

ماجستير إدارة الأعمال المصغر Mini MBA



نبذة عن البرنامج



برنامج ماجستير إدارة الأعمال المصغر هو برنامج تدريبي مكثف يتم تقديمه عبر معهد البحوث والدراسات الاستشارية بجامعة أم القرى لتدريب المشاركين على المفاهيم الأساسية والتطبيقات الحديثة في مختلف مجالات إدارة الأعمال، ومساعدتهم في الوصول إلى الوظائف القيادية العليا في الشركات. كذلك يعتبر البرنامج خياراً مثالياً للراغبين في تغيير مسارهم المهني الى مجال إدارة الأعمال، اذ يقدم هذا البرنامج التدريبي مادة علمية مميزة وتطبيقات صممت خصيصاً لهذا الغرض.

يتميز البرنامج بطبيعته التي تقدم أبرز المفاهيم والتطبيقات التي تعادل ما يقدم في برامج ماجستير إدارة الأعمال التقليدية ولكن في فترة قصيرة، متيحاً الفرصة للعديد من الراغبين في التعرف على مجال إدارة الاعمال ممن لم يجدوا الوقت الكافي لذلك. يتم تقديم البرنامج عبر نخبة من أعضاء هيئة التدريس المتميزين بكلية إدارة الاعمال بجامعة أم القرى ممن لديهم خبرات طويلة في المجال، وشهادات عليا من أرقى الجامعات العالمية، مما يضمن حصول المتدربين على مخرجات ذات قيمة عالية.

الغئات المستهدفة



- ا. أصحاب المناصب القيادية الراغبين في صقل مهاراتهم في مجال إدارة الاعمال
- ٢. المدراء في الطبقة المتوسطة والذين لديهم الطموح في الصعود إلى المراتب القيادية العليا
- ٣. الموظفون في القطاعين العام والخاص و الذين لديهم رغبة في التعرف على مجال إدارة الاعمال
 - ٤. الأفراد الذين تتملكهم في الرغبة في تغيير مسارهم المهني إلى مجال إدارة الاعمال

المخرجات



بعد إتمام البرنامج، من المتوقع أن يكون المتدرب قادراً على:

- ا. فهم العمل المؤسسى داخل الشركات ومكوناته
- ٢. تحديد أنواع شخصيات الأفراد والطريقة المثلى للتعامل مع كل منها
 - ٣. تطبيق النظريات القيادية المختلفة في بيئة العمل
- ٤. تحليل الظروف الاقتصادية المختلفة ومدى تأثيرها على أداء المؤسسة
- ه. فهم القوائم المالية المختلفة وتحليلها واتخاذ القرارات الادارية الملائمة
 - ٦. إدارة العمليات الإنتاجية وتصميم المنتجات والخدمات بكفاءة عالية
- ٧. فهم أنواع العملاء واحتياجاتهم ورغباتهم ومعرفة المنتجات المناسبة لهم وكيفية تسويقها
 - ٨. معرفة الوظائف الأساسية لإدارة الموارد البشرية ودورها في تعزيز الأداء المؤسسي
 - 9. بناء خطة استراتيجية وتنفيذها في سبيل الحصول على ميزة تنافسية مستدامة



تفاصيل البرنامج

يرتكز برنامج ماجستير إدارة الاعمال المصغر الذي يقدمه معهد البحوث والدراسات الاستشارية بجامعة أم القرى على سبع محاور رئيسية تمثل العمود الفقري لمجال إدارة الأعمال. يقدم كل محور على شكل وحدة تدريبية لمدة ١٠ ساعات على مدى يومين. بالإضافة إلى المحاور الرئيسية، يشتمل البرنامج على وحدة تدريبية كمقدمة لإدارة الاعمال لمدة خمس ساعات في يوم واحد قبل البدء في المحاور الرئيسية. بعد ذلك يحتوي البرنامج على ٧٥ ساعة تدريبية لمدة ١٥ يوماً، وبمعدل خمس ساعات يومياً. وفيما يلى تفاصيل المحاور الرئيسية؛



الاقتصاد (يومان / ١٠ ساعات)

- تعريف علم الاقتصاد وعلاقته بالعلوم الأخرى
- تعريف الموارد وخصائصها وصولاً إلى تصنيفها إلى عناصر الإنتاج
 - تعريف السوق ومؤثرات العرض والطلب والسعر
 - الاحتكار، أنواعه وأسبابه
 - الناتج الاجمالي الوطني
 - النقود، وظائفها وأنواعها
 - السياسات الاقتصادية: ماهيتها، أهدافها، أنواعها
 - الاقتصاد الدولى: التجارة الدولية، أسعار الصرف



السلوك التنظيمي والقيآدة الإدارية (يومان / ١٠ ساعات)

- انواع الشخصيات والتعامل معها
 - الذكاء العاطفي لدى الأفراد
 - اتخاذ القرارات الفردية
- التحفيز والرضا الوظيفي لدى الموظفين
 - التواصل بين أفراد فريق العمل
 - القيادة الإدارية وأنواعها
 - إدارة التغيير داخل المؤسسات



إدارة الموارد البشرية (يومان / ١٠ ساعات)

- ما المقصود بإدارة الموارد البشرية
- دور الموارد البشرية في نجاح المؤسسات
- أسس و ادوات استقطاب وتعيين الموظفين
 - أهمية وانواع تدريب وتطوير الموظفين
 - إدارة أداء الموظفين
- أنواع الأجور الخاصة بالموظفين وطرق تحديدها



أساسيات المحاسبة والإدارة المالية (يومان / ١٠ ساعات)

- أساسيات المحاسبة المالية
 - فهم القوائم المالية
 - تحليل القوائم المالية
 - تكلفة رأس المال
- الجوانب المالية من منظور إدارى.
 - البيانات المالية.
- التحليل المالى واتخاذ القرارات الإدارية.



إدارة العمليات وسلسَّلة الإمداد (يومان / ١٠ ساعات)

- إدارة العمليات الإنتاجية
- تصميم المنتجات والخدمات
 - اختيار المواقع وتصميمها
- إدارة المشتريات والمخزون والنقل والتوزيع
 - إدارة الجودة وتقليل الهادر



أساسيات التسويق وفهم العملاء (يومان / ١٠ ساعات)

- التعريف بمفهوم التسويق وأبرز عناصره
- عناصر المزيج التسويقي وكيفية الاستفادة منها
 - أنواع العملاء وكيفية الاستجابة لرغباتهم
 - التسويق الرقمى
 - إعداد الأبحاث والدراسات التسويقية
 - بناء الخطط التسويقية
 - بناء الحملات الاعلانية



الإدارة الاستراتيجية (يومان / ١٠ ساعات)

- الإدارة الاستراتيجية وأبرز عناصرها
- تحليل البيئة الخارجية للمؤسسة
- تحليل البيئة الداخلية للمؤسسة
 - دراسة المنافسين
 - أنواع الخطط الاستراتيجية
- بناء ميزة تنافسية وضمان استمرارها



أسلوب تنفيذ البرنامج



الحالات العملية



المناقشات الجماعية والعصف الذهنى



ورش العمل



المحاضرات



أفلام فيديو تدريبية



حالات عملية



الاختبارات السريعة



التدريب بالأداء LEARNING BY DOING

ملاحظة؛ لا يمنح البرنامج درجة أكاديمية ولا يشترط الحصول على درجة البكالوريوس في مجال معين

