

ICSC/MECSC International John T. Riordan School for Professional Development

A 5 Day Intensive
Program for
Shopping Centre
Professionals

LEVEL I & LEVEL II



8 - 12 June 2008

Kempinski Hotel, Mall of the Emirates
Dubai, United Arab Emirates

Jointly organised by



ABOUT THE PROGRAM

The ICSC/MECSC Schools for Professional Development (Levels 1 & 2) are 5-day programs leading to an ICSC Management and Marketing Institute Certificate.

The programs cover a comprehensive, concentrated, rigorous course taught by prominent shopping centre industry experts from the USA, Europe and the Middle East who serve as faculty. It is designed to ensure that participants will learn how to develop, lease, market and operate a shopping centre successfully.

The program, scheduled over five days, provides powerful tools and what is learned in the classroom can be applied immediately when participants return to their work. To encourage dynamic interaction amongst participants and between the faculty and participants, participants will complete small assignments in small group meetings, review materials, discuss business problems and solutions and exchange ideas.

Disciplines include Management, Marketing and Leasing. Specifically, participants will be taught the fundamentals of operating a shopping centre more effectively as well as learn how the essential components fit, the basic principles of the art and science of merchandising, the economics and the leasing strategies to effectively impact the income and retail productivity of their centre.

Offered only once a year in the Middle East, the 2008 ICSC/MECSC International School for Professional Development will be held in Dubai, United Arab Emirates.

The ICSC/MECSC School for Professional Development offer participants the finest learning experience and an unmatched exchange of industry experts and executives from around the region. Register early to secure your place.

The program will be conducted in English.

ABOUT THE ORGANISERS

This program is jointly brought to you by the International Council of Shopping Centers (ICSC) and the Middle East Council of Shopping Centres (MECSC).

The ICSC is a global trade association of the shopping centre industry. Headquartered in New York, its 75,000 members worldwide include shopping centre owners, developers, managers, marketing specialists, investors, lenders, retailers and other professionals as well as academics and public officials. The MECSC is the regional affiliate of the ICSC. Headquartered in Dubai it has over 750 active members throughout the Middle East.

The mission of the ICSC and the MECSC in bringing these programs to the region is to advance the development of the shopping centre industry and to establish the individual shopping center as a major institution in the community by offering industry training, educational programs, research and publications, networking and deal making opportunities through conventions and meetings as well as certified accreditation programs to promote the prestige and standing of shopping center professionals.

For further information, please contact the MECSC office on • Tel: +971 4 359 7909 • Fax: +971 4 355 8818
• Email: register@mecsc.org • Website: www.mecsc.org

2008 ICSC/MECSC International School for Professional Development

LEVEL I - SCHEDULE

	8 JUNE Sunday	9 JUNE Monday	10 JUNE Tuesday	11 JUNE Wednesday	12 JUNE Thursday
8.00 - 8.30	Registration Morning Coffee	Morning Coffee	Morning Coffee	Morning Coffee	Morning Coffee
8.30 - 10.30	Shopping Centres: A Worldwide Overview Gregg McCort, SCMD	Basics of Leasing and The Lease Language Ray Casey, SCSM	Operations: Maintenance, Security & Risk Management Hal Cottingham, CSM	Accounting Budgets & Lease Administration Hal Cottingham, CSM	Center Merchandising & Tenant Mix Walter Kleinschmit
10.30 - 10.45	Break	Break	Break	Break	Break
10.45 - 12.00	Shopping Centres: A Worldwide Overview Gregg McCort, SCMD	Basics of Leasing and The Lease Language Ray Casey, SCSM	Operations: Maintenance, Security & Risk Management Hal Cottingham, CSM	Accounting Budgets & Lease Administration Hal Cottingham, CSM	Center Merchandising & Tenant Mix Walter Kleinschmit
12.00 - 1.30	Lunch	Lunch	Lunch	Lunch	Lunch
1.30 - 3.30	Market Research Pam Bryson, SCMD	Marketing Plan Nancy Walters, SCMD	Consumer Marketing: Advertising, Sales Promotions, Community & Public Relations Pam Bryson, SCMD	Retailing Basics & Principles Walter Kleinschmit	Shopping Center Analysis Ray Casey, SCSM Nancy Walters, SCMD
3.30 - 3.45	Break	Break	Break	Break	Break
3.45 - 5.00	Market Research Pam Bryson, SCMD	Marketing Plan Nancy Walters, SCMD	Consumer Marketing: Advertising, Sales Promotions, Community & Public Relations Pam Bryson, SCMD	Retailing Basics & Principles Walter Kleinschmit	Program Concludes
		Delegates Dinner			

2008 ICSC/MECSC International School for Professional Development

LEVEL II - SCHEDULE

	8 JUNE Sunday	9 JUNE Monday	10 JUNE Tuesday	11 JUNE Wednesday	12 JUNE Thursday
8.00 - 8.30	Registration Morning Coffee	Morning Coffee	Morning Coffee	Morning Coffee	Morning Coffee
8.30 - 10.30	Using Marketing and Research in the Leasing Process Ray Casey, SCSM	The Business Plan: Creating Maximum Value Hal Cottingham, CSM	Design: The Center & Retailer Walter Kleinschmit	Sponsorship and Alternative Revenue Nancy Walters, SCMD	The Team Approach to Asset Management Hal Cottingham, CSM
10.30 - 10.45	Break	Break	Break	Break	Break
10.45 - 12.00	Using Marketing and Research in the Leasing Process Ray Casey, SCSM	The Business Plan: Creating Maximum Value Hal Cottingham, CSM	Design: The Center & Retailer Walter Kleinschmit	Sponsorship and Alternative Revenue Nancy Walters, SCMD	The Team Approach to Asset Management Hal Cottingham, CSM
12.00 - 1.30	Lunch	Lunch	Lunch	Lunch	Lunch
1.30 - 3.30	Advanced Marketing & Other Strategic Planning for Optimum Productivity Nancy Walters, SCMD	Redevelopment & Refurbishment Priorities & Techniques David Robinson	Advanced Leasing Strategies Ray Casey, SCSM	Shopping Center Finance Ray Casey, SCSM	Redevelopment Analysis Hal Cottingham, CSM Pam Bryson, SCMD
3.30 - 3.45	Break	Break	Break	Break	Break
3.45 - 5.00	Advanced Marketing & Other Strategic Planning for Optimum Productivity Nancy Walters, SCMD	Redevelopment & Refurbishment Priorities & Techniques David Robinson	Advanced Leasing Strategies Ray Casey, SCSM	Shopping Center Finance Ray Casey, SCSM	Program Concludes
		Delegates Dinner			

NOTE: PROGRAM AND SPEAKERS ARE SUBJECT TO CHANGE WITHOUT PRIOR NOTICE.

LEVEL I

Who Should Attend

This program is designed for individuals with less than three years of industry experience.

- Shopping centre managers, assistant managers and operations managers with three or less years of industry experience.
- Individuals whose responsibilities are primarily in community centres or regional malls and who want to learn about other types of shopping centres.
- Leasing & Marketing directors considering expanding their responsibilities.
- Development officers, human resources directors, asset managers, investors, accountants and others in related disciplines, who are seeking general basic knowledge of shopping centre management.
- Every shopping centre professional who needs practical techniques for developing strategies that work.
- Retail real estate brokers and tenant representatives.
- Asset managers or chief financial officers, who are seeking practical techniques for developing strategies that not only enhance income but also have long-term benefits.

How You Will Benefit

- Gain a solid foundation to assist you in your day-to-day responsibilities.
- Achieve confidence in your ability to increase your centre's productivity.
- Build relationships within your peer group of management, marketing and leasing professionals.
- Discover ways to apply your own management techniques, knowledge and other related skills to the disciplines of leasing, marketing and managing shopping centres.
- Network with the shopping centre industry's leading professionals and share their knowledge and experience.

“ The training programme was very informative and useful; the case studies gave insights into the management of shopping centres and also their role in mixed use developments. The sessions were interactive and the faculty was more than helpful in sharing their experiences, I look forward to more programmes like this. ”

Nahla Naanaa
Sales & Leasing Manager, Sama Dubai



LEVEL I - Curriculum

Shopping Centres: A Worldwide Overview	An introduction to the history of shopping centres, types of centres around the world and the role and responsibilities of shopping centre managers, marketing directors and leasing specialists in increasing property value. Students will learn what today's shopping centre management must know to succeed in today's fast changing, competitive environment.
Retailing Basics & Principles	Understanding the retailing business is a critical element to succeeding in the shopping centre business. Here is where you'll learn how retailing works right down to the formulas that determine how much a product can sell for and how many times that item has to sell or "turnover" in order for the store to pay its obligations to the landlord and still make a profit. Communication strategies between landlord and retailer are also discussed in full.
Basics of Leasing and the Lease Language	A review of the leasing process and the shopping centre lease, explaining both the language and the importance of the various provisions in this complex contract that dictates the relationships among property owners and retail tenants. Specific subjects include lease terms, minimum rent and percentage rent, performance requirements, construction allowances, key money, common area maintenance (CAM) /service charges, and what is typically required in lease negotiations.
Market Research	The role and techniques of marketing research are analyzed including best methods of obtaining primary and secondary research, understanding data and applying research in the strategic plan. Topics discussed include centre/competitive data, consumer data, market data, and benchmark tools and their applications.
Operations: Maintenance, Security and Risk Management	Cost control and minimizing risk are keys to increasing net operating income in both growing and mature shopping centre markets. Here's where you'll learn the basics of centre maintenance and what to look for when making crucial decisions on whether to repair or replace. An overview of insurance and risk management issues are also included along with a look at shopping centre security. Ways to develop and manage a security force; public relations tactics; assessing security and preparing a security manual are discussed in this essential course.
Centre Merchandising and Tenant Mix	Before a centre is built and deals signed, there has to be a plan. This course will show you how to formulate a successful tenant mix through setting goals, accumulating research, determining market needs and fully understanding what it means to merchandise a centre. You'll analyse the process from a new centre perspective as well as from a redevelopment view. Terminology; pre-planning techniques, retail classification analysis to determine needs; reasons to re-merchandise as well as future directions and trends for retailing and shopping centres will be discussed.
Accounting Budgets & Lease Administration	Learn the fundamental components of accounting and lease administration in the shopping centre industry with focus on determining minimum base rent and percentage or average rent. Pass-through costs such as common area maintenance, real estate taxes, insurance and utilities are discussed at length. Besides basic budgeting, alternative income sources and billing examples are revealed as well as a section dealing specifically with collections and defaults.
The Marketing Plan	An overview explaining the basic structure and format of the marketing plan as a tool to define and work towards specific goals. A typical five-step marketing plan is reviewed, emphasising marketing's role in maximising centre value. Strategic plans will also be discussed to provide new ideas.
Consumer Marketing: Advertising, Sales Promotion, Community and Public Relations	This course focuses on promotion as the ultimate marketing tool. You'll see how advertising working together with public relations, community relations and sales promotions can and does make a difference in influencing where people shop and what they buy when they get there. This course will also demonstrate the importance of media advertising and how it is purchased as a means to maximize consumer patronage.
Shopping Centre Analysis	A brief classroom discussion will focus on analysis of a major area shopping centre toured by the class. Discussion will include an analysis of the tenant mix, visual merchandising and temporary tenants, including RMU's and kiosks as well as the centre's physical layout and any market issues that may be determined.

LEVEL II

Who Should Attend

This program builds upon the material taught in the first level, geared for individuals with three or more years of industry experience seeking to achieve a higher level of excellence.

- Seasoned shopping centre managers, marketing directors or leasing agents considering the redevelopment or re-merchandising of a centre.
- Corporate and regional management and marketing executives.
- Representatives of advertising agencies, promotion companies, consultants and other purveyors of shopping centre marketing campaigns and services.
- Brokers with three or more years of experience negotiating space as agents in shopping centres for owners or tenants.
- Experienced retailers with substantial responsibility for overseeing the real estate function of the company or active in negotiating leases with landlord representatives.

How You Will Benefit

- Discover strategies that increase productivity and efficiency.
- Acquire skills needed to maximize net operating income and centre value for the owner.
- Develop fresh insights into what the future holds.
- Improve your ability to lead a team toward achieving maximum effectiveness.
- Share your own experience of what works and what doesn't work with other participants.
- Network with the shopping centre industry's leading professionals and share their knowledge and experience.

“ I have attended previous editions of the School and I find that I learn new things every time. On the whole, I find the annual school very informative and I would strongly recommend it to my colleagues in the industry. ”



Abdul Rahman Al Sharfa

Assistant General Manager, Al-Injazat Real Estate.



LEVEL II - Curriculum

Using Marketing & Research in the Leasing Process

No successful leasing plan happens without thorough research before & expert marketing after. This course will show you how it all comes together. You'll see where research, done properly, can determine not only what tenants to consider in a project but if the project even happens at all. Discover how the marketing plan is really the leasing professional's best weapon in making critical decisions that can make or break a centre.

The Business Plan: Creating Maximum Value

You'll better understand the many roles the business plan will play to maximize operational efficiencies, net operating income & enhance long-term center value. The basic components of effective business planning will be discussed including leasing plan, marketing plan, capital plan & budget detail. Operational topics include supervision of contractors & in-house labor assigned to the physical plant (including maintenance & security); fiscal direction & control; other vital operational responsibilities such as specialty retail/permanent space leasing; relations with tenants, owners, lenders & community.

Advanced Leasing Strategies

You will take an in-depth look at the retail environment, which includes a discussion of the importance of leasing to a shopping centres fiscal soundness & a detailed examination of the multiple components of the lease document. This course emphasizes tenant mix & analyses how to devise leasing strategies to select & pursue tenants that maximize the centres total productivity. Specific subjects include negotiation strategies; isolating redevelopment opportunities; & structuring a deal. Above all, you'll discover the dynamics of negotiating a lease that's a winning proposition for both landlord & retailer.

Advanced Marketing & Other Strategic Planning for Optimum Productivity

Learn more about the types of marketing actions that provide the most cost-effective & efficient results affecting financial performance of shopping centres. Discussion is focused on selling the property as a product, implementing the marketing plan, & integrating marketing into the management & leasing disciplines. The course concentrates in-depth on new innovations in marketing, specifically tourist & sponsorship driven initiatives that are driving both customers & producing owner revenue at centres all over the world. You'll also receive tips on assessing marketing success by analysing key components of the operating statement.

Design: The Centre & Retailer

The principal elements of centre & store design are examined, with emphasis on ways to enhance the aesthetic attraction of the shopping environment. Topics include signage, floor plans, lighting, entrances, displays, vacant spaces, temporary tenants, & point of purchase advertising.

Redevelopment & Refurbishment Priorities & Techniques

Will your centre require a complete redevelopment of the property or a refurbishment to brighten the look of your centre and increase traffic to it? These significant aspects of the shopping centre industry are crucial for long-term growth and to recoup the financial investment for the ownership and development team. This class examines trends in redevelopment & refurbishment; what do customers want & need to see in today's modern centres; how to perform a realistic & complete property analysis; what are various design trends & elements you must evaluate in order to prepare the redevelopment plan; what anchors & traffic generators do centres need today to remain competitive; & how to calculate the income potential & the risk/return analysis necessary to justify a redevelopment or a refurbishment.

Sponsorship and Alternative Revenue

Actual case studies highlight this focused course on revenue generation through sponsorship and budget maximization through partnerships. The difference is crucial. You'll discuss the pure form of sponsorship, where money is paid to the property owner in exchange for product exposure. You'll learn the do's and don'ts of proposal preparation and how to properly value your property's worth to a sponsor. You'll see what's working. And you'll see what isn't. Also, learn the delicate balancing act of partnership marketing, where a mutual benefit is derived by both property and third party, without direct financial consideration.

Shopping Finance

Master the concepts of shopping centre value; time value of money; net operating income; capitalization rates; cost of working capital; & internal rate of return & payback of lease deals (particularly those with substantial capital requirements). The emphasis of this course is on return on investments, increasing funds from operations (FFO) & shopping centre valuation. Tools covered include monthly financial statements, proformas, annual budgets & forecasts. A major theme is how time complicates basic assumptions about future conditions & value.

The Team Approach to Asset Management

See how leasing, specialty leasing, marketing & property management teams can work together to increase productivity. Strategies, collaborative & cooperative methods are reviewed to focus discussion on relationships among owners/developers, management, tenants, lenders & customers. You will participate in exciting workshops that review effective teamwork techniques employed to improve a centres competitive position and enhance its net operating income, resulting in increased value.

Redevelopment Analysis

You'll have the opportunity to take a real world shopping centre scenario & plan a redevelopment project. You will visit a local property with a worksheet that you will complete onsite to help you analyse re-development opportunities as a learning exercise. This interactive class allows you the creativity to take a property and make it better within the confines of market and budget limitations.

الدورة الدولية للتطوير المهني برعاية جون تي. ريوردان
مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط والمجلس العالمي لمراكز التسوق



برامج مكثفة لمدة

٥ أيام لمهنيي

مراكز التسوق

المستوى الأول والمستوى الثاني

٨ - ١٢ يونيو ٢٠٠٨

فندق كمبنسكي، مول الإمارات
دبي، الإمارات العربية المتحدة

برعاية

لمحة عن البرنامج

تقدم دورة ICSC/MECSC للتطوير المهني (المستوى الاول والثاني) برامج مكثفة لمدة ٥ أيام تُتَوَجَّح بمنح شهادة معهد ICSC للإدارة والتسويق.

تتضمن البرامج دروساً شاملة ومركزة ومكثفة يقدمها خبراء مرموقين في مجال صناعة مراكز التسوق قادمون من الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا والشرق الأوسط حيث سيشكلون هيئة التدريس. وتم تصميم هذه البرامج لضمان تعلم المشاركين كيفية تطوير وتأجير وتسويق وإدارة مركز التسوق بنجاح.

يقدم البرنامج الممتد على مدى ٥ أيام أدوات ووسائل تعلم قوية ويمكن تطبيق ما يتم تعلمه في الدورة فور عودة المشاركين إلى أعمالهم. ولتشجيع التفاعل الحيوي بين المشاركين انفسهم وبين هيئة التدريس والمشاركين. يتعين على المشاركين إنجاز فروض ومهام صغيرة في اطار فرق عمل صغيرة ومراجعة المناهج ومناقشة مشاكل الأعمال وحلولها وتبادل الأفكار.

تتضمن مواد البرنامج الإدارة والتسويق والتأجير إذ يتم تعليم المشاركين خديداً مبادئ تشغيل مركز التسوق بفعالية أكبر وكذا مدى ملائمة المكونات الأساسية والمبادئ القاعدية لفن وعلم التسويق والاقتصاد واستراتيجيات التأجير لتحقيق دخل أوفر ونتاجية أكبر لتجارة التجزئة في مركزهم التجاري.

إن دورة ICSC/MECSC الدولية للتطوير المهني تُنظَّم مرة واحدة فقط في السنة في منطقة الشرق الأوسط وستحتضن دبي الإمارات العربية المتحدة، دورة العام ٢٠٠٨.

تقدم هذه الدورة للمشاركين خبرة تعليمية بأرقى المعايير وتسمح لهم بتبادل الآراء مع خبراء ومدربين تنفيذيين في مجال صناعة مراكز التسوق بالمنطقة. بادروا بحجز أماكنكم، علماً أن تقديم الدروس سيكون باللغة الإنجليزية.

لمحة عن المنظمين

يقدم هذا البرنامج بالاشتراك بين المجلس العالمي لمراكز التسوق (ICSC) ومجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط (MECSC).

إن المجلس العالمي لمراكز التسوق (ICSC) هو عبارة عن جمعية تجارية عالمية لصناعة مراكز التسوق. يقع مقره في نيويورك ويتألف أعضاؤه البالغ عددهم ٧٥,٠٠٠ عضو من ملاك ومطورين ومدربين وخبراء تسويق ومستثمرين ومقرضين وبائعي جَزئة واكاديميين وموردين ومسؤولين حكوميين. ويعتبر مجلس مراكز تسوق الشرق الأوسط (MECSC) فرعاً إقليمياً للمجلس العالمي لمراكز التسوق (ICSC) ويقع مقره في دبي ويضم ٧٥٠ من الأعضاء النشطاء عبر كل أرجاء الشرق الأوسط.

ويهدف هذان المجلسان من خلال تنظيم هذه الدورة في منطقة الشرق الأوسط إلى تطوير صناعة مراكز التسوق وترسيخ مركز التسوق الفردي كمؤسسة كبرى في المجتمع من خلال توفير التدريب والبرامج التعليمية والابحاث والنشر والشبكات وفرص ابرام الصفقات من خلال اللقاءات والاجتماعات وكذا برامج معتمدة وموثقة بشهادات لترقية وضعية وسمعة مهنيي مراكز التسوق.

للمزيد من المعلومات أو الاستفسارات، يرجى الاتصال بـ (MECSC) على • هاتف: +٩٧١ ٤ ٣٥٩ ٧٩٠٩ • فاكس: +٩٧١ ٤ ٣٥٥ ٨٨١٨ • البريد الإلكتروني: register@mecsc.org • الموقع الإلكتروني: www.mecsc.org

المستوى الأول

١٢ يونيو الخميس	١١ يونيو الأربعاء	١٠ يونيو الثلاثاء	٩ يونيو الاثنين	٨ يونيو الأحد	
قهوة الصباح	قهوة الصباح	قهوة الصباح	قهوة الصباح	التسجيل قهوة الصباح	٨:٣٠ - ٨:٠٠
تجارة مراكز التسوق وتنوع محلات التجزئة	ادارة المحاسبة والميزانية والتأجير	العمليات الصيانة. الامن وادارة المخاطر	اسس التأجير ولغة التأجير	مراكز التسوق: نظرة عالية شاملة	١٠:٣٠ - ٨:٣٠
Walter Kleinschmit	Hal Cottingham, CSM	Hal Cottingham, CSM	Ray Casey, SCSM	Gregg McCort, SCMD	
استراحة	استراحة	استراحة	استراحة	استراحة	١٠:٣٠ - ١٠:٤٥
تجارة مراكز التسوق وتنوع محلات التجزئة	ادارة المحاسبة والميزانية والتأجير	العمليات الصيانة. الامن وادارة المخاطر	اسس التأجير ولغة التأجير	مراكز التسوق: نظرة عالية شاملة	١٢:٠٠ - ١٠:٤٥
Walter Kleinschmit	Hal Cottingham, CSM	Hal Cottingham, CSM	Ray Casey, SCSM	Gregg McCort, SCMD	
استراحة الغداء	استراحة الغداء	استراحة الغداء	استراحة الغداء	استراحة الغداء	١٢:٠٠ - ١:٣٠
تحليل مركز التسوق	اسس ومبادئ تجارة التجزئة	التسويق لدى المستهلك: الاعلانات. الحملات الترويجية للمبيعات. علاقات المجتمع والعلاقات العامة	خطط التسويق	أبحاث السوق	٣:٣٠ - ١:٣٠
Ray Casey, SCSM Nancy Walters, SCMD	Walter Kleinschmit	Pam Bryson, SCMD	Nancy Walters, SCMD	Pam Bryson, SCMD	
استراحة	استراحة	استراحة	استراحة	استراحة	٣:٤٥ - ٣:٣٠
نهاية البرنامج	اسس ومبادئ تجارة التجزئة	التسويق لدى المستهلك: الاعلانات. الحملات الترويجية للمبيعات. علاقات المجتمع والعلاقات العامة	خطط التسويق	أبحاث السوق	٥:١٥ - ٣:٤٥
	Walter Kleinschmit	Pam Bryson, SCMD	Nancy Walters, SCMD	Pam Bryson, SCMD	
			حفل عشاء		

المستوى الثاني

١٤ يونيو الخميس	١٣ يونيو الأربعاء	١٢ يونيو الثلاثاء	١١ يونيو الاثنين	١٠ يونيو الأحد	
قهوة الصباح	قهوة الصباح	قهوة الصباح	قهوة الصباح	التسجيل قهوة الصباح	٨:٣٠ - ٨:٠٠
تصور فريق العمل لادارة الاصول	الرعاية البديله والايرادا	التصميم: المركز ومحلات التجزئة	استراتيجيات التأجير المتقدمة	استخدام التسويق والابحاث في عملية التأجير	١٠:٣٠ - ٨:٣٠
Hal Cottingham, CSM	Nancy Walters, SCMD	Walter Kleinschmit	Hal Cottingham, CSM	Ray Casey, SCSM	
استراحة	استراحة	استراحة	استراحة	استراحة	١٠:٣٠ - ١٠:٤٥
تصور فريق العمل لادارة الاصول	الرعاية البديله والايرادا	التصميم: المركز ومحلات التجزئة	استراتيجيات التأجير المتقدمة	استخدام التسويق والابحاث في عملية التأجير	١٢:٠٠ - ١٠:٤٥
Hal Cottingham, CSM	Nancy Walters, SCMD	Walter Kleinschmit	Hal Cottingham, CSM	Ray Casey, SCSM	
استراحة الغداء	استراحة الغداء	استراحة الغداء	استراحة الغداء	استراحة الغداء	١٢:٠٠ - ١:٣٠
تحليل اعادة التطوير	تمويل مركز التسوق	ستراتيجيات التاجر المتقدمة	أولويات واساليب اعادة التطوير والتجديد	التسويق المتقدم والتخطيط الاستراتيجي لزيادة الانتاج	٣:٣٠ - ١:٣٠
Hal Cottingham, CSM Pam Bryson, SCMD	Ray Casey, SCSM	Ray Casey, SCSM	David Robinson	Nancy Walters, SCMD	
استراحة	استراحة	استراحة	استراحة	استراحة	٣:٤٥ - ٣:٣٠
نهاية البرنامج	تمويل مركز التسوق	ستراتيجيات التاجر المتقدمة	أولويات واساليب اعادة التطوير والتجديد	التسويق المتقدم والتخطيط الاستراتيجي لزيادة الانتاج	٥:١٥ - ٣:٤٥
	Ray Casey, SCSM	Ray Casey, SCSM	David Robinson	Nancy Walters, SCMD	
			حفل عشاء		

المستوى الأول

هذا البرنامج مصمم لأشخاص ذوي خبرة تقل عن ٣ سنوات في مجال مراكز التسوق.

- مديرو مراكز التسوق، ومساعدو المديرين ومديرو العمليات ذوي خبرة تقل عن ٣ سنوات في هذا المجال.
- الأشخاص الذين يتولون مسؤوليات مرتبطة أساسا بنشاطات مراكز التسوق المحلية أو الاقليمية ويرغبون في اكتساب خبرة حول انواع اخرى من مراكز التسوق.
- مديرو التأجير والتسويق الذين يتطلعون إلى توسعة مهامهم وتطوير مسؤولياتهم.
- مديرو التطوير ومديرو الموارد البشرية ومديرو الأصول والمستثمرون والمحاسبون وغيرهم في المجالات ذات الصلة، ويتطلعون إلى اكتساب معرفة عامة حول ادارة مراكز التسوق.
- أي مهني يعمل في مركز تسوق ويحتاج إلى اساليب عملية لتطوير استراتيجيات فعالة.
- وسطاء العقارات وممثلو المستأجرين.
- مديرو الأصول أو كبار المسؤولين الماليين الذين يتطلعون إلى اكتساب اساليب عملية لتطوير استراتيجيات لا تدر الدخل فقط بل تدر ارباحا على المدى البعيد ايضا.

من هم المستهدفون؟

- اكتساب قاعدة متينة تساعدكم على الاضطلاع بمسؤولياتكم اليومية.
- تعزيز الثقة في قدرتكم على زيادة انتاج مركزكم التجاري.
- اكتشاف طرق لتطبيق أساليبكم الادارية الخاصة ومعارفكم ومهاراتكم على نشاط تأجير وتسويق وإدارة مراكز التسوق.
- إرساء العلاقات مع زملاء المهنة من مهنيي ادارة وتسويق وتأجير مراكز التسوق.
- إقامة شبكة تربطكم بكبار المهنيين في صناعة مراكز التسوق وتبادل الخبرات والمعارف معهم.

ماذا ستستفيدون؟



كان برنامج التدريب مفيدا وغنيا بالمعلومات. اما الحالات الدراسية فقد عمقت فهمنا لادارة مراكز التسوق ودورها ايضا في المشاريع متعددة الاستخدامات. وكانت الجلسات تفاعلية والهيئة التدريبية قدمت لنا تجاربها بكل اريحية. انني اتطلع للمشاركة في برامج اكثر مثل هذه البرامج

نهلة ننع
مديرة المبيعات والتأجير، سما دبي



المستوى الأول - المقرر الدراسي

مراكز التسوق : نظرة عالمية شاملة

عبارة عن مدخل إلى تاريخ مراكز التسوق وأنواعها وأشكالها حول العالم ودور ومسؤوليات مديري المراكز ومديري التسويق وخبراء التأجير في تعزيز قيمتها. وسيتعلم الطلاب ما يجب على ادارة مركز التسوق معرفته اليوم لتحقيق النجاح في خضم بيئة تنافسية تشهد تغيرات سريعة.

أبحاث السوق

تتطرق إلى دور وأساليب البحث التسويقي التي يتم تحليلها بما في ذلك أفضل الطرق للحصول على بحث رئيسي وبحث ثانوي وفهم البيانات وتطبيق البحث ضمن خطة استراتيجية. وتمثل المواضيع مدار البحث والمناقشة بيانات المنافسة وبيانات المستهلك وبيانات السوق والادوات الاساسية وتطبيقاتها.

الخطة التسويقية

نظرة شاملة تشرح الهيكل القاعدي والشكل النموذجي للخطة التسويقية كأداة لتحديد الأهداف والعمل على تحقيقها. وتتم مراجعة خطة تسويق نموذجية من خمس مراحل تركز على دور التسويق في تعزيز قيمة المركز التجاري. كما ستتم مناقشة خطط استراتيجية لطرح أفكار جديدة.

تسويق المركز وتنوع المستأجرين

قبل بناء مركز التسوق وإبرام الصفقات. يجب ان تكون هناك خطة. وستعرفون خلال هذه الدورة كيفية تشكيل خليط متنوع ناجح من المستأجرين من خلال وضع الأهداف وإجراء الأبحاث وتحديد احتياجات السوق والفهم الكامل لمعنى تسويق مركز تجاري. ستحللون العملية من منظور جديد للمركز وكذا من نظرة جديدة لاعادة التطوير. وستتم مناقشة عدة مواضيع منها المصطلحات ومرآحل ما قبل التخطيط وتحليل وتصنيف تجارة التجزئة لمعرفة الاحتياجات واسباب اعادة التسويق وتحديد التوجهات المستقبلية لتجارة التجزئة ومراكز التسوق.

أسس التأجير ولغة التأجير

عبارة عن نظرة شاملة على عملية التأجير وكيفية تأجير مركز التسوق مع شرح لغة وأهمية النصوص والأحكام العديدة في عقود التأجير المعقدة التي تملئ العلاقات بين ملاك العقار والمستأجرين من تجارة التجزئة. وتشمل المواضيع المحددة شروط التأجير وأدنى قيمة الأيجار ونسبته. ومتطلبات الأداء وتراخيص البناء ومقدار العربون وصيانة المناطق المشتركة ورسوم الخدمة وما هو مطلوب عادة في مفاوضات التأجير.

أسس ومبادئ تجارة التجزئة

ان فهم اعمال تجارة التجزئة عنصر أساسي وحاسم للنجاح في أعمال مركز التسوق. وهنا تتعلمون كيف ان تجارة التجزئة تعمل على تحديد الصيغة التي تقرر مدى امكانية بيع منتج أو كم مرة يجب عرضه للبيع أو "اجمالي الحركة" الذي يحققه محل البيع بالتجزئة بما يمكنه من دفع الأيجار للمالك مع الاستمرار في جني الارباح. وسنناقش بشكل مستفيض استراتيجيات التواصل بين المالك وبائع التجزئة.

ادارة المحاسبة والميزانية والتأجير

هي تعلم المكونات الأساسية لادارة المحاسبة والتأجير في مجال مراكز التسوق مع التركيز على تحديد أدنى قيمة الأيجار ونسبته أو متوسط الأيجار. يتم اجراء نقاش مطول حول التكاليف النثرية مثل تكاليف صيانة المناطق المشتركة والرسوم العقارية والتأمين والمرافق العامة. والى جانب الميزانية الأساسية. سيتم كشف مصادر الدخل البديلة وأمثلة عن إعداد القوائم وكذلك طريقة تحصيل الاموال والتعامل مع حالات التخلف عن تسديدها.

العمليات : إدارة الصيانة والأمن والمخاطر

يُعتبر التحكم في التكاليف وتقليل المخاطر مفتاح زيادة الدخل التشغيلي الصافي سواء في مراكز التسوق الحديثة أم القديمة. وهنا تتعلمون أسس صيانة المركز وما يجب البحث عنه عند اصدار قرارات حاسمة أو عما اذا كان يجب اجراء الصيانة أو الاستبدال. ويتم تقديم نظرة شاملة على التأمين وادارة المخاطر وكذا أمن مركز التسوق. وستتم مناقشة طرق تطوير وإدارة قوة أمنية واساليب العلاقات العامة وتعزيز الامن وإعداد دليل أمني.

التسويق لدى المستهلك: الاعلانات. الحملات الترويجية للمبيعات. علاقات المجتمع والعلاقات العامة

يركز هذا الموضوع على أداة التسويق النهائية. وسترون كيف ان عناصر التسويق وعلاقات المجتمع والعلاقات العامة وترويج المبيعات يمكنها. من خلال العمل معاً. تحقيق فارق في التأثير على الجمهور وتوجيههم إلى مكان التسوق والى ماذا يشترتون ومتى يشترتون. كما يبين هذا الدرس اهمية الاعلان عبر وسائل الاعلام وكيف يؤثر إلى أقصى حد في اختيارات المستهلك.

تحليل مركز التسوق

سيتم اجراء مناقشة جماعية وجيزة تركز على تحليل مركز تسوق كبير يزوره الطلاب. وسيشمل النقاش الخليط المتنوع للمستأجرين وأساليب عرض البضائع داخل المحلات والمستأجرين المؤقتين بما فيهم المحلات والاكشاك الصغيرة وكذا الاطلاع على المخطط الظاهر للمركز وأي مسائل خاصة بالسوق يمكن تحديدها.

المستوى الثاني

يرتكز هذا البرنامج على المواد التي تم تدريسها في المستوى الأول وهو يستهدف الأشخاص ذوي خبرة تزيد عن ٣ سنوات في مجال مراكز التسوق ويتطلعون إلى تحقيق أعلى مستويات التميز في أعمالهم.

- مديرو مراكز التسوق المتمرسون، مديرو التسويق أو وكلاء التأجير الذين يتطلعون إلى إعادة تطوير أو إعادة تسويق مراكزهم التجارية.
- مديرو الشركات والمدراء الإقليميون ومديرو التسويق.
- ممثلو وكالات الدعاية والاعلان والشركات الترويجية والاستشاريون ومقدمو خدمات الاعلانات والحملات الترويجية للمراكز التجارية.
- الوسطاء ذوو ٣ سنوات خبرة أو أكثر في التفاوض كوكلاء في مراكز التسوق للملاك أو المستأجرين.
- بائعو تجزئة ذوو خبرة ويضطلعون بمهام أساسية للاشراف على سير عمل عقارات الشركة أو إجراء مفاوضات التأجير مع ممثلي المالك.

من هم المستهدفون؟

- اكتشاف استراتيجيات جديدة لزيادة الانتاج والكفاءة.
- اكتساب المهارات المطلوبة لتعزيز الدخل التشغيلي ورفع قيمة المركز التجاري إلى أقصى درجة لصالح المالك.
- تطوير تصورات جديدة حول المشاريع المستقبلية.
- تحسين قدرتكم على قيادة فريق نحو تحقيق فعالية قصوى.
- تبادل خبراتكم مع المشاركين الآخرين حول الأفكار الناجحة وغير الناجحة.
- إقامة شبكة تواصل مع مهنيين في صناعة مراكز التسوق والاستفادة من معارفهم وخبراتهم.

ماذا ستستفيدون؟

شاركتم في دورات سابقة في المعهد، وفي كل مرة اتعلم امورا جديدة، وعموما، ارى ان الدورة السنوية غنية بالمعلومات واود ان اوصي زملائي في القطاع بقوة المشاركة فيها

عبد الرحمن الشرفا
المدير العام المساعد، الأجزاء العقارية



المستوى الثاني - المقرر الدراسي

ستفهمون بشكل أفضل الأدوار العديدة التي تلعبها خطة الأعمال لرفع كفاءة التشغيل إلى أقصى درجة وزيادة صافي الدخل التشغيلي وتعزيز قيمة المركز على المدى البعيد. ستتم مناقشة المكونات الأساسية للتخطيط الفعال للأعمال بما في ذلك خطة التأجير وخطة التسويق وخطة رأس المال وتفصيل الميزانية. وتشمل المواضيع التطبيقية: الاشراف على المفاوضين والعمال المعينين لتولي مهام الصيانة والامن. ادارة الضرائب ومراقبتها. مسؤوليات ومهام تشغيلية حيوية اخرى مثل جارة التجزئة المتخصصة/ التأجير الدائم. العلاقات بين المستأجرين والملك والمقرضين والمجتمع.

خطة الأعمال : إنشاء قيمة قصوى

ستعرفون أكثر أنواع عمليات التسويق التي تحقق أفضل النتائج من حيث التكلفة والفعالية والتي تؤثر على الاداء المالي لمركز التسوق. وسيرتكز النقاش على بيع العقار كمنتج وتنفيذ الخطة التسويقية وادخال التسويق في الادارة والتأجير. وستركز الدورة بشكل أعمق على الأساليب الإبداعية الجديدة في طرق التسويق وخصوصا المشاريع التي تجذب السياح والشركات الراعية والزبائن وما تدره من عائدات لصالح الملاك في المراكز المنتشرة عبر العالم. وسنقوم ايضا بتقييم نجاح التسويق من خلال تحليل المكونات الرئيسية لبيانات التشغيل.

التسويق المتقدم والتخطيط الاستراتيجي لزيادة الانتاج

ستدركون مفاهيم قيمة مركز التسوق. القيمة الزمنية للمال. الدخل التشغيلي الصافي. نسب رأس المال. تكلفة رأس المال العامل. المعدل الداخلي للايرادات واسترداد عقود الايجار (خديدا ذات المتطلبات الرأسمالية الهامة). وستركز هذه الدورة على عوائد الاستثمار وزيادة الاموال الناجمة من العمليات وتقدير قيمة مركز التسوق. وتشمل الادوات المستخدمة الكشوفات المالية الشهرية والفواتير الأولية والميزانيات السنوية والتوقعات. وسيتم طرح موضوع رئيسي حول كيفية تأثير عامل الوقت على الافتراضات الأولية حول الظروف المستقبلية والقيمة المستقبلية.

تمويل مركز التسوق

سواء كنتم شركة خاصة أو مسؤولاً أمام حملة حصص أو تملكون أو تديرون مركزاً واحداً أو مائة مركز. فإنكم تتعاملون مع عملاء وزبائن من كافة الأشكال وعلى كافة المستويات وهذا الدرس النثر سيضع العلاقات مع العملاء نصب أعينكم كموضوع هام لكم ولشركتكم. سنتطرون إلى العمل بطريقة مختلفة تماماً من خلال الشخص الذي يتسوق في مركزكم والبائع الذي يدفع ايجاره لكم وحامل الحصص الذي يطلب ايراداته والمجموعات المدنية والهيئات الحكومية التي يجب ارضاؤها. وسندرس ايضا العلاقات مع العملاء الداخليين من منظور وكيل التأجير وفريق الادارة وكبار الموظفين الآخرين.

إدارة العلاقات مع العميل - مقارنة متعددة المستويات

لا يمكن نجاح خطط التأجير بدون اجراء ابحاث شاملة قبلها وخبرة تسويقية بعدها. وستبين لكم هذه الدورة كيف ان هذه الأمور مرتبطة فيما بينها. سترون كيف ان الابحاث المنجزة بشكل صحيح لا تحدد فقط اختيار المستأجرين ضمن مشروع بل ايضا امكانية تحقيق ذلك المشروع ونجاحه. ستكتشفون ان الخطة التسويقية هي السلاح المفضل لدى مهنيي التأجير في اتخاذ القرارات الحاسمة التي تصنع مجد المركز أو خبطمه.

استخدام التسويق والابحاث في عملية التأجير

سيتم فحص العناصر الرئيسية لتصميم المركز والمحله التجاري مع التركيز على طرق تعزيز العناصر الجمالية لبيئة التسوق. وستتضمن المواضيع المدروسة اللافتات ومخططات الطوابق والانارة والمداخل ومنصات العرض والمساحات الشاغرة والمستأجرين المؤقتين واعلانات المنتجات لتعزيز الشراء.

التصميم : المركز ومحلات التجزئة

ستلقون نظرة عميقة على بيئة البيع بالتجزئة التي تتضمن مناقشة اهمية التأجير على الملاءة والسلامة المالية لمركز التسوق ودراسة تفصيلية لمختلف مكونات عقد التأجير. وستركز الدورة على تنوع المستأجرين وتحليل استراتيجيات التأجير لاختيار ومتابعة المستأجرين الذين يزيدون من انتاجية المركز الاجمالية. وتتضمن المواضيع المحددة استراتيجيات التفاوض وفرص العزل لاعادة التطوير وصياغة الصفقات. وقبل كل ذلك، ستكتشفون الآليات الحيوية للتفاوض على عقود التأجير والتي ينتج عنها عرض مربح لكل من المالك وبائع التجزئة.

إستراتيجيات التأجير المتقدمة

سترون كيف تعمل فرق التأجير والتأجير الاختصاصي والتسويق وادارة العقار معا لرفع الانتاجية . وسيتم فحص الاستراتيجيات وطرق التعاون لتركيز النقاش حول العلاقات بين المالك / المطورين. الادارة. المستأجرين. المقرضين والعملاء. وستشاركون في ورش عمل مثيرة تقوم بمراجعة الاساليب الفعالة التي يطبقها فريق العمل لتحسين الوضع التنافسي لمركز التسوق وتعزيز الدخل التشغيلي الصافي ما يؤدي إلى تحقيق قيمة أكبر.

تصور فريق العمل لادارة الأصول

هل يتطلب مركزكم التجاري عملية إعادة تطوير شاملة للعقار أو عملية تجديد لإضفاء بريق على المظهر الخارجي لمركزكم ورفع وتيرة ارتياده من قبل الجمهور؟ إن هذه الجوانب الهامة من صناعة مراكز التسوق تعتبر حاسمة لنمو بعيد المدى والاستعادة جزء من الاستثمار المالي لصالح المالك وفريق التطوير. وسندرس توجهات إعادة التطوير والتجديد. ماذا يريد العملاء وما الذي يحتاجون إلى رؤيته في مراكز التسوق العصرية اليوم؟ كيف جزي خليلا واقعيًا وكاملاً للعقار؟ ما هي توجهات التصميم المختلفة وما هي العناصر التي يجب عليكم تقييمها بغرض إعداد خطة إعادة التطوير؟ ما هي الدوافع التحفيزية المطلوبة اليوم لحث الناس على ارتياد المراكز التجارية والابقاء على روح التنافس بين المراكز وكيف نقدر توقعات الدخل ونحلل المخاطر والعائدات لتبرير ضرورة إجراء عملية إعادة تطوير أو تجديد؟

أولويات وأساليب إعادة التطوير والتجديد

ستكون لديكم فرصة تجربة سيناريو واقعي لمركز تسوق عالمي وتخطيط مشروع إعادة تطويره. ستزورون مركزاً محلياً مع ورقة عمل ستنجزونها في الموقع لمساعدتكم على تحليل فرص إعادة التطوير كتمرين تعليمي. وسيمنحكم هذا الدرس التفاعلي فرصة لاجراز روح الابداع لديكم من خلال تصور عملية تطوير العقار حسب متطلبات السوق وضمن حدود الميزانية.

تحليل إعادة التطوير

2008 ICSC/MECSC International School for Professional Development

REGISTRATION FORM

REGISTER TODAY

By Mail: MECSC, PO Box 43972, Dubai, UAE
 By Fax: +971 4 355 8818
 By Phone: +971 4 359 7909
 By Email: register@mecsc.org
 Website: www.mecsc.org

Please submit one form for each delegate, even if paying for a group. Photocopied forms may be used for additional delegates. Please complete all sections using BLOCK LETTERS.

Mr./Ms./Mrs. _____

First Name _____

Family Name _____

Job Title _____

Company _____

Address _____

City _____ Post Code _____

Country _____

Phone _____

Fax _____

Email _____

Mobile _____

Website _____

Business Activity _____

MECSC/ICSC Membership No. _____

How did you hear about the event? _____

Confirmation

Within one week of receipt of your registration form and proof of payment, MECSC will send you a confirmation notice by email. If you do not receive confirmation within this time, please contact register@mecsc.org.

Cancellation Policy

Cancellation and substitutions must be in writing. A full refund will apply if cancellation is received by 18 May. From 19 May - 1 June, cancellations will be subject to a 25% cancellation fee. We regret that for cancellations received after 1 June, no refunds are possible.

Hotel Reservations

- Yes, I am interested to book my accommodation.
 Please send me further details.
 No, I will make my own arrangements.

Visas

Participants requiring visas are advised to apply for visas well in advance. MECSC will not take any responsibility to issuance of visas. Cancellations received due to the participants' inability to get visas will be treated as per standard cancellation policy applicable, without any expectations.

Team Discount

We recognize the value of learning in teams. We offer a discount of \$100 per delegate off the applicable registration fee when two or more delegates register at the same time from the same organization and of the same billing source.

PROGRAM REGISTRATION FEES

The Registration fee includes tuition, all lunches, official delegate's dinner, coffee breaks and an easy-to-use handbook. The fees do not include delegate's hotel accommodation, visa or travel costs.

If you wish to become a member to take advantage of the member discount, please tick the box below. "Please register me as a member" and complete the membership form and send along with the registration form. Please contact our Membership Department for further assistance.

PLEASE REGISTER ME AS FOLLOWS:

LEVEL Level 1 Level 2

MECSC/ICSC Members

- Early Bird
 (Before 8 May 2008) AED 5,690 (US\$ 1,550)
 Regular
 (After 8 May 2008) AED 6,425 (US\$ 1,750)

Non-Members

- Early Bird
 (Before 8 May 2008) AED 6,790 (US\$ 1,850)
 Regular
 (After 8 May 2008) AED 7,525 (US\$ 2,050)

PLEASE REGISTER ME AS A MEMBER

- Annual Membership Fee AED 735 (US\$200)
 (ICSC/MECSC)

Please complete the membership form (Page 8) and send along with the registration form for processing your membership request.

TOTAL AED _____

PAYMENT OPTIONS (PLEASE TICK YOUR CHOICE)

Option 1 – Credit Card

Charge my Visa Mastercard Amex

Total AED (US\$) _____

Name (please print) _____

Card Number _____

Expiry Date _____

Signature _____

Option 2 – Telegraphic Transfer (in UAE Dirhams only)

To: Mashreq Bank, Burjuman Centre
 Dubai, United Arab Emirates
 Account: Middle East Council of Shopping Centres
 Account No: 0690 387 476 SWIFT: BOMLAEAD

Option 3 (for Local UAE companies only)

Cheque / Bank Draft in UAE Dirhams made payable to Middle East Council of Shopping Centres.

IMPORTANT : Please indicate that the telegraphic transfer is for the Dubai SFPD with the applicants name. A copy of the transfer receipt **MUST** be attached with the Registration Form for processing. Payment by TT should be made nett of all bank charges & commissions.

NOTE: PROGRAM AND SPEAKERS ARE SUBJECT TO CHANGE WITHOUT PRIOR NOTICE

Please complete the membership form and send along with the registration form for processing your membership request.



JOIN MECSC

MEMBERSHIP APPLICATION FORM

Please note the membership is in the Individual's name, not in Company Name. All fields are required except where noted optional (*).

MEMBERSHIP APPLICANT DETAILS

Title: Mr. Ms. Mrs.

First Name: _____ Last Name: _____

Company: _____

Designation: _____

Postal Address: _____

City: _____ Postal Code: _____ Country: _____

Business Phone (Country Code): _____ (Area Code) _____ Tel. #: _____

Business Fax (Country Code): _____ (Area Code) _____ Fax #: _____

Mobile (Country Code): _____ Mobile #: _____

Email (work): _____ Email (personal): _____

Website: _____ Language of Communication: English Arabic

How did you hear about us: _____

Photograph* *Please send file to membership@mecsc.org (Format in JPG or GIF, white/light colour background)*

MEMBER PROFILE

- Shopping Centre Mgmt./Developer Professional Services Architecture/Design/Engineering/Construction
 Real Estate/Property Mgmt Furnishing/Equipment /Supplies/Services Maintenance/Security/Facilities Management
 Media/Publications/Publishers Advertising/Marketing/PR Other _____
 Financial Services Consulting/Market Research/Consumer
 Retailer IT/Software Services/Visitor Analysis

MEMBERSHIP TYPE

MECSC & ICSC Affiliate Membership AED 735 (US\$200)

MECSC Membership Only AED 367 (US\$100) – Applicable for ICSC members only

ICSC NO. _____ Expiry Date: _____

Please send us a copy of your valid ICSC ID by fax or email.

PAYMENT METHOD

Telegraphic Transfer Credit Card Cash Cheque (UAE Companies only)

Bank Transfers: Please mention Member Name and Member ID in your remittance details.

Account Name: Middle East Council of Shopping Centres
 Institution: Mashreq Bank, BurJuman Centre, Bur Dubai, Dubai, UAE
 A/C no.: 0690387476 Swift Code: BOMLAEAD

Kindly add US\$ 50 as bank transfer charges for outside UAE & AED50 within UAE.

For Credit Card Payments:

Card Holders Name: _____

Card Number: _____

Expiry Date: _____

Card Holders Signature: _____

CONFIDENTIALITY CLAUSE

As a member of MECSC you will have access to the information on the MECSC website. The 'Members Only' area on www.mecsc.org contains information from the Middle East Council of Shopping Centres (MECSC) which may be confidential, proprietary, privileged or otherwise protected from disclosure. The information is intended to be used solely by the recipient authorized by MECSC to join into this area. Please be aware that any review, disclosure, copying of this material is prohibited. Signing the form confirms your agreement to this clause. Misuse of this information will entitle MECSC to cancel individual membership and remove access from this area.

I hereby accept the terms and conditions of membership and the confidentiality clause as stated above.

Signature: _____