

الماجستير المصغر في إدارة الأعمال

يركز برنامج الماجستير المصغر في إدارة الأعمال على تطوير أهم المهارات التجارية والادارية. يوفر البرنامج للمشاركين صورة واضحة عن المؤسسات وهيكلها ومنهجية إدارتها.

ما هو برنامج ماجستير إدارة الأعمال المصغر؟

يركز برنامج ماجستير إدارة الأعمال المصغر على تطوير أهم المهارات التجارية. يوفر للمشاركين صورة واضحة عن المؤسسات وهيكلها ومنهجية إدارتها. سيعطى المشاركون بفرصة اكتساب معارف قيّمة يمكن تطبيقها في الأنشطة التجارية اليومية.

يعتمد الماجستير المصغر في إدارة الأعمال على أسلوب رسم الخرائط وتسلسل مدروس بعناية للوحدات الدراسية. يُعدّ رسم خريطة للمؤسسة، أو تحليلها من خلال تسلسل محدد، عنصراً أساسياً لفهم المفاهيم والمواضيع المتعلقة بإدارة الأعمال. لذا، من الضروري التأكد من فهم المشاركين لكيفية استخدام كل نموذج أو موقعه في سياقه.

لمن هذا البرنامج

صُمم هذا البرنامج للمديرين على جميع المستويات وفي مختلف قطاعات الأعمال، ولأصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة، وللمن يرغبون في تأسيس مشاريعهم الخاصة. تتطلب إدارة أي مؤسسة أو قسم مهارات ومعارف تجارية محددة ومتنوعة في كثير من الأحيان. لذا، من المهم أن يمتلك المديرون المعرفة اللازمة بعمليات الشركة وفهمًا لاستراتيجيتها، ورأس مالها البشري، وتسويقها، وغيرها من التحديات التشغيلية.

كيف سيستفيد المشاركون؟

يُتيح هذا البرنامج فرصة ممتازة لفهم كيفية عمل الشركات وتحليل مفاهيم أساسية كالاستراتيجية، والمنافسة، والريادة التسويقية، والمجالات التقنية كالمحاسبة، والتمويل، وإدارة المشاريع، وغيرها. ويهدف البرنامج في جوهره إلى تزويد المشاركين بالمنطق الكامن وراء المؤسسات، وهيكلها، ومنهجية لتحليل مؤسساتهم وغيرها. ويؤكد كل مشارك بالأساسيات اللازمة لتحليل الوضع الراهن لأي مؤسسة قبل اتخاذ أي قرارات تُفضي إلى التنفيذ.

ماذا يتضمن برنامج ماجستير إدارة الأعمال المصغر؟ • محاضرات تفاعلية مع فريق من الخبراء الدوليين • تمارين عملية لتطبيق المعرفة • أمثلة واقعية من عالم الأعمال، بما في ذلك مجموعة مختارة من الأفلام ذات الصلة • أداة تقييم مخصصة تساعد على فهم الدوافع والقيم التي تترك السلوكيات • تقنيات لدعم التعلم والتفاعل الجماعي • دراسة حالة من جامعة هارفارد في نهاية البرنامج • متحدثون ضيوف

الخطة الدراسية

الموضوع الأول: رسم خرائط الأعمال، والأخلاقيات، وحوكمة الشركات. الأساسيات (الرؤية، والرسالة، وأصحاب المصلحة، والحوكمة) والتحليل البيئي - المنافسة. فهم ربحية الصناعة وأسواقها.

الموضوع الثاني: استراتيجية الشركات والأعمال: فهم تطوير الاستراتيجية بناءً على عوامل النجاح الحاسمة، والمحافظة الاستثمارية، والتحليل الداخلي. اختيار خيارات النمو والابتكار

الموضوع الثالث: المنظمة المُمكنة: فهم العلاقة بين الهيكل التنظيمي وفعالية الإدارة.

الموضوع الرابع: القيادة في القرن الحادي والعشرين فهم تحديات القيادة في الأعمال التجارية الحديثة وخلق بيئة إيجابية.

الموضوع الخامس: الابتكار والتفكير الإبداعي: فهم كيفية الابتكار، ولماذا يُعد الابتكار ضرورة لبقاء الأعمال، وكيفية التفكير الإبداعي من خلال أدوات ونماذج محددة.

الموضوع السادس: التسويق في العصر الرقمي - فهم التسويق، وسلوك المستهلك، وبناء العلامات التجارية، والترويج عبر الإنترنت.

الموضوع السابع: إدارة المشاريع في الأعمال اليومية: فهم مبادئ وأدوات إدارة المشاريع بفعالية.

الموضوع الثامن: أساسيات المحاسبة والإدارة المالية أساسيات المحاسبة والإدارة المالية وإدارة الأداء العام.

الموضوع التاسع: الربط بين جميع العناصر - إعداد خطة عمل أو خطة تحليل أعمال. خريطة تحليل الأعمال. تقديم دراسة حالة.