

المقدمة:

تهدف هذه الدورة إلى تعزيز قدرات المشاركين على اتخاذ القرارات الاستراتيجية والعملية في بيئة الأعمال من خلال استخدام أداة المحاكاة الاحترافية "Cesim SimFirm"، والتي تُعد واحدة من الأدوات المتقدمة في محاكاة بيئة الأعمال المستندة إلى المنتجات. وتغطي هذه الأداة الجوانب الفنية المرتبطة بالإنتاج، التسويق، والخدمات اللوجستية، مما يعزز فهم المشاركين للأعمال من منظور الإدارة العليا. وتساعد هذه الأداة المتكاملة في تمكين المشاركين من التعرف على كيفية اتخاذ القرارات في بيئة الأعمال الحقيقية، حيث تدمج المحاكاة بين مختلف المفاهيم الإدارية الأساسية مثل التسويق، الإنتاج، الخدمات اللوجستية، بالإضافة إلى اتخاذ القرارات المالية، مما يتيح لهم رؤية شمولية حول آليات عمل الشركات والارتباط الوثيق بين المؤسسة ومحيطها الخارجي من أصحاب المصلحة وعالم الأعمال الأوسع.

الفئات المستهدفة:

- المدراء والمهنيون ورواد الأعمال الذين يشاركون بشكل مباشر أو غير مباشر في دعم عمليات التخطيط الاستراتيجي في إداراتهم أو مؤسساتهم.
- العاملون في الأقسام الأساسية أو أقسام الدعم والأدوار الإشرافية التي لها تأثير مباشر أو غير مباشر على القرارات الاستراتيجية.
- جميع الأفراد الذين يرغبون في تطوير مهاراتهم وخبراتهم في مجال اتخاذ القرارات الاستراتيجية والإدارية، ويرون أن هذه الدورة تمثل إضافة نوعية لهم.

الأهداف التدريبية:

مع نهاية البرنامج التدريبي، سيكون المشاركون قد اكتسبوا المهارات والمعارف التالية:

- تعزيز الوعي الشامل بكيفية إدارة الشركات من منظور الإدارة العامة.
- إدراك التفاعلات والتأثيرات المتبادلة بين الشركات، وفهم طبيعة العلاقات والتحديات في بيئة معقدة ومتشابكة.
- القدرة على تحليل وتفسير أوضاع السوق والتنبؤ بنتائجها بدقة، وتحويل تلك التوقعات إلى قرارات عملية موجهة نحو تحقيق الأهداف المؤسسية.
- تطبيق أساليب تحليل اتخاذ القرار المبنية على الحقائق، وربط قرارات التدفقات النقدية بالأداء الفعلي للشركة.
- تعزيز مهارات العمل الجماعي وحل المشكلات ضمن بيئة سوق ديناميكية ومتطورة.

الكفاءات المستهدفة:

- اتخاذ القرارات الاستراتيجية المستندة إلى بيانات دقيقة وتحليل متعمق.
- تطوير القدرة على التحليل المالي واستخدام أدواته بكفاءة.
- تعزيز مهارات التسويق والبيع مع التفكير النقدي الموجه نحو الابتكار والتحسين المستمر.
- إدارة عمليات الخدمات اللوجستية والإنتاج وفق أفضل الممارسات.

- العمل بروح الفريق الواحد وتحقيق التكامل بين الفرق المختلفة.
- إرساء ثقافة الجودة والتحسين المستمر ضمن جميع مستويات الشركة.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: قوة المحاكاة في إدارة الأعمال

- فهم هيكل أدوات المحاكاة ودورها في بيئة الأعمال الحديثة.
- محاكاة العمليات المؤسسية وتدفقات العمليات الداخلية.
- تحديد الأهداف الرئيسية ومعايير النجاح لقياس الأداء.
- التعرف على أساسيات اتخاذ القرارات في سياق المحاكاة.
- تعريف فرق العمل ودراسة الحالة التطبيقية.
- دراسة هيكل الطلب والعوامل المؤثرة على حجم السوق.
- استكشاف المنتجات والمناطق السوقية المختلفة.
- تحليل قرارات المبيعات والتسويق وتأثيرها على الأداء العام.
- تحديد أولويات التوزيع والتوصيل وقرارات الإنتاج المناسبة.
- استعراض قرارات الرواتب الإنتاجية والمالية ووضع التقديرات المالية.
- إعداد قائمة التحقق من القرارات وأنواع التقارير المستخدمة لتحليل النتائج.

الوحدة الثانية: تحقيق الرؤية المؤسسية عبر الاستراتيجية

- استخدام هرم الاستراتيجية كوسيلة لتفوق الشركة على المنافسين.
- تحديد أين وكيف يجب تنفيذ الأعمال لتحقيق النجاح.
- تطبيق استراتيجيات بورتر الكبرى في بيئة الأعمال التنافسية.
- نقل الاستراتيجيات النظرية إلى خطط عمل عملية وفعالة.
- دور فرق العمل كأداة رئيسية لضمان تنفيذ الاستراتيجية بشكل مستدام.
- تشكيل فرق عمل عالية الأداء وقيادتها لتحقيق أقصى مستويات النجاح.
- التعامل مع النزاعات ضمن الفرق وتقليلها بهدف تحقيق الأهداف المشتركة.

الوحدة الثالثة: جودة المنتج

- الاستثمار في عمليات الإنتاج والخدمات اللوجستية لتعزيز الجودة.
- التأكيد على أن الجودة العالية تمثل السبيل الوحيد للحفاظ على رضا وولاء العملاء.
- تطبيق دورة PDCA (التخطيط، التنفيذ، التحقق، اتخاذ الإجراءات) لإدارة العمليات بكفاءة.
- إدارة التوريد والطلب مع التركيز على منظور العميل وتوقعاته.
- فهم مرونة الأسعار ومستويات الطلب، وتحليل العوامل المؤثرة عليها.
- إدارة مستويات الإنتاج والتوصيل لتحقيق جودة العمليات التشغيلية.
- تعزيز ربحية المنتجات من خلال تحديد إجمالي الربح الحقيقي.

- تطبيق الخطوات الستة لتحليل ربحية خطوط الإنتاج، مع استكشاف خيارات التعامل مع خطوط الإنتاج ذات الأداء المتدني.

الوحدة الرابعة: التسويق وخدمة العملاء

- بناء قاعدة واسعة من المروجين لعلامة الشركة التجارية.
- استعراض العناصر الأربعة الرئيسية للتسويق (المنتج، السعر، المكان، الترويج).
- فهم المزيج التسويقي وكيفية استخدامه للوصول لكافة العملاء بفعالية.
- أهمية دور الترويج في استراتيجية التسويق.
- استكشاف أسرار الشركات الناجحة في تقديم خدمة عملاء استثنائية.

الوحدة الخامسة: الإدارة المالية وتعزيز الربحية

- التعرف على مبادئ الإدارة المالية والمحاسبية وأهميتها في اتخاذ القرارات.
- فهم الفروق بين مفاهيم المحاسبة والمالية واستخدام كل منها لدعم الريادة والنمو.
- اتخاذ القرارات المالية الاستراتيجية المستندة إلى تحليلات دقيقة.
- تحليل البيانات المالية الأساسية وفهم كيفية استخدامها لتحسين الأداء المالي للشركة.
- التعرف على المعدلات المالية الخمسة الأساسية التي تحدد مستوى نجاح الأعمال وأدائها في السوق.