3.9. الخدمات السريرية البيطرية
    - 2.2.3.9. خدمات تدريب الكلاب
    - 3.2.3.9. خدمات تصفيف الشعر
    - 4.2.3.9. السيطرة على الحيوانات البرية
    - 3.3.9. بيع الأدوية للاستخدام البيطري
    - 4.3.9. تربية وبيع الحيوانات الأليفة
    - 5.3.9. منظمة غير حكومية
- 4.9. تصنيف المراكز والخدمات الصحية البيطرية
  - 1.4.9. المراكز الصحية البيطرية
  - 2.4.9. خدمات الصحة البيطرية
  - 3.4.9. التعاون بين القطاعين العام والخاص
- 5.9. الوضع الاقتصادي الكلي للقطاع البيطري السريري
  - 1.5.9. الوضع الاجتماعي والاقتصادي القطاعي
  - 2.5.9. حالة التوظيف في القطاع

- 6.9. الصحة الرقمية في القطاع البيطري
- 1.6.9. رقمنة القطاع البيطري
- 2.6.9. العوامل والأدوات الرقمية التي ستفضل التغيير
- 3.6.9. العوامل التي تعيق التطور الرقمي
- 4.6.9. التفاضل الرقمي
- 5.6.9. الوضع الحالي والتحديات الرقمية في القطاع البيطري
- 7.9. مفهوم "الصحة الواحدة" المطبق على المراكز الصحية البيطرية
- 1.7.9. المفهوم العام للصحة الواحدة الرفاهية الواحدة
- 2.7.9. دور الطبيب البيطري في "صحة واحدة"
- 8.9. تدريب الفئات العمالية في المراكز الصحية البيطرية
- 1.8.9. السياق الحالي للتدريب في القطاع والاحتياجات الحقيقية للمراكز الصحية البيطرية
- 2.8.9. تدريب مستمر
- 3.8.9. تشكيل مزدوج
- 9.9. استراتيجية عمل القطاع
- 1.9.9. رابطة الأعمال: ماهيتها ، كيف تُمارس ولم تُستخدم
- 2.9.9. التدخل الاستباقي في وضع اللوائح التي تؤثر على القطاع
- 10.9. وقت غير مؤكد، وقت التغيير واتجاهات السوق
- 1.10.9. عامل مفاهيم وحساسيات جديدة
- 2.10.9. العمل مع الطلبات والاحتياجات الجديدة
- 3.10.9. تحديات جديدة في الصحة العامة
- 4.10.9. أشكال الاتصال الجديدة

## وحدة 10. تطبيق خطة العمل على مراكز الطب البيطري

- 1.10. خطة العمل في المراكز البيطرية
- 1.1.10. التخطيط والتحكم: وجهان لعملة واحدة
- 2.1.10. لماذا ومن أجل ماذا لديك خطة؟
- 3.1.10. من يجب أن يفعل ذلك؟
- 4.1.10. متى تفعل ذلك؟
- 5.1.10. كيف افعلها؟
- 6.1.10. هل يجب أن تكون مكتوبة؟
- 7.1.10. الأسئلة التي تحتاج إلى إجابة
- 8.1.10. أقسام خطة العمل



- 2.10. التحليل الخارجي الأول I: بيئة المراكز البيطرية
- 1.2.10. ما الذي يجب أن يحتوي عليه؟
- 2.2.10. بيئة سياسية
- 3.2.10. البيئة الاقتصادية
- 4.2.10. البيئة الاجتماعية
- 5.2.10. البيئة التكنولوجية
- 6.2.10. البيئة الايكولوجية
- 7.2.10. بيئة قانونية
- 3.10. التحليل الخارجي II: البيئة التنافسية المطبقة على قطاع المراكز البيطرية
- 1.3.10. العملاء
- 2.3.10. الكفاءة
- 3.3.10. الموردون
- 4.3.10. أخرى
- 4.10. تحليل داخلي لمركز بيطري
- 1.4.10. المرافق والمعدات
- 2.4.10. شخصي
- 3.4.10. الدخل / المصاريف
- 4.4.10. العملاء
- 5.4.10. الأسعار
- 6.4.10. خدمات
- 7.4.10. التواصل مع العملاء
- 8.4.10. التدريب
- 9.4.10. الموردون
- 10.4.10. الكفاءة
- 5.10. تحليل DAFO و CAME المطبق في مراكز الطب البيطري
- 1.5.10. نقاط الضعف
- 2.5.10. نقاط القوة
- 3.5.10. التهديدات
- 4.5.10. الفرص
- 5.5.10. التصحيح
- 6.5.10. المواجهة
- 7.5.10. المحافظة
- 8.5.10. الاستغلال
- 6.10. أهداف المراكز البيطرية كشركات
- 1.6.10. ما هي؟
- 2.6.10. الخصائص: سمات
- 3.6.10. أنواع
- 7.10. استراتيجيات العمل في المراكز البيطرية
- 1.7.10. العناصر ال 7 لتسويق الخدمة
- 2.7.10. المنتج الخدمة
- 3.7.10. السعر
- 4.7.10. توزيع
- 5.7.10. التواصل
- 6.7.10. أشخاص
- 7.7.10. إجراءات
- 8.7.10. دليل - إثبات
- 8.10. خطة عمل لاستراتيجية المركز البيطري
- 1.8.10. مما تتكون؟
- 2.8.10. كيفية تطوير استراتيجية؟
- 3.8.10. ما الذي يجب مراعاته في كل عمل؟
- 4.8.10. تحديد أولويات الإجراءات على أساس الأهمية بالنسبة للأعمال
- 5.8.10. الجدولة
- 9.10. خطة المراقبة ومراقبة خطة العمل للمركز البيطري
- 1.9.10. التخطيط والتحكم
- 2.9.10. ما هو ولماذا هو ضروري؟
- 3.9.10. من وكيف تتحكم؟
- 4.9.10. السيطرة على أساس المؤشرات
- 5.9.10. صناعة القرار
- 10.10. خطة الطوارئ المطبقة على خطة العمل الخاصة بالمركز البيطري
- 1.10.10. ما هي وما الغرض منها؟
- 2.10.10. كيف نفعل ذلك؟
- 3.10.10. كيفية استخدامها؟

وحدة 11. تطبيق التمويل على المراكز البيطرية

- 1.11. المصاريف والدخل في المركز البيطري
  - 1.1.1.1. سعر ثابت
  - 2.1.1.1. اسعار متغيرة
  - 3.1.1.1. التكاليف المباشرة
  - 4.1.1.1. التكاليف الغير مباشرة
  - 5.1.1.1. ايرادات الخدمة
  - 6.1.1.1. عائدات مبيعات المنتج
  - 7.1.1.1. هامش الربح الإجمالي
  - 8.1.1.1. صافي الهامش
  - 9.1.1.1. هامش على الشراء
  - 10.1.1.1. الهامش للبيع
- 2.11. بيان دخل المركز البيطري
  - 1.2.1.1. الأرباح قبل الفائدة والضرائب والإهلاك واستهلاك الدين
  - 2.2.1.1. الأرباح قبل الفوائد والضرائب
  - 3.2.1.1. الجدوى
  - 4.2.1.1. الإنتاجية
  - 5.2.1.1. النتيجة الصافية
- 3.11. إدارة المخزون في المستودع في المركز البيطري
  - 1.3.1.1. تكلفة المبيعات
  - 2.3.1.1. خصائص نظام إدارة المخزون
  - 3.3.1.1. مراقبة الإمدادات و المخزون
  - 4.3.1.1. نقطة تنبيه المخزون
  - 5.3.1.1. مخزون الأمن
  - 6.3.1.1. نقطة الطلب
  - 7.3.1.1. تناوب المخزون
- 4.11. نسب المبيعات في المركز البيطري. نقطة التوازن
  - 1.4.1.1. النسب العملية الرئيسية في المركز البيطري
    - 1.1.4.1.1. تردد المعاملة
    - 2.1.4.1.1. متوسط مبلغ الصفقة
    - 3.1.4.1.1. متوسط الإنفاق لكل عميل
    - 4.1.4.1.1. عدد المعاملات اليومية
    - 5.1.4.1.1. عدد المعاملات في السنة
  - 2.4.1.1. مفهوم مركز التوازن
  - 3.4.1.1. الحساب المتوقع لنقطة التوازن
  - 4.4.1.1. الحساب بأثر رجعي لنقطة التوازن
- 5.11. تحليل تكاليف الخدمات في المركز البيطري. الاستثمارات التكنولوجية
  - 1.5.1.1. أساسيات تحليل التكلفة في المراكز البيطرية
    - 1.1.5.1.1. تحليل تكلفة الممارسة البيطرية
    - 2.1.5.1.1. تحليل تكلفة الخدمات المهنية الأخرى
    - 2.5.1.1. حساب الربحية في استثمار تكنولوجي
  - 6.11. مراقبة الخزينة وإدارة الميزانية في المراكز البيطرية
    - 1.6.1.1. أساسيات مراقبة الخزينة
    - 2.6.1.1. أدوات مراقبة الخزنة
    - 3.6.1.1. أساسيات إدارة الميزانية
    - 4.6.1.1. أدوات لإدارة الميزانية
  - 7.11. التقييم الاقتصادي للمركز البيطري
    - 1.7.1.1. أساسيات التقييم الاقتصادي للمركز البيطري
    - 2.7.1.1. منهجية تقييم المركز البيطري
    - 3.7.1.1. الصندوق التجاري
  - 8.11. مؤشرات الإدارة الرئيسية في المراكز البيطرية
    - 1.8.1.1. المفاهيم
    - 2.8.1.1. معلومات اساسية
    - 3.8.1.1. المؤشرات الأكثر شيوعا في المراكز البيطرية
    - 4.8.1.1. مؤشرات الموارد البشرية الأساسية
    - 5.8.1.1. المؤشرات الأساسية لجودة خدمة العملاء
    - 6.8.1.1. اختيار مؤشرات الإدارة الرئيسية

- 9.11. لوحة المراقبة المالية المطبقة على المراكز البيطرية
  - 1.9.11. أساسيات بطاقة الأداء المالي
  - 2.9.11. تحليل الاتجاهات والمقارنات بين الفترات
  - 3.9.11. تشغيل لوحة التحكم
  - 4.9.11. تفسير نتائج بطاقة الأداء
  - 10.11. توازن الوضع في المركز البيطري
    - 1.10.11. المفهوم
    - 2.10.11. هيكل الميزانية العمومية
    - 3.10.11. تكوين الميزانية العمومية
    - 4.10.11. تقييم الأصول
    - 5.10.11. تشخيص الميزانية العمومية وبيان الدخل
    - 6.10.11. تحليل الميزانية العمومية
    - 7.10.11. دراسة النسب الأكثر إثارة للاهتمام في الميزانية العمومية
    - 8.10.11. تحليل ديناميكي للأسهم
    - 9.10.11. تحليل بيان الدخل
    - 10.10.11. مؤشرات بيان الدخل

## وحدة 12. استراتيجية العمل والابتكار في المراكز البيطرية

- 1.12. دور مدير المركز البيطري
  - 1.1.12. الإدارة العامة
  - 2.1.12. إدارة الموارد البشرية
  - 3.1.12. الإدارة المالية
  - 4.1.12. إدارة الصحة المهنية
  - 5.1.12. إدارة تكنولوجيا المعلومات
  - 6.1.12. إدارة التسويق والمبيعات
  - 7.1.12. إدارة خدمة العملاء والعلاقات العامة
  - 8.1.12. إدارة التغيير
- 2.12. التخطيط الاستراتيجي في المراكز البيطرية
  - 1.2.12. تعاريف
  - 2.2.12. الشعور باستراتيجية العمل
  - 3.2.12. الخطة الإستراتيجية للمركز البيطري



3.12. المرحلة الفلسفية للتخطيط الاستراتيجي للمركز البيطري

1.3.12. تعريف

2.3.12. عناصر

1.2.3.12. المهمة

2.2.3.12. الرؤية

3.2.3.12. قيم

4.2.3.12. أدوات

5.2.3.12. الأهداف الاستراتيجية

3.3.12. أمثلة عملية

4.12. نماذج الأعمال في المراكز البيطرية التقليدية

1.4.12. مقدمة

2.4.12. هيكل المراكز البيطرية

3.4.12. خدمات

4.4.12. طاقم المركز البيطري

5.12. البحث عن الابتكار في المراكز البيطرية

1.5.12. مفهوم الابتكار في القطاع البيطري

2.5.12. تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق على المراكز البيطرية

1.2.5.12. المفهوم

2.2.5.12. أدوات تحليلية

3.5.12. منهجية كانافاس للابتكار في المراكز البيطرية

1.3.5.12. الوصف

2.3.5.12. التشغيل

4.5.12. صياغة استراتيجيات الابتكار في المراكز البيطرية

1.4.5.12. توليد الأفكار الجديدة والتوليف

2.4.5.12. بؤر الابتكار

6.12. تصميم عرض القيمة لعملاء المراكز البيطرية

1.6.12. الملف التعريفي للعميل / مستخدم المراكز البيطرية

2.6.12. خريطة القيمة

3.6.12. التوافق بين عرض القيمة وملف تعريف العميل المطبق على المراكز البيطرية

7.12. تطبيق النماذج الأولية للابتكار في المراكز البيطرية

1.7.12. الحد الأدنى من نظام الابتكار القابل للتطبيق

2.7.12. بطاقة أداء الابتكار العالمي

3.7.12. الخطة التشغيلية للابتكار

8.12. أنماط نماذج الأعمال في قطاع المراكز الصحية البيطرية

1.8.12. تفصيل نماذج الأعمال

2.8.12. ذيل طويل

3.8.12. منصات متعددة الأطراف

4.8.12. نموذج الأعمال المجانية (Freemium)

5.8.12. نماذج الأعمال المفتوحة

9.12. التفكير التصميمي والتطبيق في المراكز البيطرية

1.9.12. المفهوم

2.9.12. المبادئ التوجيهية والمفاتيح

3.9.12. أدوات

10.12. البحث من أجل التحسين المستمر في استراتيجية العمل في المراكز البيطرية

1.10.12. مراقبة الخطة الاستراتيجية للمركز البيطري

2.10.12. تنفيذ التحسينات في استراتيجية المركز البيطري

وحدة 13. العميل / مستخدم المراكز البيطرية

1.13. خدمة العملاء في المراكز البيطرية

1.1.13. التميز في خدمة العملاء

2.1.13. إدارة خدمة العملاء

4.1.13. الامتثال في المراكز البيطرية كأداة ولاء

2.13. التواصل وجهاً لوجه في المراكز البيطرية

1.2.13. المزايا العملية للتواصل مع العملاء

2.2.13. النموذج الحالي

3.2.13. احتياجات العملاء

4.2.13. إدارة جودة خدمة العملاء

1.4.2.13. قنوات التواصل مع العملاء

2.4.2.13. أنظمة الكمبيوتر / قواعد البيانات (CRM)

3.4.2.13. استطلاعات تقييم الجودة

3.13. مهارات الاتصال الأساسية لمختصي المراكز البيطرية

1.3.13. السؤال في الاتصال المهني

2.3.13. الاستماع في التواصل المهني

3.3.13. التواصل غير اللفظي

4.3.13. التواصل اللفظي

5.3.13. علاج نقص الأكسجين في الدم في المراكز البيطرية

- 8.13. تقسيم وتوصيف العملاء في المركز البيطري
  - 1.8.13. القطاعات ومحاظف العملاء
    - 1.1.8.13. عملية الكارتر في المراكز البيطرية
    - 2.8.13. المزايا الاستراتيجية للكارتر
    - 3.8.13. العملاء الأكثر قيمة (MVC)
- 9.13. تجربة العملاء (CX) وتجربة المستخدم (UX) في المراكز البيطرية
  - 1.9.13. لحظة الحقيقة
  - 2.9.13. العناصر التي تشكل تجربة العميل
  - 3.9.13. تجربة المستخدم
- 10.13. التطبيق العملي لتجربة العميل والمستخدم في المراكز البيطرية
  - 1.10.13. المراحل
    - 1.1.10.13. دراسة وتحليل تجارب المستخدم
    - 2.1.10.13. تعريف المنصة التجريبية
    - 3.1.10.13. تصميم وتخطيط الخبرات
    - 4.1.10.13. تنظيم الاتصال أو الاجتماع مع العملاء
    - 5.1.10.13. المنهج العملي

#### وحدة 14. التسويق المطبق في المراكز البيطرية

- 1.14. التسويق في المراكز البيطرية
  - 1.1.14. تعاريف
    - 2.1.14. الاحتياجات - أسباب الشراء
    - 3.1.14. العرض والطلب
    - 4.1.14. تطور التسويق
    - 5.1.14. الشركات الحالية
    - 6.1.14. العميل الحالي
    - 7.1.14. الوفاء: تسويق القرن الحادي والعشرين
  - 2.14. ماذا يباع في المراكز البيطرية؟
    - 1.2.14. المنتجات
    - 2.2.14. خدمات
    - 3.2.14. الاختلافات بين المنتجات والخدمات
    - 4.2.14. ال 4P للمنتجات
    - 5.2.14. ال 7P للخدمات

- 4.13. التعاطف كمهارة أساسية في القرن الحادي والعشرين في العلاقة مع عملاء المراكز البيطرية
  - 1.4.13. التعريف والوصف
  - 2.4.13. تعبيرات عن التعاطف
  - 3.4.13. أدوات للعمل التعاطف مع عملاء المراكز البيطرية
- 5.13. منهجية لمواجهة المواقف الصعبة بنجاح مع عملاء المركز البيطري
  - 1.5.13. العادات الأربع الأساسية للأطباء ذوي الكفاءة العالية
  - 2.5.13. خصائص الصراع بين المهنيين وعملائهم
  - 3.5.13. منهجية التعامل مع المواقف الصعبة مع عملاء المراكز البيطرية
    - 1.3.5.13. تحديد المشكلة
    - 2.3.5.13. اكتشاف المعنى
    - 3.3.5.13. اغتنم الفرص
    - 4.3.5.13. تعيين حدود العلاقة
    - 5.3.5.13. قدم المساعدة لحل المشكلة
  - 4.5.13. أداة لتحسين مهارات الاتصال المهنية
- 6.13. التواصل داخل الممارسة البيطرية
  - 1.6.13. مقدمة
    - 2.6.13. نموذج كالجاري - كامبريدج المطبق على الممارسة البيطرية
      - 1.2.6.13. مرحلة التحضير
      - 2.2.6.13. بداية الاستشارة
      - 3.2.6.13. جمع المعلومات
      - 4.2.6.13. النتائج والتخطيط
      - 5.2.6.13. قدم المعلومات الصحيحة
      - 6.2.6.13. التفاهم المتبادل
      - 7.2.6.13. الانتهاء من الاستشارة
    - 3.6.13. نقل الأخبار السيئة إلى عملاء المراكز البيطرية
  - 7.13. استراتيجيات العلاقة مع عملاء المركز البيطري
    - 1.7.13. التسويق العلائقي
    - 2.7.13. التوقعات الرئيسية للعملاء ومستخدمي المراكز البيطرية
    - 3.7.13. إدارة علاقات العملاء على المدى الطويل
      - 1.3.7.13. نموذج MSMD (أفضل خدمة لأفضل العملاء)
      - 2.3.7.13. النموذج الجديد لإدارة علاقات العملاء



- 3.14. خدمات - منتجات في المراكز البيطرية
  - 1.3.14. محفظة الخدمات
  - 2.3.14. محفظة المنتج
  - 3.3.14. كيف تبيع المنتجات
  - 4.3.14. كيف تبيع الخدمات؟
  - 5.3.14. التمايز - القيمة المضافة
  - 6.3.14. تقنية CABE
  - 7.3.14. التسويق العصبي وتطبيقه على المبيعات
- 4.14. أسعار الخدمات والمنتجات في المراكز البيطرية
  - 1.4.14. أهمية السعر في الشركة
  - 2.4.14. نسبة السعر في الخدمات
  - 3.4.14. كيف تحدد أسعار الخدمة؟
  - 4.4.14. كيف تصلح أسعار المنتج؟
  - 5.4.14. قائمة الاسعار
  - 6.4.14. كيف تعطي أسعار الخدمة للعملاء
  - 7.4.14. كيف تدحض تعليقات السعر المرتفع
  - 8.4.14. منحى مرونة سعر الطلب
  - 9.4.14. نماذج أعمال التسعير في المراكز البيطرية
  - 10.4.14. كيف تجمع كل شيء وماذا تفعل خلاف ذلك
- 5.14. التواصل مع العميل في المراكز البيطرية
  - 1.5.14. التواصل مع العملاء الداخليين: الموظفون
  - 2.5.14. الحاجة: تنسيق الرسالة
  - 3.5.14. متعدد القنوات وقناة شاملة
  - 4.5.14. في غرفة الانتظار
  - 5.5.14. الاهتمام عبر الهاتف
  - 6.5.14. في الاستشارة
  - 7.5.14. تذكير
  - 8.5.14. حملات الصحة الوقائية
  - 9.5.14. دكتور جوجال البيطري وإدارته من قبل الطبيب البيطري
  - 10.5.14. أسباب تغيير العميل للطبيب البيطري
  - 11.5.14. استطلاعات الرضا
  - 14.5.14. مطالبات في مركز بيطري

- 6.14. اعلان في المراكز البيطرية
- 1.6.14. ما نوع العملاء الذين أرغب في الوصول إليهم؟
- 2.6.14. قاعة الانتظار
- 3.6.14. العناصر الترويجية
- 4.6.14. الوسائل المكتوبة
- 5.6.14. الوسائل الرقمية
- 6.6.14. أخرى
- 7.14. البيع العابر في المراكز البيطرية
- 1.7.14. ما هي وما الغرض منها؟
- 2.7.14. أنواع البيع المتقاطع
- 3.7.14. كيف يتم تنفيذها؟
- 4.7.14. الخدمة + الخدمة
- 5.7.14. الخدمة + المنتج
- 6.7.14. المنتج + المنتج
- 7.7.14. العمل بروح الفريق الواحد
- 8.14. التصميم التجاري
- 1.8.14. تعاريف
- 2.8.14. الأركان
- 3.8.14. الأهداف
- 4.8.14. عملية قرار الشراء وأنواع الشراء
- 5.8.14. الخارج
- 1.5.8.14. الواجهة
- 2.5.8.14. الهوية
- 3.5.8.14. الباب
- 5.5.8.14. الخزانة
- 6.8.14. الداخل
- 1.6.8.14. تشكيلة
- 2.6.8.14. تخطيط الفضاء
- 7.8.14. إدارة المخزون



وحدة 15. إدارة الموارد البشرية في المراكز البيطرية

- 1.15. التخطيط الاستراتيجي لموظفي المركز البيطري I
  - 1.1.15. أعداد الفريق
  - 2.1.15. المهارات والمواهب
  - 3.1.15. الأدوار والمسؤوليات والمهام
- 2.15. التخطيط الاستراتيجي لموظفي المركز البيطري II
  - 1.2.15. تحليل ووصف الوظائف
  - 2.2.15. أهداف الوظيفة
  - 3.2.15. الهيكل التنظيمي
- 3.15. عملية الاختيار في المركز البيطري I
  - 1.3.15. الملفات الشخصية
  - 2.3.15. تصميم عرض العمل
  - 3.3.15. استقبال واختيار المناهج
- 4.15. عملية الاختيار في المركز البيطري II
  - 1.4.14. قراءة السير الذاتية: الكشف عن الكفاءات والمراجع
  - 2.4.14. قالب مقابلة العمل ، الأسئلة الرئيسية
  - 3.4.14. التواصل مع المرشحين
- 5.15. توظيف وإدماج المتعاونين في مركز بيطري
  - 1.5.15. التوظيف والفئات المهنية
  - 2.5.15. كشوف المرتبات
  - 3.5.15. عملية الترحيب
- 6.15. تشكيل فريق المركز البيطري
  - 1.6.15. أهداف التشكيل
  - 2.6.15. التشكيل الداخلي والخارجي
  - 3.6.15. التقييم والجوانب الاقتصادية للتدريب
  - 4.6.15. الخطط الوظيفية

- 8.8.14. الرسوم المتحركة في نقاط البيع
  - 1.8.8.14. خارجي
  - 2.8.8.14. داخلي
- 3.8.8.14. الإعلان في نقاط البيع
- 4.8.8.14. الترويجات
- 9.14. التسويق الرقمي في المراكز البيطرية
  - 1.9.14. عموميات
  - 2.9.14. تأثير ROPO
  - 3.9.14. مزج التسويق: غير متصل بالإنترنت وعبر الإنترنت
  - 4.9.14. الموقع الإلكتروني لمركز بيطري
  - 5.9.14. الشبكات الاجتماعية المطبقة على المراكز البيطرية
    - 1.5.9.14. الفيسبوك
    - 2.5.9.14. تويتر
    - 3.5.9.14. إنستغرام
    - 4.5.9.14. قناة يوتيوب
  - 6.9.14. التسويق عبر البريد الإلكتروني
  - 7.9.14. أدوات المراسلة الفورية
  - 10.14. أدوات الولاء لعملاء المراكز البيطرية
    - 1.10.14. ليس كل العملاء لديهم نفس القيمة
    - 2.10.14. الخطط الصحية
    - 3.10.14. حملات الصحة الوقائية
    - 4.10.14. تأمين بيطري
    - 5.10.14. أنظمة تجميع النقاط
    - 6.10.14. كوبونات خصم
    - 7.10.14. أخرى

- 2.16. تطبيق الريادة على المراكز البيطرية
  - 1.2.16. خصائص القائد
  - 2.2.16. فوائد القيادة
  - 3.2.16. تمارين القائد
  - 4.2.16. الوفد
- 1.4.2.16. استراتيجية التفويض
- 2.4.2.16. اختيار المهمة
- 3.4.2.16. عملية التأهيل
- 5.2.16. مقابلات تحفيزية مع المتعاونين
- 1.5.2.16. طريقة GROW / MAP
- 3.16. التفاوض لمدير مركز بيطري
  - 1.3.16. مهارات المفاوض
  - 2.3.16. أنواع وأهماط التفاوض
  - 3.3.16. مراحل التفاوض
    - 1.3.3.16. تحضير
    - 2.3.3.16. المناقشة والجدال
    - 3.3.3.16. اقتراح
    - 4.3.3.16. تبادل
    - 5.3.3.16. إغلاق
    - 6.3.3.16. التتبع
  - 4.3.16. تكتيكات وتقنيات التفاوض
  - 5.3.16. الاستراتيجيات
- 4.16. إدارة الوقت لمدير المركز البيطري
  - 1.4.16. توقف ، فكر ، حلل وقرر
  - 2.4.16. المعرفة الداخلية
  - 3.4.16. كيفية تحديد الأولويات
  - 4.4.16. الفعل
  - 5.4.16. التخطيط والتنظيم
  - 6.4.16. لصوص الوقت

- 7.15. اتصال داخلي في مركز بيطري
  - 1.7.15. التواصل الفعال
  - 2.7.15. أدوات الاتصال الداخلي
  - 3.7.15. اجتماعات فعالة
- 8.15. تقييم أداء معاوين المركز البيطري
  - 1.8.15. مفاهيم مهمة
  - 2.8.15. إنشاء المؤشرات
  - 3.8.15. نماذج التقييم
  - 4.8.15. الزرع
  - 5.8.15. العلاقة مع الحوافز
- 9.15. الاحتفاظ بالمتعاون القيم في المراكز البيطرية
  - 1.9.15. الرضا الوظيفي
  - 2.9.15. التحفيز
  - 3.9.15. التقدير والملكافات
  - 4.9.15. الترويج والترقيات
- 9.15. أجر المتعاونين في المراكز البيطرية
  - 1.10.15. الرواتب حسب الفئات
  - 3.10.15. ثابت ومتغير
  - 4.10.15. معايير تحديد الحوافز
  - 6.10.15. أنواع الحوافز: اقتصادية وغير اقتصادية
  - 7.10.15. راتب عاطفي

#### وحدة 16. المهارات القيادية والإدارية المطبقة في المراكز البيطرية

- 1.16. مهارات الإدارة الأساسية في مدير و / أو مالك مركز بيطري
  - 1.1.16. الإدارة
  - 2.1.16. صناعة القرار
  - 3.1.16. قدرة القرار
  - 4.1.16. المرونة
  - 5.1.16. معرفة الذات
  - 6.1.16. التخمين الصحيح
  - 7.1.16. التواصل
  - 8.1.16. الذكاء العاطفي

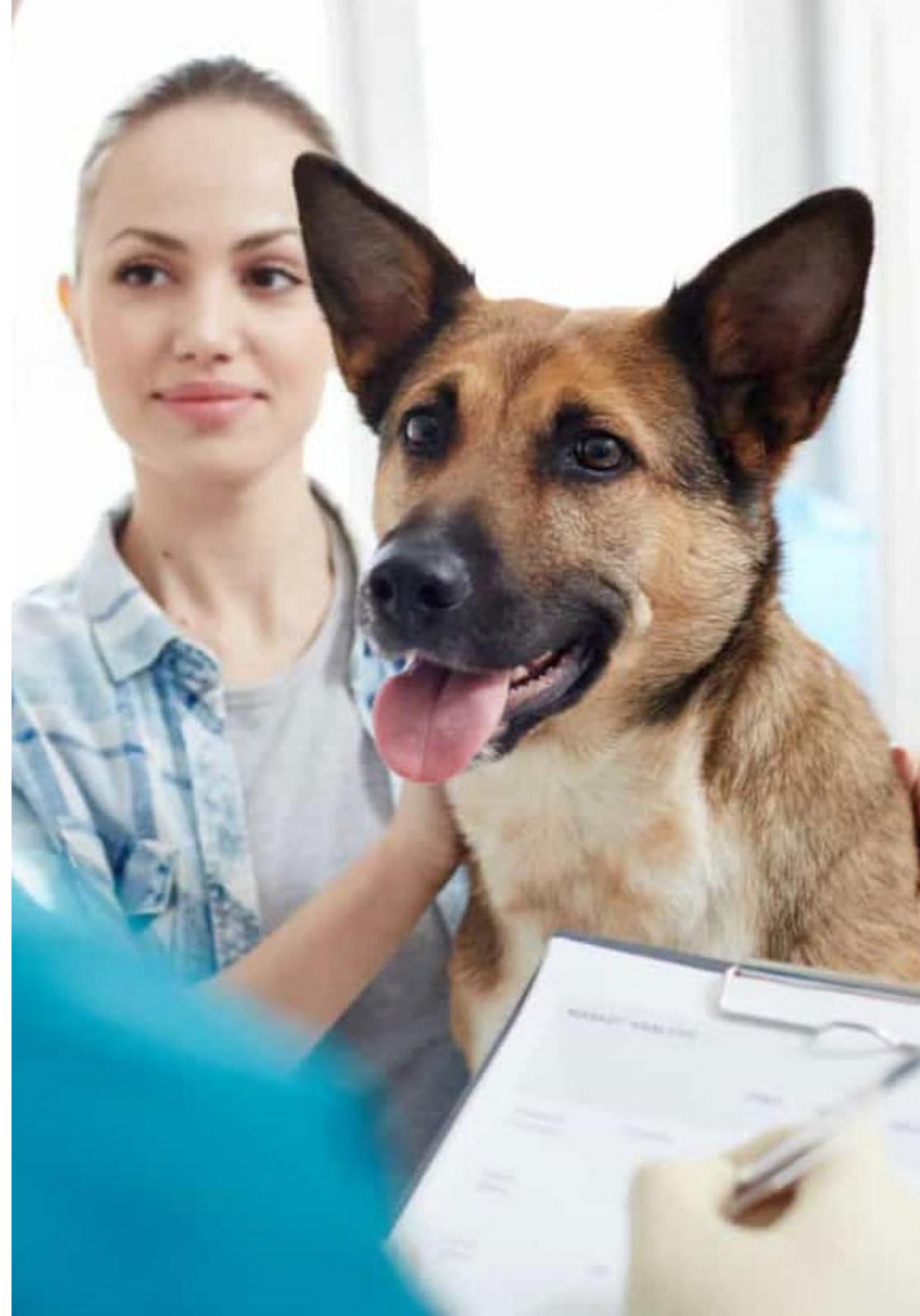
- 9.16. منع السموم الداخلية بالمراكز البيطرية
  - 1.9.16. الصحة التنظيمية
  - 2.9.16. اجراءات وقائية
  - 1.2.9.16. قم بإنشاء فريق قيادة متماسك
  - 2.2.9.16. خلق الوضوح داخل المنظمة
  - 3.2.9.16. وضوح التواصل المفرد
  - 4.2.9.16. تعزيز الوضوح
- 10.16. إدارة التغيير في مدير المراكز البيطرية
  - 1.10.16. تدقيق المعتقدات
  - 2.10.16. تنمية الشخصية
  - 3.10.16. إجراءات التغيير

- 5.16. كيف تولد الثقة في المتعاونين في مركز بيطري
  - 1.5.16. الثقة بالنفس
  - 2.5.16. الثقة بالآخرين
  - 3.5.16. النقد الذاتي البناء
  - 4.5.16. الاحترام والمسؤولية
  - 5.5.16. الصدق
  - 6.5.16. خطأ محاكمة
- 6.16. إدارة إنتاجية مدير المركز البيطري
  - 1.6.16. لصوص الإنتاجية
  - 2.6.16. طريقة (GTD) "Getting Things Done"
    - 1.2.6.16. الأساسيات
    - 2.2.6.16. جمع أو النقاط
    - 3.2.6.16. معالجة أو توضيح
    - 4.2.6.16. تنظيم
    - 5.2.6.16. التحقق
    - 6.2.6.16. الفعل
- 7.16. فرق محترفة عالية الأداء في المراكز البيطرية
  - 1.7.16. مجموعات العمل
  - 2.7.16. خصائص الفرق المحترفة
  - 3.7.16. فوائد الفرق المحترفة عالية الأداء
  - 4.7.16. أمثلة عملية
- 8.16. تحديد وحل النزاعات الداخلية في المراكز البيطرية
  - 1.8.16. طريقة الاختلالات الخمسة للفرق المهنية
    - 1.1.8.16. انعدام الثقة
    - 2.1.8.16. الخوف من الصراع
    - 3.1.8.16. عدم الالتزام
    - 4.1.8.16. تجنب المسؤولية
    - 5.1.8.16. عدم الاهتمام بالنتائج
  - 2.8.16. أسباب فشل الفرق المحترفة

## وحدة 17. العمليات الإنتاجية في المراكز البيطرية

- 1.17. مقدمة لعمليات الإنتاج في المراكز البيطرية
  - 1.1.17. مفهوم العمليات التجارية
  - 2.1.17. مقدمة في العمليات التجارية
  - 3.1.17. تمثيل رسومي للعمليات
  - 4.1.17. توحيد العملية
  - 5.1.17. أمثلة عملية للعمليات في المراكز البيطرية
- 2.17. تحليل عمليات الإنتاج بالمراكز البيطرية
  - 1.2.17. نظام إدارة العمليات
  - 2.2.17. قياس وتحليل وتحسين العمليات التجارية
  - 3.2.17. خصائص العملية الموجهة والمدارة بشكل جيد
- 3.17. إنتاجية الأعمال في قطاع المراكز الصحية البيطرية
  - 1.3.17. ركز على الأهداف الرئيسية
  - 2.3.17. القيمة المضافة المتولدة للعمل
  - 3.3.17. تحليل القيمة التي تقدمها العمليات
  - 4.3.17. القدرة التنافسية
  - 5.3.17. الإنتاجية. تحليل الخسائر والتحسينات

- 4.17. نماذج إدارة الأعمال المطبقة على قطاع المراكز الصحية البيطرية
  - 1.4.17. إدارة الكتلة التقليدية
  - 2.4.17. الإدارة على أساس النموذج الخالي من الهدر
  - 3.4.17. إدارة قائمة على نموذج تقليدي محسن
- 5.17. مقدمة لنموذج الإدارة الخالية من الهدر المطبق على المراكز البيطرية
  - 1.5.17. المبادئ والخصائص الأساسية
  - 2.5.17. تيار النشاط
  - 3.5.17. نظام السحب أو Pull
  - 4.5.17. تدفق Pull
  - 5.5.17. التحسين المستمر
- 6.17. النفايات في نموذج الإنتاج المطبق على المراكز البيطرية
  - 1.6.17. الهدر، النفايات أو التغيير
  - 2.6.17. أنواع الهدر
  - 3.6.17. أسباب الهدر
  - 4.6.17. التخلص من الهدر
- 7.17. تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر في المراكز البيطرية I
  - 1.7.17. تكييف العملية
  - 2.7.17. تدفق السحب متوازن ومرن
  - 3.7.17. الانتقال من النموذج التقليدي إلى تطبيق خالي من الهدر
  - 4.7.17. المرحلة الأولى: إنشاء تدفق منتظم وغير متقطع
- 8.17. تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر في المراكز البيطرية II
  - 1.8.17. المرحلة الثانية: تدعيم التدفق، القضاء على الهدر ، ضمان الجودة وتوحيد العمليات
  - 2.8.17. المرحلة الثالثة: إنشاء تدفق Pull
  - 3.8.17. المرحلة الرابعة: المرونة في إيقاع الإنتاج
- 9.17. تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر في المراكز البيطرية III
  - 1.9.17. المرحلة الخامسة: المرونة في نوع المنتج
  - 2.9.17. المرحلة السادسة: التنفيذ الكامل لتدفق السحب المتوازن والمستوي ومتعدد المنتجات
  - 3.9.17. المرحلة السابعة: سهولة الإدارة والتحكم
- 10.17. أدوات التطبيق الخالية من الهدر المطبقة على المراكز البيطرية
  - 1.10.17. خريطة تدفق القيمة (Value Stream Map)
  - 2.10.17.3: تحليل الأساليب الجديدة أو المشاكل التي يتعين حلها

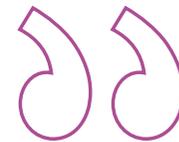


# المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. تم تطوير منهجيتنا من خلال وضع التعلم الدوري: إعادة التعلم. يُستخدم نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أرقى كليات الطب في العالم، وقد تم اعتباره من أكثر الكليات فعالية من خلال المنشورات ذات الأهمية الكبيرة مثل مجلة نيو إنجلاند الطبية.

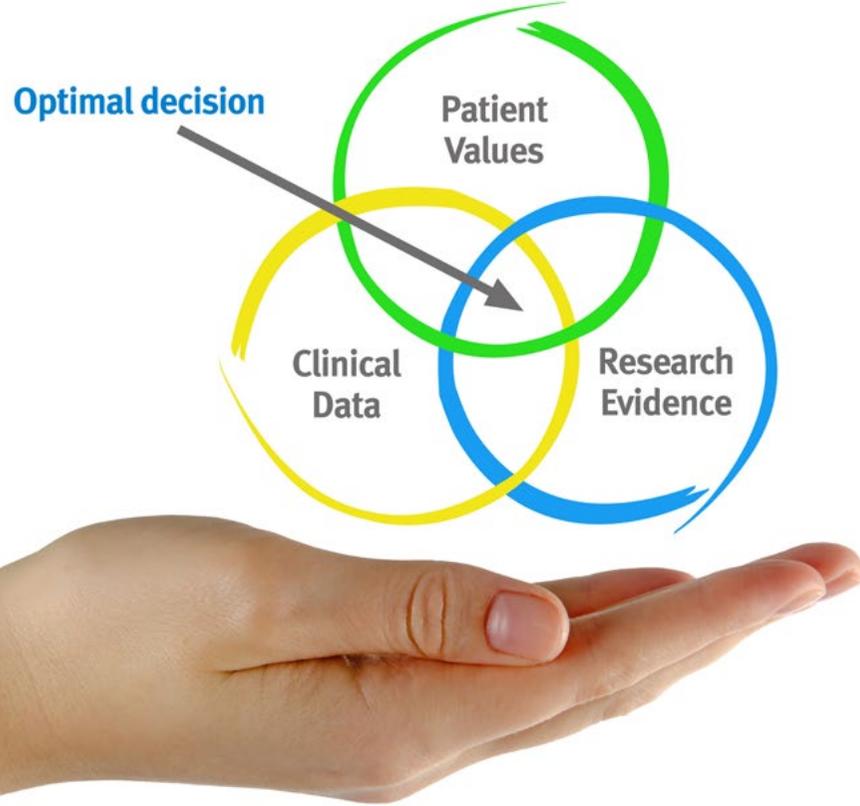


اكتشف منهجية إعادة التعلم، وهو نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة  
التدريس الدورية: طريقة تعلم أثبتت فعاليتها للغاية، لا سيما في الموضوعات التي تتطلب الحفظ"



### في تيك نستخدم طريقة الحالة

في حالة معينة ، ما الذي يجب أن يفعله المحترف؟ خلال البرنامج ، ستواجه العديد من الحالات السريرية المحاكية ، بناءً على مرضى حقيقيين سيتعين عليك فيها التحقيق ، ووضع الفرضيات ، وأخيراً حل الموقف. هناك أدلة علمية وفيرة على فعالية الطريقة. يتعلم المتخصصون بشكل أفضل وأسرع وأكثر استدامة مرور الوقت.



مع تيك يمكنك تجربة طريقة للتعليم تعمل على تحريك أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم.

وفقاً للدكتور جيرفاس ، فإن الحالة السريرية هي العرض المعلق لمريض ، أو مجموعة من المرضى ، والتي تصبح "حالة" ، مثلاً أو نموذجاً يوضح بعض المكونات السريرية المميزة ، إما بسبب قوتها التعليمية ، أو بسبب ندرته أو ندرته. من الضروري أن تستند الحالة إلى الحياة المهنية الحالية ، في محاولة لإعادة إنشاء عوامل التكيف الحقيقية في الممارسة البيطرية المهنية.



هل تعلم أن هذه الطريقة تم تطويرها عام 1912 في جامعة هارفارد لطلاب القانون؟ تتكون طريقة الحالة من تقديم مواقف حقيقية معقدة حتى يتمكنوا من اتخاذ القرارات وتبرير كيفية حلها. في عام 1924 تم تأسيسها كطريقة معيارية للتدريس في جامعة هارفارد“

تبرر فعالية هذه الطريقة بأربعة إنجازات أساسية:

1. الأطباء البيطريون الذين يتبعون هذه الطريقة لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم ، بل يطورون أيضًا قدرتهم العقلية ، من خلال تمارين لتقييم المواقف الحقيقية وتطبيق المعرفة.

2. يتجسد التعلم بطريقة صلبة في القدرات العملية التي تتيح للطلاب اندماجًا أفضل في العالم الحقيقي.

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

4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستمر حافزًا مهمًا للغاية للطبيب البيطري ، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة الوقت المخصص للعمل في الدورة.

### منهجية إعادة التعلم

تجمع نيك بفعالية بين منهجية دراسة الحالة ونظام تعلم عبر الإنترنت بنسبة 100% استناداً إلى التكرار ، والذي يجمع بين 8 عناصر تعليمية مختلفة في كل درس.

نحن نشجع دراسة الحالة بأفضل طريقة تدريس بنسبة 100%:عبر الإنترنت إعادة التعلم.



سيتعلم الطبيب البيطري من خلال الحالات الحقيقية وحل المواقف المعقدة في بيئات التعلم المحاكاة. تم تطوير هذه التدريبات من أحدث البرامج التي تسهل التعلم الغامر.

تقع في الطليعة التربوية العالمية ، تمكنت طريقة إعادة التعلم من تحسين مستويات الرضا العالمية للمهنيين الذين أنهوا دراستهم ، فيما يتعلق بمؤشرات الجودة لأفضل جامعة عبر الإنترنت في اللغة الإسبانية الناطقة (جامعة كولومبيا).

مع هذه المنهجية ، تم تدريب أكثر من 65000 طبيب بيطري بنجاح غير مسبوق في جميع التخصصات السريرية بغض النظر عن العيب في الجراحة. تم تطوير منهجيتنا التربوية في بيئة ذات متطلبات عالية ، مع طلاب جامعيين يتمتعون بملف اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عامًا.

ستسمح لك إعادة التعلم بالتعلم بجهد أقل وأداء أكبر ، والمشاركة بشكل أكبر في تدريبك ، وتنمية الروح النقدية ، والدفاع عن الحجج والآراء المتناقضة: معادلة مباشرة للنجاح.

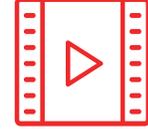
في برنامجنا ، التعلم ليس عملية خطية ، ولكنه يحدث في دوامة (تعلم ، وإلغاء التعلم ، والنسيان ، وإعادة التعلم). لذلك ، يتم دمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي.

الدرجة العالمية التي حصل عليها نظام تيك التعليمي هي 8.01 ، وفقًا لأعلى المعايير الدولية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المعدة بعناية للمحترفين

#### المواد الدراسية



تم إنشاء جميع المحتويات التعليمية من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس الدورة ، خاصةً له ، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموًا حقًا.

يتم تطبيق هذه المحتويات بعد ذلك على التنسيق السمعي البصري ، لإنشاء طريقة عمل تيك عبر الإنترنت. كل هذا ، مع أكثر التقنيات ابتكارًا التي تقدم قطعًا عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

#### تقنيات وإجراءات العلاج الطبيعي بالفيديو



تقرب تيك الطالب من التقنيات الأكثر ابتكارًا وأحدث التطورات التعليمية وإلى طليعة التقنيات وإجراءات العلاج الطبيعي / علم الحركة الحالية. كل هذا ، في أول شخص ، بأقصى درجات الصرامة ، موضحاً ومفصلاً للمساهمة في استيعاب الطالب وفهمه. وأفضل ما في الأمر هو أن تكون قادرًا على رؤيته عدة مرات كما تريد.

#### ملخصات تفاعلية



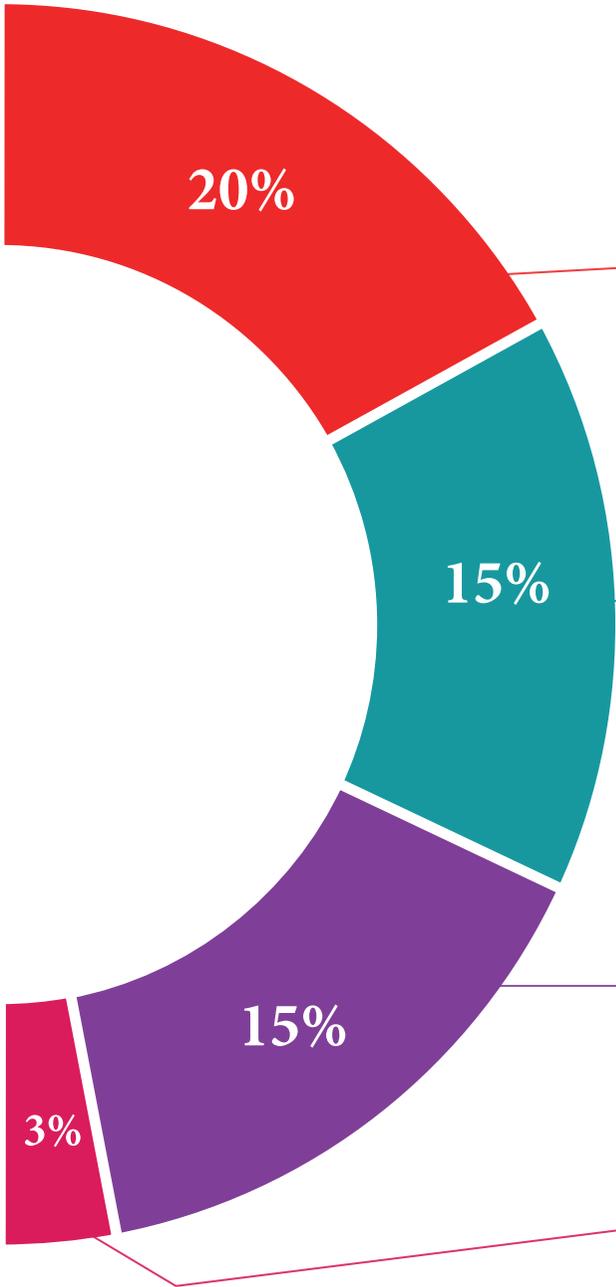
يقدم فريق تيك المحتوى بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص المحتوى بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الصوت والفيديو والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

تم منح هذا النظام التعليمي الحصري الخاص بتقديم محتوى الوسائط المتعددة من قبل شركة Microsoft كـ "حالة نجاح في أوروبا".

#### قراءات تكميلية



مقالات حديثة ووثائق وإرشادات دولية ، من بين أمور أخرى. في مكتبة تيك الافتراضية ، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





#### تحليل الحالات التي وضعها الخبراء واسترشدوا بها

التعلم الفعال يجب أن يكون بالضرورة سياقياً. لهذا السبب ، تقدم تيك تطوير حالات حقيقية يقوم فيها الخبير بتوجيه الطالب من خلال تنمية الانتباه وحل المواقف المختلفة: طريقة واضحة ومباشرة لتحقيق أعلى درجة من الفهم.



#### الاختبار وإعادة الاختبار

يتم تقييم معرفة الطالب بشكل دوري وإعادة تقييمها في جميع أنحاء البرنامج ، من خلال أنشطة وتمارين التقييم الذاتي والتقييم الذاتي بحيث يتحقق الطالب بهذه الطريقة من كيفية تحقيقه لأهدافه.



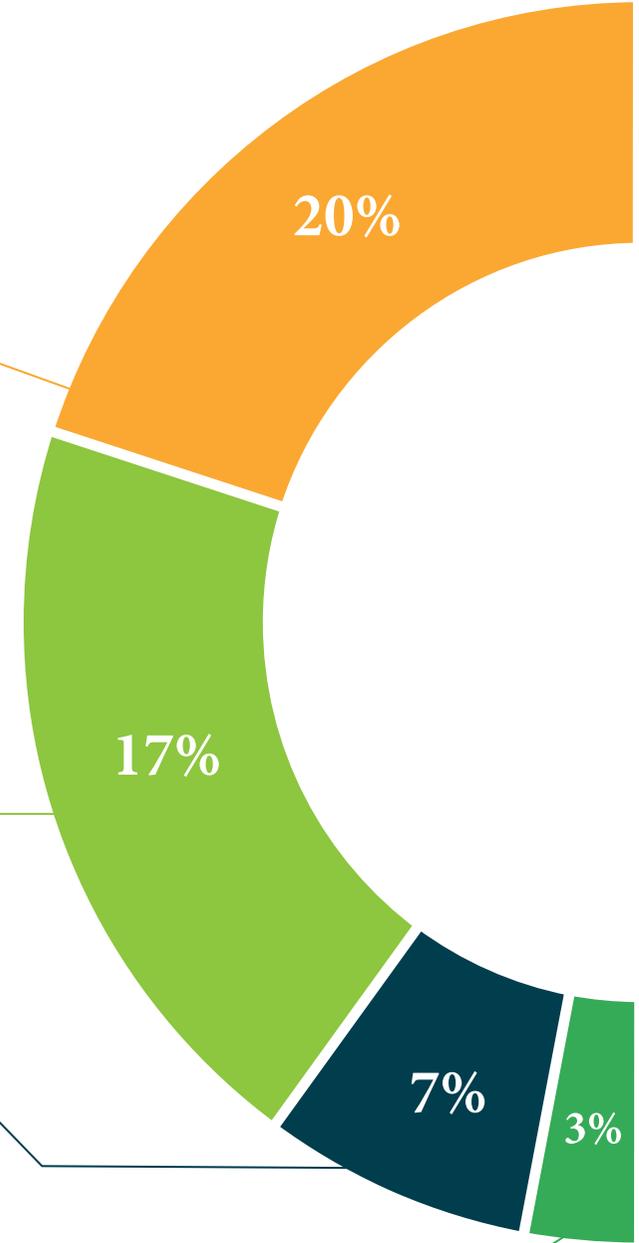
#### فصول الماجستير

هناك أدلة علمية على فائدة ملاحظة طرف ثالث من الخبراء.  
ما يسمى بالتعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة ، ويولد الأمان في القرارات الصعبة في المستقبل.



#### أدلة العمل السريع

تقدم تيك المحتوى الأكثر صلة بالدورة التدريبية في شكل بطاقات أو أدلة إجراءات سريعة. طريقة تركيبية وعملية وفعالة لمساعدة الطالب على التقدم في تعلمهم.



# المؤهل العلمي

يضمن الماجستير المتقدم في إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وتحديثًا، الحصول على شهادة اجتياز الماجستير المتقدم صادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



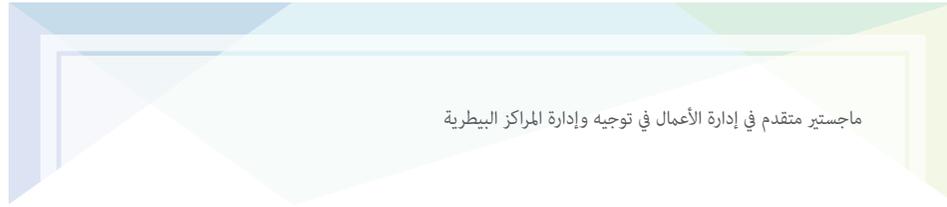
المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في درجة الماجستير المتقدم، وسوف يفى بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي المهني.

المؤهل: ماجستير متقدم في إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 3.000 ساعة.

تحتوي درجة الماجستير المتقدم في إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي \* مع إيصال استلام مؤهل درجة الماجستير المتقدم الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



### ماجستير متقدم في إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية

#### التوزيع العام للخطة الدراسية

عدد الساعات	الطريقة	الدورة	المادة	عدد الساعات	الطريقة	الدورة	المادة
180	إداري	2-	تطبيق خطة العمل على مراكز الطب البيطري	180	إداري	1-	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركات
180	إداري	2-	تطبيق التنويع على المراكز البيطرية	180	إداري	1-	التوجيه الاستراتيجي و القيادة الإدارية
180	إداري	2-	استراتيجية العمل والابتكار في المراكز البيطرية	180	إداري	1-	إدارة الأفراد وإدارة المواهب
180	إداري	2-	التصميم / استخدام المراكز البيطرية	180	إداري	1-	الإدارة الاقتصادية والمالية
180	إداري	2-	التسويق للمنتج في المراكز البيطرية	180	إداري	1-	إدارة العمليات والعمليات
180	إداري	2-	إدارة الموارد البشرية في المراكز البيطرية	180	إداري	1-	إدارة نظم المعلومات
150	إداري	2-	لهجات القيادة والأدوية لمنطقة في المراكز البيطرية	180	إداري	1-	الإدارة التجارية والتسويق والاتصال الموسي
150	إداري	2-	العمليات الإنتاجية في المراكز البيطرية	180	إداري	1-	الابتكار وإدارة المشاريع
				180	إداري	1-	القطاع الاقتصادي للمراكز الصحية البيطرية



### الجامعة التكنولوجية tech

منح هذا  
الدبلوم

المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....  
لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير متقدم

في

إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 3.000 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



tech الجامعة  
التكنولوجية

ماجستير متقدم

إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: سنتين

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

ماجستير متقدم

إدارة الأعمال في توجيه وإدارة المراكز البيطرية