

ماجستير متقدم في الإدارة العليا للموارد البشرية

G M A D R H



الجامعة
التكنولوجية **tech**

ماجستير متقدم الإدارة العليا للموارد البشرية

- « طريقة الدراسة: عبر الإنترنت
- « مدة الدراسة: (15) شهر
- « المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitude.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-hr-management

الفهرس

03

خطة الدراسة

ص. 12

02

لماذا تدرس في TECH؟

ص. 8

01

تقديم البرنامج

ص. 4

06

منهجية الدراسة

ص. 38

05

الفرص المهنية

ص. 34

04

أهداف التدريس

ص. 28

08

المؤهل العلمى

ص. 68

07

أعضاء هيئة التدريس

ص. 48

تقديم البرنامج

عند شغل منصب في الإدارة العليا للموارد البشرية داخل شركة، يتم لعب دور أساسي في إنشاء وتنفيذ استراتيجيات لجذب، والاحتفاظ، وتطوير المواهب البشرية الضرورية لنجاح المنظمة. بالإضافة إلى التأثير في الثقافة المؤسسية، يتحمل هؤلاء المدبرون مسؤولية خلق بيئات عمل صحية ومحفزة وبالمثل، يمكنهم التأثير بشكل إيجابي على حياة الموظفين من خلال تعزيز نموهم المهني والشخصي لهذا السبب، قامت TECH بإنشاء برنامج شامل 100% عبر الإنترنت، الذي يتطلب فقط جهازًا إلكترونيًا متصلًا بالإنترنت للوصول إلى جميع الموارد الأكاديمية المتاحة. وفي الوقت ذاته، يعتمد على المنهجية الثورية Relearning الرائدة في هذه المؤسسة

ستكتسب مهارات في إدارة الأفراد، بالإضافة إلى أدوات
لتصميم وتنفيذ استراتيجيات الموارد البشرية التي تعزز
الإنتاجية، الابتكار، واستبقاء المواهب"



يعد هذا **الماجستير المتقدم في الإدارة العليا للموارد البشرية** البرنامج التعليمي الأكثر شمولاً وتحدياً في السوق أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير حالات عملية يقدمها خبراء في الإدارة العليا للموارد البشرية
- ♦ 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 بشكل خاص على المنهجيات المبتكرة في الإدارة العليا للموارد البشرية
- ♦ دروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

في بيئة عمل تتقدم بسرعة، أصبحت الإدارة الفعالة للموارد البشرية واحدة من المفاتيح الأساسية لتحقيق النجاح المؤسسي لهذا السبب، يلعب الخبراء دورًا حيويًا في وضع استراتيجيات لا تقتصر فقط على تحسين أداء الموظفين، بل تعمل أيضًا على مواءمة رأس المال البشري مع الأهداف الاستراتيجية للشركة. بناءً على ذلك، يحتاج الخبراء إلى اكتساب مهارات متقدمة لقيادة قسم الموارد البشرية بكفاءة وتعزيز تنافسية المؤسسات من خلال إدارة استراتيجية للمواهب.

لتيسير هذه المهمة، تقدم TECH برنامجًا مبتكرًا ماجستير متقدم في الإدارة العليا للموارد البشرية. مصمم من قبل مرجعيات في هذا القطاع، يتعمق البرنامج الأكاديمي في قضايا تشمل أساسيات السلوك التنظيمي، وتنفيذ تقنيات حديثة للتدريب التنفيذي، وصولاً إلى تطبيق أدوات تكنولوجية متطورة لتحسين العمليات التشغيلية. بفضل هذا، سيكون الخريجون قادرين على قيادة قسم الموارد البشرية برؤية استراتيجية، مع تعزيز دمج التقنيات المبتكرة وتحسين تطوير المواهب البشرية داخل المؤسسة

من جهة أخرى، يتميز البرنامج الجامعي بتكامله مع العديد من الوحدات التعليمية المتعددة الوسائط، القراءات المتخصصة، ومحاكاة حالات دراسية. هذا سيمكن المتخصصين من الانخراط في عملية تعلم ديناميكية بالكامل كل ما يحتاجه الخريجون هو جهاز رقمي متصل بالإنترنت للوصول إلى الحرم الجامعي الافتراضي. في المقابل، سيظل هذا متاحًا على مدار 24 ساعة يوميًا. وكل ذلك دون حضور شخصي أو دروس حضورية بمواعيد محددة مسبقاً



ستقود عمليات التحول الهيكلي في الشركات، مما
يضمن تكيف الفرق مع أساليب العمل الجديدة والمناهج
الاستراتيجية"

بفضل منهجية Relearning من TECH، ستتمكن من استيعاب المفاهيم الأساسية بسرعة وبشكل طبيعي ودقيق.

ستقوم بتنفيذ سياسات فعّالة للموارد البشرية، مع إدارة مجالات رئيسية مثل التوظيف، التعويضات، وتطوير المسار المهني.

ستنشئ بيئة شاملة تقدر التنوع، وتعزز إدارة عادلة للموارد البشرية وتضمن تكافؤ الفرص في المؤسسات"

يتضمن فريقه التدريسي مهنيين ينتمون إلى مجال الإدارة العليا للموارد البشرية، الذين ينقلون إلى هذا البرنامج خبراتهم العملية، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من جمعيات مرجعية وجامعات مرموقة.

إن محتوى الوسائط المتعددة الذي تم تطويره باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، والذين سيتيح للمهني فرصة للتعلم الموضوعي والسباقي، 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. ومع وجود قائمة مذهلة تضم أكثر من 14000 برنامج جامعية بـ 11 لغة، ما يجعلها تحتل مكانة رائدة في مجال التوظيف، حيث يبلغ معدل التوظيف فيها 99%. بالإضافة إلى ذلك، تضم جامعة هيئة تدريس هائلة تضم أكثر من 6000 أستاذ من أعلى المستويات العالمية.

ادرس في أكبر جامعة رقمية في العالم واضمن نجاحك
المهني. المستقبل يبدأ من TECH»



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 الكالوريوس الجامعي. أجمالاً، أكثر من 14000 مؤهل جامعي، بعشر لغات مختلفة، تجعلنا أكبر نطاق تعليمية في العالم.

أفضل هيئة تدريسية على المستوى الدولي

تضم هيئة التدريس في TECH أكثر من 6,000 أستاذ من أصحاب المكانة المرموقة عالمياً أساتذة وباحثون وكبار المديرين التنفيذيين من شركات متعددة الجنسيات، من بينهم Isaiiah Covington، مدرب الأداء في فريق Boston Celtics، Magda Romanskag، الباحثة الرئيسية في Harvard MetaLAB، Egacio Wistumbag، رئيس قسم علم الأمراض الجزيئية الانتقالية في مركز MD Anderson لعلاج السرطان، و D.W. Pine، المدير الإبداعي لمجلة TIME، وغيرهم.

أفضل جامعة على الإنترنت في العالم وفقاً FORBES

أشادت مجلة Forbes المرموقة، والمتخصصة في الأعمال والتمويل، بـ TECH ووصفتها بأنها «أفضل جامعة عبر الإنترنت في العالم» وقد جاء ذلك في مقال حديث نُشر في نسختها الرقمية، حيث سلط الضوء على قصة نجاح هذه المؤسسة، «بفضل عروضها الأكاديمية، واختيارها الدقيق لكوادرها التدريسية، ومنهجها التعليمي المبتكر الذي يهدف إلى تأهيل محترفي المستقبل».



أكثر الخطط الدراسية شمولاً في المشهد الجامعي.

TECH تقدم أكثر الخطط الدراسية شمولاً في المشهد الجامعي، حيث تشمل مناهجها المفاهيم الأساسية إلى جانب أحدث التطورات العلمية في مجالاتها التخصصية كما يتم تحديث هذه البرامج باستمرار لضمان مواكبتها لأحدث التطورات الأكاديمية وتزويد الطلاب بالمهارات المهنية الأكثر طلباً. وبهذا الشكل، تمنح شهادات الجامعة لخريجها ميزة كبيرة لدفع مسيرتهم المهنية نحو النجاح.

منهج تعليمي فريد من نوعه

TECH هي أول جامعة تستخدم منهج إعادة التعلم في جميع برامجها الأكاديمية. تُعد هذه المنهجية أفضل أسلوب تعليمي عبر الإنترنت، وهي معتمدة بشهادات دولية في جودة التعليم، صادرة عن وكالات تعليمية مرموقة. بالإضافة إلى ذلك، يُكمل هذا النموذج الأكاديمي المبتكر "طريقة دراسة الحالة"، مما يشكل استراتيجية تعليمية فريدة عبر الإنترنت كما يتم تطبيق موارد تعليمية حديثة، من أبرزها مقاطع فيديو تفصيلية، إنفوجرافيك، وملخصات تفاعلية.

الجامعة الافتراضية الرسمية للرابطة الوطنية لكرة السلة NBA

جامعة TECH هي الجامعة الرسمية عبر الإنترنت للـ NBA بفضل شراكتنا مع أكبر دوري لكرة السلة، نقدم لطلابنا برامج جامعية حصرية بالإضافة إلى مجموعة واسعة من الموارد التعليمية التي تركز على أعمال الدوري ومجالات أخرى في صناعة الرياضة. يحتوي كل برنامج على منهج مصمم بشكل فريد ويضم متحدثين ضيوف استثنائيين من لاعبي الدوري الأمريكي لكرة السلة والمديرين التنفيذيين في الدوري الذين يقدمون خبراتهم في أكثر الموضوعات ذات الصلة.

رواد في مجال التوظيف

TECH نجحت في أن تصبح الجامعة الرائدة في قابلية التوظيف يحصل 99% من طلابها على وظيفة في المجال الأكاديمي الذي درسه، وذلك خلال أقل من عام بعد إكمال أي من برامج الجامعة. كما تحقق نسبة مماثلة تقدمًا فورًا في مسيرتهم المهنية يعود ذلك إلى منهجية دراسية تعتمد فعاليتها على اكتساب المهارات العملية، والتي تعد ضرورية تمامًا للتطور المهني.



Google Partner PREMIER 2023

منحت شركة التكنولوجيا الأمريكية العملاقة TECH شارة شريك Google Premier هذا التكريم، الذي لا تحظى به سوى 3% من المؤسسات حول العالم، يعكس تجربة تعليمية فعالة ومرنة ومتكيفة توفرها هذه الجامعة لطلابها. هذا التكريم لا يقتصر فقط على اعتماد أعلى معايير الدقة، الأداء، والاستثمار في البنية التحتية الرقمية لـ TECH، بل يضعها أيضًا ضمن الشركات التكنولوجية الأكثر تطورًا على مستوى العالم.



الجامعة الأعلى تصنيفاً على مستوى العالم قبل طلابها

موقع التقييمات Trustpilot صنّف TECH كأفضل جامعة في العالم من حيث تقييمات طلابها. يُعد هذا الموقع من أكثر منصات التقييم موثوقيةً ومرموقاً، حيث يتحقق من صحة كل رأي منشور ويصدق عليه. وقد منح TECH أعلى تصنيف له، 4.9 من 5، استنادًا إلى أكثر من 1000 تقييم تم استلامه. أرقامٌ تجعل TECH المرجع الجامعي الأبرز على المستوى الدولي.



خطة الدراسة

سيغطي هذا الماجستير المتقدم بالتفصيل إدارة الموارد البشرية وإدارتها، مع التركيز العملي على اختيار وتوظيف الموظفين، مما يضمن قدرة أصحاب الشركات على تصميم عمليات اختيار تتناسب مع احتياجات الشركة. بالإضافة إلى ذلك، سيتم التركيز على السلوك التنظيمي والثقافة المؤسسية، على المستويين الوطني والدولي كما سُنطوّر مهارات في تطبيق منهجيات متقدمة، مثل التدريب التنفيذي وعلم النفس الإيجابي، لتحفيز الموظفين وتعزيز مواهبهم.





تم تصميم الخطة الدراسية لتقديم رؤية شاملة ومتقدمة عن الإدارة
المؤسسية، مع مراعاة أحدث الاتجاهات العالمية والتحديات التي
تواجه الإدارة العليا"

وحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- 1.1. العولمة والحوكمة
 - 1.1.1. الحوكمة وحكومة الشركات
 - 2.1.1. أساسيات حوكمة الشركات في الشركات
 - 3.1.1. دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات
- 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 الوطنية
 - 3.3.1. إدارة التنوع
- 4.1. التنمية الإدارية والقيادة
 - 1.4.1. مفهوم التنمية الإدارية
 - 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. الأخلاق والأخلاقيات
 - 2.5.1. أخلاقيات الأعمال التجارية
 - 3.5.1. القيادة والأخلاقيات في الشركة
- 6.1. الاستدامة
 - 1.6.1. الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة
 - 2.6.1. أجنحة 0302
 - 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 للشركات
 - 2.8.1. القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة
 - 3.8.1. خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 4.8.1. أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات
- 9.1. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
 - 1.9.1. العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
 - 2.9.1. الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي
 - 3.9.1. الصكوك القانونية للشركات المتعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان
- 01.1. البيئة القانونية و Corporate Governance
 - 1.01.1. لوائح الاستيراد والتصدير الدولية
 - 2.01.1. الملكية الفكرية والصناعية
 - 3.01.1. قانون العمل الدولي

وحدة 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 والصياغة
 - 1.3.2. الإطار المفاهيمي
 - 2.3.2. عناصر التخطيط الاستراتيجي
 - 3.3.2. صياغة إستراتيجية: عملية التخطيط الاستراتيجي
- 4.2. التفكير الاستراتيجي
 - 1.4.2. الشركة كنظام
 - 2.4.2. مفهوم المنظمة

- 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 ما
 - 2.6.2. التوقع 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. الإستراتيجيات حسب نموذج الساعة الإستراتيجي
 - 4.8.2. أنواع الإستراتيجيات حسب دورة حياة القطاع الصناعي
- 9.2. الإدارة الاستراتيجية
 - 1.9.2. مفهوم الإستراتيجية
 - 2.9.2. عملية الإدارة الإستراتيجية
 - 3.9.2. مناهج الإدارة الإستراتيجية
- 01.2. تنفيذ الإستراتيجية
 - 1.01.2. أنظمة المؤشرات ونهج العمليات
 - 2.01.2. الخريطة الإستراتيجية
 - 3.01.2. التوافق الاستراتيجي
- 11.2. الإدارة (Management) التنفيذية
 - 1.11.2. الإطار المفاهيمي Management الإداري
 - 2.11.2. Management الإداري. دور مجلس الإدارة وأدوات إدارة الشركات
- 21.2. الاتصال الاستراتيجي
 - 1.21.2. الاتصال بين الأشخاص
 - 2.21.2. مهارات الإعلام والتأثير
 - 3.21.2. الاتصال الداخلي
 - 4.21.2. عوائق الاتصالات التجارية

وحدة 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. الأشخاص 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. إدارة الأفراد الإستراتيجية
 - 1.3.3. الإدارة الاستراتيجية للموارد 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. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية
- 5.3. الاختيار وديناميكيات المجموعة وتوظيف 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 والتفاد المهنى

- 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
 - 01.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
 - 1.01.3. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية
 - 2.01.3. تحديد المواهب والتدريب والتطوير
 - 3.01.3. الولاء والاحتفاظ
 - 4.01.3. 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 المالي
 - 21.3. Employer Branding
 - 1.21.3. Employer branding للموارد البشرية.
 - 2.21.3. Personal Branding لموظفي الموارد البشرية
 - 31.3. تطوير فرق عالية الأداء
 - 1.31.3. فرق عالية الأداء: فرق تدار ذاتيا
 - 2.31.3. منهجيات إدارة الفرق الذاتية الإدارة عالية الأداء
 - 41.3. تطوير الكفاءة الإدارية
 - 1.41.3. ما هي الكفاءات الإدارية؟
 - 2.41.3. عناصر الكفاءات
 - 3.41.3. معرفة
 - 4.41.3. مهارات الإدارة
 - 5.41.3. المواقف والقيم لدى المديرين
 - 6.41.3. مهارات الإدارة
- 51.3. إدارة الوقت
 - 1.51.3. الفوائد
 - 2.51.3. ما هي أسباب سوء إدارة الوقت؟
 - 3.51.3. الوقت
 - 4.51.3. أوهام الزمن
 - 5.51.3. الانتباه والذاكرة
 - 6.51.3. الحالة الذهنية
 - 7.51.3. إدارة الوقت
 - 8.51.3. النشاط الاستباقي
 - 9.51.3. الوضوح بشأن الهدف
 - 01.51.3. ترتيب
 - 11.51.3. المخطط
 - 61.3. إدارة التغيير
 - 1.61.3. إدارة التغيير
 - 2.61.3. أنواع عملية إدارة التغيير
 - 3.61.3. فترات أو مراحل في إدارة التغيير
 - 71.3. التفاوض وإدارة النزاعات
 - 1.71.3. التفاوض
 - 2.71.3. إدارة النزاعات
 - 3.71.3. إدارة الأزمات
 - 81.3. الاتصالات الإدارية
 - 1.81.3. الاتصال الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية
 - 2.81.3. أقسام الاتصال
 - 3.81.3. مدير الإتصال في الشركة ملف تعريف مدير الاتصال
 - 91.3. إدارة الموارد البشرية وفرق الصحة والسلامة المهنية
 - 1.91.3. إدارة الموارد البشرية والفرق
 - 2.91.3. الوقاية من المخاطر المهنية
 - 02.3. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها
 - 1.02.3. الإنتاجية
 - 2.02.3. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها

- 12.3. التعويض المادي مقابل. غير المادي
- 1.12.3. التعويض المالي مقابل غير المالي
- 2.12.3. نماذج نطاقات الأجر
- 3.12.3. نماذج التعويض غير النقدي
- 4.12.3. نماذج العمل
- 5.12.3. مجتمع الشركات
- 6.12.3. صورة الشركة
- 7.12.3. 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
- 32.3. إدارة المعرفة والموهبة
- 1.32.3. إدارة المعرفة والموهبة
- 2.32.3. تنفيذ إدارة المعرفة
- 42.3. تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي
- 1.42.3. السياق الاجتماعي والاقتصادي
- 2.42.3. أشكال جديدة من تنظيم الأعمال
- 3.42.3. منهجيات جديدة

وحدة 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

- 3.4. المحاسبة الإدارية
- 1.3.4. مفاهيم أساسية
- 2.3.4. أصول الشركة
- 3.3.4. التزامات الشركة
- 4.3.4. الميزانية الرئيسية للشركة
- 5.3.4. كشف الدخل
- 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. الميزانية الرأسمالية
- 3.6.4. الميزانية التشغيلية
- 5.6.4. ميزانية الخزنة
- 6.6.4. تتبع الميزانية
- 7.4. إدارة الخزينة
- 1.7.4. صندوق رأس المال العامل المحاسبي وصندوق رأس 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

- 51.4. أسواق النقد ورأس المال
 - 1.51.4. سوق المال
 - 2.51.4. سوق الدخل الثابت
 - 3.51.4. سوق الدخل المتغير
 - 4.51.4. سوق الصرف الأجنبي
 - 5.51.4. سوق المشتقات
- 61.4. التحليل المالي والتخطيط
 - 1.61.4. تحليل الميزانية العمومية
 - 2.61.4. تحليل قائمة الدخل
 - 3.61.4. التحليل الربحي
- 71.4. تحليل وحل الحالات/ المشاكل
 - 1.71.4. المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج (INDITEX S.A.)

وحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

- 1.5. إدارة وتنظيم العمليات
 - 1.1.5. دور العمليات
 - 2.1.5. تأثير العمليات على إدارة الأعمال
 - 3.1.5. مقدمة في استراتيجية العمليات
 - 4.1.5. مقدمة في استراتيجية العمليات
- 2.5. التنظيم الصناعي واللوجستي
 - 1.2.5. قسم التنظيم الصناعي
 - 2.2.5. قسم التنظيم الصناعي
- 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 الربح والخسارة
 - 4.9.4. بيان التدفقات النقدية
 - 5.9.4. التحليل النسبي
- 01.4. الإدارة المالية
 - 1.01.4. القرارات المالية للشركة
 - 2.01.4. قسم المالية
 - 3.01.4. الفوائض النقدية
 - 4.01.4. المخاطر المرتبطة بالإدارة المالية
 - 5.01.4. 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. الاستراتيجية المالية للشركة
 - 1.21.4. الاستراتيجية المؤسسية ومصادر التمويل
 - 2.21.4. المنتجات المالية لتمويل الأعمال
- 31.4. سياق الاقتصاد الكلي
 - 1.31.4. سياق الاقتصاد الكلي
 - 2.31.4. المؤشرات الاقتصادية ذات الصلة
 - 3.31.4. آليات السيطرة على أحجام الاقتصاد الكلي
 - 4.31.4. الدورات الاقتصادية
- 41.4. التمويل الاستراتيجي
 - 1.41.4. التمويل الذاتي
 - 2.41.4. زيادة الأموال الخاصة
 - 3.41.4. الموارد الهجينة
 - 4.41.4. التمويل عن طريق الوسطاء

- 21.5. ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية: مؤشر الأداء
 - 1.21.5. سلسلة لوجستية
 - 2.21.5. ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية.
 - 3.21.5. المؤشرات الربحية وكفاءة السلسلة اللوجستية
 - 31.5. تنظيم العمليات
 - 1.31.5. إدارة العمليات
 - 2.31.5. النهج القائم على العملية: خريطة العمليات
 - 3.31.5. تحسينات في إدارة العمليات
 - 41.5. التوزيع واللوجستيات للنقل
 - 1.41.5. التوزيع في سلسلة التوريد
 - 2.41.5. النقل والخدمات اللوجستية
 - 3.41.5. نظم المعلومات الجغرافية كدعم للخدمات اللوجستية
 - 51.5. اللوجستية والعملاء
 - 1.51.5. تحليل الطلب
 - 2.51.5. توقعات الطلب والمبيعات
 - 3.51.5. تخطيط المبيعات والعمليات
 - 4.51.5. التخطيط التشاركي، التنبؤ وإعادة التوريد (CPFR)
 - 61.5. الخدمات اللوجستية الدولية
 - 1.61.5. عمليات التصدير والاستيراد
 - 2.61.5. جمارك
 - 3.61.5. نماذج ووسائل الدفع الدولي
 - 4.61.5. المنصات اللوجستية الدولية
 - 71.5. Outsourcing العمليات
 - 1.71.5. إدارة العمليات والاستعانة بمصادر خارجية Outsourcing
 - 2.71.5. تنفيذ الاستعانة بمصادر خارجية في البيئات اللوجستية
 - 81.5. القدرة التنافسية في العمليات
 - 1.81.5. إدارة العمليات
 - 2.81.5. القدرة التنافسية التشغيلية
 - 3.81.5. استراتيجية العمليات والمزايا التنافسية
 - 91.5. إدارة الجودة
 - 1.91.5. العميل الداخلي والعميل الخارجي
 - 2.91.5. تكاليف الجودة
 - 3.91.5. 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. أنماط سلسلة التوريد (SCM)
 - 1.8.5. سلسلة التوريد
 - 2.8.5. فوائدها إدارة سلسلة التوريد
 - 3.8.5. إدارة الخدمات اللوجستية في سلسلة التوريد
 - 9.5. Supply Chain management
 - 1.9.5. مفهوم إدارة سلسلة التوريد
 - 2.9.5. تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات
 - 3.9.5. أنماط الطلب
 - 4.9.5. استراتيجية العمليات والتغيير
 - 01.5. تفاعلات أنماط سلسلة التوريد مع جميع المجالات
 - 1.01.5. تفاعل سلسلة التوريد
 - 2.01.5. تفاعل سلسلة التوريد. تكامل أجزاء
 - 3.01.5. مشاكل تكامل سلسلة التوريد
 - 4.01.5. 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

وحدة 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. التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات
 - 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 ولوحات المعلومات dashboards البيانية
 - 5.7.6. التحليل الاستراتيجي لقواعد البيانات. تكوين التقارير
- 8.6. الذكاء التجاري المؤسسي
 - 1.8.6. عالم البيانات
 - 2.8.6. المفاهيم ذات الصلة
 - 3.8.6. الميزات الرئيسية
 - 4.8.6. الطول في السوق الحالية
 - 5.8.6. بنية عالمية لحل ذكاء الأعمال
 - 6.8.6. الأمن السبراني 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. الحصول على المعلومات
 - 4.9.6. أسباب الاستثمار في ذكاء الأعمال
 - 01.6. أدوات وحلول ذكاء الأعمال BI
 - 1.01.6. كيفية اختيار أفضل أداة؟
 - 2.01.6. Microsoft Power BI و Tableaug MicroStrategy
 - 3.01.6. SAP BI, SAS BI و Qlikview
 - 4.01.6. 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 الشركة Enterprise Resource Planning أو ERP
 - 31.6. التحولات الرقمية
 - 1.31.6. الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي
 - 2.31.6. التحول الرقمي؛ العناصر الرئيسية والفوائد والعيوب
 - 3.31.6. التحول الرقمي في الشركات
 - 41.6. التقنيات والاتجاهات
 - 1.41.6. الاتجاهات الرئيسية في مجال التكنولوجيا التي تغير نماذج الأعمال
 - 2.41.6. تحليل التقنيات الناشئة الرئيسية

- 7.7. استراتيجية التسويق الرقمي
 - 1.7.7. تحديد استراتيجية التسويق الرقمي
 - 2.7.7. أدوات استراتيجية التسويق الرقمي
- 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. ادارة الحملات الرقمية
 - 1.9.7. ما هي الحملة الاعلانية الرقمية؟
 - 2.9.7. خطوات إطلاق حملة تسويق عبر الإنترنت
 - 3.9.7. أخطاء في الحملات الاعلانية الرقمية
- 01.7. خطة التسويق عبر الإنترنت
 - 1.01.7. ما هي خطة التسويق عبر الإنترنت؟
 - 2.01.7. خطوات إنشاء خطة التسويق عبر الإنترنت
 - 3.01.7. 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. استراتيجية المبيعات
 - 1.21.7. استراتيجية المبيعات
 - 2.21.7. طرق البيع
 - 3.1.7. الاتصالات المؤسسية
 - 1.31.7. المفهوم
 - 2.31.7. أهمية الإعلام في المؤسسة
 - 3.31.7. نوع الاتصال في المنظمة
 - 4.31.7. وظائف الاتصال في المؤسسة
 - 5.31.7. عناصر الاتصال
 - 6.31.7. مشاكل الاتصال
 - 7.31.7. سيناريوهات الاتصال

- 51.6. Outsourcing تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات
 - 1.51.6. الإطار المفاهيمي للمصادر خارجية outsourcing
 - 2.51.6. المصادر الخارجية (outsourcing) لتكنولوجيا المعلومات (TI) وتأثيرها على الأعمال
 - 3.51.6. مفاتيح تنفيذ مشاريع الاستعانة بمصادر خارجية outsourcing لتكنولوجيا المعلومات للشركات

وحدة 7. الإدارة التجارية والتسويق وشركات الاتصال

- 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. مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce مقارنة بالتجارة 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

- 41.7. استراتيجية الاتصال المؤسسي
- 1.41.7. برامج التحفيز والعمل الاجتماعي والمشاركة والتدريب مع الموارد البشرية
- 2.41.7. أدوات ووسائل التواصل الداخلي
- 3.41.7. خطة الاتصال الداخلي
- 51.7. الاتصال والسمعة الرقمية
- 1.51.7. السمعة عبر الإنترنت
- 2.51.7. كيفية قياس السمعة الرقمية؟
- 3.51.7. أدوات السمعة عبر الإنترنت
- 4.51.7. تقرير السمعة عبر الإنترنت
- 5.51.7. Branding online

وحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

- 1.8. أبحاث التسويق
- 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. التجزئة على أساس معايير marketing-mix
- 7.4.8. منهجية تجزئة السوق

- 5.8. إدارة المشاريع البحثية
 - 1.5.8. بحوث السوق 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 بحوث الأسواق الدولية
 - 3.6.8. أهمية المصادر الثانوية في أبحاث السوق 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 الدعاية، وكالات الإعلام ومحترفي الدعاية
 - 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
- 01.8. استراتيجيات الترويج والتسويق (Merchandising)
 - 1.01.8. الاتصالات التسويقية المتكاملة
 - 2.01.8. خطة الاتصال الإعلاني
 - 3.01.8. ال تصميم التسويقي Merchandising ك تقنية للاتصالات
- 11.8. التخطيط الإعلامي
 - 1.11.8. نشأة وتطور التخطيط الإعلامي
 - 2.11.8. وسائل الإتصال
 - 3.11.8. خطة إعلامية



- 1.81.8. عتبة الربحية
- 2.81.8. موازنة المبيعات. مراقبة إدارة وخطة البيع السنوية
- 3.81.8. الأثر المالي لقرارات العمل الاستراتيجية
- 4.81.8. إدارة الدورة والتناوب والربحية والسيولة.
- 5.81.8. قوائم الدخل

وحدة 9. الابتكار وإدارة 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. إدارة 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 وإدارة المشاريع
 - 1.5.9. توجيه المشروع وإدارته: تحديد الفرص لتطوير مشاريع الابتكار المؤسسي
 - 2.5.9. المراحل أو المراحل الرئيسية لتوجيه وإدارة مشاريع الابتكار
- 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

- 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
- 31.8. المفاوضات التجارية
 - 1.31.8. المفاوضات التجارية
 - 2.31.8. القضايا النفسية للتفاوض
 - 3.31.8. طرق التفاوض الرئيسية
 - 4.31.8. عملية التفاوض
- 41.8. صنع القرار في إدارة الأعمال
 - 1.41.8. الإستراتيجية التجارية والإستراتيجية التنافسية
 - 2.41.8. نماذج صنع القرار
 - 3.41.8. التحليلات وأدوات اتخاذ القرار
 - 4.41.8. سلوك الإنسان في اتخاذ القرار
 - 51.8. توجيه وإدارة شبكة المبيعات
 - 1.51.8. Sales Management. إدارة المبيعات
 - 2.51.8. الشبكات في خدمة النشاط التجاري
 - 3.51.8. سياسات اختيار البائعين وتدريبهم
 - 4.51.8. أنظمة المكافآت للشبكات التجارية الخاصة والخارجية
 - 5.51.8. إدارة العملية التجارية. مراقبة عمل موظفي المبيعات ومساعدتهم على أساس المعلومات
- 61.8. تنفيذ الوظيفة التجارية
 - 1.61.8. توظيف مندوبي المبيعات ووكلاء المبيعات الخاصة
 - 2.61.8. مراقبة النشاط التجاري
 - 3.61.8. الميثاق الأخلاقي للموظفين التجاريين
 - 4.61.8. الامتثال المعياري
 - 5.61.8. معايير السلوك التجاري المقبولة عمومًا
 - 71.8. إدارة الحسابات الرئيسية
 - 1.71.8. مفهوم إدارة الحسابات الرئيسية
 - 2.71.8. Key Account Manager
 - 3.71.8. إستراتيجية إدارة الحسابات الرئيسية
 - 81.8. إدارة المالية والميزانية

- 4.01. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
 - 1.4.01. الاتصال بين الأشخاص
 - 2.4.01. مهارات الإعلام والتأثير
 - 3.4.01. حواجز الاتصال
- 5.01. أدوات. الاتصالات الشخصية والتنظيمية
 - 1.5.01. الاتصال بين الأشخاص
 - 2.5.01. أدوات الاتصال بين الأشخاص
 - 3.5.01. الاتصال في المنظمات
 - 4.5.01. الأدوات في المنظمة
 - 6.01. الاتصال في حالات الأزمات
 - 1.6.01. أزمات
 - 2.6.01. مراحل الأزمات
 - 3.6.01. الرسائل: المحتويات واللحظات
 - 7.01. إعداد خطة للأزمات
 - 1.7.01. تحليل المشاكل المحتملة
 - 2.7.01. المخطط
 - 3.7.01. تكيف الموظفين
 - 8.01. الذكاء العاطفي
 - 1.8.01. الذكاء العاطفي والتواصل
 - 2.8.01. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
 - 3.8.01. الثقة بالنفس والاتصال العاطفي
 - 9.01. خلق العلامة التجارية الشخصية
 - 1.9.01. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية
 - 2.9.01. قوانين العلامات التجارية الشخصية
 - 3.9.01. أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية
 - 01.01. القيادة وإدارة الفرق
 - 1.01.01. القيادة وأساليب القيادة
 - 2.01.01. قدرات القائد والتحديات
 - 3.01.01. إدارة عملية التغيير
 - 4.01.01. إدارة فرق متعددة الثقافات

- 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
- 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
 - 1.9.9. إنشاء شركة ناشئة startup
 - 2.9.9. منظمة وثقافة
 - 3.9.9. الأسباب العشرة الأولى لفشل الشركات الناشئة startups
 - 4.9.9. الجوانب القانونية
- 01.9. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع
 - 1.01.9. مخاطر الخطة
 - 2.01.9. عناصر إنشاء خطة إدارة المخاطر
 - 3.01.9. أدوات إنشاء خطة إدارة المخاطر
 - 4.01.9. محتوى خطة إدارة المخاطر

وحدة 01. الإدارة التنفيذية

- 1.01. General Management
 - 1.1.01. مفهوم General Management
 - 2.1.01. عمل Manager General
 - 3.1.01. المدير العام ومهامه
 - 4.1.01. تحويل عمل الإدارة
- 2.01. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
 - 1.2.01. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
 - 3.01. إدارة العمليات
 - 1.3.01. أهمية الإدارة
 - 2.3.01. سلسلة القيمة
 - 3.3.01. إدارة الجودة

وحدة 11. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية

- 1.11. تطور الموارد البشرية رؤية متكاملة
- 2.11. التفكير الاستراتيجي والنظام
- 3.11. تخطيط وإدارة المشاريع في قسم الموارد البشرية
- 4.11. التصميم التنظيمي الاستراتيجي
- 5.11. تصميم الوظائف والتوظيف والاختيار
- 6.11. القيادة الاستراتيجية
- 7.11. التدقيق والرقابة على إدارة الموارد البشرية

وحدة 21. عملية تنظيم الموارد RRHH وإدارتها

- 1.21. عقود العمل
- 2.21. الوساطة في العمل
- 3.21. العلاقات الصناعية وتكنولوجيا المعلومات
- 4.21. تسريح العمال وإعادة هيكلة القوالب
- 5.21. التفاوض الجماعي
- 6.21. الإعاقة في العمل والصحة
- 7.21. الصحة وجودة العمل

وحدة 31. السلوك التنظيمي

- 1.31. الثقافة التنظيمية
- 2.31. هيكل المنظمة
- 3.31. إدارة المنظمة
- 4.31. السلوك والتغيرات التنظيمية
- 5.31. السلطة والسياسة
- 6.31. تنظيم قسم الموارد البشرية.
- 7.31. الناس في المنظمات
- 8.31. إدارة المعرفة

وحدة 41. التدريب التنفيذي

- 1.41. الإدارة العصبية
- 2.41. ضبط النفس والفعالية الذاتية
- 3.41. التدريب
- 4.41. علم النفس الإيجابي
- 5.41. الإدارة والذكاء العاطفي
- 6.41. التعاطف والتعاون
- 7.41. إدارة الوقت

وحدة 51. إدارة الموهبة

- 1.51 تحليل الوظيفة
- 2.51 الاختيار وديناميكيات المجموعة وتوظيف الموارد البشرية
- 3.51 إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات
- 4.51 تقييم الأداء وإدارة الأداء
- 5.51 تنظيم المعلومات
- 6.51 إدارة الموهبة
- 7.51 الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
- 8.51 تحفيز
- 9.51 Employer Branding
- 01.51 تطوير فرق عالية الأداء

وحدة 61. الاتصالات الاستراتيجية

- 1.61 الاتصال في المنظمات
- 2.61 الاتصال الداخلي وخطة الاتصال الشامل
- 3.61 الاتصال بين الأشخاص
- 4.61 تواصل مفتوح
- 5.61 التفاوض

وحدة 71. الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركات

- 1.71 الدور الإداري والمسؤولية الاجتماعية للشركات
- 2.71 مسؤولية مشتركة

وحدة 81. تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي

- 1.81 أشكال جديدة من التنظيم ومنهجيات العمل الجديدة
- 2.81 المهارات الرقمية والعلامة التجارية المهنية
- 3.81 الموارد البشرية وتحليل البيانات
- 4.81 إدارة الأفراد في العصر الرقمي



أهداف التدريس

الهدف الرئيسي هو تزويد أصحاب الشركات بالأدوات اللازمة لقيادة المواهب البشرية داخل مؤسساتهم بشكل فعال، مع التكيف مع بيئة عمل عالمية وديناميكية. سيتم بذلك تعزيز مهارات القيادة، تحسين إدارة الفرق، وتشجيع إنشاء استراتيجيات مؤسسية تزيد من التنافسية والأداء التنظيمي. بالإضافة إلى ذلك، سيتم تأهيلهم لتطبيق ممارسات مستدامة، اتخاذ القرارات في بيئات معقدة، واستخدام التقنيات الجديدة في مجال الموارد البشرية، بهدف ضمان النجاح على المدى الطويل.



ستتقن أدوات لإدارة فريقك بشكل فعّال في العصر الرقمي، مستفيدًا من المزايا التي توفرها التقنيات الحديثة في إدارة الموارد البشرية"



الأهداف العامة



- ♦ التعرف على أحدث الاتجاهات في إدارة الأعمال مع مراعاة البيئة العالمية التي تحكم معايير الإدارة العليا
- ♦ تطوير المهارات القيادية الرئيسية التي يجب أن تحدد المهنيين النشطين
- ♦ التعمق في معايير الاستدامة التي تحددها المعايير الدولية عند تطوير خطة العمل
- ♦ 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 وتحقيق أهدافها الخاصة
- ♦ العمل بطريقة أكثر فعالية ومرنة وأكثر توافقاً مع التقنيات الجديدة والأدوات الحالية
- ♦ توضيح البيئة الاقتصادية التي تعمل فيها الشركة وتطوير الاستراتيجيات المناسبة لتوقع التغييرات
- ♦ القدرة على إدارة الخطة الاقتصادية والمالية للشركة
- ♦ فهم العمليات اللوجستية الضرورية في مجال الأعمال لتطوير الإدارة المناسبة لها
- ♦ تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مختلف مجالات الشركة
- ♦ تنفيذ استراتيجية التسويق التي تتيح معرفة المنتج للعملاء المحتملين وتكوين صورة مناسبة عن الشركة
- ♦ معالجة آليات توزيع عبء عمل الموارد المشتركة عبر مشاريع متعددة
- ♦ وضع المبادئ التوجيهية المناسبة لتكيف الشركة مع المجتمع المتغير

- ♦ الحصول على رؤية شاملة لإدارة الموارد البشرية لشركة
- ♦ تحليل عمليات الاختيار في الشركات والدور الأساسي الذي تضطلع به في المستقبل
- ♦ تصميم عملية اختيار وتعيين الموظفين
- ♦ تحليل الوظائف الشاغرة والملفات الشخصية المحتملة التي تناسب ممارسة المناصب وتحديد مواقعها داخل الشركة
- ♦ تعميق عمليات اختيار الموظفين المختلفة
- ♦ تحليل قرارات المجالات المختلفة من خلال نموذج ثقافة الشركة على الصعيدين الوطني والدولي
- ♦ معرفة خصائص ومكونات السلوك التنظيمي والثقافة التنظيمية
- ♦ تطوير منهجيات وتقنيات متقدمة في إدارة الأفراد وتنمية المواهب داخل المنظمة
- ♦ فهم الأساس المالي والمحاسبي لإدارة شؤون الموظفين
- ♦ تعزيز الاحتمالات التي تسمح بها التكنولوجيا من خلال الموارد البشرية 2.0
- ♦ التعرف على كيفية تطبيق تقنيات التدريب وعلم النفس الإيجابي لتحفيز الموظفين
- ♦ التعرف بعمق على عمليات إدارة وتسيير الموارد البشرية
- ♦ التعمق قنوات الاتصال المختلفة وتأكيدتها في العمليات التجارية





الأهداف المحددة

وحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- تطوير مهارات القيادة الأخلاقية التي تدمج الأساسيات المسؤولية الاجتماعية والاستدامة في صناعة القرار
- تأهيل لتنفيذ سياسات المسؤولية الاجتماعية التي تساهم في تحقيق تأثير إيجابي على المجتمع والبيئة

وحدة 2. التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية

- التعمق في صياغة وتنفيذ استراتيجيات مؤسسية فعّالة
- اكتساب مهارات في إدارة الفرق الإدارية لتحسين الأداء التنظيمي

وحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- التعمق في الإدارة الفعّالة للمواهب البشرية، مع التركيز على جذب الموظفين الرئيسيين وتطويرهم والاحتفاظ بهم
- القدرة على إنشاء وإدارة فرق عالية الأداء تتماشى مع الأهداف التنظيمية

وحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

- استخدام أدوات مبتكرة لاتخاذ قرارات مالية استراتيجية تعمل على تحسين الموارد وضمان ربحية الشركة
- التأهيل لإعداد وإدارة الميزانيات، التقارير المالية، وتحليل جدوى المشاريع

وحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

- تطوير مهارات في التخطيط، التنسيق، والسيطرة على العمليات اللوجستية داخل سلسلة التوريد
- تحسين العمليات التشغيلية وتقليل التكاليف المرتبطة بالخدمات اللوجستية للشركات

وحدة 6. إدارة نظم المعلومات

- التعمق في الإدارة الاستراتيجية لنظم المعلومات لدعم اتخاذ القرارات وتحسين العمليات المؤسسية

وحدة 7. الإدارة التجارية والتسويق وشركات الاتصال

- التأهيل في إنشاء وتنفيذ استراتيجيات تجارية وتسويقية تتماشى مع عرض الشركة ومتطلبات السوق
- تطوير مهارات في إدارة الاتصال المؤسسي لتعزيز صورة العلامة التجارية

وحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

- إتقان استخدام الأدوات والمنهجيات لإجراء بحوث السوق التي تحدد فرص الأعمال
- إدارة حملات إعلانية فعّالة واتخاذ قرارات استراتيجية في الإدارة التجارية

وحدة 9. الابتكار وإدارة المشاريع

- تعزيز القدرة على إدارة المشاريع الابتكارية التي تضيف قيمة وتميز الشركة في السوق
- تطوير مهارات في التخطيط، التنفيذ، والسيطرة على المشاريع مع التركيز على الابتكار والاستدامة

وحدة 10. الإدارة (Management) التنفيذية

- اكتساب مهارات لقيادة الفرق الإدارية في بيئات عمل ديناميكية وعالمية
- التأهيل لاتخاذ قرارات استراتيجية تعمل على تحسين الموارد وتعزيز الأداء التنظيمي

وحدة 15. إدارة الموهبة

- ♦ اكتساب مهارات لإدارة المواهب بشكل فعال، بدءاً من تحديد وجذب أفضل المهنيين وصولاً إلى الاحتفاظ بهم وتطوير مهاراتهم
- ♦ خلق بيئة عمل منتجة وملتزمة

وحدة 16. الاتصالات الاستراتيجية

- ♦ امتلاك معرفة شاملة بتنفيذ استراتيجيات الاتصال الداخلي والخارجي، مع مواءمة الرسائل التنظيمية مع الأهداف الاستراتيجية
- ♦ تحسين العلاقة مع الموظفين، أصحاب المصلحة والعملاء, stakeholders

وحدة 17. الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركات

- ♦ تعزيز فهم عميق للأخلاقيات المهنية والمسؤولية الاجتماعية للشركات
- ♦ دمج ممارسات أخلاقية ومسؤولية اجتماعياً في الإدارة المؤسسية وسياسات الموارد البشرية

وحدة 18. تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي

- ♦ إدارة التغيير في بيئة رقمية، من خلال تبني تقنيات وحلول مبتكرة تعمل على تحسين عمليات الموارد البشرية
- ♦ تحسين تجربة الموظف ودعم الاستراتيجية الرقمية للمؤسسة

وحدة 11. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية

- ♦ تطوير مهارات لتصميم وتنفيذ استراتيجيات للموارد البشرية تتماشى مع الأهداف التنظيمية
- ♦ المساهمة في خلق ميزة تنافسية من خلال الإدارة الفعالة لرأس المال البشري

وحدة 12. عملية تنظيم الموارد RRHH وإدارتها

- ♦ إدارة العمليات الأساسية للموارد البشرية، بدءاً من الاختيار والتوظيف وصولاً إلى التدريب، التطوير وتعويض الموظفين
- ♦ القدرة على تحسين الإدارة والأداء التنظيمي

وحدة 13. السلوك التنظيمي

- ♦ تحليل السلوك الفردي والجماعي داخل المنظمات
- ♦ تطوير استراتيجيات لتحسين التحفيز، الأداء وديناميكية الفرق، مع تعزيز ثقافة تنظيمية إيجابية

وحدة 14. التدريب التنفيذي

- ♦ إتقان تقنيات متقدمة في التدريب التنفيذي، مع توفير أدوات ومناهج عملية لدعم تطوير القيادة
- ♦ تحسين عملية اتخاذ القرارات وتعزيز أداء التنفيذيين داخل المنظمات

الفرص المهنية

سيكون خريجو هذا البرنامج مؤهلين لتولي أدوار رئيسية مثل مديري الموارد البشرية، كبار مسؤولي الموارد البشرية (CHRO)، المستشارين الاستراتيجيين في إدارة المواهب، ومسؤولي التطوير التنظيمي، من بين أدوار أخرى. بالإضافة إلى ذلك، ستمنحهم خبرتهم في إنشاء الاستراتيجيات المؤسسية، إدارة التغيير، وتطبيق التقنيات الحديثة في مجال الموارد البشرية القدرة على قيادة الفرق، تحسين العمليات، والمساهمة في النمو المستدام والتنافسي لأي شركة، سواء على المستوى الوطني أو الدولي





سيفتح هذا البرنامج آفاقاً واسعة من الفرص المهنية لأصحاب الأعمال، مما يمكنهم من الوصول إلى مناصب قيادية وإدارية داخل مؤسساتهم أو في شركات أخرى»

ملف الخريج

سيكون الخريج مؤهلاً لاتخاذ قرارات مستنيرة واستراتيجية في بيئات معقدة ومتغيرة، مع تعزيز ثقافة تنظيمية قوية تتماشى مع الأهداف المؤسسية. بالإضافة إلى ذلك، سيكتسب معرفة عميقة في إدارة الموارد البشرية، تطوير المواهب، الاستدامة وتطبيق التقنيات الناشئة، مما يمكنه من تعزيز التنافسية والنمو المستدام للشركة. مع التركيز على الجانب العملي والابتكار، سيكون قادرًا أيضًا على قيادة فرق متعددة التخصصات، تصميم استراتيجيات فعالة لاختيار وتطوير الموظفين، وإدارة التحديات التي تفرضها الأسواق الحالية بنجاح.

ستغطي مجالات رئيسية، مثل الخدمات اللوجستية للأعمال، التسويق الاستراتيجي وتوزيع أعباء العمل، وهي ضرورية لضمان حسن سير عمل مؤسستك.

- ♦ القيادة الاستراتيجية: قيادة الفرق في بيئات معقدة وديناميكية، مع مواءمة الأهداف الفردية والتنظيمية لتحقيق الأهداف المؤسسية بكفاءة ورؤية طويلة الأجل
- ♦ اتخاذ القرار في بيئات غير مؤكدة: اتخاذ قرارات مستنيرة تحت ظروف عدم اليقين والتغيرات المستمرة، باستخدام البيانات، التحليل والمعايير الاستراتيجية لإدارة الموارد البشرية بشكل أمثل
- ♦ إدارة التغيير القادرة على التكيف: قيادة عمليات التحول التنظيمي، مع التكيف مع السياقات الجديدة وإدارة التغيير بفعالية، لضمان بقاء الشركة تنافسية وقادرة على الصمود
- ♦ التواصل التخمين الصحيح و تسيير الأسواق: التفاعل بوضوح وفعالية مع الفرق متعددة التخصصات، مع تعزيز بيئة تعاونية وحل النزاعات بطريقة بناءة

- 6 **مديرة اختيار الموظفين:** يقود عملية التوظيف والاختيار، مما يضمن جذب أفضل المرشحين لكل وظيفة، مع مواءمة احتياجات المؤسسة مع قدرات المواهب
- 7 **مسؤول الثقافة والمناخ التنظيمي:** يشرف على إنشاء وميانة ثقافة تنظيمية إيجابية، مع العمل على تحفيز الموظفين، تعزيز التزامهم وضمان رضاهم.
- 8 **مدير التعويضات والمزايا:** مسؤول عن تصميم وإدارة أنظمة التعويضات، الرواتب والمزايا للموظفين، مما يضمن توافقها مع أهداف الشركة
- 9 **مدير العلاقات العمالية:** يتولى إدارة العلاقات بين الشركة والموظفين، مع التفاوض بشأن الاتفاقيات العمالية، إدارة النزاعات وضمان الامتثال للقوانين العمالية.
- 10 **مسؤول التحول الرقمي في الموارد البشرية:** يقود تنفيذ التقنيات المبتكرة في إدارة الموارد البشرية، باستخدام الأدوات الرقمية لتحسين كفاءة عمليات التوظيف، التدريب، إدارة الأداء والتواصل الداخلي.

بعد إتمام الماجستير المتقدم، ستتمكن من توظيف معرفتك ومهاراتك في المناصب التالية:

- 1 **مدير الموارد البشرية** مسؤول عن قيادة استراتيجية الموارد البشرية، وإدارة المواهب، والتطوير التنظيمي وسياسات الرفاهية، والمواءمة بين الأهداف البشرية وأهداف العمل.
2. (رئيس الموارد البشرية (CHRO)، كبير موظفي الموارد البشرية (Chief Human Resources Officer)) إشراف على جميع وظائف الموارد البشرية، بما في ذلك التخطيط الاستراتيجي للمواهب، الثقافة المؤسسية وإدارة التغييرات التنظيمية على المستوى العالمي.
- 3 **مستشار الاستراتيجية والموارد البشرية:** يقدم استشارات متخصصة في تحسين العمليات وتنفيذ استراتيجيات الموارد البشرية التي تعزز تطوير المواهب، التنافسية والكفاءة.
- 4 **مسؤول تطوير تنظيمي:** يقود المبادرات لتحسين الهيكل التنظيمي والعمليات الداخلية، مع تعزيز الكفاءة التشغيلية والتطوير المستمر للموظفين.
- 5 **مدير التدريب والتطوير:** يتولى تصميم وإدارة برامج التدريب والتطوير للموظفين، مما يضمن اكتساب المهارات اللازمة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة

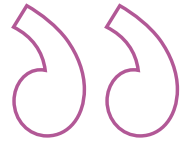


ستتعمق في تحليل البيئة الاقتصادية وإعداد استراتيجيات تتكيف مع التغيرات المستمرة في السوق، مع إدارة الموارد الاقتصادية والمالية لشركتك»

منهجية الدراسة

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

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



الطلاب: 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 ينهون دراساتهم في HCET الجامعة التكنولوجية على إعداد شامل يمنحهم ميزة تنافسية ملحوظة للتقدم في مساراتهم المهنية.

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

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





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

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

من أجل تطبيق منهجيته بفعالية، يركز برنامج TECH على تزويد الخريجين بمواد تعليمية بأشكال مختلفة: نصوص، وفيديوهات تفاعلية، ورسوم توضيحية وخرائط معرفية وغيرها. تم تصميمها جميعًا 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 وفقًا لتوافرهم الشخصي أو التزامات العمل. وبهذه الطريقة، سيتمكنون من التحكم الشامل في المحتويات الأكاديمية وأدواتهم التعليمية، وفقًا لتحديثهم المهني المتسارع.

تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. الطلاب الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.
2. يركز منهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للطلاب بالاندماج بشكل أفضل في العالم الحقيقي.
3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.
4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهمًا للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

المنهجية الجامعية الأفضل تصنيفاً من قبل طلابها

نتائج هذا النموذج الأكاديمي المبتكر يمكن ملاحظته في مستويات الرضا العام لخريجي TECH. تقييم الطلاب لجودة التدريس، وجودة المواد، وهيكل الدورة وأهدافها ممتاز. ليس من المستغرب أن تصبح الجامعة الأعلى تقييماً من قبل طلابها على منصة المراجعات Trustpilot، 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"



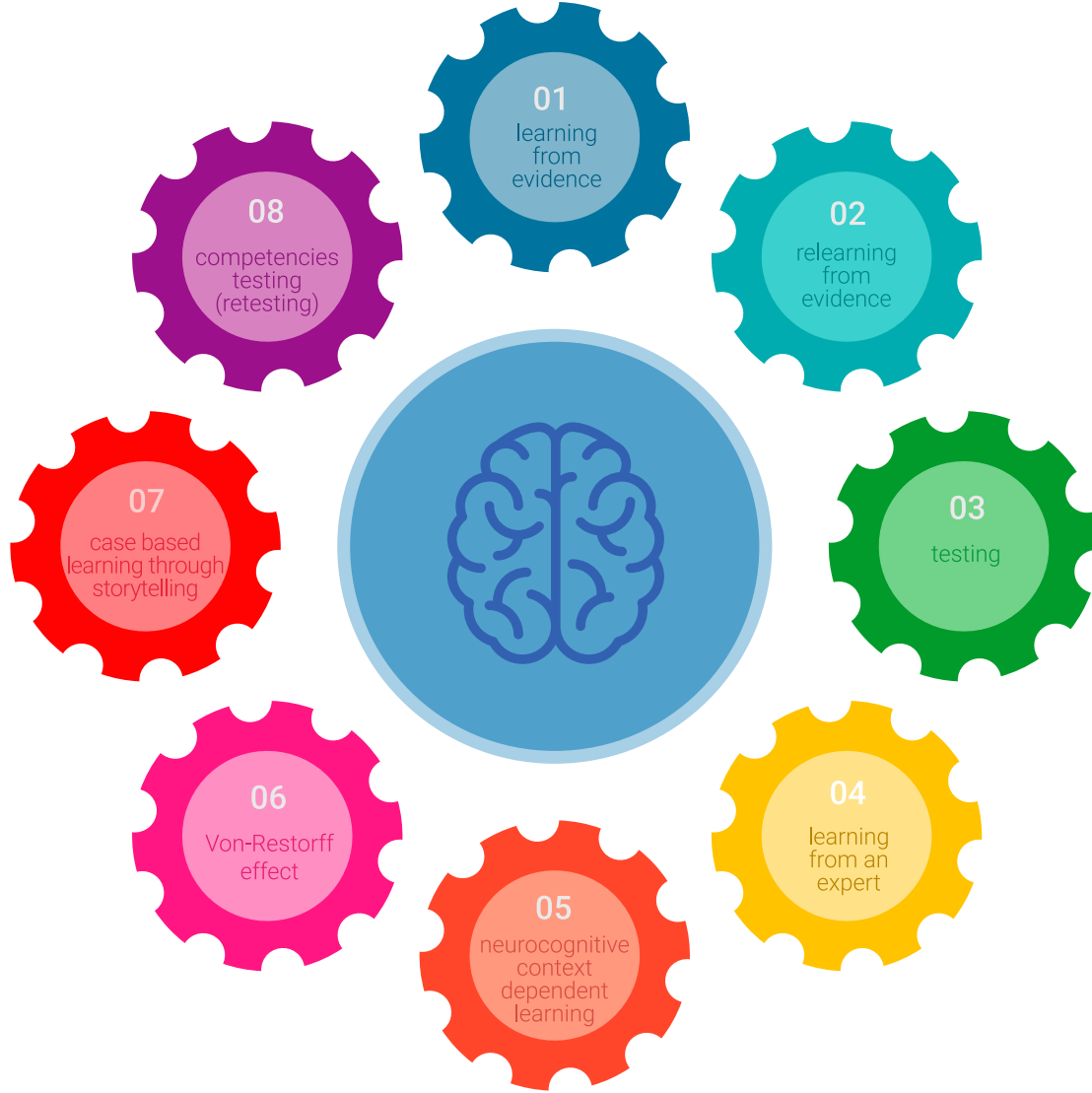
Case studies أو دراسات الحالة

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 الجامعة التكنولوجية.

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





طريقة Relearning

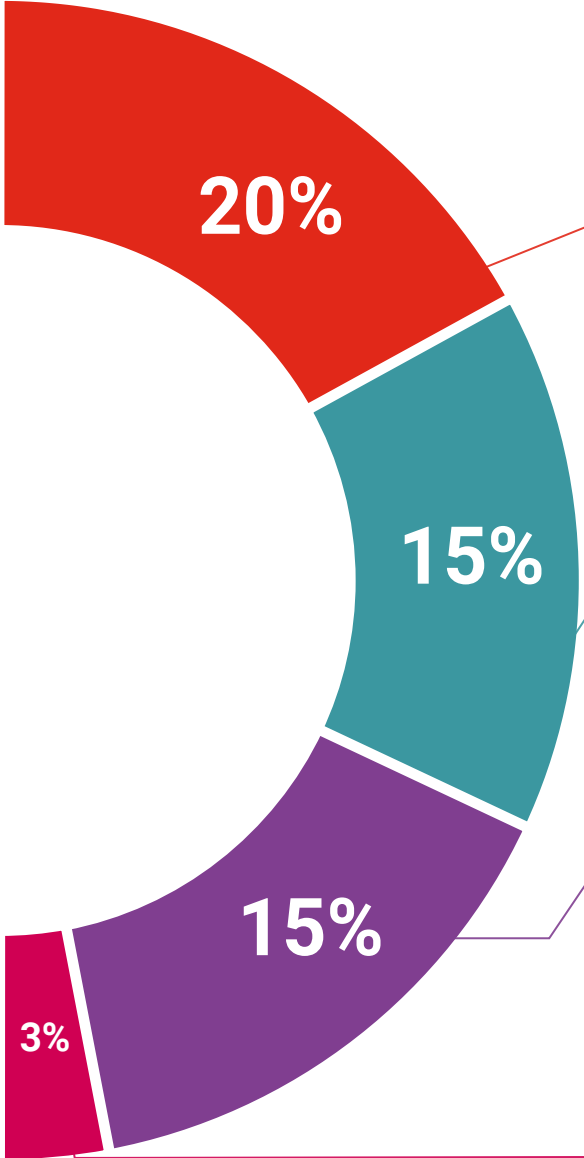
في TECH، يتم تعزيز دراسات الحالة بأفضل طريقة تدريس عبر الإنترنت بنسبة 100% إعادة التعلم.

هذه الطريقة تكسر الأساليب التقليدية للتدريس لوضع الطالب في مركز المعادلة، وتزويده بأفضل المحتويات في صيغ مختلفة. بهذه الطريقة، يتمكن من مراجعة وتكرار المفاهيم الأساسية لكل مادة وتعلم كيفية تطبيقها في بيئة حقيقية.

وفي هذا السياق، وبناءً على العديد من الأبحاث العلمية، يعتبر التكرار أفضل وسيلة للتعلم. لهذا السبب، تقدم TECH بين 8 و16 تكرارًا لكل مفهوم أساسي داخل نفس الدرس، مقدمة بطرق مختلفة، بهدف ضمان ترسيخ المعرفة تمامًا خلال عملية الدراسة.

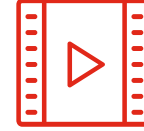
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة باسم Relearning، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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.



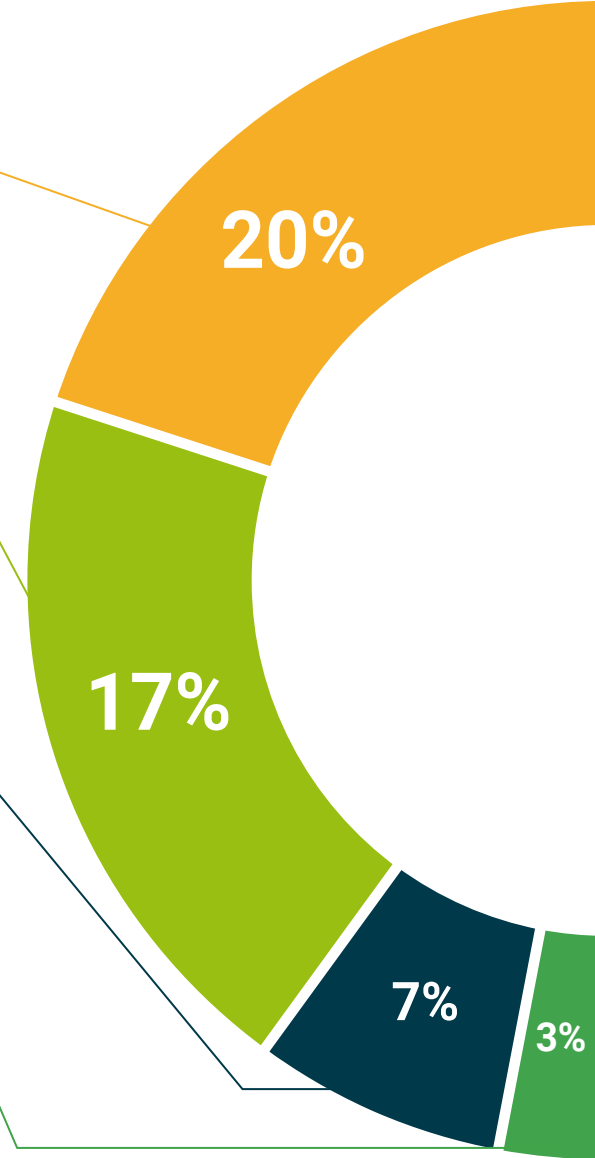
المحاضرات الرئيسية

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

يتكون فريق التدريس في ماجستير متقدم في الإدارة العليا للموارد البشرية من مجموعة من المحترفين ذوي السمعة الرفيعة، الذين يمتلكون خبرة واسعة في المجالين المؤسسي والأكاديمي في هذا السياق، سيقدم كل منهم نهجًا عمليًا ومحدثًا بفضل معرفتهم المباشرة بالتحديات والاتجاهات الحالية في إدارة الموارد البشرية بالإضافة إلى ذلك، هؤلاء الخبراء هم رواد في مجالاتهم الخاصة، مما يضمن أن يحصل الخريجون على تدريب عالي الجودة يعتمد على أفضل الممارسات العالمية وأحدث التطورات في هذا المجال.



سيمنحك الجمع بين الخبرة النظرية والعملية ميزة كبيرة،
مما يتيح لك تطبيق المعرفة التي اكتسبتها فوراً في
مؤسستك الخاصة»



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

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

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



أ. Jennifer Dove

- ♦ نائب الرئيس، 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.

بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم"





المدير الدولي المستضاف

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

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

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

أ. Rick Gauthier

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



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



المدير الدولي المستضاف

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

إن الاستراتيجيات التي 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 التحولية.. مع شركة Shell، بالتحديد، شرع المدير التنفيذي في التغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات من أجل إزالة 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 الأصلية وتجارة 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 و الإِسناد. 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 وإيرباص وسيمنز، حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. قد اشتهر بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة مع العملاء والعمل بسلاسة مع الأشخاص على جميع مستويات المؤسسة، بما في ذلك أصحاب المصلحة والإدارة وأعضاء الفريق والعملاء. لقد جعله نهجه القائم على البيانات وقدرته على تطوير حلول مبتكرة وقابلة للتطوير لتحديات الصناعة رائدًا بارزًا في مجاله.

د. Arens, Manuel

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



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



المدير الدولي المستضاف

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

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

كمدبر 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 دولتشى 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 مؤخرًا لابتكاراته المستمرة في استخدام واجهة برمجة التطبيقات الجديدة لـ Walmart Luminate الخاصة بالمتسوقين ورؤى القنوات.

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

أ. Gram, Mick

- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence والتحليلات في Red Bull، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مهندس حلول ذكاء الأعمال لمقهى بيانات وول مارت داتا كافيه
- ♦ 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



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



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

- مدبرة 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

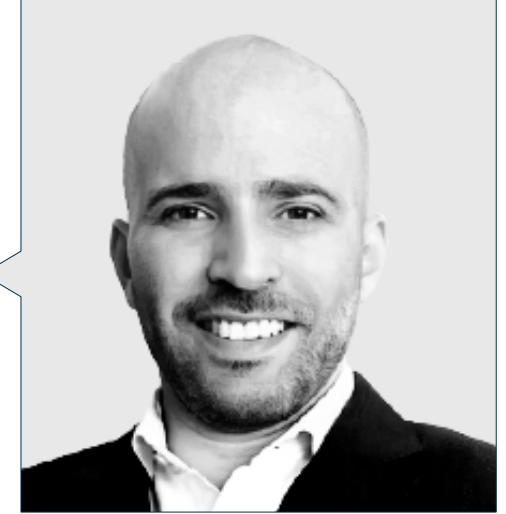


بفضل هذا المؤهل العلمي 100% عبر الإنترنت،
ستتمكن من الجمع بين دراستك والتزاماتك
اليومية، بمساعدة كبار الخبراء الدوليين في
مجال اهتمامك. سجل الآن!

هيكل الإدارة

د. González Ferrer, Óliver

- ♦ مدير التخطيط الاستراتيجي للتوظيف المهني في مجموعة القوى العاملة
- ♦ مدير الاتصالات - التخطيط الاستراتيجي للمشاريع في Trabajando.com
- ♦ رئيس قسم التسويق والاتصالات في Trabajando.com
- ♦ عالم اجتماع في Cabildo de Fuerteventura
- ♦ درجة الماجستير في الإعلان والاتصال من جامعة كومبلاس البابوية
- ♦ حاصل على بكالوريوس في علم الاجتماع، جامعة لا لاغونا



الأساتذة

أ. Cañas García, Ana

- ♦ القائم بأعمال رئيس الأركان في جوتيلولو
- ♦ مستشار شريك ومنسق لمنطقة المواهب الرقمية في Coherentis
- ♦ مستشار المواهب الرقمية في Talentics
- ♦ مستشار توظيف دولي في المجموعة الدولية
- ♦ مستشار التوظيف في ARG مستشار الموارد البشرية
- ♦ حاصلة على بكالوريوس في القانون من جامعة Carlos III
- ♦ دبلوم في علاقات العمل من جامعة Carlos III

أ. Lago Burgos, Iria

- ♦ مديرة الاتصالات في Grupo Obremo
- ♦ الاتصالات والتسويق والأحداث في Innova & action
- ♦ منسقة الاتصالات والتسويق المؤسسي في Trabajando.com
- ♦ Social Media Manager & Content Creator في MaDI
- ♦ البروتوكول المتقدم للاتصالات والتسويق والبروتوكول
- ♦ حاصلة على بكالوريوس في الصحافة من جامعة كارلوس الثالث

د. Javier Caparrós Jiménez

- ♦ رئيس التوظيف المهني في مجموعة القوى العاملة
- ♦ مدير دولي من شركة HR Consulting at Universia
- ♦ العضو المنتدب في Hay Group
- ♦ مدير الحسابات الكبيرة - مدير المنطقة في Ajilon
- ♦ ماجستير في الممارسة القانونية في Colex
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة مدريد المستقلة

د. Raquel Ruiz Rodríguez

- ♦ مديرة في Rétate Consultora, مدرسة الموهبة والعلوم School Consultant Talent and Science
- ♦ متعاونة إذاعية في برنامج "كسر القواعد"
- ♦ مديرة التطوير الوظيفي
- ♦ مديرة الموارد البشرية في مكتب Veritas
- ♦ دكتوراه في قيادة الأعمال من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ ماجستير رسمي في الإدارة العصبية في جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ درجة الماجستير في التدريب بـ اللجنة الانتخابية المستقلة
- ♦ ماجستير في الموارد البشرية من IMF
- ♦ حاصلة على شهادة البكالوريوس في العلاقات العمالية من جامعة Valencia

أ. Leire Olmos Otero

- ♦ مدير الموارد البشرية في Sea & Ports MGM
- ♦ مدير الموارد البشرية في Marguisa Shipping Lines
- ♦ تقني الموارد بشرية. في Prodems Legal and Tax Advisors
- ♦ ماجستير في الاستشارات القانونية والعمالية
- ♦ المحاضرة الجامعية في علاقات العمل من جامعة ري خوان كارلوس



المؤهل العلمي

يضمن الماجستير المتقدم في الإدارة العليا للموارد البشرية 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 المتقدم** وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: **ماجستير متقدم في الإدارة العليا للموارد البشرية**

طريقة الدراسة: **عبر الإنترنت**

مدة الدراسة: **(15) شهر**

تحتوي درجة **الماجستير المتقدم في الإدارة العليا للموارد البشرية** على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائثة في السوق.

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

الإدارة العليا للموارد البشرية ماجستير متقدم في

التوزيع العام للخطة الدراسية

الدرجة	المادة	الطريقة	عدد الساعات	الدرجة	المادة	الطريقة	عدد الساعات
1*	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	إلحائي	150	2*	الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية	إلحائي	150
1*	التمويل الاستراتيجي والإدارة التنموية	إلحائي	150	2*	علمية تطوير الموارد HRD وتدريبها	إلحائي	150
1*	إدارة التزام وإدارة الوظائف	إلحائي	150	2*	السلوك التنظيمي	إلحائي	150
1*	الإدارة الاقتصادية والمالية	إلحائي	150	2*	التدريب التنفيذي	إلحائي	150
1*	إدارة العمليات والعمليات	إلحائي	150	2*	إدارة الجودة	إلحائي	150
1*	إدارة نظم المعلومات	إلحائي	150	2*	التقنيات الاستراتيجية	إلحائي	150
1*	الإدارة التجارية والتسويق وشركات الاموال	إلحائي	150	2*	الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركات	إلحائي	150
1*	مخاطر التسويق والتغلب والإدارة التجارية	إلحائي	150	2*	تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي	إلحائي	150
1*	البنك وإدارة المشاريع	إلحائي	150	2*		إلحائي	150
1*	التمويل (Management)	إلحائي	150	2*		إلحائي	150

tech الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara Navarro
أ.د. / رئيسة الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة مملوثة إلى
ر
المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

للاجتياز/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج
ماجستير متقدم
في
الإدارة العليا للموارد البشرية

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

تلك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018
في تاريخ 17 يونيو 2020

Tere Guevara Navarro
أ.د. / رئيسة الجامعة

TECH: AFW0K23S_tech@university.com/certificates

*تصديق لاهي أوستيل. في حالة قيام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الوراقية وتصديق لاهي أوستيل، ستتخذ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.



ماجستير متقدم الإدارة العليا للموارد البشرية

- « طريقة الدراسة: عبر الإنترنت
- « مدة الدراسة: (15) شهر
- « المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: عبر الإنترنت

ماجستير متقدم الإدارة العليا للموارد البشرية