

ماجستير متقدم التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات

G M C C R S C



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير متقدم التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 15 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-corporate-compliance-corporate-social-responsibility

الفهرس

04	الأهداف	14 صفحة	03	لماذا برنامجنا هذا تحديداً؟	10 صفحة	02	لماذا تدرس في TECH؟	6 صفحة	01	كلمة الترحيب	4 صفحة
07	المنهجية	66 صفحة	06	الهيكل والمحتوى	30 صفحة	05	الكفاءات	22 صفحة			
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	90 صفحة	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	78 صفحة	08	الملف الشخصي لطلابنا	74 صفحة			
12	المؤهل العلمي	98 صفحة	11	المزايا لشركتك	94 صفحة						

01 كلمة الترحيب

في الوقت الحالي، يعد التزام الشراكة Corporate Compliance والمسؤولية الاجتماعية للشركات موضوعين لهما أهمية كبيرة في عالم الأعمال. قد أدى تأثير الشركات على المجتمع والبيئة، وكذلك الحاجة إلى الوقاية من المخاطر والغش، إلى تزايد الطلب على المهنيين المتخصصين في هذه المجالات. في الوقت نفسه، يتطلب مجال الأعمال التجارية من المديرين ذوي المهارات القيادية الموجهة إلى هذه المجالات، في هذا السياق، ينشأ هذا البرنامج استجابة للاحتياجات الحالية للمنظمات التجارية والمالية. بهذه الطريقة، يتعمق هذا المؤهل العلمي، بتنسيق عبر الإنترنت 100%، في جوانب مثل الإمتثال Compliance الجنائي أو التسويق المسؤول اجتماعيًا.



ماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات
TECH الجامعة التكنولوجية

سوف تتقدم في عالم الأعمال، وتتخصص في التزام
الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية
الاجتماعية للشركات، وتتقن عملية صنع القرار الأخلاقي
في بيئة تتزايد فيها المتطلبات



لماذا تدرس في TECH؟

إن جامعة TECH هي أكبر كلية إدارة أعمال في العالم 100% عبر الإنترنت. إنها مدرسة إدارة أعمال النخبة، ذات نموذج الحد الأقصى من المتطلبات الأكاديمية. مركز دولي عالي الأداء، يتمتع بتدريب مكثف على المهارات الإدارية.



جامعة TECH هي جامعة تكنولوجية رائدة، تضع جميع مصادرها في متناول الطلاب لمساعدتهم على تحقيق النجاح في إدارة الأعمال"



التمكين

سينمو الطالب جنبًا إلى جنب مع أفضل الشركات والمهنيين ذوي المكانة والتأثير الكبير. طورت جامعة TECH تحالفات استراتيجية وشبكة قيمة من الاتصالات مع الممثلين الاقتصاديين الرئيسيين في القارات السبع.



اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات
+500

الموهبة

هذا البرنامج هو عرض فريد لإبراز موهبة الطالب في مجال الأعمال. إنها فرصة يمكنه من خلالها التعرف بمخاوفه ورؤية عمله.



تساعد جامعة TECH الطالب على إظهار موهبته للعالم في نهاية هذا البرنامج.

سياق متعدد الثقافات

عند الدراسة في جامعة TECH، سيتمكن الطالب من الاستمتاع بتجربة فريدة من نوعها. سوف يدرس في سياق متعدد الثقافات. في برنامج ذي رؤية عالمية، سيتمكن بفضل من تعلم كيفية العمل في أنحاء مختلفة من العالم، وتجميع أحدث المعلومات التي تناسب فكرة عمله.



يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

الابتكار

تقدم لك الجامعة نموذجًا تعليميًا عبر الإنترنت يجمع بين أحدث التقنيات التعليمية وأعلى دقة تربوية. إنه منهج فريد من نوعه يتمتع بأكثر قدر من الاعتراف الدولي والذي سيوفر للطالب مفاتيح التطور في عالم يتغير باستمرار، حيث يجب أن يكون الابتكار هو الرهان الأساسي لكل رائد أعمال.



"قصة نجاح Microsoft Europe" وذلك لدمج نظام الفيديو التفاعلي الجديد في البرامج.

أعلى المعايير

معايير القبول جامعة TECH ليست مادية. ليس هناك حاجة إلى القيام باستثمار كبير للدراسة معنا. بالطبع، من أجل الحصول على مؤهل من TECH الجامعة التكنولوجية، سيتم اختبار ذكاء الطالب وقدرته إلى أقصى حدوده. المعايير الأكاديمية للمؤسسة عالية بشكل استثنائي..



من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.
95%

إقامة شبكة جيدة من العلاقات

يشارك المحترفون من جميع أنحاء العالم في جامعة TECH، بطريقة يمكن للطلاب من خلالها إنشاء شبكة كبيرة من الاتصالات المفيدة لمستقبله.



+200

جنسية مختلفة

+100.000

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

تسعى جامعة TECH إلى التميز ولهذا لديها سلسلة من الخصائص التي تجعلها جامعة فريدة من نوعها:

التحليلات



في جامعة TECH، يتم استكشاف الجانب النقدي للطلاب وقدرته على طرح الأسئلة ومهارات حل المشكلات ومهارات التعامل مع الآخرين.

التميز الأكاديمي



في جامعة TECH يتم توفير أفضل منهجية تعلم عبر الإنترنت للطلاب. تجمع الجامعة بين طريقة إعادة التعلم (Relearning) (منهجية التعلم للدراسات العليا صاحبة أفضل تصنيف دولي) مع دراسة الحالة، التقاليد والريادة في توازن صعب، وفي سياق مسار الرحلة الأكاديمية الأكثر تطلبًا.

الإقتصاد الكلي



تعد جامعة TECH أكبر جامعة أونلاين في العالم، فتنخر حاليًا بمحفظة تضم أكثر من 10000 برنامج دراسات عليا جامعي. وفي الإقتصاد الجديد، الحجم + التكنولوجيا = سعر مذهل.. بهذه الطريقة، تضمن TECH الجامعة التكنولوجية أن الدراسة ليست باهظة التكلفة للطلاب كما لو كانت في جامعة أخرى.



تعلم مع الأفضل



يشرح فريق تدريس جامعة TECH في الفصل ما أدى إلى النجاح في شركاتهم، والعمل من سياق حقيقي وحيوي وديناميكي. يقدم المعلمون المشاركون بشكل كامل تخصصًا عالي الجودة يسمح بالتقدم في حياته المهنية والتميز في عالم الأعمال.

في جامعة TECH، ستتمكن من الوصول إلى دراسات الحالة الأكثر صرامة وحداثة في المشهد الأكاديمي "

لماذا تدرس برنامجنا هذا؟

تعني دراسة برنامج TECH هذا زيادة فرص تحقيق النجاح المهني في إدارة الأعمال العليا. إنه تحدٍ يتطلب الجهد والتفاني، لكنه يفتح الباب لمستقبل واعد. سيتعلم الطلاب من أفضل أعضاء هيئة التدريس وباستخدام المنهجية التعليمية الأكثر مرونة وابتكارًا.





نحظى بمدرسين مؤهلين تأهيلاً عالياً ومناهج تعليمية كاملة
في السوق، مما يتيح لنا أن نقدم لك تدريباً على أعلى
مستوى أكاديمي"

سيوفر هذا البرنامج للطلاب العديد من المزايا المهنية والشخصية،
لا سيما ما يلي:

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

01

من خلال الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية، سيتمكن الطلاب من التحكم في مستقبلهم وتطوير إمكاناتهم الكاملة. من خلال إكمال هذا البرنامج، سيكتسب الطلاب المهارات المطلوبة لإحداث تغيير إيجابي في حياتهم المهنية في فترة زمنية قصيرة.

70% من المشاركين يحققون تطورًا وظيفيًا
إيجابيًا في أقل من عامين.

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

02

تقدم TECH الجامعة التكنولوجية نظرة عامة متعمقة على الإدارة العامة لفهم كيفية تأثير كل قرار على كل مجال من المجالات الوظيفية المختلفة للشركة.

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين
رؤيتك الإستراتيجية.

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

03

تعني الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية فتح الأبواب أمام مجموعة واسعة من الفرص المهنية للطلاب لوضع أنفسهم كمديرين تنفيذيين كبار، مع رؤية واسعة للبيئة الدولية.

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية
عليا حقيقية.

تحمل مسؤوليات جديدة

04

سيغطي البرنامج أحدث الاتجاهات والتقدم، والاستراتيجيات حتى يتمكن الطلاب من القيام بعملهم المهني في بيئة متغيرة.

45% ممن يتم ترقيتهم من الطلاب
في وظائفهم من خلال الترقية الداخلية.

تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

تساعد جامعة TECH الطالب على تطبيق وتطوير المعرفة المكتسبة وتحسين مهاراته الشخصية ليصبح قائدًا يُحدث فرقًا.

07

حسن مهارات الاتصال والقيادة لديك
وامنح حياتك المهنية دفعة قوية للأمام.

كن جزءًا من مجتمع حصري

سيكون الطالب جزءًا من مجتمع من نخبة المديرين والشركات الكبيرة والمؤسسات المشهورة والأساتذة المؤهلين من أرقى الجامعات في العالم، مجتمع TECH التكنولوجية.

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دوليًا.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

الجامعة التكنولوجية تربط طلابها لتحقيق أقصى قدر من الفرص. الطلاب الذين لديهم نفس الاهتمامات والرغبة في النمو. لذلك، يمكن مشاركة الشركات أو العملاء أو الموردين.

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

سيكتسب الطلاب رؤية إستراتيجية عميقة من شأنها مساعدتهم على تطوير مشروعهم الخاص، مع مراعاة المجالات المختلفة في الشركات.

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

04 الأهداف

الهدف الرئيسي من هذا الماجستير المتقدم في التزام الشراكة Corporate Compliance والمسؤولية الاجتماعية للشركات هو تزويد المهنيين في عالم الأعمال بأحدث التقنيات والاتجاهات في الإدارة وأخلاقيات العمل. بالتالي، فإن هذا المؤهل العلمي مصمم بحيث يكتسب الطلاب منظورًا عالميًا ومتعدد الثقافات، مما يوفر لهم أكثر الأدوات والمنهجيات تقدمًا للوقاية من مخاطر الأعمال وإدارتها.

ستبقى في الطليعة في مجال عملك وستتقن أحدث الاتجاهات
في أخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية للشركات"



تحتضن TECH أهداف طلابها نحن نعمل معاً لتحقيقها

سيقوم الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات بتدريب الطلاب على:

01

التعرف على أحدث الاتجاهات في إدارة الأعمال مع مراعاة البيئة العالمية التي تحكم معايير الإدارة العليا

04

تطوير استراتيجيات لتنفيذ عملية صنع القرار في بيئة معقدة وغير مستقرة

02

تطوير المهارات القيادية الرئيسية التي ينبغي أن تحدد المهنيين العاملين

05

تحديد الطريقة الأمثل لإدارة الموارد البشرية في الشركة، وتحقيق أداء أفضل

03

التعمق في معايير الاستدامة التي تحدد المعايير الدولية عند تطوير خطة العمل



القدرة على تطوير جميع مراحل فكرة العمل: التصميم وخطة
الجدوى والتنفيذ والمتابعة

08

القدرة على إدارة الخطة الاقتصادية والمالية للشركة

06

تحليل مساءلة الشركات المسؤولة اجتماعيا

09



تطوير العلاقات بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وأهداف
مكافحة الفساد وتعزيز التنمية والسلام

10

فهم العمليات اللوجستية الضرورية في مجال الأعمال لتطوير الإدارة المناسبة لها

07

تقييم سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات التي يمكن تنفيذها في الشركة

11

دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية على الإدارة العامة على وجه التحديد، ولا سيما في صنع القرار والمشتريات العامة وإدارة الموارد البشرية والاستثمار وحماية البيئة

14

تحديد سياسات التسويق التي ستعتمدها شركة مسؤولة اجتماعياً

12

بيان الصلة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والقانون التجاري، لا سيما فيما يتعلق بإدارة الشركات

15

تصميم خطة تسويق مسؤولة اجتماعياً جذابة لحوكمة الشركات والمستثمرين

13



التعرف على كيفية تقديم المشورة وفقاً لكل نوع من أنواع الشركات للجوانب التي يجب تحسينها لضمان الامتثال للمعيار

18

تقييم التدابير الدولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات المنطبقة على مختلف أنواع الشركات

16

تطوير المعارف المتخصصة بشأن أنشطة الامتثال

19



تحديد تخطيط برنامج الامتثال

20

تحليل جميع جوانب تحسين العلاقات بين الإدارة ودافعي الضرائب من أجل الحد من ارتفاع مستوى التقاضي في هذا المجال

17

تناول وظيفة الامتثال التنظيمي في مكان العمل

24

تطوير المعرفة ذات الصلة لفهم المسؤولية الجنائية التي
تؤثر على الشركات

21

تطوير المعرفة المتخصصة حول المسؤولية عن غسل الأموال
وتمويل الإرهاب والتهرب الضريبي الذي يؤثر على الشركات

22

دعم كيفية التصرف بشكل وقائي في مواجهة المخاطر المتعلقة
بالخصوصية وحماية البيانات

23



تطوير الممارسات الجيدة المطبقة في شؤون العمل

25

تحليل تعريف سلوك الشركات في السوق التنافسية الحرة

26

تطبيق المعرفة المكتسبة على تعريف برنامج الامتثال التنظيمي

27

تطوير المعرفة المتخصصة حول Compliance الإمتثال فى القطاع المالى كمرجع لأفضل الممارسات

28



الكفاءات

يهدف هذا الماجستير المتقدم إلى تزويد المهنيين بالمهارات الأساسية لعالم الأعمال اليوم. بالتالي، عند الانتهاء من البرنامج، سيتم تدريب الطالب على تصميم وتنفيذ وتقييم برامج الامتثال التنظيمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات في أي نوع من المنظمات. ستكون قد طورت أيضا مهارات لإدارة المخاطر في المؤسسة، وتسوية المنازعات، واتخاذ القرارات الأخلاقية والمسؤولة. سيتم التركيز أيضًا على تطوير مهارات القيادة والتواصل والعمل الجماعي، فضلاً عن القدرة على التكيف مع البيئات المتغيرة والمعقدة.



برنامج عبر الإنترنت 100% من شأنه أن يعزز سيرتك الذاتية المهنية بمؤهل علمي جامعي مزدوج، إذا كنت تستوفي متطلبات الوصول الرسمية



01

حل النزاعات التجارية والمشاكل بين العمال

02

تنفيذ إدارة الفريق الصحيحة التي تسمح بتحسين الإنتاجية، وبالتالي فوائد الشركة

03

التعامل مع الأدوات والأساليب لمعالجة البيانات واستخدامها بشكل أفضل، لتقديم نتائج مفهومة للمستلم النهائي

04

التحكم في العمليات اللوجستية، وكذلك المشتريات والتزويد للشركة

05

تنفيذ مفاتيح نجاح إدارة البحث والتطوير في المؤسسات



الالتزام بالتنمية المستدامة للشركة وتجنب الأثار البيئية

06

قياس نتائج الإجراءات التي تم تنفيذها من خلال الإدارة الشاملة لأصحاب المصلحة stakeholders

08

تحليل التحول من تسويق المبيعات إلى التسويق المسؤول اجتماعيًا

09

تشخيص موقف الشركة تجاه أصحاب المصلحة stakeholders الداخليين والخارجيين

07

الخوض في تأثير التسويق المسؤول اجتماعيا على الأصول غير الملموسة

10



وضع خطة اتصال وتقييم مسؤولية اجتماعيا

11

تحديد المشاريع والمساحات للتحسين والتطوير في إدارة المنظمات العامة

12

تحديد الخبرات والممارسات الجيدة في القطاع العام المتعلقة
بالجوانب المختلفة التي ينظر إليها في الوحدة

13

اتخاذ قرارات بشأن تطبيق معايير المبادرة العالمية لإعداد
التقارير اعتمادًا على الشركة

14

الاعتراف بالجرائم التي قد يرتكبها شخص اعتباري

15



تحليل مبادئ إدارة الشركة وتحديد المخاطر التي تؤثر عليها

18

استعراض جميع العناصر الضرورية التي يجب إدماجها في كل كيان لتفادي المخاطر الجنائية

16

إتقان الأدوات ذات الصلة لكي تعمل مؤسسة الالتزام Compliance

19



التعبير بوضوح عن الأهداف والمنهجية المتبعة لتنفيذ خطة الامتثال الجنائي

20

تطوير مهارات الاتصال لكتابة التقارير والوثائق أو تقديم عروض تقديمية فعالة لها

17

تحديد الآليات اللازمة للتنفيذ الفعال لنظام الامتثال العمالي في الشركة

24

تحديد التزامات الشركات فيما يتعلق بالجرائم المالية

21



التعمق في المبادئ المتعلقة بمعالجة البيانات الشخصية

22

تقييم الإجراءات المتخذة لتجنب جرائم المنافسة وجرائم الملكية الصناعية في السوق

25

تحديد الجوانب الرئيسية في تصميم برنامج الامتثال في مكان العمل

23

التعبير بوضوح عن المنهجية المتبعة عند تحديد مخاطر الالتزام
المالي Compliance

28

إعداد خطة المخاطر الأصلية وعرضها وتبريرها

26

تمييز وتقييم المخاطر المختلفة لأنشطة الشركة في الحدود
المحددة التي تشير إليها المواضيع

29



تحليل مختلف برامج الامتثال للمنافسة من أجل تحقيق قدر أكبر من الدقة
القانونية والكفاءة الاقتصادية

30

تقييم التدابير المتخذة لتجنب الجرائم الخاصة بهذا القطاع

27

الهيكل والمحتوى

تم تصميم منهج هذا البرنامج لتزويد الطلاب بإعداد شامل في أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. بالتالي، سيستكشف الطالب القضايا الرئيسية مثل إدارة مخاطر الأعمال، والامتثال التنظيمي، ومنع الفساد وغسل الأموال وإدارتهما، والإدارة المسؤولة لسلسلة التوريد، والأثر الاجتماعي والبيئي للمنظمات. بالإضافة إلى ذلك، يتضمن البرنامج أيضًا مواضيع تركز على تطوير المهارات العملية، مثل إدارة المشاريع والاتصال الفعال والتفاوض والقيادة.





سيكون لديك إمكانية الوصول إلى فرص مهنية جديدة
بفضل هذا الماجستير المتقدم، الذي ستتقن به جوانب مثل
"منع غسيل الأموال"

خطة الدراسة

الوحدة 1	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة
الوحدة 2	التوجه الاستراتيجي والإدارة Management التنفيذية
الوحدة 3	إدارة الأفراد وإدارة المواهب
الوحدة 4	الإدارة الاقتصادية والمالية
الوحدة 5	إدارة العمليات والخدمات اللوجستية
الوحدة 6	إدارة أنظمة المعلومات
الوحدة 7	الإدارة التجارية والتسويق وشركات الاتصال
الوحدة 8	أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية
الوحدة 9	الابتكار وإدارة المشاريع
الوحدة 10	Management التنفيذية
الوحدة 11	Corporate Compliance. الإطار التنظيمي
الوحدة 12	عناصر إدارة أعمال Compliance
الوحدة 13	Compliance الجنائي
الوحدة 14	Compliance كوظيفة للتحكم: منع غسل الأموال وتمويل الإرهاب
الوحدة 15	Compliance وحماية البيانات

خطة مصممة للطلاب، تركز على تحسين مستواهم المهني وتهيئهم لتحقيق التميز في مجال إدارة الأعمال برنامج يفهم احتياجاتك واحتياجات شركتك من خلال محتوى مبتكر يعتمد على أحدث الاتجاهات، وبدعم من أفضل منهجية تعليمية وأعضاء هيئة تدريس استثنائيين، والتي ستوفر مهارات لحل المواقف الحرجة بطريقة إبداعية وفعالة.

يتم إجراء هذا البرنامج على مدى 24 شهر وينقسم إلى 30 الوحدة:

يعد الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية من TECH الجامعة التكنولوجية برنامجًا مكثفًا يعد الطلاب لمواجهة التحديات وقرارات العمل على الصعيدين الوطني والدولي. يهدف محتواه إلى تشجيع تطوير الكفاءات الإدارية التي تسمح باتخاذ قرارات أكثر دقة في بيئات غير مؤكدة.

طوال 3000 ساعة من الدراسة، سيقوم الطالب بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي، وتحقيق تعليم عالي الجودة يمكنهم لاحقًا تطبيقه في ممارستهم اليومية. بالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

يتناول هذا البرنامج بعمق المجالات الرئيسية للالتزام الشراكة Corporate Compliance والمسؤولية الاجتماعية للشركات وهو مصمم للمديرين لفهم إدارة الأعمال من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر.

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية إجراء هذا الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات عبر الإنترنت بالكامل. خلال 24 أشهر من التدريب، ستتمكن من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما يتيح لك إدارة وقت الدراسة بنفسك.

إنها تجربة تعليمية فريدة
ومهمة وحاسمة لتعزيز تطورك
المهني وتحقيق قفزة حاسمة.

الوحدة 16	Compliance العملى
الوحدة 17	للتخفيف من مخاطر الأمن السيبراني واستخدام التقنيات في الشركة
الوحدة 18	Compliance الامتثال للحقوق الفكرية للمنافسة
الوحدة 19	Compliance المالى
الوحدة 20	القطاعى
الوحدة 21	أخلاقيات ومفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات
الوحدة 22	التوجه الاستراتيجي للشركة من المسؤولية الاجتماعية للشركات. إدارة stakeholders
الوحدة 23	التسويق الاجتماعى المسؤول
الوحدة 24	المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الرياضة
الوحدة 25	المسؤولية الاجتماعية للشركات في بيئة العمل
الوحدة 26	المسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع العام. المسؤولية الاجتماعية البيئية
الوحدة 27	المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال التجارى
الوحدة 28	المسؤولية الاجتماعية للشركات في بيئة دولية
الوحدة 29	المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال الضريبي
الوحدة 30	المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال الجنائي

الوحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

<p>4.1 التطوير الإداري والقيادة</p> <p>1.4.1 مفهوم التنمية الإداري</p> <p>2.4.1 مفهوم القيادة</p> <p>3.4.1 نظريات القيادة</p> <p>4.4.1 أساليب القيادة</p> <p>5.4.1 الذكاء في القيادة</p> <p>6.4.1 تحديات القائد اليوم</p>	<p>3.1 Cross Cultural Management</p> <p>1.3.1 مفهوم Cross Cultural Management</p> <p>2.3.1 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية</p> <p>3.3.1 إدارة التنوع</p>	<p>2.1 القيادة</p> <p>1.2.1 القيادة مقارنة مفاهيمية</p> <p>2.2.1 القيادة في الشركات</p> <p>3.2.1 أهمية قائد هيكل إدارة الشركة</p>	<p>1.1 العولمة والحوكمة</p> <p>1.1.1 الحوكمة وحوكمة الشركات</p> <p>2.1.1 أساسيات حوكمة الشركات في الشركات</p> <p>3.1.1 دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات</p>
<p>8.1 أنظمة وأدوات التسيير المسؤول</p> <p>1.8.1 المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.8.1 الجوانب الأساسية لتنفيذ استراتيجية التسيير المسؤول</p> <p>3.8.1 خطوات تطبيق نظام تسيير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>4.8.1 أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>7.1 المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>1.7.1 البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.7.1 تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>3.7.1 التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>6.1 الاستدامة</p> <p>1.6.1 الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة</p> <p>2.6.1 أجندة 2030</p> <p>3.6.1 الشركات المستدامة</p>	<p>5.1 أخلاقيات العمل</p> <p>1.5.1 الأخلاق والأخلاقيات</p> <p>2.5.1 أخلاقيات العمل</p> <p>3.5.1 القيادة والأخلاقيات في الشركة</p>
		<p>10.1 البيئة القانونية وحوكمة الشركات Corporate Governance</p> <p>1.10.1 لوائح الاستيراد والتصدير الدولية</p> <p>2.10.1 الملكية الفكرية والصناعية</p> <p>3.10.1 قانون العمل الدولي</p>	<p>9.1 الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>1.9.1 العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>2.9.1 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي</p> <p>3.9.1 الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p>

<p>4.2 التفكير الاستراتيجي 1.4.2 الشركة كنظام 2.4.2 مفهوم المنظمة</p>	<p>3.2 التخطيط والصياغة الاستراتيجية 1.3.2 الإطار المفاهيمي 2.3.2 عناصر التخطيط الاستراتيجي 3.3.2 صياغة إستراتيجية: عملية التخطيط الاستراتيجي</p>	<p>2.2 استراتيجية مؤسسية 1.2.2 استراتيجية الشركات التنافسية 2.2.2 استراتيجيات النمو: أنواع 3.2.2 الإطار المفاهيمي</p>	<p>1.2 التحليل والتصميم التنظيمي 1.1.2 الإطار المفاهيمي 2.1.2 العوامل الرئيسية في التصميم التنظيمي 3.1.2 نماذج المؤسسات الأولية 4.1.2 التصميم التنظيمي: الأنواع</p>
<p>8.2 الاستراتيجية التنافسية 1.8.2 الميزة التنافسية 2.8.2 اختيار استراتيجية تنافسية 3.8.2 الاستراتيجيات حسب نموذج الساعة الاستراتيجي 4.8.2 أنواع الإستراتيجيات حسب دورة حياة القطاع الصناعي</p>	<p>7.2 النماذج والأنماط الإستراتيجية 1.7.2 الإطار المفاهيمي 2.7.2 النماذج الاستراتيجية 3.7.2 الأنماط الإستراتيجية: (Ps5) استراتيجية خليط التسويق</p>	<p>6.2 التخطيط والاستراتيجية 1.6.2 خطة إستراتيجية ما 2.6.2 التموقع الاستراتيجي 3.6.2 الإستراتيجية في الشركة</p>	<p>5.2 التشخيص المالي 1.5.2 مفهوم التشخيص المالي 2.5.2 مراحل التشخيص المالي 3.5.2 طرق تقييم التشخيص المالي</p>
<p>12.2 التواصل الاستراتيجي 1.12.2 التواصل بين الأشخاص 2.12.2 مهارات الاتصال والتأثير 3.12.2 الاتصال الداخلي 4.12.2 عوائق الاتصالات التجارية</p>	<p>11.2 الإدارة التنفيذية 1.11.2 الإطار المفاهيمي لإدارة التوجيه 2.11.2 إدارة التوجيه: دور مجلس الإدارة وأدوات التسييرالمؤسسي</p>	<p>10.2 تنفيذ الإستراتيجية 1.10.2 أنظمة المؤشرات ونهج العمليات 2.10.2 الخريطة الإستراتيجية 3.10.2 التوافق الاستراتيجي</p>	<p>9.2 الإدارة الاستراتيجية 1.9.2 مفهوم الإستراتيجية 2.9.2 عملية الإدارة الإستراتيجية 3.9.2 مناهج الإدارة الإستراتيجية</p>

الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

<p>4.3. تطور الموارد. رؤية متكاملة</p> <p>1.4.3. أهمية الموارد البشرية</p> <p>2.4.3. بيئة جديدة لإدارة وتوجيه الأفراد</p> <p>3.4.3. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p>	<p>3.3. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p> <p>1.3.3. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p> <p>2.3.3. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p>	<p>2.3. الأشخاص في المنظمات</p> <p>1.2.3. جودة الحياة العملية والرفاهية النفسية</p> <p>2.2.3. فرق العمل وإدارة الاجتماعات</p> <p>3.2.3. التدريب وإدارة الفريق</p> <p>4.2.3. إدارة المساواة والتنوع</p>	<p>1.3. السلوك التنظيمي</p> <p>1.1.3. السلوك التنظيمي. الإطار المفاهيمي</p> <p>2.1.3. العوامل الرئيسية للسلوك التنظيمي</p>
<p>8.3. تسيير المعلومات</p> <p>1.8.3. نظريات التعلم</p> <p>2.8.3. الكشف عن المواهب والحفاظ عليها</p> <p>3.8.3. التلعيب وإدارة الموهبة</p> <p>4.8.3. التدريب المهني والتقدم</p>	<p>7.3. تقييم الإنتاجية وتنظيم الأداء</p> <p>1.7.3. تنظيم الأداء</p> <p>2.7.3. تنظيم الأداء: الأهداف والعملية</p>	<p>6.3. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات</p> <p>1.6.3. التحليل المحتمل</p> <p>2.6.3. سياسة المكافآت</p> <p>3.6.3. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p>	<p>5.3. الاختيار وديناميكيات المجموعة وتوظيف الموارد البشرية</p> <p>1.5.3. منهج التوظيف والاختيار</p> <p>2.5.3. التوظيف</p> <p>3.5.3. عملية الاختيار</p>
<p>12.3. العلامة التجارية لصاحب العمل Employer Branding</p> <p>1.12.3. Employer branding للموارد البشرية</p> <p>2.12.3. Personal Branding لموظفي الموارد البشرية</p>	<p>11.3. تحفيز</p> <p>1.11.3. طبيعة الدافع</p> <p>2.11.3. نظرية التوقعات</p> <p>3.11.3. نظريات الحاجات</p> <p>4.11.3. الدافع والتعويض المالي</p>	<p>10.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد</p> <p>1.10.3. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية</p> <p>2.10.3. تحديد المواهب والتدريب والتطوير</p> <p>3.10.3. الولاء والاحتفاظ</p> <p>4.10.3. المبادرة والابتكار</p>	<p>9.3. إدارة الموهبة</p> <p>1.9.3. مفاتيح للإدارة الإيجابية</p> <p>2.9.3. الأمل المفاهيمي للموهبة وأثرها في الشركة</p> <p>3.9.3. خريطة المواهب في المنظمة</p> <p>4.9.3. التكلفة والقيمة المضافة</p>
<p>16.3. إدارة التغيير</p> <p>1.16.3. إدارة التغيير</p> <p>2.16.3. أنواع عملية إدارة التغيير</p> <p>3.16.3. فترات أو مراحل في إدارة التغيير</p>	<p>15.3. إدارة الوقت</p> <p>1.15.3. الفوائد</p> <p>2.15.3. ما هي الأسباب التي يمكن أن تكون أسباب سوء إدارة الوقت؟</p> <p>3.15.3. الوقت</p> <p>4.15.3. أوهام الزمن</p> <p>5.15.3. الانتباه والذاكرة</p> <p>6.15.3. الحالة الذهنية</p> <p>7.15.3. إدارة الوقت</p> <p>8.15.3. النشاط الاستباقي</p> <p>9.15.3. الوضوح بشأن الهدف</p> <p>10.15.3. ترتيب</p> <p>11.15.3. المخطط</p>	<p>14.3. تطوير الكفاءة الإدارية</p> <p>1.14.3. ما هي الكفاءات الإدارية؟</p> <p>2.14.3. عناصر الكفاءات</p> <p>3.14.3. معرفة</p> <p>4.14.3. مهارات الإدارة</p> <p>5.14.3. المواقف والقيم لدى المديرين</p> <p>6.14.3. مهارات الإدارة</p>	<p>13.3. تطوير فرق عالية الأداء</p> <p>1.13.3. فرق عالية الأداء: فرق تدار ذاتيا</p> <p>2.13.3. منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء</p>

<p>20.3 إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها 1.20.3 الإنتاجية 2.20.3 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</p>	<p>19.3 إدارة الموارد البشرية وفرق الصحة والسلامة المهنية 1.19.3 إدارة الموارد البشرية والفرق 2.19.3 الوفاية من المخاطر المهنية</p>	<p>18.3 التواصل الإداري 1.18.3 التواصل الداخلي والخارجي في مجال الأعمال 2.18.3 أقسام الاتصالات 3.18.3 مدير الإتصالات بالشركة. ملف تعريف ديركوم</p>	<p>17.3 التفاوض وإدارة الخلاف 1.17.3 التفاوض 2.17.3 إدارة الصراعات 3.17.3 إدارة الأزمات</p>
<p>24.3 تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي 1.24.3 السياق الاجتماعي والاقتصادي 2.24.3 أشكال جديدة من تنظيم الأعمال 3.24.3 منهجيات جديدة</p>	<p>23.3 إدارة المعرفة والموهبة 1.23.3 إدارة المعرفة والمواهب 2.23.3 تنفيذ إدارة معارف</p>	<p>22.3 الابتكار في إدارة المواهب والأفراد 1.22.3 الابتكار في المنظمات 2.22.3 تحديات جديدة لإدارة الموارد البشرية 3.22.3 إدارة الابتكار 4.22.3 أدوات للتقييم</p>	<p>21.3 التعويض المالي مقابل غير المالي 1.21.3 التعويض المالي مقابل غير المالي 2.21.3 نماذج نطاقات الأجور 3.21.3 نماذج التعويض غير المالي 4.21.3 نماذج العمل 5.21.3 مجتمع الشركات 6.21.3 صورة الشركة 7.21.3 راتب عاطفي</p>

الوحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

<p>4.4 من المحاسبة العامة إلى محاسبة التكاليف 1.4.4 عناصر حساب التكاليف 2.4.4 المصاريف في المحاسبة العامة ومحاسبة التكاليف 3.4.4 تصنيف التكاليف</p>	<p>3.4 المحاسبة الإدارية 1.3.4 مفاهيم أساسية 2.3.4 أصول الشركة 3.3.4 التزامات الشركة 4.3.4 الميزانية الرئيسية للشركة 5.3.4 كشف الدخل</p>	<p>2.4 مالية الشركة 1.2.4 مصادر التمويل 2.2.4 أنواع تكاليف التمويل</p>	<p>1.4 البيئة الاقتصادية 1.1.4 بيئة الاقتصاد الكلي والنظام المالي الوطني 2.1.4 المؤسسات المالية 3.1.4 الأسواق المالية 4.1.4 الأصول المالية 5.1.4 الجهات الأخرى في القطاع المالي</p>
<p>8.4 المسؤولية الضريبية للشركات 1.8.4 المفاهيم الضريبية الأساسية 2.8.4 ضريبة الشركات 3.8.4 ضريبة القيمة المضافة 4.8.4 الضرائب الأخرى المتعلقة بالنشاط التجاري 5.8.4 الشركة كميسر لعمل الدولة</p>	<p>7.4 إدارة الخزينة 1.7.4 صندوق المناورات المحاسبية والمناورات اللازمة 2.7.4 حساب الاحتياجات التشغيلية للأموال 3.7.4 إدارة الائتمان</p>	<p>6.4 الميزانية والرقابة الإدارية 1.6.4 نموذج الميزانية 2.6.4 الميزانية الرأسمالية 3.6.4 الميزانية التشغيلية 5.6.4 ميزانية الخزنة 6.6.4 تتبع الميزانية</p>	<p>5.4 نظم المعلومات وذكاء الأعمال Business Intelligence 1.5.4 الأساسيات والتصنيف 2.5.4 مراحل وطرق تقاسم التكلفة 3.5.4 اختيار مركز التكلفة والتأثير</p>

<p>12.4. الإستراتيجية المالية للشركة 1.12.4. استراتيجية الشركة ومصادر التمويل 2.12.4. المنتجات المالية لتمويل الأعمال</p>	<p>11.4. التخطيط المالي 1.11.4. تعريف التخطيط المالي 2.11.4. الإجراءات التي يجب اتخاذها في التخطيط المالي 3.11.4. إنشاء استراتيجية الأعمال 4.11.4. جدول التدفق النقدي Cash Flow 5.11.4. الجدول الحالي</p>	<p>10.4. الإدارة المالية 1.10.4. القرارات المالية للشركة 2.10.4. قسم المالية 3.10.4. الفوائض النقدية 4.10.4. المخاطر المرتبطة بالإدارة المالية 5.10.4. إدارة مخاطر الإدارة المالية</p>	<p>9.4. أنظمة التحكم المؤسسي 1.9.4. تحليل القوائم المالية 2.9.4. الميزانية العمومية للشركة 3.9.4. حساب الربح والخسارة 4.9.4. بيان التدفقات النقدية 5.9.4. التحليل النسبي</p>
<p>16.4. التحليل المالي والتخطيط 1.16.4. تحليل الميزانية العمومية 2.16.4. تحليل بيان الدخل 3.16.4. تحليل الربحية</p>	<p>15.4. أسواق المال ورأس المال 1.15.4. سوق المال 2.15.4. سوق الدخل الثابت 3.15.4. سوق الدخل المتغير 4.15.4. سوق الصرف الأجنبي 5.15.4. سوق المشتقات</p>	<p>14.4. التمويل الاستراتيجي 1.14.4. التمويل الذاتي 2.14.4. زيادة الأموال الخاصة 3.14.4. الموارد الهجينة 4.14.4. التمويل عن طريق الوسطاء</p>	<p>13.4. سياق الاقتصاد الكلي 1.13.4. سياق الاقتصاد الكلي 2.13.4. المؤشرات الاقتصادية ذات الصلة 3.13.4. آليات السيطرة على أحجام الاقتصاد الكلي 4.13.4. الدورات الاقتصادية</p>
<p>17.4. تحليل وحل الحالات/ المشاكل 1.17.4. المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج S.A. (INDITEX)</p>			

الوحدة 5. إدارة العمليات اللوجستية

<p>4.5. هيكل وأنواع التوريد 1.4.5. وظيفة التوريد 2.4.5. إدارة المشتريات 3.4.5. أنواع المشتريات 4.4.5. كفاءة إدارة المشتريات للشركة 5.4.5. خطوات عملية اتخاذ قرار الشراء</p>	<p>3.5. هيكل الإنتاج وأنواعه (Make to Order, Make to Stock, Assemble to Order إلى آخره) 1.3.5. نظام الإنتاج 2.3.5. استراتيجية الإنتاج 3.3.5. نظام إدارة المخزون 4.3.5. مؤشرات الإنتاج</p>	<p>2.5. التنظيم الصناعي واللوجستي 1.2.5. قسم التنظيم الصناعي 2.2.5. قسم الخدمات اللوجستية</p>	<p>1.5. التوجيه وإدارة العمليات 1.1.5. دور العمليات 2.1.5. تأثير العمليات على إدارة الأعمال 3.1.5. مقدمة في استراتيجية العمليات 4.1.5. إدارة العمليات</p>
<p>8.5. أنماط سلسلة التوريد 1.8.5. سلسلة التوريد 2.8.5. فوائد إدارة سلسلة التوريد 3.8.5. إدارة الخدمات اللوجستية في سلسلة التوريد</p>	<p>7.5. إدارة المشتريات الاستراتيجية 1.7.5. استراتيجية العمل 2.7.5. التخطيط الاستراتيجي 3.7.5. استراتيجية الشراء</p>	<p>6.5. السيطرة على عمليات المستودعات 1.6.5. مراقبة المخزون 2.6.5. نظام الموقع 3.6.5. تقنيات إدارة المخزون 4.6.5. نظام التخزين</p>	<p>5.5. السيطرة الاقتصادية على المشتريات 1.5.5. التأثير الاقتصادي للمشتريات 2.5.5. مركز تقييم الكلفة 3.5.5. الميزانية 4.5.5. الميزانية مقابل الإنفاق الفعلي 5.5.5. أدوات مراقبة الميزانية</p>

<p>12.5 ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية: مؤشر الأداء KPIS</p> <p>1.12.5 سلسلة لوجستية</p> <p>2.12.5 ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية</p> <p>3.12.5 مؤشرات ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية</p>	<p>11.5 التكاليف اللوجستية</p> <p>1.11.5 التكاليف اللوجستية</p> <p>2.11.5 مشاكل التكاليف اللوجستية</p> <p>3.11.5 تحسين التكاليف اللوجستية</p>	<p>10.5 تفاعلات المركز مع جميع المجالات</p> <p>1.10.5 تفاعل سلسلة التوريد</p> <p>2.10.5 تفاعل سلسلة التوريد. تكامل اجزاء</p> <p>3.10.5 قضايا تكامل سلسلة التوريد</p> <p>4.10.5 سلسلة التوريد 4.0</p>	<p>9.5 Supply Chain management</p> <p>1.9.5 مفهوم إدارة سلسلة التوريد</p> <p>2.9.5 تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات</p> <p>3.9.5 أنماط الطلب</p> <p>4.9.5 استراتيجية العمليات والتغيير</p>
<p>16.5 اللوجستية الدولية</p> <p>1.16.5 عمليات التصدير والاستيراد</p> <p>2.16.5 جمارك</p> <p>3.16.5 نماذج ووسائل الدفع الدولي</p> <p>4.16.5 المنصات اللوجستية الدولية</p>	<p>15.5 اللوجستية والعملاء</p> <p>1.15.5 تحليل الطلب</p> <p>2.15.5 توقعات الطلب والمبيعات</p> <p>3.15.5 تخطيط المبيعات والعمليات</p> <p>4.15.5 التخطيط التشاركي والتنبؤ والتجديد التعاوني</p>	<p>14.5 لوجستيات التوزيع والنقل</p> <p>1.14.5 التوزيع في سلسلة التوريد</p> <p>2.14.5 النقل والخدمات اللوجستية</p> <p>3.14.5 نظم المعلومات الجغرافية كدعم للخدمات اللوجستية</p>	<p>13.5 إدارة العمليات</p> <p>1.13.5 إدارة العمليات</p> <p>2.13.5 النهج القائم على العملية: خريطة العمليات</p> <p>3.13.5 تحسينات في إدارة العمليات</p>
	<p>19.5 إدارة الجودة</p> <p>1.19.5 العميل الداخلي والعميل الخارجي</p> <p>2.19.5 تكاليف الجودة</p> <p>3.19.5 التحسين المستمر وفلسفة Deming</p>	<p>18.5 القدرة التنافسية في العمليات</p> <p>1.18.5 إدارة العمليات</p> <p>2.18.5 القدرة التنافسية التشغيلية</p> <p>3.18.5 استراتيجية العمليات والمزايا التنافسية</p>	<p>17.5 Outsourcing العمليات</p> <p>1.17.5 إدارة العمليات والاستعانة بمصادر خارجية Outsourcing</p> <p>2.17.5 تنفيذ الاستعانة بمصادر خارجية في البيئات اللوجستية</p>

الوحدة 6. إدارة أنظمة المعلومات

<p>4.6. إدارة نظم المعلومات</p> <p>1.4.6. حوكمة الشركات في مجال التكنولوجيا ونظم المعلومات</p> <p>2.4.6. هيكل إدارة نظم المعلومات في الشركات</p> <p>3.4.6. المدبرون الخبراء في النظم والمعلومات: الأدوار والوظائف</p>	<p>3.6. الاستراتيجية المؤسسية والاستراتيجية التكنولوجية</p> <p>1.3.6. خلق القيمة للعملاء والمساهمين</p> <p>2.3.6. القرارات الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات / تكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.3.6. استراتيجية الشركة مقابل. الاستراتيجية التكنولوجية والرقمية</p>	<p>2.6. نظم وتكنولوجيا المعلومات في الشركة</p> <p>1.2.6. تطور نموذج تكنولوجيا المعلومات</p> <p>2.2.6. قسم التنظيم وتكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.2.6. تكنولوجيا المعلومات والبيئة الاقتصادية</p>	<p>1.6. البيئة التكنولوجية</p> <p>1.1.6. التكنولوجيا والعولمة</p> <p>2.1.6. البيئة الاقتصادية والتكنولوجيا</p> <p>3.1.6. البيئة التكنولوجية وتأثيرها على الشركات</p>
<p>8.6. ذكاء الأعمال Business Intelligence</p> <p>1.8.6. قيمة البيانات</p> <p>2.8.6. المفاهيم ذات الصلة</p> <p>3.8.6. الميزات الرئيسية</p> <p>4.8.6. الحول في السوق الحالية</p> <p>5.8.6. بنية عالمية لحل ذكاء الأعمال</p> <p>6.8.6. الأمن السيبراني في ذكاء الأعمال وعلوم البيانات</p>	<p>7.6. استكشاف المعلومات</p> <p>1.7.6. قواعد البيانات العلائقية. مفاهيم أساسية</p> <p>2.7.6. شبكات الاتصالات</p> <p>3.7.6. نظام التشغيل: نماذج البيانات الموحدة</p> <p>4.7.6. النظام الاستراتيجي: المعالجة التحليلية عبر الإنترنت والنموذج متعدد الأبعاد ولوحات المعلومات dashboards البياناتية</p> <p>5.7.6. التحليل الاستراتيجي لقواعد البيانات. وتكوين التقارير</p>	<p>6.6. نظم المعلومات لاتخاذ القرارات</p> <p>1.6.6. ذكاء إدارة الأعمال Business intelligence</p> <p>2.6.6. مستودع البيانات</p> <p>3.6.6. بطاقة التهديد المتوازن</p>	<p>5.6. التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات</p> <p>1.5.6. نظم المعلومات واستراتيجية الشركات</p> <p>2.5.6. التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات</p> <p>3.5.6. مراحل التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات</p>
<p>12.6. تطبيقات الإدارة المؤسسية</p> <p>1.12.6. نظم المعلومات وإدارة الشركات</p> <p>2.12.6. تطبيقات لإدارة الشركات</p> <p>3.12.6. أنظمة تخطيط موارد المؤسسات Enterprise Resource Planning</p>	<p>11.6. تخطيط وإدارة مشروع ذكاء الأعمال</p> <p>1.11.6. الخطوات الأولى لتحديد مشروع ذكاء الأعمال</p> <p>2.11.6. حل ذكاء الأعمال للشركة</p> <p>3.11.6. أخذ المتطلبات والأهداف</p>	<p>10.6. أدوات وحلول ذكاء الأعمال BI</p> <p>1.10.6. كيفية اختيار أفضل أداة؟</p> <p>2.10.6. Tableau و MicroStrategy و Microsoft Power BI</p> <p>3.10.6. برنامج تحويل رقمي، ذكاء الأعمال، شركة مساهمة مبسطة، ذكاء الأعمال، Qlikview Prometeus 4.10.6</p>	<p>9.6. مفهوم الأعمال الجديد</p> <p>1.9.6. لماذا ذكاء الأعمال؟</p> <p>2.9.6. الحصول على المعلومات</p> <p>3.9.6. ذكاء الأعمال في مختلف أقسام الشركة</p> <p>4.9.6. أسباب الاستثمار في ذكاء الأعمال</p>
	<p>15.6. Outsourcing تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات</p> <p>1.15.6. الإطار المفاهيمي للمصادر خارجية outsourcing</p> <p>2.15.6. Outsourcing مصادر خارجية لتكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على الأعمال</p> <p>3.15.6. مفاتيح تنفيذ مشاريع المصادر خارجية outsourcing لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات</p>	<p>14.6. التقنيات والاتجاهات</p> <p>1.14.6. الاتجاهات الرئيسية في مجال التكنولوجيا التي تغير نماذج الأعمال</p> <p>2.14.6. تحليل التقنيات الناشئة الرئيسية</p>	<p>13.6. التحولات الرقمية</p> <p>1.13.6. الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي</p> <p>2.13.6. التحول الرقمي؛ العناصر الرئيسية والفوائد والعيوب</p> <p>3.13.6. التحول الرقمي في الشركات</p>

<p>4.7. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>1.4.7. أهداف التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>2.4.7. التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة</p> <p>3.4.7. التجارة الإلكترونية. السياق العام</p> <p>4.4.7. فئات التجارة الإلكترونية</p> <p>5.4.7. مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce مقابل التجارة التقليدية</p>	<p>3.7. إدارة التسويق الاستراتيجي</p> <p>1.3.7. مفهوم التسويق الاستراتيجي</p> <p>2.3.7. مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق</p> <p>3.3.7. مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي</p>	<p>2.7. التسويق</p> <p>1.2.7. مفهوم التسويق</p> <p>2.2.7. عناصر التسويق الأساسية</p> <p>3.2.7. الأنشطة التسويقية للشركة</p>	<p>1.7. الإدارة التجارية</p> <p>1.1.7. الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية</p> <p>2.1.7. استراتيجية الأعمال والتخطيط</p> <p>3.1.7. دور المديرين التجاريين</p>
<p>8.7. التسويق الرقمي لجذب العملاء والاحتفاظ بهم</p> <p>1.8.7. استراتيجيات الولاء والترابط عبر الإنترنت</p> <p>2.8.7. إدارة علاقات الزوار</p> <p>3.8.7. التجربة المفردة</p>	<p>7.7. استراتيجية التسويق الرقمي</p> <p>1.7.7. تحديد استراتيجية التسويق الرقمي</p> <p>2.7.7. أدوات استراتيجية التسويق الرقمي</p>	<p>6.7. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية</p> <p>1.6.7. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية</p> <p>2.6.7. Branded Content & Storytelling</p>	<p>5.7. Managing digital business</p> <p>1.5.7. استراتيجية تنافسية في مواجهة الرقمنة المتزايدة لوسائل الإعلام</p> <p>2.5.7. تصميم وإنشاء خطة تسويق رقمي</p> <p>3.5.7. تحليل عائد الاستثمار في خطة التسويق الرقمي</p>
<p>12.7. استراتيجية المبيعات</p> <p>1.12.7. استراتيجية المبيعات</p> <p>2.12.7. طرق البيع</p>	<p>11.7. Blended marketing</p> <p>1.11.7. ما هو Blended Marketing؟</p> <p>2.11.7. الاختلافات بين التسويق عبر الإنترنت والغير متصل بالإنترنت</p> <p>3.11.7. الجوانب التي يجب مراعاتها في استراتيجية التسويق المختلط Blended Marketing</p> <p>4.11.7. خصائص استراتيجية التسويق المختلط Blended Marketing</p> <p>5.11.7. التوصيات في التسويق المختلط Blended Marketing</p> <p>6.11.7. فوائد التسويق المختلط Blended Marketing</p>	<p>10.7. خطة التسويق عبر الإنترنت</p> <p>1.10.7. ما هي خطة التسويق عبر الإنترنت؟</p> <p>2.10.7. خطوات إنشاء خطة التسويق عبر الإنترنت</p> <p>3.10.7. مميزات وجود خطة تسويق عبر الإنترنت</p>	<p>9.7. إدارة الحملات الرقمية</p> <p>1.9.7. ما هي الحملة الإعلانية الرقمية؟</p> <p>2.9.7. خطوات إطلاق حملة تسويقية عبر الإنترنت</p> <p>3.9.7. أخطاء في الحملات الإعلانية الرقمية</p>
<p>15.7. الاتصالات والسمعة الرقمية</p> <p>1.15.7. السمعة عبر الانترنت</p> <p>2.15.7. كيفية قياس السمعة الرقمية؟</p> <p>3.15.7. أدوات السمعة عبر الإنترنت</p> <p>4.15.7. تقرير السمعة عبر الإنترنت</p> <p>5.15.7. Branding عبر الإنترنت</p>	<p>14.7. استراتيجية التواصل المؤسسي</p> <p>1.14.7. التحفيز والعمل الاجتماعي والمشاركة وبرامج التدريب مع الموارد البشرية</p> <p>2.14.7. أدوات الاتصال الداخلي والدعم</p> <p>3.14.7. خطة الاتصال الداخلي</p>	<p>13.7. الاتصالات المؤسسية</p> <p>1.13.7. المفهوم</p> <p>2.13.7. أهمية الاتصال في المنظمة</p> <p>3.13.7. نوع الاتصال في المنظمة</p> <p>4.13.7. وظائف الاتصال في المنظمة</p> <p>5.13.7. عناصر الاتصال</p> <p>6.13.7. مشاكل الاتصال</p> <p>7.13.7. سيناريوهات الاتصال</p>	

الوحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

<p>4.8. تقسيم السوق</p> <p>1.4.8. مفهوم تقسيم السوق</p> <p>2.4.8. فائدة التقسيم ومتطلباته</p> <p>3.4.8. تقسيم الأسواق الاستهلاكية</p> <p>4.4.8. تقسيم الأسواق الصناعية</p> <p>5.4.8. استراتيجية التقسيم</p> <p>6.4.8. التجزئة على أساس معايير marketing-mix</p> <p>7.4.8. منهجية تقسيم السوق</p>	<p>3.8. مناهج وتقنيات البحث النوعي</p> <p>1.3.8. أنواع البحث النوعي</p> <p>2.3.8. تقنيات البحث النوعي</p>	<p>2.8. الأساليب وتقنيات البحث الكمي</p> <p>1.2.8. حجم العينة</p> <p>2.2.8. أخذ العينات</p> <p>3.2.8. أنواع التقنيات الكمية</p>	<p>1.8. بحوث السوق</p> <p>1.1.8. أبحاث التسويق: الأصل التاريخي</p> <p>2.1.8. تحليل وتطور الإطار المفاهيمي لبحوث التسويق</p> <p>3.1.8. العناصر الأساسية والمساهمة القيمة لأبحاث التسويق</p>
<p>8.8. الدعاية</p> <p>1.8.8. الخلفية التاريخية للدعاية</p> <p>2.8.8. الإطار المفاهيمي للدعاية، المبادئ ومفهوم الإحاطة وتحديد المواقع</p> <p>3.8.8. وكالات الدعاية، وكالات الإعلام ومحترفي الدعاية</p> <p>4.8.8. أهمية الدعاية في الأعمال التجارية</p> <p>5.8.8. اتجاهات وتحديات الدعاية</p>	<p>7.8. دراسات جدوى</p> <p>1.7.8. المفهوم والمنفعة</p> <p>2.7.8. الخطوط العريضة لدراسة الجدوى</p> <p>3.7.8. تطوير دراسة الجدوى</p>	<p>6.8. أبحاث الأسواق الدولية</p> <p>1.6.8. أبحاث الأسواق الدولية</p> <p>2.6.8. عملية بحوث السوق الدولية</p> <p>3.6.8. أهمية المصادر الثانوية في أبحاث السوق الدولية</p>	<p>5.8. إدارة المشاريع البحثية</p> <p>1.5.8. بحوث الأسواق كعملية</p> <p>2.5.8. مراحل التخطيط في أبحاث الأسواق</p> <p>3.5.8. مراحل التنفيذ في أبحاث الأسواق</p> <p>4.5.8. إدارة مشروع بحثي</p>
<p>12.8. أساسيات إدارة الأعمال</p> <p>1.12.8. دور الدائرة التجارية</p> <p>2.12.8. أنظمة تحليل الوضع التنافسي التجاري للشركة/السوق</p> <p>3.12.8. أنظمة التخطيط التجاري للشركة</p> <p>4.12.8. الاستراتيجيات التنافسية الرئيسية</p>	<p>11.8. التخطيط الإعلامي</p> <p>1.11.8. نشأة وتطور التخطيط الإعلامي</p> <p>2.11.8. وسائل الإعلام</p> <p>3.11.8. خطة إعلامية</p>	<p>10.8. استراتيجيات الترويج والتسويق Merchandising</p> <p>1.10.8. الاتصالات التسويقية المتكاملة</p> <p>2.10.8. خطة الاتصال الإعلاني</p> <p>3.10.8. Merchandising كأسلوب تواصل</p>	<p>9.8. تطوير خطة التسويق</p> <p>1.9.8. مفهوم خطة التسويق</p> <p>2.9.8. تحليل وتشخيص الموقف</p> <p>3.9.8. قرارات التسويق الاستراتيجي</p> <p>4.9.8. قرارات عمليات التسويق</p>
<p>16.8. تنفيذ الوظيفة التجارية</p> <p>1.16.8. توظيف مندوبي المبيعات ووكلاء المبيعات الخاصة</p> <p>2.16.8. مراقبة النشاط التجاري</p> <p>3.16.8. الميثاق الأخلاقي للموظفين التجاريين</p> <p>4.16.8. الامتثال المعياري</p> <p>5.16.8. معايير السلوك التجاري المقبولة عمومًا</p>	<p>15.8. توجيه وإدارة شبكة المبيعات</p> <p>1.15.8. Sales Management. إدارة المبيعات</p> <p>2.15.8. الشبكات في خدمة النشاط التجاري</p> <p>3.15.8. سياسات اختيار وتدريب مندوبي المبيعات</p> <p>4.15.8. أنظمة المكافآت للشبكات التجارية الخاصة والخارجية</p> <p>5.15.8. إدارة العملية التجارية. التحكم والمساعدة في عمل مندوبي المبيعات بناءً على المعلومات</p>	<p>14.8. اتخاذ القرار في الإدارة التجارية</p> <p>1.14.8. استراتيجية العمل والاستراتيجية التنافسية</p> <p>2.14.8. نماذج صنع القرار</p> <p>3.14.8. التحليلات وأدوات صنع القرار</p> <p>4.14.8. سلوك الإنسان في اتخاذ القرار</p>	<p>13.8. المفاوضات التجارية</p> <p>1.13.8. المفاوضات التجارية</p> <p>2.13.8. القضايا النفسية للتفاوض</p> <p>3.13.8. طرق التفاوض الرئيسية</p> <p>4.13.8. عملية التفاوض</p>

<p>18.8. إدارة المالية والميزانية</p> <p>1.18.8. عتية الربحية</p> <p>2.18.8. موازنة المبيعات. مراقبة إدارة وخطة البيع السنوية</p> <p>3.18.8. الأثر المالي لقرارات العمل الاستراتيجية</p> <p>4.18.8. إدارة الدورة والتناوب والربحية والسيولة</p> <p>5.18.8. بيان الإيرادات</p>	<p>17.8. تحديد الحسابات الرئيسية</p> <p>1.17.8. مفهوم إدارة الحسابات الرئيسية</p> <p>2.17.8. المبيعات وإدارة الحسابات الرئيسية</p> <p>Key Account Manager</p> <p>3.17.8. إستراتيجية إدارة الحسابات الرئيسية</p>
--	--

الوحدة 9. الابتكار وإدارة المشاريع

<p>4.9. التصميم والتحقق من صحة نموذج الأعمال</p> <p>1.4.9. الإطار المفاهيمي لنموذج الأعمال</p> <p>2.4.9. التصميم والتحقق من نموذج الأعمال</p>	<p>3.9. إدارة المشاريع للشركات الناشئة Startups</p> <p>1.3.9. مفهوم startup</p> <p>2.3.9. فلسفة Lean Startup</p> <p>3.3.9. مراحل تطوير startup</p> <p>4.3.9. دور مدير المشروع في startup</p>	<p>2.9. استراتيجية الابتكار</p> <p>1.2.9. الذكاء الاستراتيجي والابتكار</p> <p>2.2.9. استراتيجية الابتكار</p>	<p>1.9. الابتكار</p> <p>1.1.9. مقدمة للابتكار</p> <p>2.1.9. الابتكار في النظام البيئي للأعمال</p> <p>3.1.9. الأدوات لعملية الابتكار في الأعمال</p>
<p>8.9. منهجيات تقليدية ومبتكرة</p> <p>1.8.9. منهجيات الابتكار</p> <p>2.8.9. المبادئ الأساسية لبرنامج Scrum (تطوير البرمجيات)</p> <p>3.8.9. الاختلافات بين الجوانب الرئيسية لبرنامج سكرم (تطوير البرمجيات) والمنهجيات التقليدية</p>	<p>7.9. تسيير اتصالات المشاريع</p> <p>1.7.9. تسيير اتصالات المشروع</p> <p>2.7.9. المفاهيم الأساسية لتسيير الاتصالات</p> <p>3.7.9. الاتجاهات الناشئة</p> <p>4.7.9. التكيف مع الفريق</p> <p>5.7.9. تخطيط تسيير الاتصالات</p> <p>6.7.9. تسيير الاتصالات</p> <p>7.7.9. مراقبة الاتصالات</p>	<p>6.9. تسيير التغيير في المشاريع: تسيير التدريب</p> <p>1.6.9. مفهوم إدارة التغيير</p> <p>2.6.9. عملية إدارة التغيير</p> <p>3.6.9. تنفيذ التغيير</p>	<p>5.9. إدارة وتسيير المشاريع</p> <p>1.5.9. إدارة وتسيير المشروع تحديد الفرص لتطوير مشاريع الابتكار المؤسسي</p> <p>2.5.9. المراحل الرئيسية لإدارة وتسيير مشاريع الابتكار</p>
		<p>10.9. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع</p> <p>1.10.9. مخاطر الخطة</p> <p>2.10.9. عناصر إنشاء خطة إدارة المخاطر</p> <p>3.10.9. أدوات إنشاء خطة إدارة المخاطر</p> <p>4.10.9. محتوى خطة إدارة المخاطر</p>	<p>9.9. إنشاء شركة ناشئة startup</p> <p>1.9.9. إنشاء شركة ناشئة startup</p> <p>2.9.9. منظمة وثقافة</p> <p>3.9.9. الأسباب العشرة الأولى لفشل الشركات الناشئة startups</p> <p>4.9.9. الجوانب القانونية</p>

الوحدة 10. Management إدارى

<p>4.10.10.1 خطابة وتشكيل متحدثين رسميين 1.4.10.10.1 التواصل بين الأشخاص 2.4.10.10.2 مهارات الاتصال والتأثير 3.4.10.10.3 حواجز التواصل</p>	<p>3.10.10.3 إدارة العمليات 1.3.10.10.3 أهمية الإدارة 2.3.10.10.3 سلسلة القيمة 3.3.10.10.3 إدارة الجودة</p>	<p>2.10.10.2 المدير ووظائفه.الثقافة التنظيمية وأساليبها 1.2.10.10.2 المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها</p>	<p>1.10.10.1 General Management 1.1.10.10.1 مفهوم General Management 2.1.10.10.1 عمل Manager General 3.1.10.10.1 الرئيس التنفيذي وواجباته 4.1.10.10.1 تحويل عمل الإدارة</p>
<p>8.10.10.8 الذكاء العاطفي 1.8.10.10.8 الذكاء العاطفي والتواصل 2.8.10.10.8 الحزم والتعاطف والاستماع الفعال 3.8.10.10.8 الثقة بالنفس والتواصل العاطفي</p>	<p>7.10.10.7 إعداد خطة للأزمات 1.7.10.10.7 تحليل المشاكل المحتملة 2.7.10.10.7 المخطط 3.7.10.10.7 تكيف الموظفين</p>	<p>6.10.10.6 التواصل في حالات الأزمات 1.6.10.10.6 أزمات 2.6.10.10.6 مراحل الأزمة 3.6.10.10.6 الرسائل: المحتويات واللحظات</p>	<p>5.10.10.5 أدوات الاتصالات الشخصية والتنظيمية 1.5.10.10.5 التواصل بين الأشخاص 2.5.10.10.5 أدوات التواصل بين الأشخاص 3.5.10.10.5 التواصل في المنظمات 4.5.10.10.5 الأدوات في المنظمة</p>
		<p>10.10.10.10 القيادة وإدارة الفرق 1.10.10.10.1 القيادة وأساليب القيادة 2.10.10.10.2 قدرات القائد والتحديات 3.10.10.10.3 إدارة عملية التغيير 4.10.10.10.4 إدارة فرق متعددة الثقافات</p>	<p>9.10.10.9 Branding الشخصي 1.9.10.10.9 استراتيجيات تطوير العلامات التجارية الشخصية 2.9.10.10.9 قوانين العلامات التجارية الشخصية 3.9.10.10.9 أدوات لبناء العلامات التجارية الشخصية</p>

<p>4.11 اللوائح الداخلية للمنظمات 1.4.11 التدرج الهرمي للسياسات 2.4.11 قاعدة القواعد أو القاعدة 0 3.4.11 الرموز الأخلاقية 4.4.11 الهيكل والإنتاج 5.4.11 مراجعة وتحديث 6.4.11 النشر والتواصل</p>	<p>3.11 معايير الصناعة وأفضل الممارسات (قواعد المنظمة الدولية للتطبيق أو التقييس ISO) 1.3.11 37301 ISO 2.3.11 UNE 2017:109601 بشأن أنظمة إدارة Compliance الجنائي 3.3.11 معيار ISO 37001، Anti-bribery management systems 4.3.11 معيار IEC / UNE-ISO 27000. نظام إدارة أمن المعلومات 5.3.11 معيار IEC / UNE-ISO 20000. نظام إدارة خدمات تكنولوجيا المعلومات</p>	<p>2.11 وظيفة ومتطلبات Compliance 1.2.11 ثقافة Compliance 2.2.11 التمرکز في المنظمة 3.2.11 الشروط المرجعية لوظيفة Compliance 4.2.11 التفاعل مع المهام الأخرى</p>	<p>1.11 Corporate Compliance. التنمية في المنظمات 1.1.11 التزام الشراكة (Corporate Compliance) 2.1.11 Compliance والامتثال التنظيمي 3.1.11 Compliance في المنظمات</p>
<p>8.11 Compliance Officer 1.8.11 ملف تعريف Compliance Officer 2.8.11 Compliance Officer في اللوائح الإسبانية 3.8.11 التفاعل مع المهام الأخرى</p>	<p>7.11 منع تضارب المصالح في الإطار المؤسسي 1.7.11 تضارب المصالح في إطار الشركة 2.7.11 أنواع تضارب المصالح 3.7.11 إدارة تضارب المصالح</p>	<p>6.11 القيادة وثقافة Compliance 1.6.11 القيادة في التنظيم: أهمية النغمة في الأعلى 2.6.11 تطوير هيكل الرقابة خطوط الدفاع الثلاثة 3.6.11 مقاييس القيادة الفعالة في Compliance</p>	<p>5.11 الأخلاق في إطار Compliance 1.5.11 أخلاقيات العمل 2.5.11 نظريات أخلاقيات العمل 3.5.11 الأداء الأخلاقي وتأثير السمعة</p>
		<p>10.11 مسؤولية Compliance Officer 1.10.11 مسؤولية الإدارة العليا في Compliance 2.10.11 مسؤولية Compliance Officer 3.10.11 مسؤولية بقية المنظمة فيما يتعلق Compliance</p>	<p>9.11 واجبات Compliance Officer 1.9.11 واجبات Compliance Officer 2.9.11 مشاكل عدم تجانسها 3.9.11 هياكل واجبات الالتزام</p>

الوحدة 12. عناصر إدارة أعمال Compliance

<p>4.12. قنوات الشكاوى والتحقيقات في إجراءات Compliance</p> <p>1.4.12. قنوات الإبلاغ: التنظيم الأوروبي</p> <p>2.4.12. أنواع قنوات الإبلاغ</p> <p>3.4.12. تصميم قنوات الإبلاغ: العوامل</p> <p>4.4.12. التدفقات والعمليات في حالات الانسحاب</p>	<p>3.12. المتابعة: المعالجة. المخططات تنفيذ الخطة</p> <p>1.3.12. الرصد والاختبار في الامتثال</p> <p>2.3.12. الاختلافات مع مهام مراجعة الحسابات</p> <p>3.3.12. تصميم خطة Compliance</p> <p>4.3.12. تصميم برنامج الرصد والاختبار</p> <p>5.3.12. إجراء الخطة وتنفيذها</p> <p>6.3.12. تقارير النتائج</p>	<p>2.12. التواصل. التأهيل. الوعي في الشركة</p> <p>1.2.12. معلومات ورسالة Compliance</p> <p>2.2.12. هيكل الاتصال في Compliance</p> <p>3.2.12. تدريب الموظفين</p> <p>4.2.12. الاستيعاب الداخلي Compliance</p>	<p>1.12. القيادة تخطيط التشغيل التقييم التحسين الإجرائي</p> <p>1.1.12. فلسفات وراء دورات Compliance: التخطيط والقيام والتحقق والعمل</p> <p>2.1.12. فلسفات وراء دورات Compliance: Kaizen</p> <p>3.1.12. القيادة: تصميم الامتثال لتقليل المخاطر Compliance</p>
<p>8.12. المعلومات والإبلاغ عن النتائج</p> <p>1.8.12. Management Information : معلومات SMART</p> <p>2.8.12. التقارير الداخلية الصادرة عن وظيفة Compliance</p> <p>3.8.12. التقارير الخارجية التي تم إنشاؤها بواسطة وظيفة Compliance</p>	<p>7.12. الخطة السنوية Compliance</p> <p>1.7.12. عناصر الخطة السنوية Compliance</p> <p>2.7.12. تصميم الخطة السنوية Compliance والموافقة عليها</p> <p>3.7.12. متابعة الخطة السنوية Compliance</p> <p>4.7.12. تقرير الخطة السنوية Compliance</p>	<p>6.12. تسجيل خطط الالتزام Compliance</p> <p>1.6.12. تسجيل خطط Compliance</p> <p>2.6.12. معلومات المحتوى</p> <p>3.6.12. إجراءات التسجيل</p>	<p>5.12. التدابير والحوافز التأديبية لتنفيذ برامج الالتزام Compliance</p> <p>1.5.12. الالتزام كدالة للرقابة وتحديد الأخطاء</p> <p>2.5.12. العلاقة مع الموارد البشرية والإدارة</p> <p>3.5.12. نظام الحوافز والنظام التأديبي</p>
	<p>10.12. علاقة إدارة الالتزام بالإدارات الأخرى في المنظمة Compliance بالإدارات الأخرى في المنظمة</p> <p>1.10.12. العلاقة مع الإدارة العليا</p> <p>2.10.12. لعلاقة مع لجنة الامتثال</p> <p>3.10.12. العلاقة مع خط الدفاع الثالث: المراجعة الداخلية</p> <p>4.10.12. العلاقة مع خط الدفاع الأولي: وظائف الأعمال والدعم</p> <p>5.10.12. العلاقة مع خط الدفاع الثاني: المخاطر</p>	<p>9.12. Corporate Compliance. حكومة رشيدة</p> <p>1.9.12. الخلفية الدولية والمحلية</p> <p>2.9.12. Corporate Compliance. حكومة رشيدة: مفاتيح</p> <p>3.9.12. زيادة الاهتمام بالمعايير البيئية والاجتماعية والحكومة Compliance</p>	

1.13 Corporate Compliance. التنظيم الدولي

- 1.1.13 Federal أهمية الدولي Sentencing Guidelines
- 2.1.13 التنظيم في دول الاتحاد الأوروبي
- 3.1.13 قضايا مسؤولية الكيان القانوني في أمريكا اللاتينية

2.13 مسؤولية الشخص الاعتباري قبل قانون العقوبات: قانون المنازعات الإدارية

- 1.2.13 مسؤولية الشخص الاعتباري في قانون المنازعات الإدارية
- 2.2.13 العلاقات بين القانون الإداري والقانون الجنائي في مضمون Compliance
- 3.2.13 الحالات المتداخلة: الانتهاكات البيئية

3.13 إصلاحات قانون العقوبات فيما يتعلق بالمسؤولية الجنائية للكيان القانوني

- 1.3.13 قانون العقوبات قبل إصلاح 2001
- 2.3.13 إصلاح عام 2001
- 3.3.13 الإصلاحات الطفيفة اللاحقة

4.13 شروط التخفيف والإعفاء مع نطاق المسؤولية

- 1.4.13 التخفيف والإعفاء. المفهوم
- 2.4.13 العناصر المخففة
- 3.4.13 الدفاع عن العناصر

5.13 إيضاحات من النيابة فيما يتعلق بالأدوار والمسؤوليات

- 1.5.13 تعميم المدعي العام
- 2.5.13 إشكالية Compliance Officer
- 3.5.13 توضيحات الأدوار والمسؤوليات

6.13 التطوير اليدوي Corporate Defense

- 1.6.13 العناصر اليدوية Corporate Defense
- 2.6.13 الأدوار في تطوير الخطة
- 3.6.13 المبادئ: التناسب والنهج القائم على المخاطر
- 4.6.13 إعداد دليل Corporate Defense. خطوات

7.13 خريطة المخاطر: الاستشارة بشأن المخاطر التي تتعرض لها المؤسسة

- 1.7.13 خريطة المخاطر
- 2.7.13 عناصر خريطة المخاطر
- 3.7.13 أمثلة على خرائط المخاطر

8.13 أطر الرقابة والتصميم والهيكل للتنفيذ

- 1.8.13 السيطرة كمخفف للمخاطر الكامنة
- 2.8.13 تصميم السياسات والتدريب كعوامل مخففة
- 3.8.13 هيكل التحكم: سابقة/ لاحقة، يدوية / آلية

9.13 الحكم: اللجان والمسؤوليات

- 1.9.13 اللجان كمديرين للمخاطر
- 2.9.13 الأدوار والمسؤوليات
- 3.9.13 الفعالية في اللجان

10.13 تصميم الدور. مثال عملي

- 1.10.13 رسم خرائط للأنواع والسيناريوهات الإجرامية المنطبقة
- 2.10.13 الأدوار والمسؤوليات
- 3.10.13 لاحتمالية وتعيين المخاطر: حساب المخاطر الكامنة
- 4.10.13 تقييم إطار الرقابة وحساب المخاطر المتبقية

الوحدة 14. Compliance كوظيفة للتحكم: منع غسل الأموال وتمويل الإرهاب

<p>4.14. برنامج منع غسل الأموال وتمويل الإرهاب. التنفيذ والآثار المترتبة عليه</p> <p>1.4.14. برنامج الجرائم المالية. دعائم</p> <p>2.4.14. تصميم السياسات والإجراءات. تنفيذ وتكييف النظم</p> <p>3.4.14. برنامج الجرائم المالية. المبادئ</p>	<p>3.14. الوقاية من غسل الأموال</p> <p>1.3.14. الأنشطة المباشرة</p> <p>2.3.14. الرئيسية (القطاع المالي)</p> <p>3.3.14. الثانوية (القطاعات الأخرى)</p> <p>4.3.14. الأنشطة غير المباشرة: مقدمون الخدمات للكيانات الخاضعة لمنع المباشر لغسل الأموال. ثغرات</p>	<p>2.14. المؤسسات واللوائح المتعلقة بمنع غسل الأموال وتمويل الإرهاب</p> <p>1.2.14. التركيز التنظيمي والإشرافي على مسألة الجرائم المالية</p> <p>2.2.14. المؤسسات الدولية والأطر المرجعية القانونية</p> <p>3.2.14. المؤسسات المحلية والأطر المرجعية القانونية</p>	<p>1.14. الجريمة المالية: التأثير والعناصر والمراحل</p> <p>1.1.14. خطر الجرائم المالية في الاقتصاد. دعائم</p> <p>2.1.14. التأثير على اقتصاد</p> <p>3.1.14. غسل الأموال</p> <p>4.1.14. تمويل الإرهاب</p> <p>5.1.14. مراحل غسل الأموال وتمويل الإرهاب</p>
<p>8.14. Compliance كوظيفة للتحكم 3: تمويل الإرهاب والعقوبات المالية الدولية: أدوات التصفية</p> <p>1.8.14. تصفية العمليات المتعلقة بالعقوبات المالية الدولية</p> <p>2.8.14. عناصر تحكم القائمة</p> <p>3.8.14. خارج الحدود الإقليمية: خارج الحدود الإقليمية: حالة المشرف الأمريكي</p>	<p>7.14. Compliance كوظيفة للتحكم 2: عمليات الرصد والمشبوهة</p> <p>1.7.14. أنواع العمليات المشبوهة</p> <p>2.7.14. تصميم المراقبة</p> <p>3.7.14. مراقبة التدفق</p> <p>4.7.14. الإبلاغ عن العمليات المشبوهة</p>	<p>6.14. Compliance كوظيفة للتحكم 1: التحديد والتحقق</p> <p>1.6.14. تحديد هوية العملاء والأطراف المقابلة</p> <p>2.6.14. النهج القائم على المخاطر: التحقق والمراجعات الدورية</p> <p>3.6.14. المتطلبات حول المستفيد الأخير</p>	<p>5.14. Compliance كوظيفة دعم</p> <p>1.5.14. Compliance كوظيفة دعم</p> <p>2.5.14. تصميم كتيبات وسياسات الجرائم المالية</p> <p>3.5.14. وضع استراتيجيات للاتصال والتدريب</p>
		<p>10.14. Tax Compliance: الكشف عن هياكل التهرب الضريبي</p> <p>1.10.14. Compliance Fiscal. Compliance الضريبي. الكشف عن هياكل التهرب الضريبي</p> <p>2.10.14. لوائح الامتثال الضريبي الدولية: Tax Compliance الدولية: قانون الامتثال الضريبي للحسابات الأجنبية ومعيار الإبلاغ المشترك</p> <p>3.10.14. هياكل التهرب الضريبي: Panama Papers</p>	<p>9.14. التكنولوجيات الجديدة في الجرائم المالية</p> <p>1.9.14. تطور التمويل: التكنولوجيا المالية والأصول المشفرة</p> <p>2.9.14. الثورة التكنولوجية المخاطر والفرص</p> <p>3.9.14. التقدم في الضوابط: التكنولوجيا التنظيمية (RegTech)</p>

4.15 الموافقة المستنيرة على معالجة البيانات الشخصية
1.4.15 الشروط الواجب استيفاؤها بالموافقة
2.4.15 الموافقة الضمنية والصريحة
3.4.15 تصنيف الموافقة بموجب اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR)

3.15 المبادئ المتعلقة بتجهيز البيانات الشخصية
1.3.15 الشرعية والشفافية والولاء
2.3.15 الغاية
3.3.15 تقليل البيانات
4.3.15 الدقة
5.3.15 تحديد فترة الاحتفاظ
6.3.15 الأمان
7.3.15 المسؤولية النشطة أو المسؤولية المثبتة

2.15 إرشادات وكالة حماية البيانات الإسبانية
1.2.15 قانون حماية البيانات: القانون الأساسي 2018/3، المؤرخ 15 ديسمبر، حماية البيانات الشخصية وضمان الحقوق الرقمية
2.2.15 إرشادات التطوير
3.2.15 التقارير والأحكام القانونية

1.15 أوروبا لائحة حماية البيانات
1.1.15 لائحة حماية البيانات في أوروبا
2.1.15 تطبيق اللائحة العامة لحماية البيانات خارج الحدود الإقليمية
3.1.15 المراقبة من قبل ولايات قضائية أخرى: قضية كالفورنيا واللائحة الصينية

8.15 تدابير الامتثال للالتزامات حماية البيانات
1.8.15 سجل أنشطة المعالجة
2.8.15 جرد أنشطة العلاج
3.8.15 تقييم المخاطر على حقوق وحريات أصحاب البيانات لمعالجة البيانات الشخصية
4.8.15 إجراء تقييمات الأثر لحماية البيانات
5.8.15 المشاورة المسبقة
6.8.15 أمن تجهيز البيانات
7.8.15 إخطار السلطة الإشرافية بخروقات البيانات الشخصية
8.8.15 الإبلاغ عن خروقات البيانات الشخصية لأصحاب البيانات
9.8.15 قواعد السلوك

7.15 الامتثال لحماية البيانات حسب التصميم وبشكل افتراضي
1.7.15 سبب حداثة الناتج المحلي الإجمالي في هاتين الحالتين
2.7.15 حماية البيانات حسب التصميم وتأثيرها
3.7.15 حماية البيانات بشكل افتراضي

6.15 الشخصيات المسؤولة عن حماية البيانات
1.6.15 مفهوم المسؤول
2.6.15 مفهوم المسؤولية المشتركة
3.6.15 مفهوم المسئول
4.6.15 الهياكل القانونية: الاتفاقيات النموذجية

5.15 حقوق أصحاب البيانات فيما يتعلق ببياناتهم الشخصية
1.5.15 الدخول
2.5.15 التصحيحات
3.5.15 المعارضه
4.5.15 إخمداد
5.5.15 تقييد المعالجة
6.5.15 قابليه
7.5.15 عدم الخضوع لقرارات فردية آلية
8.5.15 معلومه
9.5.15 حقوق Schengen

10.15 عمليات نقل البيانات الدولية
1.10.15 نقل البيانات الدولية: العقود الثنائية
2.10.15 قواعد الشركات الملزمة
3.10.15 مدونات قواعد سلوك حماية البيانات

9.15 مسؤول حماية البيانات
1.9.15 الملف الشخصي ومتطلبات مسؤول حماية البيانات
2.9.15 استقلالية مسؤول حماية البيانات
3.9.15 العلاقة مع وظيفة Compliance

الوحدة 16. Compliance Laboral

<p>4.16 الامتثال في سجلات المكافآت. الفجوة في الأجور 1.4.16 الامتثال في سجلات المكافآت 2.4.16 تصميم خطة الامتثال 3.4.16 تنفيذ خطة الامتثال</p>	<p>3.16 خطط المساواة بين الجنسين 1.3.16 تنظيم خطط المساواة 2.3.16 عناصر خطة المساواة 3.3.16 تصميم وتنفيذ خطة المساواة</p>	<p>2.16 برنامج Compliance Laboral 1.2.16 أهداف البرنامج 2.2.16 الاختلافات مع تدقيق العمل والمشورة القانونية 3.2.16 تخطيط Compliance 4.2.16 عملية تنفيذ Compliance</p>	<p>1.16 Compliance Laboral. الإطار العام 1.1.16 Compliance Laboral 2.1.16 مصادر التنظيم 3.1.16 الموارد البشرية Compliance</p>
<p>8.16 قنوات وبروتوكولات الإبلاغ للحماية من التحرش والتمييز 1.8.16 مشكلة مسؤولية قناة الإبلاغ عن المخالفات: الامتثال مقابل الموارد البشرية 2.8.16 وبروتوكولات الإبلاغ للحماية من التحرش والتمييز 3.8.16 ضوابط الوقاية والكشف. التدابير التي يتعين تنفيذها</p>	<p>7.16 منع الجرائم في مكان العمل 1.7.16 رسم الخرائط والتطبيق 2.7.16 السيناريوهات 3.7.16 إجراءات وقائية</p>	<p>6.16 مدونة قواعد السلوك الداخلية والامتثال التنظيمي 1.6.16 نظام التعديبات والعقوبات 2.6.16 وضع العمال 3.6.16 التدريب Compliance</p>	<p>5.16 الوفاء في إدارة الهدايا والوجبات 1.5.16 أهمية السيطرة: تضارب المصالح ومنع الرشوة والفساد 2.5.16 تصميم سياسات إدارة الهدايا والوجبات وتنفيذها 3.5.16 الخط الأول والخط الثاني من الضوابط التشغيلية للدفاع</p>
		<p>10.16 الحق في قطع الاتصال الرقمي 1.10.16 الحق في الانفصال. الأصل 2.10.16 قطع الاتصال كحق رقمي للأفراد 3.10.16 تدابير التنفيذ والسوابق القضائية</p>	<p>9.16 معالجة البيانات الشخصية في مكان العمل: حالة المراقبة بالفيديو والتحكم في الوقت 1.9.16 ضوابط العمل في العالم التكنولوجي 2.9.16 معالجة البيانات: دراسات حالة للمراقبة بالفيديو. إرشادات وكالة حماية البيانات الإسبانية 3.9.16 استحداث الالتزام بالتحقق من ساعات العمل</p>

الوحدة 17. Compliance من أجل التخفيف من مخاطر الأمن السيبراني واستخدام التقنيات فى الشركة

<p>1.17.1.17 Compliance فى مجال الأعمال التجارية</p> <p>1.17.1.17.1.17 Compliance Digital. تطور Compliance فى عصر التكنولوجيا</p> <p>2.1.17.2.1.17 الإطار التنظيمي للبيئة الرقمية</p> <p>3.1.17.3.1.17 تنسيق Compliance مع المجالات الأخرى</p>	<p>2.17 استخدام الوسائل التكنولوجية فى المؤسسة</p> <p>1.2.17.1.2.17 القواعد العامة للتنفيذ والاستخدام</p> <p>2.7.17.2.7.17 قواعد الأجهزة. قواعد البرمجيات</p> <p>3.7.17.3.7.17 قواعد وسائط الإعلام الإلكترونية. قواعد الوسائط المرئية وتحديد الموقع الجغرافي</p>	<p>3.17 استخدام الشبكات الاجتماعية فى الأعمال التجارية</p> <p>1.3.17.1.3.17 سياسة وسائل التواصل الاجتماعي واستخدام الإنترنت</p> <p>2.3.17.2.3.17 سرية المعلومات التجارية والشبكات الاجتماعية</p> <p>3.3.17.3.3.17 حملات التواصل الاجتماعي</p>	<p>4.17 إدارة المخاطر التشغيل: استمرارية تصريف الأعمال</p> <p>خطط استعادة القدرة على العمل بعد الكوارث</p> <p>1.4.17.1.4.17 خطط استمرارية تصريف الأعمال</p> <p>2.4.17.2.4.17 خطط استعادة القدرة على العمل بعد الكوارث</p> <p>3.4.17.3.4.17 التعاملات مع أطراف ثالثة</p> <p>4.4.17.4.4.17 الموردون والمتعاقدون من الباطن</p>
<p>5.17 تصنيف المعلومات التجارية</p> <p>1.5.17.1.5.17 تصنيف المعلومات</p> <p>2.5.17.2.5.17 تدابير مراقبة المعلومات حسب حساسيتها</p> <p>3.5.17.3.5.17 إجراءات التعامل مع حوادث البيانات</p>	<p>6.17 الأمن السيبراني العنصر الأساسي لحماية الشركات</p> <p>1.6.17.1.6.17 النطاق التنظيمي</p> <p>2.6.17.2.6.17 إطار المراقبة والأمن السيبراني</p> <p>3.6.17.3.6.17 وضع اختبارات ومراجعات داخلية: اختبارات للاختراق: اختبارات الاختراق</p> <p>4.6.17.4.6.17 حوادث الأمن السيبراني</p> <p>5.6.17.5.6.17 بعد الوفاة والإخطار والعلاج</p>	<p>7.17 الضوابط على الأطراف الثالثة: الكسور فى سلاسل القيمة التكنولوجية</p> <p>1.7.17.1.7.17 Digital operational resilience act. المستقبل</p> <p>2.7.17.2.7.17 العقود الرئيسية واتفاقيات مستوى الخدمة. الأهمية</p> <p>3.7.17.3.7.17 عمليات التدقيق والعناية الواجبة للأطراف due diligence المقابلة فى مجال التكنولوجيا</p>	<p>8.17 التعاقد الإلكتروني وحماية المستهلك والتوقيع الرقمي. قضايا جديدة</p> <p>1.8.17.1.8.17 التعاقد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والتوقيع الرقمي</p> <p>2.8.17.2.8.17 حماية المستهلك الرقمي: قانون الخدمات الرقمية وقانون الأسواق الرقمية</p> <p>3.8.17.3.8.17 الهوية الرقمية</p>
<p>9.17 RegTech: التقنيات الوقائية فى Compliance</p> <p>1.9.17.1.9.17 الضوابط الوقائية</p> <p>2.9.17.2.9.17 Compliance للتصميم: الضوابط فى تطورات النظام</p> <p>3.9.17.3.9.17 أدلة Compliance التكنولوجى الوقائى</p>	<p>10.17 RegTech: تقنيات الكشف فى Compliance</p> <p>1.10.17.1.10.17 أنظمة المراقبة</p> <p>2.10.17.2.10.17 الكشف عن الحوادث وتحليلها</p> <p>3.10.17.3.10.17 التقارير الداخلية، للملاء والمنظمين</p>		

الوحدة 18. Compliance الإلتزام والحقوق الفكرية

<p>4.18 برامج الامتثال الفعالة. معايير تقييم اللجنة الوطنية للأسواق والمنافسة</p> <p>1.4.18 ملخص المكونات الرئيسية</p> <p>2.4.18 مقياس التشخيص الذاتي</p> <p>3.4.18 عداد reporting</p>	<p>3.18 ممارسة اللجنة الوطنية للأسواق والمنافسة فيما يتعلق ببرامج الامتثال</p> <p>1.3.18 تطور التطبيق العملي في اللجنة الوطنية للأسواق والمنافسة</p> <p>2.3.18 حلول البرامج المسبقة ex ante</p> <p>3.3.18 حلول البرامج اللاحقة ex ante</p>	<p>2.18 العناصر الأساسية للتوصيف</p> <p>1.2.18 تقييد المنافسة الحرة</p> <p>2.2.18 القيود الرأسية</p> <p>3.2.18 القيود الأفقية</p> <p>4.2.18 التواطؤ</p>	<p>1.18 نشاط الامتثال للمنافسة. الإطار التنظيمي الأوروبي</p> <p>1.1.18 الامتثال للمنافسة</p> <p>2.1.18 الأنظمة الأوروبية</p> <p>3.1.18 العقيدة والفقه</p> <p>4.1.18 الاشراف</p>
<p>8.18 الإطار القانوني للامتثال للحقوق الفكرية</p> <p>1.8.18 اللوائح التنظيمية</p> <p>2.8.18 محتوى</p> <p>3.8.18 الجوانب التي تحظى باهتمام خاص</p>	<p>7.18. تكنولوجيا جديدة للتخفيف من مخاطر المنافسة. تعليمات التسعير والمعلومات واستراتيجيات الاستبعاد</p> <p>1.7.18 أساسيات التقييم</p> <p>2.7.18 المعلومات ذات مدى الوصول التنافسي</p> <p>3.7.18 استراتيجية للتخطيط والتخفيف من المخاطر التنافسية</p>	<p>6.18 المشتريات العامة ومكافحة الفساد</p> <p>1.6.18 عناصر للتوصيف</p> <p>2.6.18 اللوائح الدولية خارج الحدود الإقليمية: قانون مكافحة الممارسات الأجنبية الفاسدة وقانون الرشوة فى المملكة المتحدة Bribery Act</p> <p>3.6.18 وكلاء آخرون: الشفافية الدولية ومؤشر مدركات الفساد الخاص بها</p>	<p>5.18 المنظمة و lobby. مثال: قانون Lobby التشيلي</p> <p>1.5.18 قانون Lobby التشيلي</p> <p>2.5.18 قضايا المنظمات الاحتكارية</p> <p>3.5.18 قضايا lobby</p>
		<p>10.18. المخالفات في سياق الحقوق الفكرية</p> <p>1.10.18 الكشف</p> <p>2.10.18 نطاق الوصاية</p> <p>3.10.18 سياسة الانتهاك</p>	<p>9.18 تحديد المخاطر</p> <p>1.9.18 دراسة خاصة لمجال تطوير الحقوق الفكرية</p> <p>2.9.18 تحديد المخاطر</p> <p>3.9.18 جوانب في التطبيق العملي للتخطيط والتحكم</p>

<p>4.19 أدوات الاستثمار: ضوابط الراحة والملاءمة 1.4.19 حوكمة المنتج 2.4.19 اختبار الملاءمة 3.4.19 التوزيع: حملات الاتصال والإعلان 4.4.19 ضوابط ورصد Compliance</p>	<p>3.19 MiFID II. اللوائح الأوروبية بشأن الأسواق في الأدوات المالية 1.3.19 اللوائح الأوروبية بشأن الأسواق في الأدوات المالية 2. الأهداف والأثر والإطار العام 2.3.19 فهرسة المنتجات 3.3.19 تصنيف العملاء 4.3.19 قانون سوق الأوراق المالية</p>	<p>2.19 حماية المستهلك والمستثمر 1.2.19 حماية المستهلك: قنوات الاستعلام والشكوى 2.2.19 مجموعات الاهتمام الخاص: الشمول المالي والضعف 3.2.19 حالات Wells Fargo وحالة Bankia</p>	<p>1.19 هياكل المخاطر في Compliance المالي 1.1.19 مخاطر الامتثال 2.1.19 مخاطر السمعة 3.1.19 المخاطر التنظيمية 4.1.19 مخاطر السلوك 5.1.19 مخاطر الجرائم المالية</p>
<p>8.19 العمليات cross-border في مجال التمويل 1.8.19 العولمة: التراخيص مقابل الوصول 2.8.19 رسم خرائط تراخيص الأنشطة والسلطات القضائية مع الخدمات cross-border 3.8.19 تصميم مصفوفات العوامل المخففة</p>	<p>7.19 ضوابط شراء المنتجات المالية عن بعد 1.7.19 خطر استخدام الوسائط البعيدة 2.7.19 ضوابط حماية المؤسسات 3.7.19 ضوابط حماية المستهلك</p>	<p>6.19 معلومات داخلية عن الأسواق المالية 1.6.19 معلومات داخلية 2.6.19 الأحداث الخطرة 3.6.19 أنظمة التحكم</p>	<p>5.19 التلاعب بالسوق 1.5.19 اللائحة الأوروبية توجيه إساءة استخدام السوق و لائحة إساءة استخدام السوق 2.5.19 إساءة استخدام السوق. دعائم 3.5.19 السلوك الخاضع للعقوبات</p>
		<p>10.19 Compliance Project Management 1.10.19 Compliance كمدير المشروع 2.10.19 ركائز في إدارة المشاريع Compliance 3.10.19 دورة حياة مشروع Compliance</p>	<p>9.19 إدارة التغيير التنظيمي 1.9.19 إدارة التغيير التنظيمي 2.9.19 رصد التطورات والمبادرات التنظيمية 3.9.19 رسم خرائط وتحليل الإجراءات المطلوبة 4.9.19 التنسيق والتنفيذ</p>

الوحدة 20. Compliances قطاعي

<p>4.20 قطاع الأغذية في نشاط الامتثال</p> <p>1.4.20 الشفافية للمستهلكين والمستخدمين</p> <p>2.4.20 مشكلة التقسيمات الفرعية في سلسلة القيمة وعمليات النقل</p> <p>3.4.20 خصوصيات القطاع</p>	<p>3.20 نشاط الدعوة والامتثال</p> <p>1.3.20 المحامون كمستشارين للأحزاب الملزمة</p> <p>2.3.20 المحامون كمواضيع ملزمة</p> <p>3.3.20 حماية البيانات في مهنة المحاماة</p>	<p>2.20 الامتثال التنظيمي في المجال البيئي</p> <p>1.2.20 أهداف جدول أعمال 2030</p> <p>2.2.20 الفضائح: Dielselgate</p> <p>3.2.20 تقارير كاذبة: Green Washing</p> <p>4.2.20 مشكلة المقاييس والإبلاغ</p>	<p>1.20 Compliance فى التعاقد</p> <p>1.1.20 Compliance فى التعاقد</p> <p>2.1.20 التعاقد العام والخاص</p> <p>3.2.20 Compliance فى التعاقد العام</p>
<p>8.20 الامتثال التنظيمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم</p> <p>1.8.20 شركات صغيرة ومتوسطة: الالتزام مقابل الموارد</p> <p>2.8.20 برنامج الامتثال للشركات الصغيرة والمتوسطة. العوامل</p> <p>3.8.20 إدارة فعالة</p>	<p>7.20 الامتثال التنظيمي في قطاع الأدوية</p> <p>1.7.20 الامتثال في قطاع الأدوية</p> <p>2.7.20 الامتثال في الملكية الصناعية</p> <p>3.7.20 التنظيم الذاتي والضبط الإعلاني</p>	<p>6.20 الامتثال التنظيمي في مجال الطاقة</p> <p>1.6.20 دور قطاع الطاقة. التحكم</p> <p>2.6.20 منع الغش والفساد. المخاطر</p> <p>3.6.20 النفط والغاز: Trade Finance Compliance. العقوبات المالية الدولية</p>	<p>5.20 الامتثال التنظيمي في قطاع الصحة والسلامة</p> <p>1.5.20 السرية وحماية البيانات</p> <p>2.5.20 إدارة تضارب المصالح</p> <p>3.5.20 خصوصيات القطاع</p>
		<p>10.20 Compliance في إطار العلاقات مع المستهلكين</p> <p>1.10.20 لوائح حماية المستهلك</p> <p>2.10.20 تحليل المخاطر في تقديم الخدمات مع المستهلكين</p> <p>3.10.20 تخطيط ومراقبة أنظمة امتثال المستهلك</p>	<p>9.20 الامتثال التنظيمي في الشركات المدرجة وأنواع أخرى من المجتمع</p> <p>1.9.20 أصول: حالة Enron وظهور لوائح ساربينز أوكسلي في الولايات المتحدة</p> <p>2.9.20 الحوكمة الجيدة للشركات: التقارير المرجعية والمكافآت</p> <p>3.9.20 أنواع اجتماعية أخرى: التعاونيات</p>

الوحدة 21. أخلاقيات تصور المسؤولية الاجتماعية للشركات

<p>4.21 المسؤولية الاجتماعية للشركات كمفهوم إطارى يتم تطويره من قبل الشركة</p> <p>1.4.21 تفسير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.4.21 أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>3.4.21 تصنيف إجراءات الشركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>3.21 تحديد المسؤولية الاجتماعية للشركات مقابل الشخصيات الأخرى</p> <p>1.3.21 المسؤولية الاجتماعية للمنظمات</p> <p>2.3.21 مؤشر القوة النسبية</p> <p>3.3.21 خيري</p> <p>4.3.21 التسويق مع قضية</p>	<p>2.21 التنفيذ التدريجي للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.2.21 التصور المفاهيمي</p> <p>2.2.21 الانفجار والتوحيد</p> <p>3.2.21 التنظيم</p> <p>4.2.21 جدول أعمال الرئيس التنفيذي</p>	<p>1.21 أخلاقيات المنظمات</p> <p>1.1.21 أخلاقيات المنظمات</p> <p>2.1.21 الميزات والمرافق</p> <p>3.1.21 أخلاقيات العمل</p>
<p>8.21 العلاقات بين قطاع الأعمال والمنظمات غير الحكومية</p> <p>1.8.21 القطاع الثالث والمنظمات غير الحكومية والروابط الأخرى</p> <p>2.8.21 التواصل والحوار ومستوى الالتزام</p> <p>3.8.21 تحديد سياق العلاقة وخلق القيمة</p>	<p>7.21 الدافع السياسي لمسؤولية الشركات في أوروبا</p> <p>1.7.21 البدايات، ميثاق كوبنهاغن</p> <p>2.7.21 الورقة الخضراء للمفوضية الأوروبية</p> <p>3.7.21 خطوات أخرى</p>	<p>6.21 الدافع السياسي لمسؤولية الشركات في إسبانيا</p> <p>1.6.21 تشريعات الولايات</p> <p>2.6.21 مجلس الخبراء وطاولة الحوار الاجتماعي</p> <p>3.6.21 هيئة سوق الأوراق المالية الوطنية</p> <p>4.6.21 الإدارة الإقليمية والمحلية</p>	<p>5.21 الشفافية والتواصل في رؤية المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.5.21 المسائل</p> <p>2.5.21 الرموز الأخلاقية</p> <p>3.5.21 التقارير والذاكرة</p> <p>4.5.21 التدقيق الأخلاقي</p>
		<p>10.21 تقييم للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.10.21 نهج</p> <p>2.10.21 المعايير</p> <p>3.10.21 العواقب</p>	<p>9.21 الأخلاقيات والتنمية والسلام</p> <p>1.9.21 المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية</p> <p>2.9.21 الرشوة والفساد</p> <p>3.9.21 سلام</p>

الوحدة 22. التوجه الاستراتيجي للشركة من المسؤولية الاجتماعية للشركات. تنظيم stakeholders

<p>4.22. مبادئ خلق القيمة للشركة لأصحاب المصلحة (stakeholders Freeman). مبادئ تطبيق إدارة الأعمال على أساس المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.4.22. المبادئ العامة 2.4.22. مبدأ التعقيد 3.4.22. مبدأ التكامل 4.4.22. مبدأ الدوام</p>	<p>3.22. نظرية أصحاب المصلحة Stakeholder. نهج الإدارة إزاء أصحاب المصلحة فيها</p> <p>1.3.22. نهج إدارة الشركة تجاه مجموعات المصالح الخاصة بها 2.3.22. تطوير النظريات الاقتصادية للتوجه الاستراتيجي المطبق على المسؤولية الاجتماعية للشركات 3.3.22. التحديات التي تطرحها نظرية أصحاب stakeholder</p>	<p>2.22. النظم الفرعية الإدارية المشاركة في سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.2.22. قسم الإنتاج 2.2.22. الإدارة المالية 3.2.22. إدارة الموارد البشرية 4.2.22. إدارة التسويق 5.2.22. نظم فرعية ناشئة أخرى</p>	<p>1.22. الإدارة الاستراتيجية للشركة. اتخاذ القرار بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.1.22. مفهوم الشركة 1.1.1.22. ملكية 2.1.1.22. هيكل الإدارة 3.1.1.22. حكومة 2.1.22. العناصر الرئيسية في الشركة 1.2.1.22. الرسالة 2.2.1.22. الرؤية 3.2.1.22. الأهداف</p>
<p>8.22. الإدارة الشاملة لأصحاب المصلحة stakeholders 2. تخطيط الإجراءات العالمية لتطبيق سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.8.22. التزام النظم الفرعية للإدارة والفرق المشاركة بتكثيف السلوكيات المسؤولة اجتماعيا 2.8.22. انتخاب المسؤولين عن رصد وتطبيق الإجراءات المتفق عليها 3.8.22. توقيت الإجراءات والأهداف في تطبيق الإدارة القائمة على المسؤولية الاجتماعية للشركات (RSC)</p>	<p>7.22. الإدارة الشاملة لأصحاب المصلحة stakeholders. قرار تنفيذ سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.7.22. تحديد أصحاب المصلحة stakeholders في الشركة 2.7.22. تشخيص الشركة وإدارتها الحالية للمسؤولية الاجتماعية للشركات 3.7.22. توعية الفريق كعنصر أساسي لتنفيذ سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في المستقبل</p>	<p>6.22. منهج نظرية أصحاب المصلحة stakeholder. الامتثال والمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.6.22. فائدة نظرية أصحاب المصلحة stakeholder في تحقيق أهداف العمل 2.6.22. تصنيف أصحاب المصلحة stakeholders من التحليل المعيارى 3.6.22. استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات القائمة على نهج اللوائح التنظيمية</p>	<p>5.22. نهج فعال لنظرية أصحاب المصلحة stakeholder، والمسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة لتحقيق أهداف العمل</p> <p>1.5.22. مناهج نظرية أصحاب المصلحة stakeholder 2.5.22. استخدام أصحاب المصلحة stakeholder 3.5.22. استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات القائمة على النهج الفعال</p>
		<p>10.22. قياس نتائج الخطة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.10.22. متابعة المسؤولية الاجتماعية للشركات 2.10.22. مؤشرات المحاسبة الاجتماعية 3.10.22. تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>9.22. الإدارة الشاملة لأصحاب المصلحة stakeholders 3. إجراءات المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.9.22. تنفيذ خطط المسؤولية الاجتماعية الاستراتيجية 2.9.22. رصد تحقيق أهداف ومعالج الخطة الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات 3.9.22. الإبلاغ عن تطور وتحديات إدارة أصحاب المصلحة stakeholders</p>

الوحدة 23. التسويق المسؤول اجتماعيا

1.23. المسؤول الاجتماعي للتسويق مقابل مركز التسويق في الشركات
 1.1.23 دور التسويق في الشركة
 2.1.23 التسويق الذي يركز على المبيعات
 3.1.23 التسويق المسؤول اجتماعيا

2.23. التسويق المسؤول اجتماعيا وأصحاب المصلحة
 1.2.23 النظام البيئي التسويقي
 2.2.23 تصميم استراتيجيات التسويق التي تستهدف مختلف أصحاب المصلحة
 3.2.23 تطوير خطة تسويق شاملة

3.23. التسويق المسؤول اجتماعيا ومعايير (البيئية والاجتماعية والحوكمة) (Environmental, Social And Governance)
 1.3.23 معايير الجهات الفاعلة البيئية والاجتماعية والمتعلقة بإدارة الشركات
 2.3.23 معايير البيئية والاجتماعية والحوكمة للمستثمرين. الأهمية
 3.3.23 تأثير قرارات التسويق يؤثر على معايير البيئية والاجتماعية والحوكمة

4.23. التسويق المسؤول اجتماعيا وإدارة الأصول غير الملموسة
 1.4.23 كيفية توليد مزايا تنافسية من خلال إدارة الأصول غير الملموسة
 2.4.23 كيفية إدارة سمعة الشركة
 3.4.23 تأثير التسويق المسؤول اجتماعيا على شرعية الشركات

5.23. من الإدارة إلى عمل التسويق المسؤول اجتماعيا ا. تصميم التقارير
 1.5.23 أهمية تقرير المسؤولية الاجتماعية
 2.5.23 هيكل التقرير
 3.5.23 تصميم التقرير ونشره

6.23. من الإدارة إلى عمل التسويق المسؤول اجتماعيا 2. تصميم المنتج
 1.6.23 قرارات التصميم وابتكار المنتجات
 2.6.23 تصميم وتسويق المنتجات المستدامة
 3.6.23 تصور المستهلك المسؤول اجتماعيا

7.23. من الإدارة إلى عمل التسويق المسؤول اجتماعيا 3. استراتيجيات التسويق الداخلي
 1.7.23 خطة تسويق داخلية مسؤولة اجتماعيا
 2.7.23 كيفية الحد من التمييز في العمل
 3.7.23 تصميم وتنفيذ خطة تطوعية

8.23. من الإدارة إلى عمل التسويق المسؤول اجتماعيا 4. حوكمة الشركات والمستثمرين
 1.8.23 تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على قرارات الاستثمار
 2.8.23 التنوع في حوكمة الشركات
 3.8.23 نشر إجراءات التسويق المسؤولة اجتماعيا للتأثير على المستثمرين

9.23. التسويق المسؤول اجتماعيا: إدارة المنازعات والشكاوى
 1.9.23 النزاعات. إدارة المنازعات
 2.9.23 التعامل مع شكاوى العملاء
 3.9.23 تأثير الشبكات الاجتماعية على تصور الشركات

10.23. التواصل وتقييم خطة التسويق المسؤولة
 1.10.23 تصميم خطة اتصال لإجراءات المسؤولية الاجتماعية
 2.10.23 رصد وتقييم إجراءات التسويق المسؤولة
 3.10.23 الجدول الزمني لتنفيذ إجراءات التسويق المسؤولة اجتماعيا

الوحدة 24. المسؤولية الاجتماعية للشركات في الرياضة

<p>4.24. العنف: تشخيص المواقف والمخاطر في البيئة الاجتماعية للمنظمات الرياضية</p> <p>1.4.24. الإطار التنظيمي المعمول به أساس تطوير برامج الامتثال للعنف</p> <p>2.4.24. موقف مؤسسات القانون الدولي والأوروبي</p> <p>3.4.24. دراسات حالة عن العنف في الرياضة: النطاق الدولي والوطني</p>	<p>3.24. المعاملة المسؤولة للقاصرين في الرياضة</p> <p>1.3.24. السياق المعياري في الإطار الرياضي وفي الإطار العام</p> <p>2.3.24. الالتزامات والإشارات إلى القصر في الرياضة</p> <p>3.3.24. حالات خاصة بشأن النظم التأديبية المتباينة</p>	<p>2.24. المسؤولية الاجتماعية في الرياضة</p> <p>1.2.24. الحكم الجيد في الرياضة</p> <p>2.2.24. Compliance في المنظمات الرياضية وبرامج الامتثال وشخصية Compliance Officer</p> <p>3.2.24. الأخلاق في الرياضة</p>	<p>1.1.24. الهيكل التنظيمي للرياضة</p> <p>1.1.24. تأثير الهيكل الهرمي الاتحادي للرياضة على الروابط بين الحكم الرشيد والمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.1.24. الهياكل الدولية</p> <p>3.1.24. الهياكل الوطنية</p>
<p>8.24. النزاهة في الرياضة. خريطة المخاطر في المواقف العملية</p> <p>1.8.24. نزاهة المنافسة: تزوير</p> <p>2.8.24. النزاهة في الرياضة: تنوع</p> <p>3.8.24. النزاهة في الرياضة: الشفافية</p>	<p>7.24. المساواة في الرياضة كرافعة للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.7.24. أهمية المساواة في الإدارة الاجتماعية الرياضية</p> <p>2.7.24. الجوانب القانونية والإدارة الاجتماعية في بيئة الرياضي</p> <p>3.7.24. ذكريات وتحليلات وتقارير عن المساواة في الهياكل الرياضية باعتبارها مسؤولة اجتماعيا عن التغيير</p>	<p>6.24. الفساد والمراهنات في الرياضة كنقاط رئيسية لمنظمة اجتماعية مسؤولة</p> <p>1.6.24. جريمة الفساد في الرياضة: جريمة الخطر ضد منظمة مسؤولة</p> <p>2.6.24. من الممارسة إلى النظرية للكشف عن السلوك المخالف لحوكمة الشركات الرشيدة</p> <p>3.6.24. الإطار القانوني للمراهنات الرياضية</p>	<p>5.24. نظام المسؤولية الاجتماعية للشركات كضامن ضد المنشطات في الرياضة</p> <p>1.5.24. اللوائح المطبقة كضمان اجتماعي</p> <p>2.5.24. حماية الصحة كضامن للمسؤولية الاجتماعية في الكيانات الرياضية</p> <p>3.5.24. المسؤولية الاجتماعية للشركات لضمان الحفاظ على قيم الرياضة</p>
		<p>10.24. الشفافية في سياق الرياضة تعتبر نشاطا اقتصاديا</p> <p>1.10.24. خصوصية الرياضة</p> <p>2.10.24. الرياضة كنشاط اقتصادي</p> <p>3.10.24. الرياضة الاحترافية والرياضة الشعبية</p>	<p>9.24. المسؤولية الاجتماعية للشركات في تنظيم الأحداث الرياضية</p> <p>1.9.24. المخطط التعاقدية</p> <p>2.9.24. المسؤولية المدنية والجنائية</p> <p>3.9.24. إدارة التعاون التجاري والرعاية وغيرها من الأدوات</p>

الوحدة 25. المسؤولية الاجتماعية للشركات في بيئة العمل

<p>4.25 تكافؤ الفرص وعدم التمييز في مجال المسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.4.25 الإطار القانوني الدولي والأوروبي: المبادئ والمعايير التنظيمية</p> <p>2.4.25 الإطار القانوني الوطني بشأن الحق في المساواة وعدم التمييز</p> <p>3.4.25 السياسات العامة والتجارية المتعلقة بالمساواة وعدم التمييز</p>	<p>3.25 حقوق الإنسان والحقوق الاجتماعية العمالية في مجال المسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.3.25 حقوق الإنسان وأهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة</p> <p>2.3.25 الحقوق الأساسية وحقوق المواطنين والمبادئ التوجيهية للسياسة الاجتماعية والاقتصادية</p> <p>3.3.25 الحقوق الاجتماعية والعمالية</p>	<p>2.25 علاقة العمل الفردية: العامل ورجل الأعمال في إطار المسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.2.25 عامل ورجل أعمال</p> <p>2.2.25 عقد العمل: حقوق جزء من</p> <p>3.2.25 الولادة والتقلبات وإنهاء علاقة العمل</p>	<p>1.25 محتوى العمل للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.1.25 إدارة الموارد البشرية</p> <p>2.1.25 الحكم الرشيد والتزام compliance</p> <p>3.1.25 الأخلاق والقيم والاستدامة</p>
<p>8.25 السلامة والصحة المهنية كهدف من أهداف المسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.8.25 الإطار القانوني الدولي للسلامة والصحة المهنيين</p> <p>2.8.25 منظمة الوقاية من المخاطر المهنية في الشركات: حقوق وواجبات الأطراف، وتقييم المخاطر، وخطط الوقاية ونظام المسؤوليات</p> <p>3.8.25 السياسات العامة للسلامة والصحة المهنية</p>	<p>7.25 التوفيق بين العمل والحياة الأسرية كهدف للمسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.7.25 الإطار القانوني لتحقيق التوازن بين العمل والحياة</p> <p>2.7.25 تدابير للتوفيق بين العمل والأسرة في الشركة</p> <p>3.7.25 السياسات العامة للتوفيق بين العمل والحياة الأسرية</p>	<p>6.25 التدريب والترقية المهنية في إطار المسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.6.25 الحق في التدريب المهني والتقدم المهني</p> <p>2.6.25 المحتوى وتطوير التدريب على العمل والعمل الإضافي</p> <p>3.6.25 السياسات العامة لتشغيل العمال وتدريبهم</p>	<p>5.25 إعلام ومشاركة العاملين في إطار المسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.5.25 الحق في الحصول على المعلومات. التواصل داخل الشركة</p> <p>2.5.25 حق العمال في التشاور والمشاركة</p> <p>3.5.25 إشراك العمال في أهداف وتشغيل الشركة</p>
		<p>10.25 عمل النقابات والمفاوضة الجماعية في مجال المسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.10.25 تمثيل العاملين في الشركة</p> <p>2.10.25 التفاوض الجماعي</p> <p>3.10.25 أدوات لمنع نشوب الصراعات وإدارتها</p>	<p>9.25 تكييف وإدارة التغيير في الشركات كأداة للمسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.9.25 النطاق التنظيمي: خطة إدارة التغيير في الشركات</p> <p>2.9.25 اكتساب المهارات والتكيف مع التغيير</p> <p>3.9.25 إدارة التغيير: الاستراتيجيات والقيادة والبصيرة وصنع القرار وخفة الحركة والقدرة على التكيف</p>

الوحدة 26. المسؤولية الاجتماعية في القطاع العام. المسؤولية الاجتماعية البيئية

<p>4.26 أصحاب المصلحة المعنيين وصنع القرار في إدارة المسؤولية الاجتماعية</p> <p>1.4.26 الكشف عن أصحاب المصلحة المعنيين في الإدارات العامة</p> <p>2.4.26 الحوار والتواصل</p> <p>3.4.26 الأدوات في صنع القرار</p>	<p>3.26 أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الإدارة</p> <p>1.3.26 تحسين الحوكمة</p> <p>2.3.26 الأخلاقيات والحكم الجيد</p> <p>3.3.26 الفعالية والكفاءة في السياسات العامة</p> <p>4.3.26 المشاركة والشفافية</p> <p>5.3.26 الاقتماد</p> <p>6.3.26 بيئة</p> <p>7.3.26 الموارد البشرية</p>	<p>2.26 المسؤولية الاجتماعية في إدارة المنظمات العامة</p> <p>1.2.26 الإدارات العامة التي تواجه المسؤولية الاجتماعية</p> <p>2.2.26 المبادئ المعيارية للمؤسسة العامة المسؤولة</p> <p>3.2.26 التحديات الإدارية</p>	<p>1.26 المسؤولية الاجتماعية في القطاع العام في إطار عالمي</p> <p>1.1.26 المسؤولية الاجتماعية في الإدارات والهيئات العامة</p> <p>2.1.26 أصل وتطور المسؤولية الاجتماعية للشركات. السياق الحالي لبرنامج</p> <p>3.1.26 الأدوات العالمية للمسؤولية الاجتماعية للشركات ومسؤولية الخدمات العامة</p>
<p>8.26 متطلبات المسؤولية البيئية للاستدامة</p> <p>1.8.26 المسؤولية البيئية وآثارها</p> <p>2.8.26 الإطار الدستوري والمجتمعي للمسؤولية البيئية</p> <p>3.8.26 تشريعات المسؤولية الإدارية البيئية للدولة</p>	<p>7.26 المسؤولية الاجتماعية في الحسابات العامة والاستثمارات والإعانات والمساعدات العامة</p> <p>1.7.26 الإطار التنظيمي للإنفاق العام</p> <p>2.7.26 الخضوع للمساءلة متطلبات المسؤولية الاجتماعية</p> <p>3.7.26 الحوكمة المسؤولة للموارد المالية</p>	<p>6.26 المسؤولية الاجتماعية للموارد البشرية في الإدارة العامة</p> <p>1.6.26 الإطار التنظيمي للمسؤولية في الإدارة العامة للموارد البشرية</p> <p>2.6.26 الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية وإسقاطها في التوظيف العام</p> <p>3.6.26 مستقبل إدارة الموارد البشرية في المنظمات العامة</p>	<p>5.26 المشتريات العامة المسؤولة اجتماعيا</p> <p>1.5.26 المشتريات العامة المسؤولة</p> <p>2.5.26 الإطار التنظيمي لقانون عقود القطاع العام</p> <p>3.5.26 إدراج البنود الاجتماعية في مناقصة العقود العامة</p> <p>4.5.26 الفوائد المباشرة وغير المباشرة لكيانات المقاولات العامة وللمصلحة العامة</p>
		<p>10.26 البيئة كعنصر أساسي في المسؤولية الاجتماعية للإدارات العامة</p> <p>1.10.26 الأدوات العامة لحماية البيئة</p> <p>2.10.26 لتخطيط كتقنيات لحماية البيئة وتقييم الخطط والبرامج</p> <p>3.10.26 الرقابة الإدارية على تنفيذ وبدء الأنشطة ذات الأثر البيئي</p> <p>4.10.26 المعلومات البيئية</p> <p>5.10.26 تقنيات وأدوات التحفيز لحماية البيئة</p>	<p>9.26 البيئة كعنصر أساسي في المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.9.26 الالتزام البيئي للشركات</p> <p>2.9.26 المسؤولية البيئية كاستراتيجية عمل</p> <p>3.9.26 مزايا المسؤولية البيئية للشركات في إدارة الأعمال</p>

الوحدة 27. المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال التجاري

<p>1.27. المسؤولية الاجتماعية للشركات والقانون التجاري</p> <p>1.1.27. الحوكمة الرشيدة للشركات كشرط للمسؤولية الاجتماعية للشركات (RSC)</p> <p>2.1.27. soft law إلى hard law فيما يتعلق بحوكمة الشركات</p> <p>3.1.27. حوكمة الشركات العامة المحدودة المدرجة في نظام الشركات المالية</p>	<p>2.27. أصول ممارسات الحكم الجيد في إسبانيا</p> <p>1.2.27. تقرير Olivencia (1997)</p> <p>2.2.27. تقرير Aldama (2003)</p> <p>3.2.27. كود Conthe (2006)</p>	<p>3.27. المسؤولية الاجتماعية للشركات وحوكمة الشركات: الهيكل التنظيمي لشركات رأس المال</p> <p>1.3.27. الشخص الاعتباري: تكوين الإرادة الاجتماعية وإدارة النشاط وتطوير عرض الشركة</p> <p>2.3.27. الفصل بين الملكية والإدارة في شركات رأس المال</p> <p>3.3.27. الجمعية العمومية والهيئة الإدارية</p>	<p>4.27. مجلس الإدارة بصفته الجهة المنفذة لسياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.4.27. تكوين مجلس الإدارة ووظائفه</p> <p>2.4.27. اعتماد الاتفاقات والطقن</p> <p>3.4.27. نظام الواجبات والمسؤولية</p>
<p>5.27. التخصصات في الشركات المدرجة باعتبارها الفاعل الرئيسي في ممارسات حوكمة الشركات الجيدة</p> <p>1.5.27. الاجتماع العام للمساهمين</p> <p>2.5.27. مجلس الإدارة: فئات أعضاء مجلس الإدارة</p> <p>3.5.27. لجنة التدقيق ولجنة الترشيحات والمكافآت</p> <p>4.5.27. واجبات إعداد التقارير الخاصة: تقرير حوكمة الشركات السنوي</p>	<p>6.27. كود الحوكمة الرشيدة والمسؤولية الاجتماعية للشركات التابعة للهيئة الوطنية للأوراق المالية للشركات المدرجة</p> <p>1.6.27. التنظيم مقابل التنظيم الذاتي</p> <p>2.6.27. خصائص المدونة والمبادئ التوجيهية</p> <p>3.6.27. مبدأ "الامتثال أو الشرح"</p>	<p>7.27. كود الحوكمة الرشيدة والمسؤولية الاجتماعية للشركات (RSC) المدرجة في هيئة سوق الأوراق المالية الوطنية (CNMV) 1: توصيات عامة</p> <p>1.7.27. القيود القانونية</p> <p>2.7.27. مساهمات الشركات في المجموعات</p> <p>3.7.27. معلومات عن متابعة التوصيات</p> <p>4.7.27. الاجتماعات والاتصالات مع المساهمين والمستثمرين المؤسسيين والمستشارين بالوكالة</p> <p>5.7.27. ممارسة السلطة المفوضة لإصدار أسهم أو أوراق مالية قابلة للتحويل باستثناء حق الأولوية</p>	<p>8.27. كود الحوكمة الرشيدة والمسؤولية الاجتماعية للشركات المدرجة في هيئة سوق الأوراق المالية الوطني 2: توصيات للاجتماع العام للمساهمين</p> <p>1.8.27. شفافية المعلومات والتصويت المستنير</p> <p>2.8.27. الحضور والمشاركة في اجتماع الجمعية العمومية للمساهمين</p> <p>3.8.27. السياسات المتعلقة بأقساط الحضور والانصراف</p>
<p>9.27. كود الحوكمة الرشيدة والمسؤولية الاجتماعية للشركات المدرجة في هيئة سوق الأوراق المالية الوطنية 3: توصيات إلى مجلس الإدارة</p> <p>1.9.27. مسؤولية مجلس الإدارة</p> <p>2.9.27. هيكل وتكوين مجلس الإدارة</p> <p>3.9.27. سير عمل مجلس الإدارة</p> <p>4.9.27. تنظيم مجلس الإدارة</p> <p>5.9.27. مكافآت أعضاء مجلس الإدارة</p>	<p>10.27. حوكمة الشركات الجيدة والمسؤولية الاجتماعية للشركات على الساحة الدولية</p> <p>1.10.27. مبادئ الحوكمة الرشيدة للشركات في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ومجموعة العشرين</p> <p>2.10.27. الحكم الرشيد في الاتحاد الأوروبي</p> <p>3.10.27. معرفة ممارسات الحكم الرشيد في القانون المقارن</p>		

الوحدة 28. مسؤولية الشركات على الصعيد الدولي

<p>4.28 Global Compact 4. البيئية باعتبارها سلعة معولمة يجب حمايتها من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>1.4.28. المبدأ 7. يجب على الشركات دعم نهج وقائي لمواجهة التحديات البيئية</p> <p>2.4.28. المبدأ 8. يجب على الشركات اتخاذ مبادرات لتعزيز مسؤولية بيئية أكبر</p> <p>3.4.28. المبدأ 9. ينبغي للشركات أن تشجع تطوير ونشر التكنولوجيات الملائمة للبيئة</p>	<p>3.28 Global Compact 3. العمال، وكذلك في البلدان ذات الحماية القانونية الأقل</p> <p>1.3.28. المبدأ 3. ينبغي للشركات أن تدافع عن حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المفاوضة الجماعية</p> <p>2.3.28. المبدأ 4. ينبغي للشركات أن تدعو إلى القضاء على جميع أشكال العمل القسري أو الإلزامي</p> <p>3.3.28. المبدأ 5. ينبغي للشركات أن تدعو إلى الإلغاء الفعال لعمل الأطفال</p> <p>4.3.28. المبدأ 6. ينبغي للشركات أن تدعو إلى القضاء على التمييز فيما يتعلق بالعمالة والمهنة</p>	<p>2.28 Global Compact 2. الرسالة وحقوق الإنسان</p> <p>1.2.28. معنى مبادئ العمل</p> <p>2.2.28. المبدأ 1. يجب على الشركات دعم واحترام حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً</p> <p>3.2.28. المبدأ 2. على الشركات ضمان عدم تورطها في انتهاكات حقوق الإنسان</p>	<p>1.28 Global Compact 1. جوهر المسؤولية الاجتماعية للشركات المعولمة</p> <p>1.1.28 Global Compact. البداية</p> <p>2.1.28. عوامل التأثير</p> <p>3.1.28. مشاركون</p>
<p>8.28 معايير المبادرة العالمية لإعداد التقارير</p> <p>1.8.28. معايير عالمية</p> <p>2.8.28. المعايير القطاعية</p> <p>3.8.28. المعايير المواضيعية</p>	<p>7.28 Global Reporting Initiative</p> <p>1.7.28 Global Reporting Initiative كتقرير دولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.7.28. التنفيذ في الشركة لنظام المبادرة العالمية لإعداد التقارير</p> <p>3.7.28. تقرير المبادرة العالمية لإعداد التقارير في أحدث إصدار</p>	<p>6.28 المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي للشركات متعددة الجنسيات</p> <p>1.6.28. معنى المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي للشركات متعددة الجنسيات في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.6.28. المبادئ التوجيهية التي وضعتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على وجه التحديد لتطبيقها في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تم تأسيسها في دول متعددة</p> <p>3.6.28. تنفيذ المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في المؤسسات المسؤولة اجتماعياً</p>	<p>5.28 Global Compact 5- مكافحة الفساد الدولي. أهداف التنمية المستدامة وعلاقتها</p> <p>1.5.28. المبدأ 10. يجب على الشركات العمل ضد الفساد بجميع أشكاله، مثل الابتزاز والرشوة</p> <p>2.5.28. أهداف التنمية المستدامة</p> <p>3.5.28. العلاقة بين أهداف التنمية المستدامة Global Compact</p>
		<p>10.28 الشركات الصغيرة والمتوسطة في المسؤولية الاجتماعية للشركات في جميع أنحاء العالم</p> <p>1.10.28. تزايد أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشركات الصغيرة والمتوسطة</p> <p>2.10.28 Global Compact والشركات الصغيرة والمتوسطة</p> <p>3.10.28. المسؤولية الاجتماعية للشركات في الاتحاد الأوروبي للشركات الصغيرة والمتوسطة</p>	<p>9.28 المعايير المواضيعية مع إيلاء اهتمام خاص</p> <p>1.9.28. ذات صلة بالعملاء</p> <p>2.9.28. المتعلقة بالموردين</p> <p>3.9.28. المتعلقة بالإدارات العامة</p>

الوحدة 29. المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال الضريبي

<p>4.29. المحول الرقمي التناظري 6: التوجيه المتعلق بالتعاون الإداري (EU/822/2108 52 أيار/مايو) لمكافحة العمليات العابرة للحدود</p> <p>1.4.29. تحليل التوجيه</p> <p>2.4.29. التحويل إلى القانون الإسباني: DA 23 و LGT 24</p> <p>3.4.29. تأثيرات ad futurum</p>	<p>3.29. تصنيف السلوك الاقتصادي</p> <p>1.3.29. اقتصاديات الاختيار</p> <p>2.3.29. التنازع في تطبيق القاعدة الضريبية</p> <p>3.3.29. المحاكاة</p>	<p>2.29. قاعدة Une 602.19</p> <p>1.2.29. الطبيعة القانونية</p> <p>2.2.29. تنفيذ"العناية الاستثنائية" في الإجراءات المعروضة على الإدارة</p> <p>3.2.29. أصل Compliance الضريبي</p>	<p>1.29. المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال الضريبي: نهج</p> <p>1.1.29. التطبيق في مجال القانون العام</p> <p>1.1.1.29. الأثر الثنائي للإدارة الرشيدة للشركات على كل من دافعي الضرائب وجانب الإدارة</p> <p>2.1.29. مبادئ الإدارة الرشيدة وحسن النية</p> <p>3.1.29. خطوات العمل الحالية والمقبلة</p>
<p>8.29. المسؤولية الاجتماعية للشركات في إجراءات العقوبات الضريبية</p> <p>1.8.29. التفسير المعقول لقاعدة استبعاد الجزاءات</p> <p>2.8.29. زيادة تخفيض العقوبات</p> <p>3.8.29. تمديد فترة التقادم في حالات ارتكاب الفعل</p>	<p>7.29. ضريبة المسؤولية الاجتماعية للشركات في إجراءات تفتيش</p> <p>1.7.29. مبدأ التناسب</p> <p>2.7.29. اختبار الأشخاص الخاضعين للتفتيش حسب التاريخ</p> <p>3.7.29. محضر مع الاتفاق</p>	<p>6.29. ضريبة المسؤولية الاجتماعية للشركات في إجراءات التحصيل</p> <p>1.6.29. تعليق إنفاذ الديون الضريبية</p> <p>2.6.29. أسباب الاعتراض على الإنفاذ</p> <p>3.6.29. الأولوية في الحجز</p>	<p>5.29. ضريبة المسؤولية الاجتماعية للشركات في إجراءات الإدارة</p> <p>1.5.29. المساعدة والمعلومات لدافعي الضرائب</p> <p>2.5.29. الإخطارات الضريبية</p> <p>3.5.29. التحقق من القيم</p>
		<p>10.29. علاقة تعاونية بين الإدارة والإداريين</p> <p>1.10.29. نحو الوفاق الودي في العلاقات الإدارية</p> <p>2.10.29. مدونة الممارسات الجيدة ومنتدى الشركات الكبيرة</p> <p>3.10.29. الاعتبارات الحاسمة</p>	<p>9.29. المسؤولية الاجتماعية للشركات في إجراءات المراجعة</p> <p>1.9.29. تنفيذ أدوات تسوية المنازعات بالطرق البديلة</p> <p>2.9.29. تشكيل المحاكم الاقتصادية الإدارية</p> <p>3.9.29. تشكيل ولاية قضائية إدارية جديدة للنزاع</p>

الوحدة 30. المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال الإجرامي

<p>4.30 الإعفاء من المسؤولية الجنائية 1: هيئة الامتثال 1.4.30 تشكيل compliance Officer 2.4.30 هيئة المراقبة والسيطرة 3.4.30 مدقق حسابات معفى</p>	<p>3.30 المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال الجنائي 2. اللائحة النموذجية لمنع الجريمة 1.3.30 التنفيذ المعياري لنموذج منع الجريمة 2.3.30 تعريف المخاطر 3.3.30 وضع بروتوكول</p>	<p>2.30 مبدأ Societas Delinquere Potest: مدى ملاءمة الإسناد 1.2.30 القانون الأساسي 2010/5 المؤرخ 21 حزيران/يونيه: المسؤولية الجنائية للأشخاص الاعتباريين 2.2.30 القانون الأساسي 2015/1 المؤرخ 30 آذار/مارس: الإعفاء من المسؤولية الجنائية 3.2.30 قائمة بأسباب المسؤولية الجنائية</p>	<p>1.30 المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال الجنائي 1. إصلاح قانون العقوبات 1.1.30 الحوكمة الرشيدة للشركات: المفهوم والمضمون 2.1.30 التأثير في المجال الجنائي 3.1.30 إصلاح القانون الجنائي</p>
<p>8.30 تطبيق تدابير الرقابة اللازمة للشركات الصغيرة والمتوسطة للإعفاء من الجرائم 1.8.30 المنطقة المستهدفة: عرض الحسابات المختصرة والخسائر 2.8.30 تولي الهيئة الإدارية هذه الوظيفة 3.8.30 التأثيرات</p>	<p>7.30 معيار الامتثال Une 601.19 للإعفاء من الجرائم 1.7.30 شفرة الممارسة الجيدة 2.7.30 متطلبات إدارة الامتثال التنظيمي 3.7.30 شهادات الامتثال</p>	<p>6.30 الإعفاء من المسؤولية الجنائية 3: ثقافة الامتثال 1.6.30 التدريب في مجال 2.6.30 تحليل اجتهادات المحكمة العليا الصادر (STS v.gr. 29 فبراير 2016) 3.6.30 تحليل المنشور رقم 2016/1 الصادر عن مكتب المدعي العام للدولة</p>	<p>5.30 الإعفاء من المسؤولية الجنائية 2: النظام التأديبي 1.5.30 أنظمة الدفاع عن النفس 2.5.30 قنوات الإبلاغ 3.5.30 نظام العقوبات الإدارية</p>
		<p>10.30 عناصر الإثبات للإعفاء من المسؤولية الجنائية 1.10.30 عبء الإثبات 2.10.30 العناصر الإثباتية للتبرئة 3.10.30 العناصر الإثباتية للتبرئة</p>	<p>9.30 افتراضات إسناد المسؤولية الجنائية للشخص الاعتباري 1.9.30 ميزانية ذاتية 2.9.30 الميزانية المستهدفة 3.9.30 التأثيرات</p>

استدير مخاطر العمل من خلال الامتثال التنظيمي،
وتحمي سمعة شركتك بناءً على أفضل الممارسات



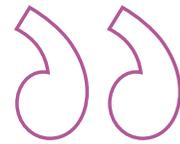
المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).



اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"





تستخدم كلية إدارة الأعمال TECH منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة طريقة تعلم تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم"

يعدك هذا البرنامج لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في عملك.

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والعملية.

ستتعلم، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية،
حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية "



كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة
في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية.



منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الإنترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

سيسمح لك نظامنا عبر الإنترنت بتنظيم وقتك ووتيرة التعلم، وتكييفه مع جداولك. يمكنك الوصول إلى المحتويات من أي جهاز ثابت أو محمول مع اتصال بالإنترنت.

في TECH ستتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

كلية إدارة الأعمال الخاصة بنا هي الكلية الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الذاكرة، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات الإدارية

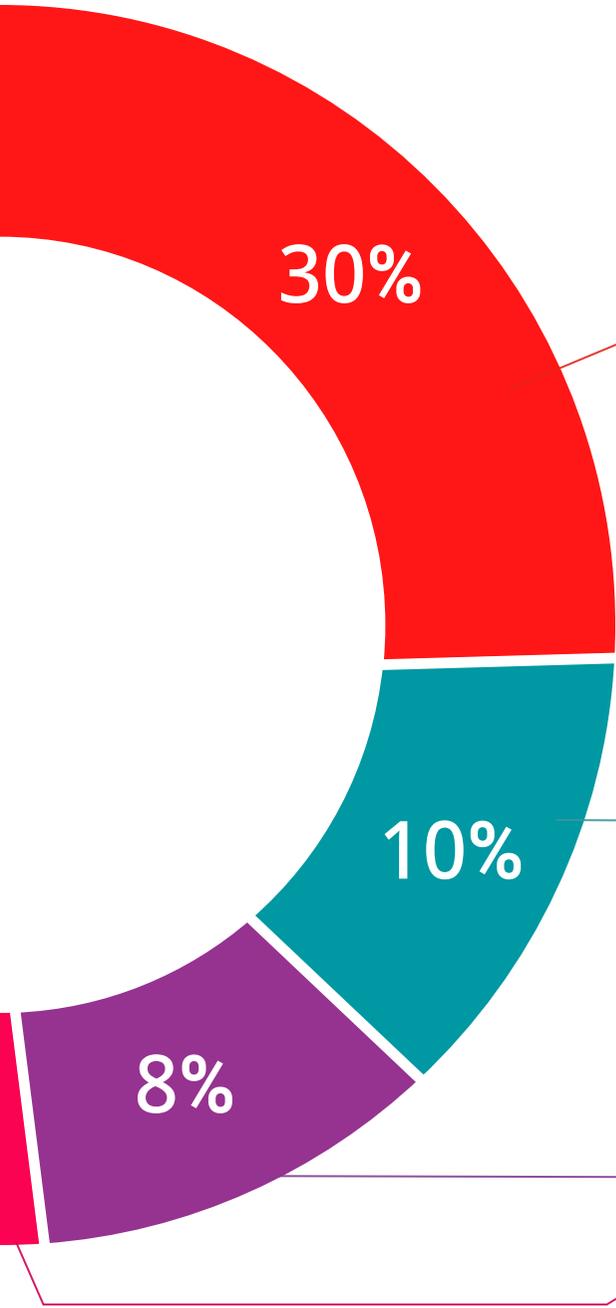


سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين في الإدارة العليا على الساحة الدولية.



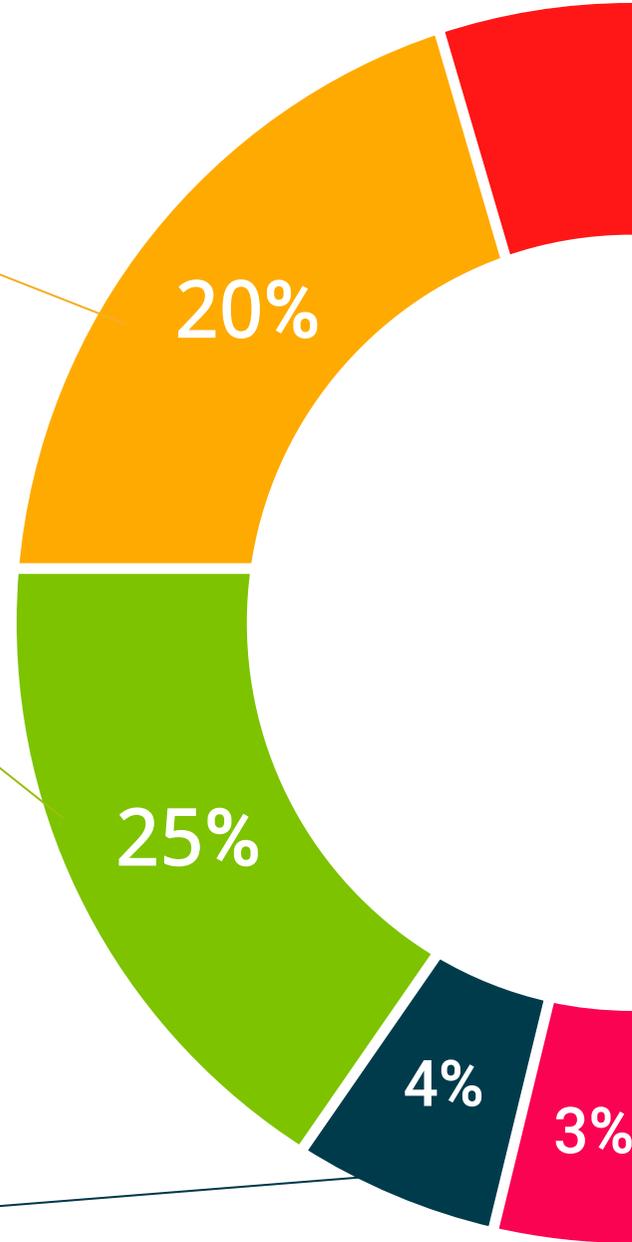
ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



ملف طلابنا الشخصي

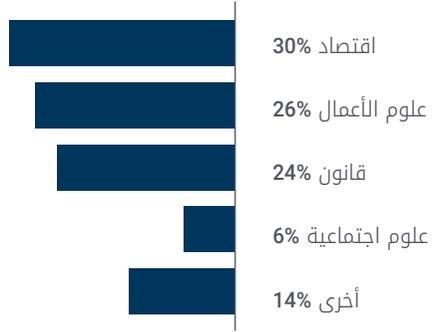
تم تصميم هذا الماجستير المتقدم للمهنيين الطموحين الملتزمين بالتميز في الأعمال. بالتالي، فإن طالب هذا البرنامج هو قائد أعمال يطمح إلى تطوير مهارات القيادة والاستراتيجية، مع التركيز على إدارة المخاطر وأخلاقيات العمل والمسؤولية الاجتماعية للشركات. بالتالي، فهو فرد يسعى إلى إحداث فرق في عالم الأعمال، من خلال تحسين استدامة وسمعة شركته.



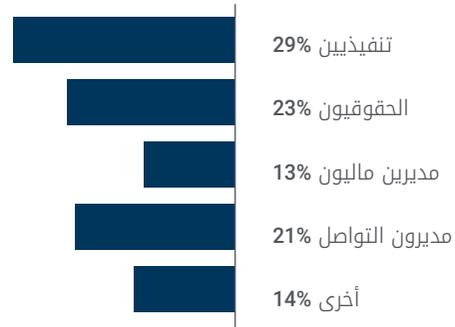


عزز حياتك المهنية في عالم الأعمال وطور مهارات القيادة
الموجهة نحو التزام الشراكة (Corporate Compliance) على
هذه الفرصة وسجل نفسك"

التدريب في مجال



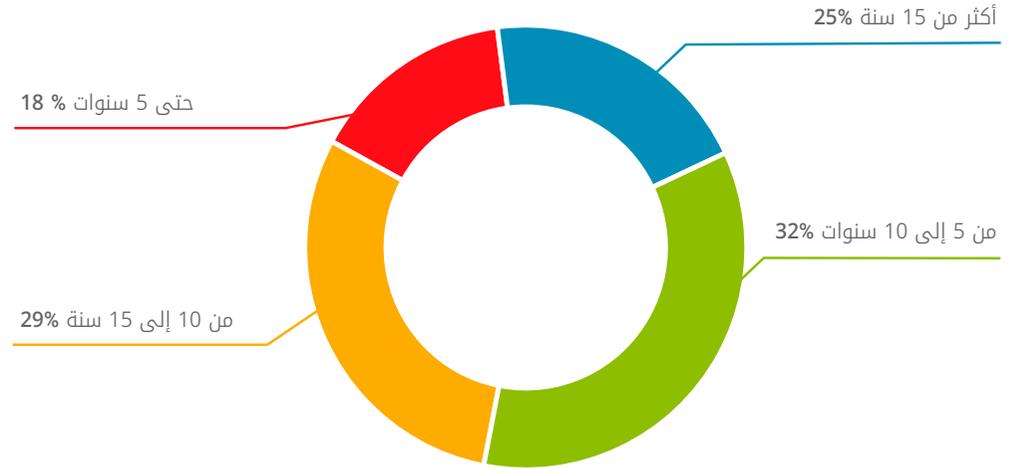
المؤهل الأكاديمي



متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة



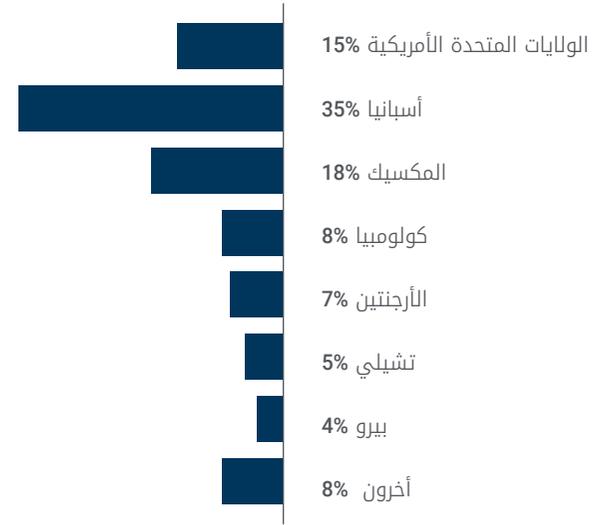


Jorge Santiesteban

مدير مالي

"من خلال برنامج TECH هذا، حققت أهدافي المهنية في وقت قصير جداً، حيث وضعت كخبير في امتثال الشركات ومسؤوليتها، مما سمح لي بالوصول إلى المناصب الإدارية بسرعة".

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

معلمون هذا الماجستير المتقدم هم خبراء في المسؤولية الاجتماعية للشركات والتزام الشراكة (Corporate Compliance). بالتالي، يتكون أعضاء المعدات هؤلاء من مهنيين رفيعي المستوى، يتمتعون بمعرفة وخبرة عميقة في الامتثال وأخلاقيات العمل والاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات. بالإضافة إلى ذلك، فهو ملتزم بالنمو للطلاب، وتقديم الدعم والمشورة لمساعدتهم على تحقيق أهدافهم.

سيقوم أعضاء هيئة التدريس الأكثر شهرة وخبرة بنقل التقنيات الأكثر تقدماً في التزام الشراكة Corporate Compliance والمسؤولية الاجتماعية للشركات بطريقة مباشرة وديناميكية"



المدير الدولي المستضاف

حازت Anna Odell على جائزة مرتين عن عملها التعاوني مع فريق ديزني ديبستيشن إنترناشيونال، وهي متخصصة رائدة في حماية البيانات. مع مسيرة مهنية واسعة تمتد لأكثر من 20 عاماً، تركز عملها على ضمان الامتثال المؤسسي وتطوير سياسات الخصوصية المتعددة. Anna Odell هي أخصائية رائدة في مجال حماية البيانات. وبفضل مسيرتها المهنية الواسعة التي امتدت لأكثر من 20 عاماً، ركّز عملها على ضمان الامتثال التنظيمي للمؤسسات وتطوير سياسات الخصوصية المتعددة.

قد أتاحت لها معرفتها ومهاراتها أن تكون جزءاً من شركات مرجعية دولية شهيرة مثل والت ديزني في المملكة المتحدة. وبهذه الطريقة، فقد كانت مسؤولة عن إجراء عمليات تدقيق دورية وتقييمات الأثر لتحسين ممارسات إدارة البيانات. وفي الوقت نفسه، أشرفت على الاستجابة لأي حادث يتعلق بأمن المعلومات، بما في ذلك الاختراقات أو الوصول غير المصرح به. وفي هذا الصدد، قدمت أيضاً العديد من الدورات التدريبية للموظفين حول التعامل الأمثل مع البيانات الشخصية والامتثال للوائح الخصوصية.

كما قادت مشاريع تكنولوجية تتضمن استخدام البيانات الشخصية، مع ضمان استيفاء معايير الخصوصية المناسبة. وتماشياً مع ذلك، عملت كنقطة اتصال بين الشركات والسلطات التنظيمية بشأن قضايا حماية البيانات، والرد على الطلبات والتقارير.

علاوة على ذلك، قادت مجموعة متنوعة من المبادرات التي ساعدت الآباء والأمهات على وضع إجراءات للاستخدام المسؤول للإنترنت من قبل أطفالهم. وبالتالي ساهمت في توعية الأسر بالمواقع الإلكترونية التي يزورها القُصّر، والمواقع التي يسجلون فيها بياناتهم الشخصية وحتى تسجيلاتهم. وقد أدى ذلك إلى منع تعرض الأطفال لمحتوى غير لائق مثل الصور العنيفة أو الجنسية أو المحتوى الذي يروج لسلوكيات خطيرة. كما سمحت أيضاً باكتشاف العلامات المبكرة للتنمر، مما أتاح الفرصة للآباء والأمهات للتدخل لدعم أطفالهم.



أ. Odell, Anna

- ♦ مديرة حماية البيانات والخصوصية، شركة والت ديزني، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ كبيرة مسؤولي الامتثال والعمليات والاتصالات في شركة ديزني كروز لاين في فلوريدا
- ♦ مديرة أولى لحماية البيانات والامتثال في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا في شركة والت ديزني، شركة والت ديزني، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ مديرة عمليات البث في قناة ديزني، لندن، المملكة المتحدة

بفضل TECH ستتمكن
من التعلم مع أفضل
المحترفين في العالم"



هيكل الإدارة

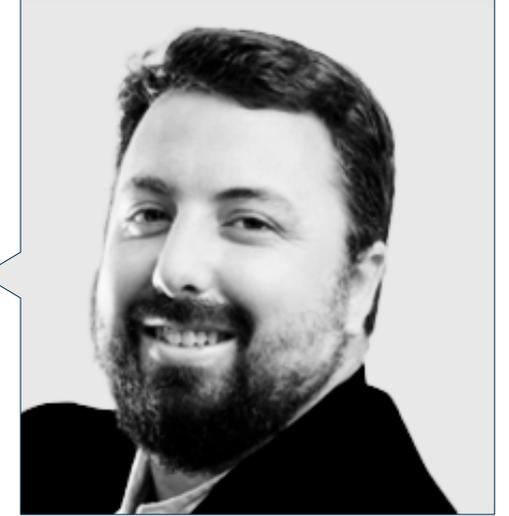
د. Rosa Fernández Fraile

- ♦ باحثة وأستاذة القانون المالي والضريبي
- ♦ أستاذة القانون المالي والضريبي في جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ أستاذة الضرائب المتقدمة للكيانات القانونية في جامعة La Rioja الدولية
- ♦ رئيسة اللجنة العلمية لمؤتمر الرياضة والامتنال بجامعة ملقة
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ ماجستير في قانون الأعمال والتقاضي الدولي من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ بكالوريوس في الحقوق من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ بكالوريوس في إدارة الأعمال والإدارة من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ رئيسة اللجنة العلمية لمؤتمر الرياضة والامتنال بجامعة ملقة ومؤتمر الضرائب والرياضة بجامعة Alcalá
- ♦ عضوة في: شبكة الأبحاث والرياضة التابعة للمجلس الأعلى للرياضة وفريق البحث في المشاريع البحثية التنافسية



أ. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ♦ خبير في الأعمال التجارية الدولية والمشورة القانونية للشركات
- ♦ رئيس المنطقة الدولية في النقل بين المدن في Tenerife
- ♦ مستشار قانوني في النقل بين المدن في Tenerife
- ♦ مدير قانوني في AvalonBiz Consulting Group SL
- ♦ مدرب في الدورات الموجهة لحماية البيانات
- ♦ دكتوراه في التنمية الإقليمية من جامعة La Laguna
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة La Laguna
- ♦ شهادة المحاضرة الجامعية في Project Management من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ MBA في إدارة وتوجيه الشركات من جامعة Europea de Canarias



هيكل الإدارة

د. Chico de la Cámara, Pablo

- ♦ متخصص في القانون المالي والضريبي
- ♦ مدير مجلة الضرائب الدولية والأعمال التجارية عبر الوطنية
- ♦ نائب مدير مجلة التكريم المحلي
- ♦ أستاذ القانون المالي والضريبي في جامعة Rey Juan Carlos بمدريد
- ♦ مدير قسم القانون العام والعلوم السياسية بجامعة Rey Juan Carlos
- ♦ محامى المعهد الكاتالوني للتقييمات الطبية والصحية
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة Complutense بمدريد
- ♦ البكالوريوس في الحقوق
- ♦ عضو في: الرابطة الأوروبية للقانون المالي والضريبي والمجلس الأعلى للأطباء الأوروبي



د. Muñoz Pérez, Ana Felicitas

- ♦ محامية متخصصة في القانون التجاري
- ♦ محامية في طرق TDP
- ♦ محامية في الأساليب ومنظمي الشركات
- ♦ محامية في Lupicino International Law Firm
- ♦ أستاذة في جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ دكتوراه في القانون التجاري من جامعة Complutense بمدريد
- ♦ متخرجة في القانون من جامعة Complutense بمدريد
- ♦ ماجستير في الاستشارات القانونية
- ♦ ماجستير في قانون المنافسة



الأستاذة

د. Blanco González, Alicia

- ♦ متخصصة في التسويق
- ♦ أستاذة التسويق وأبحاث السوق في جامعة
- ♦ نائب رئيس الأكاديمية الأوروبية للاقتصاد وإدارة الأعمال
- ♦ المديرية المشاركة لمرصد الشرعية التنظيمية في جامعة
- ♦ بكالوريوس في العلوم السياسية والإدارة من جامعة

أ. Menor Arenas, David

- ♦ متدرب في مكتب
- ♦ متدرب في الشركات الصغيرة والمتوسطة في كاتالونيا
- ♦ مدير في
- ♦ مساعد في إعداد المواد في
- ♦ الشهادة الجامعية في القانون من جامعة الدولية

أ. Díaz Marí, Montse

- ♦ محامية في شركة DíazMarí للاستشارات القانونية والرياضية
- ♦ نائبة أمين سر جمعية قانون الرياضة الإسبانية
- ♦ عضوة رابطة خريجي الماجستير الرسمي في القانون الرياضي
- ♦ محامية في Samsung Electronics Iberia
- ♦ متعاونة مع اللجنة الأولمبية الإسبانية
- ♦ مدربة كرة السلة من المستوى 2 في FBPA
- ♦ الشهادة الجامعية في القانون من جامعة Ovies
- ♦ ماجستير في أسواق وصناعة قانون الرياضة والترفيه من المعهد الدولي لقانون الرياضة والترفيه بمدريد
- ♦ ماجستير معتمد في القانون الرياضي من المعهد الوطني للتربية البدنية في كاتالونيا Lérida
- ♦ ماجستير الوصول إلى المهنة القانونية وقانون الأعمال من جامعة San Pablo CEU بمدريد
- ♦ المؤهل العلمي الخاص في قانون الرياضة بجامعة San Pablo CEU – مدريد

د. Ortiz Espejo, Daniel

- ♦ محامي متخصص في القانون الإداري والقانون المالي
- ♦ المحامي المتعاون مع شركة Ergalex لاستشارات الأعمال الشاملة
- ♦ المحامي المتعاون مع محتوى قابل للتحميل، التزام قانون، محاميون
- ♦ عضو المجلس الاستشاري المهني ل Cremades & Calvo-Sotelo محاميون
- ♦ المستشار القانوني لشركة AJE Móstolesg AJE Suroeste de Madrid
- ♦ متعاون في قسم القانون الإداري في Afonso Asesores
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ ليسانس الحقوق من الجامعة الوطنية للتعليم عن بعد
- ♦ شهادة المحاضرة الجامعية في الدراسات المتقدمة من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ تخصص في العقود العامة من جامعة مدريد عن بعد

د. González Peña , Alexis José

- ♦ خبير في الشؤون المالية ومراجعة الحسابات
- ♦ مدير المجال المالي في CajaSiete Caja Rural
- ♦ كبير مراجعي الحسابات الداخليين في Bankia
- ♦ كبير المدققين الداخليين في Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ♦ كبير خبراء مراجعي الحسابات في شركة Deloitte
- ♦ بكالوريوس في إدارة وتوجيه الأعمال من جامعة Las Palmas de Gran Canaria
- ♦ الماجستير في الضرائب والنصائح المالية من مركز الدراسات المالية
- ♦ الماجستير التنفيذي في الإدارة المالية والتمويل المتقدم من المعهد العالي للتقنيات والممارسات المصرفية
- ♦ خبير في التخطيط المالي والرقابة الإدارية في البنوك من قبل محللين ماليين دوليين
- ♦ خبير في تطوير التوجيه وإدارة البطاقات من قبل المحللين

د. Rodríguez García, José

- ♦ شريك في الإدارة لمكتب محاماة R&C Abogados
- ♦ رئيس قسم القانون الرياضي في Landwell- PriceWaterHouseCooper
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة Carlos III بمدريد
- ♦ بكالوريوس الحقوق من الجامعة الوطنية للتعليم عن بعد
- ♦ ماجستير في القانون الرياضي من جامعة Lérida
- ♦ خبير جامعي في قانون العمل من الجامعة الوطنية للتعليم عن بعد

أ. Jiménez Illana, Gonzalo

- ♦ المدير القانوني لشركة ABOVE SPORT
- ♦ مستشار تقني-قانوني لوزارة النقل والإسكان والبنية التحتية لمجتمع مدريد
- ♦ مساعد الاتصالات في Gericó Associates
- ♦ محام متخصص في قانون الرياضة في شركة Senn y Ferrero Asociados SPORTS & ENTERTAINMENT
- ♦ عضو قسم التسويق وتطوير الفعاليات والاتصال في MAPFRE ASISTENCIA
- ♦ مدير منطقة العلاقات الدولية والتأثير الإعلامي في ROCK,N ROLL MARATHON SERIES
- ♦ عضو في منطقة العلاقات المؤسسية، تنفيذ الأحداث الرياضية والمعارض الكبيرة في ELIPSE INICIATIVAS
- ♦ ماجستير في الاتصال السياسي والقيادة العامة من المعهد الأطلسي للحكومة
- ♦ ماجستير MBA في إدارة الأعمال والإدارة من المدرسة العليا لدراسات التسويق
- ♦ ماجستير في Community Manager من جامعة Deusto

أ. Baro Aguilera, Carla

- ♦ محام في مكتب Jmramírez Abogados
- ♦ الشهادة الجامعية في القانون من جامعة برشلونة المستقلة
- ♦ ماجستير الوصول القانوني من جامعة Oberta في كاتالونيا

د. Rubio Sánchez, Francisco

- ♦ المدير الأكاديمي للبرنامج الدولي للإدارة الرياضية التابع لـ CIES التابع للفيفا في إسبانيا
- ♦ رئيس لجنة المسابقات في الاتحاد الملكي الإسباني لكرة القدم
- ♦ وسيط الفيفا و محكمة التحكيم الرياضية
- ♦ مؤسس مشارك ورئيس التدريب والوسيط في المعهد الإسباني للوساطة الرياضية والتهدئة
- ♦ حكم لجنة الخبراء المعنية بصناعة الرياضة والترفيه التابعة لجمعية التحكيم الأوروبية
- ♦ مستشار في Vessel Legal
- ♦ محام وقاضي في محكمة مقاطعة Badajoz
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة Extremadura
- ♦ ليسانس في القانون من جامعة Extremadura
- ♦ ماجستير في قانون الرياضة من جامعة Lleida
- ♦ عضو في: جمعية قانون الرياضة الأسبانية، رابطة مديري الرياضة في Extremadura

د. Cervera Martín, Alcestes

- ♦ محامية متخصصة في القانون التجاري
- ♦ المحامية المؤسسة لـ Cervera & Machado Abogados
- ♦ المحامية المؤسسة لـ Abogados MAY
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ تخرجت من القانون من جامعة Autónoma بمدريد
- ♦ ماجستير في قانون الأعمال والتقاضي الدولي من جامعة Rey Juan Carlos

أ. Suárez Barcia, Lucía

- ♦ محامية في وحدة التشفير والأصول الرقمية للامتثال في Santander
- ♦ Global Compliance Officer في Lana
- ♦ نائب مدير Compliance في ICBC إسبانيا
- ♦ محامية في Compliance Europe في Grove و Lucania Gestión
- ♦ أستاذة مشاركة في معهد دراسات سوق الأوراق المالية
- ♦ أستاذة متعاونة في وحدة Compliance الجنائي في ماجستير المشورة القانونية بجامعة Complutense بمدريد
- ♦ بكالوريوس في القانون من المعهد الكاثوليكي لإدارة الأعمال
- ♦ بكالوريوس في الدراسات العليا في إدارة الأعمال والإدارة من المعهد الكاثوليكي لإدارة الأعمال
- ♦ شهادة المحاضرة الجامعية في القانون الخاص من المعهد الكاثوليكي لإدارة الأعمال
- ♦ شهادة المحاضرة الجامعية في الشمول المالي من بنك التنمية لأمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي
- ♦ MBA Part-Time Professional في معهد الأعمال Business School

أ. Muñoz Pérez, Sergio Antonio

- ♦ محامي في Lupicinio International Law Firm
- ♦ محامي قانوني في Ibermática SA
- ♦ مستشار قانوني في Ibermática SA
- ♦ مستشار في نظم البيانات الإلكترونية SA
- ♦ أستاذ في الدورة المتقدمة للمندوب في حماية البيانات في المعهد الجامعي للبحوث Ortega, Gasset
- ♦ ليسانس في الحقوق من جامعة Alcalá de Henares
- ♦ أخصائي القانون الرقمي
- ♦ ماجستير في قانون الأعمال من جامعة País Vasco
- ♦ دورة الممارسة القانونية في المعهد الكاثوليكي لإدارة الأعمال

د. Rodríguez Calero, Juan José

- ♦ مدرب التطبيقات القضائية في INDRA
- ♦ التدريب كقانوني في Ruda Abogados
- ♦ التدريب في المحامين والمستشارين الأوروبيين Abogados & Asesores Europeos
- ♦ ليسانس في الحقوق
- ♦ ماجستير جامعي في القانون

تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة
لتعزيز تطور المهني



مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات تحتوي على تأثير تحويلي على مسيرة طلابها. بفضل الإعداد الشامل والصارم للامتثال وأخلاقيات الأعمال والاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات، يطور الطلاب مهارات عملية ونظرية من الدرجة الأولى تسمح لهم بالتفوق في عالم الأعمال اليوم. نتيجة لذلك، سيكون لدى الطلاب في البرنامج ميزة تنافسية في سوق العمل، حيث سيتم تقدير قدراتهم على منع وإدارة مخاطر الأعمال، وتعزيز الثقافة الأخلاقية في شركاتهم، وتعزيز الاستدامة.

سيتاح لطلاب هذا البرنامج الفرصة لتطوير المهارات النظرية والعملية من المستوى الأول في موضوعات مثل أخلاقيات العمل والاستدامة والمسؤولية الاجتماعية



هل أنت مستعد لأخذ قفزة للأمام في حياتك المهنية؟ التطوير المهني الممتاز في انتظارك

سوف يمنحك النهج
العملي والموجه نحو العمل
للماجستير المتقدم في
التزام الشراكة والمسؤولية
الاجتماعية للشركات ميزة
تنافسية في سوق العمل

يعد الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية من TECH الجامعة التكنولوجية برنامجًا مكثفًا يعد الطلاب لمواجهة التحديات وقرارات العمل على الصعيدين الوطني والدولي. هدفها الرئيسي هو تعزيز النمو الشخصي والمهني. المساعدة على تحقيق النجاح. لهذا السبب، سيجد أولئك الذين يرغبون في تحسين أنفسهم وتحقيق تغيير إيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل مكانهم في TECH

وقت التغيير



تم تصميم هذا البرنامج لتدريب
القادة على نهج الأعمال الذي
يركز على التميز والمسؤولية
الاجتماعية.

نوع التغيير



زيادة الرواتب

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 26%



المزايا لشركتك

الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات لا يفيد فقط الطالب الذي يأخذها، ولكن أيضا شركته. من خلال هذا البرنامج، سيكتسب الخريج المهارات اللازمة لتنفيذ سياسات واستراتيجيات الامتثال التنظيمي والمسؤولية الاجتماعية للشركات، مما يترجم إلى تحسين سمعة وقيمة العلامة التجارية للشركة. بالإضافة إلى ذلك، سيكون الطالب قادرًا على اكتشاف المخاطر القانونية والأخلاقية ومنعها، وخفض التكاليف وزيادة كفاءة وربحية الشركة.

عزز حياتك المهنية وطور شركتك من خلال أحدث التقنيات
في مجالات مثل الامتثال والمسؤولية الاجتماعية للشركات
والاستدامة وإدارة المخاطر



يعد تطوير المواهب والاحتفاظ بها في الشركات أفضل استثمار طويل الأجل.

01 رأس المال الفكري ونمو المواهب

سيقدم المسؤول التنفيذي الشركة إلى المفاهيم والاستراتيجيات ووجهات النظر الجديدة التي يمكن أن تحدث تغييرات كبيرة في المنظمة.

01

02 الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

يعزز هذا البرنامج الصلة بين الشركة والمدير ويفتح آفاقًا جديدة للنمو المهني داخل الشركة.

02

03 وكلاء البناء للتغيير

ستكون قادرًا على اتخاذ القرارات في أوقات عدم اليقين، والأزمات مما يساعد المنظمة في التغلب على العقبات.

03

04 زيادة إمكانيات التوسع الدولي

بفضل هذا البرنامج، ستتواصل الشركة مع الأسواق الرئيسية في الاقتصاد العالمي.

04

تطوير مشاريع شخصية

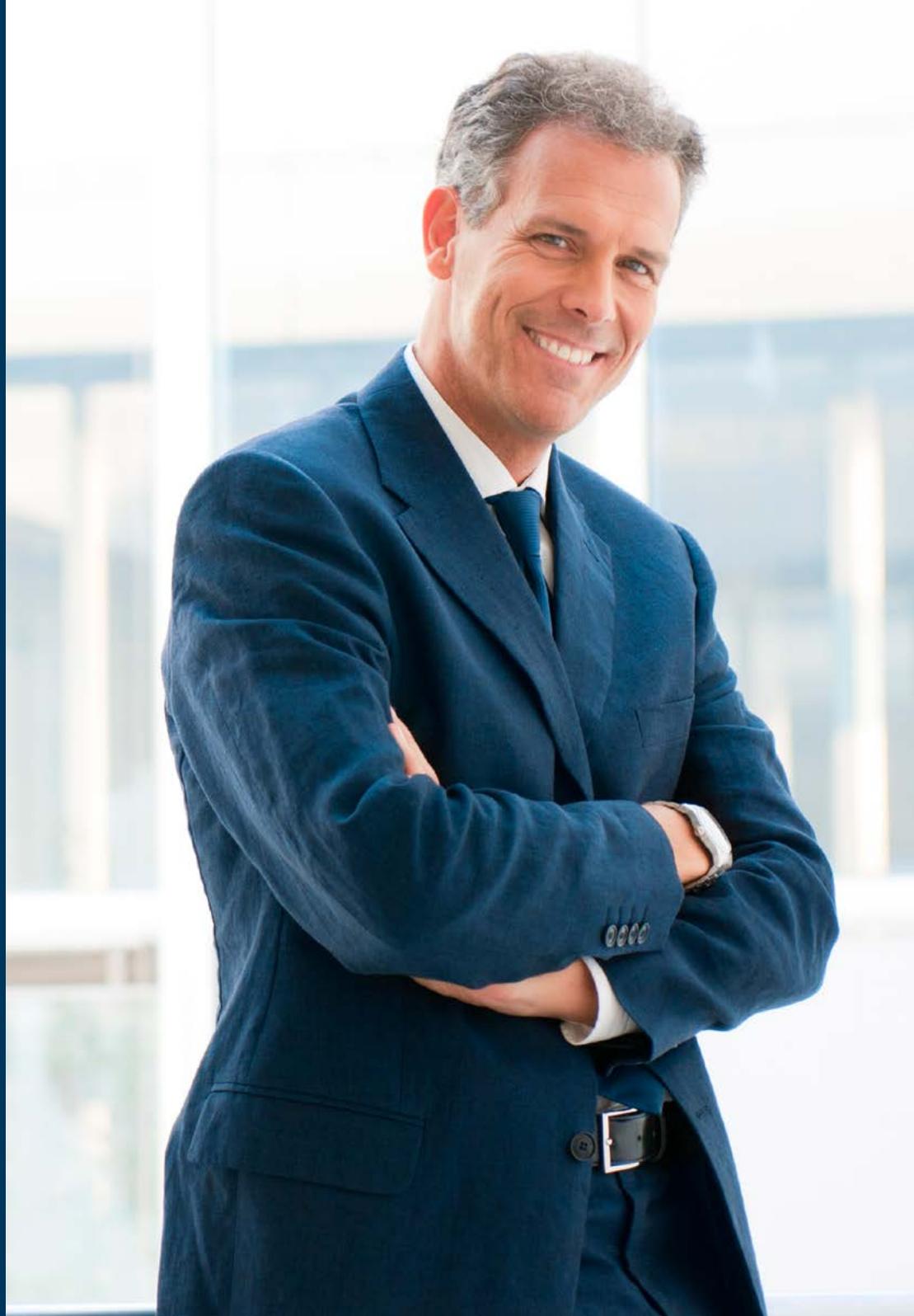
يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

تعزيز القدرة التنافسية

سيزود هذا البرنامج مهنييه بالمهارات لمواجهة التحديات الجديدة وبالتالي تعزيز المؤسسة.

06



المؤهل العلمي

الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات هو برنامج تدريب دائم وتحديث احترافي. تتمتع بقيمة مناهج عالية معتمدة من TECH الجامعة التكنولوجية وخطتها الدراسية هي الأكثر اكتمالا على الساحة الأكاديمية الدولية.

إن عمق محتوياتها واتساعها سيسمح، بعد اجتياز التقييمات، بالحصول على مؤهلين علميين جامعيين. بالإضافة إلى مؤهل الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات طالما تم استيفاء متطلبات الوصول، سيحصل الطالب على مؤهل الماجستير المعتمد مع الاعتراف بالصلاحية الرسمية للدراسات من قبل وزارة التعليم العام المكسيكية. ماجستير إدارة الأعمال.

تم دمج الخطة الدراسية لهذا الماجستير المعتمد في النظام التعليمي المكسيكي الرسمي، والماجستير في إدارة الأعمال برقم التسجيل: 20211207. للحصول على هذا الماجستير المعتمد، يجب أن يكون الطالب قد أكمل درجة البكالوريوس أو ما يعادلها في مجال الإدارة أو المحاسبة أو الاقتصاد أو التسويق أو العلاقات العامة أو التجارة أو الموارد البشرية أو المالية.

علاوة على ذلك، فإن المعرفة والمهارات المكتسبة خلال هذه الرحلة الأكاديمية الكاملة ستسمح للطلاب بالتقدم لشغل وظائف ذات أجر جيد ومسؤولية في عالم العمل. بعد التخرج، سيتمكن هؤلاء المهنيون الذين يستوفون متطلبات الوصول للبرنامج الرسمي من الوصول إلى مستوى الدكتوراه، وتعزيز حياتهم المهنية الجامعية.

احصل على مؤهلين علميين جامعيين مع الماجستير
المتقدم واتخاذ خطوة إلى الأمام في حياتك المهنية"



إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج الماجستير المتقدم وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: ماجستير متقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 15 شهر

تحتوي درجة الماجستير المتقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائث في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل الماجستير المتقدم الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

ماجستير متقدم في التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات

التوزيع العام للخطة الدراسية			
الدورة	المادة	الظرفية	عدد الساعات
1 ^o	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	إجازي	100
1 ^o	التوجه الاستراتيجي وإدارة Management التشغيلية	إجازي	100
1 ^o	إدارة الموارد البشرية وإدارة الموردين	إجازي	100
1 ^o	إدارة الأعمال والمالية	إجازي	100
1 ^o	إدارة العمليات والخدمات اللوجستية	إجازي	100
1 ^o	إدارة أنظمة المعلومات	إجازي	100
1 ^o	إدارة التجارة والتسويق وشركات التأمين	إجازي	100
1 ^o	إدارة التسويق والتمويل والبنوك والتجارة الخارجية	إجازي	100
1 ^o	التفكير وإدارة المشاريع	إجازي	100
1 ^o	Management التفكيرية	إجازي	100
1 ^o	Corporate Compliance: النور التناسلي	إجازي	100
1 ^o	عناصر إدارة الأعمال Compliance	إجازي	100
1 ^o	الامتثال Compliance	إجازي	100
1 ^o	Compliance كوظيفة للتكامل مع عمل الأعمال وتحسين الأداء	إجازي	100
1 ^o	Compliance ومراقبة البيانات	إجازي	100
2 ^o	Compliance المعنى	إجازي	100
2 ^o	التصنيف من مخاطر الأمن السبراني واستخدام التقنيات في الشركة	إجازي	100
2 ^o	Compliance الامتثال لنظير الشركة للسياسة	إجازي	100
2 ^o	Compliance المعالي	إجازي	100
2 ^o	القطاعات	إجازي	100
2 ^o	أخلاقيات ومفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات	إجازي	100
2 ^o	التوجه الاستراتيجي للشركة من المسؤولية الاجتماعية للشركات	إجازي	100
2 ^o	إدارة Stakeholders	إجازي	100
2 ^o	التسويق الاجتماعي المسؤول	إجازي	100
2 ^o	المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الرياضة	إجازي	100
2 ^o	المسؤولية الاجتماعية للشركات في بيئة العمل	إجازي	100
2 ^o	المسؤولية الاجتماعية للشركات في القطاع العام	إجازي	100
2 ^o	المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال الخيري	إجازي	100
2 ^o	المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجال المالي	إجازي	100

tech | الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara Navarro / د. أ. رئيس الجامعة

tech | الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج

هذه الشهادة ممنوحة إلى

ل

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير متقدم

في

التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة ل 3000 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018

في تاريخ 17 يونيو 2020

Tere Guevara Navarro / د. أ. رئيس الجامعة

tech | الجامعة التكنولوجية

AFWOR23S techtute.com/certificates



ماجستير متقدم التزام الشراكة (Corporate Compliance) والمسؤولية الاجتماعية للشركات

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 15 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت



ماجستير متقدم
التزام الشراكة (Corporate Compliance)
والمسؤولية الاجتماعية للشركات