

# ماجستير متقدم تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير متقدم تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة

- « 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.techitute.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-technology-project-management-company](http://www.techitute.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-technology-project-management-company)

# الفهرس

03

خطة الدراسة

ص. 12

02

لماذا تدرس في STECH؟

ص. 8

01

تقديم البرنامج

ص. 4

06

منهجية الدراسة

ص. 48

05

الآفاق المهنية

ص. 44

04

أهداف التدريس

ص. 36

07

أعضاء هيئة التدريس

ص. 58

08

المؤهل العلمي

ص. 80

# تقديم البرنامج

لقد أعادت التحول الرقمي تعريف الطريقة التي تعمل بها المؤسسات، مما أدى إلى زيادة الاعتماد على المبادرات التكنولوجية لتحقيق أهدافها الاستراتيجية. في هذا الإطار، يمثل تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة تحديًا كبيرًا للمهنيين. حيث يجب أن يتمتعوا بمزيج من المهارات التقنية والقيادية، بالإضافة إلى فهم عميق للعمليات التجارية. انطلاقًا من هذه الفكرة، تقدم TECH الجامعة التكنولوجية برنامجًا جامعيًا مبتكرًا عبر الإنترنت يركز على هذا المجال، حيث يمنح المهنيين أحدث الاستراتيجيات لضمان نجاح مشاريعهم التكنولوجية واستدامة أعمالهم.

من خلال هذا البرنامج 100% عبر الإنترنت، ستتمكن  
من تسيير المشاريع التكنولوجية بشكل شامل،  
وضمن تحقيق الأهداف بكفاءة"



مع التطور السريع للتقنيات، يجب أن تكون الشركات قادرة على التكيف وتحويل عملياتها للبقاء في طليعة المنافسة. وفي هذا السياق، يعد تسيير المشاريع التكنولوجية أمرًا أساسيًا لضمان تنفيذ المبادرات التكنولوجية بفعالية، مع احترام المواعيد النهائية والميزانيات والأهداف التنظيمية. لذلك، من الضروري أن يكتسب المهنيون المهارات اللازمة لقيادة المشاريع التكنولوجية داخل المؤسسات، من خلال معالجة الجوانب الرئيسية مثل تسيير المخاطر، والابتكار، وتأثير التقنيات الناشئة على النتائج التجارية.

وفي هذا الإطار، تطلق الجامعة التكنولوجية برنامجًا متطورًا في تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة. وقد تم تصميم المنهج الدراسي من قبل خبراء مرموقين في هذا المجال، حيث يغطي مواضيع تتراوح بين أساسيات الإدارة التنفيذية أو تسيير الشؤون المالية، وصولاً إلى استخدام أحدث الأدوات التكنولوجية لزيادة دقة وجودة المبادرات. وبهذا الشكل، سيكون الخريجون قادرين على تسيير المشاريع التكنولوجية بشكل شامل، من التخطيط إلى التنفيذ، مع ضمان تحقيق الأهداف في الوقت المحدد وضمن الميزانية والجودة المطلوبة.

ولتعزيز جميع هذه المحتويات التعليمية، تعتمد TECH الجامعة التكنولوجية على منهجية Relearning المتطورة، والتي تقوم على التكرار التدريجي للمفاهيم الأساسية لضمان استيعابها بشكل صحيح. بالإضافة إلى ذلك، يوفر هذا المؤهل الجامعي للطلاب مجموعة متنوعة من الحالات العملية الواقعية، مما يمكنهم من التدريب في بيئات محاكاة، وتقريبهم من الواقع العملي عند التعامل مع حالات الطوارئ. وفي هذا السياق، لن يحتاج المتخصصون سوى إلى جهاز إلكتروني متصل بالإنترنت للوصول إلى الموارد التعليمية. علاوة على ذلك، سيقدم مدير زائر دولي صفوف رئيسية متقدمة مبتكرة، مما يمنح الطلاب مهارات متقدمة.

يحتوي هذا الماجستير المتقدم في تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وتحديثاً في السوق. أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل خبراء في تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة
- ♦ 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 العملية للأعمال
- ♦ دروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت



سيقدم مدير زائر دولي مرموق صفوف رئيسية متقدمة حصرية للتعمق في أحدث الاتجاهات في تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة"

مع نظام إعادة التعلم من TECH، لن تضطر إلى استثمار الكثير من ساعات الدراسة وستركز على المفاهيم الأكثر صلة بالموضوع.

ستتقن منهجيات Agile لتسيير المشاريع التكنولوجية بطريقة مرنة وقابلة للتكيف.

ستقوم بتطبيق معايير الجودة في جميع جوانب المبادرات، مما يضمن أن تفي المخرجات بتوقعات العميل والمتطلبات التقنية

يشمل طاقمه الأكاديمي محترفين من مجال تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة، الذين ينقلون في هذا البرنامج خبرتهم العملية، بالإضافة إلى متخصصين بارزين من جمعيات 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.

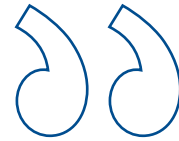
يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على المشكلات، والذي يجب على الطالب من خلاله محاولة حل الحالات المختلفة للممارسة المهنية التي تُطرح على مدار هذه الدورة الأكاديمية. للقيام بذلك، المهني سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

# لماذا تدرس في TECH؟

جامعة TECH هي أكبر جامعة رقمية في العالم. بفضل كتالوج المذهل الذي يضم أكثر من 14000 برنامج جامعي متاح بـ 11 لغة، تحتل موقع الريادة في قابلية التوظيف، مع معدل إدماج مهني يبلغ 99%. بالإضافة إلى ذلك، تضم هيئة تدريسية واسعة تضم أكثر من 6000 أستاذ من أعلى مستويات التقدير الدولي.



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



### أفضل جامعة عبر الإنترنت في العالم وفقاً لمجلة FORBES

أشادت مجلة فوربس المرموقة، المتخصصة في الأعمال والتمويل، بـ TECH ووصفتها بأنها «أفضل جامعة عبر الإنترنت في العالم». وقد أكدت ذلك مؤخرًا في مقال نُشر في نسختها الرقمية، حيث سلطت الضوء على نجاح هذه المؤسسة «بفضل عرضها الأكاديمي، واختيارها لفريقها التدريسي، ومنهجها التعليمي المبتكر الذي يهدف إلى تأهيل مهنيي المستقبل»

### أفضل هيئة تدريس دولية من النخبة

تضم هيئة التدريس في TECH أكثر من 000 أستاذ من أعلى مستويات التقدير الدولي. أساتذة وباحثون وكبار المديرين التنفيذيين من شركات متعددة الجنسيات، من بينهم Isaiah 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، وD.W. Pine، المدير الإبداعي لمجلة TIME، وغيرهم.

### أكبر جامعة رقمية في العالم

جامعة TECH أكبر جامعة رقمية في العالم. نحن أكبر نطاق تعليمية، بأفضل وأوسع قائمة برامج تعليمية رقمية، مائة في المئة عبر الإنترنت وتغطي الغالبية العظمى من شتى مجالات المعرفة. نحن نقدم أكبر عدد من المؤهلات العلمية الجامعية الخاصة والمعتمدة في الدراسات العليا عبر الإنترنت وكذلك في البكالوريوس الجامعي. أجمالاً، أكثر من 14000 مؤهل جامعي، بإحدى عشر لغة مختلفة، تجعلنا أكبر نطاق تعليمية في العالم.



### أسلوب تعليمي فريد

تعد TECH أول جامعة تطبق منهجية Relearning في جميع برامجها الأكاديمية. ويُعتبر هذا النهج أفضل أسلوب تعليمي عبر الإنترنت، حيث حصل على شهادات جودة أكاديمية دولية معتمدة من وكالات تعليمية مرموقة. علاوة على ذلك، يُكمل هذا النموذج الأكاديمي المتطور بـ "منهجية الحالة"، مما يشكل استراتيجية تعليمية رقمية فريدة من نوعها. كما تعتمد الجامعة موارد تعليمية مبتكرة تشمل مقاطع فيديو تفصيلية، وإنفوجرافيك، وملخصات تفاعلية.

### أكثر الخطط الدراسية شمولاً في المشهد الجامعي

توفر TECH أكثر الخطط الدراسية تكاملاً في المشهد الجامعي، مع مناهج تشمل المفاهيم الأساسية وأحدث التطورات العلمية في مجالاتها التخصصية. بالإضافة إلى ذلك، يتم تحديث هذه البرامج باستمرار لضمان تزويد الطلاب بأحدث المعارف الأكاديمية والمهارات المهنية الأكثر طلباً. وبذلك، تمنح شهادات الجامعة لخريجها ميزة كبيرة لدفع مسيرتهم المهنية نحو النجاح.

### الريادة في التوظيف

نجحت TECH في أن تصبح الجامعة الرائدة في توظيف الخريجين، حيث يحصل 99% من طلابها على وظيفة في مجالهم الأكاديمي خلال أقل من عام من التخرج. كما يتمكن عدد كبير منهم من تحسين مساهمهم المهني فور الانتهاء من برامجهم الدراسية. ويعود هذا النجاح إلى منهجية تعليمية تركز على اكتساب المهارات العملية، وهي عنصر أساسي لضمان التفوق المهني في سوق العمل.

99%

Garantía de máxima empleabilidad

4.9/5

★★★★★  
global score

### الجامعة الأعلى تصنيفاً على مستوى العالم قبل طلابها

حصلت TECH على لقب الجامعة الأعلى تقييماً عالمياً وفقاً لأبرز منصات التقييم، حيث حققت تصنيفاً متميزاً بلغ 4.9 من 5، بناءً على أكثر من 1,000 مراجعة. تعكس هذه النتائج مكانة TECH كمرجع أكاديمي دولي، مما يعزز جودة نموذجها التعليمي وأثره الإيجابي على طلابها.

### الجامعة الافتراضية الرسمية للرابطة الوطنية لكرة السلة NBA

جامعة TECH هي الجامعة الرسمية عبر الإنترنت للـ NBA وبفضل شراكتها مع أكبر دوري لكرة السلة في العالم، تقدم برامج جامعية حصرياً لطلابها، بالإضافة إلى مجموعة واسعة من الموارد التعليمية التي تركز على قطاع أعمال الرابطة ومجالات أخرى في صناعة الرياضة. كل برنامج مصمم بحتوى أكاديمي فريد، ويشمل محاضرات يقدمها متحدثون متميزون، وهم خبراء رياضيون بارزون يشاركون خبراتهم حول الموضوعات الأكثر أهمية.



Universidad  
online oficial  
de la NBA



Google Partner

PREMIER 2023

### Google Partner Premier

حصلت TECH على شارة Google Partner Premier المرموقة من عملاق التكنولوجيا الأمريكي. هذا التقدير، الذي لا تحصل عليه سوى 3% من الشركات في العالم، يبرز تجربة التعلم الفعالة والمرنة والمبتكرة التي توفرها الجامعة لطلابها. ولا يقتصر هذا الاعتراف على تأكيد أعلى معايير الجودة الأكاديمية، بل يعزز مكانة TECH كإحدى أبرز المؤسسات التكنولوجية في العالم.

# خطة الدراسة

من خلال هذا البرنامج الشامل، سيحصل المهنيون على معرفة متكاملة تتعلق بتسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة. سيتعمق المسار الأكاديمي في مجالات تشمل من أسس الإدارة التنفيذية أو التحكم الاقتصادي في المبادرات إلى تنفيذ منهجيات Agile مثل Lean لتحسين الكفاءة التشغيلية للمؤسسات بشكل كبير. وبهذا، سيكتسب الخريجون مهارات قيادية متقدمة لقيادة فرق عمل متعددة التخصصات والتغلب على أي تحدٍ تكنولوجي، مما يضمن النجاح المستدام للمؤسسات.



ستتعمق في أكثر المنهجيات تطورًا لضمان تميز المشاريع  
التكنولوجية بجودتها العالية"



## الوحدة 1. القيادة والأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية للشركات

- 1.1. العولمة والحوكمة
  - 1.1.1. الحوكمة والإدارة المؤسسية
  - 2.1.1. أسس الإدارة المؤسسية في الشركات
  - 3.1.1. دور مجلس الإدارة في إطار الإدارة المؤسسية
- 2.1. القيادة
  - 1.2.1. القيادة. النهج المفاهيمي
  - 2.2.1. القيادة في الشركات
  - 3.2.1. أهمية القائد في إدارة الأعمال
- 3.1. Cross cultural management
  - 1.3.1. مفهوم Cross Cultural Management
  - 2.3.1. مساهمات في معرفة الثقافات القومية
  - 3.3.1. إدارة التنوع
- 4.1. التنمية الإدارية والقيادة
  - 1.4.1. مفهوم التطوير الإداري
  - 2.4.1. مفهوم القيادة
  - 3.4.1. نظريات القيادة
  - 4.4.1. أساليب القيادة
  - 5.4.1. الذكاء في القيادة
  - 6.4.1. تحديات القائد اليوم
- 5.1. أخلاقيات العمل
  - 1.5.1. القيم والآداب
  - 2.5.1. أخلاقيات العمل
  - 3.5.1. القيادة والأخلاقيات في الشركة
- 6.1. الاستدامة
  - 1.6.1. الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة
  - 2.6.1. أجندة 2030
  - 3.6.1. الشركات المستدامة
- 7.1. المسؤولية الاجتماعية للشركة
  - 1.7.1. البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 2.7.1. تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة
  - 3.7.1. التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات

- 8.1. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة
  - 1.8.1. المسؤولية الاجتماعية للشركات المسؤولية الاجتماعية التشاركية
  - 2.8.1. القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة
  - 3.8.1. خطوات تنفيذ نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 4.8.1. أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات
- 9.1. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
  - 1.9.1. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
  - 2.9.1. الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي
  - 3.9.1. الآليات القانونية للشركات متعددة الجنسيات في مجال حقوق الإنسان
- 10.1. البيئة القانونية وحوكمة الشركات
  - 1.10.1. لوائح الاستيراد والتصدير الدولية
  - 2.10.1. الملكية الفكرية والصناعية
  - 3.10.1. قانون العمل الدولي

## الوحدة 2. التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية

- 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
- 2.2. استراتيجية الشركة
  - 1.2.2. استراتيجية الشركات التنافسية
  - 2.2.2. استراتيجيات النمو: أنواع
  - 3.2.2. الإطار المفاهيمي
- 3.2. التخطيط الاستراتيجي والمصاغة
  - 1.3.2. الإطار المفاهيمي
  - 2.3.2. عناصر التخطيط الاستراتيجي
  - 3.3.2. المصاغة الاستراتيجية: عملية التخطيط الاستراتيجي
- 4.2. التفكير الاستراتيجي
  - 1.4.2. الشركة كنظام
  - 2.4.2. مفهوم المنظمة

### الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- 1.3. السلوك التنظيمي
  - 1.1.3. السلوك التنظيمي. الإطار المفاهيمي
  - 2.1.3. العوامل الرئيسية للسلوك التنظيمي
- 2.3. الناس في المنظمات
  - 1.2.3. جودة الحياة العملية والرفاهية النفسية
  - 2.2.3. فرق العمل وإدارة الاجتماعات
  - 3.2.3. التدريب وإدارة الفريق
  - 4.2.3. إدارة المساواة والتنوع
- 3.3. الإدارة الاستراتيجية للأفراد
  - 1.3.3. الإدارة الاستراتيجية والموارد البشرية
  - 2.3.3. الإدارة الاستراتيجية للأفراد
- 4.3. تطور الموارد. رؤية متكاملة
  - 1.4.3. أهمية الموارد البشرية
  - 2.4.3. بيئة جديدة لإدارة وتوجيه الأفراد
  - 3.4.3. إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية
- 5.3. الاختيار والديناميكيات الجماعية واستقطاب الموارد البشرية
  - 1.5.3. منهج التوظيف والاختيار
  - 2.5.3. التوظيف
  - 3.5.3. عملية الاختيار
- 6.3. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات
  - 1.6.3. التحليل المحتمل
  - 2.6.3. سياسة المكافآت
  - 3.6.3. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي
- 7.3. تقييم الأداء وإدارة الأداء
  - 1.7.3. إدارة الأداء
  - 2.7.3. إدارة الأداء: عملية ونظام
- 8.3. تنظيم المعلومات
  - 1.8.3. نظريات التعلم
  - 2.8.3. الكشف عن المواهب والحفاظ عليها
  - 3.8.3. التلعيب وإدارة الموهبة
  - 4.8.3. التدريب والتقدم المهني

- 5.2. التشخيص المالي
  - 1.5.2. مفهوم التشخيص المالي
  - 2.5.2. مراحل التشخيص المالي
  - 3.5.2. طرق تقييم التشخيص المالي
- 6.2. التخطيط والاستراتيجية
  - 1.6.2. خطة إستراتيجية
  - 2.6.2. الموقع الاستراتيجي
  - 3.6.2. الإستراتيجية في الشركة
- 7.2. النماذج والأنماط الإستراتيجية
  - 1.7.2. الإطار المفاهيمي
  - 2.7.2. النماذج الاستراتيجية
  - 3.7.2. الأنماط الإستراتيجية: الخمس P للاستراتيجية
- 8.2. استراتيجية تنافسية
  - 1.8.2. الميزة التنافسية
  - 2.8.2. اختيار استراتيجية تنافسية
  - 3.8.2. الاستراتيجيات وفقا لنموذج الساعة الاستراتيجية
  - 4.8.2. أنواع الإستراتيجيات حسب دورة حياة القطاع الصناعي
- 9.2. الإدارة الاستراتيجية
  - 1.9.2. مفهوم الاستراتيجية
  - 2.9.2. عملية الإدارة الإستراتيجية
  - 3.9.2. مناهج الإدارة الإستراتيجية
- 10.2. تنفيذ الإستراتيجية
  - 1.10.2. نظم المؤشرات ونهج العملية
  - 2.10.2. الخريطة الإستراتيجية
  - 3.10.2. التوافق الاستراتيجي
  - 11.2. الإدارة التنفيذية (Management)
  - 1.11.2. الإطار المفاهيمي Management الإداري
  - 2.11.2. Management الإداري. دور مجلس الإدارة وأدوات تسيير الشركات
- 21.2. الاتصالات الاستراتيجية
  - 1.21.2. الاتصال بين الأفراد
  - 2.21.2. مهارات الإعلام والتأثير
  - 3.21.2. الاتصال الداخلي
  - 4.21.2. عوائق الاتصالات التجارية

- 9.3. إدارة الموهبة
  - 1.9.3. مفاتيح للإدارة الإيجابية
  - 2.9.3. الأصل المفاهيمي للموهبة وأثرها في الشركة
  - 3.9.3. خريطة المواهب في المنظمة
  - 4.9.3. التكلفة والقيمة المضافة
  - 10.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
    - 1.10.3. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية
    - 2.10.3. تحديد المواهب والتدريب والتطوير
    - 3.10.3. الولاء والاحتفاظ
    - 4.10.3. المبادرة والابتكار
  - 11.3. تحفيز
    - 1.11.3. طبيعة الدافع
    - 2.11.3. نظرية التوقعات
    - 3.11.3. نظريات الحاجات
    - 4.11.3. الدافع والتعويض العالي
  - 21.3. Employer Branding
    - 1.21.3. صاحب العلامة التجارية Employer branding في الموارد البشرية
    - 2.21.3. العلامة التجارية الشخصية Branding لمتخصصي الموارد البشرية
    - 13.3. تطوير فرق عالية الأداء
      - 1.13.3. فرق عالية الأداء: فرق تدار ذاتيا
      - 2.13.3. منهجيات إدارة الفرق الذاتية الإدارة عالية الأداء
    - 14.3. تطوير الكفاءة الإدارية
      - 1.14.3. ما هي الكفاءات الإدارية؟
      - 2.14.3. عناصر الكفاءات
      - 3.14.3. معرفة
      - 4.14.3. مهارات الإدارة
      - 5.14.3. المواقف والقيم لدى المديرين
      - 6.14.3. مهارات الإدارة
- 15.3. إدارة الوقت
  - 1.15.3. الفوائد
  - 2.15.3. ما هي الأسباب التي يمكن أن تكون أسباب سوء إدارة الوقت؟
  - 3.15.3. الوقت
  - 4.15.3. أوهام الزمن
  - 5.15.3. الانتباه والذاكرة
  - 6.15.3. الحالة الذهنية
  - 7.15.3. إدارة الوقت
  - 8.15.3. النشاط الاستباقي
  - 9.15.3. الوضوح بشأن الهدف
  - 10.15.3. ترتيب
  - 11.15.3. المخطط
  - 16.3. إدارة التغيير
    - 1.16.3. إدارة التغيير
    - 2.16.3. أنواع عملية إدارة التغيير
    - 3.16.3. فترات أو مراحل في إدارة التغيير
    - 17.3. التفاوض وإدارة النزاعات
      - 1.17.3. التفاوض
      - 2.17.3. إدارة النزاعات
      - 3.17.3. إدارة الأزمات
    - 18.3. الاتصالات الإدارية
      - 1.18.3. الاتصال الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية
      - 2.18.3. أقسام الاتصال
      - 3.18.3. مدير الإتصال في الشركة ملف تعريف مدير الاتصال
    - 19.3. تسيير الموارد البشرية والفرق المتخصصة في الوقاية من المخاطر المهنية
      - 1.19.3. تسيير الموارد البشرية والفرق
      - 2.19.3. الوقاية من المخاطر المهنية



- 3.4. المحاسبة الإدارية
  - 1.3.4. مفاهيم أساسية
  - 2.3.4. أصول الشركة
  - 3.3.4. التزامات الشركة
  - 4.3.4. التراث الصافي للشركة
  - 5.3.4. كشف الدخل
- 4.4. من المحاسبة العامة إلى محاسبة التكاليف
  - 1.4.4. عناصر حساب التكاليف
  - 2.4.4. المصاريف في المحاسبة العامة و محاسبة التكاليف
  - 3.4.4. تصنيف التكاليف
- 5.4. أنظمة المعلومات و Business Intelligence (ذكاء الأعمال)
  - 1.5.4. الأساسيات والتصنيف
  - 2.5.4. مراحل وطرق تقاسم التكلفة
  - 3.5.4. اختيار مركز التكلفة والتأثير
- 6.4. مراقبة الميزانية والإدارة
  - 1.6.4. نموذج الميزانية
  - 2.6.4. ميزانية رأس المال
  - 3.6.4. ميزانية التشغيل
  - 5.6.4. ميزانية الخزينة
  - 6.6.4. متابعة الميزانية
- 7.4. إدارة الخزينة
  - 1.7.4. رأس المال العامل المحاسبي ورأس المال العامل الضروري
  - 2.7.4. حساب الاحتياجات التشغيلية للأموال
  - 3.7.4. Credit management
- 8.4. المسؤولية المالية 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

- 20.3. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها
  - 1.20.3. الإنتاجية
  - 2.20.3. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها
- 21.3. التعويض المالي مقابل غير المالي
  - 1.21.3. التعويض المالي مقابل غير المالي
  - 2.21.3. نماذج نطاقات الأجر
  - 3.21.3. نماذج التعويض غير النقدي
  - 4.21.3. نماذج العمل
  - 5.21.3. مجتمع الشركات
  - 6.21.3. صورة الشركة
  - 7.21.3. راتب عاطفي
- 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
- 23.3. إدارة المعرفة والموهبة
  - 1.23.3. إدارة المعرفة والموهبة
  - 2.23.3. تنفيذ إدارة المعرفة
- 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

## الوحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

- 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
- 2.4. مالية الشركة
  - 1.2.4. مصادر التمويل
  - 2.2.4. أنواع تكاليف التمويل

- 15.4. أسواق النقد ورأس المال
  - 1.15.4. سوق النقد
  - 2.15.4. سوق الدخل الثابت
  - 3.15.4. سوق الدخل المتغير
  - 4.15.4. سوق صرف العملات الأجنبية
  - 5.15.4. سوق المشتقات
- 16.4. التحليل المالي والتخطيط
  - 1.16.4. تحليل الميزانية العمومية
  - 2.16.4. تحليل بيان الدخل
  - 3.16.4. تحليل المردودية
- 17.4. تحليل وحل الحالات/ المشاكل
  - 1.17.4. المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج (INDITEX S.A.)

## الوحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

- 1.5. إدارة وتسيير 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
- 2.5. التنظيم الصناعي واللوجستي
  - 1.2.5. قسم التنظيم الصناعي
  - 2.2.5. قسم الخدمات اللوجستية
- 3.5. هيكل الإنتاج وأنواعه ((MTS, MTO, ATO, ETO))
  - 1.3.5. نظام الإنتاج
  - 2.3.5. استراتيجية الإنتاج
  - 3.3.5. نظام إدارة المخزون
  - 4.3.5. مؤشرات الإنتاج
- 4.5. هيكل التوريد وأنواعه
  - 1.4.5. وظيفة التوريد
  - 2.4.5. إدارة التوريد
  - 3.4.5. أنواع المشتريات
  - 4.4.5. إدارة مشتريات الشركة بشكل فعال
  - 5.4.5. خطوات عملية اتخاذ قرار الشراء

- 9.4. أنظمة التحكم بالشركة
  - 1.9.4. تحليل القوائم المالية
  - 2.9.4. الميزانية العمومية للشركة
  - 3.9.4. حساب الأرباح والخسائر
  - 4.9.4. قائمة التدفقات النقدية
  - 5.9.4. تحليل النسب المالية
- 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
- 11.4. التخطيط المالي
  - 1.11.4. تعريف التخطيط المالي
  - 2.11.4. الإجراءات الواجب اتخاذها في التخطيط المالي
  - 3.11.4. إنشاء استراتيجية العمل ووضعها
  - 4.11.4. جدول Cash Flow
  - 5.11.4. الجدول الحالي
- 21.4. الإستراتيجية المالية للشركة
  - 1.21.4. الاستراتيجية المؤسسية ومصادر التمويل
  - 2.21.4. المنتجات المالية لتمويل الأعمال
- 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
- 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

- 21.5. ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية: مؤشر الأداء
  - 1.21.5. سلسلة لوجستية
  - 2.21.5. الربحية وكفاءة السلسلة اللوجستية
  - 3.21.5. المؤشرات الربحية وكفاءة السلسلة اللوجستية
- 13.5. تنظيم العمليات
  - 1.13.5. إدارة العمليات
  - 2.13.5. النهج القائم على العملية: خريطة العمليات
  - 3.13.5. تحسينات في إدارة العمليات
  - 14.5. التوزيع واللوجستيات للنقل
    - 1.14.5. التوزيع في سلسلة التوريد
    - 2.14.5. النقل والخدمات اللوجستية
    - 3.14.5. نظم المعلومات الجغرافية كدعم للخدمات اللوجستية
- 15.5. اللوجستية والعملاء
  - 1.15.5. تحليل الطلب
  - 2.15.5. توقعات الطلب والمبيعات
  - 3.15.5. تخطيط المبيعات والعمليات
  - 4.15.5. التخطيط التشاركي، التنبؤ وإعادة التوريد
- 16.5. الخدمات اللوجستية الدولية
  - 1.16.5. عمليات التصدير والاستيراد
  - 2.16.5. جمارك
  - 3.16.5. أشكال ووسائل الدفع الدولي
  - 4.16.5. المنصات اللوجستية الدولية
- 17.5. Outsourcing العمليات
  - 1.17.5. إدارة العمليات والاستعانة بمصادر خارجية Outsourcing
  - 2.17.5. تنفيذ الاستعانة بمصادر خارجية outsourcing في البيئات اللوجستية
- 18.5. القدرة التنافسية في العمليات
  - 1.18.5. إدارة العمليات
  - 2.18.5. القدرة التنافسية التشغيلية
  - 3.18.5. استراتيجية العمليات والمزايا التنافسية
- 19.5. إدارة الجودة
  - 1.19.5. العميل الداخلي والعميل الخارجي
  - 2.19.5. تكاليف الجودة
  - 3.19.5. التحسين المستمر وفلسفة Deming
- 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
  - 6.5. التحكم في عمليات المخازن
    - 1.6.5. مراقبة المخزون
    - 2.6.5. نظام الموقع
    - 3.6.5. تقنيات إدارة المخزون
    - 4.6.5. نظام التخزين
  - 7.5. إدارة المشتريات الإستراتيجية
    - 1.7.5. استراتيجية العمل
    - 2.7.5. التخطيط الاستراتيجي
    - 3.7.5. استراتيجية الشراء
  - 8.5. أنواع سلسلة التوريد
    - 1.8.5. سلسلة التوريد
    - 2.8.5. فوائد إدارة سلسلة التوريد
    - 3.8.5. إدارة الخدمات اللوجستية في سلسلة التوريد
  - 9.5. Supply Chain management
    - 1.9.5. مفهوم تسيير سلسلة التوريد
    - 2.9.5. تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات
    - 3.9.5. أنماط الطلب
    - 4.9.5. استراتيجية العمليات والتغيير
  - 10.5. تفاعلات أنماط سلسلة التوريد مع جميع المجالات
    - 1.10.5. تفاعل سلسلة التوريد
    - 2.10.5. تفاعل سلسلة التوريد: تكامل اجزاء
    - 3.10.5. مشاكل تكامل سلسلة التوريد
    - 4.10.5. سلسلة التوريد 0.4.
  - 11.5. التكاليف اللوجستية
    - 1.11.5. التكاليف اللوجستية
    - 2.11.5. مشاكل التكاليف اللوجستية
    - 3.11.5. تحسين التكاليف اللوجستية

## الوحدة 6. إدارة نظم المعلومات

- 1.6. البيئات التكنولوجية
    - 1.1.6. التكنولوجيا والعولمة
    - 2.1.6. البيئة الاقتصادية والتكنولوجيا
    - 3.1.6. البيئة التكنولوجية وتأثيرها على الشركات
  - 2.6. نظم وتكنولوجيات المعلومات في المؤسسات
    - 1.2.6. تطور نموذج تكنولوجيا المعلومات
    - 2.2.6. قسم التنظيم وتكنولوجيا المعلومات
    - 3.2.6. تكنولوجيا المعلومات والبيئة الاقتصادية
  - 3.6. الاستراتيجية المؤسسية والاستراتيجية التكنولوجية
    - 1.3.6. خلق القيمة للعملاء والمساهمين
    - 2.3.6. القرارات الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات/تكنولوجيا المعلومات
    - 3.3.6. استراتيجية الشركة مقابل التكنولوجيا والاستراتيجية الرقمية
  - 4.6. إدارة نظم المعلومات
    - 1.4.6. الحوكمة المؤسسية للتكنولوجيا وأنظمة المعلومات
    - 2.4.6. إدارة أنظمة المعلومات في الشركات
    - 3.4.6. المدبرون الخبراء في النظم والمعلومات: الأدوار والوظائف
  - 5.6. التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات
    - 1.5.6. أنظمة المعلومات والاستراتيجية المؤسسية
    - 2.5.6. التخطيط الاستراتيجي لأنظمة المعلومات
    - 3.5.6. مراحل التخطيط الاستراتيجي لأنظمة المعلومات
  - 6.6. نظم المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات
    - 1.6.6. Business intelligence
    - 2.6.6. Data Warehouse
    - 3.6.6. بطاقة التهديد المتوازن
  - 7.6. استكشاف المعلومات
    - 1.7.6. قواعد البيانات العلائقية. مفاهيم أساسية
    - 2.7.6. شبكات الاتصالات
    - 3.7.6. نظام التشغيل: نماذج البيانات الموحدة
    - 4.7.6. النظام الاستراتيجي: المعالجة التحليلية عبر الإنترنت والنموذج متعدد الأبعاد وdashboards البيانية
    - 5.7.6. التحليل الاستراتيجي لقواعد البيانات. وتكوين التقارير
- 8.6. ذكاء الأعمال التجارية الإمبريالية
    - 1.8.6. عالم البيانات
    - 2.8.6. المفاهيم ذات الصلة
    - 3.8.6. الميزات الرئيسية
    - 4.8.6. الحول في السوق الحالية
    - 5.8.6. بنية عالمية لحل ذكاء الأعمال
    - 6.8.6. الأمن السيبراني في ذكاء الأعمال وعلوم البيانات
    - 9.6. مفهوم الأعمال الجديد
      - 1.9.6. لماذا ذكاء الأعمال؟
      - 2.9.6. الحصول على المعلومات
      - 3.9.6. BI في مختلف أقسام الشركة
      - 4.9.6. أسباب الاستثمار في ذكاء الأعمال
      - 10.6. أدوات وحلول ذكاء الأعمال BI
        - 1.10.6. كيفية اختيار أفضل أداة؟
        - 2.10.6. Microsoft Power BI و Tableaug MicroStrategy
        - 3.10.6. SAP BI, SAS BI, Qlikview
        - 4.10.6. Prometheus
      - 11.6. تخطيط وإدارة مشروع BI
        - 1.11.6. الخطوات الأولى لتحديد مشروع ذكاء الأعمال
        - 2.11.6. حل ذكاء الأعمال للشركة
        - 3.11.6. أخذ المتطلبات والأهداف
      - 21.6. تطبيقات إدارة الشركات
        - 1.21.6. نظم المعلومات والإدارة المؤسسية
        - 2.21.6. تطبيقات لإدارة الشركات
        - 3.21.6. أنظمة تخطيط موارد المؤسسات Enterprise Resource Planning
    - 13.6. التحولات الرقمية
      - 1.13.6. الإطار المفاهيمي للتحويل الرقمي
      - 2.13.6. التحويل الرقمي؛ العناصر الرئيسية والفوائد والعيوب
      - 3.13.6. التحويل الرقمي في الشركات
    - 14.6. التقنيات والاتجاهات
      - 1.14.6. الاتجاهات الرئيسية في مجال التكنولوجيا التي تغير نماذج الأعمال
      - 2.14.6. تحليل التقنيات الناشئة الرئيسية

- 8.7. التسويق الرقمي لجذب العملاء والاحتفاظ بهم
- 1.8.7. استراتيجيات الولاء والمشاركة عبر الإنترنت
- 2.8.7. إدارة علاقات الزوار (Visitor Relationship Management)
- 3.8.7. فرط التجزئة
- 9.7. إدارة الحملات الرقمية
- 1.9.7. ما هي الحملة الإعلانية الرقمية؟
- 2.9.7. خطوات إطلاق حملة تسويق عبر الإنترنت
- 3.9.7. أخطاء في الحملات الإعلانية الرقمية
- 10.7. خطة التسويق عبر الإنترنت
- 1.10.7. ما هي خطة التسويق عبر الإنترنت؟
- 2.10.7. خطوات إنشاء خطة التسويق عبر الإنترنت
- 3.10.7. مميزات وجود خطة تسويق عبر الإنترنت
- 11.7. Blended marketing
- 1.11.7. ما هو Blended Marketing؟
- 2.11.7. الاختلافات بين التسويق عبر الإنترنت والغير متصل بالإنترنت
- 3.11.7. الجوانب التي يجب مراعاتها في استراتيجية التسويق المختلط Blended Marketing
- 4.11.7. خصائص استراتيجية التسويق المختلط Blended Marketing
- 5.11.7. التوصيات في التسويق المختلط Blended Marketing
- 6.11.7. فوائد التسويق المختلط Blended Marketing
- 21.7. استراتيجيات المبيعات
- 1.21.7. استراتيجيات المبيعات
- 2.21.7. طرق البيع
- 13.7. الاتصالات المؤسسية
- 1.13.7. المفهوم
- 2.13.7. أهمية الإعلام في المؤسسة
- 3.13.7. نوع الاتصال في المنظمة
- 4.13.7. وظائف الاتصال في المؤسسة
- 5.13.7. عناصر الاتصال
- 6.13.7. مشاكل الاتصال
- 7.13.7. سيناريوهات الاتصال
- 14.7. استراتيجية الاتصال المؤسسي
- 1.14.7. برامج التحفيز، العمل الاجتماعي، المشاركة والتدريب مع الموارد البشرية
- 2.14.7. أدوات الاتصال الداخلي والدعم
- 3.14.7. خطة الاتصال الداخلي

- 15.6. Outsourcing تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات
- 1.15.6. الإطار المفاهيمي للمصادر خارجية outsourcing
- 2.15.6. المصادر الخارجية (outsourcing) لتكنولوجيا المعلومات (TI) وتأثيرها على الأعمال
- 3.15.6. مفاتيح تنفيذ مشاريع الاستعانة بمصادر خارجية outsourcing لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات للشركات

## الوحدة 7. الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي والاتصال المؤسسي

- 1.7. الإدارة التجارية
- 1.1.7. الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية
- 2.1.7. استراتيجية الأعمال والتخطيط
- 3.1.7. دور المديرين التجاريين
- 2.7. التسويق Marketing
- 1.2.7. مفهوم التسويق
- 2.2.7. عناصر التسويق الأساسية
- 3.2.7. الأنشطة التسويقية للشركة
- 3.7. الإدارة الاستراتيجية للتسويق
- 1.3.7. مفهوم التسويق الاستراتيجي
- 2.3.7. مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق
- 3.3.7. مراحل عملية التخطيط الاستراتيجي للتسويق
- 4.7. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية
- 1.4.7. أهداف التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية
- 2.4.7. التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة
- 3.4.7. التجارة الإلكترونية. السياق العام
- 4.4.7. فئات التجارة الإلكترونية
- 5.4.7. مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية (E-Commerce) مقابل التجارة التقليدية
- 5.7. Managing digital business
- 1.5.7. استراتيجية تنافسية في مواجهة الرقمنة المتزايدة لوسائل الإعلام
- 2.5.7. تصميم وإنشاء خطة تسويق رقمي
- 3.5.7. تحليل ROI في خطة التسويق الرقمي
- 6.7. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية
- 1.6.7. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية
- 2.6.7. Branded Content & Storytelling
- 7.7. استراتيجية التسويق الرقمي
- 1.7.7. تحديد استراتيجية التسويق الرقمي
- 2.7.7. أدوات استراتيجية التسويق الرقمي

- 15.7. الاتصال والسمعة الرقمية
- 1.15.7. السمعة عبر الإنترنت
- 2.15.7. كيفية قياس السمعة الرقمية؟
- 3.15.7. أدوات السمعة عبر الإنترنت
- 4.15.7. تقرير السمعة عبر الإنترنت
- 5.15.7. Branding online

## الوحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

- 1.8. دراسة السوق
  - 1.1.8. أبحاث التسويق: الأصل التاريخي
  - 2.1.8. تحليل وتطور الإطار المفاهيمي لبحث الأسواق
  - 3.1.8. العناصر الأساسية والمساهمة القيمة لأبحاث السوق
- 2.8. طرق وتقنيات البحث الكمي
  - 1.2.8. حجم العينة
  - 2.2.8. أخذ العينات
  - 3.2.8. أنواع التقنيات الكمية
- 3.8. طرق وتقنيات البحث النوعي
  - 1.3.8. أنواع البحث النوعي
  - 2.3.8. تقنيات البحث النوعي
- 4.8. تجزئة الأسواق
  - 1.4.8. مفهوم تجزئة الأسواق
  - 2.4.8. فائدة ومتطلبات التجزئة
  - 3.4.8. تجزئة الأسواق الاستهلاكية
  - 4.4.8. تجزئة الأسواق الصناعية
  - 5.4.8. استراتيجية التجزئة
  - 6.4.8. التقسيم على أساس معايير المزيج التسويقي (Marketing-mix)
  - 7.4.8. منهجية تجزئة السوق
- 5.8. تسيير المشاريع البحثية
  - 1.5.8. بحوث الأسواق كعملية
  - 2.5.8. مراحل التخطيط في أبحاث السوق
  - 3.5.8. مراحل التنفيذ في أبحاث السوق
  - 4.5.8. إدارة مشروع بحثي



- 6.8 أبحاث الاسواق الدولية
- 1.6.8 أبحاث الاسواق الدولية
- 2.6.8 عملية البحث في الأسواق الدولية
- 3.6.8 أهمية المصادر الثانوية في بحوث الأسواق الدولية
- 7.8 دراسات جدوى
- 1.7.8 المفهوم والمنفعة
- 2.7.8 الخطوط العريضة لدراسة الجدوى
- 3.7.8 تطوير دراسة الجدوى
- 8.8 الدعاية
- 1.8.8 الخلفية التاريخية للإعلان
- 2.8.8 الإطار المفاهيمي للدعاية. المبادئ ومفهوم الإحاطة وتحديد المواقع
- 3.8.8 وكالات الإعلان والوكالات الإعلامية ومحترفو الإعلانات
- 4.8.8 أهمية الدعاية في الأعمال التجارية
- 5.8.8 اتجاهات وتحديات الدعاية
- 9.8 تطوير خطة التسويق
- 1.9.8 مفهوم خطة التسويق
- 2.9.8 تحليل وتشخيص الموقف
- 3.9.8 قرارات التسويق الإستراتيجي
- 4.9.8 قرارات عمليات التسويق
- 10.8 استراتيجيات الترويج والتسويق (Merchandising)
- 1.10.8 الاتصالات التسويقية المتكاملة
- 2.10.8 خطة الاتصال الإعلاني
- 3.10.8 ال تصميم التسويقي Merchandising كتقنية للاتصالات
- 11.8 التخطيط الإعلامي
- 1.11.8 نشأة وتطور التخطيط الإعلامي
- 2.11.8 وسائل الإتصال
- 3.11.8 خطة إعلامية
- 21.8 أساسيات إدارة الأعمال
- 1.21.8 دور الدائرة التجارية
- 2.21.8 أنظمة تحليل الوضع التنافسي التجاري للشركة/السوق
- 3.21.8 أنظمة التخطيط التجاري للشركة
- 4.21.8 الاستراتيجيات التنافسية الرئيسية



## الوحدة 9. الابتكار وتسيير المشاريع

- 1.9. الابتكار
  - 1.1.9. مقدمة للابتكار
  - 2.1.9. الابتكار في النظام البيئي للأعمال
  - 3.1.9. الأدوات لعملية الابتكار في الأعمال
- 2.9. استراتيجية الابتكار
  - 1.2.9. الذكاء الاستراتيجي والابتكار
  - 2.2.9. استراتيجية الابتكار
- 3.9. تسيير المشاريع للشركات الناشئة
  - 1.3.9. مفهوم startup
  - 2.3.9. فلسفة Lean Startup
  - 3.3.9. مراحل تطوير startup
  - 4.3.9. دور مدير المشروع في startup
- 4.9. التصميم والتحقق من صحة نموذج الأعمال
  - 1.4.9. الإطار المفاهيمي لنموذج الأعمال
  - 2.4.9. التصميم والتحقق من نموذج الأعمال
- 5.9. التوجيه وتسيير المشاريع
  - 1.5.9. توجيه المشروع وإدارته: تحديد الفرص لتطوير مشاريع الابتكار المؤسسي
  - 2.5.9. الخطوات أو المراحل الرئيسية في قيادة وإدارة المشاريع الابتكارية
- 6.9. إدارة التغيير في المشاريع: إدارة التدريب
  - 1.6.9. مفهوم تنظيم التغيير
  - 2.6.9. عملية تنظيم التغيير
  - 3.6.9. تنفيذ التغيير
- 7.9. إدارة اتصالات المشروع
  - 1.7.9. تنظيم اتصالات المشروع
  - 2.7.9. المفاهيم الرئيسية لتنظيم الاتصالات
  - 3.7.9. الاتجاهات الناشئة
  - 4.7.9. التكيف مع الفريق
  - 5.7.9. تخطيط تنظيم الاتصالات
  - 6.7.9. تنظيم الاتصالات
  - 7.7.9. مراقبة الاتصالات

- 13.8. المفاوضات التجارية
  - 1.13.8. المفاوضات التجارية
  - 2.13.8. القضايا النفسية للتفاوض
  - 3.13.8. طرق التفاوض الرئيسية
  - 4.13.8. عملية التفاوض
- 14.8. صنع القرار في إدارة الأعمال
  - 1.14.8. الإستراتيجية التجارية والإستراتيجية التنافسية
  - 2.14.8. نماذج صنع القرار
  - 3.14.8. التحليلات وأدوات اتخاذ القرار
  - 4.14.8. سلوك الإنسان في اتخاذ القرار
- 15.8. توجيه وإدارة شبكة المبيعات
  - 1.15.8. Sales Management. إدارة المبيعات
  - 2.15.8. الشبكات في خدمة النشاط التجاري
  - 3.15.8. سياسات اختيار البائعين وتدريبهم
  - 4.15.8. أنظمة المكافآت للشبكات التجارية الخاصة والخارجية
  - 5.15.8. إدارة العملية التجارية. التحكم والمساعدة في عمل مندوبي المبيعات بناءً على المعلومات
- 16.8. تنفيذ الوظيفة التجارية
  - 1.16.8. توظيف مندوبي المبيعات ووكلاء المبيعات الخاصة
  - 2.16.8. مراقبة النشاط التجاري
  - 3.16.8. الميثاق الأخلاقي للموظفين التجاريين
  - 4.16.8. الامتثال المعياري
  - 5.16.8. معايير السلوك التجاري المقبولة عمومًا
- 17.8. إدارة الحسابات الرئيسية
  - 1.17.8. مفهوم إدارة الحسابات الرئيسية
  - 2.17.8. Key Account Manager
  - 3.17.8. إستراتيجية إدارة الحسابات الرئيسية
- 18.8. إدارة المالية والميزانية
  - 1.18.8. عتبة الربحية
  - 2.18.8. موازنة المبيعات. مراقبة إدارة وخطة البيع السنوية
  - 3.18.8. الأثر المالي لقرارات العمل الاستراتيجية
  - 4.18.8. إدارة الدورة والتناوب والربحية والسيولة
  - 5.18.8. قوائم الدخل



- 5.10. أدوات. الاتصالات الشخصية والتنظيمية
- 1.5.10. الاتصال بين الأفراد
- 2.5.10. أدوات الاتصال بين الأفراد
- 3.5.10. الاتصال في المنظمات
- 4.5.10. الأدوات في المنظمة
- 6.10. الاتصال في حالات الأزمات
- 1.6.10. أزمات
- 2.6.10. مراحل الأزمات
- 3.6.10. الرسائل: المحتويات واللحظات
- 7.10. إعداد خطة للأزمات
- 1.7.10. تحليل المشاكل المحتملة
- 2.7.10. المخطط
- 3.7.10. تكيف الموظفين
- 8.10. الذكاء العاطفي
- 1.8.10. الذكاء العاطفي والتواصل
- 2.8.10. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
- 3.8.10. الثقة بالنفس والاتصال العاطفي
- 9.10. العلامات التجارية الشخصية
- 1.9.10. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية
- 2.9.10. قوانين العلامات التجارية الشخصية
- 3.9.10. أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية
- 10.10. القيادة وإدارة الفرق
- 1.10.10. القيادة وأساليب القيادة
- 2.10.10. قدرات القائد والتحديات
- 3.10.10. إدارة عملية التغيير
- 4.10.10. إدارة فرق متعددة الثقافات

- 8.9. منهجيات تقليدية ومبتكرة
- 1.8.9. منهجيات الابتكار
- 2.8.9. المبادئ الأساسية لبرنامج سكرم (تطوير البرمجيات)
- 3.8.9. الاختلافات بين الجوانب الرئيسية لـ Scrum والمنهجيات التقليدية
- 9.9. إنشاء شركة ناشئة startup
- 1.3.9. إنشاء شركة ناشئة startup
- 2.3.9. منظمة وثقافة
- 3.3.9. الأسباب العشرة الأولى لفشل الشركات الناشئة startups
- 4.3.9. الجوانب القانونية
- 10.9. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع
- 1.10.9. مخاطر الخطة
- 2.10.9. عناصر إنشاء خطة إدارة المخاطر
- 3.10.9. أدوات إنشاء خطة إدارة المخاطر
- 4.10.9. محتوى خطة إدارة المخاطر

## الوحدة 10. الإدارة التنفيذية (Management)

- 1.10. General Management
- 1.1.10. مفهوم إدارة العامة
- 2.1.10. عمل Manager General
- 3.1.10. المدير العام ومهامه
- 4.1.10. تحويل عمل الإدارة
- 2.10. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
- 1.2.10. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
- 3.10. إدارة العمليات
- 1.3.10. أهمية الإدارة
- 2.3.10. سلسلة القيمة
- 3.3.10. إدارة الجودة
- 4.10. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
- 1.4.10. الاتصال بين الأفراد
- 2.4.10. مهارات الإعلام والتأثير
- 3.4.10. حواجز الاتصال

## الوحدة 11. نطاق المشروع وجدوله الزمني

- 1.11. إدارة محفظة البرامج والمشاريع
- 2.11. إدارة نطاق المشروع
- 3.11. جمع المتطلبات وتحديد النطاق
- 4.11. تفكيك هدف المشروع إلى أنشطة
- 5.11. التحقق من صحة النطاق والتحكم فيه
- 6.11. التخطيط الاستراتيجي للوقت في تسيير المشاريع
- 7.11. دورة حياة المشروع
- 8.11. التخطيط الفعال للوقت والمواعيد النهائية
- 9.11. أدوات لتقدير المهام
- 10.11. تنفيذ ومراقبة الجدول الزمني

## الوحدة 21. الإدارة الاقتصادية للمشروع

- 1.21. خطة مالية
- 2.21. النموذج المالي
- 3.21. تحليل جدوى المشروع
- 4.21. إدارة حساسية المشروع
- 5.21. إدارة تكلفة المشروع
- 6.21. تقدير تكلفة المشروع
- 7.21. التحكم في تكاليف المشروع - EVM
- 8.21. التحليل الاقتصادي للقرارات
- 9.21. أدوات مس بروجكت
- 10.21. الأدوات والأنظمة الرقمية لتسيير المشاريع

## الوحدة 13. التعاقد وجودة المشروع

- 1.13. تخطيط المشتريات
- 2.13. تخطيط البحث عن الموردين
- 3.13. إدارة العلاقة مع الموردين
- 4.13. الجوانب القانونية للتعاقد
- 5.13. تنظيم وإدارة العقود
- 6.13. إدارة مبيعات المشروع
- 7.13. إدارة العجاف
- 8.13. تقنيات تحسين العملية
- 9.13. إدارة الجودة الشاملة والإدارة المتقدمة للمشاريع
- 10.13. أدوات Lean لتسيير المشاريع

## الوحدة 14. التنظيم والمشاريع المبتكرة

- 1.14. إدارة التغيير التنظيمي
- 2.14. الاتصال في المنظمات
- 3.14. التفكير الإبداعي: الابتكار
- 4.14. هندسة العمليات وهندسة المنتجات
- 5.14. الذكاء الاستراتيجي للابتكار
- 6.14. زيادة الأعمال والابتكار
- 7.14. إطلاق وتصنيع منتجات جديدة
- 8.14. أنظمة إدارة البحث والتطوير والابتكار
- 9.14. توجيه وإدارة مشاريع البحث والتطوير والابتكار
- 10.14. إدارة المشاريع للشركات الناشئة

## الوحدة 15. المنهجيات الرشيقية

- 1.15. مقدمة في المنهجيات الرشيقية
- 2.15. دورات الحياة التكرارية والتكيفية والتنبؤية والهجينة
- 3.15. مقدمة في Scrum
- 4.15. إدارة فريق رشيقية
- 5.15. أحداث Scrum
- 6.15. المصنوعات اليدوية في Scrum
- 7.15. التقدير والتخطيط الرشيق
- 8.15. المقاييس
- 9.15. الأدوات التعاونية
- 10.15. المرونة التنظيمية

## الوحدة 19. مقدمة في تصميم وتسيير المشاريع التكنولوجية وإدارة التكامل المشاريع التكنولوجية

- 1.19. مقدمة في تسيير المشاريع التكنولوجية
  - 1.1.19. دور مدير المشروع
  - 2.1.19. تعريف المشروع
  - 3.1.19. الهياكل التنظيمية
- 2.19. إدارة المشاريع وتسيير البرامج وتدبير المحافظ الاستثمارية
  - 1.2.19. المحافظ والبرامج والمشاريع
  - 2.2.19. الإدارة الاستراتيجية
- 3.19. اللوائح والممارسات الجيدة لإدارة المشاريع التكنولوجية
  - 1.3.19. 2 Prince
  - 2.3.19. PMP
  - 3.3.19. 2120:00125 ISO
- 4.19. تأثيرات المنظمة في تصميم وتوجيه المشاريع التكنولوجية
  - 1.4.19. العوامل البيئية للشركة
  - 2.4.19. أصول عمليات المنظمة
- 5.19. عمليات تسيير المشاريع التكنولوجية
  - 1.5.19. دورة حياة المشاريع التكنولوجية
  - 2.5.19. مجموعات العمليات
  - 3.5.19. ديناميات مجموعات العمليات
- 6.19. تطوير ميثاق المشاريع التكنولوجية
  - 1.6.19. تعريف ميثاق المشاريع التكنولوجية
  - 2.6.19. أدوات وتقنيات
- 7.19. وضع خطة تصميم وتسيير المشاريع التكنولوجية
  - 1.7.19. تعريف خطة تصميم وتسيير المشاريع التكنولوجية
  - 2.7.19. أدوات وتقنيات
- 8.19. إدارة المعرفة للمشاريع التكنولوجية
  - 1.8.19. أهمية إدارة المعرفة في المشاريع التكنولوجية
  - 2.8.19. أدوات وتقنيات
- 9.19. مراقبة عمل المشاريع التكنولوجية
  - 1.9.19. المراقبة والتحكم في العمل
  - 2.9.19. تقارير متابعة المشاريع التكنولوجية
  - 3.9.19. أدوات وتقنيات

## الوحدة 16. مكتب إدارة المشروع (PMO)

- 1.16. مقدمة في مكتب تسيير المشاريع
- 2.16. مهام مكتب تسيير المشاريع
- 3.16. تهيئة الظروف للتغيير. قيادة التغيير التنظيمي
- 4.16. رؤية واستراتيجية PMO
- 5.16. تصميم نموذج PMO
- 6.16. خطة الموارد PMO
- 7.16. تطبيق PMO
- 8.16. عمليات وأدوات مكتب تسيير المشاريع
- 9.16. ثقافة تسيير المشاريع وإدارة المعرفة في المنظمة
- 10.16. مكتب تسيير المشاريع مرن

## الوحدة 17. إدارة مخاطر المشروع

- 1.17. مقدمة في إدارة المخاطر
- 2.17. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع
- 3.17. تعريف المخاطر
- 4.17. التحليل النوعي للمخاطر
- 5.17. تحديد أولويات المخاطر
- 6.17. التحليل الكمي للمخاطر
- 7.17. تحليل السيناريو وخطط الاستجابة للمخاطر
- 8.17. تنفيذ استجابات المخاطر
- 9.17. رصد المخاطر ومراقبتها
- 10.17. الدروس المستفادة وإدارة المعرفة

## الوحدة 18. مقدمة عن تمويل المشروع

- 1.18. مقدمة في تمويل الشركات
- 2.18. البيانات المالية والتدفقات النقدية
- 3.18. القيمة الزمنية للنقود والتدفقات النقدية المخصومة
- 4.18. الدخل الثابت وتقييمه
- 5.18. الدخل المتغير وتقييمه
- 6.18. معايير التمويل الاستثماري الميزانية الرأسمالية
- 7.18. تحليل المشروع
- 8.18. المخاطر والعائد: تكلفة رأس المال
- 9.18. هيكل المسؤولية
- 10.18. الخزانة والتمويل الدولي

- 7.20. تعريف النطاق
- 1.7.20. بيان نطاق المشروع
- 2.7.20. أدوات وتقنيات
- 8.20. إنشاء هيكل تقسيم الأعمال
- 1.8.20. انهيار الهيكل العمل
- 2.8.20. أنواع انفصال الظهارة الصبغية (EDT).
- 3.8.20. Rolling Wave
- 2.8.20. أدوات وتقنيات
- 9.20. التحقق من النطاق
- 1.9.20. الجودة مقابل التحقق من الجودة
- 2.9.20. أدوات وتقنيات
- 10.20. السيطرة على المدى
- 1.10.20. بيانات ومعلومات تسيير المشاريع
- 2.10.20. أنواع تقارير الأداء الوظيفي
- 3.10.20. أدوات وتقنيات

## الوحدة 21. إدارة الوقت للمشاريع التكنولوجية

- 1.21. تقدير مدة مهام المشروع
- 1.1.21. التقدير بثلاث قيم
- 1.1.1.21. الأكثر احتمالا (tM)
- 2.1.1.21. متفائل (tO)
- 3.1.1.21. متشائم (tP)
- 2.1.21. التقدير المماثل
- 3.1.21. التقدير البارامتري
- 4.1.21. التقديرات التصاعدية
- 5.1.21. صناعة القرار
- 6.1.21. حكم الخبراء

- 10.19. التحكم المتكامل في التغيير في المشاريع التكنولوجية
- 1.10.19. أهداف وفوائد التحكم في التغيير في المشاريع
- 2.10.19. CCB (Change Control Board)
- 3.10.19. أدوات وتقنيات
- 11.19. تسليم وإغلاق المشاريع التكنولوجية
- 1.11.19. أهداف وفوائد إغلاق المشاريع
- 2.11.19. أدوات وتقنيات

## الوحدة 20. إدارة نطاق المشروع التكنولوجي

- 1.20. مقدمة لإدارة النطاق
- 1.1.20. نطاق المشروع
- 2.1.20. نطاق المنتج
- 2.20. أساسيات إدارة النطاق
- 1.2.20. مفاهيم أساسية
- 2.2.20. نطاق خط الأساس
- 3.20. فوائد إدارة النطاق
- 1.3.20. إدارة توقعات أصحاب المصلحة
- 2.3.20. Gold Plating و Scoop Creep
- 4.20. اعتبارات البيئات التكيفية
- 1.4.20. أنواع المشاريع التكيفية
- 2.4.20. تعريف النطاق في المشاريع التكيفية
- 5.20. تخطيط إدارة النطاق
- 1.5.20. خطة إدارة النطاق
- 2.5.20. خطة إدارة المتطلبات
- 3.5.20. أدوات وتقنيات
- 6.20. جمع المتطلبات
- 1.6.20. جمع المتطلبات والتفاوض عليها
- 2.6.20. أدوات وتقنيات

- 6.21. وضع الجدول الزمني
  - 1.6.21. جدولة تحليل الشبكة
  - 2.6.21. طريقة المسار الحرج
  - 3.6.21. تحسين الموارد
    - 1.3.6.21. تسوية الموارد
    - 2.3.6.21. استقرار الموارد
    - 4.6.21. التقدم والتأخير
    - 5.6.21. ضغط الجدول الزمني
      - 1.5.6.21. التكتيف
      - 2.5.6.21. التنفيذ السريع
      - 6.6.21. جدولة خط الأساس
      - 7.6.21. الجدول الزمني للمشروع
      - 8.6.21. بيانات الجدول الزمني
      - 9.6.21. تقويمات المشروع
- 7.21. أنواع العلاقات وأنواع التبعية فيما بين جميع أنشطة المشاريع
  - 1.7.21. التبعية الإلزامية
  - 2.7.21. التبعية التقديرية
    - 1.2.7.21. المنطق المفضل
    - 2.2.7.21. المنطق التفضيلي
    - 3.2.7.21. المنطق الناعم
    - 3.7.21. التبعية الخارجية
    - 4.7.21. التبعية الداخلية
- 8.21. برنامج Software إدارة الوقت في المشاريع التكنولوجية
  - 1.8.21. تحليل مختلف البرمجيات
  - 2.8.21. أنواع البرمجيات
  - 3.8.21. الميزات والتغطية
  - 4.8.21. المرافق والمزايا

- 2.21. تعريف الأنشطة وتقسيم أعمال المشروع
  - 1.2.21. التقسيم
  - 2.2.21. تحديد الأنشطة
  - 3.2.21. تفصيل أعمال المشروع
  - 4.2.21. سمات النشاط
  - 5.2.21. قائمة المعالم
    - 3.21. تسلسل الأنشطة
      - 1.3.21. قوائم النشاط
      - 2.3.21. سمات النشاط
      - 3.3.21. طريقة تخطيط المصدر
      - 4.3.21. تحديد وتكامل التبعية
      - 5.3.21. التقدم والتأخير
      - 6.3.21. مخطط الشبكة الجدول الزمني للمشروع
    - 4.21. تقدير موارد النشاط
      - 1.4.21. سجل الافتراضات
      - 2.4.21. قائمة الأنشطة
      - 3.4.21. سمات النشاط
      - 4.4.21. سجل الافتراضات
      - 5.4.21. سجل الدروس المستفادة
      - 6.4.21. مهام فريق المشروع
      - 7.4.21. هيكل تقسيم الموارد
    - 5.21. تقدير مدة الأنشطة
      - 1.5.21. قانون تناقص الغلة
      - 2.5.21. عدد الموارد
      - 3.5.21. التطورات التكنولوجية
      - 4.5.21. تحفيز الموظفين
      - 5.5.21. وثائق المشروع

- 5.22. تحديد الميزانية
- 1.5.22. معلومات مفيدة لإعداد ميزانية المشروع
- 2.5.22. أدوات وتقنيات إعداد موازنة التكلفة
- 3.5.22. نتائج إعداد ميزانية المشروع
- 6.22. توقعات التكاليف
- 1.6.22. بيانات ومعلومات إدارة التكاليف
- 2.6.22. أنواع تقارير أداء التكاليف
- 7.22. تقنية القيمة المكتسبة (EVM)
- 1.7.22. المتغيرات الأساسية ومتغيرات الحالة
- 2.7.22. التوقعات
- 3.7.22. التقنيات والممارسات الناشئة
- 8.22. تدفق صندوق المشاريع
- 1.8.22. أنواع التدفقات النقدية
- 2.8.22. تقدير صافي التدفقات النقدية المرتبطة بالمشروع
- 3.8.22. الخصم في التدفقات النقدية
- 4.8.22. تطبيق المخاطر على التدفقات النقدية
- 9.22. مراقبة التكاليف
- 1.9.22. أهداف ومنافع مراقبة التكاليف
- 2.9.22. أدوات وتقنيات

## الوحدة 23. إدارة الجودة المشاريع التكنولوجية

- 1.23. أهمية إدارة الجودة في المشاريع
- 2.1.23. المفاهيم الرئيسية
- 3.1.23. الفرق بين الجودة والدرجة
- 4.1.23. الدقة
- 5.1.23. الدقة
- 6.1.23. المقاييس

- 9.21. مراقبة الجدول الزمني
- 1.9.21. معلومات الأداء الوظيفي
- 2.9.21. جدولة التوقعات
- 3.9.21. تغيير الطلبات
- 4.9.21. تحديث لخطة إدارة الوقت
- 4.9.21. تحديثات وثيقة المشروع
- 10.21. إعادة حساب الأوقات
- 1.10.21. المسار الحرج
- 2.10.21. حساب الحد الأدنى والحد الأقصى للأوقات
- 3.10.21. فجوات المشروع
- 1.3.10.21. ما هو؟
- 2.3.10.21. كيفية استخدامها؟
- 4.10.21. الركود الكلي
- 5.10.21. الركود الحر

## الوحدة 22. إدارة تكاليف المشاريع التكنولوجية

- 1.22. ما هي خطة إدارة التكاليف؟
- 1.1.22. أدوات وتقنيات التخطيط
- 2.1.22. نتائج تخطيط التكلفة
- 2.22. تقدير التكاليف. أنواع التقديرات. تحليل الاحتمالي
- 1.2.22. معلومات مفيدة لتقدير التكلفة
- 2.2.22. أدوات وتقنيات تقدير التكلفة
- 3.2.22. نتائج إعداد موازنة التكلفة
- 3.22. أنواع تكاليف المشروع
- 1.3.22. التكاليف المباشرة وغير المباشرة
- 2.3.22. التكلفة الثابتة والتكلفة المتغيرة
- 4.22. تقييم المشاريع واختيارها
- 1.4.22. الأبعاد المالية للمشروع
- 2.4.22. صافي القيمة الحالية
- 3.4.22. معدل العائد الداخلي ونسبة الربحية الصافية
- 4.4.22. مدة الاسترداد أو الاسترداد payback

- 2.23 منظرو الجودة
- 1.2.23 Edwards Deming
- 1.1.2.23 رباعية شويهارت - ديمينج (Plan Do - Check- Act)
- 2.2.23 التحسين المستمر
- 3.2.23 Joseph Juran. مبدأ باريتو
- 1.3.2.23 نظرية الملاءمة للاستخدام
- 4.2.23 نظرية "إدارة الجودة الشاملة"
- 5.2.23 Kaoru Ishikawa (أشواك السمك)
- 6.2.23 Philip Crosby (تكلفة الجودة المنخفضة)
- 3.23 المعيارية: CUGBP Elav-like family member 00125
- 1.3.23 المقدمة
- 2.3.23 الخلفية والتاريخ
- 3.3.23 الأهداف والخصائص
- 4.3.23 مجموعة العمليات - مجموعة المواضيع
- 5.3.23 PMBok مقابل ISO 00125
- 6.3.23 مستقبل المعيار
- 4.23 الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة الجودة
- 1.4.23 الامتثال للسياسة والتدقيق
- 2.4.23 المعايير والامتثال التنظيمي
- 3.4.23 التحسين المستمر
- 4.4.23 مشاركة أصحاب المصلحة stakeholders
- 5.4.23 ذكريات الماضي المتكررة
- 6.4.23 المناظير اللاحقة
- 5.23 تخطيط إدارة الجودة
- 1.5.23 تحليل التكاليف والفوائد
- 2.5.23 تحليل مقررات المعايير المتعددة
- 3.5.23 تخطيط الاختبار والتفتيش
- 4.5.23 مخططات انسيابية
- 5.5.23 النموذج المنطقي للبيانات
- 6.5.23 مخطط المصفوفة
- 7.5.23 الرسوم البيانية العلاقة المتبادلة
- 6.23 تكاليف الامتثال وعدم الامتثال للجودة
- 1.6.23 تكاليف الامتثال
- 2.6.23 تكاليف عدم الامتثال أو عدم المطابقة
- 3.6.23 تكاليف الوقاية
- 4.6.23 تكاليف التقييم
- 5.6.23 الأعطال الداخلية
- 6.6.23 الأعطال الخارجية
- 7.6.23 التكلفة الهامشية للجودة
- 8.6.23 الجودة المثلى
- 7.23 إدارة الجودة
- 1.7.23 قوائم المراجعة
- 2.7.23 تحليل البدائل
- 3.7.23 تحليل الوثائق
- 4.7.23 تحليل العمليات
- 5.7.23 تحليل السبب الجذري
- 6.7.23 الرسوم البيانية سبب - تأثير
- 7.7.23 المدرج التكراري
- 8.7.23 رسوم بيانية مبعثرة
- 9.7.23 تصميم لx
- 10.7.23 أساليب تحسين الجودة
- 8.23 عمليات تدقيق الجودة
- 1.8.23 ما هو تدقيق الجودة الداخلي؟
- 2.8.23 أنواع مختلفة من عمليات التدقيق
- 3.8.23 أهداف التدقيق الداخلي
- 4.8.23 فوائد التدقيق الداخلي
- 5.8.23 الجهات المشاركة في التدقيق الداخلي
- 6.8.23 إجراءات التدقيق الداخلي

9.23. مراقبة الجودة

1.9.23. أوراق التحقق

2.9.23. أخذ العينات الإحصائية

3.9.23. الاستبيانات والمسوحات

4.9.23. استعراضات الأداء

5.9.23. الفحص

6.9.23. اختبار / تقييم المنتجات

7.9.23. المراجعات والدروس المستفادة

4.24. صلاحيات مختلفة لمدير المشروع

1.4.24. القوة والنفوذ

2.4.24. قوة المكافأة

3.4.24. قوة العقاب

4.4.24. قوة الخبير

5.4.24. القوة المرجعية

6.4.24. القوة الرسمية

7.4.24. تدريبات عملية لمعرفة كيفية استخدام الصلاحيات المختلفة لمدير المشروع

5.24. اكتساب فريق المشروع المثالي لمشروعنا

1.5.24. ما هو اقتناء المعدات؟

2.5.24. وسائل اقتناء المعدات

1.2.5.24. التوظيف

2.2.5.24. التعاقد الخارجي

3.5.24. صناعة القرار

1.3.5.24. التوفر

2.3.5.24. التكلفة

3.3.5.24. الخبرة

4.3.5.24. مهارات

5.3.5.24. معرفة

6.3.5.24. القدرات

7.3.5.24. السلوك

8.3.5.24. عوامل دولية

4.5.24. التخصيص المسبق

## الوحدة 24. إدارة الموارد المشاريع التكنولوجية

1.24. مسؤوليات ودور الموارد البشرية للمشروع

1.1.24. مدير المشروع

2.1.24. الراعي

3.1.24. المدير الوظيفي

4.1.24. مدير البرامج

5.1.24. مدير المحفظة

6.1.24. أعضاء الفريق

2.24. تسيير الموارد التكنولوجية

1.2.24. ما هي الموارد التكنولوجية؟

2.2.24. تهيئة

3.2.24. التثمين

4.2.24. الحماية

3.24. إدارة الموارد البشرية تخطيط وتقدير الموارد للأنشطة وتقديرها

1.3.24. خطة إدارة الموارد

1.1.3.24. شرح البيانات

2.1.3.24. نظرية المنظمة

2.3.24. المتطلبات من الموارد

3.3.24. أساس التقديرات

4.3.24. هيكل تقسيم الموارد

5.3.24. تحديثات لوثائق الموارد



- 5.8.24 تنفيذ وتدريب المقيمين
- 9.24 تقنيات إدارة النزاعات وحلها
- 1.9.24 ما هي نزاعات المشروع؟ الأنواع
- 2.9.24 التعاون وحل المشاكل (Collaborate/Problem Solve)
- 3.9.24 التسوية/التسوية (Compromise/ Reconcile)
- 4.9.24 السحب/التجنب (Withdraw/Avoid)
- 5.9.24 سلاسة/استيعاب (Smooth/Accommodate)
- 6.9.24 القوة/المباشرة (Dorce/Direct)
- 7.9.24 تمارين عملية لمعرفة متى تستخدم كل تقنية من تقنيات حل النزاعات
- 10.24 الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة موارد المشاريع التكنولوجية
- 1.10.24 طرق إدارة الموارد
- 2.10.24 الذكاء العاطفي
- 3.10.24 فرق منظمة ذاتيا
- 4.10.24 المعدات الافتراضية/المعدات الموزعة
- 5.10.24 اعتبارات التكيف
- 6.10.24 اعتبارات للبيئات الرشيقية / التكيف

## الوحدة 25. إدارة التواصل والأطراف المعنية (Stakeholders) بالمشاريع التكنولوجية

- 1.25. تخطيط إدارة التواصل
- 1.1.25 لماذا تعتبر خطة إدارة التواصل مهمة؟
- 2.1.25 مقدمة في إدارة التواصل
- 3.1.25 متطلبات التحليل والتواصل
- 4.1.25 أبعاد التواصل
- 4.1.25 التقنيات والأدوات

- 5.5.24 الفرق الافتراضية
- 6.24 تنمية المهارات الشخصية (المهارات اللينة أو Soft):
- 1.6.24 القيادة
- 2.6.24 تحفيز
- 3.6.24 الاتصال
- 4.6.24 التأثير
- 5.6.24 تيسير المجموعة
- 6.6.24 الإبداع
- 7.6.24 الذكاء العاطفي
- 8.6.24 صناعة القرار
- 7.24 تطوير فريق المشروع
- 1.7.24 التقديرات والمكافآت
- 2.1.7.24 المقدمات التي يجب توافرها لتطبيقه
- 3.1.7.24 إنشاء نظام الاعتراف والمكافأة
- 2.7.24 التدريب
- 3.7.24 الموقع المشترك (Tight-matrix)
- 4.7.24 تكنولوجيا الاتصالات
- 5.7.24 أنشطة بناء الفريق (Team Bulding)
- 8.24 إدارة فريق المشروع. تقييم الأداء وإدارة فريق المشروع
- 1.8.24 المخطط
- 2.8.24 أنواع التقييمات
- 1.2.8.24 التقييمات الشخصية. تقييمات 063 درجة
- 2.2.8.24 تقييمات الفريق
- 3.8.24 تعريف المتغيرات
- 4.8.24 تصميم نظام تقييم الأداء

- 7.25. تخطيط إدارة أصحاب المصلحة (أصحاب المصلحة)
- 1.7.25. استراتيجيات الإدارة المناسبة
- 2.7.25. أدوات وتقنيات
- 8.25. إدارة التواصل والأطراف المهتمة (أصحاب المصلحة). استراتيجية الإدارة
- 1.8.25. طرق زيادة الدعم وتقليل المقاومة
- 2.8.25. أدوات وتقنيات
- 9.25. مراقبة مشاركة الأطراف المعنية (أصحاب المصلحة)
- 1.9.25. تقرير أداء أصحاب المصلحة
- 2.9.25. أدوات وتقنيات

## الوحدة 26. إدارة عمليات الاستحواذ على المشاريع التكنولوجية

- 1.26. مقدمة في إدارة المشتريات
- 1.1.26. تعريف العقد
- 2.1.26. الإطار القانوني لعمليات الاستحواذ
- 2.26. مفاهيم أساسية
- 1.2.26. تعريف العقد
- 2.2.26. مدير المشروع والعقد
- 3.2.26. الأنشطة الرئيسية
- 4.2.26. التعاقد المركزي واللامركزي
- 3.26. إدارة المشتريات: الفوائد
- 1.3.26. تعريف استراتيجية المشتريات
- 2.3.26. أنواع الاستراتيجيات
- 4.26. عمليات الاستحواذ في البيئات التكميلية
- 5.26. أنواع العقود
- 1.5.26. عقود ذات أسعار ثابتة
- 2.5.26. عقود التكلفة القابلة للسداد
- 3.5.26. عقود الوقت والمواد
- 6.26. وثائق المشتريات
- 1.6.26. أنواع الوثائق في إطار عملية الاستحواذ
- 2.6.26. تدفقات الوثيقة في إدارة المشتريات

- 2.25. مهارات التواصل
- 1.2.25. الانبعاث الواعي
- 2.2.25. الاستماع النشط
- 3.2.25. التقمص الوجداني
- 4.2.25. تجنب الإيماءات السيئة
- 5.2.25. القراءة والكتابة
- 6.2.25. الاحترام
- 7.2.25. الإقناع
- 8.2.25. المصادقية
- 3.25. التواصل الفعال والكفؤ وأنواعه
- 1.3.25. التعريف
- 2.3.25. التواصل الفعال
- 3.3.25. التواصل الفعال
- 4.3.25. التواصل الرسمي
- 5.3.25. التواصل غير الرسمي
- 6.3.25. الاتصال الكتابي
- 7.3.25. التواصل اللفظي
- 8.3.25. تدريبات عملية على استخدام أنواع التواصل في المشروع
- 4.25. إدارة ومراقبة التواصل
- 1.4.25. إدارة التواصل المشروع
- 2.4.25. نماذج التواصل
- 3.4.25. طرق التواصل
- 4.4.25. قنوات التواصل الخاصة بالمشروع
- 5.25. الاتجاهات والممارسات الناشئة في مجال التواصل
- 1.5.25. تقييم أساليب التواصل
- 2.5.25. الوعي السياسي
- 3.5.25. الوعي الثقافي
- 4.5.25. تكنولوجيا التواصل
- 6.25. تحديد أصحاب المصلحة وتحليلهم (أصحاب المصلحة)
- 1.6.25. لماذا من المهم إدارة أصحاب المصلحة stakeholders?
- 2.6.25. تحليل وتسجيل أصحاب المصلحة
- 3.6.25. مصالح أصحاب المصلحة واهتماماتهم stakeholders
- 4.6.25. اعتبارات البيانات الرشيقة والمتكيفة

- 4.27. اختبار شهادة PMP® أو CAPM®
  - 1.4.27. كيف يكون اختبار المؤهل العلمي PMP® أو CAPM®؟
  - 2.4.27. عدد الأسئلة المسجلة وغير المسجلة
  - 3.4.27. مدة الامتحان
  - 4.4.27. عتبة النجاح
  - 5.4.27. عدد الأسئلة لكل مجموعة عملية
  - 6.4.27. منهجية التقييم
  - 5.27. منهجيات بسيطة
    - 1.5.27. AGILE
    - 2.5.27. SCRUM
    - 3.5.27. Kanban
    - 4.5.27. Lean
  - 5.5.27. المقارنة مع المؤهلات العلمية PMI®
  - 6.27. تطوير البرمجيات في منهجيات رشيقة
    - 1.6.27. تحليل برامج السوق المختلفة
    - 2.6.27. المزايا والفوائد
  - 7.27. مزايا وقيود تنفيذ منهجيات رشيقة في مشاريعك التكنولوجية
    - 1.7.27. المزايا
    - 2.7.27. القيود
  - 3.7.27. منهجيات مرنة مقابل الأدوات التقليدية
  - 8.27. مدونة الأخلاق في إدارة مشاريعك
    - 1.8.27. المسؤولية
    - 2.8.27. الاحترام
    - 3.8.27. الحياد

- 7.26. التفاوض مع الموردين
  - 1.7.26. أهداف التفاوض مع الموردين
  - 2.7.26. تقنيات التفاوض مع الموردين
- 8.26. تخطيط إدارة المشتريات
  - 1.8.26. خطة إدارة الاستحواذ
  - 2.8.26. أدوات وتقنيات
  - 9.26. إجراء عمليات الشراء
    - 1.9.26. بحث واختيار وتقييم العروض
    - 2.9.26. أدوات وتقنيات
    - 3.9.26. عرض مصفوفة الترتيب
  - 10.26. رصد ومراقبة عمليات الاستحواذ
    - 1.10.26. نقاط رصد ومراقبة الاحتياز وفقا لنوع العقد
    - 2.10.26. أدوات وتقنيات

## الوحدة 27. شهادة PMP® أو CAPM® والرمز الأخلاقي. الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة وقيادة المشاريع التكنولوجية

- 1.27. ما هو PMP®, CAPM® و PMI®؟
  - 1.1.27. ما هي شهادة PMP®
  - 2.1.27. CAPM®
  - 3.1.27. PMI®
  - 4.1.27. PMBok
- 2.27. مزايا وفوائد الحصول على شهادات PMP® و CAPM®
  - 1.2.27. التقنيات والحيل لاجتياز اختبار المؤهل العلمي PMP® و CAPM® من المحاولة الأولى
  - 2.2.27. PMI-ismos
- 3.27. تقرير الخبرة المهنية إلى PMI® (معهد تصميم وتسيير المشاريع التكنولوجية)
  - 1.3.27. سجل كعضو في PMI®
  - 2.3.27. متطلبات الوصول لامتحان المؤهل العلمي PMP® و CAPM®
  - 3.3.27. تحليل الخبرة المهنية للطلاب
  - 4.3.27. نموذج مساعدة لتقرير الخبرة المهنية للطلاب
  - 5.3.27. تقرير الخبرة عن برنامج PMI®

# أهداف التدريس

من خلال هذا البرنامج الحضري من TECH، سيحصل الخبراء على فهم راسخ حول تسيير المشاريع التكنولوجية في المؤسسة. كما سيكتسبون أيضاً مجموعة واسعة من المهارات اللازمة لإعداد المقترحات، بدءاً من تصورها وحتى عملية تنفيذها. بهذه الطريقة، سيحصل المهنيون على الموارد التي يحتاجونها لتحقيق ففزة في مساهم المهني والانتقال به إلى المستوى التالي.



ستتحكم بشكل مثالي في ميزانية  
المبادرات، مما يضمن الاستخدام الفعّال  
للموارد المالية المتاحة"



## الأهداف العامة



- التعرف على أحدث الاتجاهات في إدارة الأعمال مع مراعاة البيئة العالمية التي تحكم معايير الإدارة العليا
- تطوير المهارات القيادية الرئيسية التي ينبغي أن تحدد المهنيين العاملين
- تطوير استراتيجيات لتنفيذ عملية صنع القرار في بيئة معقدة وغير مستقرة
- التشجيع على وضع استراتيجيات مؤسسية تحدد السيناريو الذي يجب على الشركة اتباعه لكي تصبح أكثر تنافسية وتحقق أهدافها الخاصة
- العمل بطريقة أكثر فعالية ومرنة وأكثر توافقاً مع التقنيات الجديدة والأدوات الحالية
- تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة لتحسين الإدارة وكفاءة الأعمال
- اكتساب مهارات التواصل اللازمة لقيادة الأعمال لإيصال رسالتهم وفهمها من قبل أفراد مجتمعهم
- توضيح البيئة الاقتصادية التي تعمل فيها الشركة وتطوير الاستراتيجيات المناسبة لتوقع التغييرات
- تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مختلف مجالات الشركة
- تنفيذ استراتيجية التسويق marketing التي تسمح بجعل المنتج معروفاً للعملاء المحتملين وتكوين صورة مناسبة للشركة
- وضع المبادئ التوجيهية المناسبة لتكيف الشركة مع المجتمع المتغير
- اقتراح نموذج عمل ديناميكي يدعم نموه في الموارد غير الملموسة
- لزيادة قابلية توظيف المهنيين الذين يدرسون الماجستير هذا
- تحسين مستوى الراتب الذي يتقاضاه المحترفون عندما يتعلق الأمر بالحصول على هذه الشهادة
- تعلم كيفية إدارة الأعمال والعمل والأشخاص في بيئات الغموض العالية
- معرفة كيفية العمل بشكل أكثر فعالية ومرونة ومواءمة مع التقنيات والأدوات الجديدة
- التعرف على الجوانب القانونية الرئيسية عند كتابة عقد مشروع
- التعرف على أفضل الممارسات للتأكد من أن الفريق ليس مشاركاً فحسب بل ملتزماً بنفسه
- فهم أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات كجزء أساسي من أي مشروع
- معرفة كيفية ترتيب الأولويات وتأخير المشاريع والأفكار داخل المنظمة

## الأهداف المحددة



### الوحدة 1. القيادة والأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية للشركات

- تطوير مهارات القيادة الأخلاقية التي تدمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية والاستدامة في استراتيجية الشركة
- اتخاذ قرارات تعزز الرفاه الاجتماعي، واحترام البيئة، وخلق قيمة طويلة الأجل لجميع الأطراف المعنية

### الوحدة 2. الإدارة الاستراتيجية والإدارة التنفيذية

- تزويد المشاركين بالمهارات اللازمة لصياغة وتنفيذ استراتيجيات الأعمال التي تضمن النمو المستدام والقدرة التنافسية في الأسواق الديناميكية
- اكتساب الكفاءات في إدارة الفرق التنفيذية، وقيادة تحول المؤسسة للتكيف مع تحديات البيئة العالمية

### الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- توفير الأدوات اللازمة لإدارة المواهب البشرية، بدءًا من استقطاب أفضل الكفاءات وحتى الاحتفاظ بها
- تصميم استراتيجيات الموارد البشرية التي تتماشى مع الأهداف الاستراتيجية للشركة

### الوحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

- التعمق في اتخاذ القرارات المالية الاستراتيجية لتعظيم الربحية وتقليل المخاطر في الشركة
- تطوير المهارات في التخطيط المالي، ومراقبة الميزانيات، وإدارة الاستثمارات على المستوى المؤسسي

### الوحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

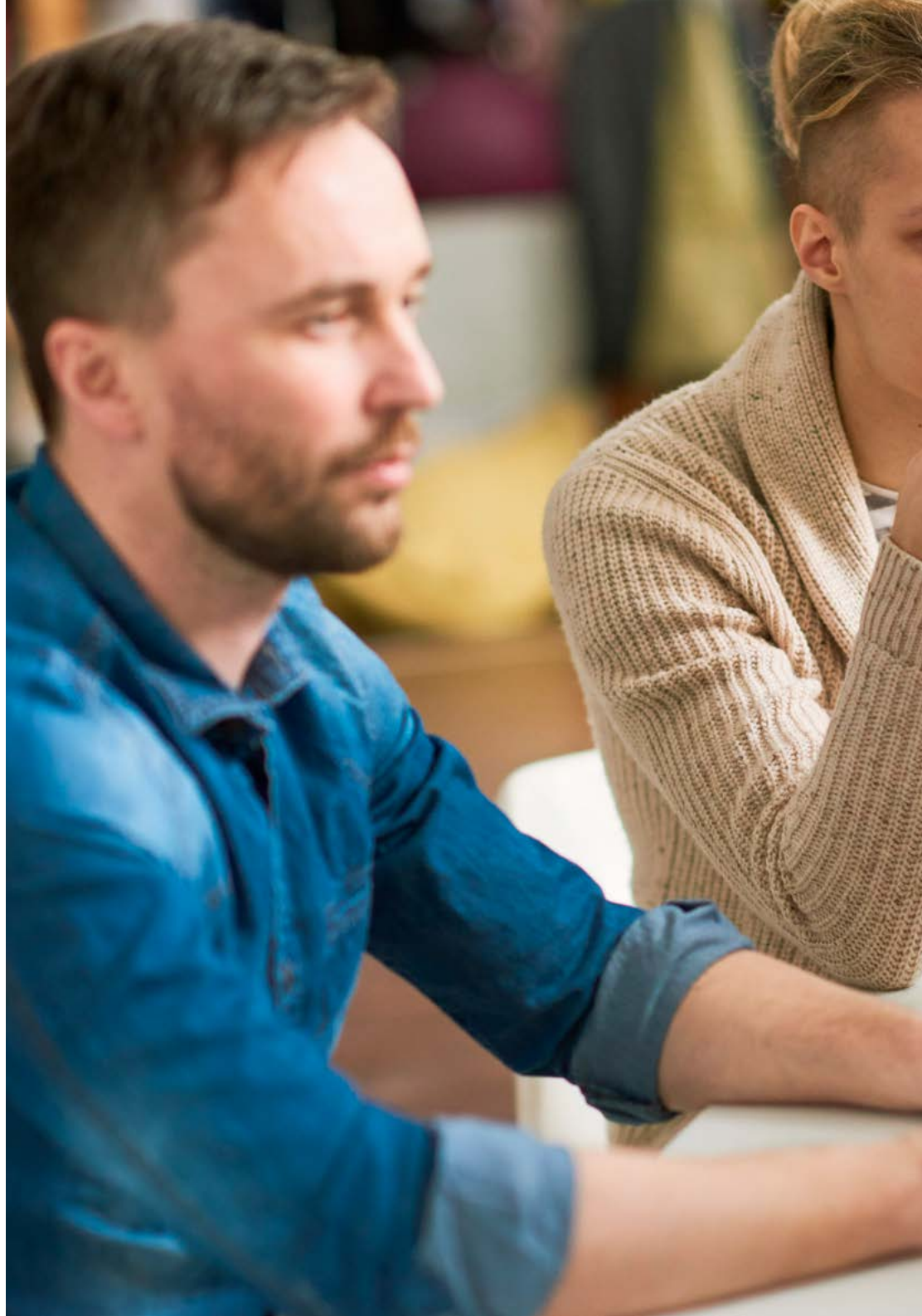
- التعمق في الإدارة الفعالة للعمليات والخدمات اللوجستية، وتحسين سلسلة التوريد لتقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية
- تأهيل المشاركين على تنفيذ العمليات التشغيلية التي تتماشى مع استراتيجية الشركة ومتطلبات السوق

### الوحدة 6. إدارة نظم المعلومات

- التعمق في تكامل وإدارة نظم المعلومات داخل الشركة، لتحسين الكفاءة التشغيلية واتخاذ القرارات المبنية على البيانات
- تطوير المهارات لتطبيق الحلول التكنولوجية التي تعمل على تحسين العمليات وضمان القدرة التنافسية في السوق

### الوحدة 7. الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي والاتصال المؤسسي

- التعمق في إنشاء استراتيجيات تجارية وتسويقية تعزز رؤية العلامة التجارية وتحسن العلاقات مع العملاء
- دراسة إدارة الاتصال المؤسسي لتعزيز هوية الشركة وسمعتها في السوق





### الوحدة 8. أبحاث السوق، الإعلان والإدارة التجارية

- إتقان تقنيات أبحاث السوق لتحديد الفرص التجارية وتطوير استراتيجيات إعلانية فعالة
- اكتساب المهارات اللازمة لإدارة الأنشطة التجارية وتحسين الحملات الإعلانية وضمان تحقيق الأهداف

### الوحدة 9. الابتكار وتسيير المشاريع

- تطوير الكفاءات في إدارة المشاريع المبتكرة، وإدارة التغيير والتكيف المستمر مع الاتجاهات والتقنيات الجديدة
- تأهيل المشاركين في التخطيط والتنفيذ وتقييم المشاريع المبتكرة التي تضيف قيمة طويلة الأجل للمؤسسة

### الوحدة 10. الإدارة التنفيذية (Management)

- تأهيل المشاركين لتطوير مهارات القيادة، واتخاذ القرارات الاستراتيجية، وإدارة الأداء المؤسسي
- القدرة على خلق ثقافة الابتكار والمسؤولية والالتزام لتحسين نتائج الشركة

### الوحدة 11. نطاق المشروع وجدوله الزمني

- التعمق في تحديد نطاق المشروع، وضمان تغطية جميع الجوانب دون انحرافات في الوقت أو الموارد
- تطوير المهارات لإدارة ومراقبة الجداول الزمنية للمشروع، وضمان الالتزام بالمواعيد المحددة

### الوحدة 12. الإدارة الاقتصادية للمشروع

- التعمق في الإدارة الاقتصادية للمشاريع، بما في ذلك إعداد الميزانيات، وإدارة التكاليف، وتخصيص الموارد المالية
- معالجة اتخاذ القرارات المالية داخل المشاريع لتحسين استخدام الموارد وتعظيم العائد على الاستثمار

### الوحدة 13. التعاقد وجودة المشروع

- التعمق في إدارة العقود والعلاقات مع الموردين والعملاء، وضمان الامتثال لمعايير الجودة في المشاريع
- اكتساب المهارات اللازمة لتنفيذ ضوابط جودة فعالة خلال جميع مراحل المشروع

### الوحدة 14. التنظيم والمشاريع المبتكرة

- التعمق في هيكلة وتنظيم المشاريع المبتكرة التي تعزز القدرة التنافسية والكفاءة المؤسسية

### الوحدة 15. المنهجيات الرشيقة

- إتقان المنهجيات الرشيقة مثل Kanban و Scrum لإدارة المشاريع بكفاءة ومرونة
- اكتساب الكفاءات لتطبيق الأساليب الرشيقة التي تعمل على تحسين الإنتاجية وقدرة فرق العمل على التكيف



### الوحدة 23. إدارة الجودة المشاريع التكنولوجية

- التعمق في تنفيذ ضوابط الجودة في المشاريع التكنولوجية، وضمان تحقيق المعايير المحددة
- تحليل قياس الجودة وتقييمها في جميع مراحل المشروع

### الوحدة 24. إدارة الموارد المشاريع التكنولوجية

- تحليل تخصيص وإدارة الموارد البشرية والمادية والمالية في المشاريع التكنولوجية
- تحسين استخدام الموارد وضمان نجاح المشروع على المدى الطويل

### الوحدة 25. إدارة التواصل والأطراف المعنية (Stakeholders) بالمشاريع التكنولوجية

- تطوير مهارات إدارة الاتصالات داخل المشروع، وضمان حصول جميع الأطراف المعنية على المعلومات اللازمة
- التأهيل في إدارة توقعات المساهمين ومواءمتها مع أهداف المشروع

### الوحدة 26. إدارة عمليات الاستحواذ على المشاريع التكنولوجية

- التعمق في إدارة المشتريات داخل المشاريع التكنولوجية، وضمان اختيار الموردين المناسبين وإدارة العقود بكفاءة
- تحليل التفاوض على الاتفاقيات التي تدعم نجاح المشروع

### الوحدة 27. شهادة PMP® أو CAPM® والرمز الأخلاقي

#### الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة وتوجيه المشاريع التكنولوجية

- التعمق في التحضير للحصول على شهادة PMP® أو CAPM®، وتطبيق الممارسات الأخلاقية والمستدامة في إدارة المشاريع التكنولوجية
- تطوير الكفاءات في تبني الاتجاهات وأفضل الممارسات الناشئة لتعزيز إدارة المشاريع التكنولوجية

### الوحدة 16. مكتب ادارة المشروع (PMO)

- تحليل إدارة ومراقبة مكتب إدارة المشاريع، وضمان مواءمة المشاريع مع الأهداف الاستراتيجية للشركة
- تنفيذ أفضل الممارسات في إدارة المشاريع، وتوحيد العمليات وتحسين الأداء المؤسسي

### الوحدة 17. إدارة مخاطر المشروع

- تطوير الكفاءات في تحديد المخاطر وتقييمها والتخفيف من حدتها داخل المشاريع
- التأهيل لتنفيذ استراتيجيات إدارة المخاطر التي تضمن نجاح المشروع واستمراره

### الوحدة 18. مقدمة عن تمويل المشروع

- التعمق في الأسس المالية المطبقة على المشاريع، بما في ذلك تقييم الجدوى وإدارة الموارد المالية
- القدرة على حساب عائد الاستثمار وضمان الجدوى الاقتصادية للمشاريع

### الوحدة 19. مقدمة في تصميم وتسيير المشاريع التكنولوجية وإدارة التكامل المشاريع التكنولوجية

- التعمق في إدارة المشاريع التكنولوجية، بدءًا من التخطيط وحتى دمج التقنيات الجديدة في العمليات القائمة
- تصميم وإدارة المشاريع التكنولوجية بما يتماشى مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة

### الوحدة 20. إدارة نطاق المشروع التكنولوجي

- تحليل تحديد وإدارة نطاق المشاريع التكنولوجية، وضمان تحقيق الأهداف دون انحرافات
- تطوير الكفاءات لإدارة توقعات الأطراف المعنية وموارد المشروع

### الوحدة 21. إدارة الوقت للمشاريع التكنولوجية

- التعمق في الإدارة الفعالة للوقت في المشاريع التكنولوجية، بما في ذلك تخطيط الأنشطة وتحسين المواعيد النهائية
- القدرة على تحديد الاختناقات وتنفيذ الحلول لضمان تسليم المشروع في الوقت المحدد

### الوحدة 22. إدارة تكاليف المشاريع التكنولوجية

- التأهيل في تخطيط ومراقبة التكاليف في المشاريع التكنولوجية، وضمان الالتزام بالميزانية المخصصة
- متابعة التكاليف واتخاذ القرارات التي تحافظ على المشروع ضمن الحدود المالية المحددة



تتوفر لديك مجموعة واسعة من الموارد التعليمية، متاحة على مدار 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع"

# الآفاق المهنية

عند إتمام هذا البرنامج في تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركات، سيحصل المهنيون على فهم قوي للمنهجيات والأدوات الأساسية لتخطيط المشاريع التكنولوجية المعقدة وتنفيذها والإشراف عليها. بالإضافة إلى ذلك، سيقوم الخريجون بتصميم وتنفيذ استراتيجيات تعمل على تحسين الموارد وضمان نجاح المبادرات التكنولوجية داخل المؤسسات. وبهذه الطريقة، سيعزز الخبراء آفاقهم المهنية وسيتمولون أدوارًا متخصصة مثل مدير مشاريع تكنولوجية.

سوف تقود عمليات التحول الرقمي في  
الشركات، من خلال دمج التقنيات الحديثة  
لتحسين العمليات التشغيلية"



**ملاحح الخريج**

خريج برنامج تسييرالمشاريع التكنولوجية في الشركات هو محترف عالي الكفاءة قادر على تخطيط المشاريع التكنولوجية المعقدة وتنفيذها والإشراف عليها. يمتلك معرفة متعمقة بالمنهجيات المرنة (Agile)، والأدوات الرقمية، واستراتيجيات الإدارة التي تعزز كفاءة الموارد وتضمن نجاح المبادرات التكنولوجية. كما أنه مؤهل لقيادة فرق متعددة التخصصات، والتعاون مع مختلف الأقسام، والعمل كحلقة وصل بين التكنولوجيا وأهداف الأعمال، مما يعزز الابتكار والكفاءة التنظيمية.

ستضمن أمان المشاريع التكنولوجية والامتثال للوائح التنظيمية، مما يحمي الأصول الرقمية بشكل فعال.

- ♦ **تسييرالمشاريع وإدارة الوقت:** إحدى المهارات الأساسية هي القدرة على تخطيط المشاريع التكنولوجية وتنظيمها وإدارتها بكفاءة، بما في ذلك إدارة الوقت، وتوزيع الموارد، وتنسيق الفرق متعددة التخصصات لتحقيق الأهداف والالتزام بالمواعيد المحددة.
- ♦ **التفكير النقدي وحل المشكلات:** يكتسب المحترفون القدرة على تحليل المواقف المعقدة، وتحديد التحديات التكنولوجية والتجارية، وتطوير حلول مبتكرة وفعالة لتحسين العمليات وضمان نجاح المشاريع.
- ♦ **الكفاءة الرقمية المتقدمة:** في السياق الحالي، من الضروري أن يتقن المحترفون الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة، بدءاً من برمجيات تسييرالمشاريع وصولاً إلى منصات تحليل البيانات، مما يساعد على تحسين تنفيذ المشاريع ومتابعتها.
- ♦ **التفكير الاستراتيجي:** يعمل الخريجون على تطوير القدرة على موازنة المشاريع التكنولوجية مع الأهداف الاستراتيجية للشركة، مما يمكنهم من تحديد الفرص الابتكارية والتأكد من أن المبادرات تساهم في نمو المؤسسة واستدامتها.

6. **متخصص في المنهجيات المرنة (Agile):** خبير في تطبيق المنهجيات المرنة لتسيير المشاريع، مما يساهم في تحسين التكيف، وتعزيز التعاون، وزيادة الكفاءة في بيئات العمل الديناميكية والمتغيرة.
7. **مدير تقنية المعلومات (IT Manager):** مسؤول عن الإشراف على العمليات التكنولوجية في المؤسسة، وضمان توافق المبادرات التقنية مع احتياجات العمل، وتحقيق استمرارية العمليات التشغيلية.
8. **مدير التحول الرقمي:** متخصص في قيادة عمليات التحول الرقمي في المؤسسة، من خلال دمج التقنيات الحديثة لتحسين العمليات، وتعزيز القدرة التنافسية، ودعم الابتكار.
9. **منسق أمن المشاريع التكنولوجية:** مسؤول عن ضمان الأمان والامتثال التنظيمي في المشاريع التكنولوجية، مما يساهم في حماية الأصول الرقمية وتقليل مخاطر الأمن السيبراني.
10. **مدير تطوير البرمجيات:** متخصص في إدارة فرق تطوير البرمجيات، وضمان تقديم منتجات عالية الجودة تلبي احتياجات العمل وتوقعات العملاء.

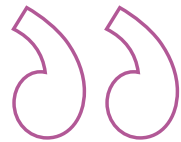
بعد إكمال هذا البرنامج، ستكون مؤهلاً لشغل الوظائف التالية:

1. **مدير مشاريع تكنولوجية:** متخصص في إدارة وتوجيه المشاريع التكنولوجية داخل المؤسسة، مما يضمن توافرها مع الأهداف الاستراتيجية، وتسليمها بنجاح ضمن الإطار الزمني والميزانية المحددة.
2. **مدير الابتكار:** مسؤول عن قيادة مبادرات الابتكار التكنولوجي، من خلال تطوير وتطبيق حلول جديدة لتحسين العمليات والمنتجات والخدمات داخل المؤسسة.
3. **منسق تنفيذ التكنولوجيا:** متخصص في تنسيق تنفيذ التقنيات والأنظمة الجديدة، مما يضمن تكاملها الفعّال مع البنية التحتية القائمة وتحقيق أعلى مستوى من الكفاءة التشغيلية.
4. **مستشار في تسيير المشاريع التكنولوجية:** يقوم بتقديم الاستشارات للشركات حول تخطيط المشاريع التكنولوجية وتنفيذها وتحسينها، مما يساعد على زيادة الكفاءة وتقليل التكاليف وضمان تحقيق الأهداف.
5. **محلل مشاريع تكنولوجية:** مسؤول عن تقييم وتحليل أداء المشاريع التكنولوجية، وتحديد مجالات التحسين، وتقديم التوصيات التي تساعد على تحسين استخدام الموارد وتحقيق أفضل النتائج.

# 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، متكيفًا مع احتياجاته ومتخليًا 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 المفضل 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 يبنون دراساتهم في HCET labolG ytsirevinU 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 Global University غير متزامن، مما يسمح لك بالدراسة باستخدام حاسوبك الشخصي، أو جهازك اللوحي، أو هاتفك الذكي أينما شئت، ومتى شئت، وللمدة التي تريدها"





سنسمح 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 المنهج 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 مهتماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

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

من أجل تطبيق منهجته 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.

## 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 بيئات تعليمية محاكاة ونهج التعلم بالملاحظة، أي "التعلم من خبير"



## 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 Global University.

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

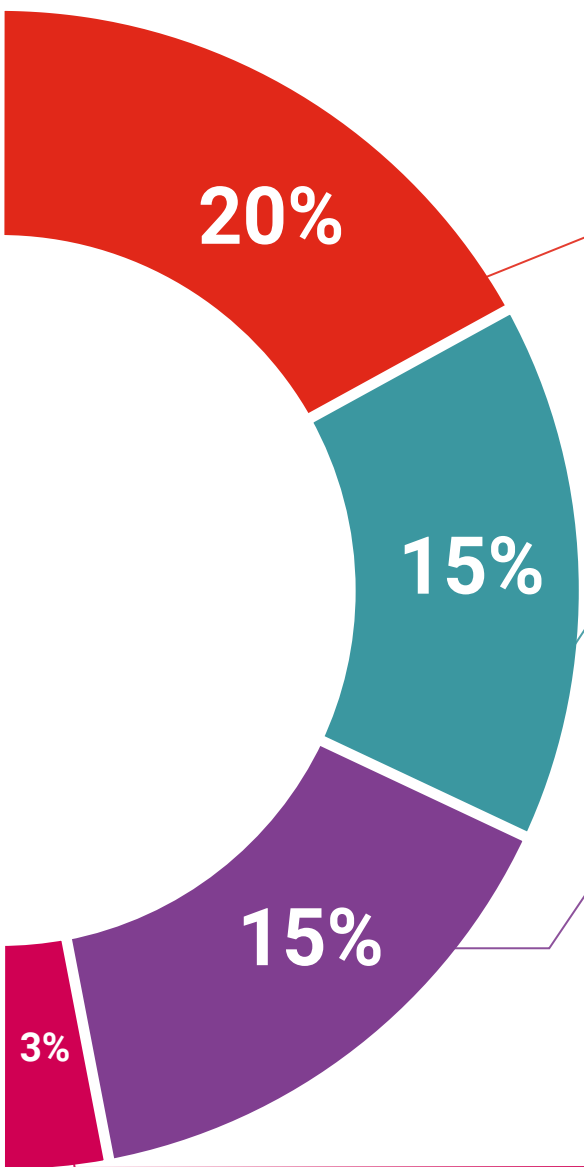
في TECH، يتم تعزيز دراسات الحالة بأفضل طريقة تدريس عبر الإنترنت بنسبة 100% إعادة التعلم.

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.

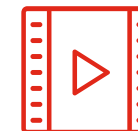
وهكذا، ستكون أفضل المواد التعليمية، المُعدّة بعناية فائقة، متاحة في هذا البرنامج:



### المواد الدراسية

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



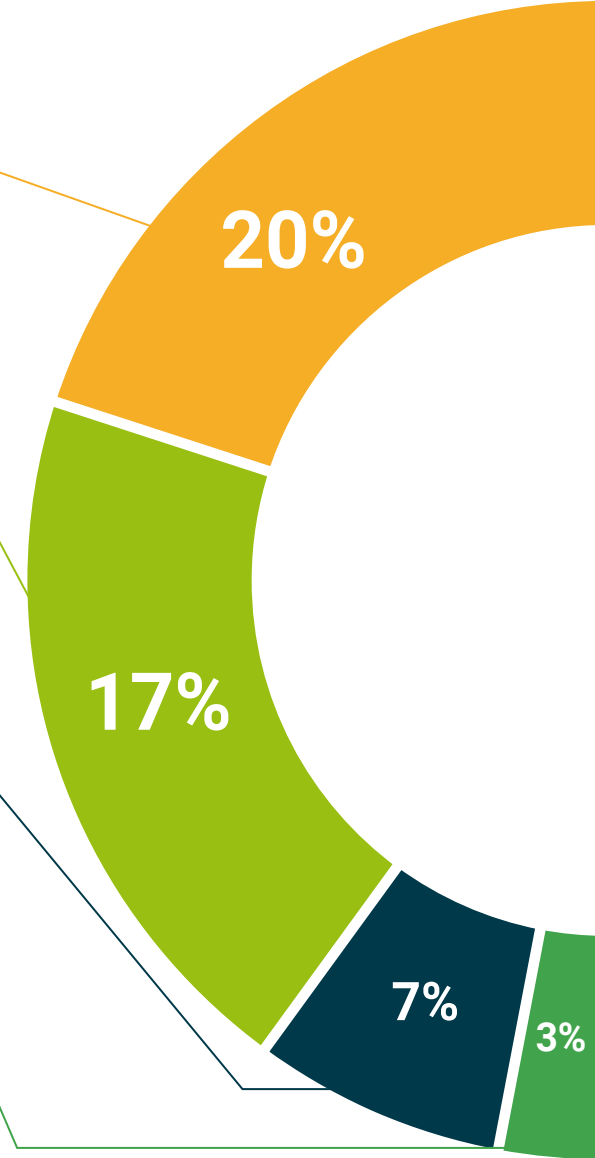
### المحاضرات الرئيسية

هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن ما يسمى بالتعلم 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.



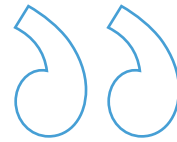
# أعضاء هيئة التدريس

وفاءً بفلسفتها في تقديم الشهادات الجامعية الأكثر حداثةً وشمولاً في المشهد الأكاديمي، تقوم TECH الجامعة التكنولوجية باختيار أعضاء هيئة التدريس لديها بعناية فائقة. لهذا البرنامج، قامت TECH الجامعة التكنولوجية بجمع نخبة من أبرز الخبراء في مجال إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركات. يتمتع هؤلاء المتخصصون بخبرة عملية واسعة، حيث طوروا العديد من الحلول المبتكرة لمساعدة المؤسسات على تحسين عملياتها التشغيلية وضمان استدامتها على المدى الطويل. وبذلك، سيحصل الطلاب على تجربة تعليمية غامرة تُمكنهم من تحقيق قفزة نوعية في مسيرتهم المهنية.





ستحظى بدعم فريق أكاديمي مكوّن من خبراء  
حقيقيين في مجال تسيير المشاريع التكنولوجية  
في الشركات"





## المدير الدولي المستضاف

عمل J. Michael DeAngeli مذيعاً وكاتب سيناريو وممثلًا في مجال التعليم العالي، وله مسيرة مهنية طويلة تركز على التعليم العالي. بعد أن شغل العديد من المناصب الأكاديمية في جامعة Pensilvania، تم تعيينه مديراً مساعداً للاتصالات والتكنولوجيا في المؤسسة الأمريكية. مسؤول هناك عن إنتاج وتقديم البودكاست الإخباري الأسبوعي CS Radio. كما شارك أيضاً في إنشاء البودكاست الكوميدي Mission: فيلم "مرفوض" الذي قام بإخراجه وتأليفه وإنتاجه. قد عمل طوال حياته المهنية في محطات التلفزيون التعليمية المحلية ومحطات الإذاعة في أقسام الأخبار. علاوة على ذلك، بعد تخرجه من كلية مولنبرغ بشهادة في الفنون المسرحية، شغل منصب مدير شركة The Porch Room، وهي شركة إنتاج للبودكاست والأفلام والمسرح. مع كل هذا، فقد أتاحت له الفرصة للقيام بوظائف مختلفة في مجال في مجال الاتصالات والترفيه. قد عمل أيضاً أمام وخلف الميكروفونات في مجالي الأخبار والترفيه.

مع ظهور podcast على وجه الخصوص ونموها المستمر، تخصص هذا الخبير في إنشاء وإنتاج هذا النوع من المحتوى الصوتي. من خلالها، وبفضل خبرته كممثل، استطاع أن ينقل للمستمعين ليس فقط المعلومات والقصص، بل أيضاً المشاعر من خلال صوته.

من ناحية أخرى، تم تكريم DeAngeli في عدة مناسبات عن أعماله المسرحية، حيث فازت مسرحيته "Drop" بجائزة في مهرجان Samuel French Off-Off Broadway Short Play في 2009 في العام نفسه، فاز في العام نفسه Premio Perry من جمعية نيوجيرسي للمسارح المجتمعية (NJACT) لأفضل إنتاج لمسرحية أصلية عن مسرحية "Accidents Happen" في الوقت نفسه، قادت مسيرته المهنية المتميزة إلى أن يصبح عضواً في نقابة المسرحيين الأمريكيين Dramatist Guild of America.

## أ. Michael J. DeAngelis

- ♦ مدير الاتصالات والتكنولوجيا في جامعة بنسلفانيا، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير شركة The Porch Room للإنتاج
- ♦ مقدم البودكاست الإخباري الأسبوعي CS Radio
- ♦ مذيع و Podcaster
- ♦ جائزة Perry من NJACT
- ♦ بكالوريوس في الفنون المسرحية من كلية موهلنبرغ
- ♦ إجازة في الأداء والنقد المسرحي من كلية جولدسميث، جامعة لندن
- ♦ عضو في نقابة المسرحيين الأمريكيين

بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع  
أفضل المحترفين في العالم"



## 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 NBCUniversal و Comcast.. قد مكَّنها سجلها الحافل من التفوق في بيئات تنافسية وعالية النمو.

بصفتها نائب رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتعاون 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 الأفراد 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، استقطاب المواهب، Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة استقطاب المواهب، NBCUniversal، 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.

“

تجربة التدريب فريدة من نوعها ومهمة  
وحاسمة لتعزيز تطور المهني



## 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 وإدارة 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 صممها 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 التحويلية.. 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. Romi Arman

- ♦ 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 الأملية 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، وتحديثات 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 والإسناد. 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 عميلاً باستخدام أدوات داخلية وخارجية لدعم التحليل. طور وكتب تقارير متعمقة لإثبات إتقان الموضوع، بما في ذلك فهم العوامل الاقتصادية الكلية والسياسية/التنظيمية التي تؤثر على تبني التكنولوجيا ونشرها.

كما قاد فرقاً في شركات مثل Eaton وإبراص 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 الأفراد 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

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 Calvin Klein, Dolce&Gabbana, Giorgio Armani، 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 التورية. بالإضافة إلى ذلك، فهو يتمتع بعوي 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 أدائها 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 آند 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 ومبنيّاً 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 رائدًا 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 Luminat 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 الخبرة 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.

## أ. Gram, Mick

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 Marketing Digital 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.



## أ. Stevenson, Scott

- ♦ 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 السلكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا



حقق أهدافك الأكاديمية والمهنية  
مع أفضل الخبراء المؤهلين في العالم!  
سيرشدك أساتذة MBA هذا خلال عملية  
التعلم بأكملها"



## 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 كيانها 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

## د. Romero Mariño, Brunil Dalila

- ♦ دكتورة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
- ♦ دكتوراه في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من جامعة غرناطة، إسبانيا
- ♦ مديرة قاعدة البيانات في جمعية OCREM، غرناطة
- ♦ مستشارة مشاريع Software والهندسة المعمارية التكنولوجية لشركات مختلفة في فنزويلا
- ♦ أستاذة جامعية لعلوم الحاسب الآلي في قسم العمليات والنظم في جامعة (Simón Bolívar) USB، فنزويلا
- ♦ باحثة في هندسة Software والمجالات ذات الصلة في قسم العمليات والنظم في جامعة USB في فنزويلا
- ♦ أستاذة تدريب داخلي في جامعة USB، في فنزويلا
- ♦ أستاذة جامعية لعلوم الحاسب الآلي في كلية هندسة النظم في جامعة (UBA) Bicentenario de Aragua، في فنزويلا
- ♦ مديرة كلية الإلكترونيات ومنسقة لجنة مشاريع الدرجات العلمية الخاصة في المعهد الجامعي التكنولوجي (Antonio José de Sucre) UTS، في فنزويلا
- ♦ مهندسة نظم من جامعة UBA، في فنزويلا
- ♦ خبيرة في الاتصالات وشبكات نقل البيانات من جامعة فنزويلا المركزية
- ♦ الماجستير في هندسة النظم، في جامعة USB، في فنزويلا
- ♦ عضوة مقيمة لمشاريع الدكتوراه في الجامعة الأمريكية في أوروبا (UNADE)



### د. Pampliega, Carlos

- ♦ رئيس مكتب تسيير المشاريع والمخاطر، ومستشار ومدرب في مختلف الجامعات وكليات إدارة الأعمال
- ♦ مدير دورة كلية تسيير المشاريع التجارية CEU Castilla y León
- ♦ مدير فرع PMI Castilla y León
- ♦ عضو نشط في فرع PMI - Madrid Spain
- ♦ عضو هيئة تحرير المجلة العلمية Building & Management
- ♦ عضو في لجنة تحكيم جوائز PMO Global Alliance
- ♦ مهندس معماري متخصص في إدارة المشروع والمخاطر
- ♦ مشارك معتمد في إدارة المخاطر من جامعة George Washington
- ♦ الشهادة الاحترافية في تسيير المشاريع (PMP)
- ♦ محترف Scrum ماجستير معتمد من Scrum.org



### الأستاذة

### د. Roji Ferrari, Salvador

- ♦ متخصص في المحاسبة والمالية
- ♦ مؤلف عدة كتب عن المالية واقتصاد الأعمال
- ♦ دكتوراه في المحاسبة والمالية من جامعة Complutense في مدريد
- ♦ بكالوريوس في الصحافة من جامعة كومبلوتنسي بمدريد
- ♦ ماجستير العلوم المالية، جامعة ماريلاند وبالتيمور
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال MBA من جامعة Maryland & Baltimore

# المؤهل العلمي

يضمن الماجستير المتقدم في تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائث، 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 الخاص وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة  
طريقة الدراسة: عبر الإنترنت  
مدة الدراسة: 2 سنتين

تحتوي درجة الماجستير الخاص في تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائثه في السوق.  
بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة ماجستير متقدم في

التوزيع العام للخطة الدراسية

الدرجة	المدة	ECTS	الطريقة	الدرجة	المدة	ECTS	الطريقة
1*	التمهيد والتأهيلات والمسؤولية الاجتماعية للشركات	100	إلزامي	2*	الصفحات الرسمية	100	إلزامي
1*	الدرجة الاستراتيجية والدرجة التنفيذية	100	إلزامي	2*	إدارة الجودة المشاريع التكنولوجية	100	إلزامي
1*	إدارة الموارد البشرية والمؤهل	100	إلزامي	2*	إدارة مشاريع المبرمجين	100	إلزامي
1*	الدرجة الاقتصادية والمالية	100	إلزامي	2*	مقدمة عن دخول المبرمجين	100	إلزامي
1*	إدارة العمليات والتوجهات	100	إلزامي	2*	مقدمة في تصميم وتسيير المشاريع التكنولوجية وإدارة الكوادر	100	إلزامي
1*	إدارة نظم المعلومات	100	إلزامي	2*	المشاريع التكنولوجية	100	إلزامي
1*	الدرجة القانونية والمهني والتشريحي والتعامل الموسسي	100	إلزامي	2*	إدارة نطاق المشروع التكنولوجي	100	إلزامي
1*	أبواب السوق الإقليمي والإدارة التجارية	100	إلزامي	2*	إدارة توليد المشاريع التكنولوجية	100	إلزامي
1*	التحليل وتسيير المشروع	100	إلزامي	2*	إدارة تكاليف المشاريع التكنولوجية	100	إلزامي
1*	الدرجة التنفيذية (Management)	100	إلزامي	2*	إدارة الموارد المشاريع التكنولوجية	100	إلزامي
1*	نظام المشروع وجداول الزمني	100	إلزامي	2*	إدارة التواصل والتأهيل (Stakeholders) بالمشاريع التكنولوجية	100	إلزامي
1*	الدرجة الاقتصادية للمشروع	100	إلزامي	2*	إدارة عمليات الاستعداد على المشاريع التكنولوجية	100	إلزامي
1*	التعاقد وجودة المشروع	100	إلزامي	2*	مقدمة في إدارة وتوجيه المشاريع التكنولوجية	100	إلزامي



Tere Guevara Navarro / د. أ.  
رئيس الجامعة



**tech** الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج

هذه الشهادة ممنوحة إلى

المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....

لاجتيازها/لاختيارها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير متقدم

في

تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 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-APFOR23S-techiute.com/certificates





## ماجستير متقدم تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة

- « طريقة الدراسة: عبر الإنترنت
- « مدة الدراسة: 2 سنتين
- « المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: عبر الإنترنت

# ماجستير متقدم تسيير المشاريع التكنولوجية في الشركة