



دراسات عليا
Postgraduate



= برنامج الماجستير =

= معلومات عامه حول النظم الدراسيه بالجامعه :-

نظام الدراسه:-

دراسات عليا للحصول علي درجه الماجستير المهني أو الدكتوراه المهنية بطريقه التعليم المباشر عن طريق محاضرات .
وتتم الدراسه باللغه العربيه .

هدف البرنامج:-

يهدف البرنامج الي تمكين الطالب المتخرج من كافه المعلومات أو الخبرات العلميه والعملية في مجال العلوم الاداريه والمحاسبية والاقتصاديه والتسويقيه من تطبيق التقنيات الحديثه واساليب البحث العلمي والابداع في كافه مجالات هذه العلوم.

وحضور هذه المحاضرات بالاضافه الي المقررات المرجعيه التي يمكن من خلالها للدارس الالمام الجيد بمحتوي المقرر الدراسي كما يحصل الطالب علي كافه المهارات الدراسيه **Assignments**



والتي هي عبارته عن الاسئله الاستنباطيه والابحاث المحضره
التي يتعين علي الدارس اجتيازها بنجاح كشرط لاتمام البرنامج الدراسي
الذي سجل عليه.

كما يمكن للطالب امكانيه التواصل مع استاذ ماده عبر البريد الالكتروني
أو الهاتف باللغه العربيه أو الانجليزيه حسب رغبته.

الفئات المسموح لها بالدراسه في هذا البرنامج:-

*حملته الشهادات الجامعيه بكالوريوس او ليسانس
معترف به.

*في حاله وجود خبره عمليه بالاضافه الي الشهاده
الجامعيه تحتسب له credit Points طبقا للمده ومجالها.

مدته الدراسه:-

*9 شهور متصله .
*عدد الساعات المعتمده 550 ساعه.



يتكون برنامج الدراسة من 9 (تسعه) مقرا بواقع 16 ساعة اسبوعيا ويتضمن برنامج الدراسة مقررات عامه أساسيه يدرسها جميع الطلاب. في جميع التخصصات ومقررات تخصصيه اختيارية تختلف من تخصص الي اخر.

= التفاصيل الدراسي :-

* اولا المقررات الدراسي لنيل درجه الماجستير المهني
(مواد اجباريه)

Hours	Days	البرنامج Title	كود Ref
72	9	دبلومة إدارة الأعمال Business management Diploma	Ad-1
72	9	دبلومة إدارة المبيعات Sales management Diploma	Ad-2
72	9	دبلومة إدارة الموارد البشرية Human Resources Diploma	Ad-3
48	6	دبلومة الإدارة المالية Business finanace Diploma	Ad-4
72	9	دبلومة إدارة التسويق Business marketing Diploma	Ad-5
40	5	دبلومة الإدارة الدولية International business diploma	Ad-6
64	8	Business English	Ad-7



- عدد الساعات 16 ساعه اسبوعيا مواد اختياريه يختار الدارس مادتين فقط

Hours	Days	البرنامج Title	كود Ref
72	9	دبلومة إدارة المشروعات Project management Diploma	Ad-1
40	5	دبلومة التخطيط الاستراتيجي Strategic Planning Diploma	Ad-2
48	6	دبلومة الأعمال العائلية Family business Diploma	Ad-3
24	3	أمن المعلومات Information security	Ad-4

* التخرج من البرنامج الدراسي :

تصدر شهاده التخرج من الكليه .

* وترسل قائمه باسمااء الدارسين مرفقا بها صوره من امتحانات الطلاب لمقر الكليه لاعتماد تلك النتائج واصدار الشهادات .

نظام الامتحانات

- النهاية العظمي لكل مقرر دراسي 20 درجه.



-الحد الادني للنجاح في المقررات الدراسية هو 50% من الدرجة النهائية ولا يكون الطالب ناجحا في أي مقرر إلا إذا حصل علي 30% من درجه الامتحان التحريري.
-مدته الامتحان التحريري ساعتان للمقرر الواحد.

***الدرجات:-**

30% امتحان أل (Mid Term)
30% امتحان Final exam
20% المحررات والأبحاث القصيرة Assignment
20% نسبه الحضور Participation

ويقدر نجاح الطالب في المقررات وفي التقدير العام كالآتي:-

***البحث التطبيقي:-**

بعد اجتياز الطالب بنجاح للمقررات الدراسية العامة والتخصصية المشار إليها يقوم الباحث بإعداد بحث تطبيقي في شكل رسالة بعد استيفاء المتطلبات التالية:

- (1) اجتياز الطالب دوره تدريبيه في الحاسب الالي ونظم التشغيل بواقع ما مجموعه 40 (أربعون) ساعه علي الأقل من معهد عملي متخصص معترف به, ما لم يكن قد حصل الطالب علي مقرر أو أكثر في الحاسب الألي خلال مرحله البكالوريوس أو دبلوم في الحاسب الالي او لديه شهاده ال ICDL
- (2) يتقدم الطالب بموضوع للبحث الى المعهد الكندي لأبداء الرأي فيه للتسجيل ومدى امكانيه الطالب في البحث عن هذا الموضوع. وبإشراف الدكتور المختص بالاكاديميه .



*يبيّن في شهادته درجه الماجستير المهنيه التخصص الرئيسي والتخصص الفرعي وعنوان البحث التطبيقي (الرساله) الذي تقدم به الطالب.

النسبه المئويه%	الرمز	التقدير
85%فاكثر من مجموع الدرجات	A	ممتاز
من 75%الي أقل من 85%من مجموع الدرجات	B	جيد جدا
من 65% الي أقل من 75% من مجموع الدرجات	C	جيد
من 50% الي أقل من 65% من مجموع الدرجات	D	مقبول
من 20%الي أقل من 50%من مجموع الدرجات	F	ضعيف
أقل من 20%من مجموع الدرجات.	FF	ضعيف جدا

*الدرجات التراكميه:

النسبه المئويه = مجموع الدرجات الحاصل عليها الطالب * 100
مجموع الدرجات العظمي للمقررات



*الرسوب والأعاده :-

1- إذا رسب الدارس في مقرر اجباري فعليه اعاده دراسته والامتحان فيه مره أخرى علي نفقته بما يعادل 25% من الرسوم الدراسيه. فإذا نجح في المقرر بعد اعاده دراسته تحسب له الدرجات التي حصل عليها في هذا المقرر .

2- إذا رسب الطالب في مقرر اختياري بإمكانه اعاده دراسته أو دراسه مقرر اخر بديل.



ماجستير إدارة الأعمال المهنية

MBA

===

= المواد الأساسية :-

- 1 - التقارير المالية والتحكم
- 2 - القيادة والسلوك المؤسسي
- 3 - التسويق
- 4 - الإدارة، الحكومة والاقتصاد الدولي
- 5 - إستراتيجية الإدارة
- 6 - تصميم البحوث الميدانية في الإدارة

= المواد الاختيارية :-

- 1 - التسويق
- 2 - البنوك والماليات
- 3 - إدارة أعمال
- 4 - إدارة الموارد البشرية
- 5 - إدارة المشروعات



= مشروع المادة البحثية:-

على كل الطلاب استكمال 24 ساعة مصدقة بمعدل 15,000 كلمة بحثية في مجال التخصص تحت إشراف أستاذ معين.

وصف المنهج

مواد أساسية

1- التقارير المالية والتحكم BUS 1102.

إدراك أن المحاسبة هي القناة الأولية للاتصال المعلوماتي في مجال اقتصاد الأعمال، تقدم المادة رؤية واسعة عن مساهمة المحاسبة في المؤسسات، سيحصل الطالب على :

- معرفة لمفاهيم ولغة المحاسبة حيث يستطيع استخدامها كأداة فعالة في الاتصالات والمراقبة و تخصيص الموارد.
- إجادة المفردات الخاصة بالإقرارات المالية وتقارير المحاسبة.
- الإلمام بكيفية استخدام المحاسبة المعاصرة ونظرية التحكم في تقييم شروط الاقتصاد واتخاذ قرارات المؤسسة.

2- القيادة والسلوك المؤسسي BUS 1201.

تركز هذه المادة على كيفية تحويل المدراء إلى قادة فعالين وذلك بمعالجة الجزء الإنساني في المؤسسة. تقوم الوحدات الأولى باختبار الفرق والأفراد والشبكات في السياق التالي :

- مقررات ثقافة المجموعة.
 - إدارة الأداء للأفراد التابعين.
 - تأسيس علاقات منتجة مع النظائر والموظفين القدامى الذين ليس للمدير سلطة رسمية عليهم.
- الوحدات المتوسطة تخاطب القادة الناجحين لقياس إمكاناتهم في :



- تطوير الرؤية للمستقبل.
- ضبط سير المؤسسة على نفس خط الرؤية.
- تحفيز الموظفين لتحقيق الرؤية.
- تصميم مؤسسات فعالة وتغييرهم لتحقيق أداء رفيع.

الوحدة النهائية تقدم نموذج لإدارة مستقبل استراتيجي.

-3- التسويق BUS 1403.

أهداف هذه المادة أن تبرهن على دور التسويق في المؤسسات، ولاستعراض علاقة التسويق ببقية الوظائف، وإظهار درجة فعالية التسويق المبنية على فهم سلوك المشتري لبناء قيمة للعملاء، يتعلم الطلاب الآتي :

- اتخاذ قرارات تسويقية في سياق الإدارة العامة.
- التحكم في مكونات المزيج التسويقي - سياسة المنتج، قنوات التوزيع، الاتصالات التسعير - لإشباع حاجات العملاء بربحية.
- استخدام هذه المعرفة في محاكاة إدارة الهوية التجارية. تنتهي المادة بامتحان عن تطور التسويق، خصوصاً التركيز على الفرص المقدمة عبر الانترنت.

= المواد الاختيارية =

- التسويق :



1- تسويق الأعمال BUS 2403 :

الهدف المستقبلي :

يمكنك أخذ هذه المادة في حالة توقعك للعمل في مجال الأعمال التي تقوم بالتسويق لمنتجات أو خدمات لمؤسسة أخرى. وتتكون المادة من مواقف "B2B" بدءًا من مكونات التصنيع حتى البرمجيات المالية والخدمات المتخصصة. وتعتبر المادة مفيدة جدًا للعاملين في مجال الاستشارات، والقطاع الخاص أو استثمارات البنوك خاصة إذا كان دورك المساعدة في تطوير أو تقييم إستراتيجية تسويق أعمال التسويق للمؤسسات.

الأهداف التعليمية :

أسواق الأعمال تختلف عن أسواق المستهلكين بأشكال كثيرة هامة. حيث تكون عملية البيع أكثر تعقيدًا، وحدة الشراء ونظرية البيع تختلف، وربما يتطلب أمر الإنجاز التعاون داخليًا مع مجموعات رسمية وخارجيًا مع قناة أو شركاء متحالفين. بالإضافة لذلك، فإن البيع وإدارة المبيعات دائمًا مكونات رئيسية لأنشطة التسويق في مواقف التسويق بين الشركات.

وكنتيجة لذلك، فإن تسويق الأعمال الفعال يتطلب تفاعل بين العملاء، وفهم تأثير برامج التسويق على سلاسل القيمة لمؤسسات البيع والشراء، والقدرة على استخدام معلومات لاتخاذ قرارات تكاملية لعمليات التعريف والاتصال والتوصيل واستخراج القيمة. وفي العقد الماضي قامت القنوات المباشرة والمطورات الأخرى بالتأثير على هذه العملية في صناعات كثيرة. وتركز المادة على السمات الإستراتيجية والرئيسية لإدارة القضايا المتعلقة بتسويق الأعمال.



2- التسويق للمستهلك BUS 2403 :

الهدف المستقبلي :

تم تصميم هذه المادة لطلاب الراغبين في العمل في المؤسسات التي تقوم بالتسويق للمستهلكين أو الذين يرغبون في العمل في الشركات التي تقدم دعم لتلك المؤسسات (مثال : الاستشارات).

الأهداف التعليمية :

ستقوم هذه المادة بالتركيز على أسواق المستهلكين والذي يتضمن إعادة اختبار للكثير من المبادئ الرئيسية في التسويق. ستقوم هذه المادة أيضًا بتقديم عدد من المبادئ الجديدة المرتبطة بوضعية المنتج وهويته والعروض الترويجية وإدارة العملاء. وستركز الحالات المذكورة على ماركات شهيرة و حديثة في مجالات منتجات المستهلكين، وتكنولوجيا المستهلكين والخدمات والموضة والترفيه.

• البنوك والماليات :

1- BUS 2102 Finance

هذه المادة تبنى على التركيز على ثلاث مجموعات من القرارات الإدارية :



- كيف تقيم الاستثمارات المعقدة ؟
- كيف تعد وتنفذ السياسات المالية في المؤسسة.
- كيف تدمج القرارات المالية المتعددة التي تواجهها المؤسسات.

المادة مقسمة إلى أربعة جوانب :

أدوات التحليل المالي (تحليل الأسواق الانتمائية ، خيارات التسعير، تقييم الحماية من الضرائب، رأس المال المتوسط الموزون).
السياسات المالية المختارة للمؤسسات (والتمويل سواء بالدين أو الإهم، توزيع الأموال على المساهمين).
نقائص الأسواق المالية (تكاليف الاختناقات المالية، تكاليف الصفقات، المعلومات الغير متناظرة، الضرائب، منازعات الوكالة).
الصفقات والعقود (الاندماجات والمكتسبات، دعم الشراء، عمليات الشراء العدائية، العروض المبدئية العامة).

-شركات الإدارة المالية BUS 2103 2

الهدف المستقبلي :

(CFM) الإدارة المالية للشركات هي مادة متقدمة للشركات. وهدف هذه المادة تطوير الأدوات النظرية والعملية لتنفيذ مهنة المدير المالي للشركة (CFO). وكنتيجة لذلك فإن هذه المادة ملائمة للطلاب الذين ينوون شق طريقهم في مجال الماليات (مثال : المساحة المالية للمؤسسة، أو شركات خدمات العملاء في مؤسسة مالية أو كمحلل أو كمدير استثمار) أو للبدء في مستقبل الإدارة العامة تخصص مالي. وهذه المادة أيضاً تخدم الطلاب الذين يرغبون في تنمية مهاراتهم التحليلية لاستراتيجيات التقييم وقرارات الاستثمار.

الأهداف التعليمية :

موضوع المادة هو كيف يمكن لل CFOs أن ينشأ قيمة عن طريق دمج الماليات، الإستراتيجية والقرارات العملية. يقوم الطلاب ببناء المعرفة والمهارات الحاسمة



لمسئوليات ال CFO لتقييم القرارات الاستثمارية، وتقديم الدعم، وتطبيق القرارات المالية، وتقييم وإدارة المخاطر. كما ستتضمن المادة تقنيات تقييم متطورة والتأكيد على الفهم الصارم لما ينشئ قيمة ولماذا؟ كما تركز المادة على مسئوليات ال CFO والمتضمنة التقنيات التحليلية المتطورة، كما تتخذ وجهة نظر الإدارة العامة على الوظيفة المالية للشركات.

• إدارة أعمال :

المنافسة والفوز عن طريق معلومات العملاء BUS 2301

1-

في أي صناعة، الاستخدام الذكي لمعلومات العملاء أساسي في تكوين الاستراتيجيات الفعالة وقياس مدى نجاحها. والمؤسسات مثل شركة شوييس وسيمكس تمكنوا من هذه المهارة لكسب ميزة تنافسية، ولكن شركات أخرى فشلت في ذلك اعتقاداً منها بأن معلومات العملاء مجرد برنامج CRM. هذه المادة يتم تدريسها من وجهة نظر المدير العام لمنح أدوات عملية وهياكل لصناعة الاستراتيجيات والمؤسسات التي تستثمر المفيد من معلومات العملاء.

الهدف المستقبلي :

هذه المادة للطلاب الذين يسعون لمستقبل في الاستشارات، والإدارة العامة، والتسويق، أو الأعمال الخاصة، أو الطلاب الذين يخططون لبدء عمل حر، توفر هذه المادة الأدوات التحليلية والأسباب التي تؤدي لبناء قيمة سريعة للمؤسسة. كما يتم الاقتراب عملياً باستخدام بيانات حقيقية لاتخاذ قرارات إستراتيجية مثل نوعية العملاء المطلوب التركيز عليها، وكيفية الاستفادة من الموارد المحدودة من أجل السعي نحو فرص جديدة، وكيفية تقييم نجاح الاستراتيجيات ومجهودات التسويق.



الأهداف التعليمية :

- في نهاية المادة يكون قد تم إعداد الطلاب لاستثمار المعلومات، خاصة معلومات العملاء :
- (1) تكوين استراتيجيات فعالة،
 - (2) مراقبة تقدم التنفيذ،
 - (3) اتخاذ تغييرات تساعد المؤسسة على النجاح.

هذه المادة تم تصميمها لتوفير أدوات عملية وهياكل لتطوير وتنفيذ الاستراتيجيات، بما يتضمن نتائج متوازنة، ونتيجة نهائية صافية، وقيمة عمرية طويلة المدى للعميل، وملاً الثغرات في القيمة. وذلك من خلال وجهة نظر المدير العام في هيكل منظم لتحليل البيانات. وعلى جميع الأحوال التركيز على المناقشات مبني على رؤية إدارية وليس مجرد تحليلات. وبالنسبة للطلاب الذين لا يمتلكون خبرة تحليلية سابقة، فستقوم هذه المادة بإمدادهم (بالتفسيرات و البيانات والدروس الإضافية) على سبيل المثال : باستخدام جدول إكسيل

-الإدارة العامة العمليات والإجراءات BUS 2302 2

الهدف المستقبلي :

تركز عمليات الإدارة العامة وإجراءاتها (GMPA) على عمليات المؤسسة من خلال المدير العام (GM) في صياغة الاستثمارات الصغيرة والكبيرة وتنفيذ قرارات الأعمال والخطط و المبادرات. تركز المادة على العمليات التي يقوم من خلالها المدير العام يتخذ قرارات التطوير وتنفيذ الخطط لاتخاذ الإجراءات في المؤسسات. مادة ال GMPA تبادر لرعاية فهم عميق لكيفية تحويل المدير العام أفكاره إلى إجراءات. وتقوم المادة بشرح عمليتين رئيسيتين : الأولى اختبار كيف يتخذ المدير العام قراراته وينفذ القرارات الحاسمة. لدى المدير العام مهام كثيرة لكن في الأساس النجاح والفشل مبني على قدرتهم على تنفيذ اختيارات هامة في وقت قياسي بالتعاون مع الأشخاص الملازمين. يركز الجزء الأول من المادة على دور المدير العام، أما الجزء الثاني فبتصور مؤسسة واختبار كيف يصوغها المدير العام ويؤثر فيها ويوجه إجراءات اتخاذ القرارات المعقدة بمهارة. كما يتضمن هذا الجزء القوى الاجتماعية والسياسي التي تؤدي للتنفيذ الناجح لاتخاذ الإجراءات، والوصول لتفهم صعوبة تنفيذ القرارات التي اتخاها المدير العام بشكل شفوي. ومن خلال الجزء الثاني من المادة يتم الإجابة على السؤال الحاسم : ما الذي يؤدي للكوارث والفشل في المؤسسات رغم حدوث نجاحات متتابعة ؟



والجزء الثالث من المادة مبني على المفاهيم المقدمة في الجزء الثاني لاختبار العمليات والإشراف على التنفيذ والتحكم فيه. بمعنى كيف يتأكد المدير العام من أن الأمور تسير كما ينوي. سندرس كيف يتأكد المدير العام من أن المؤسسة تستطيع تنفيذ القرارات والاستراتيجيات بفعالية.

وتحديداً سنقوم بدراسة كيف ينشأ المدير العام سياق مؤسسي يلزم الموظفين بتنفيذ الخطط والسياسات التي تم وضعها من الرؤساء التنفيذيين. علاوة على ذلك، نقوم باختبار كيف يشجع المدير العام سياق متوازن يحتاج إليه التحكم والكفاءة مما يحفز الإبداع والاختراع.

الأهداف التعليمية :

إعداد الطلاب للانتقال لدور الإدارة العامة خلال مستقبلهم. وذلك لاختبار كيف سيختلف هذا الدور عن الخبرات السابقة للاستشاريين والمحاسبين والخبراء الرسميين في مجالات مثل العمليات والتسويق. السابقة للاستشاريين والمحاسبين والخبراء الرسميين في مجالات مثل العمليات والتسويق.

1. دراسة كيف يتخذ أصحاب الحصص قراراتهم على شكل تمارين ثقافية وتحليلية يقوم بها المدير العام، ولخلق فهم عميق للتحديات الاجتماعية والسياسية والإدارية والتي تظهر في عمليات اتخاذ القرار تظهر عبر الوقت وعبر مراحل عديدة في المؤسسات الكبيرة.

2. خلق فهم عميق عن كيف ينشأ المدير العام سياق المؤسسة، مثل مجموعة الأنظمة الإدارية وعمليات الإشراف والتحكم، التي تمكنهم من ترجمة الأفكار إلى أفعال ناجحة في زمن قياسي.

الهدف المستقبلي :



في السنوات الأخيرة، وجد العديد من الطلاب في مجالات مختلفة في هذه المادة ما مكنهم من استعداد مفيد لوظيفة ناجحة. وهذه المادة تم تصميمها لإعداد الطلاب لأدوار مستقبلية في الإدارة العامة، والاستشارات الإدارية (مثال : أدوار إستراتيجية لتطوير الأعمال) الإدارة الرسمية (مثال : عمليات التسويق) والمخاطر الرئيسية.

• إدارة الموارد البشرية :

-إدارة الموارد البشرية BUS 2501 1

تقوم المادة بشرح إدارة الموارد البشرية ودورها في الشركات الإستراتيجية. وتتضمن الموضوعات : التخطيط للموارد البشرية، التوظيف والاختيار، تدريب الموظفين والتطوير، تقييم الجودة و التعويض.

-الإدارة التعويضية BUS 2502 2

تقدم هذه المادة الدور الاستراتيجي الذي يقدم الفوائد لتحقيق أهداف المؤسسة. وتتضمن الموضوعات : التحليل الوظيفي والتقييم، سياسات الدفع والمنافسة الخارجية، الدفع مقابل الأداء، تقييم الأداء، إدارة نظام الدفع.

إدارة المشروعات :



-إدارة المشروعات (مستوى مبتدئ) BUS 2701 1

نظرة عامة على المادة :

تنفذ المؤسسات على نحو متزايد مشروعات متنوعة بتكنولوجيا وتعقيد وأحجام محددة.

وفي المقابل أدى ذلك لزيادة الطلب على المدراء ذوي المعرفة والخبرة في جميع المجالات .
وسواء نقوم بقيادة مشروعات أو العمل على مشروعات أو نرغب في أخذ دور فعال في إدارة المشروعات، فإن هذه المادة توفر المعرفة الأساسية لإدارة المشروعات والأدوات التي يمكن استخدامها على الفور لبناء المستقبل.

الأهداف :

يتم استخدام أمثلة من الواقع بحيث تتمكن من الآتي :

فهم المشروع والبرنامج وإدارتهم.
شرح كيف يتم إدارة المشروعات من خلال دورة حياة المشروع.
فهم وتطبيق بعض أدوات إدارة المشروعات وتقنياتها وتداول نوعيات مختلفة من إدارة المشروعات .
تطبيق مبادئ إدارة المشروعات.
الاعتماد على جوانب معرفة إدارة المشروعات.

-إدارة المشروعات (مستوى متقدم) BUS 2702 2

: نظرة عامة على المادة



تستمر إدارة المشروعات في الحوز على القبول في معظم قطاعات الصناعة بمعدل هائل.
وتستخدم الشركات إدارة المشروعات بشكل متزايد ككفاءة رئيسية.
يقترح الخبراء أن مستقبل يديرون مشروعاتهم بشكل يومي.
والقليل منهم يقوم بتطبيق إدارة المشروعات.
حتى هؤلاء الذين يعتبرون أن إدارة المشروعات مهنتهم يستخدمون فقط الأدوات الرئيسية والتقنيات، مما يعتبر اهتمام متناقض.
وعلى محمل آخر تمت ملاحظة اهتمام كبير في استخدام عناصر مختلفة لإدارة المشروعات عملياً في كل شرائح الصناعة.
وعلى جانب آخر أكثر من 30% من المشروعات تنتهي أثناء سريانها وأكثر من نصف المشروعات تستمر ب 190% أكثر من الميزانية و 220%

أكثر من الوقت الفعلي المحدد (KPMG, 1997; Standish Group, 1995).
وبوضوح فإن إدارة المشروعات تتم ممارستها اليوم بشكل بعيد عن احتياجات المؤسسات التي تستخدم فيها.

الأهداف :

هذه المادة مبنية على فهم أساسي لمبادئ إدارة المشروعات من أجل النظر على العناوين المتقدمة التي تساعد على تحسين فاعلية إدارة المشروعات وانضباطها.
والعناوين التي ستضمها
المادة كالاتي :

- إدارة المخاطر.
- أشكال جديدة من التعاقد.
- دور الثقة في إدارة المشروعات.



- إدارة بيئة متعددة المشروعات.
- ربط إدارة المشروعات بإستراتيجية المؤسسة.
- مكاتب إدارة المشروعات.
- إدارة المشروعات العالمية.
- الفرق الافتراضية.
- أنظمة معلومات المشروعات.

5- إستراتيجية الأعمال .BUS 1103

هدف هذه المادة هو مساعدة الطلاب لتطوير مواهبهم في صياغة الإستراتيجية. كما توفر فهم للآتي :

فعالية بيئة المؤسسة وكيفية الحصول على ميزة تنافسية.
كيفية خلق قيمة رفيعة للعملاء بتصميم صورة قصوى للمزيج التسويقي والأنشطة الرسمية.
كيف توازن بين الفرص والمخاطر المرتبطة بالدينامكية والمتغيرات الغير أكيدة في الصناعة من جاذبية وموقع منافس.

إعطاء أهمية خاصة للموقع التنافسي، وفهم الأسعار المقارنة، ومعالجة قضايا مثل : التفكير والشبكات الخارجية والعولمة.

6- تصميم البحوث الميدانية في الإدارة .BUS 1203

تتعلق البحوث الميدانية بتجميع المعلومات الأصلية (الكمية والنوعية) في المواقع الميدانية. تدمج المادة بين المحاضرات الشكلية والمناقشات من خلال المحاضرات العملية المصممة لبناء مهارات معينة توجه البحث الميداني في المؤسسات. ستتضمن القراءات كتب ووراق عن منهجية البحث، بالإضافة إلى المقالات التي توفر أمثلة عن البحث الميداني تتضمن النظريات المستخرجة والظواهر المستخرجة (في ورقة واحدة وبحث واحدة ومستقبل واحد)، تجميع وتحليل أنواع مختلفة من المعلومات (مقابلات استنتاجية، استقصاءات، أرشفة)،

مستويات التحليل، تطوير التخطيط، كتابة أبحاث ميدانية للنشر. ومن أهداف المادة الرئيسية مساعدة الطلاب لفهم علاقات الفريق بين طبيعة أسئلة البحث وطرق البحوث الميدانية المستخدمة للإجابة عليها، ولإستخدام هذا الفهم لتصميم وإجراء الأبحاث الميدانية الأصلية. متطلبات المادة تتضمن واجبات قصيرة لتقييم القراءات وتصميم الورقة النهائية التي تساعد الطلاب على تحقيق أهدافهم في البحث الميداني.



الدبلومات المعتمده للمتدرب

Hours	Days	البرنامج Title	كود Ref
72	9	دبلومة إدارة الأعمال Business management Diploma	Ad-1
72	9	دبلومة إدارة المشروعات Project management Diploma	Ad-2
72	9	دبلومة إدارة الموارد البشرية Human Resources Diploma	Ad-3
72	9	دبلومة إدارة التسويق Business marketing Diploma	Ad-4
48	6	دبلومة الإدارة المالية Business finance Diploma	Ad-5
40	5	دبلومة الإدارة الدولية International business diploma	Ad-6
32	4	دورة إدارة الأعمال Business management	Ad-7
20	3	دورة الإدارة الدولية international business	Ad-8
32	4	الإنجليزية للأعمال Business English	Ad-9
16	2	إدارة علاقات العملاء Customer relationship management (CRM)	Ad-10
32	4	دورة إدارة الموارد البشرية Human resources	Ad-11
32	4	إدارة التسويق Business marketing	Ad-12
32	4	إدارة المشروعات project management	Ad-13