

# ماجستير متقدم الشؤون المالية





الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير متقدم الشؤون المالية

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 2 سنتين

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtitude.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-finance](http://www.techtitude.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-finance)

# الفهرس

03

خطة الدراسة

ص. 12

02

لماذا تدرس في TECH؟

ص. 8

01

تقديم البرنامج

ص. 4

06

منهجية الدراسة

ص. 44

05

الآفاق المهنية

ص. 40

04

أهداف التدريس

ص. 34

08

المؤهل العلمي

ص. 78

07

أعضاء هيئة التدريس

ص. 54

# تقديم البرنامج

في الاقتصاد العالمي الحديث، لا يمكن إنكار أهمية الشؤون المالية كعلم يربط بين سلوك الأسواق، اتخاذ القرارات المؤسسية، وإدارة المخاطر. ومع ذلك، فإن تقلبات الأسواق الشؤون المالية والتغيرات السريعة في الظروف الاقتصادية الكلية تتطلب نهجًا أكثر ديناميكية قائمًا على البيانات في الإدارة الشؤون المالية. ومن أجل تمكين المهنيين من اكتساب هذا المنظور، تقدم TECH برنامجًا جامعًا رائدًا يركز على مجال الشؤون المالية. كما يتم تقديمه في صيغة مريحة بنسبة 100% عبر الإنترنت، مما يتناسب مع جداول الخبراء المشغولين الذين يسعون لتحقيق قفزة نوعية في مسيراتهم المهنية.



كن خبيرًا مرموقًا في قطاع الشؤون المالية  
من خلال هذا الماجستير المتقدم الحصري"



يحتوي هذا **الماجستير المتقدم في الشؤون المالية** على البرنامج التعليمي الأكثر شمولاً وحدائثاً في السوق أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل خبراء في الشؤون المالية
- ♦ المحتويات الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها، تجمع المعلومات العلمية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية.
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزه الخاص على المنهجيات المبتكرة في الممارسة الشؤون المالية
- ♦ دروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ إمكانية الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

تحدث الصناعة 4.0 تأثيرًا كبيرًا في المجال المالي، حيث تقدم العديد من التطورات التكنولوجية التي تُسهل تنفيذ المهام، ومن أبرزها إدارة المخاطر. ومن الأمثلة على ذلك الذكاء الاصطناعي، الذي يتيح للمتخصصين أتمتة المهام الروتينية المعقدة مثل تحديد الأنماط التي تتنبأ بحدوث احتمالات في محافظ الاستثمار في هذا السياق، من الضروري أن يبقى المهنيون في طليعة أحدث الابتكارات في هذا القطاع بهدف استغلال هذه الأدوات بأقصى فعالية وضمان الكفاءة التشغيلية للشركات واستدامتها على المدى الطويل.

يهدف تسهيل هذه المهمة، تطلق TECH ماجستير متقدم رائد في الشؤون المالية. صُمم هذا البرنامج الأكاديمي من قبل خبراء مرموقين في هذا المجال، ويتعمق في مواد تشمل أساسيات management الإدارة التنفيذية، جدوى المشاريع الاستثمارية، بالإضافة إلى إدارة الأنشطة الشؤون المالية مثل المحاسبة والتسيير المصرفي. في الوقت نفسه، يوفر المنهج للطلاب المفاتيح اللازمة لاستخدام أدوات تكنولوجية حديثة، مثل أنظمة المعلومات لتحسين اتخاذ القرارات الاستراتيجية، تحليل البيانات الاقتصادية، وحتى إجراء محاكاة للأسواق. وبذلك، يكتسب الخريجون كفاءات تقنية متقدمة لإدارة مجموعة متنوعة من الأصول الشؤون المالية بشكل مثالي، والحد من المخاطر المحتملة مثل التغيرات المفاجئة في اللوائح الاقتصادية.

فيما يتعلق بمنهجية البرنامج الجامعي، فإنه يعتمد على صيغة مريحة بالكامل عبر الإنترنت تتيح الوصول الحر إلى المحتويات التعليمية. ولهذا، يحتاج الخبراء فقط إلى جهاز إلكتروني متصل بالإنترنت للدخول إلى الحرم الافتراضي. بالإضافة إلى ذلك، تعتمد TECH نظام التعليم التفاعلي Relearning المبتكر، الذي يضمن للمهنيين تعلمًا تدريجيًا وطبيعيًا دون الحاجة إلى قضاء ساعات طويلة في الدراسة. علاوة على ذلك، سيقدم مديرون دوليون ضيوف معروفون دروسًا رئيسية Masterclasses متطورة حول أحدث الاتجاهات في المجال المالي



سيقدم مديرون دوليون ضيوف مرموقون دروسًا  
رئيسية حصرية ستتمكنك من إتقان التقنيات  
الأكثر ابتكارًا لتحسين الأداء المالي للمؤسسات"

سوف تكتسب فهماً شاملاً لآلية عمل الأسواق المالية،  
وديناميكياتها، وأنظمتها التنظيمية.

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة  
التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي  
وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله. سجّل الآن!

” سوف تتعمق في أحدث التقنيات لتقييم  
مختلف الأصول المالية بدقة، مثل الأسهم  
والسندات والعقارات“

يضم طاقمه التدريسي محترفين من مجال التمويل، ينقلون إلى هذا البرنامج خبراتهم العملية، إلى جانب متخصصين  
بارزين من شركات مرجعية وجامعات مرموقة.

إن محتوى الوسائط المتعددة الذي تم تطويره باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، والذين سيتيح للمهني فرصة  
للتعلم الموضوعي والسياقي، أي في بيئة محاكاة ستوفر تعليماً غامراً مبرمجاً للتدريب في مواقف حقيقية.

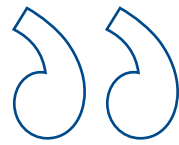
يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على المشكلات، والذي يجب على الطالب من خلاله محاولة حل الحالات  
المختلفة للممارسة المهنية التي تُطرح على مدار هذه الدورة الأكاديمية. للقيام بذلك، المهني سيحصل على  
مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مرموقين.

# لماذا تدرس في TECH؟

جامعة TECH هي أكبر جامعة رقمية في العالم. بفضل كتالوجها المميز الذي يضم أكثر من 14000 برنامج جامعي متاح بـ 11 لغة، تحتل TECH موقع الصدارة في قابلية التوظيف، مع معدل إدماج مهني يصل إلى 99%. بالإضافة إلى ذلك، تضم هيئة تدريسية ضخمة تضم أكثر من 6000 أستاذ من ذوي المكانة الرفيعة على المستوى الدولي.



ادرس في أكبر جامعة رقمية في العالم وضمن نجاحك  
المهني. المستقبل يبدأ في "TECH"



### أكبر جامعة رقمية في العالم

جامعة TECH أكبر جامعة رقمية في العالم. نحن أكبر مؤسسة تعليمية، مع أفضل وأوسع كتالوج تعليمي رقمي، 100% عبر الإنترنت ويغطي أغلب مجالات المعرفة. تقدم أكبر عدد من الشهادات الجامعية الخاصة، والشهادات الرسمية للدراسات العليا والدراسات الجامعية في العالم. إجمالاً، تقدم TECH أكثر من 14,000 برنامج جامعي بـ 11 لغة مختلفة، مما يجعلها أكبر مؤسسة تعليمية في العالم.

### أفضل هيئة تدريسية على المستوى الدولي

تضم الهيئة التدريسية في TECH أكثر من 6000 أستاذ من ذوي المكانة الرفيعة عالمياً. أساتذة وباحثون وكبار المديرين التنفيذيين من شركات متعددة الجنسيات، من بينهم Isaiiah Covington، مدرب الأداء في فريق Boston Celtics، Magda Romanskag، الباحثة الرئيسية في Harvard MetaLAB، Egacio Wistumbag، رئيس قسم علم الأمراض الجزيئية الانتقالية في مركز MD Anderson لعلاج السرطان، D.W. Pineg، المدير الإبداعي لمجلة TIME، وغيرهم.

### أفضل جامعة على الإنترنت في العالم وفقاً FORBES

مجلة فوربس المرموقة، المتخصصة في الأعمال والتمويل، قد أبرزت TECH بوصفها «أفضل جامعة عبر الإنترنت في العالم». وقد ورد ذلك مؤخرًا في مقال ضمن إصدارها الرقمي، حيث سلطت الضوء على قصة نجاح هذه المؤسسة، «بفضل عروضها الأكاديمية، واختيارها المتميز لهيئتها التدريسية، ومنهجها التعليمي المبتكر الموجه نحو تأهيل محترفي المستقبل».



### منهج تعليمي فريد

TECH هي أول جامعة تستخدم منهج Relearning في جميع برامجها. يعد هذا أفضل منهج للتعليم عبر الإنترنت، معتمد من شهادات دولية للجودة الأكاديمية، مقدمة من وكالات تعليمية مرموقة. بالإضافة إلى ذلك، يكمل هذا النموذج الأكاديمي الثوري باستخدام "منهج الحالة"، مما يشكل استراتيجية تدريس عبر الإنترنت فريدة. كما يتم تطبيق موارد تعليمية مبتكرة، مثل مقاطع الفيديو التفصيلية، والإنفوغرافيك، والملخصات التفاعلية.

### أكثر المناهج الدراسية اكتمالاً في المشهد الجامعي

تقدم TECH أكثر الخطط الدراسية اكتمالاً في المشهد الجامعي، حيث تشمل مناهجها المفاهيم الأساسية إلى جانب أحدث التطورات العلمية في مجالاتها التخصصية. كما يتم تحديث هذه البرامج باستمرار لضمان تقديم أحدث المعارف الأكاديمية وتزويد الطلاب بالكفاءات المهنية الأكثر طلباً في سوق العمل. وبهذا، تمنح شهادات الجامعة لخريجها ميزة تنافسية كبيرة لدفع مسيرتهم المهنية نحو النجاح.

### قادة في التوظيف

تمكنت TECH من أن تصبح الجامعة الرائدة في التوظيف. يحصل 99% من طلابها على وظائف في المجال الأكاديمي الذي درسوه، قبل أن يكملوا عامًا من تخرجهم من أي من برامج الجامعة. رقم مماثل يحسن مسيرتهم المهنية بشكل فوري. كل ذلك بفضل منهجية دراسية تعتمد على اكتساب المهارات العملية، الضرورية تمامًا للتطوير المهني.

### الجامعة الإلكترونية الرسمية للرابطة الوطنية لكرة السلة NBA

جامعة TECH هي الجامعة الرسمية عبر الإنترنت للرابطة الوطنية لكرة السلة NBA بفضل اتفاق مع أكبر دوري كرة سلة، تقدم لطلابها برامج جامعية حصرية، بالإضافة إلى مجموعة كبيرة من الموارد التعليمية التي تركز على أعمال الدوري ومجالات أخرى من صناعة الرياضة. كل برنامج له منهج دراسي تصميم فريد ويشمل متحدثين ضيوف استثنائيين: محترفون ذوو مسيرة رياضية متميزة سيشاركون تجربتهم في المواضيع الأكثر أهمية.



### الجامعة الأعلى تقييمًا من قبل طلابها

لقد صنّف الطلاب TECH كأفضل جامعة في العالم في أبرز منصات التقييم، حيث حصلت على أعلى تصنيف بواقع 4.9 من 5، بناءً على أكثر من 1000 مراجعة. تعزز هذه النتائج مكانة TECH كمؤسسة جامعية مرجعية على المستوى الدولي، مما يعكس التميز والتأثير الإيجابي لنموذجها التعليمي.

### Google Partner Premier

منحت شركة التكنولوجيا الأمريكية العملاقة إلى TECH شارة شريك Google Premier هذا التكريم، الذي يحصل عليه فقط 3% من الشركات في العالم، يعزز الخبرة الفعالة والمرنة والمخصصة التي تقدمها هذه الجامعة للطلاب. لا يقتصر التقدير على تأكيد أعلى مستوى من الصرامة والأداء والاستثمار في البنية التحتية الرقمية لـ TECH، بل يضع هذه الجامعة أيضًا ضمن الشركات التكنولوجية الرائدة في العالم.

# خطة الدراسة

يجب أن تكون تخصصات المهنيين في القطاع المالي مستمرة، للبقاء على اطلاع بأحدث اتجاهات القطاع، وقبل كل شيء، لتحقيق نجاح في إدارة الشركات. لهذا السبب، تم تصميم هذا الماجستير المتقدم في الشؤون المالية لتزويد الطلاب بأهم المعلومات لتطبيقها في حياتهم المهنية. إنه برنامج عالي المستوى يستهدف المهنيين الذين يسعون إلى التميز، حيث يوفر معارف متقدمة وأدوات عملية للتميز في المجال الاقتصادي التنافسي.



ستتعمق في أكثر التقنيات فعالية لتحسين إدارة محافظ الاستثمار  
وستتمكن من تحديد الفرص المختلفة لزيادة الأداء العالي"



## الوحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- 1.1. العولمة والحوكمة
  - 1.1.1. 1.1.1. تاكرشلا ةموكحو ةمكوحلا
  - 2.1.1. 2.1.1. تاكرشلا يف تاكرشلا ةمكوح تايساساً
  - 3.1.1. 3.1.1. تاكرشلا ةمكوح راطل يف ةرادإلا سلجم رود
- 2.1. القيادة
  - 1.2.1. 1.2.1. ةدايقلا يميهافملا جهنلا
  - 2.2.1. 2.2.1. تاكرشلا يف ةدايقلا
  - 3.2.1. 3.2.1. لامعلا ةرادإ يف دئاقلا ةيمهأ
- 3.1. 3.1.1. tmemanaM larutluC ssorC
  - 1.3.1. 1.3.1. Cross Cultural Management موهفم
  - 2.3.1. 2.3.1. ةينطولا تافاقتلا ةفرعم يف تامهاسم
  - 3.3.1. 3.3.1. عونتلا ةرادإ
- 4.1. التنمية الإدارية والقيادة
  - 1.4.1. 1.4.1. يرادإلا ريوطتلا موهفم
  - 2.4.1. 2.4.1. ةدايقلا موهفم
  - 3.4.1. 3.4.1. ةدايقلا تايرطن
  - 4.4.1. 4.4.1. ةدايقلا بيلاساً
  - 5.4.1. 5.4.1. ةدايقلا يف ءاكللا
  - 6.4.1. 6.4.1. مويلا دئاقلا تايدحت
- 5.1. أخلاقيات العمل
  - 1.5.1. 1.5.1. بادآلو ميقللا
  - 2.5.1. 2.5.1. لمعلا تايقالخال
  - 3.5.1. 3.5.1. ةكرشلا يف تايقالخالو ةدايقلا
- 6.1. الاستدامة
  - 1.6.1. 1.6.1. ةمادتمسلا ةيمنتلو ةيراجتلا ةمادتمسالا
  - 2.6.1. 2.6.1. 2030 ةدنجالاً
  - 3.6.1. 3.6.1. ةمادتمسلا تاكرشلا
- 7.1. المسؤولية الاجتماعية للشركة
  - 1.7.1. 1.7.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا يلودلا دعبلا
  - 2.7.1. 2.7.1. ةكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا ذيفنت
  - 3.7.1. 3.7.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا ةجرد سايقو ريئأتلا

- 8.1. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة
  - 1.8.1. 1.8.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا
  - 2.8.1. 2.8.1. ةلوؤسملا ةرادإلا ةيجيتارتسا ذيفنت يف ةيسينرلا اياضقلا
  - 3.8.1. 3.8.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا ةرادإ ماظن قبيطت تاوطخ
  - 4.8.1. 4.8.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا ريباعمو تاودأ
- 9.1. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
  - 1.9.1. 1.9.1. ناسنإلا قوقحو تايسنجالا ةددعتم تاكرشلاو ةملوعلا
  - 2.9.1. 2.9.1. يلودلا نوناقللا لباقم تايسنجالا ةددعتم تاكرشلا
  - 3.9.1. 3.9.1. ناسنإلا قوقحب قلعني اميف تايسنجالا ةددعتم تاكرشلا ةينوناقللا كوكصلا
- 10.1. البيئة القانونية وecnanrevoG etaroproC
  - 1.10.1. 1.10.1. ةيلودلا ريدصتلاو داريتسالا حناول
  - 2.10.1. 2.10.1. ةيعانصلاو ةيركفلا ةيكلملا
  - 3.10.1. 3.10.1. يلودلا لمعلا نوناقي

## الوحدة 2. التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية

- 1.2. التحليل والتصميم التنظيمي
  - 1.1.2. 1.1.2. يميهافملا راطلإا
  - 2.1.2. 2.1.2. يميظنتلا ميمصتلا يف ةيسينرلا لماوعلا
  - 3.1.2. 3.1.2. ةيلوؤلا تاسسؤملا جذامن
  - 4.1.2. 4.1.2. طامناًلأا يميظنتلا ميمصتلا
- 2.2. استراتيجية مؤسسية
  - 1.2.2. 1.2.2. ةيسفانتلا تاكرشلا ةيجيتارتسا
  - 2.2.2. 2.2.2. طامناًلأا ومنلا تايجيتارتسا
  - 3.2.2. 3.2.2. يميهافملا راطلإا
- 3.2. التخطيط الاستراتيجي والصياغة
  - 1.3.2. 1.3.2. يميهافملا راطلإا
  - 2.3.2. 2.3.2. يجيتارتسالا طيطختلا رمانع
  - 3.3.2. 3.3.2. يجيتارتسالا طيطختلا ةيلمع: ةيجيتارتسالا ةغايطلا
- 4.2. التفكير الاستراتيجي
  - 1.4.2. 1.4.2. ماظنك ةكرشلا
  - 2.4.2. 2.4.2. ةمظنملا موهفم

### الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- 1.3. السلوك التنظيمي
  - 1.1.3. يميزنتلا كولسلاديميهافملا راطإلا
  - 2.1.3. يميزنتلا كولسلاديسيئرلا لماموعلا
- 2.3. الناس في المنظمات
  - 1.2.3. ةيسفنلا ةيهافرلاو ةيلمعلا ةايحلا ةدوج
  - 2.2.3. تاعامتجالا ةرادإو لمعلا قرف
  - 3.2.3. قيرفلا ةرادإو (Coaching) بيردتلا
  - 4.2.3. عونتللو ةاواسملا ةرادإ
- 3.3. الإدارة الاستراتيجية للأفراد
  - 1.3.3. ةيرشبلا دراوملاو ةيجيتارتسالا ةرادإلا
  - 2.3.3. دارفألل ةيجيتارتسالا ةرادإلا
- 4.3. تطور الموارد. رؤية متكاملة
  - 1.4.3. ةيرشبلا دراوملا ةيمهأ
  - 2.4.3. دارفألا هيجوتو ةرادإل ةديج ةئيب
  - 3.4.3. ةيرشبلا دراوملل ةيجيتارتسالا ةرادإلا
- 5.3. الاختيار وديناميكيات المجموعة وتوظيف الموارد البشرية
  - 1.5.3. رايتخالو فيظوتلا جهنم
  - 2.5.3. فيظوتلا
  - 3.5.3. رايتخالو ةيلمع
- 6.3. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات
  - 1.6.3. لمتحملا ليلحتلا
  - 2.6.3. تآفاكملا ةسايس
  - 3.6.3. يففظولا بقاعتلا / فيظوتلا ططخ
- 7.3. تقييم الأداء وإدارة الأداء
  - 1.7.3. عادألا ةرادا
  - 2.7.3. ةيلمعلاو فادهألا :عادألا ميظنت
- 8.3. تنظيم المعلومات
  - 1.8.3. ملعتلا تايرظن
  - 2.8.3. اهيلع ظافحلاو بهامولا نع فشكلا
  - 3.8.3. ةبهوملا ةرادإو بيعلتلا
  - 4.8.3. ينهملا مداقتلاو بيردتلا

- 5.2. التشخيص المالي
  - 1.5.2. يلاملا صيخشلا موهفم
  - 2.5.2. يلاملا صيخشلا لحارم
  - 3.5.2. يلاملا صيخشلا مبيقت قرط
- 6.2. التخطيط والاستراتيجية
  - 1.6.2. ةيجيتارتسالا ةطخ
  - 2.6.2. يجيتارتسالا عقوملا
  - 3.6.2. ةكرشلا يف ةيجيتارتسالا
- 7.2. النماذج والأنماط الاستراتيجية
  - 1.7.2. يميهافملا راطإلا
  - 2.7.2. ةيجيتارتسالا جذاملا
  - 3.7.2. ةيجيتارتسالا P سمخل: ةيجيتارتسالا طامناً
- 8.2. استراتيجية تنافسية
  - 1.8.2. ةيسفانتلا ةزيملا
  - 2.8.2. ةيسفانت ةيجيتارتسا رايتخا
  - 3.8.2. يجيتارتسالا ةعاسلا جذومن بسح تايجيتارتسالا
  - 4.8.2. يعانصلا عاطقلا ةايح ةرود بسح تايجيتارتسالا عاونأ
- 9.2. الإدارة الاستراتيجية
  - 1.9.2. ةيجيتارتسالا موهفم
  - 2.9.2. ةيجيتارتسالا ةرادإلا ةيلمع
  - 3.9.2. ةيجيتارتسالا ةرادإلا جهانم
- 10.2. تنفيذ الاستراتيجية
  - 1.10.2. ةيلمعلا جهنو تارشؤملا مظن
  - 2.10.2. ةيجيتارتسالا ةطيرخلا
  - 3.10.2. يجيتارتسالا قفاوتلا
- 11.2. الإدارة (tnemeganaM) التنفيذية
  - 1.11.2. يرادالا Management يميهافملا راطإلا
  - 2.11.2. يرادالا Management. تاكرشلا ةرادإ تاودأو ةرادإلا سلجم رود
- 12.2. الاتصالات الاستراتيجية
  - 1.12.2. صاخشألا نيب لاصتالا
  - 2.12.2. ريثأتلاو مالعلا تاراهم
  - 3.12.2. يلخادلا لاصتالا
  - 4.12.2. ةيراجتلا تالاصتالا قنوع

- 9.3. إدارة الموهبة
- 1.9.3. عيباجيالا ةرادإلل حيتافم
- 2.9.3. ةكرشلا يف اهرئأو ةهوملل يميهافملا لصلأا
- 3.9.3. ةمظنملا يف بهاوملا ةطيرخ
- 4.9.3. ةفاضملا ةميقلاو ةفلكتلا
- 10.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
- 1.10.3. ةيجيتارتسيالا بهاوملا ةرادإ جذامن
- 2.10.3. ريوطتللو بيردتللو بهاوملا ديدحت
- 3.10.3. ظافتحلالو ءالولا
- 4.10.3. راكتبالاو ةردابملا
- 11.3. تحفيز
- 1.11.3. عفادلا ةعيبط
- 2.11.3. ةتقفوتلا ةيرظن
- 3.11.3. تاجاحلا تايرظن
- 4.11.3. يلاملا ضيوعتلاو عفادلا
- 12.3. gnidnarB re yolpmE
- 1.12.3. ةيرشبلا دراوملا يف (Employer branding)
- 2.12.3. ةيرشبلا دراوملا لاجم يف نيصصختمل (Personal Branding) ةيصخشلا ةيراجتلا ةمالعلا قلخ
- 13.3. تطوير فرق عالية الأداء
- 1.13.3. ايتاذ رادت قرف :ءادألا ةيلاع قرف
- 2.13.3. ءادألا ةيلاع ةرادإلا ةيتاذلا قرفلا ةرادإ تايجهنم
- 14.3. تطوير الكفاءة الإدارية
- 1.14.3. ؟ةيرادإلا تءافكلا به ام
- 2.14.3. تءافكلا رصانع
- 3.14.3. ةفرعم
- 4.14.3. ةرادإلا تاراهم
- 5.14.3. نيريدملا بدل ميقللو فقاولملا
- 6.14.3. ةرادإلا تاراهم
- 15.3. إدارة الوقت
- 1.15.3. دنأوفلا
- 2.15.3. ؟تقولوا ةرادإ ءوس بابسأ نوكت نأ نكمي يتلا بابسألا به ام
- 3.15.3. تقولوا
- 4.15.3. نمزلا ماهوأ
- 5.15.3. ةركاذلاو هابتنالا
- 6.15.3. ةينهذلا ةلاحلا
- 7.15.3. تقولوا ةرادإ
- 8.15.3. يقابتنسالا طاشنلا
- 9.15.3. فدهلا نأشب حوضولا
- 11.15.3. بيترت
- 11.15.3. ططخملا
- 16.3. إدارة التغيير
- 1.16.3. ربيغتلا ةرادإ
- 2.16.3. ربيغتلا ةرادإ ةيلمع ءاونأ
- 3.16.3. ربيغتلا ةرادإ يف لحارم وأ تارتف
- 17.3. التفاوض وإدارة النزاعات
- 1.17.3. ضوافتلا
- 2.17.3. تءازنلا صف
- 3.17.3. تامزألا ةرادإ
- 18.3. الاتصالات الإدارية
- 1.18.3. ةيراجتلا لامعألا يف يجراخلو يلخادلا لاصتالا
- 2.18.3. لاصتالا ماسقأ
- 3.18.3. لاصتالا ريدم فيرعت فلم ةكرشلا يف لاصتالا ريدم
- 19.3. إدارة الموارد البشرية وفرق الصحة والسلامة المهنية
- 1.19.3. قرفلاو ةيرشبلا دراوملا ةرادإ
- 2.19.3. ةينهمللا رطاخملا نم ةياقولا
- 20.3. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها
- 1.20.3. ةيجاتنإلا
- 2.20.3. اهب ظافتحلالو بهاوملا بذج لموع



- 3.4. المحاسبة الإدارية
  - 1.3.4. سياساً ميهافم
  - 2.3.4. ةكرشلا لوصاً
  - 3.3.4. ةكرشلا تامازتلا
  - 4.3.4. ةكرشلا ةيسيترا ةينازيملا
  - 5.3.4. لخدلا فشك
- 4.4. من المحاسبة العامة إلى محاسبة التكاليف
  - 1.4.4. فيلاكتلا باسح رصانع
  - 2.4.4. فيلاكتلا ةبساحم و ةماعلا ةبساحملا يف فيراصملا
  - 3.4.4. فيلاكتلا فينصت
- 5.4. أنظمة المعلومات وecnegilletnl ssenisuB (ذكاء الأعمال)
  - 1.5.4. فينصتلاو تايساسألا
  - 2.5.4. ةفلكتلا مساقنت قرطو لحارم
  - 3.5.4. ريثأتلاو ةفلكتلا زكرم رايخا
- 6.4. مراقبة الميزانية والإدارة
  - 1.6.4. ةينازيملا جذومن
  - 2.6.4. ةيلامسأرلا ةينازيملا
  - 3.6.4. ةيلبخشتلا ةينازيملا
  - 4.6.4. ةنازخلا ةينازيم
  - 5.6.4. ةينازيملا عبتت
- 7.4. إدارة الخزينة
  - 1.7.4. يروزلا لماعلا لاملا سار قودنصو يبساحملا لماعلا لاملا سار قودنص
  - 2.7.4. لومألل ةيلبخشتلا تاجايتحالا باسح
  - 3.7.4. نامتئالا ةرادإ
- 8.4. المسؤولية الشؤون المالية للشركات
  - 1.8.4. ةيساسألا ةيبيرضلا ميهافملا
  - 2.8.4. تاكرشلا ةبيرض
  - 3.8.4. ةفاضلا ةميقلا ةبيرض
  - 4.8.4. يراجتلا طاشنلاب ةقلعتملا برخألا بئارضلا
  - 5.8.4. ةلودلا لمعل رسيمك ةكرشلا

- 21.3. التعويض المالي مقابل غير المالي
  - 1.21.3. يلاملا ريغ لباقم يلاملا ضيوعتلا
  - 2.21.3. روجألا تاقاطن جذامن
  - 3.21.3. يدقنلا ريغ ضيوعتلا جذامن
  - 4.21.3. لمعللا جذامن
  - 5.21.3. تاكرشلا عمتمج
  - 6.21.3. ةكرشلا ةروص
  - 7.21.3. يقطاع بتار
- 22.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
  - 1.22.3. تامظنملا يف راكتبالا
  - 2.22.3. ةيرشلا دراوملا ةرادإل ةديج تايحدث
  - 3.22.3. راكتبالا ةرادإ
  - 4.22.3. مبيقنتل تاودأ
- 23.3. إدارة المعرفة والموهبة
  - 1.23.3. ةبهوملاو ةفرعملا ةرادإ
  - 2.23.3. ةفرعملا ةرادإ ذيفنت
- 24.3. تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي
  - 1.24.3. يداصتقالاو يعامتجالا قايسلا
  - 2.24.3. لامعألا ميظنت نم ةديج لاكشأ
  - 3.24.3. ةديج تايجهنم

## الوحدة 4. الإدارة الاقتصادية والشؤون المالية

- 1.4. البيئة الاقتصادية
  - 1.1.4. ينطولا يلاملا ماظنلاو يلكلا داصتقالا ةئييب
  - 2.1.4. ةيلاملا نوؤشلا تاسسؤملا
  - 3.1.4. ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا
  - 4.1.4. ةيلاملا نوؤشلا لوصألا
  - 5.1.4. يلاملا عاطقلا يف برخألا تاهجلا
- 2.4. مالية الشركة
  - 1.2.4. ليومتلا رداصم
  - 2.2.4. ليومتلا فيلاكت عاونأ

- 15.4. أسواق النقد ورأس المال
  - 1.15.4. لامللا قوس
  - 2.15.4. تباثلا لخدلا قوس
  - 3.15.4. ريغتملا لخدلا قوس
  - 4.15.4. بينجألا فرصلا قوس
  - 5.15.4. تاقشتملا قوس
- 16.4. التحليل المالي والتخطيط
  - 1.16.4. ةيمومعلا ةينازيملا ليلحت
  - 2.16.4. لخدلا ةمئاق ليلحت
  - 3.16.4. يجبرلا ليلحتلا
- 17.4. تحليل وحل الحالات/ المشاكل
  - 1.17.4. S جيسنلا ةعانصو ميمصتلا ةكرشل ةيلاملا نوؤشلا تامولعمللا.A.(INDITEX)

## الوحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

- 1.5. إدارة وتسيير العمليات
  - 1.1.5. تايلمعلا رود
  - 2.1.5. لامعألا ةرادإ بلع تايلمعلا ريثأت
  - 3.1.5. تايلمعلا ةيجيتارتسا يف ةمدقم
  - 4.1.5. تايلمعلا ةرادا
- 2.5. التنظيم الصناعي واللوجستي
  - 1.2.5. يعانصلا ميظنتلا مسق
  - 2.2.5. ةيتسجوللا تامدخلا مسق
- 3.5. هيكل الإنتاج وأنواعه (STM, OTM, OTA, OTE)
  - 1.3.5. جاتنإلا ماظن
  - 2.3.5. جاتنإلا ةيجيتارتسا
  - 3.3.5. نوزخملا ةرادإ ماظن
  - 4.3.5. جاتنإلا تارشؤم
- 4.5. هيكل التوريد وأنواعه
  - 1.4.5. ديوزتلا ةفيظو
  - 2.4.5. ديوزتلا ةرادإ
  - 3.4.5. تايرتشملا عاونأ
  - 4.4.5. لاعف لكشب ةكرشلا تايرتشم ةرادإ
  - 5.4.5. ءارشلا رارق ذاختا ةيلمع تاوطخ

- 9.4. أنظمة التحكم بالشركة
  - 1.9.4. ةيلاملا نوؤشلا مئاوقلا ليلحت
  - 2.9.4. ةكرشل ةيمومعلا ةينازيملا
  - 3.9.4. ةراسخلاو حبرلا باسح
  - 4.9.4. ةيدقنلا تاقفدتلا نايب
  - 5.9.4. جيسنلا ليلحتلا
- 10.4. الإدارة الشؤون المالية
  - 1.10.4. ةكرشل ةيلاملا نوؤشلا تارارقلا
  - 2.10.4. ةيلاملا نوؤشلا مسق
  - 3.10.4. ةيدقنلا ضئاوفلا
  - 4.10.4. ةيلاملا نوؤشلا ةرادإلاب ةطبرتملا رطاخملا
  - 5.10.4. ةيلاملا نوؤشلا ةرادإلا رطاخم ةرادإ
- 11.4. التخطيط المالي
  - 1.11.4. يلاملا طيطختلا فيرعت
  - 2.11.4. يلاملا طيطختلا يف اهداختا بجاولا تءارجالا
  - 3.11.4. اهعضوو لمعلا ةيجيتارتسا ءاشنإ
  - 4.11.4. Cash Flow لودج
  - 5.11.4. يلاخلا لودجلا
- 12.4. الاستراتيجية الشؤون المالية للشركة
  - 1.12.4. ليومتلا رداصمو ةيسسؤملا ةيجيتارتسالا
  - 2.12.4. لامعألا ليومتل ةيلاملا نوؤشلا تاجتملا
- 13.4. سياق الاقتصاد الكلي
  - 1.13.4. يلكلا داصتقالا قايس
  - 2.13.4. ةلصلا تاذ ةيداصتقالا تارشؤملا
  - 3.13.4. يلكلا داصتقالا ماجحاً بلع ةرطيسلا تايلأ
  - 4.13.4. ةيداصتقالا تارودلا
- 14.4. التمويل الاستراتيجي
  - 1.14.4. يتاذلا ليومتلا
  - 2.14.4. ةصاخلا لاومألا ةداير
  - 3.14.4. ةنيجهلا دراوملا
  - 4.14.4. ءاطسولا قيرط نع ليومتلا

- 5.5. السيطرة الاقتصادية على المشتريات
- 1.5.5. تيرتشميل يداصتقالا ريثأتلا
- 2.5.5. ةفلكلا مبيقت زكرم
- 3.5.5. ةينازيملا
- 4.5.5. يلغفلا قافنإلا لباقم ةينازيملا
- 5.5.5. ةينازيملا ةبقارم تاودأ
- 6.5. التحكم في عمليات المخازن
- 1.6.5. نوزخملا ةبقارم
- 2.6.5. عقوملا ماظن
- 3.6.5. نوزخملا ةرادإ تايقت
- 4.6.5. نيزختلا ماظن
- 7.5. إدارة المشتريات الإستراتيجية
- 1.7.5. لمعلا ةيجيتارتسا
- 2.7.5. يجيتارتسالا طيختلا
- 3.7.5. ءارشلا ةيجيتارتسا
- 8.5. أنماط سلسلة التوريد (MCS)
- 1.8.5. ديروتلا ةلسلس
- 2.8.5. ديروتلا ةلسلس ةرادإ دئاوف
- 3.8.5. ديروتلا ةلسلس يف ةيتسجوللا تامدخلا ةرادإ
- 9.5. tnmeganam niahC ylppuS
- 1.9.5. ديروتلا ةلسلس ةرادإ موهفم
- 2.9.5. تايلمعلا ةلسلس ةءافكو فيلاكت
- 3.9.5. بلطلا طامناً
- 4.9.5. رييغتلاو تايلمعلا ةيجيتارتسا
- 10.5. تفاعلات أنماط سلسلة التوريد مع جميع المجالات
- 1.10.5. ديروتلا ةلسلس لعافت
- 2.10.5. ديروتلا ةلسلس لعافت.ءازجا لماكت
- 3.10.5. ديروتلا ةلسلس لماكت لكاشم
- 4.10.5. ديروتلا ةلسلس 0.4
- 11.5. التكاليف اللوجستية
- 1.11.5. ةيتسجوللا فيلاكتلا
- 2.11.5. ةيتسجوللا فيلاكتلا لكاشم
- 3.11.5. ةيتسجوللا فيلاكتلا نيسحت
- 12.5. ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية: مؤشر الأداء
- 1.12.5. ةيتسجول ةلسلس
- 2.12.5. ةيتسجوللا ةلسلسلا ةءافكو ةيجبرلا
- 3.12.5. ةيتسجوللا ةلسلسلا ةءافكو ةيجبرلا تارشؤملا
- 13.5. تنظيم العمليات
- 1.13.5. تايلمعلا ةرادإ
- 2.13.5. تايلمعلا ةطيرخ: تايلمعلا بلع مئاقلا جهنلا
- 3.13.5. تايلمعلا ةرادإ يف تانيسحت
- 14.5. التوزيع واللوجستيات للنقل
- 1.14.5. ديروتلا ةلسلس يف عيزوتلا
- 2.14.5. لقنلا تايتسجول
- 3.14.5. ةيتسجوللا تامدخل معدك ةيفارغجلا تامولعملا ةمظناً
- 15.5. اللوجستية والعملاء
- 1.15.5. بلطلا ليحلت
- 2.15.5. تايعيملاو بلطلا تاعقوت
- 3.15.5. تايلمعلاو تايعيملا طيخت
- 4.15.5. (CPFR) ديروتلا ةءاعلو ؤبنتلا ,يكراشتلا طيختلا
- 16.5. الخدمات اللوجستية الدولية
- 1.16.5. داريتسالاو ريصتلا تايلمع
- 2.16.5. كرامج
- 3.16.5. يلودلا عفدلا لئاسوو لاكشأ
- 4.16.5. ةيلودلا ةيتسجوللا تاصملا
- 17.5. gnicroustuO العمليات
- 1.17.5. Outsourcing ةيجراخ رداصمب ةناعتسالو تايلمعلا ةرادإ
- 2.17.5. ةيتسجوللا تائيبلا يف ةيجراخ رداصمب ةناعتسالو ذيفنت
- 18.5. القدرة التنافسية في العمليات
- 1.18.5. تايلمعلا ةرادإ
- 2.18.5. ةيليغشتلا ةيسفانتلا ةردقلا
- 3.18.5. ةيسفانتلا ايازملو تايلمعلا ةيجيتارتسا
- 19.5. إدارة الجودة
- 1.19.5. يجراخلا ليمعلاو يلخادلا ليمعلا
- 2.19.5. ةدوجلا فيلاكت
- 3.19.5. Deming ةفسلفو رمتسملا نيسحتلا





- 14.7. استراتيجية الاتصال المؤسسي
- 1.14.7. إيرشبلا دراوملا عم بيردتلاو ةكراشملو يعامتجالا لمعلاو زيفحتلا جمارب
- 2.14.7. معدلاو يلخادلا لاصتالا تاودأ
- 3.14.7. يلخادلا لاصتالا ةطخ
- 15.7. الاتصال والسمعة الرقمية
- 1.15.7. تترتالا ربع ةعمسلا
- 2.15.7. ةيمقرلا ةعمسلا سابق ةيفيك
- 3.15.7. تترتالا ربع ةعمسلا تاودأ
- 4.15.7. تترتالا ربع ةعمسلا ريرقت
- 5.15.7. Branding online

## الوحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

- 1.8. دراسة السوق
- 1.1.8. يخيرتلا لصالا: قوسلا ثاحبأ
- 2.1.8. قاوسألا ثحيل يميهافملا راطلا روطتو ليلحت
- 3.1.8. قوسلا ثاحبأل ةميقلا ةمهاسملو ةيساسألا رصانلا
- 2.8. طرق وتقنيات البحث الكمي
- 1.2.8. ةنيعلا محج
- 2.2.8. تانيعلا ذخأ
- 3.2.8. ةيمكلا تانيقتلا عاونأ
- 3.8. طرق وتقنيات البحث النوعي
- 1.3.8. يعونلا ثحبلا عاونأ
- 2.3.8. يعونلا ثحبلا تانيقت
- 4.8. تجزئة الأسواق
- 1.4.8. قاوسألا ةترجت موهفم
- 2.4.8. ةترجتلا تابلطتمو ةدئاف
- 3.4.8. ةيكالتهسالا قاوسألا ةترجت
- 4.4.8. ةيعانصلا قاوسألا ةترجت
- 5.4.8. ةترجتلا ةيجتارتسا
- 6.4.8. (Marketing-Mix) قيوستلا جيزم ريباعم بلا اذانتسا ةترجتلا
- 7.4.8. قوسلا ةترجت ةيجهنم

- 5.8. إدارة المشاريع البحثية
  - 1.5.8. ةيلمعك قاوسألا ثوحب
  - 2.5.8. قوسلا ثاحبأ يف طيطختلا لحارم
  - 3.5.8. قوسلا ثاحبأ يف ذيفنتلا لحارم
  - 4.5.8. يتحب عورشم ةرادإ
- 6.8. أبحاث الاسواق الدولية
  - 1.6.8. ةيلودلا قاوسالا ثاحبأ
  - 2.6.8. ةيلودلا قوسلا ثاحبأ ةيلمع
  - 3.6.8. ةيلودلا قوسلا ثاحبأ يف ةيونائلا رداصلا ةيمهأ
- 7.8. دراسات جدوى
  - 1.7.8. ةعفنملو موهفملا
  - 2.7.8. بودجلا ةساردل ةضيرعلا طوطخلا
  - 3.7.8. بودجلا ةسارد ربوطت
- 8.8. الدعاية
  - 1.8.8. نالعلل ةيخيراتلا ةيفلخلا
  - 2.8.8. عقاوملا ديدحتو briefing ةيمالعللا ةطاحللا موهفمو ندابملا :نالعلل يميهاقملا راطللا
  - 3.8.8. تانالعللا وفرتحمو ةيمالعللا تاللاكولاو نالعللا تاللاكو
  - 4.8.8. ةيراجتلا لامعلأا يف ةباعدا ةيمهأ
  - 5.8.8. تانالعللا لاجم يف تايدحتلاو تاهاجتالا
- 9.8. تطوير خطة التسويق
  - 1.9.8. (Marketing) قيوستلا ةطخ موهفم
  - 2.9.8. ةلاحلا صيخشتو ليلحت
  - 3.9.8. ةيجيتارتسالا (Marketing) قيوستلا تارارق
  - 4.9.8. (Marketing) قيوستلا يف ةبليغشتلا تارارقلا
- 10.8. استراتيجيات الترويج والتسويق (gnisidnahcreM)
  - 1.10.8. ةلماكتملا ةيقويستلا تالاصتالا
  - 2.10.8. ينالعللا لاصتالا ةطخ
  - 3.10.8. تالاصتالا ةينقتك Merchandising يقويستلا ميمصتلا
- 11.8. التخطيط الإعلامي
  - 1.11.8. يمالعللا طيطختلا روطتو ةأشن
  - 2.11.8. لاصتالا لناسو
  - 3.11.8. ةيمالعللا ةطخ







- 3.10. إدارة العمليات
  - 1.3.10. ةرادإلا ةبمها
  - 2.3.10. ةمبقلا ةلسلس
  - 3.3.10. ةدوجلا ةرادإ
  - 4.10. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
    - 1.4.10. صاخشألا نيب لاصتالا
    - 2.4.10. ربتأتللو مالعإلا تاراهم
    - 3.4.10. لاصتالا زجوح
  - 5.10. أدوات. الاتصالات الشخصية والتنظيمية
    - 1.5.10. صاخشألا نيب لاصتالا
    - 2.5.10. تامظنملا نيب لاصتالا تاودأ
    - 3.5.10. تامظنملا يف لاصتالا
    - 4.5.10. ةمظنملا يف تاودألا
    - 6.10. الاتصال في حالات الأزمات
      - 1.6.10. تامزأ
      - 2.6.10. تامزألا لحارم
      - 3.6.10. تاظحللو تاوتحملا: لناسرلا
  - 7.10. إعداد خطة للأزمات
    - 1.7.10. ةلمتحملا لكاشملا ليلحت
    - 2.7.10. ططخملا
    - 3.7.10. نيفظوملا فيكت
  - 8.10. الذكاء العاطفي
    - 1.8.10. لاصتالو يفطاعلا اكدلا
    - 2.8.10. لاعفلا عامتسالو فطاعتلو مزحلا
    - 3.8.10. يفطاعلا لاصتالو سفنلاب ةقثلا
  - 9.10. العلامات التجارية الشخصية
    - 1.9.10. ةيصخشلا ةيراجتلا كتمالع ريبوتل تايجتارتسا
    - 2.9.10. ةيصخشلا (Branding) ةيراجتلا ةمالعلا قلع نيناوق
    - 3.9.10. ةيصخشلا ةيراجتلا ةمالعلا اانب تاودأ

- 7.9. إدارة اتصالات المشروع
  - 1.7.9. عورشملا تالاصتا ميظنت
  - 2.7.9. تالاصتالا ميظنتل ةيسيئرلا ميهافملا
  - 3.7.9. ةئشانلا تاهاجتالا
  - 4.7.9. قيرفلا عم فيكتلا
  - 5.7.9. تالاصتالا ميظنت طيخت
  - 6.7.9. تالاصتالا ميظنت
  - 7.7.9. تالاصتالا ةبقارم
  - 8.9. منهجيات تقليدية ومبتكرة
    - 1.8.9. راكتبالا تايجهنم
    - 2.8.9. (تايجمريلا ريبوت) مركس جمانربل ةيساسألا ئدابملا
    - 3.8.9. ةيديلقتلا تايجهنملاو Scrum ل. ةيسيئرلا بناوجلا نيب تافالتخال
  - 9.9. إنشاء شركة ناشئة putrats
    - 1.9.9. startup ةئشان ةكرش عاشنيا
    - 2.9.9. ةفاقثو ةمظنم
    - 3.9.9. startups ةئشانلا تاكرشلا لشفل بلوألا ةرشعلا بابسألا
    - 4.9.9. ةينوناقلا بناوجلا
  - 10.9. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع
    - 1.10.9. ةطخلا رطاحم
    - 2.10.9. رطاحملا ةرادإ ةطخ عاشنيا رصانع
    - 3.10.9. رطاحملا ةرادإ ةطخ عاشنيا تاودأ
    - 4.10.9. رطاحملا ةرادإ ةطخ بوتحم

## الوحدة 10. الإدارة التنفيذية

- 1.10. tnmeganaM lareneG
  - 1.1.10. ةماعلا ةرادإ موهفم
  - 2.1.10. Manager General لمع
  - 3.1.10. هماهو ماعلا ريدملا
  - 4.1.10. ةرادإلا لمع ليوتحت
  - 2.10. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
  - 1.2.10. هفناظوو ريدملا. اهتابراقمو ةيميظنتلا ةفاقثلا

10.10. القيادة وإدارة الفرق

- 1.10.10. عدايقلا بيلاسأو عدايقلا
- 2.10.10. تايديحتلاو عدايقلا تاراهم
- 3.10.10. ريبيغتلا لحارم قرادإ
- 4.10.10. تافاقتلا عددتتم قرف قرادإ

**الوحدة 11. التخطيط الاستراتيجي والتحكم الإداري**

1.11. الرقابة الإدارية

- 1.1.11. ومنلاو عيلاملا نوؤشلا عسايسلا
- 2.1.11. عيرادإلا عباقرلل عأدأك تامولعملا
- 3.1.11. قرادإلاو طيطختلل ماضنك عيرادإلا عباقرلا
- 4.1.11. يلاملا بقارملا فناظو
- 5.1.11. عيرادإلا عباقرلا قبيطت قاطن
- 2.11. المعلومات الشؤون المالية وقرارات الإدارة
  - 1.2.11. عينوناقلا وأ عيلاملا نوؤشلا عبساحملا
  - 2.2.11. عيليلحتلا عبساحملا وأ عفلكتلا
  - 3.2.11. عيباقرلا عبساحملا
- 3.11. إدارة الخزينة
  - 1.3.11. بيروضلا لعاعلا لاملا سأرو ببساحملا لعاعلا لاملا سأر
  - 2.3.11. لاومألل عيليجشتلا تاجايتحالا باسح
  - 3.3.11. Credit management
  - 4.3.11. عيلئاعلا بتاكمللو لوصأللو لاومأللا قرادإ
- 4.11. إدارة النقدية
  - 1.4.11. لوادتملا لاملا سأرل بفرصملا ليومتلا
  - 2.4.11. عنيزخلا مسق ميظنت
  - 3.4.11. عنيزخلل عيزكرم قرادإ
- 5.11. تخطيط ومراقبة مراكز المسؤولية
  - 1.5.11. يرادإ مكحت ماضن ميمصت
  - 2.5.11. عيرادإلا عباقرلا يف تافارحنالا
- 6.11. عملية الصياغة والتخطيط الاستراتيجي
  - 1.6.11. عيجيتارتسالا عطخلا بوتحمو عغايس
  - 2.6.11. نزاوتملا عادألا سايق عقاطب
  - 3.6.11. عيساسألا ميهافملاو تاحلطصملا

7.11. التخطيط التنظيمي

- 1.7.11. يليوحتلا ريبستلاو لامعألا تادحو
- 2.7.11. تاعيبملاو معدلاو جاتنلالو عينصتلا زكارم
- 3.7.11. عيلاملا نوؤشلا قرادإلا تايلوؤسمو تاصاصتخا
- 8.11. المؤشرات كأداة تحكم
  - 1.8.11. مكحتلا عحول
  - 2.8.11. تارشؤملا لكشو ددع
  - 3.8.11. يجيتارتسالا طيطختلا

**الوحدة 12. المخاطر الشؤون المالية وتمويل الشركات**

- 1.12. الإدارة الشؤون المالية وتمويل الشركات
  - 1.1.12. عميقلا قلخو لامعألا قرادإ
  - 2.1.12. يلاملا ذوفنلاو لاملا سأر لكبه
  - 3.1.12. لاملا سأرل حجرملا عفلكتلا طسوتم
  - 4.1.12. برخأ جذامنو عيلامسأرلا لوصأللا ريبعتت جذومن
- 2.12. مناهج تقييم الشركات
  - 1.2.12. حابراً مصخ
  - 2.2.12. قفدتلا مصخ
  - 3.2.12. عنراقملل علباق تافعاضم
- 3.12. عمليات الشركات
  - 1.3.12. تاجامدنالا
  - 2.3.12. ذاوحتسالا
  - 3.3.12. ذاوحتسالاو جمدا تايلمع
  - 4.3.12. ولكيهلا عداعإ تايلمعل ببيرضلا ماضنلا
- 4.12. دراسة أنواع الشركات الأخرى
  - 1.4.12. عجردملا ريغ تاكرشلا
  - 2.4.12. PYMES
  - 3.4.12. عيلئاعلا تاكرشلا
  - 4.4.12. حبرلل عفداهلا ريغ تانايكللو تاسسؤملا
  - 5.4.12. يعامتجالا دامتجالا تاكرش

- 3.13. تكلفة رأس المال
  - 1.3.13. نيرخآلا دراوم ةفلكت
  - 2.3.13. ةلضملا مهسألا ةفلكت
  - 3.3.13. ةصاخلا دراوملا ةفلكت باسح
  - 4.3.13. لاملا سألر ةيلامجالا ةفلكتلا باسح
- 4.13. التشخيص والتخطيط ومراقبة الاستثمار
  - 1.4.13. يلاملا طيختلا
  - 2.4.13. يراقعلا طيختلا
  - 3.4.13. بييرضلا طيختلا
- 5.13. التحليل الفني والتحليل الأساسي
  - 1.5.13. قبيطتلا قاطنو فيرعت
  - 2.5.13. تهاجتالو ةينايبلا موسرلا ةسارد
  - 3.5.13. ياساسألا ليلحتلا بف ةيلاملا نوؤشلا قاروألا قوسو عاطقلا ةسارد
  - 4.5.13. ياساسألا ليلحتلاو بسنلا
- 6.13. تحليل الاستثمارات في بيئة المخاطر
  - 1.6.13. مصخلا لدعم ليدعت
  - 2.6.13. نيقيلا طورش بلا ةيدقنلا تاقفدتلا ضيفخت
  - 3.6.13. ويرانييسلا ةاكاحم
- 7.13. التدفقات النقدية في المشاريع الاستثمارية
  - 1.7.13. ةيلاملا نوؤشلا جذامنلا
  - 2.7.13. ةيدقنلا تاقفدتلا دادعإ
  - 3.7.13. يدقنلا لماعلا لاملا سألر تاقفدت ليلحت
  - 4.7.13. مخضتلاو بئارضلا
- 8.13. سوق الأوراق الشؤون المالية
  - 1.8.13. تاكرشلا ةيلاملا نوؤشلا قاروألا قوس بلا لوصولا
  - 2.8.13. ةيملاعلا مهسألا قاوسأ ليغشت
  - 3.8.13. مهسألا تارشؤم

- 5.12. الإستراتيجية والتحكم في المخاطر
  - 1.5.12. ةرادإلا يف مكحتلا ةمظنأ
  - 2.5.12. ةيلخادلا ةباقرلاو رطاخلما
  - 3.5.12. مكحتلا ماظن قيقدتو ةعجارم
  - 4.5.12. ةيلاملا نوؤشلا رطاخلما ةرادإ
- 6.12. المخاطر والربحية والمديونية
  - 1.6.12. ةيلاملا نوؤشلا ةيحبيرلاو ةيداصتقالا ةيحبيرلا
  - 2.6.12. ةينويدملو ةيلاملا نوؤشلا ةيحبيرلا
  - 3.6.12. دناعلو رطاخلما
- 7.12. مصادر التمويل
  - 1.7.12. يفرصلا ليومتلا
  - 2.7.12. لوصولا قيئوتو تادنسلا رادصإ
  - 3.7.12. فزاجملا لاملا سألر ةصاخلا ةيكلملا
  - 4.7.12. يلاملا معدلاو حنملا
- 8.12. عمليات الشركات وحالة الإفلاس
  - 1.8.12. اهراثآو ةقياسملا نالعي
  - 2.8.12. ةيوستلاو قافتالا لحارم
  - 3.8.12. ةيلودلا ةقياسملا
  - 4.8.12. ةقياسملا فينصت
  - 5.8.12. اهحتف ةداعلو ةسفانملا ماتتخا

## الوحدة 13. جدوى المشاريع الاستثمارية

- 1.13. إستثمارات في الشركة
  - 1.1.13. فينصتلاو موهفملا
  - 2.1.13. يرامثنسالا عورشملا ةسارد لحارم
  - 3.1.13. ةيلدم ةيلمع رامثنسالا
- 2.13. طرائق التقييم الاقتصادي
  - 1.2.13. دادرنسالا ةرتف
  - 2.2.13. ةمزتلم ةيدقن ةدحو لكل يدقنلا قفدتلا طسوتمو عومجم
  - 3.2.13. يلخادلا دناعلا لدعمو ةيلخلا ةميقلما يفاص
  - 4.2.13. ةيحبيرلا رشؤمو موصملا دادرنسالا حلطم
  - 5.2.13. NPV نم ةعقوتملا ةيحبيرلا



- 1.8.16. ةبراضملا تايلمع
- 2.8.16. ةرمتسملا ميكحتلا تايلمع
- 3.8.16. رايلخا دقع رعس
- 4.8.16. طوحتلا يف تارايلخا ملدختسا
- 5.8.16. تارايلخا ةظفحم صنأص
- 9.16. المنتجات المشتقة CTO
- 1.9.16. FFRAsRA قاوسأ
- 2.9.16. Swap
- 3.9.16. Capg Floor g Collar
- 10.16. سوق صرف العملات الأجنبية
- 1.10.16. ميظنتلاو ليغشتلا تاللاكو
- 2.10.16. ةيروفلا بينجألا فرصلا تالماعم
- 3.10.16. ؤفاكتلا طورش
- 4.10.16. ةيلحملا ةلمعلا فرص
- 11.16. صناديق الاستثمار
- 1.11.16. تباثلا لخدلا قيدانص
- 2.11.16. ةكرتشملا ةتباثلا تادارييالا قيدانص
- 3.11.16. ةطلتخملا مهسألا قيدانص
- 4.11.16. مهسألا قيدانص
- 12.16. تحرير الأسواق الشؤون المالية
- 1.12.16. وروپلا تادنسو رالود وروپلا
- 2.12.16. ةديج ةيلود باقلا
- 3.12.16. ةملوعلا

## الوحدة 17. التخطيط والتحليل المالي

- 1.17. المحاسبة وتوحيد البنوك
- 1.1.17. يداصتقالا عضولا ليلحت
- 2.1.17. تاكرشلادو ةعانصلا ليلحت
- 3.1.17. ةيناييلا موسرلا عاونأ
- 4.1.17. ةيسيئرلا تايرظنلا
- 2.17. التحليل الأساسي والفني
- 1.2.17. ةيمومعلا ةينازيملا ليلحت
- 2.2.17. لخدلا نايب ليلحت
- 3.2.17. ةرادإلا بسن
- 4.2.17. ةينامتئا ةسسؤم يف رامثتسال رايتخاللا ربياعم

## الوحدة 16. الأدوات والأسواق الشؤون المالية

- 1.16. الأسواق الشؤون المالية
- 1.1.16. ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا صنأص
- 2.1.16. ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا فئاظو
- 3.1.16. ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا تانوكم
- 2.16. أنواع الأسواق الشؤون المالية
- 1.2.16. لوادتلا قوقح بسح ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا
- 2.2.16. ةلوادتملا لوصألا دم بسح ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا
- 3.2.16. لوصألا رادصا ةظحل بسح ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا
- 4.2.16. يمپظنتلا اهلكيه بسح ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا
- 5.2.16. لمألا ميلست ةظحل بسح ةيلاملا نوؤشلا قاوسألا
- 3.16. هيئات الرقابة على الأسواق الشؤون المالية
- 1.3.16. اينابسا كنبو بيوروألا يزكرملا كنبلا
- 2.3.16. ةيدعاقلا تاشاعملا قيدانصو نيماثلل ةماعلا ةيريديملا
- 3.3.16. ةيلاملا نوؤشلا قاروألا قوسل ةينطولا ةئيها
- 4.16. أسواق الأوراق الشؤون المالية
- 1.4.16. ةيلاملا نوؤشلا قاروألا قوس
- 2.4.16. ةلجألا دوقعلا قاوسأ
- 3.4.16. تارايلخا قاوسأ
- 5.16. سوق الدخل الثابت
- 1.5.16. ةلجألا ةدئافلا راعسأو ةيروفلا ةدئافلا راعسأ
- 2.5.16. ماعلا نيدلا قوس
- 3.5.16. AIAF قوس
- 6.16. سوق الأسهم
- 1.6.16. لوادتلا ةمظنأ
- 2.6.16. قوسلا ميظنتو CNMV
- 3.6.16. ةصروبلاو ةيلاملا نوؤشلا قاروألا تايلمع
- 4.6.16. تابانتكالا
- 7.16. سوق العقود الآجلة
- 1.7.16. forwards وأ ةلجألا دوقعلا
- 2.7.16. ةدئافل ةلجألا دوقعلا
- 3.7.16. فرصلا راعسأل ةلجألا دوقعلا
- 4.7.16. مهسألا تارشؤمل ةلجألا دوقعلا
- 8.16. أسواق الخيارات



- 5.19. استراتيجيات إدارة الأسمم
- 1.5.19. Markowitz ةظفحم رايتخا ةيرظن
- 2.5.19. ةددحمو ةيجهنم رطاخم
- 3.5.19. ةيلاملا نوؤشلا تامزألا ةرادإ
- 4.5.19. ةئشانلا قاوسألا يف ظفاحملا ةرادإ
- 6.19. استراتيجيات إدارة الدخل الثابت
- 1.6.19. تباثلا لخدلا ظفاحم ةرادإ
- 2.6.19. تباثلا لخدلا ظفاحم يف ةيطغتلا
- 3.6.19. ةيلاملا نوؤشلا قاروألا
- 7.19. التأمين
- 1.7.19. نيماأتلا طاشن تايساسأ
- 2.7.19. نيماأتلا ةداعإو نيماأتلاو Unit Linked ةطبرملا ةدحولا
- 3.7.19. نيماأتلا عاطق تاسسؤم
- 4.7.19. ةلدابتةملا ةعفنملا تايجمو نيماأتلا تاكرش
- 8.19. الضرائب
- 1.8.19. ةيلاملا نوؤشلا تاجتنملا بلع بنأرضلا صرف
- 2.8.19. ةيعامتجالا ةياعرلا تاجتنم بلع بنأرضلا
- 3.8.19. يبابسالا يبيرضلا راطإلا

## الوحدة 20. التسويق المالي

- 1.20. أبحاث سوق مكاتب البنك
- 1.1.20. ةيلاملا نوؤشلا تامدخلا قيوستل ةددحم بناوج
- 2.1.20. كنبلا رايتخا دنع لماوعلا ديدحت
- 3.1.20. ةديدج ةيفرصم تامدخو تاجتنم ربوطت
- 4.1.20. يفرصملا قيوستلا يف ثحبلا تاودأ
- 2.20. تقنيات البيع والتواصل
- 1.2.20. عيبلا بلع ةقبطملا سفنلا ملع ميهافم
- 2.2.20. يظفلا ريغو يظفلا لامتالا نيسحت تابتقت
- 3.2.20. ضوافتلا تاكيكت
- 4.2.20. ليمعلا ةكراشمو ماتخلا
- 3.20. خطة التسويق المالي
- 1.3.20. ةيفرصملا تاجتنملا ريعست
- 2.3.20. ةينالعالا تالمحللو تاجتنملا جيوترلا
- 3.3.20. ةيلاملا نوؤشلا تامدخلا قيوست يف ةمدختسملا عيزوتلا ةمظنا
- 4.3.20. عقاوملا ديدحتو فادهتسالو ميسقتلا ،

- 8.18. منتجات تمويل رأس المال العامل
- 1.8.18. ةلموعلا
- 2.8.18. ادكؤم
- 9.18. منتجات التأمين
- 1.9.18. تامسلاو جذاملا
- 2.9.18. دعاقتلا ططخو قيدانصل ةببيرضلا ةجلاعملاو ميظنتلا
- 3.9.18. ةينامتئالا تاسسؤملا نم نيماأتلا تاجتنم قيوست
- 10.18. منتجات غير فعالة
- 1.10.18. ةبحيرلاو ةأفاكملا
- 2.10.18. TAE
- 3.10.18. ةببيرضلا بناوجلاو ةينوناقلو بناوجلا
- 4.10.18. فدهتسملا روهمجلا

## الوحدة 19. الاستثمار الجماعي

- 1.19. صناديق الاستثمار
- 1.1.19. عاديالا ههجو ريدملا
- 2.1.19. رامنتسالا قيدانصل
- 3.1.19. فارشالا
- 4.1.19. قيدانصلا صنأخ
- 2.19. إدارة الثروات
- 1.2.19. رامنتسالا قيدانصل ليلحت
- 2.2.19. لوصألا ةرادإل تاودأ
- 3.2.19. ةيلاملا نوؤشلا لوصألا ةظفاح ليلحت
- 4.2.19. ةعوطقملا ةيلاملا نوؤشلا تارامنتسالا ليوحت
- 3.19. توزيع الأصول noitacolla tessag
- 1.3.19. ةظفاحلل ةيراشتسالا ةيلمعلا
- 2.3.19. لوصأل يكيكتلاو يجيتارتسالا عيزوتلا
- 3.3.19. يسسؤملا ريدملا
- 4.3.19. ةيكيكتلا ةظفاحملاو ةيجيتارتسالا ةظفاحملا
- 4.19. إنشاء المحفظة
- 1.4.19. قوسلا رطاخم
- 2.4.19. يلودلا رامنتسالا
- 3.4.19. CAMP و ةعفنملا تايحنمو لوصألا تائف
- 4.4.19. ةظفاحملا نيوكت تايجيتارتسالا

- 3.21. خطة العمل
- 1.3.21. بوتحم
- 2.3.21. ةمدقملأ
- 3.3.21. SWOT
- 4.3.21. Canvas جذومن
- 4.21. مراحل نمو بدء التشغيل
- 1.4.21. Seed ةلحرم
- 2.4.21. Startup ةلحرم
- 3.4.21. Growth ةلحرم
- 4.4.21. ديطوتلا ةلحرم
- 5.21. تمويل الشركات الناشئة
- 1.5.21. يفرصملا ليوتملا
- 2.5.21. تاناإلا
- 3.5.21. تاعرسملاو روذبلا لام سَأر. Business Angels
- 4.5.21. IPO.Venture Capital
- 5.5.21. Public to Private Partnership
- 6.21. المؤسسات الدولية لرأس المال الاستثماري ورأس المال التأسيسي
- 1.6.21. ENISA و CDTI: ةماعلا تاسسؤملا
- 2.6.21. ةيلودلا Venture Capital تانايك
- 3.6.21. Caixa لاملأ سَأر رطأخم: صاخلا عاطقلا نم نورمئتسملا. Bstartup
- 4.6.21. FOND-ICO Global
- 5.6.21. Wayra و Shuttle و Plug & Play: تاعرسملا

## الوحدة 22. البحث في مجال العلوم الاجتماعية

- 1.22. مقدمة لمنهجية البحث
- 2.22. منهجيات الاقتصاد والإدارة
- 3.22. مصادر البيانات
- 4.22. الأساس الإحصائي
- 5.22. البحث في الاقتصاد
- 6.22. البحوث في مجال الإدارة
- 7.22. تصميم دراسة السوق
- 8.22. تاريخ الاقتصاد وإدارة الأعمال التجارية
- 9.22. التيارات الفلسفية في الاقتصاد وإدارة الأعمال
- 10.22. اتجاهات جديدة

- 4.20. استراتيجيات جديدة لزيادة المبيعات وتوفير التكاليف
- 1.4.20. ةينورتكلا ةيفرصملا تامدخلا
- 2.4.20. ((ءالمعلا تاقالع ةرادإ)) CRM
- 3.4.20. Cross-selling y Up-selling يفاضلأ عيبلاو رباعلا عيبلا
- 5.20. التسويق العلائقي
- 1.5.20. ءالمعلا ءالوو ةيمنتلا
- 2.5.20. مهب ظافتحالو ءالمعلا ءالو لجأ نم قيوستلا تاودأ
- 3.5.20. ءالمعلا بظافتحالا تايجيتارتسا
- 6.20. التسويق الداخلي في القطاع المصرفي
- 1.6.20. لءعلا يلخادلا قيوستلا
- 2.6.20. يلخادلا قيوستلا دئاوف
- 3.6.20. يلخادلا قيوستلا حاجن سايق
- 7.20. تطوير حملات البريد الإلكتروني
- 1.7.20. ينورتكلا ديربلا ربع قيوستلا تالمح ميمصت
- 2.7.20. ينورتكلا ديربلا ربع قيوستلا
- 3.7.20. ءالمعلاو تادايقلاو نيكرتشملا مئاوق
- 8.20. العلامات التجارية للشركات
- 1.8.20. Brand evolution
- 2.8.20. ةحجانلا ةيراجتلا تامالعلا ربوطتو ءاشنأ
- 3.8.20. Brand equity

## الوحدة 21. إنشاء وتمويل الشركات الناشئة

- 1.21. إنشاء شركة ناشئة putrats
- 1.1.21. لمعلا جذومن بلا ةركفلا نم
- 2.1.21. ءاكرشلا
- 3.1.21. ةينوناق تاراينعا
- 4.1.21. ةفاقثو ةمظنم
- 5.1.21. ةيدابربلا ةرادلأو رطأخملا لاملأ سَأر.
- 2.21. الإدارة المالية وإدارة الشركات الناشئة
- 1.2.21. ةئشانلا عبراشملا يف ةيلاملا ةرادلأ بلا ةمدقم
- 2.2.21. ةئشانلا تاكرشلال ةيلاملا سيبياقملا
- 3.2.21. اهريسفتو تاطاقسبالا جذامن يلاملا طيطختلاو
- 4.2.21. ميبقتلا قرط
- 5.2.21. ةينوناقلا بناوجلا



### الوحدة 25. اقتصاديات التجارة الدولية

- 1.25 مقدمة للبحث في الاقتصاد الدولي
- 2.25 أساسيات الاقتصاد الدولي
- 3.25 تاريخ الاقتصاد الدولي
- 4.25 المؤسسات والمنظمات الاقتصادية الدولية
- 5.25 الدبلوماسية الاقتصادية
- 6.25 تحليل الدول
- 7.25 العولمة الاقتصادية
- 8.25 الضرائب الدولية
- 9.25 التكتلات الاقتصادية والعلاقات الدولية
- 10.25 الاتجاهات المستقبلية

### الوحدة 26. الاقتصاد الصناعي

- 1.26 مقدمة لبحوث الاقتصاد الصناعي
- 2.26 أساسيات الاقتصاد الصناعي
- 3.26 الاقتصاد والأسواق والكفاءة
- 4.26 الاقتصاد والابتكار
- 5.26 الاقتصاد الخدمي
- 6.26 اقتصاد الإنترنت.
- 7.26 اقتصاد المشاركة واقتصاد المنصة
- 8.26 أزمة صناعية وتدمير خلاق
- 9.26 الشركات العامة والسوق
- 10.26 الاتجاهات المستقبلية

### الوحدة 23. أدوات الباحث

- 1.23 كتابة التقارير والأطروحة
- 2.23 استخدام مديري قواعد البيانات
- 3.23 السيونتومتريّة وقواعد البيانات العلمية
- 4.23 جدول بيانات الاقتصاد والتمويل
- 5.23 المصادر الجيوغرافية
- 6.23 البحث المتقدم على الإنترنت
- 7.23 مجموعات إحصائية
- 8.23 أدوات تحليل البيانات
- 9.23 أساسيات الخوارزمية
- 10.23 اتجاهات جديدة

### الوحدة 24. الاقتصاد السلوكي

- 1.24 مقدمة للبحث في الاقتصاد السلوكي
- 2.24 أساسيات علم الاقتصاد السلوكي أو التصرف
- 3.24 علم نفس الاقتصاد
- 4.24 الاختيار في الاقتصاد
- 5.24 عمليات صنع القرار
- 6.24 الإطار
- 7.24 التمويل السلوكي
- 8.24 التطبيقات العامة
- 9.24 انتقادات للاقتصاد السلوكي
- 10.24 الاتجاهات المستقبلية



ستتمكن من الوصول إلى مكتبة مليئة بالموارد المتعددة الوسائط الداعمة، المتوفرة في صيغ مختلفة مثل مقاطع الفيديو التوضيحية، الملخصات التفاعلية، والقراءات المتخصصة"

# أهداف التدريس

بفضل هذا البرنامج الجامعي الحصري من TECH، سيتميز الطلاب بمعرفتهم الشاملة المتعلقة بإدارة الشؤون المالية للشركات. في الوقت نفسه، سيطور الخبراء مهارات قيادة متقدمة تمكنهم من تحسين عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية المدروسة لضمان نجاح العمليات الشؤون المالية واستدامة المؤسسات على المدى الطويل. كذلك، سيتقن المهنيون أدوات تكنولوجية متطورة لأتمتة المهام الروتينية المعقدة مثل إعداد الميزانيات، تحليل البيانات الشؤون المالية، وحتى تحديد المخاطر المحتملة.

ستقوم بتطبيق أنظمة محاسبية لتحسين  
الكفاءة التشغيلية للكيانات وزيادة الدقة  
في إعداد التقارير المالية“





## الأهداف العامة

- تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة لتحسين الإدارة وكفاءة الأعمال
- صياغة وتنفيذ سياسات مالية للإدارة السليمة للخزانة والاستثمارات والتخطيط المالي بوصفها استراتيجيات للنمو
- تكيف الشركة مع التغيرات في البيئة الوطنية والدولية
- تقييم العواقب والتأثيرات على مؤسسات الائتمان المشاركة في عملية التوحيد، وكذلك النماذج المحاسبية البديلة لعمليات التكامل، والتكاليف المستمدة منها والتعديلات في عمليات الشركات
- تحسين التعرض وإدارة مخاطر الفائدة والسيولة وهيكلها التمويلي وفقاً للأنظمة
- تحديد هيكل رأس المال والتدابير اللازمة لتعزيز الملاءة الشؤون المالية لمؤسسة الائتمان مع مراعاة المتطلبات الجديدة من حيث تغطية المخاطر
- تحديد الربحية الاقتصادية والشؤون المالية ومخاطر العميل أو العملية أو مجموعة العمليات أو الأنشطة أو الأعمال التجارية
- تحديد المعلومات الإدارية ذات الصلة بالمراقبة التكتيكية والاستراتيجية لمؤسسة الائتمان
- تنفيذ توقعات الميزانية العمومية وبيان الدخل في البيانات عالية الشك
- الاقتراب من أساسيات الاقتصاد وتكلفة الفرصة
- معرفة الأسس المنهجية للبحث في الاقتصاد
- التعرف على ماهيتها وكيفية استخدام الأدوات الضرورية المختلفة في التحقيق في العلوم الاقتصادية
- تعلم ما هو علم الاقتصاد السلوكي



## الأهداف المحددة

### الوحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- تحليل أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في السياق الحالي للأعمال.
- تطوير مهارات قيادية متقدمة وفعالة تتماشى مع المبادئ الأخلاقية واللوائح القانونية السارية.

### الوحدة 2. التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية

- التعمق في أسس الإدارة الاستراتيجية في صياغة وتنفيذ الخطط التنظيمية.
- تقييم النماذج المختلفة للإدارة التنفيذية وتأثيرها على الأداء المؤسسي

### الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- تصميم استراتيجيات مبتكرة لتعزيز جذب وتطوير والاحتفاظ بالمواهب البشرية.
- تنفيذ تقنيات إدارة فرق متقدمة تشجع على التعاون وتحسين الأداء بين العاملين.

### الوحدة 4. الإدارة الاقتصادية والشؤون المالية

- القدرة على تفسير البيانات الشؤون المالية بشكل صحيح لتحسين اتخاذ القرارات الاستراتيجية المبنية على معلومات دقيقة.
- تطبيق تقنيات التحليل المالي التي تمكن من تقييم الصحة الاقتصادية للمؤسسة.

### الوحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

- تحليل العمليات الرئيسية في سلسلة التوريد لتحسين الكفاءة التشغيلية.
- تصميم خطة لوجستية تأخذ بعين الاعتبار التوزيع الفعال للمنتجات والخدمات



#### الوحدة 6. إدارة نظم المعلومات

- ♦ تنفيذ التقنيات الناشئة التي تحسن إدارة البيانات والتواصل الداخلي.
- ♦ تطوير خطة لإدارة المعلومات تضمن أمن البيانات وخصوصيتها.

#### الوحدة 7. الإدارة التجارية والتسويق وشركات الاتصال

- ♦ نشاء خطة تسويق استراتيجية تلبى احتياجات السوق المستهدف.
- ♦ تنفيذ تقنيات إدارة تجارية تزيد من رضا العملاء وولائهم للعلامة التجارية على المدى الطويل

#### الوحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

- ♦ تحليل تأثير الإعلانات على سلوك المستهلك.
- ♦ تصميم استراتيجيات تجارية تعتمد على تحليل البيانات واتجاهات السوق.

#### الوحدة 9. الابتكار وإدارة المشاريع

- ♦ تخطيط وإدارة المشاريع بكفاءة باستخدام المنهجيات الرشيقية.
- ♦ تقييم نجاح المشاريع من خلال مؤشرات الأداء والنتائج.

#### الوحدة 10. الإدارة (Management) التنفيذية

- ♦ تحليل دور المدير في خلق قيمة الأعمال والاستدامة.
- ♦ تطبيق تقنيات coaching والتدريب والتوجيه لتطوير فرق العمل عالية الأداء.

#### الوحدة 11. التخطيط الاستراتيجي والتحكم الإداري

- ♦ تصميم نظام تخطيط استراتيجي يربط بين الأهداف التنظيمية والإجراءات.
- ♦ تنفيذ ضوابط إدارة فعالة تمكن من مراقبة الأداء والنتائج.

#### الوحدة 12. المخاطر الشؤون المالية وتمويل الشركات

- ♦ تحليل مصادر التمويل وتأثيرها على هيكل رأس المال.
- ♦ تطوير استراتيجيات لتخفيف المخاطر الشؤون المالية في عملية اتخاذ القرارات التنظيمية.

#### الوحدة 13. جدوى المشاريع الاستثمارية

- ♦ تطبيق أساليب التحليل لاتخاذ قرارات استثمارية مبنية على معلومات دقيقة.
- ♦ إعداد تقارير تعرض نتائج تقييم المشاريع لأصحاب المصلحة.

#### الوحدة 14. البيئة الاقتصادية والأسواق الشؤون المالية

- ♦ تقييم عمل الأسواق الشؤون المالية وعلاقتها بالاقتصاد العالمي.
- ♦ تطوير مهارات تفسير المؤشرات الاقتصادية والشؤون المالية.

#### الوحدة 15. إدارة المصرف

- ♦ تقييم تأثير الإدارة المصرفية على الصحة الشؤون المالية للشركات.
- ♦ تطوير استراتيجيات لتحسين العلاقة مع المؤسسات المصرفية.

#### الوحدة 16. الأدوات والأسواق الشؤون المالية

- ♦ معالجة الأدوات الشؤون المالية المختلفة واستخدامها في الإدارة التجارية.
- ♦ تقييم المخاطر والفوائد المرتبطة بالأسواق الشؤون المالية.

#### الوحدة 17. التحليل المالي والتخطيط

- ♦ تنفيذ تقنيات التخطيط المالي التي تحسن استخدام موارد الشركة.
- ♦ تقييم فعالية الاستراتيجيات المختلفة للاستثمار والتمويل.

#### الوحدة 24. الاقتصاد السلوكي

- ♦ تحليل تأثير علم النفس على اتخاذ القرارات الاقتصادية.
- ♦ تطوير استراتيجيات تأخذ في الاعتبار مبادئ الاقتصاد السلوكي في تصميم السياسات والمنتجات.

#### الوحدة 25. اقتصاديات التجارة الدولية

- ♦ تحليل ديناميكيات التجارة الدولية وتأثيرها على الشركات
- ♦ تطوير استراتيجيات لتدويل الأعمال مع مراعاة البيئة العالمية

#### الوحدة 26. الاقتصاد الصناعي

- ♦ تقييم تأثير السياسات الحكومية على الاقتصاد الصناعي
- ♦ وضع استراتيجيات لتحسين الأداء الصناعي وتعزيز الابتكار

#### الوحدة 18. المنتجات المالية ومنتجات الأصول المصرفية.

- ♦ معرفة الأنواع المختلفة من المنتجات الشؤون المالية ودورها في الإدارة التجارية.
- ♦ تقييم ملاءمة منتجات الأصول المصرفية لاحتياجات الشركة.

#### الوحدة 19. الاستثمار الجماعي

- ♦ معرفة الأنواع المختلفة من المنتجات الشؤون المالية ودورها في الإدارة التجارية.
- ♦ تقييم ملاءمة منتجات الأصول المصرفية لاحتياجات الشركة.

#### الوحدة 20. التسويق المالي

- ♦ تطوير مهارات للتواصل الفعّال لقيمة المنتجات الشؤون المالية.
- ♦ تصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويق للمنتجات والخدمات الشؤون المالية بمختلف أنواعها.

#### الوحدة 21. إنشاء وتمويل الشركات الناشئة

- ♦ تحليل عملية إنشاء الشركات الناشئة والتحديات المرتبطة بها.
- ♦ تطوير خطة عمل متينة تأخذ بعين الاعتبار التمويل واستراتيجية النمو.

#### الوحدة 22. البحث في مجال العلوم الاجتماعية

- ♦ تطوير مهارات لإجراء البحوث في مجال العلوم الاجتماعية.
- ♦ تقييم منهجية البحث المناسبة لأنواع الدراسات المختلفة.

#### الوحدة 23. أدوات الباحث

- ♦ اكتساب كفاءات متقدمة لتحليل البيانات وتفسير النتائج.
- ♦ تنفيذ أدوات رقمية تُسهل عملية البحث



إنها تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة  
لتعزيز تطورك المهني"

# الآفاق المهنية

بعد إتمام هذا الماجستير المتقدم في الشؤون المالية، سيحصل المهنيون على معرفة عميقة بالاستراتيجيات الشؤون المالية المتقدمة وإدارة المخاطر وعليه، سيتمكن الخريجون من تصميم وتنفيذ خطط مالية فعالة، وتحسين الاستثمارات، وزيادة ربحية المؤسسات. بالإضافة إلى ذلك، سيطورون مهارات في التحليل المالي، الأسواق الدولية، والتقنيات الشؤون المالية الناشئة. وبهذا الشكل، سيعزز الخبراء فرصهم المهنية ويشغلون أدواراً رئيسية مثل المديرين الماليين، محلي الاستثمارات أو المستشارين الماليين.



ستتولى منصب مدير الخزانة، مما يضمن  
توفير تدفق نقدي ملائم وفعال للشركات"



**ملاح المتخرج**

خريج الماجستير المتقدم في الشؤون المالية هو محترف مؤهل بشكل عالٍ لإدارة وتحسين الموارد الشؤون المالية للمؤسسات. بالإضافة إلى ذلك، يمتلك معرفة عميقة باستراتيجيات الاستثمار، وتحليل المخاطر، والأسواق الدولية. كما يتقن الأدوات الشؤون المالية المتقدمة والتقنيات الناشئة، مما يمكنه من تصميم وتنفيذ خطط مالية فعالة. علاوة على ذلك، يتمتع بالقدرة على العمل مع فرق متعددة التخصصات، وتقديم المشورة للإدارة العليا، وتعزيز الاستدامة الاقتصادية، مما يساهم في تعزيز تنافسية الشركات

ستقدم التوجيه للأفراد لإدارة شؤونهم الشؤون المالية الشخصية، بما في ذلك تقنيات الاستثمار أو الادخار.

- ♦ **القدرة التحليل المالي:** يطور المهنيون مهارات تفسير القوائم الشؤون المالية، وتقييم الأداء الاقتصادي، وإجراء تحليلات دقيقة تدعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
- ♦ **إدارة المخاطر:** إحدى الكفاءات الأساسية هي القدرة على تحديد المخاطر الشؤون المالية وتقييمها والتخفيف منها، مما يضمن الاستقرار والاستدامة الاقتصادية للمؤسسات.
- ♦ **التفكير الاستراتيجي:** يطبق الخريجون التفكير الاستراتيجي لتصميم وتنفيذ خطط مالية تتماشى مع الأهداف المؤسسية، مما يعزز النمو والتنافسية.
- ♦ **الكفاءة الرقمية للشؤون المالية:** في السياق الحالي، من الضروري إتقان الأدوات الرقمية والتقنيات الشؤون المالية المتقدمة، بدءاً من برامج التحليل وصولاً إلى منصات إدارة الاستثمارات وتقنية البلوك تشين

- بعد إتمام الماجستير المتقدم، ستتمكن من تطبيق معارفك ومهاراتك في المناصب التالية:
1. **مدير مالي** خبير في إدارة وتسيير الشؤون المالية للشركة، يشرف على الميزانيات، الاستثمارات، والاستراتيجيات الشؤون المالية.
  2. **محلل استثمارات:** المتخصص المسؤول عن تقييم فرص الاستثمار وتقديم الاستشارات في إدارة المحافظ المالية بهدف تحقيق أقصى قدر من العوائد.
  3. **مستشارة مالية** يقدم المشورة للشركات أو الأفراد بشأن التخطيط المالي، الاستثمارات، وإدارة المخاطر.
  4. **مدير المخاطر:** مسؤول عن تحديد وتقييم وتخفيف المخاطر الشؤون المالية داخل المؤسسة لضمان استقرارها الاقتصادي.
  5. **المراجع المالي:** المسؤول عن مراجعة والتحقق من دقة السجلات المالية للشركة، وضمان الامتثال للأنظمة والمعايير.
  6. **مدير الخزانة:** يدير السيولة والتمويل اليومي للشركة، مما يضمن تدفقاً نقدياً مناسباً.
  7. **متخصصة في معهد التمويل:** مركزاً على الشؤون المالية للشركات، بما في ذلك عمليات الدمج، الاستحواذ، وإعادة الهيكلة الشؤون المالية
  8. **مستشار في الشؤون المالية الشخصية:** يقدم توجيهات للأفراد لإدارة شؤونهم الشؤون المالية الشخصية، بما في ذلك الاستثمارات، الادخار، والتخطيط الضريبي.
  9. **اقتصادي مالي:** يحلل الاتجاهات الاقتصادية وتأثيرها على الأسواق الشؤون المالية والاستراتيجيات التجارية
  10. **مدير الصندوق:** يدير صناديق الاستثمار، ويتخذ قرارات حول أين وكيف يتم استثمار رأس مال العملاء لتحقيق أقصى قدر من الفوائد

ستكون قادرًا على تحليل الاتجاهات الاقتصادية وتأثيرها على الأسواق المالية"



# منهجية الدراسة

TECH هي أول جامعة في العالم تجمع بين منهجية دراسات الحالة مع التعلم المتجدد، وهو نظام تعلم 100% عبر الإنترنت قائم على التكرار الموجهتم تصميم هذه الاستراتيجية التربوية المبتكرة لتوفير الفرصة للمهنيين لتحديث معارفهم وتطوير مهاراتهم بطريقة مكثفة ودقيقة. نموذج تعلم يضع الطالب في مركز العملية الأكاديمية ويمنحه كل الأهمية، متكيفاً مع احتياجاته ومتخلياً عن المناهج الأكثر تقليدية

TECH تُعدُّك لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مؤكدة  
وتحقيق النجاح في مسيرتك المهنية"



### الطالب: الأولوية في جميع برامج TECH

في منهجية الدراسة في TECH، يعتبر الطالب البطل المطلق.

تم اختيار الأدوات التربوية لكل برنامج مع مراعاة متطلبات الوقت والتوافر والدقة الأكاديمية التي، في الوقت الحاضر، لا يطلبها الطلاب فحسب، بل أيضًا أكثر المناصب تنافسية في السوق

مع نموذج TECH التعليمي غير المتزامن، يكون الطالب هو من يختار الوقت الذي يخصصه للدراسة، وكيف يقرر تنظيم روتينه، و كل ذلك من الجهاز الإلكتروني المفضّل لديه. لن يحتاج الطالب إلى حضور دروس مباشرة، والتي غالبًا ما لا يستطيع حضورها. سيقوم بأنشطة التعلم عندما يناسبه ذلك سيستطيع دائمًا تحديد متى وأين يدرس

في TECH لن تكون لديك دروس مباشرة (والتي لا يمكنك حضورها أبدًا لاحقًا)"



## المناهج الدراسية الأكثر شمولاً على مستوى العالم

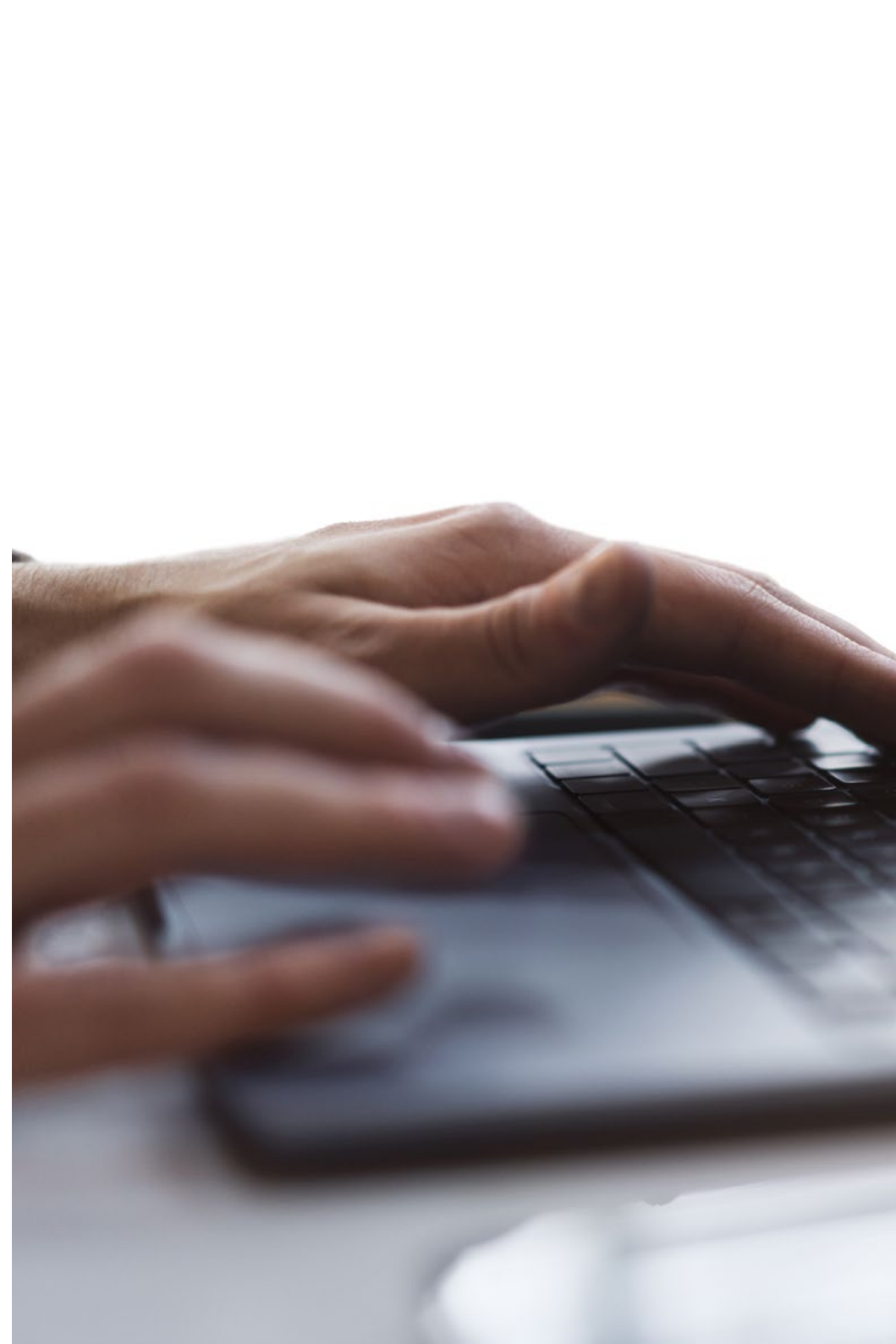
تتميز TECH بتقديم أكثر المسارات الأكاديمية اكتمالاً في المحيط الجامعي. يتم تحقيق هذه الشمولية من خلال إنشاء مناهج لا تغطي فقط المعارف الأساسية، بل تشمل أيضاً أحدث الابتكارات في كل مجال.

من خلال التحديث المستمر، تتيح هذه البرامج للطلاب البقاء على اطلاع دائم على تغييرات السوق واكتساب المهارات الأكثر قيمة لدى أصحاب العمل. وبهذه الطريقة، يحصل الذين ينعون دراساتهم في TECH الجامعة التكنولوجية على إعداد شامل يمنحهم ميزة تنافسية ملحوظة للتقدم في مساراتهم المهنية.

وبالإضافة إلى ذلك، سيتمكنون من القيام بذلك من أي جهاز، سواء كان حاسوباً شخصياً، أو جهازاً لوحياً، أو هاتفاً ذكياً.



نموذج TECH الجامعة التكنولوجية غير متزامن، مما يسمح لك بالدراسة باستخدام حاسوبك الشخصي، أو جهازك اللوحي، أو هاتفك الذكي أينما شئت، ومتى شئت، وللمدة التي تريدها"



## Case studies أو دراسات الحالة

كانت طريقة الحالة هي نظام التعلم الأكثر استخداماً من قبل أفضل الكليات في العالم. قد كان منهج الحالة النظام التعليمي الأكثر استخداماً من قبل أفضل كليات الأعمال في العالم. تم تطويره في عام 1912 لكي لا يتعلم طلاب القانون القوانين فقط على أساس المحتوى النظري، بل كان دوره أيضاً تقديم مواقف حقيقية معقدة لهم. وهكذا، يمكنهم اتخاذ قرارات وإصدار أحكام قيمة مبنية على أسس حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة Harvard.

مع هذا النموذج التعليمي، يكون الطالب نفسه هو الذي يبني كفاءته المهنية من خلال استراتيجيات مثل التعلم بالممارسة أو التفكير التصميمي، والتي تستخدمها مؤسسات مرموقة أخرى مثل جامعة ييل أو ستانفورد. سيتم تطبيق هذه الطريقة، الموجهة نحو العمل، طوال المسار الأكاديمي الذي سيخوضه الطالب مع TECH الجامعة التكنولوجية.

سيتم تطبيق هذه الطريقة الموجهة نحو العمل على طول المسار الأكاديمي الكامل الذي سيخوضه الطالب مع TECH. وبهذه الطريقة سيواجه مواقف حقيقية متعددة، وعليه دمج المعارف والبحث والمجادلة والدفاع عن أفكاره وقراراته. كل ذلك مع فرضية الإجابة على التساؤل حول كيفية تصرفه عند مواجهته لأحداث معقدة محددة في عمله اليومي.







## طريقة Relearning

في TECH، يتم تعزيز دراسات الحالة بأفضل طريقة تدريس عبر الإنترنت بنسبة 100% إعادة التعلم. هذه الطريقة تكسر الأساليب التقليدية للتدريس لوضع الطالب في مركز المعادلة، وتزويده بأفضل المحتويات في صيغ مختلفة. بهذه الطريقة، يتمكن من مراجعة وتكرار المفاهيم الأساسية لكل مادة وتعلم كيفية تطبيقها في بيئة حقيقية. وفي هذا السياق، وبناءً على العديد من الأبحاث العلمية، يعتبر التكرار أفضل وسيلة للتعلم. لهذا السبب، تقدم TECH بين 8 و16 تكرارًا لكل مفهوم أساسي داخل نفس الدرس، مقدمة بطرق مختلفة، بهدف ضمان ترسيخ المعرفة تمامًا خلال عملية الدراسة.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة باسم 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.

## حرم جامعي افتراضي 100% عبر الإنترنت مع أفضل الموارد التعليمية.

من أجل تطبيق منهجيته بفعالية، يركز برنامج TECH على تزويد الخريجين بمواد تعليمية بأشكال مختلفة: نصوص، وفيديوهات تفاعلية، ورسوم توضيحية وخرائط معرفية وغيرها. تم تصميمها جميعاً من قبل مدرسين مؤهلين يركزون في عملهم على الجمع بين الحالات الحقيقية وحل المواقف المعقدة من خلال المحاكاة، ودراسة السياقات المطبقة على كل مهنة مهنية والتعلم القائم على التكرار من خلال الصوتيات والعروض التقديمية والرسوم المتحركة والصور وغيرها.

تشير أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب إلى أهمية مراعاة المكان والسياق الذي يتم فيه الوصول إلى المحتوى قبل البدء في عملية تعلم جديدة. إن القدرة على ضبط هذه المتغيرات بطريقة مخصصة تساعد الأشخاص على تذكر المعرفة وتخزينها في الحُصين من أجل الاحتفاظ بها على المدى الطويل. هذا هو نموذج التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي المعرفي العصبي، والذي يتم تطبيقه بوعي في هذه الدرجة الجامعية.

من ناحية أخرى، ومن أجل تفضيل الاتصال بين المرشد والمتدرب قدر الإمكان، يتم توفير مجموعة واسعة من إمكانيات الاتصال، سواء في الوقت الحقيقي أو المؤجل (الرسائل الداخلية، ومنتديات المناقشة، وخدمة الهاتف، والاتصال عبر البريد الإلكتروني مع مكتب السكرتير الفني، والدرشة ومؤتمرات الفيديو).

وبالمثل، سيسمح هذا الحرم الجامعي الافتراضي المتكامل للغاية لطلاب TECH بتنظيم جداولهم الدراسية وفقاً لتوافرهم الشخصي أو التزامات العمل. وبهذه الطريقة، سيتمكنون من التحكم الشامل في المحتويات الأكاديمية وأدواتهم التعليمية، وفقاً لتحديثهم المهني المتسارع.



ستسمح لك طريقة الدراسة عبر الإنترنت لهذا البرنامج بتنظيم وقتك ووتيرة تعلمك، وتكييفها مع جدولك الزمني“

### تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. الطلاب الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.

2. يركز منهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للطلاب بالاندماج بشكل أفضل في العالم الحقيقي.

3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.

4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

## المنهجية الجامعية الأفضل تصنيفاً من قبل طلابها

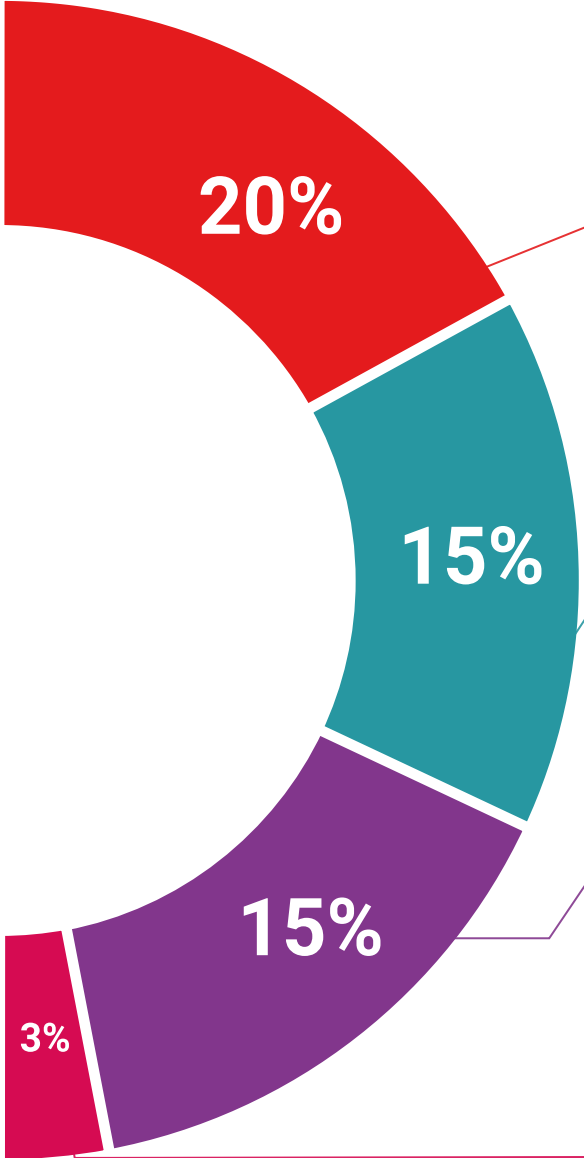
نتائج هذا النموذج الأكاديمي المبتكر يمكن ملاحظته في مستويات الرضا العام لخريجي TECH. تقييم الطلاب لجودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة وأهدافها ممتاز. وليس من قبيل الصدفة أن تصبح المؤسسة الجامعة الأعلى تقييماً من قبل طلابها وفقاً لمؤشر global score، حيث حصلت على 4.9 من 5.

يمكنك الوصول إلى محتويات الدراسة من أي جهاز متصل بالإنترنت (كمبيوتر، جهاز لوحي، هاتف ذكي) بفضل كون TECH على اطلاع بأحدث التطورات التكنولوجية والتربوية.

"التعلم من خبير" ستتمكن من التعلم مع مزايا الوصول إلى بيانات تعليمية محاكاة ونهج التعلم بالملاحظة، أي "التعلم من خبير".



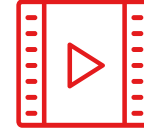
وهكذا، ستكون أفضل المواد التعليمية، المُعدّة بعناية فائقة، متاحة في هذا البرنامج:



#### المواد الدراسية

يتم خلق جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموًا حقًا.

يتم بعد ذلك تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق طريقتنا في العمل عبر الإنترنت، مع التقنيات الأكثر ابتكارًا التي تتيح لنا أن نقدم لك جودة عالية، في كل قطعة سنضعها في خدمتك.



#### التدريب العملي على المهارات والكفاءات

ستنفذ أنشطة لتطوير كفاءات ومهارات محددة في كل مجال من مجالات المواد الدراسية. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.



#### ملخصات تفاعلية

نقدم 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 من نوعه لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".



#### قراءات تكميلية

المقالات الحديثة والوثائق التوافقية والمبادئ التوجيهية الدولية... في مكتبة TECH الافتراضية، سيكون لديك وصول إلى كل ما تحتاجه لإكمال تدريبك.





#### دراسات الحالة (Case studies)

ستكمل مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة في المادة التي يتم توظيفها. حالات تم عرضها وتحليلها وتدريسها من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



#### الاختبار وإعادة الاختبار

نقوم بتقييم وإعادة تقييم معرفتك بشكل دوري طوال فترة البرنامج. نقوم بذلك على 3 من 4 مستويات من هرم ميلر.



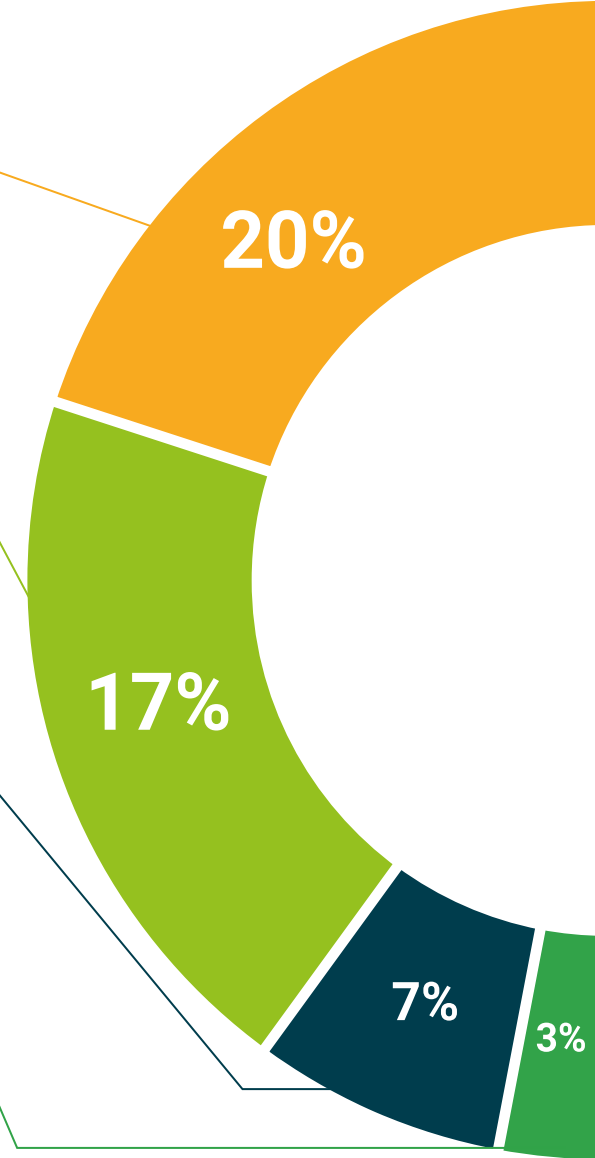
#### المحاضرات الرئيسية

هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن ما يسمى التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة ، ويولد الأمان في قراراتنا الصعبة في المستقبل.



#### إرشادات توجيهية سريعة للعمل

تقدم TECH المحتويات الأكثر صلة بالدورة التدريبية في شكل أوراق عمل أو إرشادات توجيهية سريعة للعمل. إنها طريقة موجزة وعملية وفعالة لمساعدة الطلاب على التقدم في تعلمهم.



# أعضاء هيئة التدريس

تقوم فلسفة TECH على توفير أكثر المؤهلات العلمية محدث اكتمال في الاستعراضات الأكاديمية. لهذا السبب، فإنها تقوم بعملية دقيقة لتشكيل هيئة التدريس الخاصة بها. نتيجة لذلك، يضم هذا الماجستير المتقدم مشاركة خبراء معترف بهم في مجال الشؤون المالية بهذه الطريقة، قاموا بإعداد مجموعة متنوعة من المحتويات التعليمية التي تتميز بجودتها العالية وتكيفها مع متطلبات سوق العمل الحالي. بالتالي، يتمتع الطلاب بالضمانات التي يطلبونها للوصول إلى تجربة غامرة توسيع آفاقهم المهنية بشكل كبير.



ستحصل على كل الدعم من الفريق التدريسي، المكون  
من متخصصين مرموقين في قطاع الشؤون المالية“





## المدير الدولي المستضاف

Erdi Karaca قائد بارز في تطوير المنتجات المصرفية والمالية متخصص في الاستراتيجيات الرقمية، البيانات، والذكاء الاصطناعي مع تركيزه على إنشاء حلول مبتكرة، ساهم في تقدم الخدمات المصرفية الرقمية وتنفيذ التقنيات الناشئة في القطاع المالي في الواقع، تشمل اهتماماته دمج الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء وتحسين العمليات المصرفية، بالإضافة إلى تصميم استراتيجيات للمنتجات المصرفية

على مدار مسيرته المهنية، شغل مناصب قيادية في مؤسسات عالمية مثل HSBC Kinetic حيث عمل كمدير للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وكمدير مشارك للخدمات المصرفية للأعمال. قاد فرقاً في تطوير HSBC Kinetic والخدمات المصرفية المتنقلة للأعمال في المملكة المتحدة. بالإضافة إلى ذلك، ركزت إدارتها على إنشاء منتجات رقمية مبتكرة، مثل حلول الدفع والبطاقات والقروض وأدوات الإدارة الشؤون المالية. كما شغل منصب رئيس قسم الخدمات المصرفية وما وراء الخدمات المصرفية، حيث أشرف على المشاريع التي حولت الخدمات المصرفية للشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال المنتجات الرقمية.

على الصعيد الدولي، اشتهر إردى كاراجا بقدرته على قيادة فرق العمل المعقدة وتطوير الاستراتيجيات التي قادت الابتكار في مجال الخدمات المصرفية الرقمية. بهذا الشكل، قاد برامج عالمية عززت الخدمات المصرفية الذكية ودمج التقنيات في أسواق متنوعة مدعومة ب وقد كان عمله أساسياً في تنفيذ حلول مصرفية ذكية الذكاء الاصطناعي وإدارة المنتجات المالية للعملاء التجاريين على المستوى العالمي. ذلك، ساهم في البحث حول العديد من المنتجات الخاصة بالقطاع المالي، حيث نشر مقالات حول تطبيق الذكاء الاصطناعي في الخدمات المصرفية، وقدم أعماله في مؤتمرات دولية



## أ. Karaca, Erdi

- ♦ مدير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في HSBC Kinetic، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ مدير مشارك للخدمات المصرفية للأعمال في HSBC Kinetic
- ♦ مسؤول عن الخدمات المصرفية وما وراء الخدمات المصرفية في HSBC Kinetic
- ♦ مدير البيانات الرئيسي (CDO) للخدمات المصرفية التجارية العالمية في HSBC Kinetic
- ♦ الابتكار، الإستراتيجية والابتكار في الخدمات المصرفية التجارية في NatWest Group
- ♦ مدير الإستراتيجية الرقمية وتطوير المنتجات في NatWest Group
- ♦ ماجستير في الأعمال من جامعة Oxford
- ♦ دورة في الذكاء الاصطناعي: التأثيرات على الاستراتيجية التجارية من معهد MIT Sloan للإدارة
- ♦ ماجستير في السياسة الدولية من جامعة Surrey
- ♦ بكالوريوس في العلوم الاجتماعية من الجامعة التقنية في Oxford

بفضل TECH ستتمكن من التعلم  
مع أفضل المحترفين في العالم"





## المديرة الدولية المستضافة

Loretta Napoleoni، اقتصادية معروفة ومؤلفة لكتب ناجحة (Terror g Maonomics, Rogue Economics Incorporated)، تركت بصمة كبيرة على الصعيد الدولي بفضل عملها المبتكر والرؤيوي بخبرة واسعة في تقديم المشورة للحكومات والمنظمات الدولية، تميزت بتركيزها على مجالات حاسمة مثل غسيل الأموال ومكافحة الإرهاب.

تتعمق أبحاث Napoleoni في موضوعات معقدة مثل الإرهاب، الاقتصاد والسياسة الخارجية، متناولة قضايا أساسية لمستقبل العالم. لم تقتصر إسهاماتها في وسائل الإعلام المطبوعة على الكتب فقط، بل نُشرت كتاباتها حول غسيل الأموال والاقتصاد في صحف مالية أوروبية مثل The Guardian، Le Monde، El País، كذلك، وبصفتها صوتًا محترمًا في وسائل الإعلام، تساهم كمعلقة منتظمة في قنوات مرموقة مثل BBC وCNN، Sky مما يوسع تأثيرها إلى ما هو أبعد من الكتابة

إضافة إلى مسيرتها الحافلة كمؤلفة ومحللة، تشارك معرفتها في الأوساط الأكاديمية من خلال تدريس دورات في مؤسسات مرموقة مثل كلية الأعمال Judge بجامعة كامبريدج. في الواقع، قدرتها على دمج خبرتها العملية مع فهمها النظري العميق جعلتها شخصية بارزة في فهم العوالم المتشابكة للإرهاب، الاقتصاد، والجيوسياسية

تتجاوز إسهامات نابوليني الأكاديمية والكتابة، حيث شاركت في السبعينيات بشكل نشط في الحركة النسوية وكانت شخصية بارزة في الساحة السياسية. علاوة على ذلك، فإن قدرتها على التنبؤ وتحليل الاتجاهات الاقتصادية استثنائية، حيث كانت من القلائل الذين توقعوا أزمة الائتمان والركود الاقتصادي، وقدمت المشورة للمؤسسات الشؤون المالية حول استراتيجيات التخفيف من آثارها. وبالمثل، بصفتها رئيسة لمجموعة مكافحة تمويل الإرهاب التابعة لنادي مدريد، تمكنت من جمع رؤساء الدول من جميع أنحاء العالم لوضع استراتيجية جديدة لمكافحة تمويل الشبكات الإرهابية.

تتميز خلفيتها الأكاديمية بحصولها على ماجستير في الفلسفة في العلاقات الدولية من كلية لندن للاقتصاد، وقد تعززت خبراتها من خلال العمل في بنوك ومنظمات دولية في أوروبا والولايات المتحدة، من بينها البنك الوطني المجري، بنك موسكو نارودني في المملكة المتحدة، منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة (FAO)، والبنك الأوروبي للإنشاء والتعمير (EBRD).

## أ. Napoleoni, Loretta

- ♦ شريكة مؤسسة في G-Risk وأستاذة في كلية Judge للأعمال بجامعة Cambridge، المملكة المتحدة
- ♦ رئيسة مجموعة مكافحة تمويل الإرهاب في نادي Madrid
- ♦ أستاذة في كلية Judge للأعمال بجامعة Cambridge
- ♦ مؤلفة الكتب الأكثر مبيعا (Terror Incorporatedg Maonomics, Rogue Economics)
- ♦ ماجستير في الفلسفة في العلاقات الدولية من كلية لندن للاقتصاد
- ♦ عضو في اللجنة العلمية لمؤسسة الأفكار للتقدم (Fundación IDEAS) المرتبطة بـ PSOE

تجربة التدريب فريدة من نوعها ومهمة  
وحاسمة لتعزيز تطور المهني"





## المديرة الدولية المستضافة

بخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق عالمية لاستقطاب المواهب، Jennifer Dove هي خبيرة في التوظيف و استراتيجية التكنولوجيا. على مدار تجربته المهنية، شغل مناصب إدارية في عدة منظمات تكنولوجية ضمن شركات من قائمة Fortune 50، مثل Comcast و NBCUniversal. قد مكّنها سجلها الحافل من التفوق في بيئات تنافسية وعالية النمو.

بصفتها نائب رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتتعاون مع قادة الأعمال ومسؤولي الموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. هي تهدف على وجه الخصوص إلى إنشاء فرق عمل متنوعة وشاملة وذات أداء عالٍ تدفع الابتكار والنمو في منتجات الشركة وخدماتها. بالإضافة إلى ذلك، فهي خبيرة في استخدام الأدوات اللازمة لجذب أفضل الأشخاص من جميع أنحاء العالم والاحتفاظ بهم. كما تتولى مسؤولية تعزيز علامة صاحب العمل التجارية والقيمة التي تقدمها Mastercard من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

أثبتت Jennifer Dove التزامها بالتطوير المهني المستمر، حيث شاركت بنشاط في شبكات المتخصصين في مجال الموارد البشرية وساهمت في توظيف العديد من الموظفين في شركات مختلفة. بعد حصولها على اجازة في الإعلام التنظيمي من جامعة Miami، شغلت مناصب عليا في مجال التوظيف في شركات في مجالات متنوعة.

من جهة أخرى، قد اشتهرت بقدرتها على قيادة التحولات التنظيمية، ودمج التكنولوجيا في عمليات التوظيف، وتطوير برامج القيادة التي تُعد المؤسسات للتحديات المقبلة. قد نجحت أيضاً في تنفيذ برامج العافية المهنية التي زادت بشكل كبير من رضا الموظفين والاحتفاظ بهم.

## أ. Jennifer Dove

- ♦ نائب الرئيس في استقطاب المواهب في Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة استقطاب المواهب في Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيسة قسم التوظيف في Comcast
- ♦ رئيسة قسم التوظيف في شركة Rite Hire Advisory الاستشارية
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، قسم المبيعات في شركة Ardor NY Real Estate
- ♦ مديرة التوظيف في Valerie August & Associates
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في شركة BNC
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في Vault
- ♦ بكالوريوس في الإعلام المؤسسي من جامعة Miami.



تضم TECH مجموعة متميزة ومتخصصة  
من المديرين الدوليين المستضافيين الذين  
يشغلون مناصب قيادية مهمة في أكثر  
الشركات تطوراً في السوق العالمية"



## المدير الدولي المستضاف

رائد تقني مع عقود من الخبرة في مجال التكنولوجيا في كبرى شركات التكنولوجيا متعددة الجنسيات، Rick Gauthier طور بشكل بارز في مجال الخدمات السحابية وتحسين العمليات من البداية إلى النهاية. قد تم الاعتراف به كقائد فريق ومدير فعال للغاية، حيث أظهر موهبة طبيعية لضمان مستوى عالٍ من المشاركة بين موظفيه.

هو موهوب بالفطرة في وضع الاستراتيجيات والابتكار التنفيذي، وتطوير أفكار جديدة ودعم نجاحه ببيانات عالية الجودة. قد أتاحت له خلفيته في أمازون إدارة ودمج خدمات تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالشركة في الولايات المتحدة. في مايكروسوفت، قاد فريقاً مكوناً من 104 أشخاص، وكان مسؤولاً عن توفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على مستوى الشركة ودعم أقسام هندسة المنتجات في جميع أنحاء الشركة.

أتاحت له هذه الخبرة أن يبرز كمدير عالي التأثير يتمتع بقدرات ملحوظة على زيادة الكفاءة والإنتاجية ورضا العملاء بشكل عام.

## أ. Rick Gauthier

- ♦ المدير الإقليمي لتكنولوجيا المعلومات في أمازون، سياتل، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير برنامج أول في شركة أمازون
- ♦ نائب رئيس شركة Wimmer Solutions
- ♦ مدير أول للخدمات الهندسية الإنتاجية في شركة مايكروسوفت
- ♦ حاصل على مؤهل علمي في الأمن السيبراني من جامعة Western Governors
- ♦ شهادة تقنية في الغوص التجاري من معهد Divers Institute of Technology
- ♦ مؤهل علمي في الدراسات البيئية من كلية ولاية إيفرغرين من The Evergreen State College



اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث  
التطورات في هذا الشأن لتطبيقها  
في ممارستك اليومية"

## المدير الدولي المستضاف



Romi Arman هو خبير دولي شهير يتمتع بخبرة تزيد عن عقدين من الزمن في مجال التحول الرقمي، والتسويق، والاستراتيجيات و الاستشارات. طوال مسيرته المهنية الطويلة، خاض العديد من المخاطر وكان مدافعاً دائماً عن الابتكار والتغيير في بيئة الأعمال. من خلال هذه الخبرة، عمل مع الرؤساء التنفيذيين ومؤسسات الشركات في جميع أنحاء العالم، ودفعهم إلى الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية. هكذا، قد ساعد شركات مثل Shell للطاقة على أن تصبح شركات رائدة حقيقية في السوق، مع التركيز على عملائها و العالم الرقمي.

إن الاستراتيجيات التي صممتها Arman لها تأثير كامن، حيث مكنت العديد من الشركات من تحسين تجارب المستهلكين والموظفين والمساهمين على حد سواء. نجاح هذا الخبير يمكن قياسه كمياً من خلال مقاييس ملموسة مثل CSAT، ومشاركة الموظفين في المؤسسات التي عمل فيها ونمو المؤشر المالي للأرباح قبل خصم الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء في كل منها.

كما قام أيضاً برعاية وقيادة فرق عالية الأداء حصلت على جوائز تقديراً لإمكاناتها التحولية. مع شركة Shell، بالتحديد، شرع المدير التنفيذي في التغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات من أجل ازالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم "إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" و إصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. بالتالي، فقد أظهرت جهوده أنه من أجل تحقيق النجاح المستدام، من الضروري البدء من احتياجات المستهلكين وإرساء أسس التحول في العمليات والبيانات والتكنولوجيا والثقافة.

من ناحية أخرى، يتميز المدير التنفيذي بإتقانه لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال، وهو موضوع يحمل فيه شهادة الدراسات العليا من كلية لندن للأعمال. في الوقت نفسه، اكتسب خبرة في مجال إنترنت الأشياء و Salesforce.



## أ. Arman, Romi

- ♦ مدير التحول الرقمي (CDO) في شركة Shell للطاقة، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ الرئيس العالمي للتجارة الإلكترونية وخدمة العملاء في شركة Shell للطاقة
- ♦ مدير الحسابات الرئيسية الوطنية (مدير الحسابات الرئيسية (مصنعي المعدات الأصلية وتجار التجزئة للسيارات) لشركة Shell في كوالالمبور، ماليزيا
- ♦ مستشار إداري أول (قطاع الخدمات المالية) لدى شركة Accenture من سنغافورة
- ♦ ليسانس في جامعة Leeds
- ♦ دراسات عليا في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال لكبار التنفيذيين كلية لندن للأعمال
- ♦ شهادة CCXP في تجربة العملاء الاحترافية
- ♦ محاضرة جامعية في التحول الرقمي للمديرين التنفيذيين في المعهد الدولي للتنمية الإدارية



هل ترغب في تحديث معرفتك بأعلى جودة تعليمية؟ تقدم لك TECH أحدث محتوى في السوق الأكاديمي، صممه خبراء أصيلون ذوو مكانة دولية مرموقة"



## المدير الدولي المستضاف

Manuel Arens هو خبير متمرس في إدارة البيانات وقائد فريق عمل على درجة عالية من الكفاءة. في الواقع، يشغل Arens منصب مدير المشتريات العالمية في قسم البنية التحتية التقنية ومركز البيانات في Google، حيث قضى معظم حياته المهنية. قد قدمت الشركة، التي يقع مقرها في Mountain View، حلولاً للتحديات التشغيلية التي تواجه عملاق التكنولوجيا، مثل تكامل البيانات الرئيسية، و تحديثات بيانات البائعين وتحديد أولويات بيانات البائعين. قاد تخطيط سلسلة التوريد في مركز البيانات وتقييم مخاطر الموردين، مما أدى إلى تحسينات في العمليات وإدارة سير العمل مما أدى إلى وفورات كبيرة في التكاليف.

مع أكثر من عشر سنوات من العمل في تقديم الحلول الرقمية والقيادة للشركات في مختلف الصناعات، يتمتع بخبرة واسعة في جميع جوانب تقديم الحلول الاستراتيجية، بما في ذلك التسويق، وتحليلات الوسائط، والقياس و الإسناد. في الواقع، حصل على العديد من الجوائز عن عمله، بما في ذلك جائزة الريادة في إدارة معلومات الأعمال، وجائزة الريادة في البحث، وجائزة برنامج توليد العملاء المحتملين للتصدير، وجائزة أفضل نموذج مبيعات في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا.

كما شغل Arens منصب مدير المبيعات في دبلن، أيرلندا. في هذا المنصب، قام ببناء فريق من 4 إلى 14 عضوًا في ثلاث سنوات وقاد فريق المبيعات لتحقيق النتائج والتعاون بشكل جيد مع بعضهم البعض ومع الفرق متعددة الوظائف. كما عمل أيضاً كمحلل أول للصناعة في هامبورغ بألمانيا، حيث قام بإعداد خطوط سير لأكثر من 150 عميلًا باستخدام أدوات داخلية وخارجية لدعم التحليل. طور وكتب تقارير متعمقة لإثبات إتيقان الموضوع، بما في ذلك فهم العوامل الاقتصادية الكلية والسياسية/التنظيمية التي تؤثر على تبني التكنولوجيا ونشرها.

كما قاد فريقاً في شركات مثل Eaton وإيرباص وسيمنز، حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. قد اشتهر بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة مع العملاء والعمل بسلاسة مع الأشخاص على جميع مستويات المؤسسة، بما في ذلك أصحاب المصلحة والإدارة وأعضاء الفريق والعملاء. لقد جعله نهجه القائم على البيانات وقدرته على تطوير حلول مبتكرة وقابلة للتطوير لتحديات الصناعة رائدًا بارزًا في مجاله.

## د. Arens, Manuel

- ♦ مدير المشتريات العالمية في جوجل، ماونتن فيو، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير أول، تحليلات وتقنية B2B، جوجل، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google، أيرلندا
- ♦ محلل أول في Google، ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google، أيرلندا
- ♦ حسابات الدفع في Eaton، المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في شركة إيرباص، ألمانيا



راهن على TECH! ستتمكن من الوصول إلى أفضل المواد التعليمية، في طليعة التكنولوجيا والتعليم، والتي ينفذها متخصصون مشهورون دوليًا في هذا المجال"



## المدير الدولي المستضاف

Andrea La Sala هو مدير تنفيذي في مجال التسويق كان لمشاريعه معنى مؤثر في بيئة الأزياء. طوال مسيرته المهنية الناجحة قام بتطوير مجموعة متنوعة من المهام المتعلقة بالمنتجات، والتسويق و الإعلانات. كل هذا مرتبط بعلامات تجارية مرموقة مثل Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein، وغيرها.

قد ارتبطت نتائج هذا المدير من أعلى المستويات الدولية بقدرته المثبتة على تجميع المعلومات في أطر عمل واضحة وتنفيذ إجراءات ملموسة تتماشى مع أهداف العمل المحددة. بالإضافة إلى ذلك، فهو معروف باستباقيته وقدرته على التكيف مع أعباء العمل سريعة الوتيرة. بالإضافة إلى ذلك، فهو يتمتع بوعي تجاري قوي ورؤية للسوق وشغف حقيقي بالمنتجات، رؤية للسوق وشغف حقيقي بالمنتجات.

كمدير عالمي للعلامات التجارية والتسويق في Giorgio Armani، أشرف على استراتيجيات تسويقية مختلفة للملابس و الإكسسوارات. كما ركزت تكتيكاتهم أيضاً على احتياجات وسلوكيات المستهلكين في مجال البيع بالتجزئة والمستهلكين. في هذا كان La Sala مسؤولاً أيضاً عن تشكيل تسويق المنتجات في الأسواق المختلفة، حيث عمل كقائد فريق في أقسام التصميم، والإعلامات و المبيعات.

من ناحية أخرى، في شركات مثل كالفن كلاين أو غروبو كوين، اضطلع بمشاريع لتعزيز هيكلية المجموعات المختلفة وتطويرها وتسويقها. كان مسؤولاً عن إنشاء تقاويم فعالة لـ كان مسؤولاً عن إنشاء تقويمات فعالة لحملات البيع والشراء.

كما كان مسؤولاً عن الشروط والتكاليف والعمليات ومواعيد التسليم للعمليات المختلفة. لعمليات مختلفة.

قد جعلت هذه الخبرات من Andrea La Sala أحد أفضل قادة الشركات وأكثرهم تأهيلاً في مجال الموضة والرفاهية. قدرة إدارية عالية تمكن من خلالها من تنفيذ التموضع الإيجابي للعلامات التجارية المختلفة بفعالية وإعادة تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية الخاصة بها. مؤشرات أداؤها الرئيسية (KPIs).

## أ. La Sala, Andrea

- ♦ المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق العالمي لعلامة Armani Exchange en Giorgio Armani, ميلانو، إيطاليا
- ♦ مدير التسويق في كالفن كلاين
- ♦ المسؤول عن ماركا في مجموعة Gruppo Coin
- ♦ مدير العلامة التجارية في دولتشي أند غابانا
- ♦ مدير العلامة التجارية في شركة Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ محلل السوق في Fastweb
- ♦ بكالوريوس في إدارة الأعمال والاقتصاد في جامعة ديغلي ستودي في جامعة degli Studi del Piemonte Orientale



ينتظرك أكثر المتخصصين الدوليين تأهيلاً وخبرة في TECH ليقدموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً ومبنيًا على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟"



## المدير الدولي المستضاف

Mick Gram مرادف للابتكار والتميز في مجال ذكاء الأعمال على المستوى الدولي. وترتبط مسيرته المهنية الناجحة بمناصب قيادية في شركات متعددة الجنسيات مثل وول مارت وريد بول. كما أنه معروف برؤيته في تحديد التقنيات الناشئة التي لها تأثير دائم على المدى الطويل على بيئة الشركات.

من ناحية أخرى، يُعتبر هذا المدير التنفيذي رائداً في استخدام تقنيات تصور البيانات التي تبسط المجموعات المعقدة وتجعلها في متناول الجميع وتسهّل عملية اتخاذ القرار. قد أصبحت هذه المهارة ركيزة ملفه المهني، مما جعله أحد الأصول المرغوبة لدى العديد من المؤسسات التي تراهن على جمع المعلومات وتوليد إجراءات ملموسة بناءً عليها.

كان من أبرز مشاريعه في السنوات الأخيرة منصة وول مارت داتا كافيه، وهي أكبر منصة من نوعها في العالم تركز على السحابة لتحليل البيانات الضخمة. شغل أيضاً منصب مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في شركة Red Bull، حيث غطى مجالات مثل المبيعات والتوزيع والتسويق وعمليات سلسلة التوريد. قد تم تكريم فريقه مؤخراً لابتكاراته المستمرة في استخدام واجهة برمجة التطبيقات الجديدة لـ Walmart Luminate الخاصة بالمتسوقين ورؤى القنوات.

فيما يتعلق بالتعليم، حصل المدير التنفيذي على العديد من شهادات الماجستير والدراسات العليا من مراكز مرموقة مثل جامعة بيركلي في الولايات المتحدة وجامعة كوبنهاجن في الدنمارك. اكتسب الخبر من خلال هذا التحديث المستمر مهارات متطورة. على هذا النحو، فقد أصبح يُنظر إليه على أنه قائد مولود للاقتصاد العالمي الجديد، الذي يتمحور حول السعي وراء البيانات وإمكانياتها اللانهائية.



ادرس في أفضل جامعة أونلاين في العالم حسب مجلة فوربس! ستتمكن في هذا الـ MBA هذا من الوصول إلى مكتبة واسعة من موارد الوسائط المتعددة التي طورها أساتذة مشهورون عالمياً

- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence والتحليلات في Red Bull، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مهندس حلول ذكاء الأعمال لمقهى بيانات وول مارت داتا كافييه
- ♦ مستشار مستقل لذكاء الأعمال وعلوم البيانات
- ♦ مدير ذكاء الأعمال في Capgemini
- ♦ كبير المحللين في نورديا
- ♦ مستشار أول لذكاء الأعمال في SAS
- ♦ Executive Education في مجال الذكاء الاصطناعي و Machine Learning في UC Berkeley College of Engineering
- ♦ Executive MBA في التجارة الإلكترونية في جامعة Copenhagen
- ♦ بكالوريوس وماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة كوبنهاغن



## المدير الدولي المستضاف

Scott Stevenson هو خبير متميز في قطاع التسويق الرقمي التسويق الرقمي ارتبط لأكثر من 19 عامًا بوحدة من أقوى الشركات في مجال الترفيه، وهي شركة، Warner Bros. Discovery. في هذا المنصب، لعب دوراً رئيسياً في الإشراف على الخدمات اللوجستية وسير العمل الإبداعي عبر مجموعة متنوعة من المنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل الإعلام الاجتماعي والبحث والعرض والوسائط الخطية.

كانت قيادة هذا المدير التنفيذي حاسمة في قيادة استراتيجيات الإنتاج الإعلامي المدفوع، مما أدى إلى تحسن ملحوظ في معدلات التحويل. في الوقت نفسه، تولى أدواراً أخرى، مثل مدير خدمات التسويق ومدير حركة المرور في نفس الشركة متعددة الجنسيات خلال فترة عمله.

كما شارك Stevenson في التوزيع العالمي لألعاب الفيديو وحملات الملكية الرقمية. حملات الملكية الرقمية. كما كان مسؤولاً عن تقديم الاستراتيجيات التشغيلية المتعلقة بتشكيل وإنجاز وتسليم المحتوى الصوتي والمرئي للإعلانات التلفزيونية والمقاطع الدعائية.

بالإضافة إلى ذلك، يحمل الخبير اجازة في الإعلانات السلوكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا والماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا، مما يدل على مهاراته في الإعلام و رواية القصص. بالإضافة إلى ذلك، شارك في كلية التطوير المهني بجامعة هارفارد في برامج متطورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال. بالتالي، فإن ملفه المهني يعتبر واحداً من أكثرها أهمية في مجال التسويق والإعلام الرقمي الحالي.



- ♦ مدير التسويق الرقمي في شركة Warner Bros. Discovery, بوربانك, الولايات المتحدة
- ♦ مدير حركة المرور في Warner Bros . Entertainment
- ♦ ماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ بكالوريوس في الاتصالات السلوكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا

بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع  
أفضل المحترفين في العالم"





## المديرة الدولية المستضافة

حازت Wendy Thole-Muir على جائزة "جوائز التسويق بالمحتوى الدولية" (International Content Marketing Awards) تقديراً لإبداعها وقيادتها وجودة محتواها الإعلامي. وهي مديرة اتصالات معروفة، ومتخصصة بشكل كبير في إدارة السمعة.

من هذا المنطلق، فقد طوّرت مسيرة مهنية راسخة لأكثر من عقدين من الزمن في هذا المجال، مما جعله يشكل جزءاً من كيانات مرجعية دولية مرموقة مثل شركة كوكا كولا. يتضمن الدور الإشراف على الاتصالات المؤسسية وإدارتها، بالإضافة إلى التحكم في الصورة المؤسسية. تشمل مساهماتها الرئيسية قيادة تنفيذ منصة Yammer للتفاعل الداخلي. بفضل هذا، زاد الموظفون من التزامهم بالعلامة التجارية وأنشأوا مجتمعاً قام بتحسين نقل المعلومات بشكل كبير.

من جهة أخرى، تولت إدارة الاتصال بشأن الاستثمارات الاستراتيجية للشركات في بلدان أفريقية مختلفة. قد أدارت حوارات حول استثمارات كبيرة في كينيا، مما يدل على التزام الكيانات بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد. فازت بدورها بالعديد من الجوائز لقدرتها على إدارة تصورات الشركات في جميع الأسواق التي تعمل فيها. بهذه الطريقة، فقد ضمنت أن تحتفظ الشركات بمكانة عالية وأن يربط المستهلكون بينها وبين الجودة العالية.

بالإضافة إلى ذلك، وانطلاقاً من التزامها الراسخ بالتميز، فقد شاركت بنشاط في مؤتمرات وندوات عالمية شهيرة بهدف مساعدة العاملين في مجال المعلومات على البقاء في طليعة التقنيات الأكثر تطوراً لتطوير خطط اتصال استراتيجية ناجحة. بذلك، ساعدت العديد من الخبراء على التنبؤ بالوضعيات الأزمات المؤسسية والتعامل مع الأحداث السلبية بفعالية.

## أ. Thole-Muir, Wendy

- ♦ مديرة الاتصالات الاستراتيجية والسمعة المؤسسية في شركة كوكا كولا، جنوب أفريقيا
- ♦ مسؤولة عن السمعة المؤسسية والاتصال في ABI في ساب ميلر (SABMiller) في لوفانيا (Lovania)، بلجيكا
- ♦ مستشارة الاتصالات في شركة ABI، بلجيكا
- ♦ مستشارة في مجال السمعة والاتصالات من Third Door في غوتنغ، جنوب أفريقيا
- ♦ ماجستير في الدراسات السلوكية الاجتماعية من جامعة جنوب أفريقيا.
- ♦ ماجستير في الفنون مع التخصص في علم الاجتماع وعلم النفس من جامعة جنوب إفريقيا
- ♦ بكالوريوس العلوم السياسية وعلم الاجتماع الصناعي من جامعة KwaZulu-Natal.
- ♦ بكالوريوس الآداب في علم النفس من جامعة جنوب أفريقيا

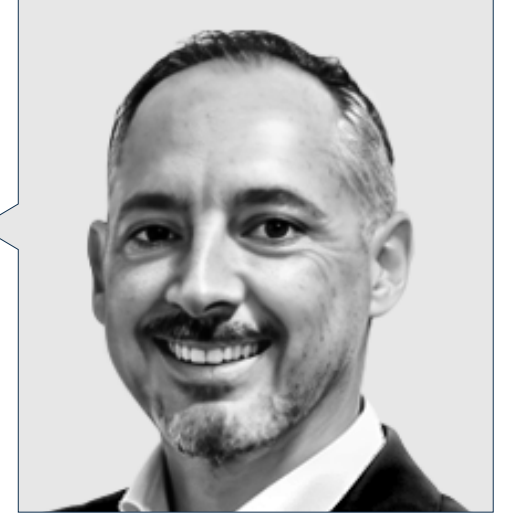


بفضل هذا المؤهل العلمي 100% عبر الإنترنت، ستتمكن من الجمع بين دراستك والتزاماتك اليومية، بمساعدة كبار الخبراء الدوليين في مجال اهتمامك. سجل الآن!

## هيكل الإدارة

### أ. Domingo Folgado, Javier

- ♦ مدير إدارة التطوير المؤسسي وعلاقات المستثمرين في شركة White Investing
- ♦ Founding Director لشركة Relianze
- ♦ رئيس قسم التحليل في Aznar Patrimonio.
- ♦ Founding Partner في Finance Business School
- ♦ رئيس قسم الخدمات المصرفية الخاصة في Degroof Petercam
- ♦ دكتوراه في الرياضيات المتقدمة المطبقة في الاقتصاد من جامعة الأمم المتحدة للتطوير الاقتصادي (UNED)
- ♦ متخرج في الاقتصاد والدراسات التجارية من جامعة Valencia.
- ♦ درجة الماجستير في إدارة المحافظ الاستثمارية من Institute of Advanced Finance





# المؤهل العلمي

يضمن الماجستير المتقدم في الشؤون المالية بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدثاً، الحصول على مؤهل الماجستير المتقدم الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية..



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية  
دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



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 الشؤون المالية  
طريقة الدراسة: عبر الإنترنت  
مدة الدراسة : 2 سنتين

تحتوي درجة الماجستير المتقدم في الشؤون المالية على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدثا 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 الشؤون المالية

التوزيع العام للخطة الدراسية

الطريقة	عدد الساعات	المادة	الدورة	الطريقة	عدد الساعات	المادة	الدورة
إعجازي	115	البنية الاقتصادية والسوق المالية	2*	إعجازي	120	البنية والأخذ والمسؤولية الاجتماعية للشركة	1*
إعجازي	115	إدارة المصرف	2*	إعجازي	120	التوجه الإستراتيجي والادارة التنفيذية	1*
إعجازي	115	البنوك والسوق المالية	2*	إعجازي	115	إدارة القرار وإدارة المخاطر	1*
إعجازي	115	التحليل المالي والتخطيط	2*	إعجازي	115	الإدارة التشغيلية والشؤون المالية	1*
إعجازي	115	المنتجات المالية ومنتجات التمويل المصرفية	2*	إعجازي	115	إدارة العمليات والتوصيات	1*
إعجازي	115	الاستثمار العقاري	2*	إعجازي	115	إدارة نظم المعلومات	1*
إعجازي	115	التسويق المالي	2*	إعجازي	115	الإدارة التجارية والتسويق وشركات الأعمال	1*
إعجازي	115	إعطاء وتحويل الشركات الناشئة	2*	إعجازي	115	إحداث التسويق والبيعان والإدارة التجارية	1*
إعجازي	115	البحث في مجال العلوم التكنولوجية	2*	إعجازي	115	التفكير وإدارة المشاريع	1*
إعجازي	115	تريوت البحث	2*	إعجازي	115	التخطيط (Management) الإداري	1*
إعجازي	115	الاعتماد المؤسسي	2*	إعجازي	115	التخطيط الاستراتيجي والادارة الإداري	1*
إعجازي	115	الامتدادات التجارية الدولية	2*	إعجازي	115	المنظور الشؤون المالية وتحويل الشركات	1*
إعجازي	115	التخصص الصناعي	2*	إعجازي	115	حقوق المشاريع الاستثمارية	1*

**tech** الجامعة التكنولوجية

*Tere Guevara*  
Tere Guevara Navarro / د. أ.  
رئيس الجامعة

**tech** الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج  
هذه الشهادة ممنوحة إلى  
ر  
المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....  
لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج  
ماجستير متقدم  
في  
**ماجستير متقدم في الشؤون المالية**  
وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة ل 3000 ساعة، مع تاريخ بدء يوم /شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة  
تلك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018  
في تاريخ 17 يونيو 2020

*Tere Guevara*  
Tere Guevara Navarro / د. أ.  
رئيس الجامعة

tech@unitec.edu.ve | AFWOR233 | tech@unitec.edu.ve/certificates | المؤهل العلمي الصادر عن الجامعة





## ماجستير متقدم الشؤون المالية

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 2 سنتين

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

# ماجستير متقدم الشؤون المالية