

# ماجستير خاص MBA إدارة وتوجيه المراكز البيطرية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير خاص MBA إدارة وتوجيه 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 الإلكتروني: [www.techitute.com/ae/veterinary-medicine/professional-master-degree/master-veterinary-center-management-administration](http://www.techitute.com/ae/veterinary-medicine/professional-master-degree/master-veterinary-center-management-administration)

# الفهرس

01	المقدمة	صفحة 4
02	الأهداف	صفحة 8
03	الكفاءات	صفحة 14
04	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	صفحة 18
05	الهيكل والمحتوى	صفحة 40
06	المنهجية	صفحة 54
07	المؤهل العلمي	صفحة 62



01

# المقدمة

يقدم هذا المؤهل العلمي الحصري من TECH المعرفة المتخصصة الأكثر صلة بالموضوع والأدوات العملية الأكثر فائدة لتغطية الاحتياجات الحالية المتعلقة بالتخصص في إدارة الأعمال الموجودة في معظم المراكز البيطرية، بحيث يتم تدريب المهنيين البيطريين على القيام بهذه المهام الأساسية في أي شركة.

يجب أن يتمتع المهنيون البيطريون بمستوى عالٍ من المعرفة  
في إدارة الأعمال، لضمان تحقيق النجاح لشركاتهم"



تحتوي درجة ماجستير خاص في MBA إدارة وتوجيه المراكز البيطرية على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحدثا في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير دراسات الحالة التي يقدمها خبراء في إدارة المراكز البيطرية
- ♦ المحتويات الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها، تجمع المعلومات العلمية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ آخر المستجدات حول إدارة وتوجيه المراكز البيطرية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها الخاص على المنهجيات المبتكرة في إدارة وتوجيه المراكز البيطرية
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

شهد قطاع المراكز الصحية البيطرية تغييرات هيكلية ونموذجية عميقة منذ نهاية القرن العشرين. حدثت هذه التغييرات بسرعات مذهلة في العقد الماضي، مدفوعة بالسياق المتغير الناجم عن الأزميتين الرئيسيتين الأخيرتين، الأزمة المالية لعام 2008 والأزمة الصحية الأحدث.

الحقيقة أن الشركات العاملة في هذا القطاع ليس لديها هيكل مهني خارج نطاق الممارسة البيطرية السريرية، مما يعيق نموها بشكل كبير على الرغم من إمكاناتها الهائلة، حيث أن تربية الحيوانات الأليفة المرافقة كحيوانات أليفة مرتبطة ارتباطًا وثيقًا بنواة الأسرة هو طلب متزايد باستمرار في مجتمع اليوم. على الرغم من صحة أن مستوى الممارسة الطبية والجراحية التي تتم في هذه المراكز يرتفع وأفضل، ويصل إلى التميز في كثير من الحالات، إلا أنه في حالة إدارة الأعمال لم يصبح محترفاً بنفس النسبة.

إن عدم وجود تخصص جامعي في إدارة الأعمال في شهادة الطب البيطري له تأثير كبير على عدم وعي رائد الأعمال المستقبلي عندما يتعلق الأمر بإضفاء الطابع المهني على إدارة مركزه البيطري وإعطاء الأولوية في الواقع للممارسة الطبية والجراحية.

تعمل MBA إدارة وتوجيه المراكز البيطرية على تطوير تنفيذ ممارسات إدارة الأعمال في هذه المنشآت لتحسين الربحية المؤسسية. إدارة الأعمال هي تخصص ذو تقاطع كبير، والذي يشمل تخصصات متنوعة على ما يبدو مثل التمويل والتسويق، على سبيل المثال، على الرغم من وجود روابط متعددة مع بعضها البعض، وهو أمر واضح عند معالجة مزيد من الدراسة المتعمقة. خلال البرنامج، يتم تقديم العديد من الحالات العملية المستقاة من مواقف حقيقية حدثت في الشركات في هذا القطاع بحيث يمكن للمهني البيطري المساهمة في منهجية العمل المقترحة خلال التدريس.

في الوقت الحاضر، تتمثل إحدى المشاكل التي تشترط استمرار التخصص في الدراسات العليا في التوفيق بين العمل والحياة الشخصية. إن المتطلبات المهنية الحالية تجعل من الصعب توفير تدريب عالي الجودة ومخصص وجهاً لوجه، لذا فإن التنسيق عبر الإنترنت سيتيح لطلابنا الجمع بين هذا التدريب المتخصص وممارستهم المهنية.



انغمس في هذا التدريب عالي الجودة التعليمية، والذي سيتيح لك مواجهة التحديات المستقبلية في إدارة وتوجيه المراكز البيطرية"

هذا البرنامج هو أفضل استثمار يمكنك القيام به في اختيار برنامج تنشيطي لتحديث معرفتك بإدارة الممارسات البيطرية.

سيسمح لك هذا 100% MBA عبر الإنترنت بدمج دراستك مع عملك المهني مع زيادة معرفتك في هذا المجال.

نظرًا لأنه برنامج يتم تدريسه عبر الإنترنت، سيتمكن المحترف من الدراسة أينما ومتى يريد. ستحتاج فقط إلى جهاز إلكتروني متصل بالإنترنت "

البرنامج يضم، في أعضاء هيئة تدريس محترفين في مجال الطاقات المتجددة يصونون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة. وسيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريبًا غامراً مبرمجاً للتدريب في حالات حقيقية. يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي المهني في يجب أن تحاول من خلاله حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ من خلاله. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



02

# الأهداف

يهدف MBA إدارة وتوجيه المراكز البيطرية إلى تسهيل أداء المهنيين المكرسين للطب البيطري مع التطورات الأكثر ابتكارًا في هذا القطاع.





خلال هذه الأشهر سوف تكتسب معرفة  
متخصصة حول قطاع الخدمات البيطرية:  
البيئة والتحديات والاتجاهات"



## الأهداف العامة

- 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
- تحديد الاحتياجات التدريبية 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 offline
- تطوير المهارات اللازمة لأداء إدارة جيدة للأفراد
- اقتراح منهجية لإجراء عملية توظيف وتكامل جيدة
- ترقية وتمكين هؤلاء الموظفين بأكبر قدر من المواهب والقيمة للشركة
- تحديد مفاتيح الاحتفاظ هؤلاء الموظفين
- تطوير المهارات اللازمة لتكون قائدا جيدا
- اقتراح منهجية لضمان الكفاءة والفعالية اللازميتين 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
- تحديد الشكل القانوني للشركة الذي يجب أن ننشئ، مع خصائص كل واحدة، من الجمعيات التعاونية للشركاء
- تطوير إدارة صحيحة للمشتريات والعلاقة مع الموردين



### الوحدة 1. 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 "One Health" وحصر تطويره التعاوني كفرصة في السوق
- فحص صحة الحيوان الرقمية وتحليل إمكاناتها التخريبية في المراكز البيطرية
- 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 أساسًا من المؤسسات الصغيرة
- التعرف على المفاهيم والاحتياجات الجديدة والأشكال الجديدة للتواصل والتفاعل بين العملاء والعاملين في القطاع
- فحص التحديات الجديدة في الصحة العامة الناتجة عن تغير المناخ، وفقدان التنوع البيولوجي، والعولمة، والتجارة الدولية في الحيوانات الغريبة، وما إلى ذلك.

### الوحدة 2. تطبيق خطة العمل على مراكز الطب البيطري

- 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
- التدريب على إجراء تحليل نقاط القوة والفرص والضعف والتهديدات وتحليل التصحيح والتعامل والصيانة والاستغلال المقابل له
- وضع منهجية لتعيين أهداف نوع SMART
- فحص منهجية لتحديد الإستراتيجية وتحويل كل إستراتيجية، على الأقل، إلى إجراء محدد
- جدولة الإجراءات بناءً على الأولوية المتعلقة بالأعمال
- 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

### الوحدة 3. تطبيق الشؤون المالية على المراكز البيطرية

- تحديد تكاليف العمل الثابتة والمتغيرة في المركز البيطري
- تحديد الهوامش التجارية للخدمات والمنتجات المعروضة في المركز البيطري
- إدارة مخزون المنتجات في Stock بشكل فعال
- تقييم نسب المبيعات في أحد المراكز البيطرية من أجل تحليل سلوك المستهلكين من مستخدميه.
- تحليل نقطة التعادل لنشاط تجاري
- فحص المؤشرات المختلفة التي يمكن إنشاؤها من النشاط التجاري في المركز البيطري
- تحليل وتقييم المؤشرات المختلفة للاختيار تلك التي ستكون أساسية في إدارة المركز البيطري والتكاليف التي تقدمها الخدمات المختلفة المقدمة في المركز البيطري
- استخدم الأدوات المالية التي تسمح بالسيطرة على خزينة وميزانيات شركة بيطرية
- تحليل وتفسير بيانات الدخل والميزانية العمومية في مركز بيطري
- اقتراح تقييمات الشركات في قطاع المراكز الصحية البيطرية

### الوحدة 4. استراتيجية العمل والابتكار في المراكز البيطرية

- تحديد وتعريف أدوار مدير أو مالك مركز بيطري
- تحديد رسالة ورؤية وقيم شركة في قطاع المراكز الصحية البيطرية
- اقتراح منهجية عمل للبحث عن البدائل المبتكرة التي تضيف قيمة للمستخدم
- 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 تكملية للنماذج التقليدية التي تجذب قطاعًا واحدًا أو أكثر من المستخدمين
- تطوير وتنفيذ التفكير التصميمي (Design Thinking) كأسلوب مكمل للتفكير الإبداعي والابتكاري

## الوحدة 5. 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)
- ♦ تحليل وإعداد الزيارة المثالية لمستخدم المركز البيطري

## الوحدة 6. التسويق المطبق في المراكز البيطرية

- ♦ تحليل تطور التسويق ومعناه في التسويق التجريبي الحالي
- ♦ التفكير في الحاجة والالتزام للاحتفاظ بالعملاء الجيدين
- ♦ فحص الفرق في بيع الخدمات والمنتجات
- ♦ تحديد سعر الخدمة البيطرية
- ♦ اقتراح منهجية لتسعير الخدمات البيطرية
- ♦ تطوير منهجية عملية في الخدمة الهاتفية
- ♦ التدريب دائماً على جمع كل ما يتم القيام به ودفع الفواتير
- ♦ تحديد أسب وسائل الإعلان لكل إجراء
- ♦ اظهار أهمية استطلاعات الرضا لمعرفة رأي عملائنا فينا
- ♦ وضع منهجية لإدارة الشكاوى والمطالبات
- ♦ تطوير منهجية لتحويل كل استراتيجية، على الأقل، في عمل معين
- ♦ 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 نماذج تساعد في التحكم في إجراءات التسويق

## الوحدة 7. إدارة الموارد البشرية في المراكز البيطرية

- ♦ تحديد مفاتيح التخطيط الاستراتيجي للقوى العاملة
- ♦ تعريف وتحديد ملف تعريف المرشح لوظيفة
- ♦ إنشاء المخطط التنظيمي لمركز العمل
- ♦ 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

## الوحدة 8. المهارات القيادية والإدارية المطبقة في المراكز البيطرية

- ♦ 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
- ♦ 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

### الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- ♦ تحليل تأثير العولمة على حوكمة الشركات وإدارة الشركات
- ♦ تقييم أهمية القيادة الفعالة في إدارة ونجاح الشركات.
- ♦ تحديد استراتيجيات الإدارة متعددة الثقافات وأهميتها في بيئات الأعمال المتنوعة
- ♦ تطوير المهارات القيادية وفهم التحديات الحالية التي تواجه القادة
- ♦ تحديد مبادئ وممارسات أخلاقيات العمل وتطبيقها في عملية اتخاذ القرارات المؤسسية
- ♦ هيكلة استراتيجيات تنفيذ وتحسين الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات

### الوحدة 12. قيادة الأفراد وإدارة المواهب

- ♦ تحديد العلاقة بين التوجه الاستراتيجي وإدارة الموارد البشرية
- ♦ الخوض في المهارات اللازمة لإدارة الموارد البشرية الفعالة القائمة على الكفاءة.
- ♦ تعميق منهجيات تقييم الأداء وإدارة الأداء
- ♦ دمج ابتكارات إدارة المواهب وأثرها على الاحتفاظ بالموظفين وولائهم
- ♦ تطوير استراتيجيات لتحفيز وتطوير فرق العمل عالية الأداء
- ♦ اقتراح حلول فعالة لإدارة التغيير وحل النزاعات في المؤسسات

### الوحدة 13. الإدارة التنفيذية

- ♦ تحديد مفهوم الإدارة العامة وصلتها بإدارة الأعمال
- ♦ تقييم أدوار ومسؤوليات المدير في الثقافة المؤسسية
- ♦ تحليل أهمية إدارة العمليات وإدارة الجودة في سلسلة القيمة
- ♦ تطوير مهارات التواصل بين الأشخاص ومهارات التحدث أمام الجمهور لتدريب المتحدثين الرسميين

### الوحدة 9. العمليات الإنتاجية في المراكز البيطرية

- ♦ تحليل عمليات الإنتاج المختلفة للمراكز البيطرية
- ♦ تحديد وتقييم "الاختناقات" في عمليات الإنتاج
- ♦ تعميق المعرفة بنماذج الأعمال للمركز البيطري
- ♦ تقديم نموذج إدارة lean المطبق على مركز بيطري
- ♦ تجميع المزايا والمرافق الخاصة بنموذج الإدارة lean
- ♦ اقتراح منهجية لتنفيذ نموذج الإدارة lean
- ♦ تقديم أمثلة عملية للتحكم والتحسين المستمر لإدارة الأعمال وفقاً للنموذج lean

### الوحدة 10. الجوانب القانونية والإدارة في المراكز البيطرية

- ♦ تحديد الأنواع المختلفة لشركات العمل الموجودة
- ♦ فحص الصحة المهنية التي يجب أن نطبقها في مركزنا الصحي البيطري لنضمن للعاملين لدينا تطويراً صحيحاً لوظائفهم بأكثر الطرق أماناً وفقاً للوظائف التي يتعين القيام بها
- ♦ تحديد الفئات والوظائف المهنية التي يجب على كل عضو من أعضاء فريق العمال لدينا القيام بها، مع احترام الاتفاقية الجماعية للمراكز الصحية البيطرية
- ♦ تطوير علاقة صحيحة مع الموردين، ومعرفة طرق الارتباط بهم ووضع شروط تجارية مرضية لكلا الطرفين، مواعيد وشروط الدفع
- ♦ تحديد وإنشاء بروتوكول فعال لإدارة المدينين والمتعثرين، من التفويضات التي يجب توقيعها إلى الإقرار بالديون، وإدارة التأجيلات، والتمويل، وحتى إجراءات السداد إذا لزم الأمر
- ♦ تحديد وتطوير بروتوكولات لخدمة العملاء عبر الهاتف، وبشكل أساسي تنفيذ وتقييم هذه البروتوكولات (من إبلاغ العميل بالرعاية المقدمة لحيواناته إلى كيفية توصيل الأخبار السيئة)

# الكفاءات

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



سيسمح لك هذا البرنامج باكتساب المهارات  
اللازمة لتكون أكثر فعالية في عملك اليومي"



## الكفاءات العامة



- ♦ إدارة الشركات في القطاع بأكثر الطرق فعالية وكفاءة والحصول على النتائج المتوقعة في النهاية
- ♦ تصميم وتطوير وتنفيذ ومراقبة وتحسين خطة العمل الخاصة بك



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

## الكفاءات المحددة



- ♦ التعرف على التحديات الجديدة في الصحة العامة، باتباع إرشادات الاقتصادات الخضراء والمستدامة
- ♦ إجراء تحليل نقاط القوة والفرص ونقاط الضعف والتهديدات لمعرفة خصوميات العمل والبيئة ولتكون قادرًا 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



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتضمن البرنامج في هيئة التدريس خبراء مرجعيين في إدارة وتوجيه المراكز البيطرية الذين يصبون في هذا التدريب تجربة عملهم. إنهم أطباء مهنيون مشهورون عالمياً من مختلف البلدان مع خبرة مهنية نظرية وعملية مثبتة.



لدينا أفضل فريق تعليمي، يتمتع بخبرة واسعة  
في إدارة وتوجيه المراكز البيطرية، مصممون  
على نقل كل معارفهم حول هذا القطاع إليك "



## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



## أ. Jennifer Dove

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



تضم جامعة TECH مجموعة متميزة ومتخصصة  
من المديرين الدوليين المستضافيين الذين  
يشغلون مناصب قيادية مهمة في أكثر  
الشركات تطوراً في السوق العالمية"

## المدير الدولي المستضاف

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

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

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



## أ. Rick Gauthier

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



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

## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



## أ. Arman, Romi

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



هل ترغب في تحديث معرفتك بأعلى جودة  
تعليمية؟ تقدم لك جامعة TECH أحدث محتوى في  
السوق الأكاديمي، صممه خبراء مشهورون 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. وقد 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. وقد 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، والقياس و الإنسان. في الواقع، حصلت الشركة على العديد من الجوائز عن عملها، بما في ذلك جائزة الريادة BIM، و جائزة الريادة في البحث، جائزة برنامج توليد العملاء المحتملين للتصدير و جائزة أفضل نموذج مبيعات في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا.

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

وقد قاد أيضاً فريق عمل في شركات مثل Airbus، Siemensg Eaton، حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. وقد اشتهر بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة مع العملاء والعمل 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 محللي الصناعة في Google, ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google, أيرلندا
- ♦ Accounts Payable في Eaton, المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في شركة Airbus, ألمانيا



راهن على جامعة ITECH! ستتمكن من الوصول إلى أفضل المواد التعليمية، في طليعة التكنولوجيا والتعليم، والتي ينفذها متخصصون مشهورون دوليًا في هذا المجال"

## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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

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



## أ. La Sala, Andrea

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



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



## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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

## أ. Mick Gram

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



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

## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



## أ. Stevenson, Scott

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



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

## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



## أ. Nyquist, Eric

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



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

## هيكـل الإدارة

### د. Barreneche Martínez, Enrique

- ♦ مدير شركة الاستشارات Vets Power.com، وهي شركة استشارات أعمال مخصصة حصراً للمراكز الصحية البيطرية للحيوانات الأليفة
- ♦ نائب رئيس الرابطة الإقليمية لأرباب العمل في قطاع الطب البيطري في أليكانتي، AEVA
- ♦ امين المال في اتحاد الأعمال البيطري الأسباني (CEVE)
- ♦ أحد مؤسسي مجموعة عمل الإدارة والتنظيم التابعة لرابطة AVEPA
- ♦ مؤسس ومالك المركز البيطري AMIC في Alicante
- ♦ بكالوريوس في الطب البيطري من جامعة Complutense de Madrid
- ♦ مؤلف كتابي إدارة الأعمال في المراكز البيطرية: ¿Quién se ha llevado mi centro veterinario? و Ya encontré mi centro veterinario!
- ♦ 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



## الأساتذة

## د. Saleno, Delia

- ♦ مديرة مركز Son Dureta البيطري
- ♦ رئيسة CEVE Balears
- ♦ عضوة مجلس إدارة الاتحاد الإسباني لمنظمات الأعمال التجارية وممثل قطاع الطب البيطري
- ♦ نائبة اتحاد الأعمال البيطري الأسباني (CEVE)
- ♦ دراسات الدكتوراه في جامعة العلوم الزراعية والطب البيطري Cluj-Napoca. رومانيا
- ♦ بكالوريوس في الطب البيطري من جامعة العلوم الزراعية والطب البيطري في كلوج نابوكا رومانيا
- ♦ شهادة الدراسات المتقدمة في عيادة الحيوانات الصغيرة
- ♦ مؤهل بحثي في علم الوراثة الخلوية من جامعة قرطبة مع دراسة عن العقم في الخيول
- ♦ دورة التأهيل كـمقيّم في إجراءات اعتماد الكفاءات المهنية عن طريق الخبرة العملية 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. Albuxech Martínez, Miguel

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

## د. Martín González, Abel

- ♦ مدير مستشفى Talavera البيطري السريري
- ♦ مدير تقني في ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino في 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 وعضو مؤسس في اتحاد الأعمال البيطري الأسباني CEVE
- ♦ رئيس وعضو مؤسس في اتحاد الأعمال البيطري في كاستيلا لا مانشا CEVE-CLM
- ♦ عضوة في: العديد من الجمعيات المهنية الوطنية والدولية مثل AVEPA و ANEMBE و SEOC و AVETO واللجنة الرقمية للاتحاد الإسباني لمنظمات الأعمال في إسبانيا (CEOE)

## أ. Vilches Sáez, José Vicente

- ♦ رئيس مشروع درس ACV
- ♦ مدير منصة التدريب Cursoveterinaria.es
- ♦ مدير المشروع دروس Duna
- ♦ مدير المبيعات من Gesvilsa
- ♦ مدير التدريب المهني Duna SL
- ♦ Community Manager
- ♦ إدارة أعمال السكرتارية من AGESVET
- ♦ المدير التجاري لـ Provet Cloud. إسبانيا
- ♦ مدير تقني للمبيعات من Guerrero Coves
- ♦ بكالوريوس إدارة الأعمال من مجموعة Método

#### 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
- ♦ بكالوريوس في العلوم البيولوجية من جامعة كومبلوتنس بمدريد
- ♦ ماجستير جامعي في التسويق الرقمي من مدرسة EAE لإدارة الأعمال وجامعة برشلونة
- ♦ ماجستير الجامعية في إدارة الموارد البشرية من قبل مدرسة Business School وجامعة برشلونة
- ♦ أستاذ مشارك بكلية الطب البيطري بجامعة Alfonso X el Sabio

#### أ. Muñoz Sevilla, Carlos

- ♦ طبيب بيطري في قسم التخدير
- ♦ رئيس قسم التخدير في مستشفى Valencia Sur البيطري
- ♦ مدير عيادة San Francisco البيطرية
- ♦ بكالوريوس في الطب البيطري من جامعة Complutense de Madrid
- ♦ MBA من جامعة Jaume 1
- ♦ مشارك في تطوير وتدريب وحدة الموارد البشرية في AGESVET

#### أ. Tabares Rivero, Núria

- ♦ مستشارة ومدربة التوظيف
- ♦ منسقة في العيادة البيطرية تيرا فيلا-ريال
- ♦ استشارية ومدربة تنفيذية في مجال تدريب القدرات
- ♦ المديرية التقنية لعيادة Terra San Fernando البيطرية
- ♦ منسقة التسويق الرقمي في جمعية Agesvet Eaha
- ♦ بكالوريوس في الطب البيطري من جامعة برشلونة المستقلة
- ♦ عضوة في: الجمعية البيطرية للحياة البرية والغريبة والحياة البرية

**أ. Navarro Ferrer, María José**

- ♦ مؤسسة مشاركة وأخصائية نفسية في تدريب القدرات
- ♦ أخصائية نفسية متخصصة في ورش العمل للشركات والمؤسسات الخاصة
- ♦ بكالوريوس في علم النفس من جامعة Valencia
- ♦ ماجستير في علم النفس العيادي CTMC فالنسيا
- ♦ دراسات عليا في علم الشيخوخة الاجتماعي بجامعة فالنسيا
- ♦ دراسات عليا في اليقظة والعلاجات النفسية IL3 من جامعة برشلونة
- ♦ مدرس في Recull من أنشطة خدمات التوظيف المحلية: الأفراد والشركات من برشلونة

**أ. Rotger Campins, Sebastiá**

- ♦ سكرتير الشركات البيطرية في جزر البليار (EMVETIB)
- ♦ سكرتير اتحاد الأعمال البيطرية الأسباني (CEVE)
- ♦ رئيس قسم العمل والتنظيم والتدريب في CEVE
- ♦ 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



# الهيكل والمحتوى

تم تصميم هيكل المحتوى من قبل أفضل المهنيين في قطاع إدارة وتوجيه المراكز البيطرية، مع سجل حافل ومكانة معترف بها في المهنة، مدعوماً بحجم الحالات التي تمت مراجعتها ودراستها، وبإتقان واسع النطاق للتقنيات الجديدة.



لدينا البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا  
وتحديثا في السوق. نسعى لتحقيقه  
التميز ولأن تحققه أنت أيضًا"



## الوحدة 1. القطاع الاقتصادي للمراكز الصحية البيطرية

- 1.1 دور الحيوان الأليفة في مجتمع اليوم
  - 1.1.1 الحيوانات الأليفة وفوائدها للصحة الجسدية والعاطفية للناس
    - 2.1.1 الحيوانات الأليفة والنمو الصحي للقاصرين
    - 3.1.1 الحيوانات الأليفة والشيخوخة الصحية
    - 4.1.1 الحيوانات الأليفة وفوائد التعايش في المجتمع
    - 5.1.1 إساءة معاملة الحيوانات وعلاقتها بالعنف في الأسرة
    - 6.1.1 الحيوانات في سياق العلاج والمساعدة
  - 2.1 دور الشركة في السياق الاجتماعي الحالي
    - 1.2.1 المسؤولية الاجتماعية للشركات
    - 2.2.1 تغير المناخ و الاتفاق الأخضر الجديد Green New Deal
    - 3.2.1 أهداف التنمية المستدامة وخطة عام 0302
    - 4.2.1 التحديات التي تواجه شركة الخدمات البيطرية
- 3.1 سوق الحيوانات الأليفة
  - 1.3.1 الصناعة، التجزئة والتوزيع
  - 2.3.1 الخدمات
    - 1.2.3.1 الخدمات السريرية البيطرية
    - 2.2.3.1 خدمات تدريب الكلاب
    - 3.2.3.1 خدمات تصفيف الشعر
    - 4.2.3.1 السيطرة على الحيوانات البرية
  - 3.3.1 بيع الأدوية للاستخدام البيطري
  - 4.3.1 تربية وبيع الحيوانات الأليفة
  - 5.3.1 منظمة غير حكومية
- 4.1 تصنيف المراكز والخدمات الصحية البيطرية
  - 1.4.1 المراكز الصحية البيطرية
  - 2.4.1 خدمات الصحة البيطرية
  - 3.4.1 التعاون بين القطاعين العام والخاص
- 5.1 الوضع الاقتصادي الكلي للقطاع البيطري السريري
  - 1.5.1 الوضع الاجتماعي والاقتصادي القطاعي
  - 2.5.1 حالة التوظيف في القطاع
- 6.1 الصحة الرقمية في القطاع البيطري
  - 1.6.1 رقمنة القطاع البيطري
  - 2.6.1 العوامل والأدوات الرقمية التي ستفضل التغيير
  - 3.6.1 العوامل التي تعيق التطور الرقمي
  - 4.6.1 التفاضل الرقمي
  - 5.6.1 الوضع الحالي والتحديات الرقمية في القطاع البيطري

- 7.1 مفهوم "One Health" المطبق على المراكز الصحية البيطرية
  - 1.7.1 المفهوم العام لصحة واحدة - رفاهية واحدة
  - 2.7.1 دور الطبيب البيطري في "One Health"
- 8.1 تدريب الفئات العمالية في المراكز الصحية البيطرية
  - 1.8.1 السياق الحالي للتدريب في القطاع والاحتياجات الحقيقية للمراكز الصحية البيطرية
  - 2.8.1 تدريب مستمر
  - 3.8.1 تشكيل مزدوج
- 9.1 استراتيجية عمل القطاع
  - 1.9.1 الارتباطية الشرائكية: ما هي وكيف تمارس وما الغرض منها؟
  - 2.9.1 التدخل الاستباقي في وضع اللوائح التي تؤثر على القطاع
  - 10.1 وقت غير مستقر، وقت التغير واتجاهات السوق
    - 1.10.1 عامل بمفاهيم وحساسيات جديدة
    - 2.10.1 العمل مع الطلبات والاحتياجات الجديدة
    - 3.10.1 تحديات جديدة في الصحة العامة
    - 4.10.1 أشكال الاتصال الجديدة

## الوحدة 2. تطبيق خطة العمل على مراكز الطب البيطري

- 1.2 خطة العمل في المراكز البيطرية
  - 1.1.2 التخطيط والتحكم: وجهان لعملة واحدة
  - 2.1.2 لماذا ومن أجل ماذا لديك خطة؟
  - 3.1.2 من يجب أن يفعل ذلك؟
  - 4.1.2 متى تفعل ذلك؟
  - 5.1.2 كيف افعلها؟
  - 6.1.2 هل يجب أن تكون مكتوبة؟
  - 7.1.2 الأسئلة التي تحتاج إلى إجابة
  - 8.1.2 الأسئلة التي تحتاج إلى إجابة
- 2.2 التحليل الخارجي الأول: بيئة المراكز البيطرية
  - 1.2.2 ما الذي يجب أن يحتوي عليه؟
  - 2.2.2 بيئة سياسية
  - 3.2.2 البيئة الاقتصادية
  - 4.2.2 البيئة الاجتماعية
  - 5.2.2 البيئة التكنولوجية
  - 6.2.2 البيئة الأيكولوجية
  - 7.2.2 بيئة قانونية

- 8.2. خطة عمل لاستراتيجية المركز البيطري
  - 1.8.2. مما تتكون؟
  - 2.8.2. كيفية تطوير استراتيجية
  - 3.8.2. ما الذي يجب مراعاته في كل عمل
  - 4.8.2. تحديد أولويات الإجراءات على أساس الأهمية بالنسبة للأعمال
  - 5.8.2. الجدولة
- 9.2. خطة المراقبة ومتابعة خطة العمل للمركز البيطري
  - 1.9.2. التخطيط والتحكم
  - 2.9.2. ما هو ولماذا هو ضروري؟
  - 3.9.2. من وكيف تتحكم؟
  - 4.9.2. السيطرة على أساس المؤشرات
  - 5.9.2. صناعة القرار
- 10.2. خطة الطوارئ المطبقة على خطة العمل الخاصة بالمركز البيطري
  - 1.10.2. ما هو ولماذا يستخدم؟
  - 2.10.2. كيف نعمل ذلك؟
  - 3.10.2. كيفية استخدامها؟

### الوحدة 3. تطبيق الشؤون المالية على المراكز البيطرية

- 1.3. المصاريف والدخل في المركز البيطري
  - 1.1.3. سعر ثابت
  - 2.1.3. اسعار متغيرة
  - 3.1.3. التكاليف المباشرة
  - 4.1.3. التكاليف الغير مباشرة
  - 5.1.3. ايرادات الخدمة
  - 6.1.3. عائدات مبيعات المنتج
  - 7.1.3. هامش الربح الإجمالي
  - 8.1.3. صافي الهامش
  - 9.1.3. هامش على الشراء
  - 10.1.3. الهامش للبيع
- 2.3. بيان دخل المركز البيطري
  - 1.2.3. EBITDA
  - 2.2.3. EBIT وBAI
  - 3.2.3. المردودية
  - 4.2.3. الإنتاج
  - 5.2.3. النتيجة الصافية

- 3.2. التحليل الخارجي 2: البيئة التنافسية المطبقة على قطاع المراكز البيطرية
  - 1.3.2. العملاء
  - 2.3.2. المنافسة
  - 3.3.2. الموردون
  - 4.3.2. آخرون
- 4.2. تحليل داخلي لمركز بيطري
  - 1.4.2. المرافق والمعدات
  - 2.4.2. العمال
  - 3.4.2. الدخل / المصاريف
  - 4.4.2. العملاء
  - 5.4.2. الأسعار
  - 6.4.2. الخدمات
  - 7.4.2. التواصل مع العملاء
  - 8.4.2. التدريب في مجال
  - 9.4.2. الموردون
  - 10.4.2. المنافسة
- 5.2. تحليل نقاط القوة والفرص والضعف والتهديدات و التصحيح والتعامل والصيانة والاستغلال المطبق في مراكز الطب البيطري
  - 1.5.2. نقاط الضعف
  - 2.5.2. نقاط القوة
  - 3.5.2. التهديدات
  - 4.5.2. الفرص
  - 5.5.2. التصحيح
  - 6.5.2. المواجهة
  - 7.5.2. المحافظة
  - 8.5.2. الاستفادة
- 6.2. أهداف المراكز البيطرية كشركات
  - 1.6.2. ما هم؟
  - 2.6.2. الخصائص: سمات
  - 3.6.2. الأنواع
- 7.2. استراتيجيات العمل في المراكز البيطرية
  - 1.7.2. العناصر ال 7 لتسويق الخدمة
  - 2.7.2. المنتج - الخدمة
  - 3.7.2. السعر
  - 4.7.2. التوزيع
  - 5.7.2. تواصل
  - 6.7.2. أشخاص
  - 7.7.2. الإجراءات
  - 8.7.2. دليل - إثبات

- 8.3 مؤشرات الإدارة الرئيسية في المراكز البيطرية
  - 1.8.3 المفاهيم
  - 2.8.3 معلومات أساسية
  - 3.8.3 المؤشرات الأكثر شيوعاً في المراكز البيطرية
  - 4.8.3 مؤشرات الموارد البشرية الأساسية
  - 5.8.3 المؤشرات الأساسية لجودة خدمة العملاء
  - 6.8.3 اختيار مؤشرات الإدارة الرئيسية
- 9.3 لوحة المراقبة المالية المطبقة على المراكز البيطرية
  - 1.9.3 أساسيات بطاقة الأداء المالي
  - 2.9.3 تحليل الاتجاهات والمقارنات بين الفترات
  - 3.9.3 تشغيل لوحة التحكم
  - 4.9.3 تفسير نتائج بطاقة الأداء
- 10.3 توازن الوضع في المركز البيطري
  - 1.10.3 المفهوم
  - 2.10.3 هيكل الميزانية العمومية
  - 3.10.3 تكوين الميزانية العمومية
  - 4.10.3 تقييم الأصول
  - 5.10.3 تشخيص الميزانية العمومية وبيان الدخل
  - 6.10.3 تحليل الميزانية العمومية
  - 7.10.3 دراسة النسب الأكثر إثارة للاهتمام في الميزانية العمومية
  - 8.10.3 تحليل ديناميكي للأسهم
  - 9.10.3 تحليل بيان الدخل
  - 10.10.3 مؤشرات بيان الدخل

## الوحدة 4. استراتيجية العمل والابتكار في المراكز البيطرية

- 1.4 دور مدير المركز البيطري
  - 1.1.4 الإدارة العامة
  - 2.1.4 إدارة الموارد البشرية
  - 3.1.4 الإدارة المالية
  - 4.1.4 إدارة الصحة المهنية
  - 5.1.4 إدارة تكنولوجيا المعلومات
  - 6.1.4 إدارة التسويق والمبيعات
  - 7.1.4 إدارة خدمة العملاء والعلاقات العامة
  - 8.1.4 إدارة التغيير

- 3.3 إدارة المخزون في المستودع في المركز البيطري
  - 1.3.3 تكلفة المبيعات
  - 2.3.3 خصائص نظام إدارة المخزون
  - 3.3.3 مراقبة الإمدادات و المخزون
  - 4.3.3 نقطة تنبيه المخزون
  - 5.3.3 مخزون الأمن
  - 6.3.3 نقطة الطلب
  - 7.3.3 تدوير المخزون
- 4.3 نسب المبيعات في المركز البيطري. نقطة التوازن
  - 1.4.3 النسب العملية الرئيسية في المركز البيطري
    - 1.1.4.3 تردد المعاملة
    - 2.1.4.3 متوسط مبلغ الصفقة
    - 3.1.4.3 متوسط الإنفاق لكل عميل
    - 4.1.4.3 عدد المعاملات اليومية
    - 5.1.4.3 عدد المعاملات في السنة
  - 2.4.3 مفهوم مركز التوازن
  - 3.4.3 الحساب المتوقع لنقطة التوازن
  - 4.4.3 الحساب بأثر رجعي لنقطة التوازن
- 5.3 تحليل تكاليف الخدمات في المركز البيطري. الاستثمارات التكنولوجية
  - 1.5.3 أساسيات تحليل التكلفة في المراكز البيطرية
    - 1.1.5.3 تحليل تكلفة الممارسة البيطرية
    - 2.1.5.3 تحليل تكلفة الخدمات المهنية الأخرى
  - 2.5.3 حساب الربحية في استثمار تكنولوجي
- 6.3 مراقبة الخزينة وإدارة الميزانية في المراكز البيطرية
  - 1.6.3 أساسيات مراقبة الخزينة
  - 2.6.3 أدوات مراقبة الخزينة
  - 3.6.3 أساسيات إدارة الميزانية
  - 4.6.3 أدوات لإدارة الميزانية
- 7.3 التقييم الاقتصادي للمركز البيطري
  - 1.7.3 أساسيات التقييم الاقتصادي للمركز البيطري
  - 2.7.3 منهجية تقييم المركز البيطري
  - 3.7.3 شهرة المحل

- 7.4. تطبيق النماذج الأولية للابتكار في المراكز البيطرية
  - 1.7.4. الحد الأدنى من نظام الابتكار القابل للتطبيق
  - 2.7.4. بطاقة أداء الابتكار العالمي
  - 3.7.4. الخطة التشغيلية للابتكار
- 8.4. أنماط نماذج الأعمال في قطاع المراكز الصحية البيطرية
  - 1.8.4. تفصيل نماذج الأعمال
  - 2.8.4. ذيل طويل
  - 3.8.4. منصات متعددة الأطراف
  - 4.8.4. نموذج الأعمال المجانية (Freemium)
  - 5.8.4. نماذج الأعمال المفتوحة
- 9.4. Design thinking والتطبيق في المراكز البيطرية
  - 1.9.4. المفهوم
  - 2.9.4. المبادئ التوجيهية والمفاتيح
  - 3.9.4. الأدوات
- 10.4. البحث من أجل التحسين المستمر في استراتيجية العمل في المراكز البيطرية
  - 1.10.4. مراقبة الخطة الإستراتيجية للمركز البيطري
  - 2.10.4. تنفيذ التحسينات في استراتيجية المركز البيطري

## الوحدة 5. العميل / مستخدم المراكز البيطرية

- 1.5. خدمة العملاء في المراكز البيطرية
  - 1.1.5. التميز في خدمة العملاء
  - 2.1.5. إدارة خدمة العملاء
  - 3.1.5. الامتثال في المراكز البيطرية كأداة ولاء
- 2.5. التواصل وجهاً لوجه في المراكز البيطرية
  - 1.2.5. المزايا العملية للتواصل مع العملاء
  - 2.2.5. النموذج الحالي
  - 3.2.5. احتياجات العملاء
  - 4.2.5. إدارة جودة خدمة العملاء
  - 1.4.2.5. قنوات التواصل مع العملاء
  - 2.4.2.5. أنظمة الكمبيوتر / قواعد البيانات (CRM)
  - 3.4.2.5. استطلاعات تقييم الجودة
- 3.5. مهارات الاتصال الأساسية لمتخصصي المراكز البيطرية
  - 1.3.5. السؤال في الاتصال المهني
  - 2.3.5. الاستماع في التواصل المهني
  - 3.3.5. التواصل غير اللفظي
  - 4.3.5. التواصل اللفظي
  - 5.3.5. علاج نقص الأكسجين في الدم في المراكز البيطرية

- 2.4. التخطيط الاستراتيجي في المراكز البيطرية
  - 1.2.4. التعريف
  - 2.2.4. الشعور باستراتيجية العمل
  - 3.2.4. الخطة الإستراتيجية للمركز البيطري
- 3.4. المرحلة الفلسفية للتخطيط الاستراتيجي للمركز البيطري
  - 1.3.4. التعريف
  - 2.3.4. العوامل
    - 1.2.3.4. الرسالة
    - 2.2.3.4. الرؤية
    - 3.2.3.4. قيم
    - 4.2.3.4. الأدوات
    - 5.2.3.4. الأهداف الاستراتيجية
  - 3.3.4. أمثلة عملية
- 4.4. نماذج الأعمال في المراكز البيطرية التقليدية
  - 1.4.4. المقدمة
  - 2.4.4. هيكل المراكز البيطرية
  - 3.4.4. الخدمات
  - 4.4.4. طاقم المركز البيطري
- 5.4. البحث عن الابتكار في المراكز البيطرية
  - 1.5.4. مفهوم الابتكار في القطاع البيطري
  - 2.5.4. تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق على المراكز البيطرية
    - 1.2.5.4. المفهوم
    - 2.2.5.4. أدوات تحليلية
  - 3.5.4. منهجية Canvas للابتكار في المراكز البيطرية
    - 1.3.5.4. التوصيف
    - 2.3.5.4. التشغيل
  - 4.5.4. صياغة استراتيجيات الابتكار في المراكز البيطرية
    - 1.4.5.4. توليد الأفكار الجديدة والتوليف
    - 2.4.5.4. بؤر الابتكار
- 6.4. تصميم عرض القيمة لعملاء المركز البيطري
  - 1.6.4. الملف التعريفي للعميل / مستخدم المراكز البيطرية
  - 2.6.4. خريطة القيمة
  - 3.6.4. التوافق بين عرض القيمة وملف تعريف العميل المطبق على المراكز البيطرية

- 4.5. التعاطف كمهارة أساسية في القرن الحادي والعشرين في العلاقة مع عملاء المراكز البيطرية
  - 1.4.5. التعريف والوصف
  - 2.4.5. تعبيرات عن التعاطف
  - 3.4.5. أدوات للعمل التعاطف مع عملاء المراكز البيطرية
  - 5.5. منهجية لمواجهة المواقف الصعبة بنجاح مع عملاء المركز البيطري
    - 1.5.5. العادات الأربع الأساسية للأطباء ذوي الكفاءة العالية
    - 2.5.5. خصائص الصراع بين المهنيين وعملائهم
    - 3.5.5. منهجية التعامل مع المواقف الصعبة مع عملاء المراكز البيطرية
      - 1.3.5.5. تحديد المشكلة
      - 2.3.5.5. اكتشاف المعنى
      - 3.3.5.5. اغتنم الفرص
      - 4.3.5.5. تعيين حدود العلاقة
      - 5.3.5.5. قدم المساعدة لحل المشكلة
    - 4.5.5. أداة لتحسين مهارات الاتصال المهنية
- 6.5. التواصل داخل الممارسة البيطرية
  - 1.6.5. المقدمة
  - 2.6.5. نموذج كالجاري - كامبريدج المطبق على الممارسة البيطرية
    - 1.2.6.5. مرحلة التحضير
    - 2.2.6.5. بداية الاستشارة
    - 3.2.6.5. جمع المعلومات
    - 4.2.6.5. النتائج والتخطيط
    - 5.2.6.5. قدم المعلومات الصحيحة
    - 6.2.6.5. التفاهم المتبادل
    - 7.2.6.5. الانتهاء من الاستشارة
  - 3.6.5. نقل الأخبار السيئة إلى عملاء المراكز البيطرية
- 7.5. استراتيجيات العلاقة مع عملاء المركز البيطري
  - 1.7.5. التسويق العلائقي
  - 2.7.5. التوقعات الرئيسية للعملاء ومستخدمي المراكز البيطرية
  - 3.7.5. إدارة علاقات العملاء على المدى الطويل
    - 1.3.7.5. نموذج MSMD (أفضل خدمة لأفضل العملاء)
    - 2.3.7.5. النموذج الجديد لإدارة علاقات العملاء
- 8.5. تقسيم وتوصيف العملاء في المركز البيطري
  - 1.8.5. القطاعات ومحافظ العملاء
    - 1.1.8.5. عملية الكارتر في المراكز البيطرية
    - 2.8.5. المزايا الاستراتيجية للكارتر
    - 3.8.5. العملاء الأكثر قيمة (MVC)

- 9.5. تجربة العملاء (CX) وتجربة المستخدم (UX) في المراكز البيطرية
  - 1.9.5. لحظة الحقيقة
  - 2.9.5. العناصر التي تشكل تجربة العميل
  - 3.9.5. تجربة المستخدم
- 10.5. التطبيق العملي لتجربة العميل والمستخدم في المراكز البيطرية
  - 1.10.5. المراحل
    - 1.1.10.5. دراسة وتحليل تجارب المستخدم
    - 2.1.10.5. تعريف المنصة التجريبية
    - 3.1.10.5. تصميم وتخطيط الخبرات
    - 4.1.10.5. تنظيم الاتصال أو الاجتماع مع العملاء
    - 5.1.10.5. المنهج العملي

## الوحدة 6. التسويق المطبق في المراكز البيطرية

- 1.6. التسويق في المراكز البيطرية
  - 1.1.6. التعريف
  - 2.1.6. الاحتياجات - أسباب الشراء
  - 3.1.6. العرض والطلب
  - 4.1.6. تطور التسويق
  - 5.1.6. الشركات الحالية
  - 6.1.6. العميل الحالي
  - 7.1.6. الوفاء: تسويق القرن الحادي والعشرين
- 2.6. ماذا يباع في المراكز البيطرية؟
  - 1.2.6. المنتجات
  - 2.2.6. الخدمات
  - 3.2.6. الاختلافات بين المنتجات والخدمات
  - 4.2.6. ال P4 للمنتجات
  - 5.2.6. ال P7 للخدمات
- 3.6. خدمات - منتجات في المراكز البيطرية
  - 1.3.6. محافظة الخدمات
  - 2.3.6. محافظة المنتج
  - 3.3.6. كيف تبيع المنتجات
  - 4.3.6. كيف تبيع الخدمات
  - 5.3.6. التمايز - القيمة المضافة
  - 6.3.6. تقنية CABE
  - 7.3.6. التسويق العصبي وتطبيقه على المبيعات

- 4.6 أسعار الخدمات والمنتجات في المراكز البيطرية
  - 1.4.6 أهمية السعر في الشركة
  - 2.4.6 نسبية السعر في الخدمات
  - 3.4.6 كيف تحدد أسعار الخدمة؟
  - 4.4.6 كيف تصلح أسعار المنتج؟
  - 5.4.6 قائمة الاسعار
  - 6.4.6 كيف تعطي أسعار الخدمة للعملاء؟
  - 7.4.6 كيف تحدد تعليقات السعر المرتفع؟
  - 8.4.6 منحنى 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
  - 1.5.6 التواصل مع العملاء الداخليين: الموظفون
  - 2.5.6 الحاجة تنسيق الرسالة
  - 3.5.6 تعدد القنوات والقناة الشاملة
  - 4.5.6 في غرفة الانتظار
  - 5.5.6 الاهتمام عبر الهاتف
  - 6.5.6 في الاستشارة
  - 7.5.6 تذكير
  - 8.5.6 حملات الصحة الوقائية
  - 9.5.6 دكتور جوجل البيطري وإدارته من قبل الطبيب البيطري
  - 10.5.6 أسباب تغيير العميل للطبيب البيطري
  - 11.5.6 استطلاعات الرضا
  - 12.5.6 مطالبات في مركز بيطري
- 6.6 اعلان في المراكز البيطرية
  - 1.6.6 ما نوع العملاء الذين أرغب في الوصول إليهم؟
  - 2.6.6 قاعة الانتظار
  - 3.6.6 العناصر الترويجية
  - 4.6.6 الوسائل المكتوبة
  - 5.6.6 الوسائط الرقمية
  - 6.6.6 آخرون
- 7.6 البيع العابر في المراكز البيطرية
  - 1.7.6 ما هو ولماذا يستخدم ؟
  - 2.7.6 أنواع البيع المتقاطع
  - 3.7.6 كيف يتم تنفيذها؟
  - 4.7.6 الخدمة + الخدمة
  - 5.7.6 الخدمة + المنتج
  - 6.7.6 المنتج + المنتج
  - 7.7.6 العمل بروح الفريق الواحد
- 8.6 بضائع
  - 1.8.6 التعريف
  - 2.8.6 الأركان
  - 3.8.6 الأهداف
  - 4.8.6 عملية قرار الشراء وأنواع الشراء
  - 5.8.6 الخارج
    - 1.5.8.6 الواجهة
    - 2.5.8.6 الهوية
    - 3.5.8.6 الباب
    - 4.5.8.6 الخزانة
  - 6.8.6 الداخل
    - 1.6.8.6 تشكيلة
    - 2.6.8.6 تخطيط الفضاء
    - 7.8.6 إدارة المخزون
    - 8.8.6 التنشيط في نقط البيع
      - 1.8.8.6 الخارجية
      - 2.8.8.6 الداخلية
      - 3.8.8.6 الإعلان في نقاط البيع
      - 4.8.8.6 الترويجات
- 9.6 التسويق الرقمي في المراكز البيطرية
  - 1.9.6 لمحة عامة
  - 2.9.6 تأثير السجل الرسمي لمنتجاتي ومشغلي وسائل الدفاع عن الصحة النباتية
  - 3.9.6 مزج التسويق: الغير متصل بالإنترنت وعبر الإنترنت
  - 4.9.6 الموقع الإلكتروني لمركز بيطري
  - 5.9.6 الشبكات الاجتماعية المطبقة على المراكز البيطرية
    - 1.5.9.6 Facebook
    - 2.5.9.6 Twitter
    - 3.5.9.6 Instagram
    - 4.5.9.6 قناة YouTube
  - 6.9.6 التسويق عبر البريد الإلكتروني
  - 7.9.6 أدوات المراسلة الفورية

- 7.7. اتصال داخلي في مركز بيطري
  - 1.7.7. التواصل الفعال
  - 2.7.7. أدوات الاتصال الداخلي
  - 3.7.7. اجتماعات فعالة
- 8.7. تقييم أداء معاوني المركز البيطري
  - 1.8.7. مفاهيم مهمة
  - 2.8.7. إنشاء المؤشرات
  - 3.8.7. نماذج التقييم
  - 4.8.7. التطبيق
  - 5.8.7. العلاقة مع الحوافز
- 9.7. الاحتفاظ بالمتعاون القيم في المراكز البيطرية
  - 1.9.7. الرضا الوظيفي
  - 2.9.7. تحفيز
  - 3.9.7. التقدير والمكافآت
  - 4.9.7. الترويج والترقيات
- 10.7. أجر المتعاونين في المراكز البيطرية
  - 1.10.7. الرواتب حسب الفئات
  - 2.10.7. ثابت ومتغير
  - 3.10.7. معايير تحديد الحوافز
  - 4.10.7. أنواع الحوافز: الاقتصادية وغير الاقتصادية
  - 5.10.7. راتب عاطفي

## الوحدة 8. المهارات القيادية والإدارية المطبقة في المراكز البيطرية

- 1.8. مهارات الإدارة الأساسية في مدير و / أو مالك مركز بيطري
  - 1.1.8. الإدارة
  - 2.1.8. صناعة القرار
  - 3.1.8. قدرة القرار
  - 4.1.8. المرونة
  - 5.1.8. معرفة الذات
  - 6.1.8. التخمين الصحيح
  - 7.1.8. تواصل
  - 8.1.8. الذكاء العاطفي

- 10.6. أدوات الولاء لعملاء المراكز البيطرية
  - 1.10.6. ليس كل العملاء لديهم نفس القيمة
  - 2.10.6. الخطط الصحية
  - 3.10.6. حملات الصحة الوقائية
  - 4.10.6. تأمين بيطري
  - 5.10.6. أنظمة تجميع النقاط
  - 6.10.6. كوبونات خصم
  - 7.10.6. آخرون

## الوحدة 7. إدارة الموارد البشرية في المراكز البيطرية

- 1.7. التخطيط الاستراتيجي لموظفي المركز البيطري 1
  - 1.1.7. أبعاد الفريق
  - 2.1.7. المهارات والمواهب
  - 3.1.7. الأدوار والمسؤوليات والمهام
- 2.7. التخطيط الاستراتيجي لموظفي المركز البيطري 2
  - 1.2.7. تحليل ووصف الوظائف
  - 2.2.7. أهداف الوظيفة
  - 3.2.7. الهيكل التنظيمي
- 3.7. عملية الاختيار في المركز البيطري 1
  - 1.3.7. الملفات الشخصية
  - 2.3.7. تصميم عرض العمل
  - 3.3.7. استقبال واختيار المناهج
- 4.7. عملية الاختيار في المركز البيطري 2
  - 1.4.7. قراءة المنهج: الكشف عن المهارات والمراجع
  - 2.4.7. نموذج مقابلة العمل، الأسئلة الرئيسية
  - 3.4.7. التواصل مع المرشحين
- 5.7. توظيف وإدماج المتعاونين في مركز بيطري
  - 1.5.7. التوظيف والفئات المهنية
  - 2.5.7. كشوف المرتبات
  - 3.5.7. عملية الاستقبال
- 6.7. تشكيل فريق المركز البيطري
  - 1.6.7. أهداف التشكيل
  - 2.6.7. التشكيل الداخلي والخارجي
  - 3.6.7. التقييم والجوانب الاقتصادية للتدريب
  - 4.6.7. الخطط الوظيفية

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

## الوحدة 9. العمليات الإنتاجية في المراكز البيطرية

- 1.9. مقدمة لعمليات الإنتاج في المراكز البيطرية
  - 1.1.9. مفهوم العمليات التجارية
  - 2.1.9. مقدمة في العمليات التجارية
  - 3.1.9. تمثيل رسومي للعمليات
  - 4.1.9. توحيد العملية
  - 5.1.9. أمثلة عملية للعمليات في المراكز البيطرية
- 2.9. تحليل عمليات الإنتاج بالمراكز البيطرية
  - 1.2.9. نظام إدارة العمليات
  - 2.2.9. قياس وتحسين العمليات التجارية
  - 3.2.9. خصائص العملية الموجهة والمدارة بشكل جيد
- 3.9. إنتاجية الأعمال في قطاع المراكز الصحية البيطرية
  - 1.3.9. ركز على الأهداف الرئيسية
  - 2.3.9. القيمة المضافة المتولدة للعميل
  - 3.3.9. تحليل القيمة التي تقدمها العمليات
  - 4.3.9. القدرة التنافسية
  - 5.3.9. الإنتاجية. تحليل الخسائر والتحسينات
- 4.9. نماذج إدارة الأعمال المطبقة على قطاع المراكز الصحية البيطرية
  - 1.4.9. إدارة الكتلة التقليدية
  - 2.4.9. الإدارة على أساس النموذج الخالي من الهدر
  - 3.4.9. إدارة قائمة على نموذج تقليدي محسن
- 5.9. مقدمة لنموذج الإدارة الخالية من الهدر المطبق على المراكز البيطرية
  - 1.5.9. المبادئ والخصائص الأساسية
  - 2.5.9. تيار النشاط
  - 3.5.9. نظام السحب أو Pull
  - 4.5.9. تدفق - Pull
  - 5.5.9. التحسين المستمر
- 6.9. النفايات في نموذج الإنتاج المطبق على المراكز البيطرية
  - 1.6.9. الهدر، waste أو التغيير
  - 2.6.9. أنواع الهدر
  - 3.6.9. أسباب الهدر
  - 4.6.9. التخلص من الهدر
- 7.9. تطبيق نموذج الإدارة الخالية من الهدر في المراكز البيطرية 1
  - 1.7.9. تكييف العملية
  - 2.7.9. تدفق Pull متوازن ومرن
  - 3.7.9. الانتقال من النموذج التقليدي إلى التطبيق العجاف
  - 4.7.9. المرحلة الأولى: إنشاء تدفق منتظم وغير متقطع

- 8.9. تطبيق نموذج الإدارة المرنة في المراكز البيطرية 2
  - 1.8.9. المرحلة الثانية: تدعيم التدفق، القضاء على الهدر، ضمان الجودة وتوحيد العمليات
  - 2.8.9. المرحلة الثالثة: إنشاء تدفق Pull
  - 3.8.9. المرحلة الرابعة: المرونة في إيقاع الإنتاج
- 9.9. تطبيق نموذج الإدارة الرشيق في المراكز البيطرية 3
  - 1.9.9. المرحلة الخامسة: المرونة في نوع المنتج
  - 2.9.9. المرحلة السادسة: التنفيذ الكامل لتدفق Pull المتوازن والمستوي ومتعدد المنتجات
  - 3.9.9. المرحلة السابعة: سهولة الإدارة والتحكم
  - 10.9. أدوات التطبيق العجاف المطبقة على المراكز البيطرية
    - 1.10.9. خريطة تدفق القيمة (Value Stream Map)
    - 2.10.9. 3A: تحليل الأساليب الجديدة أو المشاكل التي يتعين حلها

## الوحدة 10. الجوانب القانونية والإدارة في المراكز البيطرية

- 1.10. الأشكال القانونية للشركات في قطاع المراكز الصحية البيطرية
  - 1.1.10. حسب نوع المسؤولية
  - 2.1.10. حسب عدد الشركاء
  - 3.1.10. حسب رأس المال
- 2.10. حماية البيانات في مركز بيطري
  - 1.2.10. بروتوكولات العمل
  - 2.2.10. بروتوكولات معالجة البيانات
  - 3.2.10. سجل النشاطات
  - 4.2.10. التقارير التنظيمية
  - 5.2.10. المسؤول عن معالجة البيانات
- 3.10. الصحة المهنية في المراكز البيطرية
  - 1.3.10. المخاطر النفسية
  - 2.3.10. المخاطر المريحة
  - 3.3.10. المخاطر البيولوجية
  - 4.3.10. المخاطر الكيميائية
  - 5.3.10. مخاطر جسدية
  - 6.3.10. الأمن والصحة
- 4.10. الأخلاق البيطرية المهنية وعلم الأخلاق
  - 1.4.10. مدونة القيم الأخلاقية
  - 2.4.10. المبادئ الأساسية في الأخلاق
  - 3.4.10. المسؤوليات المهنية
  - 4.4.10. الرفق بالحيوان وسوء معاملته

- 5.11 أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة
  - 1.5.11 المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 2.5.11 القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة
  - 3.5.11 خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 4.5.11 أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 6.11 الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
    - 1.6.11 العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
    - 2.6.11 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي
    - 3.6.11 الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان
  - 7.11 البيئة القانونية و Corporate Governance
    - 1.7.11 لوائح الاستيراد والتصدير الدولية
    - 2.7.11 الملكية الفكرية والصناعية
    - 3.7.11 قانون العمل الدولي

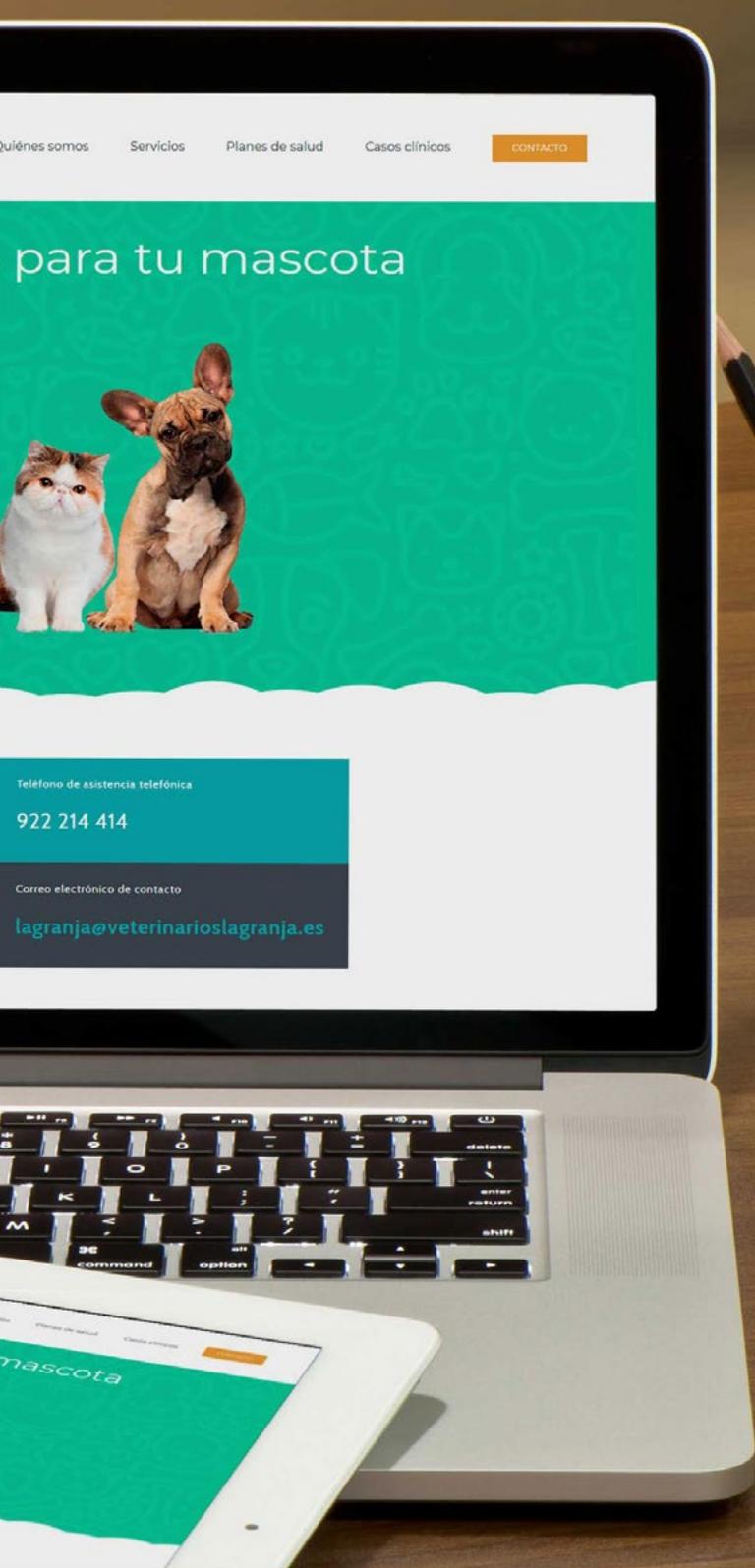
## الوحدة 12. قيادة الأفراد وإدارة المواهب

- 1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية
  - 1.1.12 الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية
  - 2.1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية
  - 2.12 إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات
    - 1.2.12 تحليل الكفاءة
    - 2.2.12 سياسة المكافآت
    - 3.2.12 خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي
  - 3.12 الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
    - 1.3.12 نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية
    - 2.3.12 تحديد المواهب والتدريب والتطوير
    - 3.3.12 الولاء والاحتفاظ
    - 4.3.12 المبادرة والابتكار
  - 4.12 تحفيز
    - 1.4.12 طبيعة الدافع
    - 2.4.12 نظرية التوقعات
    - 3.4.12 نظريات الحاجيات
    - 4.4.12 الدافع والتعويض المالي

- 5.10 المسؤولية المدنية في ممارسة النشاط في المراكز الصحية البيطرية
  - 1.5.10 المفهوم
  - 2.5.10 افتراضات المسؤولية المدنية للطبيب البيطري
  - 3.5.10 المسؤولية عن الخطأ أو الإهمال
  - 4.5.10 العملية المدنية
  - 6.10 إدارة الديون والغير مدفوعة في المراكز البيطرية
    - 1.6.10 مستندات إقرار الديون
    - 2.6.10 تأجيل وتمويل التحصيل
    - 3.6.10 التواصل مع المدينين
    - 4.6.10 طلب إجراءات الدفع
  - 7.10 إدارة المشتريات في المراكز البيطرية
    - 1.7.10 الميزانيات
    - 2.7.10 إدارة الدفع
    - 3.7.10 تأجيل التمويل والدفع
  - 8.10 الاتصال الهاتفي مع عملاء المراكز البيطرية
    - 1.8.10 بروتوكولات الاتصال الهاتفي
    - 2.8.10 التواصل مع العملاء
    - 3.8.10 الاتصالات الداخلية وسجلات المكالمات

## الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- 1.11 العولمة والحكامة
  - 1.1.11 الحكامة وإدارة الشركات
  - 2.1.11 أساسيات حوكمة الشركات في الشركات
  - 3.1.11 دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات
- 2.11 Cross Cultural Management
  - 1.2.11 مفهوم Cross Cultural Management
  - 2.2.11 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية
  - 3.2.11 إدارة التنوع
- 3.11 الاستدامة
  - 1.3.11 الاستدامة والتنمية المستدامة
  - 2.3.11 أجنحة 0302
  - 3.3.11 الشركات المستدامة
- 4.11 المسؤولية الاجتماعية للشركة
  - 1.4.11 البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 2.4.11 زرع المسؤولية الاجتماعية للشركة
  - 3.4.11 التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات



- 5.12. التواصل الإداري
- 1.5.12. الإعلام الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية
- 2.5.12. أقسام التواصل
- 3.5.12. مدير الإعلانات في الشركة ملف تعريف مدير التواصل في الشركة
- 6.12. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها
- 1.6.12. الإنتاجية
- 2.6.12. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها

## الوحدة 13. Management مدير

- 1.1.13. General Management
- 1.1.13. مفهوم General Management
- 2.1.13. عمل Manager General
- 3.1.13. المدير العام ومهامه
- 4.1.13. تحول عمل الإدارة
- 2.13. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
- 1.2.13. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
- 3.13. إدارة العمليات
- 1.3.13. أهمية الإدارة
- 2.3.13. سلسلة القيم
- 3.3.13. إدارة الجودة
- 4.13. الخطابة وتشكيل متحدثين رسميين
- 1.4.13. التواصل بين الأشخاص
- 2.4.13. مهارات التواصل والتأثير
- 3.4.13. حواجز التواصل
- 5.13. أدوات التواصل الشخصية والمؤسسية
- 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
- 6.13. الإعلانات في حالات الأزمات
- 1.6.13. الأزمات
- 2.6.13. مراحل الأزمات
- 3.6.13. الرسائل: المحتويات واللحظات

- 7.13. إعداد خطة للأزمات
- 1.7.13. تحليل المشاكل المحتملة
- 2.7.13. التخطيط
- 3.7.13. تكيف الموظفين
- 8.13. الذكاء العاطفي
- 1.8.13. الذكاء العاطفي والإعلام
- 2.8.13. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
- 3.8.13. الثقة بالنفس والإعلام العاطفي
- 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



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



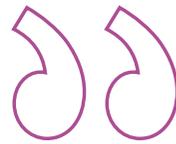
# المنهجية

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

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).



اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلّى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"





## في جامعة TECH نستخدم منهج دراسة الحالة

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

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

وفقاً للدكتور Gérvas، فإن الحالة السريرية هي العرض المشروح لمريض، أو مجموعة من المرضى، والتي تصبح «حالة»، أي مثالاً أو نموذجاً يوضح بعض العناصر السريرية المميزة، إما بسبب قوتها التعليمية، أو بسبب تفردتها أو ندرتها. لذا فمن الضروري أن تستند الحالة إلى الحياة المهنية الحالية، في محاولة لإعادة إنشاء عوامل التكيف الحقيقية في الممارسة المهنية للطبيب البيطري.



هل تعلم أن هذا المنهج تم تطويره عام 1912 في جامعة هارفارد للطلاب دارسي القانون؟ وكان يتمثل منهج دراسة الحالة في تقديم مواقف حقيقية معقدة لهم لكي يقوموا باتخاذ القرارات وتبرير كيفية حلها. وفي عام 1924 تم تأسيسها كمنهج تدريس قياسي في جامعة هارفارد"

#### تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. الأطباء البيطريون الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.

2. يركز المنهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للطلاب بالاندماج بشكل أفضل في العالم الحقيقي.

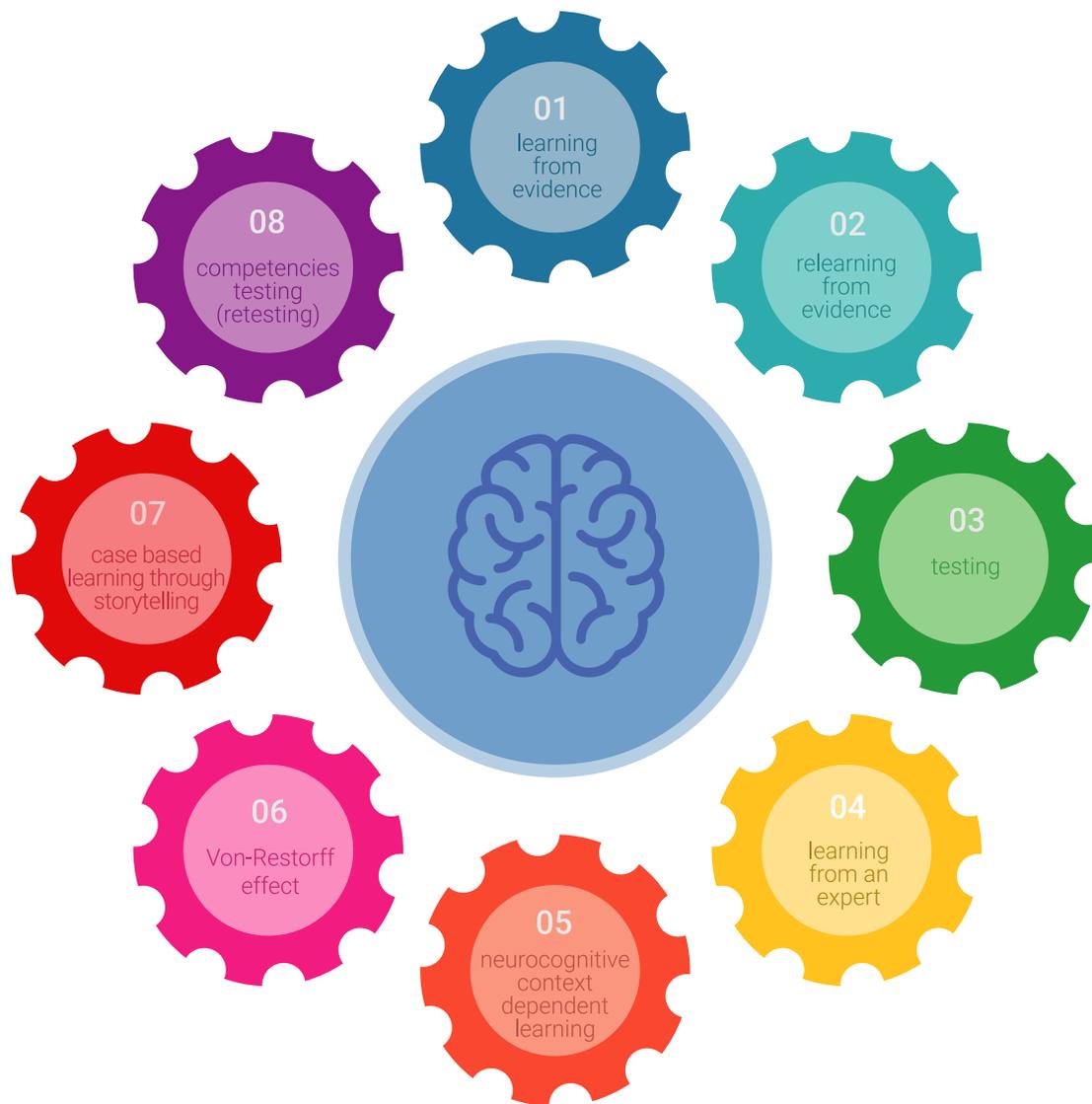
3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.

4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطبيب البيطري، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

## منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

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



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

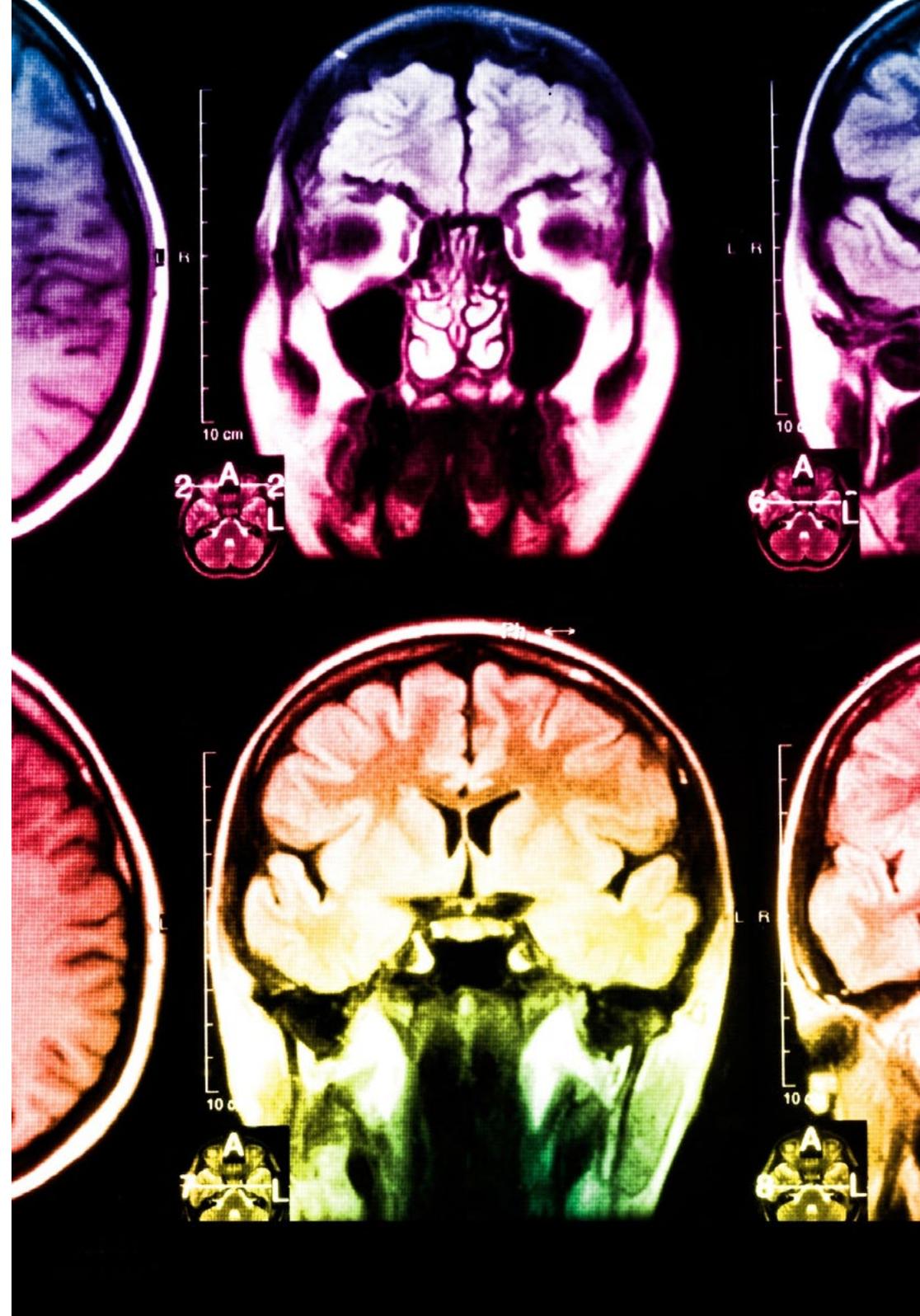
في طليعة المناهج التربوية في العالم، تمكنت منهجية إعادة التعلم من تحسين مستويات الرضا العام للمهنيين، الذين أكملوا دراساتهم، فيما يتعلق بمؤشرات الجودة لأفضل جامعة عبر الإنترنت في البلدان الناطقة بالإسبانية (جامعة كولومبيا).

من خلال هذه المنهجية، قمنا بتدريب أكثر من 65000 طبيب بيطري بنجاح غير مسبق، في جميع التخصصات السريرية بغض النظر عن العبء الجراحي. تم تطوير منهجيتنا التربوية 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 تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

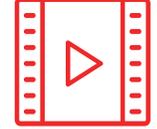
في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي.

النتيجة الإجمالية التي حصل عليها نظام التعلم في TECH هي 8.01، وفقاً لأعلى المعايير الدولية.



## يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

### المواد الدراسية



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

ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

### أحدث التقنيات والإجراءات المعروضة في الفيديوهات



تقدم TECH للطلاب أحدث التقنيات وأحدث التطورات التعليمية وتقنيات الطب البيطري الرائدة في الوقت الراهن. كل هذا، بصيغة المتحدث، بأقصى درجات الصرامة، موضحًا ومفصلاً للمساهمة في استيعاب وفهم الطالب. وأفضل ما في الأمر أنه يمكن مشاهدتها عدة مرات كما تريد.

### ملخصات تفاعلية

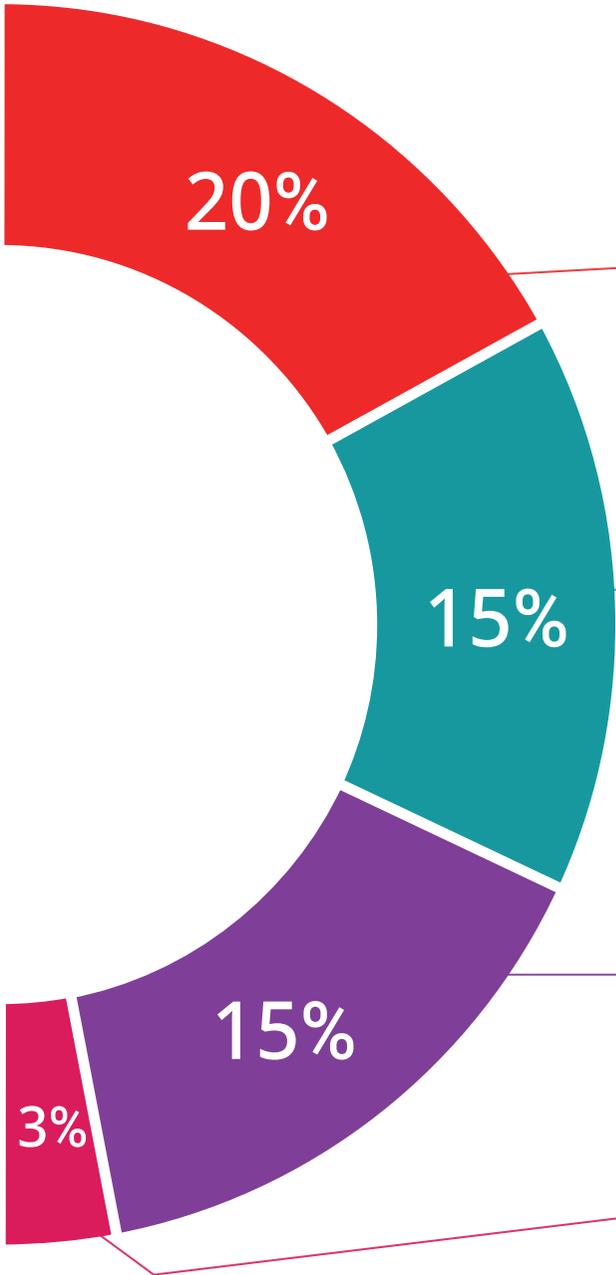


يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".

### قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية.. من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطلاب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





### تحليل الحالات التي تم إعدادها من قبل الخبراء وإرشاد منهم

يجب أن يكون التعلم الفعال بالضرورة سياقياً. لذلك، تقدم TECH تطوير حالات واقعية يقوم فيها الخبير بإرشاد الطالب من خلال تنمية الانتباه وحل المواقف المختلفة: طريقة واضحة ومباشرة لتحقيق أعلى درجة من الفهم.



### 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.



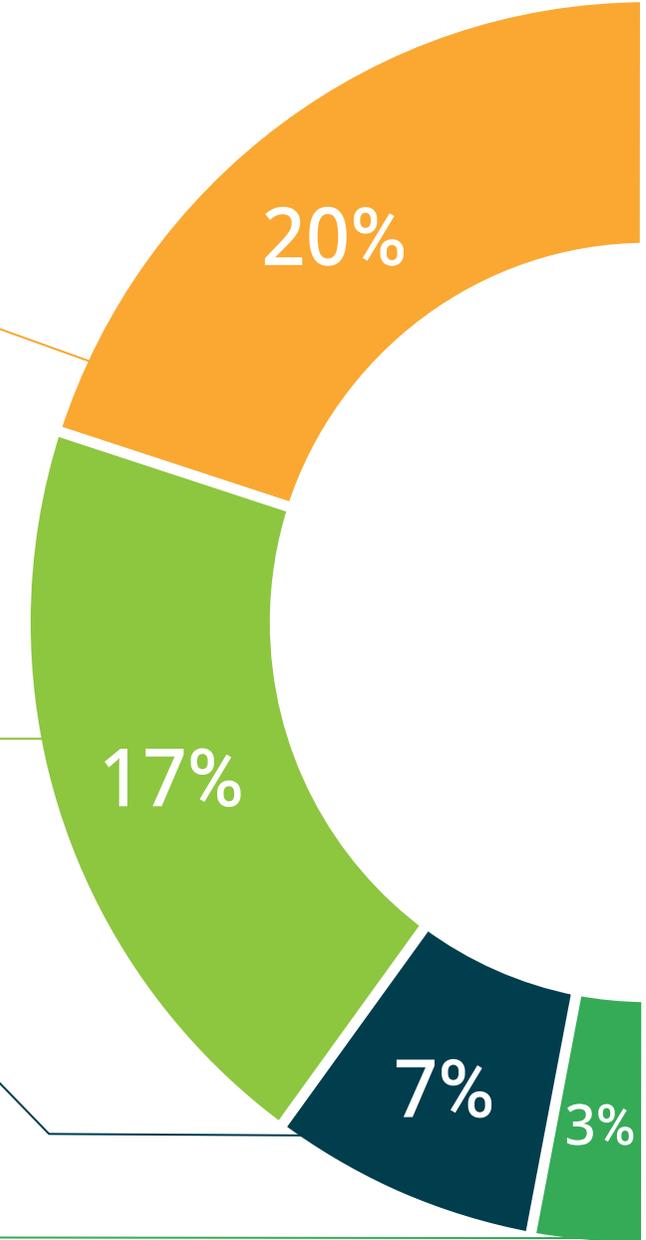
### المحاضرات الرئيسية

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.



### إرشادات توجيهية سريعة للعمل

تقدم جامعة TECH المحتويات الأكثر صلة بالمحاضرة الجامعية في شكل أوراق عمل أو إرشادات توجيهية سريعة للعمل. إنها طريقة موجزة وعملية وفعالة لمساعدة الطلاب على التقدم في تعلمهم.



# المؤهل العلمي

تضمن ماجستير خاص في إدارة الكيانات الرياضية MBA إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل ماجستير خاص الصادر 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 البرنامج الأكاديمي وسوف يفى بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في **MBA إدارة وتوجيه المراكز البيطرية**

طريقة: عبر الإنترنت

مدة: 12 شهر

يحتوي هذا ماجستير خاص في **MBA إدارة وتوجيه المراكز البيطرية**

على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائثه 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 إدارة الكيانات الرياضية MBA**

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
الدورة	المادة	عدد الساعات	نوع المادة
1*	المقدمة للتخصصي للمراكز الصحية البيطرية	1500	إلزامي (OB)
1*	تطبيق خطة العمل على مراكز الخلف البيطري	0	إلزامي (OP)
1*	تطبيق المخططات المالية على المراكز البيطرية	0	الممارسات الخارجية (PR)
1*	استراتيجية العمل والتفكير في المراكز البيطرية	0	مشروع تخرج الماجستير (TFM)
1*	العمل / مستخدم المراكز البيطرية		
1*	التسويق المتعلق في المراكز البيطرية		
1*	إدارة الموارد البشرية في المراكز البيطرية		
1*	المهارات القيادية والادارية للمنطقة في المراكز البيطرية		
1*	المخططات الإنتاجية في المراكز البيطرية		
1*	الحوافز القانونية والادارية في المراكز البيطرية		
1*	الحوافز القانونية والادارية في المراكز البيطرية		
1*	قيادة المرشد وادارة المتحاب		
1*	الزيرة التخصصية		

**tech** الجامعة التكنولوجية

*Tere Guevara Navarro*  
Tere Guevara Navarro / د. آ  
رئيس الجامعة

**tech** الجامعة التكنولوجية

**شهادة تخرج**  
هذه الشهادة ممنوحة إلى

المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....

لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص  
في  
**MBA إدارة وتوجيه 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

*Tere Guevara Navarro*  
Tere Guevara Navarro / د. آ  
رئيس الجامعة

يجب أن يكون هذا المؤهل الخاص مصحوباً دائماً بالمؤهل الجامعي المكتمل العائز عن السلطات المختصة بالارتباط المرغوبة العلمية في كل بلد

TECH APW032S technote.com/certificates

الجامعة  
التيكنولوجية  
**tech**

ماجستير خاص

MBA إدارة وتوجيه 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 وتوجيه المراكز البيطرية