

Business Administration Department

Executive MBA Program

Management and organizational Behavior (BUSE 601)

This course examines the role of professional managers in today's business organization. It explores the key functions, concepts, and skills relevant to modern management practices. The course begins with a brief historic overview of management thought, then provides a comprehensive discussion of the fundamental principles and theories associated with the basic functions of management. The course also explores in depth human behavior within business environment at the individual, group and organizational levels. It explores key principles on how people behave in organizations in order to prepare and manage them to become more effective co-workers, team members and organization citizens.

Corporate Finance (BUSE 602)

The objective of the course is to familiarize the student with financial methodology, economic way of thinking and the essentials of finance phenomena. This course focuses on the study of the financial choices that individuals and businesses make, how these choices interact in the markets and the influence of government laws. Also how apply corporate finance in action.

Contemporary marketing (BUSE 603)

Marketing is the core of an operating business. It is an organizational philosophy and guiding principles for interfacing customers, competitors, collaborators, and the environment. Marketing entails planning and executing conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services. It starts with identifying and measuring consumers' needs. It wants to assess the competitive environment, select the most appropriate customer targets, and develop a marketing strategy and implementation program for an offering that satisfies consumers' needs better than the competition. Marketing is the art and science of creating customer value and marketplace exchanges that benefit the organization and its stakeholders. Marketing Management looks at an organization through customers' eyes. To do this, the course will help students to understand what customers want and need and to identify how and why they make confident choices. It also explores best practices in managing marketing activities

within an organization, how to measure and impact demand, and how to forecast and influence its future levels, magnitude, and timing. This course is designed to introduce the fundamental principles and activities necessary to have an appreciation of the importance of the role that marketing plays in an organization. This course will help students understand how organizations benefit from creating and delivering superior value to their customers and other stakeholders. Students will develop analytical skills, apply decision tools, and learn frameworks that refine their approach to market analysis. The skills acquired on this course will be useful regardless of industry or geography.

Management Information System (BUSE 604)

This course aims to introduce the concept of Management Information Systems (IS) to postgraduate students. It provides an overview of the role of IS in transforming business processes, supporting decision-making, facilitating strategy implementation, and enabling enterprise integration. Following this, the course proceeds to shed light on practical applications of IS into the day-to-day organizational practices. In this vein, the course highlights the fundamental changes, led by IS, in the way that organizations run and interact with each other, that is, the potential of IS to support organizational personnel, regardless of their functional area or level in the organization. Topics include (but not limited to) types of IS infrastructure, IS applications and IS development stages that underpin changes in organizational practices in their delivery and administration of contemporary products and services.

Operation Management and Production (BUSE 605)

During the course, a variety of aspects of the activities performed by manufacturing and service organizations will be examined and discussed in detail. A strategic and operational analysis of organizational operations is discussed from both a strategic and operational perspective. One of the most important factors of this course is that it predominantly focuses on the different aspects of the main operational domains, such as supply chains, operations procedure, inventory management, quality control, and operation enhancements, among others.

Research Methods and Quantitative Analysis (BUSE 606)

This course is designed to provide students with an overview of quantitative research methodology applicable to the investigation of organizational phenomena. It is intended

to introduce the fundamental skills and concepts needed to design and conduct behavioral research for research degree students and to enhance the students' ability to evaluate the research of others.

International Business (BUSE 608)

This course focuses on exploring major issues associated with doing business internationally. The course includes a study of international organizational structures, managerial processes, cultural, political, economic, competitive, and technological environments of global business. At the completion of this course, students should be able to analyze international business environment (opportunities and risks) and take calculated and informed decisions.

Advanced Strategic Management (BUSE 610)

With the advent of the (global) marketplace becoming more and more dynamic and tough due to an ever-intensifying competition, a key determinant/antecedent of the firm's survival (let alone their success and/or superior performance) has become their ability to ensure a continuous adaptation with the changes taking place in their environment. In such a scenario, the managers/organization, in order to be successful, need to exhibit a profound understanding of the dynamics of their industries, the changes/trends in other aspects of their firms' external environment, and the firms' internal strengths and weaknesses.

The students must be able to think creatively (with a strategic orientation) in crafting effective strategies to exploit their firms' strengths while taking on the opportunities available to overcome their firms' weaknesses in order not to be adversely affected by the threats posed by the external environment. This course aims to expose the students to the topics relevant to managing (in fact leading) the businesses strategically in turbulent environments. The primary objective of this course is to familiarize them with the nature and dynamics of the strategy formulation and implementation processes as they occur in contemporary organization.

The course centers on elaborating upon the avenues for superior business performance through identifying the possible means to create and leverage sustainable competitive advantage. The students are induced to think critically about identifying strategic issues

and design appropriate courses of action to take on the opportunities available in the (real and/or contrived) business settings.

Leadership (BUSE 615)

This course expands the scope and depth of students' understanding of the concept of leadership. It explains the different leadership styles along with the basic skills necessary for effective leadership. The course helps prepare students to become better leaders in their professional lives.

Entrepreneurship and Innovations (BUSE 617)

This course applies key theories and research on innovation and entrepreneurship and explains how these can be applied in practice in a much broader and contemporary context, including the corporate and public services, emerging technologies and economies, sustainability and development, and creating and capturing value from innovation and entrepreneurship. It highlights clear links between innovation and entrepreneurship.

Business ethics and social responsibility (BUSE 619)

This course aims to provide a multidisciplinary approach to business ethics by integrating moral philosophy, applied ethics, management and social responsibility. It focuses on the main theories of applied ethics as well as the main moral principles, issues and dilemmas of the business world and the CSR. The students are encouraged critically to reflect on the corporate practices of the business world and equip them with knowledge and skills to identify and analyze ethical, environmental, and social issues. Upon the completion of this course, students should be able to enhance awareness and increase understanding of the nature of business ethics in the Saudi Arabia as well as global business environment, examine the ethical implications of business practices from a stakeholder perspective. Moreover, help participants evaluate the social responsibility standards of companies, identify socially responsible initiatives and convey tools for their effective implementation and evaluation and develop critical thinking skills through the application of concepts and theories to business cases.

Managerial and Cost Accounting (ACTE 610)

This course aims to provide the students with the most important contemporary studies in management and cost accounting in the areas of planning, controlling and performance measurement and evaluation. It handles several key topics in management accounting and cost systems. These topics include financial accounting, cost systems, problems of cost measurement, profit planning\ budgeting, CVP analysis, responsibility and performance evaluation, activity –based costing, relevant and irrelevant costs and benefits for decision making, and its related ethical practices.

Managerial Economics (ECNE 610)

The objective of the course is to familiarize the student with economic methodology, economic way of thinking and the essentials of business economics phenomena. This course focuses on the study of the economics choices that individuals and businesses make, how these choices interact in the markets and the influence of government laws. Also helping students to know how firms can maximize their profits within many market structures. Also how apply managerial economics in action.

إدارة السلوك التنظيمي (BUSE ٦٠١)

يتناول هذا المقرر دور المديرين المحترفين في منظمات الأعمال المعاصرة. ويستعرض المقرر الوظائف الأساسية والمفاهيم والمهارات المرتبطة بممارسات الإدارة الحديثة. ويبدأ المقرر بعرض تاريخي موجز لتطور الفكر الإداري، ثم يقدم مناقشة شاملة للمبادئ والنظريات الأساسية المرتبطة بالوظائف الإدارية الأساسية.

كما يتعمق المقرر في دراسة السلوك البشري داخل بيئة الأعمال على المستويات الفردية والجماعية والتنظيمية. ويستعرض المبادئ الأساسية لكيفية تصرف الأفراد داخل المنظمات، بهدف إعدادهم وإدارتهم ليصبحوا زملاء عمل أكثر فاعلية، وأعضاء فرق عمل متميزين، وتنظيميين إيجابيين.

تمويل الشركات (BUSE ٦٠٢)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمنهجية المالية، وطريقة التفكير الاقتصادي، وأساسيات الظواهر المالية. ويركز على دراسة القرارات المالية التي يتخذها الأفراد والشركات، وكيف تتفاعل هذه القرارات داخل الأسواق المالية، إضافة إلى تأثير القوانين والسياسات الحكومية عليها.

كما يتناول المقرر كيفية تطبيق مفاهيم وممارسات التمويل المؤسسي عملياً في الواقع العملي، بما يساعد الطلبة على فهم القرارات المالية واتخاذها بكفاءة في بيئة الأعمال.

التسويق المعاصر (BUSE ٦٠٣)

يُعدّ التسويق جوهر عمل أي منظمة تسعى للاستمرار والنجاح، فهو فلسفة تنظيمية ومجموعة من المبادئ الإرشادية التي تنظم علاقة المؤسسة بعملائها ومنافسيها وشركائها والبيئة المحيطة بها. ويشمل التسويق تخطيط وتنفيذ عمليات ابتكار وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات. ويبدأ ذلك بتحديد وقياس احتياجات المستهلكين، ثم تحليل البيئة التنافسية، واختيار الشرائح المستهدفة الأكثر ملاءمة، وتطوير استراتيجية تسويقية وبرنامج تنفيذي يقدم عروضاً تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل من المنافسين.

يُعدّ التسويق علمًا وفنًا يهدف إلى خلق قيمة حقيقية للعميل وبناء علاقات تبادلية في السوق تعود بالنفع على المنظمة وأصحاب المصلحة فيها. وتتنظر إدارة التسويق إلى المنظمة من منظور العملاء، ومن هذا المنطلق يساعد المقرر الطلبة على فهم ما يريده العملاء وما يحتاجونه، والتعرّف على كيفية ولماذا يتخذون قرارات الشراء بثقة.

كما يتناول المقرر أفضل الممارسات في إدارة الأنشطة التسويقية داخل المنظمات، وطرق قياس الطلب والتأثير فيه، إضافة إلى التنبؤ بمستوياته المستقبلية من حيث الحجم والتوقيت والقوة، والعمل على توجيهها. ويهدف هذا المقرر إلى تعريف الطلبة بالمبادئ والأنشطة الأساسية التي توضح أهمية الدور الذي يلعبه التسويق في نجاح المنظمة.

ويساعد المقرر الطلبة على فهم كيفية استفادة المنظمات من خلال خلق وتقديم قيمة متميزة لعملائها ولأصحاب المصلحة الآخرين، كما يعمل على تنمية المهارات التحليلية لديهم، وتمكينهم من تطبيق أدوات اتخاذ القرار، والتعرّف على نماذج وأطر تحليلية تطوّر أسلوبهم في تحليل الأسواق. وتُعدّ المهارات المكتسبة من هذا المقرر ذات فائدة كبيرة بغض النظر عن نوع القطاع أو الموقع الجغرافي.

مناهج البحث والتحليل الكمي (BUSE ٦٠٦)

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلبة بنظرة شاملة حول منهجية البحث الكمي القابلة للتطبيق في دراسة الظواهر التنظيمية. ويُعدّ المقرر الطلبة لاكتساب المفاهيم والمهارات الأساسية اللازمة لتصميم وتنفيذ البحوث السلوكية، خصوصًا لطلبة الدراسات البحثية، كما يساهم في تنمية قدرتهم على تحليل وتقييم البحوث التي يجريها الآخرون بصورة علمية ونقدية.

نظم المعلومات الإدارية (BUSE ٦٠٤)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف طلبة الدراسات العليا بمفهوم نظم المعلومات الإدارية ، من خلال تقديم نظرة شاملة عن دور هذه النظم في تطوير وتحويل العمليات الإدارية، ودعم عملية اتخاذ القرار، والمساعدة في تنفيذ الاستراتيجيات، وتحقيق التكامل بين مختلف وحدات المؤسسة.

كما يتناول المقرر التطبيقات العملية لنظم المعلومات في الممارسات التنظيمية اليومية، مع تسليط الضوء على التغيرات الجوهرية التي أحدثتها نظم المعلومات في أساليب عمل المنظمات وطريقة تفاعلها مع بعضها البعض. ويبرز المقرر قدرة نظم المعلومات على دعم العاملين في المنظمة بغض النظر عن مجالاتهم الوظيفية أو مستوياتهم الإدارية.

ويشمل المقرر عددًا من الموضوعات، من بينها أنواع البنية التحتية لنظم المعلومات، وتطبيقات نظم المعلومات، ومراحل تطويرها، ودورها في إحداث تغييرات في الممارسات التنظيمية المتعلقة بتقديم وإدارة المنتجات والخدمات المعاصرة.

إدارة العمليات والإنتاج (BUSE ٦٠٥)

يتناول هذا المقرر دراسة ومناقشة مجموعة متنوعة من الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات الصناعية والخدمية، وذلك بصورة تحليلية ومفصلة. ويركّز المقرر على تحليل العمليات التنظيمية من منظورين استراتيجي وتشغيلي، بهدف فهم كيفية تخطيط وإدارة العمليات بكفاءة وفعالية.

كما يُولي المقرر اهتمامًا خاصًا بالجوانب المختلفة لمجالات العمليات الرئيسية، مثل سلاسل الإمداد، وإجراءات التشغيل، وإدارة المخزون، وضبط الجودة، وتحسين العمليات، وغيرها من الموضوعات المرتبطة. ويساعد هذا المقرر الطلبة على تطوير فهم شامل لكيفية إدارة العمليات بما يساهم في رفع الأداء وتحقيق الأهداف التنظيمية.

إدارة الأعمال الدولية (BUSE ٦٠٨)

يركّز هذا المقرر على استكشاف القضايا الرئيسية المرتبطة بممارسة الأعمال على المستوى الدولي. ويتضمن المقرر دراسة الهياكل التنظيمية الدولية، والعمليات الإدارية، والبيئات الثقافية والسياسية والاقتصادية والتنافسية والتكنولوجية للأعمال العالمية. وعند الانتهاء من هذا المقرر، يُتوقع من الطلبة أن يكونوا قادرين على تحليل بيئة الأعمال الدولية من حيث الفرص والمخاطر، واتخاذ قرارات مدروسة ومستندة إلى معلومات دقيقة.

الإدارة الاستراتيجية المتقدمة (BUSE ٦١٠)

في ظل التحول المتسارع للأسواق العالمية وازدياد حدة المنافسة، أصبحت قدرة الشركات على البقاء – ناهيك عن تحقيق النجاح أو الأداء المتفوق – مرتبطة بشكل أساسي بمدى قدرتها على التكيف المستمر مع التغيرات التي تطرأ على بيئتها المحيطة. وفي هذا السياق، يتعين على المديرين والمنظمات الراغبة في النجاح امتلاك فهم عميق لديناميكيات صناعاتهم، والتغيرات والاتجاهات في عناصر البيئة الخارجية المختلفة، إلى جانب إدراك نقاط القوة والضعف الداخلية للمؤسسة.

ويركّز هذا المقرر على تنمية قدرة الطلبة على التفكير الإبداعي من منظور استراتيجي، بما يمكنهم من صياغة استراتيجيات فعّالة تستثمر نقاط القوة المتاحة، وتستفيد من الفرص القائمة، وتعالج جوانب الضعف، وتحدّ من تأثير التهديدات المفروضة من البيئة الخارجية.

ويهدف المقرر إلى تعريف الطلبة بالموضوعات المرتبطة بإدارة – بل وقيادة – الأعمال استراتيجيًا في بيئات متقلبة وغير مستقرة. كما يسعى إلى إكسابهم فهمًا واضحًا لطبيعة وديناميكيات عمليات صياغة الاستراتيجية وتنفيذها كما تُمارس في المنظمات المعاصرة.

ويركّز المقرر كذلك على استعراض السبل المؤدية إلى تحقيق أداء متميز للأعمال من خلال تحديد الوسائل الممكنة لبناء وتعزيز ميزة تنافسية مستدامة. ويتم تشجيع الطلبة على التفكير النقدي في تحديد القضايا الاستراتيجية وتصميم البدائل المناسبة للتعامل مع الفرص المتاحة، سواء في بيئات أعمال واقعية أو افتراضية.

القيادة (BUSE ٦١٥)

يوسّع هذا المقرر نطاق وعمق فهم الطلبة لمفهوم القيادة. ويستعرض المقرر الأنماط المختلفة للقيادة، إلى جانب المهارات الأساسية اللازمة لممارسة القيادة بفاعلية. كما يهدف المقرر إلى إعداد الطلبة ليصبحوا قادة أفضل في الحياة المهنية، من خلال تنمية قدراتهم على التأثير والإرشاد واتخاذ القرارات القيادية الحكيمة.

ريادة الأعمال والابتكار (BUSE ٦١٧)

يطبق هذا المقرر النظريات الرئيسية والأبحاث المتعلقة بالابتكار وريادة الأعمال، ويشرح كيفية تطبيقها عمليًا في سياقات أوسع وأكثر معاصرة، بما في ذلك الشركات الكبرى والخدمات العامة، والتقنيات والاقتصادات الناشئة، وقضايا الاستدامة والتنمية، وكيفية خلق واستغلال القيمة الناتجة عن الابتكار وريادة الأعمال. كما يسلط المقرر الضوء على الروابط الواضحة بين الابتكار وريادة الأعمال، مع توضيح كيفية دمجهما لتحقيق تأثير فعال في بيئة الأعمال.

أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية (BUSE ٦١٩)

يهدف هذا المقرر إلى تقديم مدخل متعدد التخصصات لأخلاقيات الأعمال، من خلال الدمج بين الفلسفة الأخلاقية، والأخلاقيات التطبيقية، والإدارة، والمسؤولية الاجتماعية. ويركّز المقرر على النظريات الرئيسية في الأخلاقيات التطبيقية، إضافة إلى المبادئ والقضايا والمعضلات الأخلاقية التي تواجه عالم الأعمال، إلى جانب مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ويتم تشجيع الطلبة على التفكير النقدي في ممارسات الشركات في عالم الأعمال، وتزويدهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لتحديد وتحليل القضايا الأخلاقية والبيئية والاجتماعية. ومع إتمام هذا المقرر، يُتوقع من الطلبة تعزيز وعيهم وفهمهم لطبيعة أخلاقيات الأعمال في المملكة العربية السعودية وكذلك في بيئة الأعمال العالمية، ودراسة الآثار الأخلاقية للممارسات التجارية من منظور أصحاب المصلحة.

كما يساعد المقرر المشاركين على تقييم معايير المسؤولية الاجتماعية للشركات، والتعرف على المبادرات ذات المسؤولية الاجتماعية، وتزويدهم بالأدوات اللازمة لتطبيق هذه المبادرات بفعالية وتقييمها، إلى جانب تنمية مهارات التفكير النقدي من خلال تطبيق المفاهيم والنظريات على حالات عملية في مجال الأعمال.

المحاسبة الإدارية ومحاسبة التكاليف (٦١٠ ACTE)

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلبة بأهم الدراسات المعاصرة في مجال المحاسبة الإدارية ومحاسبة التكاليف، ولا سيما في مجالات التخطيط والرقابة وقياس الأداء وتقييمه. ويتناول المقرر مجموعة من الموضوعات الرئيسية في المحاسبة الإدارية ونظم التكاليف.

وتشمل هذه الموضوعات المحاسبة المالية، ونظم التكاليف، ومشكلات قياس التكاليف، وتخطيط الأرباح وإعداد الموازنات، وتحليل العلاقة بين التكلفة والحجم والربح (CVP)، ونظم المسؤولية وتقييم الأداء، ونظام التكاليف على أساس النشاط، والتكاليف والإيرادات الملائمة وغير الملائمة لاتخاذ القرارات، إضافة إلى الممارسات الأخلاقية المرتبطة بهذه الجوانب.

الاقتصاد الإداري (٦١٠ ECNE)

يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بالمنهجية الاقتصادية، وطريقة التفكير الاقتصادي، وأساسيات الظواهر الاقتصادية المرتبطة ببيئة الأعمال. ويركّز المقرر على دراسة الخيارات الاقتصادية التي يتخذها الأفراد والمنشآت، وكيف تتفاعل هذه الخيارات داخل الأسواق، إضافة إلى تأثير القوانين والسياسات الحكومية عليها.

كما يساعد المقرر الطلبة على فهم الكيفية التي تستطيع بها الشركات تعظيم أرباحها في ظل هياكل السوق المختلفة، إلى جانب توضيح كيفية تطبيق مفاهيم وأدوات الاقتصاد الإداري عملياً في مواقف العمل الحقيقية.