



إدارة العلاقات التجارية المهنية (BRMP)

20 - 06 ابريل 2025  
شرم الشيخ (مصر)



## إدارة العلاقات التجارية المهنية (BRMP)

رمز الدورة: 3026\_106335 تاريخ الإنعقاد: 06 - 20 ابريل 2025 دولة الإنعقاد: شرم الشيخ (مصر) التكلفة: 3500 اليورو

### المقدمة:

تجسد إدارة علاقات العمل مجموعة من الكفاءات والمهارات والسلوكيات التي تعزز العلاقات الإنتاجية والمثمرة للقيمة. ينصب تركيزها على تحفيز وتسويق وشكل الطلب التجاري على منتجات وخدمات الموفر. إنه يضمن أن القيمة التجارية المحتملة من هذه المنتجات والخدمات يتم التقاطها وتحسينها. والاعتراف بها. يعمل المحاسبة أو البشرية الموارد أو المعلومات تكنولوجيا مثل خدمة الأعمال لرجال توفر التي الداخلية الإدارات الخدمة ومزود العميل العمل بين وصل كحلقة BRMP يسهل BRMP ويحسن الاتصال بين الطرفين ويساعد على ضمان تحقيق القيمة لمنتجات أو خدمات أو قدرات مقدم الخدمة.

### أهداف الدورة التدريبية:

- التدريب والتأهيل لمديري العلاقة المهنية BRMP
- إحتراف إدارة علاقات العمل BRMP

### نظرة عامة على BRM:

- تكون قادرة على شرح أهداف وغايات دور BRM
- فهم لماذا يكتسب دور BRM أهمية وطريقة تطورها استجابةً لقوى الأعمال والموردين
- شرح مفاهيم نضج الطلب التجاري ونضج إمداد المزود وكيف يؤثر ذلك على دور BRM
- فهم دوافع نضج العلاقة وكن جاهزاً للتمييز بين العلوم العسكرية وأدوار BRM الإستراتيجية وطريقة ارتباطها بطلب المتقدمين والمستشار الموثوق والشريك التجاري الإستراتيجي
- فهم نموذج التشغيل في طريقة ارتباطه بإدارة العلاقات

### الشراكة الاستراتيجية:

- فهم 'تشكيل الطلب' كوسيلة لتحديد تحقيق القيمة من استثمارات الموردين والخدمات والنصائح
- كن مستعداً للاستخدام أسلوب إدارة العلاقات الاستراتيجية وتقنياته لتعزيز علاقات شريك العمل والموردين
- فهم أين تتفاعل في دورة الاتصال بشريك عملك
- شارك في تطوير مع شريك عملك استراتيجية العلاقة على الصفحة كعقد علاقة وتبادل

### ذكاء الأعمال:

- فهم مفاهيم 'تسريب القيمة' ودور BRM في تقليل هذا
- فهم أفكار خارطة طريق القدرة والطريقة التي تستمد بها هذه المقاييس المربعة من استراتيجية العمل
- فهم الأفكار المهمة للإدارة والطريقة التي تربط بها استراتيجية العمل واستراتيجية المزود والمحفظة وحالة العمل لتشكيل النوايا والتواصل وزيادة قيمة الأعمال
- القدرة على استخدام نتائج الأعمال لتوضيح المبادرات الإستراتيجية وإدارة النطاق وتحديد مقاييس القيمة

### إدارة المحافظ:

- فهم إدارة المحافظ هو أن النالية المركزية لنسلوب إدارة يستحق
- فهم طريقة تطبيق إدارة المحافظ على دورة حياة استثمارات الموردين بأكملها. بدءاً من إدارة الاستثمارات الجديدة. وتحسين الاستثمارات الحالية وتقاعد الاستثمارات القديمة
- فهم العلاقات بين المشروع والبرنامج وإدارة المحافظ وكيف تعمل هذه معاً لتحسين قيمة الأعمال
- كن معتاداً على محفظتين مشتركتين بالإضافة إلى مخططات التصنيف والطريقة التي يتم تطبيقها لتحقيق معادلة المحافظة
- فهم عمليات الحوكمة وهيكل مربع التدبير المستخدمة لدعم إدارة المحافظ

## إدارة انتقال الأعمال:

- فهم ما المقصود بإدارة انتقال الأعمال، والسبب في أهمية BRM، ومكونات نموذج القدرة على نقل الأعمال
- فهم كيفية إنشاء إحداح لأصحاب المصلحة
- فهم الأدوار الرئيسية لتكون مجموعة موسيقية للانتقال الأعمال التجارية
- فهم مفاهيم القيادة التغيير الرئيسية
- فهم أهمية المعلومات التفصيلية لتعديل التفاصيل والطرق النموذجية لتحقيق الوضوح
- توضيح جميع العوامل الرئيسية في إدارة عملية الانتقال

## مزود النطاق:

- فهم تعريف القيمة المتمركزة للخدمة
- فهم الفروق الحيوية بين البضائع والخدمات وبالتالي الآثار المترتبة على BRM
- فهم الجوانب المختلفة لقيمة الخدمة والطريقة التي تؤثر بها قيود مورد الخدمة على دور BRM

## اتصالات قوية:

- فهم مكونات الاتصالات القوية
- فهم طريقة للتأثير على أولئك الذين لا يملكون إدارة مباشرة
- أن تكون قادرة على التعبير عن نفسها من خلال اقتراح قيمة فريدة من نوعها

نموذج تسجيل :  
إدارة العلاقات التجارية المهنية (BRMP)

رمز الدورة: 3026 تاريخ الإنعقاد: 06 - 20 أبريل 2025 دولة الإنعقاد: شرم الشيخ (مصر) التكلفة: 3500 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

الهسمى الوظيفي: .....

الهاتف / الجوال: .....

البريد الإلكتروني الشخصي: .....

البريد الإلكتروني الرسمي: .....

معلومات جهة العمل

اسم الشركة: .....

العنوان: .....

الهدية / الدولة: .....

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة):

.....

الهسمى الوظيفي: .....

الهاتف / الجوال: .....

البريد الإلكتروني الشخصي: .....

البريد الإلكتروني الرسمي: .....

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي