



إدارة المشتريات وسلاسل التوريد

قيادة وإدارة علاقات الموردين

Course Introduction

في ظل بيئة الأعمال الديناميكية والتنافسية، أصبحت إدارة علاقات الموردين أحد العوامل الاستراتيجية التي تؤثر بشكل مباشر على نجاح المؤسسات في تحقيق أهدافها التشغيلية والتجارية. فالعلاقة الفعالة مع الموردين لم تعد تقتصر على تلبية الطلبات فقط، بل باتت شراكة قائمة على الثقة والتعاون والابتكار.

يركز هذا البرنامج التدريبي المتكامل على تزويد المشاركين بالمهارات والمعارف اللازمة لتطوير علاقات استراتيجية ومستدامة مع الموردين، من خلال تبني أفضل الممارسات العالمية في التقييم التحفيز، وإدارة الأداء والمخاطر. كما يقدم البرنامج أدوات فعالة لتحليل الاحتياجات، واختيار الموردين الأنسب، وبناء قنوات اتصال قوية تعزز الكفاءة التشغيلية وتدعم استمرارية سلسلة التوريد.

Target Audience

- مديري المشتريات وسلاسل الإمداد
- مديري العقود واللوجستيات
- مسؤولي تقييم الموردين وتطوير الأداء
- مسؤولي إدارة المخاطر المرتبطة بالموردين
- قادة الفرق العاملة في الشراكات والتفاوض
- العاملين في الإدارات التشغيلية والتخطيط الاستراتيجي
- كل من يسعى لتطوير خبرته في إدارة علاقات الموردين وتحويلهم إلى شركاء فاعلين في النجاح المؤسسي

Learning Objectives

- التمييز بين الفئات المختلفة للموردين وتصنيفهم حسب الأهمية الاستراتيجية
- فهم المعايير والأسس لاختيار الموردين الأمثل لاحتياجات المؤسسة

- تقييم ملفات الموردين بما ينسجم مع أهداف المشتريات طويلة المدى.
- تطوير استراتيجيات لإدارة علاقات الموردين بشكل فعّال ومؤثر.
- تحليل الاحتياجات الفعلية من الموردين ومواءمتها مع الخطط التشغيلية.
- إتقان مهارات التواصل والتفاوض الاحترافي مع الموردين.
- تحليل مخاطر علاقات الموردين وتأثيرها على سلاسل الإمداد.
- تصميم خطط لإدارة مخاطر الموردين وتقليل تبعياتها.
- بناء مؤشرات أداء دقيقة لمتابعة وتحسين أداء الموردين.
- تطبيق استراتيجيات التقييم المستمر للموردين واتخاذ قرارات تطوير أو استبعاد مستنيرة.
- تصميم آليات تحفيز وتكريم الموردين المميزين لضمان الاستدامة والتحسين المستمر.
- التعرف على أبرز الممارسات العالمية في إدارة أداء الموردين.

Course Outline

• DAY 01

مقدمة حول إدارة الموردين وأنواعهم

- معايير تصنيف الموردين حسب القيمة والاعتمادية
- استراتيجيات اختيار المورد المناسب
- الفرق بين علاقات الموردين قصيرة وطويلة المدى
- دراسة حالات تطبيقية

• Day 02

بناء استراتيجية فعالة لإدارة علاقات الموردين

- تحليل الاحتياجات الفعلية من الموردين
- بناء التناغم بين المؤسسة والمورد لتحقيق القيمة المشتركة
- مبادئ الشراكة الاستراتيجية
- أنشطة تطبيقية

• Day 03

إدارة التنوع في قاعدة الموردين

-
-
-
-

مهارات التواصل والتفاوض المؤثر
فهم مصادر المخاطر في علاقات الموردين
تطوير خطط استباقية لإدارة المخاطر
تمارين محاكاة

• Day 04

تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية للموردين (KPIs)

- ربط الأهداف التشغيلية بأداء الموردين
- أدوات وأساليب تقييم الموردين
- اتخاذ قرارات تطوير أو تقليص العلاقة مع المورد
- ورش عمل تحليلية

• Day 05

تصميم أنظمة تحفيز ومكافآت للموردين

- التكريم مقابل الأداء: معايير الإنصاف والتحفيز
- منهجيات تحسين أداء الموردين
- دراسة حالات عالمية لأفضل الممارسات
- ورشة تطبيقية شاملة وختامية

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
Sept. 15, 2025	Sept. 19, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Dubai