

# ماجستير متقدم الإدارة العليا الدولية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير متقدم في الإدارة العليا الدولية

« بقة 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.techtitute.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-international-management](http://www.techtitute.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-international-management)

# الفهرس

03

خطة الدراسة

ص. 12

02

لماذا تدرس في TECH؟

ص. 8

01

تقديم البرنامج

ص. 4

06

منهجية الدراسة

ص. 48

05

الآفاق المهنية

ص. 44

04

أهداف التدريس

ص. 38

08

المؤهل العلمي

ص. 76

07

أعضاء هيئة التدريس

ص. 58

# تقديم البرنامج

في البيئة التجارية الديناميكية، تواجه الإدارة العليا الدولية تحديات وفرصًا غير مسبوقه في الواقع، أصبح دمج الذكاء الاصطناعي (IA) ركيزة أساسية لتحسين العمليات وتعزيز تجربة العملاء، مما يتطلب من القادة تكييف استراتيجياتهم لدمج هذه التقنيات بفعالية بالإضافة إلى ذلك، فإن إدارة الفرق الهجينة، التي تجمع بين العمل الحضوري والعمل عن بُعد، تتطلب مهارات تواصل واضحة وقدرة على التكيف للحفاظ على التماسك والإنتاجية. لهذا السبب، قامت TECH بتطوير برنامج متكامل 100% عبر الإنترنت، مصمم وفقًا للمنهجية الثورية Relearning، والتي تعتمد على التكرار المستمر للمفاهيم الأساسية لضمان فهم مثالي وطبيعي لجميع المحتويات.

ستطور مهارات أساسية في القيادة، وإدارة الفرق  
متعددة الثقافات، واتخاذ القرارات في بيئات عالية  
التعقيد، وذلك بفضل أفضل جامعة رقمية في العالم  
وفقاً لتصنيف Forbes. TECH



يحتوي هذا **الماجستير المتقدم في الإدارة العليا الدولية** على البرنامج التعليمي الأكثر شمولاً وتحديثاً في السوق. أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير حالات عملية يقدمها خبراء في الإدارة العليا الدولية
- ♦ 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

تعد الإدارة العليا الدولية عنصرًا أساسيًا في نجاح واستدامة المنظمات التي تعمل خارج حدودها الوطنية في مجتمع مترابط، يجب على الخبراء أن يكونوا قادرين على إدارة التنوع، وتطوير استراتيجيات عالمية، واتخاذ قرارات مستنيرة تأخذ في الاعتبار العوامل الاقتصادية والسياسية والثقافية في مختلف المناطق. لهذا السبب، من الضروري أن يتقن المتخصصون الاستراتيجيات الأكثر تقدمًا لمواءمة العمليات العالمية مع الأهداف التنظيمية، مع تعزيز الابتكار والقدرة التنافسية في أسواق متنوعة ودائمة التغيير.

في هذا السياق، تقدم TECH برنامجًا مبتكرًا في الإدارة العليا الدولي تم تصميم المنهج الدراسي من قبل خبراء في هذا المجال، حيث يتعمق في عوامل تتراوح بين الإدارة التنفيذية وإدارة التمويل المؤسسي، وصولاً إلى أحدث استراتيجيات التسويق لتطوير مكانة الشركات في السوق بهذا الشكل، سيكون الخريجون قادرين على قيادة التوسع الدولي لمنظماتهم من خلال صياغة استراتيجيات عالمية تتكيف مع ديناميكيات السوق، وإدارة الفرق متعددة الثقافات بكفاءة، والاستفادة من الفرص في الأسواق الناشئة.

من ناحية أخرى، يعتمد منهج البرنامج على الطريقة المبتكرة Relearning الخاصة بـ TECH، والتي تضمن استيعابًا تدريجيًا وطبيعيًا للمفاهيم المعقدة. وفي هذا السياق، كل ما يحتاجه المحترفون هو جهاز إلكتروني متصل بالإنترنت للوصول إلى الحرم الافتراضي هناك، سيجدون العديد من الموارد في أشكال متعددة الوسائط، مثل الملخصات التفاعلية، ودراسات الحالة، والقراءات المتخصصة، مما يتيح لهم تجربة تعليمية حديثة وممتعة في الوقت ذاته.

ستنفذ استراتيجيات التسويق الدولي لوضع  
المنتجات والخدمات في الأسواق العالمية“



ستتعمق في إدارة الفرق متعددة الثقافات داخل المنظمات التي تعمل في مختلف البلدان.

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



ستكون قادرًا على إدارة العمليات على المستوى العالمي، بما في ذلك تنسيق سلسلة التوريد وتحسين العمليات اللوجستية“

يتضمن طاقمها التدريسي محترفين من مجال الإدارة العليا الدولية، الذين ينقلون إلى هذا البرنامج خبراتهم العملية، بالإضافة إلى متخصصين معروفين 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، ومع وجود قائمة مذهلة تضم أكثر من 14000 برنامج الجامعة 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"



### 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».

### 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 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، D.W. Pineg، 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، بـ 11 لغة مختلفة، مما يجعلنا أكبر مؤسسة تعليمية في العالم.



### 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.

### 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.

### 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 فوريًا في مسيرتهم المهنية يعود ذلك إلى منهجية دراسية تعتمد فعاليتها على اكتساب المهارات العملية، والتي تعد ضرورية تمامًا للتطور المهني.

### 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 والمدربين التنفيذيين في الدوري الذين يقدمون خبراتهم في أكثر الموضوعات ذات الصلة.



### الجامعة الأعلى تصنيفاً على مستوى العالم قبل طلابها

لقد قام الطلاب بتصنيف TECH كأعلى جامعة تقييمًا في العالم على أهم مواقع التقييم، مع الإشارة إلى تقييمها الأعلى 4.9 من 5، الذي تم الحصول عليه من أكثر من 1,000 تقييم. تثبت هذه النتائج أن TECH هي المؤسسة الجامعية المرجعية على المستوى الدولي، مما يعكس التميز والتأثير الإيجابي لنموذجها التعليمي.

### Google Partner PREMIER 2023

منحت شركة التكنولوجيا الأمريكية العملاقة إلى 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.

# خطة الدراسة

ستتضمن هذه الشهادة الأكاديمية نهجًا يركز على الإدارة الاقتصادية والمالية للمنظمات، حيث ستوفر أدوات لقيادة الموارد المؤسسية بنجاح وإدارة العمليات اللوجستية والتكنولوجية بكفاءة. كذلك، سيتم التطرق إلى تنفيذ استراتيجيات التسويق الدولية وإنشاء المشاريع التجارية، بدءًا من مرحلة التصميم وحتى التنفيذ. وفي هذا السياق، سيتمكن رواد الأعمال أيضًا من إدارة المخاطر المالية، وتحديد المواهب، وتطبيق المعرفة بأسواق العملات واللوائح التنظيمية للتجارة الدولية، مما يضمن تشغيل شركاتهم بفعالية في الأسواق العالمية.



ستتمكن من الوصول إلى أدوات متقدمة  
في التحول الرقمي والاستدامة، وهما  
ركيزتان أساسيتان لنجاح الأعمال في العصر  
الحديث مع كل ضمانات الجودة من TECH!



## الوحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- 1.1. العولمة والحوكمة
  - 1.1.1. 1.1.1. تاكرشلا ةموكحو ةمكوحلا
  - 2.1.1. 2.1.1. تاكرشلا يف تاكرشلا ةمكوح تايساسأ
  - 3.1.1. 3.1.1. تاكرشلا ةمكوح راطإ يف ةرادإلا سلجم رود
- 2.1. القيادة
  - 1.2.1. 1.2.1. ةدايقلا يميهافملا جهنلا
  - 2.2.1. 2.2.1. تاكرشلا يف ةدايقلا
  - 3.2.1. 3.2.1. لامعألا ةرادإ يف دئاقلا ةيمهأ
  - 3.1. 3.1. tmemaganaM larutluC ssorC
  - 1.3.1. 1.3.1. Cross Cultural Management موهفم
  - 2.3.1. 2.3.1. ةينطولا تافاقثلا ةفرعم يف تامهاسم
  - 3.3.1. 3.3.1. عونثلا ةرادإ
- 4.1. التنمية الإدارية والقيادة
  - 1.4.1. 1.4.1. ةيرادإلا ةيمنتلا موهفم
  - 2.4.1. 2.4.1. ةدايقلا موهفم
  - 3.4.1. 3.4.1. ةدايقلا تايرظن
  - 4.4.1. 4.4.1. ةدايقلا بيلاسأ
  - 5.4.1. 5.4.1. ةدايقلا يف ءاكدلا
  - 6.4.1. 6.4.1. مويلا دئاقلا تايدحت
- 5.1. أخلاقيات العمل
  - 1.5.1. 1.5.1. تايقالخالو قالخالأ
  - 2.5.1. 2.5.1. ةيراجتلا لامعألا تايقالخالأ
  - 3.5.1. 3.5.1. ةكرشلا يف تايقالخالو ةدايقلا
- 6.1. الاستدامة
  - 1.6.1. 1.6.1. ةمادتسملا ةيمنتلاو ةيراجتلا ةمادتسالا
  - 2.6.1. 2.6.1. 2030 ةدنجأ
  - 3.6.1. 3.6.1. ةمادتسملا تاكرشلا

- 7.1. المسؤولية الاجتماعية للشركة
  - 1.7.1. 1.7.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا يلودلا دعبلا
  - 2.7.1. 2.7.1. ةكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا ذيفنت
  - 3.7.1. 3.7.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا ةجرد سايقو ريثأتلا
- 8.1. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة
  - 1.8.1. 1.8.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا: تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا
  - 2.8.1. 2.8.1. ةلوؤسملا ةرادإلا ةيجيتارتسا ذيفنت يف ةيسيئرلا اياضقلا
  - 3.8.1. 3.8.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا ةرادإ ماظن قبيطت تاوطخ
  - 4.8.1. 4.8.1. تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملا ربياعمو تاودأ
- 9.1. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
  - 1.9.1. 1.9.1. ناسنإلا قوقحو تايسنجالا ةددعتم تاكرشلاو ةملوعلا
  - 2.9.1. 2.9.1. يلودلا نوناقللا لباقم تايسنجالا ةددعتم تاكرشلا
  - 3.9.1. 3.9.1. ناسنإلا قوقحب قلعتي اميف تايسنجالا ةددعتملا تاكرشلا ةينوناقللا كوكصلا
- 10.1. البيئة القانونية وG etaroproC ecanrevo
  - 1.10.1. 1.10.1. ةيلودلا ريديتلاو داريتسالا حناول
  - 2.10.1. 2.10.1. ةيعانصلو ةيركفلا ةيكلاملا
  - 3.10.1. 3.10.1. يلودلا لمعلا نوناقل

## الوحدة 2. التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية

- 1.2. التحليل والتصميم التنظيمي
  - 1.1.2. 1.1.2. يميهافملا راطإلا
  - 2.1.2. 2.1.2. يميظنتلا ميمصتلا يف ةيسيئرلا لماوعلا
  - 3.1.2. 3.1.2. ةيلوؤلا تاسسؤملا جذامن
  - 4.1.2. 4.1.2. عاونألا: يميظنتلا ميمصتلا
- 2.2. استراتيجية الشركة
  - 1.2.2. 1.2.2. ةيسفانتلا تاكرشلا ةيجيتارتسا
  - 2.2.2. 2.2.2. عاونأ: ومنلا تايجيتارتسا
  - 3.2.2. 3.2.2. يميهافملا راطإلا

- 10.2. تنفيذ الإستراتيجية
  - 1.10.2. تأييمعلا جهنو تارشؤملا ةمظناً
  - 2.10.2. ةيجيتارتسالا ةطيرخلا
  - 3.10.2. يجيتارتسالا قفاوتلا
- 11.2. الإدارة (tnemeganaM) التنفيذية
  - 1.11.2. يرادالا Management يميهافملا راطلإا
  - 2.11.2. يرادالا Management. تاكرشلا ةرادإ تاودأو ةرادإلا سلجم رود
- 12.2. الاتصال الاستراتيجي
  - 1.12.2. صاخشألا نيب لاصتالا
  - 2.12.2. ريثأتلاو مالعإلا تاراهم
  - 3.12.2. يلخادلا لاصتالا
  - 4.12.2. ةيراجتلا تالاصتالا قنأوع

### الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- 1.3. السلوك التنظيمي
  - 1.1.3. يميظنتلا كولسلا يميهافملا راطلإا
  - 2.1.3. يميظنتلا كولسلل ةيسينرلا لماوعلا
- 2.3. الأشخاص في المنظمات
  - 1.2.3. ةيسفنلا ةيهافرلاو ةيلمعلا ةايحلا ةدوج
  - 2.2.3. تاعامتجالا ةرادإو لمعلا قرف
  - 3.2.3. قيرفلا ةرادإو بيردتلا
  - 4.2.3. عونتللو ةاواسملا ةرادإ
- 3.3. إدارة الأفراد الإستراتيجية
  - 1.3.3. ةيرشبللا دراوملل ةيجيتارتسالا ةرادإلا
  - 2.3.3. دارفألل ةيجيتارتسالا ةرادإلا
- 4.3. تطور الموارد. رؤية متكاملة
  - 1.4.3. ةيرشبللا دراوملا ةيمهأ
  - 2.4.3. دارفألا هيچوتو ةرادإل ةديج ةئيب
  - 3.4.3. ةيرشبللا دراوملل ةيجيتارتسالا ةرادالا

- 3.2. التخطيط الاستراتيجي والصياغة
  - 1.3.2. يميهافملا راطلإا
  - 2.3.2. يجيتارتسالا طيخطلا رمانع
  - 3.3.2. يجيتارتسالا طيخطلا ةيلمع: ةيجيتارتسالا ةغايب
- 4.2. التفكير الاستراتيجي
  - 1.4.2. ماظنك ةكرشلا
  - 2.4.2. ةمظنملا موهفم
- 5.2. التشخيص المالي
  - 1.5.2. يلاملا صيخشلا موهفم
  - 2.5.2. يلاملا صيخشلا لحارم
  - 3.5.2. يلاملا صيخشلا مبيقت قرط
- 6.2. التخطيط والاستراتيجية
  - 1.6.2. ام ةيجيتارتسالا ةطخ
  - 2.6.2. يجيتارتسالا عقومتلا
  - 3.6.2. ةكرشلا يف ةيجيتارتسالا
- 7.2. النماذج والأنماط الإستراتيجية
  - 1.7.2. يميهافملا راطلإا
  - 2.7.2. ةيجيتارتسالا جذاملا
  - 3.7.2. ةيجيتارتسالا P سمخلا: ةيجيتارتسالا طامناً
- 8.2. استراتيجية تنافسية
  - 1.8.2. ةيسفانتلا ةزيملا
  - 2.8.2. ةيسفانت ةيجيتارتسا رايخا
  - 3.8.2. يجيتارتسالا ةعاسلا جذومن بسح تايجيتارتسالا
  - 4.8.2. يعانصلا عاطقلا ةايح ةرود بسح تايجيتارتسالا عاوناً
- 9.2. الإدارة الاستراتيجية
  - 1.9.2. ةيجيتارتسالا موهفم
  - 2.9.2. ةيجيتارتسالا ةرادإلا ةيلمع
  - 3.9.2. ةيجيتارتسالا ةرادإلا جهانم

- 5.3. الاختيار وديناميكيات المجموعة وتوظيف الموارد البشرية
- 1.5.3. رايتخالاو فيظوتلا جهنم
- 2.5.3. فيظوتلا
- 3.5.3. رايتخالاو فيظوتلا
- 6.3. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات
- 1.6.3. لمتمحلا ليلحتلا
- 2.6.3. تآفاكملا ةسايس
- 3.6.3. يففظوتلا بقاعتلا / فيظوتلا ططخ
- 7.3. تقييم الأداء وإدارة الأداء
- 1.7.3. عادألا ةرادا
- 2.7.3. ماظنو ةيلمع: عادألا ةرادا
- 8.3. تنظيم المعلومات
- 1.8.3. ملعتلا تايرظن
- 2.8.3. اهيلع ظافحلاو بهاوملا نع فشكلا
- 3.8.3. ةبهوملا ةراداو بيعلتلا
- 4.8.3. ينهملا مداقتلاو بيردتلا
- 9.3. إدارة الموهبة
- 1.9.3. ةيباجيالا ةرادالل حيثافم
- 2.9.3. ةكرشلا يف اهرثأو ةبهوملا يميهافملا لألا
- 3.9.3. ةمظنملا يف بهاوملا ةطيرخ
- 4.9.3. ةفاضملا ةميقلاو ةفلكتلا
- 10.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
- 1.10.3. ةيجيتارنسيلا بهاوملا ةرادا جذامن
- 2.10.3. ريوطنلاو بيردتلاو بهاوملا ديدحت
- 3.10.3. ظافتحالاو ءالوا
- 4.10.3. راكتبالاو ةردابملا
- 11.3. تحفيز
- 1.11.3. عفادلا ةعيبط
- 2.11.3. تاغقوتلا ةيرظن
- 3.11.3. تاغاجلا تايرظن
- 4.11.3. يلاملا ضيوعتلاو عفادلا
- 12.3. Employer branding دراوملا
- 1.12.3. ةيرشبلا دراوملا يفرتحمل ةيصخشلا ةيراجتلا ةمالعلا Personal Branding
- 2.12.3. ةيرشبلا دراوملا يفرتحمل ةيصخشلا ةيراجتلا ةمالعلا Personal Branding
- 13.3. تطوير فرق عالية الأداء
- 1.13.3. ايتاذ رادت قرف: عادألا ةيلع قرف
- 2.13.3. عادألا ةيلع ةرادا ةيتاذلا قرفلا ةرادا تايجهنم
- 14.3. تطوير الكفاءة الإدارية
- 1.14.3. ةيرادلا تاءافكلا به ام
- 2.14.3. تاءافكلا رصانع
- 3.14.3. ةفرعم
- 4.14.3. ةرادلا تاراهم
- 5.14.3. نيريدملا بدل ميقلو فقاوملا
- 6.14.3. ةرادلا تاراهم
- 15.3. إدارة الوقت
- 1.15.3. دنأوفلا
- 2.15.3. ةتقولا ةرادا ءوس بابسا نوكت نأ نكمي يتلا بابسا به ام
- 3.15.3. تقولا
- 4.15.3. نمزلا ماهوأ
- 5.15.3. ةركاذلاو هابتنالا
- 6.15.3. ةينهذلا ةلاحلا
- 7.15.3. تقولا ةرادا
- 8.15.3. يقابتنسالا طاشنلا
- 9.15.3. فدهلا ناشب حوضولا
- 10.15.3. بيترت
- 11.15.3. ططخملا

- 23.3. إدارة المعرفة والموهبة
  - 1.23.3. بهوملاو ةفرعلا ةرادإ
  - 2.23.3. ةفرعلا ةرادإ ذيفنت
- 24.3. تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي
  - 1.24.3. يداصتقالاو يعامتجالا قايسلا
  - 2.24.3. لامعألا ميظنت نم ةديج لاكشأ
  - 3.24.3. ةديج تايجهنم

#### الوحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

- 1.4. البيئة الاقتصادية
  - 1.1.4. ينطولا يلاملا ماظنلاو يلكلا داصتقالا ةئيب
  - 2.1.4. ةيلاملا تاسسؤملا
  - 3.1.4. ةيلاملا قاوسألا
  - 4.1.4. ةيلاملا لوصألا
  - 5.1.4. يلاملا عاطقلا يف برخألا تاهجلا
- 2.4. مالية الشركة
  - 1.2.4. ليومتلا رداصم
  - 2.2.4. ليومتلا فيلاكت عاونأ
- 3.4. المحاسبة الإدارية
  - 1.3.4. ةيساسأ ميهافم
  - 2.3.4. ةكرشلا لوصأ
  - 3.3.4. ةكرشلا تامازتلا
  - 4.3.4. ةكرشلل ةيسينرلا ةينازيملا
  - 5.3.4. لخدلا فشك
- 4.4. من المحاسبة العامة إلى محاسبة التكاليف
  - 1.4.4. فيلاكتلا باسح رصانم
  - 2.4.4. فيلاكتلا ةبساحم و ةماعلا ةبساحملا يف فيراصملا
  - 3.4.4. فيلاكتلا فينصت
- 5.4. أنظمة المعلومات وecnegilletnl ssenisuB (ذكاء الأعمال)
  - 1.5.4. فينصتلاو تايساسألا
  - 2.5.4. ةفلكتلا مسامت قرطو لحارم
  - 3.5.4. ريثأتلاو ةفلكتلا زكرم رايثخا

- 16.3. إدارة التغيير
  - 1.16.3. ربيغتلا ةرادإ
  - 2.16.3. ربيغتلا ةرادإ ةيلمع عاونأ
  - 3.16.3. ربيغتلا ةرادإ يف لحارم وأ تارتف
- 17.3. التفاوض وإدارة النزاعات
  - 1.17.3. ضوافتلا
  - 2.17.3. تاغازنلا ةرادإ
  - 3.17.3. تامزألا ةرادإ
- 18.3. الاتصالات الإدارية
  - 1.18.3. ةيراجتلا لامعألا يف يجراخلو يلخادلا لاصتالا
  - 2.18.3. لاصتالا ماسقأ
  - 3.18.3. لاصتالا ريدم فيرعت فلم ةكرشلا يف لاصتالا ريدم
- 19.3. إدارة الموارد البشرية وفرق الصحة والسلامة المهنية
  - 1.19.3. قرفلاو ةيريشيلا دراوملا ةرادإ
  - 2.19.3. ةينهمللا رطاخملا نم ةيقاقولا
- 20.3. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها
  - 1.20.3. ةيجاتينالا
  - 2.20.3. اهب ظافتحلالو بهاوملا بذج لماوع
- 21.3. التعويض المادي مقابل غير المادي
  - 1.21.3. يلاملا ريغ لباقم يلاملا ضيوعتلا
  - 2.21.3. روجألا تاقاطن جذامن
  - 3.21.3. يدقنلا ريغ ضيوعتلا جذامن
  - 4.21.3. لمعلا جذامن
  - 5.21.3. تاكرشلا عمتمج
  - 6.21.3. ةكرشلا ةروص
  - 7.21.3. يقطاع بتار
- 22.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
  - 1.22.3. تامظنملا يف راكتبالا
  - 2.22.3. ةيريشيلا دراوملا ةرادإل ةديج تايديت
  - 3.22.3. راكتبالا ةرادإ
  - 4.22.3. مبيقتلل تاودأ

- 6.4 .مراقبة الميزانية والإدارة
- 1.6.4 .ةينازيملا جذومن
- 2.6.4 .ةيلامسأرأيا ةينازيملا
- 3.6.4 .ةيلغشتلا ةينازيملا
- 5.6.4 .ةنازخلا ةينازيم
- 6.6.4 .ةينازيملا عبتت
- 7.4 .إدارة الخزينة
- 1.7.4 .يرورضلا لماعلا لاملا سآر قودنمو يبساحملا لماعلا لاملا سآر قودنص
- 2.7.4 .لاومأل ةيلغشتلا تاجايتحالا باسح
- 3.7.4 .Credit management
- 8.4 .المسؤولية المالية للشركات
- 1.8.4 .ةيساسأا ةيبيرضلا ميهافملا
- 2.8.4 .تاكرشلا ةبيرض
- 3.8.4 .ةفاضملا ةميقلا ةبيرض
- 4.8.4 .يراجتلا طاشنلاب ةقلعتملا برخألا بئارضلا
- 5.8.4 .ةلودلا لمعل رسيمك ةكرشلا
- 9.4 .أنظمة التحكم بالشركة
- 1.9.4 .ةيلاملا متأوقلا ليلحت
- 2.9.4 .ةكرشلا ةيمومعلا ةينازيملا
- 3.9.4 .ةراسخلاو حبرلا باسح
- 4.9.4 .ةيدقنلا تاقدتلا نايب
- 5.9.4 .بيسنلا ليلحتلا
- 10.4 .الإدارة المالية
- 1.10.4 .ةكرشلا ةيلاملا تارارقلا
- 2.10.4 .ةيلاملا مسق
- 3.10.4 .ةيدقنلا ضئاوقلا
- 4.10.4 .ةيلاملا ةرادإلاب ةطبرملا رطاخملا
- 5.10.4 .ةيلاملا ةرادإلا رطاخم ةرادإ
- 11.4 .التخطيط المالي
- 1.11.4 .يلاملا طيطختلا فيرعت
- 2.11.4 .يلاملا طيطختلا يف اهذاختا بجاولا تءارجإلا
- 3.11.4 .اهعضوو لمعلا ةيجيتارتسا ءاشنإ
- 4.11.4 .Cash Flow بدقنلا قفدتلا لودج
- 5.11.4 .يلاحلا لودجلا
- 12.4 .الاستراتيجية المالية للشركة
- 1.12.4 .ليومتلا رداصمو ةيسسؤملا ةيجيتارتسالا
- 2.12.4 .لامعألا ليومتل ةيلاملا تاجتملا
- 13.4 .سياق الاقتصاد الكلي
- 1.13.4 .يلكلا داصتقالا قايس
- 2.13.4 .ةلصلا تاذا ةيداصتقالا تارشؤملا
- 3.13.4 .يلكلا داصتقالا ماجأا بلع ةرطيسلا تايلآ
- 4.13.4 .ةيداصتقالا تارودلا
- 14.4 .التمويل الاستراتيجي
- 1.14.4 .يتاذلا ليومتلا
- 2.14.4 .ةصاخلا لاومألا ةدايز
- 3.14.4 .ةنيجهلا دراوملا
- 4.14.4 .ءاطسولا قيرط نع ليومتلا
- 15.4 .أسواق النقد ورأس المال
- 1.15.4 .لاملا قوس
- 2.15.4 .تباثلا لخدلا قوس
- 3.15.4 .ريغتملا لخدلا قوس
- 4.15.4 .بينجألا فرصلا قوس
- 5.15.4 .تاقشتملا قوس
- 16.4 .التحليل المالي والتخطيط
- 1.16.4 .ةيمومعلا ةينازيملا ليلحت
- 2.16.4 .لخدلا ةمئاق ليلحت
- 3.16.4 .يحبرلا ليلحتلا
- 17.4 .تحليل وحل الحالات/ المشاكل
- 1.17.4 .S جيسنلا ةعانصو ميمصتلا ةكرشلا ةيلاملا تامولعملا.(INDITEX)

## الوحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

- 1.5. إدارة وتنظيم العمليات
  - 1.1.5. تايلمعلا رود
  - 2.1.5. لامعألا ةرادإ بلع تايلمعلا ريثأت
  - 3.1.5. تايلمعلا ةيجيتارتسا يف ةمدقم
  - 4.1.5. تايلمعلا ةرادا
- 2.5. التنظيم الصناعي واللوجستي
  - 1.2.5. يعانصلا ميظنتلا مسق
  - 2.2.5. ةيتسجوللا تامدخلا مسق
- 3.5. هيكل الإنتاج وأنواعه (STM, OTM, OTA, OTE, وما إلى ذلك)
  - 1.3.5. جاتنإلا ماظن
  - 2.3.5. جاتنإلا ةيجيتارتسا
  - 3.3.5. نوزخملا ةرادإ ماظن
  - 4.3.5. جاتنإلا تارشؤم
- 4.5. هيكل التوريد وأنواعه
  - 1.4.5. ديوزتلا ةفيظو
  - 2.4.5. ديوزتلا ةرادإ
  - 3.4.5. تايرتشملا عاونأ
  - 4.4.5. لعاف لكشب ةكرشلا تايرتشم ةرادإ
  - 5.4.5. ءارشلا رارق ذاختا ةيلمع تاوطخ
- 5.5. السيطرة الاقتصادية على المشتريات
  - 1.5.5. تايرتشملا يداصتقالا ريثأتلا
  - 2.5.5. ةفلكلا مبيقت زكرم
  - 3.5.5. ةينازيملا
  - 4.5.5. يلعفلأ قافنإلا لباقم ةينازيملا
  - 5.5.5. ةينازيملا ةبقارم تاودأ
- 6.5. التحكم في عمليات المخازن
  - 1.6.5. نوزخملا ةبقارم
  - 2.6.5. عقوملا ماظن
  - 3.6.5. نوزخملا ةرادإ تاينقت
  - 4.6.5. نيزختلا ماظن
- 7.5. إدارة المشتريات الإستراتيجية
  - 1.7.5. لمعلا ةيجيتارتسا
  - 2.7.5. يجيتارتسالأ طيطختلا
  - 3.7.5. ءارشلا ةيجيتارتسا
- 8.5. أنماط سلسلة التوريد (MCS)
  - 1.8.5. ديروتلا ةلسلس
  - 2.8.5. ديروتلا ةلسلس ةرادإ دئاوف
  - 3.8.5. ديروتلا ةلسلس يف ةيتسجوللا تامدخلا ةرادإ
- 9.5. tnemeganam niahC ylppuS
  - 1.9.5. ديروتلا ةلسلس ةرادإ موهفم
  - 2.9.5. تايلمعلا ةلسلس ةءافكو فيلاكت
  - 3.9.5. بلطلا طامناً
  - 4.9.5. ربيغتلاو تايلمعلا ةيجيتارتسا
- 10.5. تفاعلات أنماط سلسلة التوريد مع جميع المجالات
  - 1.10.5. ديروتلا ةلسلس لعافت
  - 2.10.5. ديروتلا ةلسلس لعافت ءازجا لماكت
  - 3.10.5. ديروتلا ةلسلس لماكت لكاشم
  - 4.10.5. ديروتلا ةلسلس 0.4.
- 11.5. التكاليف اللوجستية
  - 1.11.5. ةيتسجوللا فيلاكتلا
  - 2.11.5. ةيتسجوللا فيلاكتلا لكاشم
  - 3.11.5. ةيتسجوللا فيلاكتلا نيسحت
- 12.5. ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية: مؤشر الأداء
  - 1.12.5. ةيتسجول ةلسلس
  - 2.12.5. ةيتسجوللا ةلسلسلا ةءافكو ةيحبرلا
  - 3.12.5. ةيتسجوللا ةلسلسلا ةءافكو ةيحبرلا تارشؤملا
- 13.5. تنظيم العمليات
  - 1.13.5. تايلمعلا ةرادإ
  - 2.13.5. تايلمعلا ةطيرخ: ةيلمعلا بلع مئاقلا جهنلا
  - 3.13.5. تايلمعلا ةرادإ يف تائيسحت



- 14.6. التقنيات والاتجاهات
- 1.14.6. لامعألا جذامن ريفتلا ايجولونكتلا لاجم يف عيسيرلا تاهاجتالا
- 2.14.6. عيسيرلا ةئشانلا تاينقتلا ليلحت
- 15.6. gnicroostu0 تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات
- 1.15.6. outsourcing ةيجراخ رداصلل يميهافملا راطإلا
- 2.15.6. لامعألا بلع اهرينأتو (TI) تامولعلا ايجولونكتل (outsourcing) ةيجراخلا رداصللا
- 3.15.6. تاكرشلل تامولعلا ايجولونكتل outsourcing ةيجراخ رداصلب ةناعتساللا عيراشم ذيفنت حيتافم

## الوحدة 7. الإدارة التجارية والتسويق وشركات الاتصال

- 1.7. الإدارة التجارية
- 1.1.7. ةيجراخلا ةرادإلل يميهافملا راطإلا
- 2.1.7. طيطختلاو لامعألا ةيجيتارنسا
- 3.1.7. نييراجتلا نييريدملا رود
- 2.7. التسويق gnitekraM
- 1.2.7. قيوستلا موهفم
- 2.2.7. ةيساسألا قيوستلا رصانع
- 3.2.7. ةكرشلل ةقيوستلا ةطشنألا
- 3.7. الإدارة الاستراتيجية للتسويق
- 1.3.7. يجيتارنساللا قيوستلا موهفم
- 2.3.7. قيوستلل يجيتارنساللا طيطختلا موهفم
- 3.3.7. قيوستلل يجيتارنساللا طيطختلا ةيلمع لحارم
- 4.7. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية
- 1.4.7. ةينورتكلإلا ةراجتلاو يمجقرا قيوستلا فادهأ
- 2.4.7. ةمدختسملا طناسوللاو يمجقرا قيوستلا
- 3.4.7. ةينورتكلإلا ةراجتلا ماعلا قايسلا
- 4.4.7. ةينورتكلإلا ةراجتلا تائف
- 5.4.7. ةيديلقتلا ةراجتلا ب ةنراقم Ecommerce ةينورتكلإلا ةراجتلا بويغو تازيمم
- 5.7. ssenisub latigid gniganaM
- 1.5.7. مالعإلا لئاسول ةديازتملا ةنمجقرا ةهجاوم يف ةيسفانت ةيجيتارنسا
- 2.5.7. يمجقرا قيوست ةطخ ءاشنو ميمصت
- 3.5.7. يمجقرا قيوستلا ةطخ يف ROI ليلحت

- 8.6. ذكاء الأعمال التجارية الإمبريالية
- 1.8.6. تانايبلا ملاح
- 2.8.6. ةلصلا تاذ ميهافملا
- 3.8.6. عيسيرلا تازيملا
- 4.8.6. ةيلاحلا قوسلا يف لولحلا
- 5.8.6. لامعألا ءاكذ لحل ةيملاع ةينب
- 6.8.6. تانايبلا مولعو لامعألا ءاكذ يف يناربيسلا نمألا
- 9.6. مفهوم الأعمال الجديد
- 1.9.6. ؟لامعألا ءاكذ اذامل
- 2.9.6. تامولعلا بلع لوصحلا
- 3.9.6. ةكرشلا ماسقأ فلتخم يف BI
- 4.9.6. الامعألا ءاكذ يف رامتنساللا بابسأ
- 10.6. أدوات وحلول ذكاء الأعمال IB
- 1.10.6. ؟ةادأ لصفأ رايخا ةيفيك
- 2.10.6. Microsoft Power BI و MicroStrategy و Tableau
- 3.10.6. SAP BI, SAS BI و Qlikview
- 4.10.6. Prometheus
- 11.6. تخطيط وإدارة مشروع IB
- 1.11.6. لامعألا ءاكذ عورشم ديدحتل بلولأا تاوطخلا
- 2.11.6. ةكرشلا لامعألا ءاكذ لح
- 3.11.6. فادهألاو تابلطتملا ذخأ
- 12.6. تطبيقات إدارة الشركات
- 1.12.6. ةيسسؤملا ةرادإلاو تامولعلا مظن
- 2.12.6. تاكرشلا ةرادإل تاقبيطت
- 3.12.6. Enterprise Resource Planning تاسسؤملا دراوم طيطخت ةمظنأ
- 13.6. التحولات الرقمية
- 1.13.6. يمجقرا لوحتلل يميهافملا راطإلا
- 2.13.6. بويعلو دئاوفلاو عيسيرلا رصانعلا 'يمجقرا لوحتلا
- 3.13.6. تاكرشلا يف يمجقرا لوحتلا

- 6.7. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية
- 1.6.7. إيراجتلا كتمالع قعمس نيسحتل تترتئالا ربع تاجيتارتسا
- 2.6.7. Branded Content & Storytelling
- 7.7. استراتيجية التسويق الرقمي
- 1.7.7. يمقرلا قيوستلا ةيجيتارتسا ديدحت
- 2.7.7. يمقرلا قيوستلا ةيجيتارتسا تاودأ
- 8.7. التسويق الرقمي لجذب العملاء والاحتفاظ بهم
- 1.8.7. تترتئالا ربع ةكراشملو ءالولا تاجيتارتسا
- 2.8.7. (Visitor Relationship Management) راوزلا تاقالع ةرادإ
- 3.8.7. ةئزجتلا طرف
- 9.7. ادارة الحملات الرقمية
- 1.9.7. ؟ةيمقرلا ةينالعلالا ةلمحلا به ام
- 2.9.7. تترتئالا ربع قيوست ةلمح قالمطأ تاوطخ
- 3.9.7. ةيمقرلا ةينالعلالا تالمحلا يف ءاطخأ
- 10.7. خطة التسويق عبر الإنترنت
- 1.10.7. ؟تترتئالا ربع قيوستلا ةطخ به ام
- 2.10.7. تترتئالا ربع قيوستلا ةطخ ءاشنأ تاوطخ
- 3.10.7. تترتئالا ربع قيوست ةطخ دوجو تازيمم
- 11.7. gnitekram dednelB
- 1.11.7. ؟Blended Marketing ام و
- 2.11.7. تترتئالاب لصتم ريغلاو تترتئالا ربع قيوستلا نيب تافالتخالا
- 3.11.7. Blended Marketing طلتخملا قيوستلا ةيجيتارتسا يف اهتاعارم بجي يتلا بناوجلا
- 4.11.7. Blended Marketing طلتخملا قيوستلا ةيجيتارتسا صئاصخ
- 5.11.7. Blended Marketing جمدملا قيوستلا يف تايصوتلا
- 6.11.7. Blended Marketing جمدملا قيوستلا دئاوف
- 12.7. استراتيجية المبيعات
- 1.12.7. تايعيملا ةيجيتارتسا
- 2.12.7. عيبلا قرط

- 13.7. الاتصالات المؤسسية
  - 1.13.7. موهفملا
  - 2.13.7. ةسسؤملا يف مالعإلا ةيمهأ
  - 3.13.7. ةمظنملا يف لاصتالا عون
  - 4.13.7. ةسسؤملا يف لاصتالا فناظو
  - 5.13.7. لاصتالا رمانع
  - 6.13.7. لاصتالا لكاشم
  - 7.13.7. لاصتالا تاهويرانيس
- 14.7. استراتيجية الاتصال المؤسسي
  - 1.14.7. ةيرشبلا دراوملا عم بيردتلو ةكراشملو يعامتجالا لمعلو زيفحتلا جمارب
  - 2.14.7. يلخادلا لصاوتلا طئاسوو تاودأ
  - 3.14.7. يلخادلا لاصتالا ةطخ
- 15.7. الاتصال والسمعة الرقمية
  - 1.15.7. تترتبالا ربع ةعمسلا
  - 2.15.7. ةيمقرلا ةعمسلا سايق ةيفيك
  - 3.15.7. تترتبالا ربع ةعمسلا تاودأ
  - 4.15.7. تترتبالا ربع ةعمسلا ريرقت
  - 5.15.7. Branding online

## الوحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

- 1.8. أبحاث التسويق
  - 1.1.8. يخيراتلا لصلأا: قيوستلا ثاحبأ
  - 2.1.8. قاوسألا ثحبيل يميهافملا راطإلا روطتو ليحت
  - 3.1.8. قوسلا ثاحبأل ةميقلا ةمهاسملاو ةيساسألا رمانعلا
- 2.8. طرق وتقنيات البحث الكمي
  - 1.2.8. ةنبعلا مجح
  - 2.2.8. تانبعا ذخأ
  - 3.2.8. ةيمكلا تابنقتلا عاونأ



- 3.8. طرق وتقنيات البحث النوعي
- 1.3.8. يعونلا ثحبلا عاوناً
- 2.3.8. يعونلا ثحبلا تاينقت
- 4.8. تجزئة الأسواق
- 1.4.8. قاوسألا ةئزجت موهفم
- 2.4.8. ةئزجتلا تابلطتمو ةدئاف
- 3.4.8. ةيكالتهتسالا قاوسألا ةئزجت
- 4.4.8. ةيعانصلا قاوسألا ةئزجت
- 5.4.8. ةئزجتلا ةيجيتارتسا
- 6.4.8. marketing-mix ربياعم ساسأ بلع ةئزجتلا
- 7.4.8. قوسلا ةئزجت ةيجهنم
- 5.8. إدارة المشاريع البحثية
- 1.5.8. ةيلمعك قوسلا ثوحب
- 2.5.8. قوسلا ثاحبأ يف طيطختلا لحارم
- 3.5.8. قوسلا ثاحبأ يف ذيفنتلا لحارم
- 4.5.8. يثحب عورشم ةرادإ
- 6.8. أبحاث الاسواق الدولية
- 1.6.8. ةيلودلا قاوسالا ثاحبأ
- 2.6.8. ةيلودلا قاوسألا ثوحب ةيلمع
- 3.6.8. ةيلودلا قوسلا ثاحبأ يف ةيونائللا رداصلا ةيمهأ
- 7.8. دراسات جدوى
- 1.7.8. ةعفنملو موهفملا
- 2.7.8. بودجلا ةساردل ةضيرعلا طوطخلا
- 3.7.8. بودجلا ةسارد ريوطت
- 8.8. الدعاية
- 1.8.8. نالعلال ةيخيراتلا ةيفلخلا
- 2.8.8. ةياعدل يميهافملا راطإلا عقاوملا ديدحتو ةطاحإلا موهفمو ئدابملا
- 3.8.8. تانالعلالا وفرتمو ةيمالعلالا تاللكولاو نالعلالا تاللكو
- 4.8.8. ةيراجتلا لامعألا يف ةياعدلا ةيمهأ
- 5.8.8. ةياعدلا تايدحتو تاهاجتا
- 9.8. تطوير خطة التسويق
- 1.9.8. قيوستلا ةطخ موهفم
- 2.9.8. فقوملا صيخشنو ليلحت
- 3.9.8. يجيتارتسالا قيوستلا تارارق
- 4.9.8. قيوستلا تايلمع تارارق
- 10.8. استراتيجيات الترويج والتسويق (gnisidnahcreM)
- 1.10.8. ةلماكتملا ةيقيوستلا تالاصتالا
- 2.10.8. ينالعلالا لاصتالا ةطخ
- 3.10.8. تالاصتاللا ةينقتك Merchandising يقيوستلا ميمصت لا
- 11.8. التخطيط الإعلامي
- 1.11.8. يمالعلالا طيطختلا روطنو ةأشن
- 2.11.8. لاصتالا لئاسو
- 3.11.8. ةيمالعلالا ةطخ
- 12.8. أساسيات إدارة الأعمال
- 1.12.8. ةيراجتلا ةرنادلا رود
- 2.12.8. قوسلا/ةكرشلال يراجتلا يسفانتلا عضولا ليلحت ةمظناً
- 3.12.8. ةكرشلال يراجتلا طيطختلا ةمظناً
- 4.12.8. ةيسيئرلا ةيسفانتلا تايجيتارتسالا
- 13.8. المفاوضات التجارية
- 1.13.8. ةيراجتلا تاضوافملا
- 2.13.8. ضوافتلل ةيسفنلا اياضقلا
- 3.13.8. ةيسيئرلا ضوافتلا قرط
- 4.13.8. ضوافتلا ةيلمع
- 14.8. صنع القرار في إدارة الأعمال
- 1.14.8. ةيسفانتلا ةيجيتارتسالاو ةيراجتلا ةيجيتارتسالا
- 2.14.8. رارقلا عنص جذامن
- 3.14.8. رارقلا ذاختا تاودأو تاليلحتلا
- 4.14.8. رارقلا ذاختا يف ناسنالا كولس

## الوحدة 9. الابتكار وإدارة المشاريع

- 1.9. الابتكار
  - 1.1.9. راجتبال ةمدقم
  - 2.1.9. لامعال يئبلا ماظنلا يف راجتبالا
  - 3.1.9. لامعالا يف راجتبالا ةيلمعل تاودأا
- 2.9. استراتيجية الابتكار
  - 1.2.9. راجتبالاو يجيتارتسالا ءاكذلا
  - 2.2.9. راجتبالا ةيجيتارتسا
- 3.9. إدارة المشاريع للشركات الناشئة sputratS
  - 1.3.9. startup موهفم
  - 2.3.9. Lean Startup ةفسلف
  - 3.3.9. startup ربوطت لحارم
  - 4.3.9. startup يف عورشملا ريدم رود
- 4.9. التصميم والتحقق من صحة نموذج الأعمال
  - 1.4.9. لامعالا جذومنل يميهافملا راطلا
  - 2.4.9. لامعالا جذومن نم ققحتلاو ميمصتلا
- 5.9. التوجيه وإدارة المشاريع
  - 1.5.9. يسسؤملا راجتبالا عيراشم ربوطتل صرفلا ديدحت: هترادإو عورشملا هيجوت
  - 2.5.9. ةيراجتبالا عيراشملا ةرادإو ةدابق يف ةيسينرلا لحارملا وأ تاوطخلا
- 6.9. إدارة التغيير في المشاريع: إدارة التدريب
  - 1.6.9. ربيغتلا ميظنت موهفم
  - 2.6.9. ربيغتلا ميظنت ةيلمع
  - 3.6.9. ربيغتلا ذيفنت
- 7.9. إدارة اتصالات المشروع
  - 1.7.9. عورشملا تالاصتا ميظنت
  - 2.7.9. تالاصتالا ميظنتل ةيسينرلا ميهافملا
  - 3.7.9. ةئشانلا تهاجتالا
  - 4.7.9. قيرفلا عم فيكتلا
  - 5.7.9. تالاصتالا ميظنت طيطخت
  - 6.7.9. تالاصتالا ميظنت
  - 7.7.9. تالاصتالا ةبقارم

- 15.8. توجيه وإدارة شبكة المبيعات
  - 1.15.8. Sales Management. تاعيملا ةرادإ
  - 2.15.8. يراجتلا طاشنلا ةمدخ يف تاكبشلا
  - 3.15.8. مهبيردتو نيعتابل رايخا تاسايس
  - 4.15.8. ةيجراخلاو ةصاخلا ةيراجتلا تاكبشلا تآفاكلا ةمظنأ
  - 5.15.8. ةيراجتلا ةيلمعلا ةرادإ تامولعملا ساسأ بلع مهتدعاسمو تاعيملا بفظوم لمع ةبقارم
- 16.8. تنفيذ الوظيفة التجارية
  - 1.16.8. ةصاخلا تاعيملا ءالكوو تاعيملا بيودنم فيظوت
  - 2.16.8. يراجتلا طاشنلا ةبقارم
  - 3.16.8. نييراجتلا نيفظوملل يقالخالأ قائيملا
  - 4.16.8. يرايعملا لاثمالا
  - 5.16.8. اقومع ةلويقملا يراجتلا كولسلا ريباعم
- 17.8. إدارة الحسابات الرئيسية
  - 1.17.8. ةيسينرلا تاباسحلا ةرادإ موهفم
  - 2.17.8. Key Account Manager
  - 3.17.8. ةيسينرلا تاباسحلا ةرادإ ةيجيتارتسا
- 18.8. إدارة المالية والميزانية
  - 1.18.8. ةيجيرلا ةبتع
  - 2.18.8. تاعيملا ةنزاوم. ةيونسلا عيبلا ةطخو ةرادإ ةبقارم
  - 3.18.8. ةيجيتارتسالا لمعلا تارارقل يلاملا رثألا
  - 4.18.8. ةلويسلو ةيجيرلاو بوانتلاو ةرودلا ةرادإ
  - 5.18.8. لخدلا مئاق

- 8.9. منهجيات تقليدية ومبتكرة
- 1.8.9. راكتبالا تايجهنم
- 2.8.9. (تايجمريلا ريوطت) Scrum جمانريل ةيساسألا ئدابملا
- 3.8.9. ةيديلقتلا تايجهنملاو Scrum ل. ةيسيئرلا بناوجلا نيب تافالتخالا
- 9.9. إنشاء شركة ناشئة putrats
- 1.9.9. startup ةئشان ةكرش عاشنإ
- 2.9.9. ةفاقثو ةمظنم
- 3.9.9. startups ةئشانلا تاكرشلا لشفل بلوألا ةرشعلا بابسألا
- 10.9. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع
- 1.10.9. ةطخلا رطاحم
- 2.10.9. رطاحملا ةرادإ ةطخ عاشنإ رصانع
- 3.10.9. رطاحملا ةرادإ ةطخ عاشنإ تاودأ
- 4.10.9. رطاحملا ةرادإ ةطخ بوتحم
- الوحدة 10. مدير إدارة**
- 1.10. الإدارة العامة
- 1.1.10. General Management موهفم
- 2.1.10. Manager General لمع
- 3.1.10. هماهمو ماعلا ريدملا
- 4.1.10. ةرادإلا لمع ليوتحت
- 2.10. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
- 1.2.10. هفئاظوو ريدملا. اهتبراقمو ةيميطنتلا ةفاقثلا
- 3.10. إدارة العمليات
- 1.3.10. ةرادإلا ةيمهأ
- 2.3.10. ةميقللا ةلسلس
- 3.3.10. ةدوجلا ةرادإ
- 4.10. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
- 1.4.10. صاخشألا نيب لامتالا
- 2.4.10. ريثأتللو مالعلا تاراهم
- 3.4.10. لامتالا زجاوح
- 5.10. أدوات الاتصالات الشخصية والتنظيمية
- 1.5.10. صاخشألا نيب لامتالا
- 2.5.10. صاخشألا نيب لامتالا تاودأ
- 3.5.10. تامظنملا يف لامتالا
- 4.5.10. ةمظنملا يف تاودألا
- 6.10. الاتصال في حالات الأزمات
- 1.6.10. تامرأ
- 2.6.10. تامرألا لحارم
- 3.6.10. تاضلالو تايوتحملا :لئاسرلا
- 7.10. إعداد خطة للأزمات
- 1.7.10. ةلمتحملا لكاشملا ليحت
- 2.7.10. ططخملا
- 3.7.10. نيفظوملا فيكت
- 8.10. الذكاء العاطفي
- 1.8.10. لصاوتلو يقطاعلا ءاكذلا
- 2.8.10. لاعفلا عامتساللاو فطاعتلاو مزحلا
- 3.8.10. يقطاعلا لامتالاو سفنلاب ةقثلا
- 9.10. خلق العلامة التجارية الشخصية
- 1.9.10. ةيصخشلا ةيراجتلا كتمالع ريوطتل تايجيتارتسا
- 2.9.10. ةيصخشلا ةيراجتلا تامالعلا نيناوق
- 3.9.10. ةيصخشلا ةيراجتلا ةمالعلا ءانب تاودأ
- 10.10. القيادة وإدارة الفرق
- 1.10.10. ةدايقلا بيلاسأو ةدايقلا
- 2.10.10. تايدحتلو دئاقلا تاردق
- 3.10.10. ريبختلا ةيلمع ةرادإ
- 4.10.10. تافاقتلا ةددعتم قرف ةرادإ

## الوحدة 11. مهارات الإدارة

- 1.11.1. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
- 1.1.11.1. صاخشألا نيب لاصتالا
- 2.1.11.1. ريثأتللو مالعللا تاراهم
- 3.1.11.1. لاصتالا زجاوح
- 2.11.2. الاتصال والقيادة
- 1.2.11.1. ةدايقلا بيلاسأو ةدايقلا
- 2.2.11.1. زيفحت
- 3.2.11.1. دئاقلا تاردقو تاراهم0.2.
- 3.11.3. خلق العلامة التجارية الشخصية
- 1.3.11.1. ةيصخشلا ةيراجتلا كتمال ريوطتل تايجيتارتسا
- 2.3.11.1. ةيصخشلا ةيراجتلا تامالعللا نيناوق
- 3.3.11.1. ةيصخشلا ةيراجتلا ةمالعللا ءانب تاودأ
- 4.11.4. إدارة المُرق
- 1.4.11.1. تاعامتجالا ةرادإو لمعللا قرف
- 2.4.11.1. ربيغتلا لحارم ةرادإ
- 3.4.11.1. تافاقتلا ةددعتم قرف ةرادإ
- 4.4.11.1. بيردتلا
- 5.11.5. التفاوض وحل النزاعات
- 1.5.11.1. لاعفلا لوادتلا تاينقت
- 3.5.11.1. ةيصخشلا تاعارصلا
- 3.5.11.1. تافاقتلا نيب ضوافتلا
- 6.11.6. الذكاء العاطفي
- 1.6.11.1. لصاوتلاو يقطاعلا ءاكذلا
- 2.6.11.1. لاعفلا عامتساللاو فطاعتلاو مزحلا
- 3.6.11.1. ةيفقطاعلا ةغللاو تاذلا ريدقت
- 7.11.7. رأس المال العلائقي: العمل الجماعي Cnikrowg
- 1.7.11.1. ةيرشبلا تاورثلا ةرادا
- 2.7.11.1. ءادألا ليلحت
- 3.7.11.1. عونتللو ةاواسملا ةرادإ
- 4.7.11.1. دارفألا ةرادإ يف راكتبالا

## الوحدة 12. التنظيم والأفراد والثقافة التنظيمية

- 8.11.8. إدارة الوقت
- 1.8.11.1. ةباقرلاو ميظنتلاو طيطختلا
- 2.8.11.1. تقولا ةرادإ ةيجهنم
- 3.8.11.1. لمعللا ططخ
- 4.8.11.1. لاعف لكشب تقولا ةرادإل تاودأ
- 9.11.9. نظرية الألعاب
- 10.11.10. إدارة التغيير الاستراتيجية
- 1.12.1. المنظمات والأنواع والجوانب الرئيسية
- 1.1.12.1. لباقم ةريبك ةكرش فئاظوو قاطنلا / مجحلا بسح تامظنملا فينصت. ةطسوتم ةكرش
- 2.1.12.1. Start Up : ةصاخ ةلاح
- 2.12.2. وظيفة الموارد البشرية
- 1.2.12.1. ةسسؤملا يف مسق
- 2.2.12.1. RRHH دراوملا ةفيظول ةيسيئرلا تاددحملا
- 1.2.2.12.1. ةينوناقتلا
- 2.2.2.12.1. ميظنتلا
- 3.2.2.12.1. ةبهوملا
- 3.2.12.1. ةيسيئرلا تامسلا
- 3.12.3. الأقسام الداخلية
- 1.3.12.1. ةبهوملا ةرادإ
- 2.3.12.1. ءادألا ةرادا
- 3.3.12.1. ريوطتللو بيردتلا
- 4.3.12.1. ةكرشلا ةفاقت
- 4.12.4. أبعاد الإدارات
- 1.4.12.1. ميقتلا ةلسلس
- 2.4.12.1. بصانملا . صاخشالا ليلحت ةوجف
- 3.4.12.1. هءاعباو لمعللا مجح
- 4.4.12.1. ةءافكلا تاعفار
- 1.4.4.12.1. ةمدخلا جولانك فيرعت ةداعإ
- 2.4.4.12.1. جمعدلا
- 3.4.4.12.1. يئاقلتلا ليغشتلا
- 4.4.4.12.1. Outsourcing يجراخلا دقاعتلا



- 3.14. أنواع الديون
  - 1.3.14. يلخادلا ليومتلا
    - 1.1.3.14. ريصقلا بدملا بلع
    - 2.1.3.14. ليوطلا بدملا بلع
    - 2.3.14. يجراخلا ليومتلا
      - 1.2.3.14. ريصقلا بدملا بلع
      - 2.2.3.14. ليوطلا بدملا بلع
  - 4.14. التمويل الذاتي في الشركة
    - 1.4.14. يتاذلا ليومتلا عاوناً
      - 1.1.4.14. لادبتسالا وأ ةنايصلل يتاذلا ليومتلا
      - 2.1.4.14. ءارثلا قيرط نع يتاذلا ليومتلا
      - 3.1.4.14. يتاذلا ليومتلا بويغو ايازم
      - 4.1.4.14. يتاذلا ليومتل فعضملا رثألا
  - 5.14. البيانات المالية واستخدام الأسباب المالية
    - 1.5.14. ةيلاملا تانايبلا ةيمهأ
      - 1.1.5.14. نيمهاسملا ريرقت
      - 2.1.5.14. ةيلاملا باسألا مادختسا
        - 1.2.1.5.14. ةلوبسلا باسأ
        - 2.2.1.5.14. طاشنلا باسأ
        - 3.2.1.5.14. ةينويدملا باسأ
        - 4.2.1.5.14. ةيحيرلا باسأ
        - 5.2.1.5.14. قوسلا باسأ
  - 6.14. استثمارات محفوفة بالمخاطر
    - 1.6.14. رطاخملا فينصت
      - 1.1.6.14. رطاخملا فينصتو سايق
      - 2.1.6.14. ةيبيرجتلا ةخسنلا
      - 3.1.6.14. زتيوكرام ةظفحم ةيرظن
      - 4.1.6.14. براش رشوم
      - 5.1.6.14. CAPM جمانرب جذومن دئاعلو رطاخملا

- 6.13. هيكل رأس المال
  - 1.6.13. بنارضلاو نيمهاسملاو لثمألا لاملا سار
    - 1.1.6.13. نيمهاسملاو تايرظنلا: لاملا سار لكيه
    - 2.1.6.13. نيمهاسملا دئاوف ةدايز لباقم نكعم دح بصقأ بلا ةكرشلا ةمبيق ةدايز
    - 3.1.6.13. لاملا سار لكيه رارق بلع بنارضلا ريثأت
    - 4.1.6.13. نويدلا مادختسا دودح
- 7.13. تقييم السندات
  - 1.7.13. تادنسلا يف رامنتسالا تايجيتارتسا
    - 1.1.7.13. اهتايجيتارتساو اهفينصتو تادنسلا يف رامنتسالا ميهافم
    - 2.1.7.13. قوسلا يف ةدئافلا راعسأ كولس
    - 3.1.7.13. تادنسلا مبيقتل سياسألا جذوملا
    - 4.1.7.13. ةدوعلاو ءادألا سيباقم
- 8.13. تقييم الأسهم
  - 1.8.13. ةيلاملا قاروألا قوس
  - 2.8.13. مهسألا مبيقت
  - 9.13. استثمارات محفوفة بالمخاطر
    - 1.9.13. رطاخملا فينصت
    - 2.9.13. رامنتسالا بلثملا Markowitz ةظفحم
    - 3.9.13. CAPM جمانرب جذومن دئاعلو رطاخملا

## الوحدة 14. تمويل الشركات 2

- 1.14. الرؤية الإستراتيجية لتمويل الشركات
  - 1.1.14. ةملوعلا هدوست ملدع يف تاكرشلا ليومت تايجيتارتسلا
  - 2.1.14. ليغشتلا ةعفارو ةيلغشتلا ةعفارلا
    - 1.2.1.14. ةيلغشتلا ةعفارلا
    - 2.2.1.14. ةيلاملا ةعفارلا
- 2.14. سياسة توزيع الأرباح
  - 1.2.14. حابرألا عيزوت ةسابس

- 3.15 وسائل الدفع والتحويل الدولية
  - 1.3.15 تالاولحو و عفاو رماو ليوحتلا
  - 2.3.15 ةيدنتسما تادامتعالو دونبلا
  - 3.3.15 برخألا لئاسولاو ةيلودلا ةلدايملاو ميصختلا
  - 4.15 تمويل العمليات في الأسواق الدولية
    - 1.4.15 ةيلودلا ةيراجتلا تاحلطصملا
    - 2.4.15 ماخلا داوملا راعسأ يف ةلمتحملا تابلقنتلا نم طوحتلل ةقتشم تاودأ
    - 3.4.15 ايمسر ةموعدملا ريديتلا تادامتعا
    - 4.4.15 (Swap) فرصلا دو قعب ةيطغتلا
    - 5.4.15 ةيمنتلاو يداصتقالا نواعتلا ةمظنم عارآ قفاوت
  - 5.15 المؤسسات المالية الدولية
    - 1.5.15 ةكرشلا ليودت قودنص
    - 2.5.15 يلودلا كنبلا ةعومجم
    - 3.5.15 ةيكيرمألا نادليلل ةيمنتلا فرصم
    - 4.5.15 بييراكلا ةيمنتلا فرصم
    - 6.15 تشكيل أسعار الصرف
      - 1.6.15 ةدئافلا رعس يف ؤفاكتلا ةيرظن
      - 2.6.15 فرصلا رعس تاعقوت ةيرظن
      - 3.6.15 ةينارشلا ةوقلا لداعت ةيرظن
      - 4.6.15 لاملا سار قوس نزاوت
  - 7.15 برامج تحويل الديون
    - 1.7.15 ليغشتلا
    - 2.7.15 ةماع تارامثتسا بلا نيدلا ليوحت
    - 3.7.15 ةصاخ تارامثتسا بلا نيدلا ليوحت
  - 8.15 سوق الأوراق المالية الدولي
    - 1.8.15 (كرويوين) تيرتس لoo قوس
    - 2.8.15 بهذلا قوس
    - 3.8.15 ةيملاعلا ةيجراخلا نويدلا
    - 4.8.15 سيراب يدان
    - 5.8.15 ADR ةيكيرمألا عاديللا تالاصيا و GDR ةيملاعلا عاديللا تالاصيا ةيلاملا قاروألا قوس

- 7.14 عمليات الاندماج والاستحواذ
  - 1.7.14 ذاوحتسالو جامدنالا عفاود
  - 2.7.14 تاكرشلا بلع ذاوحتسالل ةيلاملا غيصل
  - 1.2.7.14 ذاوحتساللا ةيلمع
  - 2.2.7.14 جامدنالا ةيلمع
- 8.14 حوكمة الشركات
  - 1.8.14 اهفأظوو تاكرشلا ةيعوضوملا ةرادإلا
  - 1.1.8.14 ةلاكوفا فيلاكتو تاكرشلا ةمكوح
  - 2.1.8.14 ةرادإلا سلجم فارشلا
  - 3.1.8.14 ضيوعتلا تاسايس
  - 4.1.8.14 ةلاكوفا يف عارصلا ةرادإ
- 9.14 تمويل الشركات الدولية
  - 1.9.14 لاملا قاوسأ
  - 1.1.9.14 ايلود لماكتم
  - 2.1.9.14 ايلود ةمسقم
  - 2.9.14 فرصلا رعس رطاخم
  - 10.14 التقييم والرسوم الدولية

## الوحدة 15. الشؤون المالية الدولية

- 1.15 الأعمال التجارية والاستراتيجية الدولية
  - 1.1.15 ليودتلا
  - 2.1.15 ةملوعلا
  - 3.1.15 ةئشانلا قاوسألا يف روطتللو ومنلا
  - 4.1.15 يلودلا يدقنلا ماظنلا
- 2.15 سوق صرف العملات الأجنبية
  - 1.2.15 سكروفلا لوادت
  - 2.2.15 عقوتملا بينجألا فرصلا قوس
  - 3.2.15 ةدئافلا تالدمو فرصلا راعسأ رطاخم نم طوحتلل ةقتشم تاودأ
  - 4.2.15 اهكالهتساو ةلمعلا ةمبيق عافترا

- 7.16. إدارة العمالة الوافدة
  - 1.7.16. عفاولا ةلامعلا ةيلمع ةرادإ
  - 2.7.16. نطولا بلا ةدوعلا
  - 3.7.16. ةيلودلا تاهجولا يف حاجنلا ةيدر فلا تاراهملا
- 8.16. أجور الوافدين
  - 1.8.16. يلاملا ضبوعتلا
  - 2.8.16. عفدلا ةلمعو ناكم
  - 3.8.16. بنأرضلا تاسايس

## الوحدة 17. إدارة العمليات الدولية

- 1.17. نظرة عامة التجارة الدولية
  - 1.1.17. ةمدقملا
  - 2.1.17. ميهافملا نع ةيخيرات ةحمل
  - 3.1.17. ةيلودلا تاسسؤملا
- 2.17. تحليل السوق الدولية
  - 1.2.17. قاوسألا ةسارد غيص
  - 2.2.17. ةيلكلا ةئيبل: رابتعلا يف اهذخأ بجي يتلا لماوعلا
  - 3.2.17. ةينوناقلو ةيفاقثلا لماوعلا
  - 4.2.17. ةيسايسلا لماوعلا
- 3.17. نهج التواجد في الأسواق الخارجية والتجارة الإلكترونية
  - 1.3.17. ةمدقملا
  - 2.3.17. ةرشابملا ريغو ةرشابملا تارداصلا
  - 3.3.17. ةينورتكللا ةراجتلا
  - 4.17. الحماية التجارية: الجمارك
    - 1.4.17. كرامجلا ميبقت
    - 2.4.17. يلودلا نواعتلاو ةيكرمجلا نيناوقلا
    - 3.4.17. ةيكرمجلا تافيرعتلاب ةطبرملا تايصخشلا

## الوحدة 16. الإدارة الدولية للأفراد وإدارة التنوع

- 1.16. إدارة المواهب في الشركات العالمية
  - 1.1.16. بهاولملا ةرادإل ةيملاع ةيؤر
  - 2.1.16. ةمظنملاب ةصاخلا بهاولملا ةطيرخ
  - 3.1.16. ليودتلاو ةيفاقثلا تاهاجتالا
  - 4.1.16. بهاولملا ةرادإ ليودت
- 2.16. إدارة الحياة المهنية الدولية
  - 1.2.16. نييلودلا نيينهمللا تامس
  - 2.2.16. يلامعلا لفتتلا
  - 3.2.16. عفاولا ةلامعلا ةرادإ
- 3.16. إدارة التنوع
  - 1.3.16. عونتلا عم لمعلا
  - 2.3.16. بيردتلاو تاكرشلا ةيعامتجالا ةيلوؤسملاو عونتلا
  - 3.3.16. عونتلاو ةاواسملا ةرادإ
  - 4.3.16. تافاقثلا ةدعتم قرف ةرادإ
- 4.16. إطار جديد لعلاقات العمل
  - 1.4.16. يلامعلا حالصلا
  - 2.4.16. ةيعامجلا ةيفاقثلا بلع ضوافتلا
  - 3.4.16. تاباقثلا عم ةيجيتارتسالا تاقالعلا
  - 4.4.16. لامعألا ةلكيه ةداعو لمعلا تاقالع
- 5.16. تسويق الموارد البشرية: رؤية دولية
  - 1.5.16. Employer Branding
  - 2.5.16. ةيرشبلا دراوملا ءالمع ةبرجت
- 6.16. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
  - 1.6.16. تايسنجلا ةدعتم تاكرشلاو ناسنالا قوقحو ةملوعلا
  - 2.6.16. يلودلا نوناقللا ههجاوم يف تايسنجلا ةدعتم تاكرشلا
  - 3.6.16. ةددم ةينوناق كوكص



- 5.19. الأسعار والتصدير
- 1.5.19. ريدصتلا راعسأ باسح
- 2.5.19. ةيلودلا ةيراجتلا تاحلطصملا
- 3.5.19. ةيلودلا راعسألا ةيجيتارتسا
- 5.19. الجودة في التسويق الدولي
- 1.5.19. يلودلا قيوستلاو ةدوجلا
- 2.5.19. تاداهشلو ريباعملا
- 3.5.19. CE ةمالع
- 6.19. الترويج الدولي
- 1.6.19. MIX يلودلا جيورتلا
- 3.6.19. نالعللا وAdvertising ةياعدلا
- 4.6.19. ةيلودلا ضراعملا
- 5.6.19. دليل ةيراجتلا ةمالعلا
- 7.19. التوزيع عبر القنوات الدولية
- 1.7.19. يراجتلا قيوستلاو ةانقلا
- 2.7.19. ريدصتلا تاداحتا
- 3.7.19. ةيجراخلا ةراجتلاو ريدصتلا عاونأ

## الوحدة 20. الضرائب الدولية

- 1.20. المبادئ الأساسية للضرائب الدولية
- 1.1.20. ةيلودلا بنأرضلا يف ةمدقم
- 2.1.20. ريدصملا لباقم ةماقلا أديم
- 3.1.20. لولحلاو تائفلاو ميهافملا ،يلودلا يبببرضلا جاوزالا
- 2.20. مصادر الضرائب الدولية، المعاهدات الدولية واتفاقيات الازدواج الضريبي
- 1.2.20. ةيلودلا بنأرضلا رداصم
- 2.2.20. ؟ةيلودلا ةيقافتالا به ام
- 3.2.20. يبببرضلا جاوزالا تايقافتا
- 4.2.20. ةدحتملا ممالأ تايقافتاو ةيمنتلاو يدامتقالا نواعتلا ةمظنم تايقافتا
- 5.2.20. soft law
- 6.2.20. بيوروألا داختالا نوناق
- 7.2.20. يلحملا نوناقلا

- 7.18. أسس الاتصال في الإدارة التجارية الدولية
- 1.7.18. ةمدقملا
- 2.7.18. ةيلودلا ةيراجتلا ةطخ ميمصت
- 3.7.18. ةيلودلا ةكرشلا يف يرادللاو يجيتارتسالا رارقلا داختا تايوتسم
- 8.18. استراتيجيات الرقابة في الإدارة التجارية الدولية
- 1.8.18. ةمدقملا
- 2.8.18. ميمصتلا ريباعمو ةيمهألا :ةيلودلا تائيبللا يف ةباقرلا
- 3.8.18. ةيلودلا تائيبللا يف يرادللا ةباقرلا ةيلمع
- 9.18. التفاوض على النزاعات في الفرق التجارية الدولية
- 1.9.18. صئاصخللاو عاونألا ،موهفملا :لمعلا قرف ةرادإ يف عارصلا
- 2.9.18. لمعلا قرف ةرادإ يف عارصلا تايبرظن
- 3.9.18. ةيلودلا ةيراجتلا ةرادإلا يف تاعازنلا لح تايقت
- 10.18. إدارة الفرق التجارية الدولية
- 1.10.18. ةمدقم.ةيلودلا ةيراجتلا قرفلا ةرادإ
- 2.10.18. ةيلود ةيراجت اُقرَف كلمت يتلا تاكرشلا صئاصخ
- 3.10.18. ةيلودلا ةيراجتلا قرفلا ةيرادللا ةباقرلا تارشؤم

## الوحدة 19. التسويق الدولي

- 1.19. أبحاث الاسواق الدولية
- 1.1.19. ةئشانلا قاوسألا قيوست
- 2.1.19. PESTليلحت
- 3.1.19. ؟ريدصتلا متي نيأو فيكو اذام
- 4.1.19. يلودلا قيوستلا جيزم تايجيتارتسا
- 2.19. التقسيم الدولي
- 1.2.19. يلودلا بوتسملا بلع قوسلا ةئزجت ريباعم
- 2.2.19. قوسلا ذفانم
- 3.2.19. ةيلودلا ةئزجتلا تايجيتارتسا
- 3.19. تحديد المواقع الدولية
- 1.3.19. ةيلودلا قاوسألا يف Branding
- 2.3.19. ةيلودلا قاوسألا يف تايجيتارتسالا عضو
- 4.19. استراتيجيات المنتج في الأسواق الدولية
- 1.3.19. تاجتنملا عيونتو فييكتو ليدعت
- 2.3.19. ةيملاعلا ةدحوملا تاجتنملا
- 3.3.19. جتنملا ةطفاح



- 3.5.21. عورشملا قيرف ةرادإ
  - 1.3.5.21. لاعف لكشب قيرفلا ةدايقو قيسنت بلا ةجاحلا
  - 2.3.5.21. ةينواعت ةقيرطب قرفلا لمع ةرادإ تاودأ
  - 3.3.5.21. تاعازنلا صف
  - 4.3.5.21. ةمدخلا رارمتسا ةطخ
  - 5.3.5.21. قيرفلا ءادأ مبيقتو Feedback
- 6.21. إدارة التكاليف
  - 1.6.21. فيلاكتلا ريدقت
  - 1.1.6.21. فيلاكتلا ةرادإ ةطخ
  - 2.1.6.21. عورشملا ةفلاكت ريدقت
  - 3.1.6.21. فيلاكتلا ةرادإ تاودأو تاينقت
  - 2.6.21. ةينازيملا
    - 1.2.6.21. ةينازيملا ديدحت
    - 2.2.6.21. ةينازيملا رابتخا تايجهنم
    - 3.2.6.21. ةينازيملا ديدحت تاودأو تاينقت
  - 3.6.21. فيلاكتلا يف مكحتلا
    - 1.3.6.21. فيلاكتلا ةبقارم فادهأ
    - 2.3.6.21. عورشملا فيلاكت يف مدقتلا سابق
    - 3.3.6.21. فيلاكتلا ةبقارم تاودأو تاينقت
- 7.21. إدارة التواصل
  - 1.7.21. (Stakeholders) ةحلصملا باحصأ ديدحت
    - 1.1.7.21. ةيجراخلاو ةيلخادلا لماوعلا ديدحت
    - 2.1.7.21. ةحلصملا باحصأ تاعفوت ديدحت
    - 3.1.7.21. مهفينصتو ةحلصملا باحصأ ديدحت تاودأو تاينقت
  - 2.7.21. لصاوتلا ةطخ
    - 1.2.7.21. ءالكولا نم عون لكل ةيسيئرلا لناسرلا ديدحت
    - 2.2.7.21. ةيسيئرلا لصاوتلا تاوتق فيرعتو ديدحت
    - 3.2.7.21. لصاوتلا تابلطتم ليلحت
    - 4.2.7.21. يمسر ريغ - يمسر / بوتكم - يهفش :تالاصتالا فينصت
    - 5.2.7.21. لاصتالا تاودأو تاينقت
  - 3.7.21. لاصتالا تءارجإ ةبقارم
    - 1.3.7.21. (خليا ةعقوتملا جئاتنلاو ةيئاهنلا ديعاوملاو دراوملاو ينمزلا لودجلا) تءارجإلا طيطخت
    - 2.3.7.21. لاصتالا تءارجإ دصرل تاودأ
    - 3.3.7.21. لاصتالا تءارجإ جئاتن سابق
- 8.21. إدارة الجودة
  - 1.8.21. Quality Analysis اهتيقارمو ةدوجلا ليلحت
    - 1.1.8.21. ةدوجلا ةرادإ
    - 2.1.8.21. ةعقوتملا قاطنلا
    - 3.1.8.21. (ريياعملا) ةدوجلا سابق تارشؤم
  - 2.8.21. ةدوجلا نامض تءارجإ
    - 1.2.8.21. كلذ بلا خلا ةيونسلو ةيرهشلا ريراقنتلا :ةعجارملا ةطشنا طيطخت .
    - 2.2.8.21. ةدوجلا تءارجم
    - 3.2.8.21. رمتسملا نيسحتلا
  - 3.8.21. عورشملا ةدوج ةبقارم
    - 1.3.8.21. جئاتنلا ةدوجل Feedback تاودأ
    - 2.3.8.21. جئاتنلا ةقباطم مدعو ةقباطملا ةرادإ
    - 3.3.8.21. ةيسيئرلا اهدئاوفو Peer Review ءانرقلا ةعجارم
    - 4.3.8.21. جئاتنلا ةدوجل سابق
- 9.21. إدارة المخاطر
  - 1.9.21. رطاخمل طيطختلا
    - 1.1.9.21. رطاخملا ةرادإ طيطخت
    - 2.1.9.21. رطاخملا فيرعت
    - 3.1.9.21. رطاخملا فينصت تاودأ
  - 2.9.21. ئراوطلا ةطخ ةعباتم
    - 1.2.9.21. رطاخمل يعونلاو يمكلا ليلحتلا
    - 2.2.9.21. راثآلو تالامتحالا مبيقت
    - 3.2.9.21. ةبقارملا تاودأ
  - 3.9.21. اهيف مكحتلاو رطاخملا ةبقارم
    - 1.3.9.21. رطاخملا تايوتسم ،ضارعألا ،تءارجإلا ،كالملا :رطاخملا لجس
    - 2.3.9.21. فيفختلا تءارجإ طيطخت
    - 3.3.9.21. رطاخملا ةبقارمو ةعجام
    - 4.3.9.21. اهذيفنت مت يتلا لمعلا ططخ جئاتن ةعباتم
    - 5.3.9.21. رطاخملا مبيقتلا ةداعإ

- 10.21. إغلاق المشروع وإدارة التغيير
  - 1.10.21. ربيعنلا ةرادإ
  - 1.1.10.21. ةفرعملا لقن
  - 2.1.10.21. ةفرعملا لقن لحارم
  - 3.1.10.21. خلا ،داوملا ،بيردتلا :ةفرعملا لقن طيطخت .
  - 2.10.21. عورشملا قالغا
  - 1.2.10.21. تامولعملا عمج
  - 2.2.10.21. ةيسيئرلا تاجانتتسالو يناهنلا ليلحتلا
  - 3.2.10.21. يماثخلا عامتجالا
  - 4.2.10.21. ةيلاتلا تاوطخلا ليلحت
  - 3.10.21. عورشملا ريثأت
  - 1.3.10.21. ةجتانلا راثألا سايق ةيمهأ
  - 2.3.10.21. ةمظنملا لخاد رثألا
  - 3.3.10.21. ليمعلا بلع ريثأتلا ةرادإ

## الوحدة 22. Bussiness & Internacional Strategy

- 1.22. الأعمال والاستراتيجية الدولية
  - 1.1.22. ليودتلا
  - 2.1.22. ةنشانلا قاوسألا يف روطتلو ومنلا
  - 3.1.22. يلودلا يدقنلا ماظنلا
- 2.22. الاتجاه الاستراتيجي للأعمال التجارية الدولية
  - 1.2.22. ديدجلا يملعلا ماظنلا يف ليودتلا
  - 2.2.22. ةيلودلا ةيراجتلا لامعألا يف ةفاقتلا ريثأت
  - 3.2.22. نادلبلو قاوسألا رايثا
  - 4.2.22. Offshoring راخلل لقنلاو ناكملا ربيغت
- 3.22. استراتيجيات التدويل
  - 1.3.22. ةيجراخلا قاوسألا بلا باهذلا تابلطتمو باسأ
  - 2.3.22. يلودلا عسوتلا ةيلمع يف ةيجيتاررسالا تافلاحتلا
  - 3.3.22. ةديدج ةيلود قاوسأ بلا لوخدلا لاكشأ
- 4.22. قرارات التدويل
  - 1.4.22. رارقلا ذاختاو قوسلا تاسارد
  - 2.4.22. ليغشتلا ةقيرطو عقوملا رايثا
  - 3.4.22. بسانملا ينوناقتلا لكشلا رايثا

- 5.22. مراحل عملية التدويل
  - 1.5.22. يلودلا بطلا ليلحت
  - 2.5.22. ريدصتلا تاناكما صيخشت
  - 3.5.22. ليودتلا طيطخت
  - 4.5.22. ريدصتلا لحارم
- 6.22. التدويل حسب نوع الشركة
  - 1.6.22. تامدخلا تاكرشو تاجتملا تاكرش
  - 2.6.22. تايسنجلا ةددعتم تاكرشلاو ةيلودلا تاكرشلا
  - 3.6.22. اهب صاخلا ليودتلا جذومنو ةطسوتملو ةريغصلا تاكرشلا
- 7.22. معوقات التدويل
  - 1.7.22. ةينوناقلا دويقلا
  - 2.7.22. ةيراجتلاو ةيلاملو ةيتسجوللا تاقوعملا
  - 3.7.22. رشابملا رامثتسالا تاقوعم
- 8.22. ادارة الثقافة المشتركة
  - 1.8.22. ةيلودلا ةرادإل يفاقتلا دعبلا
  - 2.8.22. لامعألا ةرادإ يف ةملوعلا
  - 3.8.22. تافاقتلا ربع ةدايقلا
- 9.22. التنوع الدولي والأداء
- 10.22. تنوع المنتجات والأسواق



ستكتسب رؤية شاملة لديناميكيات الأسواق العالمية، مما يعزز قدرتك على تحديد فرص الأعمال، وتخفيف المخاطر، والقيادة بفعالية في الأسواق الدولية"



# أهداف التدريس

من خلال هذا البرنامج، سيطور الخريجون مهارات رئيسية في مجالات مثل الاستراتيجية التجارية، والإدارة المالية، والقيادة، والاستدامة، مع نهج عملي يركز على اتخاذ قرارات مستنيرة. كذلك، سيتم توجيه رواد الأعمال ليكونوا قادرين على تحديد واستغلال الفرص في الأسواق الدولية، وإدارة الموارد بكفاءة، وتطبيق الابتكارات التكنولوجية للحفاظ على القدرة التنافسية. كما سيتم إعداد القادة التجاريين لمواجهة تحديات الإدارة العليا في السياق العالمي، مما يضمن قدرتهم على توجيه الشركات بطريقة استراتيجية ومستدامة.

ستركز على أحدث الاتجاهات في إدارة الأعمال، مما يمكنك  
من فهم التغيرات في السوق العالمية وكيف يجب على  
الإدارة العليا الاستجابة لتعقيد المشهد الدولي“





## 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
- اتباع معايير الاستدامة التي حددها المعايير الدولية عند وضع خطة العمل
- تطوير استراتيجيات لتنفيذ عملية صنع القرار في بيئة معقدة وغير مستقرة
- إنشاء استراتيجيات مؤسسية التي تحدد السيناريو الذي يجب على الشركة اتباعه لتكون أكثر قدرة على المنافسة وتحقيق أهدافها الخاصة
- تطوير المهارات الأساسية للنشاط التجاري المباشر استراتيجياً
- تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة لتحسين الإدارة وكفاءة الأعمال
- فهم ما هي الطريقة الأفضل لإدارة الموارد البشرية للشركة وتحقيق أداء أفضل لها لصالح الشركة
- اكتساب المهارات التواصلية اللازمة للقائد التجاري لضمان أن يتم الاستماع إلى رسالته وفهمها بين أعضاء مجتمعه
- فهم البيئة الاقتصادية التي تعمل فيها الشركة ووضع الاستراتيجيات المناسبة لتوقع التغييرات
- القدرة على إدارة الخطة الاقتصادية والمالية للشركة
- فهم العمليات اللوجستية الضرورية في مجال الأعمال لتطوير الإدارة المناسبة لها
- القدرة على تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مختلف مجالات المؤسسة
- تنفيذ استراتيجية التسويق التي تتيح لمنتجنا أن يكون معروفاً لعملائنا المحتملين وإنشاء صورة مناسبة لشركتنا
- القدرة على تطوير جميع مراحل فكرة العمل: التصميم ، وخطة الجدوى ، والتنفيذ ، والمتابعة، إلخ
- إنشاء استراتيجيات مبتكرة وفقاً لمشاريعنا
- تصميم استراتيجيات لتحديد وتحليل وتطوير فرص العمل في الأسواق الدولية
- تنفيذ العمليات والأنشطة الاستراتيجية في إدارة الأعمال الدولية
- هيكلة وإدارة الشركات العالمية
- تطبيق التكنولوجيا ونظم المعلومات لاكتساب ميزة تنافسية
- تطوير المهارات اللازمة لإنشاء وإدارة المشاريع متعددة الجنسيات
- تصميم استراتيجيات لإدارة الموارد البشرية في بيئة متنوعة ودولية
- تحليل الجوانب السياسية والاقتصادية والقانونية والثقافية للبيئة الدولية وأثرها على نجاح الشركة
- تحديد المخاطر المالية والفرص التي تأتي مع الأعمال التجارية الدولية
- امتلاك فهم عميق لأسواق الفوركس
- القدرة على المشاركة بنجاح في تمويل العمليات في الأسواق الدولية



## الأهداف المحددة

### الوحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- ♦ تطوير مهارات القيادة الأخلاقية التي تدمج الأساسيات المسؤولية الاجتماعية والاستدامة في صناعة القرار
- ♦ تدريب على تنفيذ سياسات المسؤولية الاجتماعية التي تحقق تأثيرًا إيجابيًا في المجتمع والبيئة

### الوحدة 2. التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية

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

### الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

- ♦ التعمق في الإدارة الفعالة للمواهب البشرية، مع التركيز على استقطاب وتطوير والاحتفاظ بالموظفين الرئيسيين
- ♦ القدرة على إنشاء وإدارة فرق عالية الأداء تتماشى مع الأهداف التنظيمية

### الوحدة 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

### الوحدة 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

### الوحدة 6. إدارة نظم المعلومات

- ♦ إدارة أنظمة المعلومات استراتيجيًا لدعم الأهداف التنظيمية
- ♦ تحسين عملية اتخاذ القرار من خلال الاستخدام الفعال لأنظمة المعلومات



### الوحدة 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

### الوحدة 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

### الوحدة 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

### الوحدة 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

### الوحدة 11. مهارات الإدارة

- ♦ تطوير المهارات الأساسية في القيادة واتخاذ القرارات في سياقات الأعمال المعقدة
- ♦ تحسين مهارات التواصل، وحل النزاعات، وتحفيز الفرق، وإدارة التغيير لتعزيز الأداء التنظيمي

### الوحدة 12. التنظيم والأفراد والثقافة التنظيمية

- ♦ فهم الهيكل التنظيمي وأهمية الثقافة المؤسسية
- ♦ اكتساب المهارات اللازمة لإدارة رأس المال البشري بفعالية وتعزيز بيئة عمل إيجابية ومنتجة

### الوحدة 13. تمويل الشركات 1

- ♦ التعمق في أسس التمويل المؤسسي، وتوفير الأدوات اللازمة لاتخاذ قرارات مالية استراتيجية
- ♦ إدارة المخاطر وفهم هيكل رأس المال، والربحية، وجدوى مشاريع الاستثمار على المستوى المؤسسي

### الوحدة 14. تمويل الشركات 2

- ♦ التعمق في الجوانب المتقدمة للتمويل المؤسسي، مع التركيز على تحسين محفظة الاستثمارات، وإدارة المخاطر المالية، والتخطيط المالي طويل الأجل
- ♦ القدرة على تحليل ربحية الشركات واستدامتها المالية

### الوحدة 15. الشؤون المالية الدولية

- ♦ تحليل الإدارة المالية في سياق دولي
- ♦ التعمق في الجوانب الأساسية مثل سعر الصرف، وأسواق العملات، والتمويل الدولي، وتقييم المخاطر في المشاريع الدولية

### الوحدة 16. الإدارة الدولية للأفراد وإدارة التنوع

- ♦ التأهيل لإدارة الفرق الدولية والمتنوعة، من خلال معالجة قضايا الاندماج الثقافي، والقيادة العالمية، وأفضل الممارسات
- ♦ إدارة التنوع في الفرق متعددة التخصصات بفعالية وتكيف

### الوحدة 17. إدارة العمليات الدولية

- ♦ تطوير المهارات لإدارة العمليات على المستوى الدولي، بما في ذلك تنسيق سلسلة التوريد العالمية وإدارة الإنتاج الدولي
- ♦ تحسين العمليات اللوجستية لتعزيز الكفاءة التشغيلية على نطاق عالمي

تتوفر مجموعة واسعة من الموارد التعليمية، متاحة  
على مدار 24 ساعة يوميًا، طوال أيام الأسبوع“



#### الوحدة 18. التخطيط والرقابة والإدارة التجارية الدولية

- ♦ التأهيل في تخطيط وإدارة الأنشطة التجارية الدولية، باستخدام تقنيات الرقابة لتعظيم الكفاءة والربحية
- ♦ إدارة توسيع المنتجات والخدمات في الأسواق الخارجية

#### الوحدة 19. التسويق الدولي

- ♦ تطوير استراتيجيات تسويق دولية فعالة
- ♦ تكييف حملات الاتصال، والتجزئة، وتحديد المواقع للمنتجات وفقًا لخصائص ومتطلبات الأسواق العالمية المختلفة

#### الوحدة 20. الضرائب الدولية

- ♦ اكتساب فهم عميق للأنظمة الضريبية الدولية
- ♦ تحليل آثار الضرائب العابرة للحدود، والتخطيط الضريبي، واستراتيجيات تحسين الضرائب للشركات التي تعمل في عدة دول

#### الوحدة 21. تخطيط المشاريع

- ♦ تطوير المهارات في تخطيط وإدارة المشاريع، باستخدام منهجيات وأدوات تضمن تنفيذ المشاريع بشكل صحيح من حيث الوقت والشكل والميزانية
- ♦ إدارة المخاطر والموارد بكفاءة

#### الوحدة 22. Bussiness & Internacional Strategy

- ♦ التأهيل في صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات التجارية على المستوى العالمي، مع الأخذ في الاعتبار ديناميكيات الأسواق الدولية، والتحديات الثقافية والاقتصادية
- ♦ التعمق في كيفية تموضع الشركات للمنافسة بفعالية في المشهد العالمي

# الآفاق المهنية

سيكون رواد الأعمال مستعدين لشغل مناصب إدارية عليا مثل الرئيس التنفيذي (CEO)، المدير المالي (CFO)، أو مدير العمليات، سواء في الشركات الوطنية أو الدولية. بالإضافة إلى ذلك، سيتمكنون من قيادة مشاريع التوسع العالمي، وإدارة الفرق في بيئات متعددة الثقافات، وتطوير استراتيجيات تجارية في الأسواق الدولية. كما سيكون بإمكانهم تولي أدوار كمستشارين استراتيجيين، أو مسؤولين عن التحول الرقمي، أو خبراء في الاستدامة التجارية، مما يساهم في نمو وتنافسية الشركات التي تسعى إلى ترسيخ مكانتها في عالم يشهد تزايدًا في العولمة



سيمنحك هذا البرنامج في الإدارة العليا الدولية مجموعة واسعة من الفرص المهنية عالية التنافسية، مما يمكنك من تولي أدوار رئيسية في الشركات العالمية ومتعددة الجنسيات“



**ملف الخريج**

برؤية شاملة ومحدثة، سيكون الخريج مستعدًا لاتخاذ قرارات حاسمة في مجالات مثل الإدارة المالية، والابتكار، والاستدامة، والتوسع الدولي كذلك، سيتميز ملفه المهني بمعرفة قوية بدناميكيات الأسواق العالمية، والقدرة على إدارة الفرق متعددة الثقافات، والمهارة في تحديد واستغلال فرص الأعمال في الأسواق الدولية بالإضافة إلى ذلك، سيكتسب قدرة عالية على التكيف مع البيئات المتغيرة وغير المؤكدة، وقيادة عمليات التحول الرقمي، وتطبيق استراتيجيات مبتكرة لتعزيز كفاءة الأعمال

ستكون قادرًا على اتخاذ قرارات في سياقات غير مؤكدة ومعقدة، مع تطوير مهارات استراتيجية تتيح لك استباق التغييرات الاقتصادية، والسياسية، والتكنولوجية.

- ♦ القيادة الاستراتيجية لإدارة الفرق متعددة التخصصات والثقافات، واتخاذ قرارات رئيسية تتماشى مع الأهداف التنظيمية، ودناميكيات الأسواق العالمية، واحتياجات السوق
- ♦ إدارة التغيير القدرة على التكيف: إدارة عمليات التحول داخل الشركة، مع التكيف السريع مع التغييرات التكنولوجية، والاقتصادية، والاجتماعية
- ♦ التفكير الانتقادات وحل المشكلات تحليل المواقف المعقدة، وتحديد المخاطر والفرص، وصياغة حلول فعالة من خلال اتخاذ قرارات مستنيرة واستراتيجية في سياقات غير مؤكدة وغير متوقعة
- ♦ التواصل الفعال نقل الأفكار والاستراتيجيات والرسائل بوضوح وإقناع، سواء داخليًا أو خارجيًا، في مختلف السياقات، لضمان توافق الجميع مع أهداف الشركة وقيمتها.

بعد إكمال الماجستير المتقدم، ستتمكن من تطبيق معرفتك ومهاراتك في المناصب التالية:

1. الرئيس التنفيذي (CEO - Chief Executive Officer): مسؤول عن الإدارة العامة، حيث يقود عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية، ويحدد الأهداف، ويشرف على جميع العمليات لضمان النجاح التنظيمي في السوق العالمية.
2. (CFO، الرئيس التنفيذي للشؤون المالية) مشرف على التخطيط المالي، والتقارير المحاسبية، والاستثمارات، والاستراتيجيات الضريبية، مع التركيز على تحسين استخدام الموارد وتعظيم العائد الاقتصادي.
3. الرئيس التنفيذي للعمليات (COO - Chief Operating Officer): مسؤول عن العمليات اليومية للشركة، حيث يضمن كفاءة العمليات ومواءمتها مع الأهداف الاستراتيجية، مع رؤية عالمية لتحسين الإنتاج والموارد.
4. مدير التوسع الدولي: مسؤول عن تصميم وتنفيذ استراتيجيات التوسع في الأسواق الخارجية، وتحديد الفرص التجارية الجديدة، وضمان النمو المستدام في بيئات تجارية متعددة الثقافات.
5. مدير الاستراتيجية المؤسسية: مسؤول عن صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات طويلة الأجل، لضمان توافق المبادرات التجارية مع الأهداف العالمية.
6. مدير التسويق الدولي: مسؤول عن تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق لوضع المنتجات أو الخدمات في الأسواق الدولية، والعمل على بناء علامات تجارية قوية.
7. مدير الموارد البشرية الدولية: مسؤول عن إدارة المواهب البشرية في بيئة عالمية، من خلال تصميم سياسات التوظيف، والتدريب، والاستبقاء التي تعزز تطوير الفرق متعددة الثقافات.
8. استشاري استراتيجي دولي: محترف مستقل أو يعمل في شركات استشارية، يقدم المشورة للشركات حول كيفية توسيع عملياتها عالميًا، وتحسين استراتيجياتها التجارية، والتكيف مع تحديات السوق الدولية.
9. مدير الابتكار والتحول الرقمي: قائد في إدارة مشاريع الابتكار والرقمنة داخل الشركة، يضمن تنفيذ التقنيات الناشئة وتكيف المؤسسة مع العصر الرقمي.
10. مدير المالية الدولية: متخصص في الإدارة المالية العالمية، مسؤول عن إدارة الاستثمارات الدولية، وإدارة مخاطر العملات، وتحليل الأسواق المالية العالمية.



# منهجية الدراسة

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

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



## الطالب: الأولوية في جميع برامج TECH

في منهجية الدراسة في TECH، يعتبر الطالب البطل المطلق.

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

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

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



## المناهج الدراسية الأكثر شمولاً على مستوى العالم

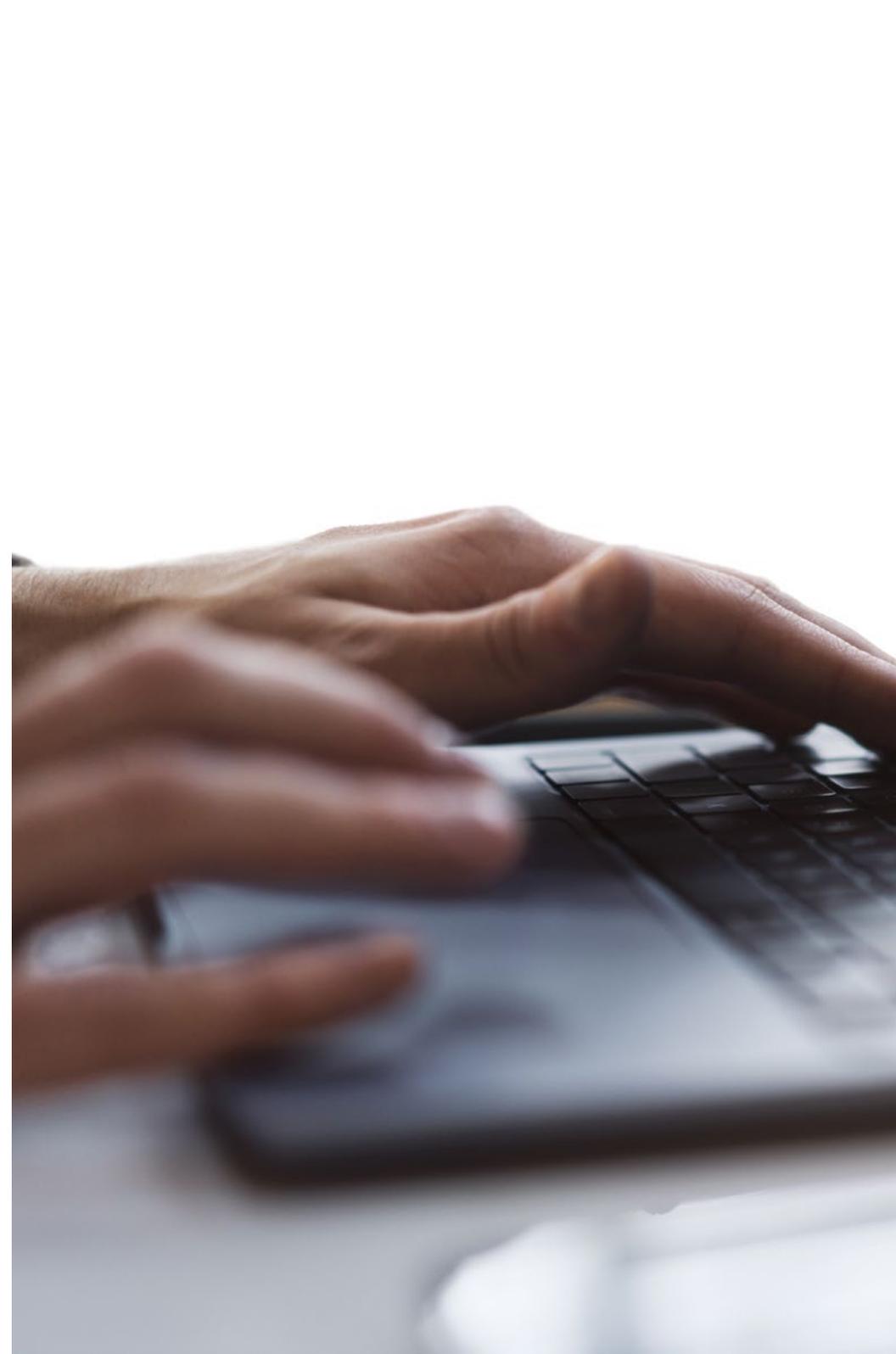
تتميز TECH بتقديم أكثر المسارات الأكاديمية اكتمالاً في المحيط الجامعي. يتم تحقيق هذه الشمولية من خلال إنشاء مناهج لا تغطي فقط المعارف الأساسية، بل تشمل أيضاً أحدث الابتكارات في كل مجال.

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

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



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



## Case studies أو دراسات الحالة

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

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

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





## طريقة Relearning

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

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

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

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

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

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

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



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

### تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

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

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

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

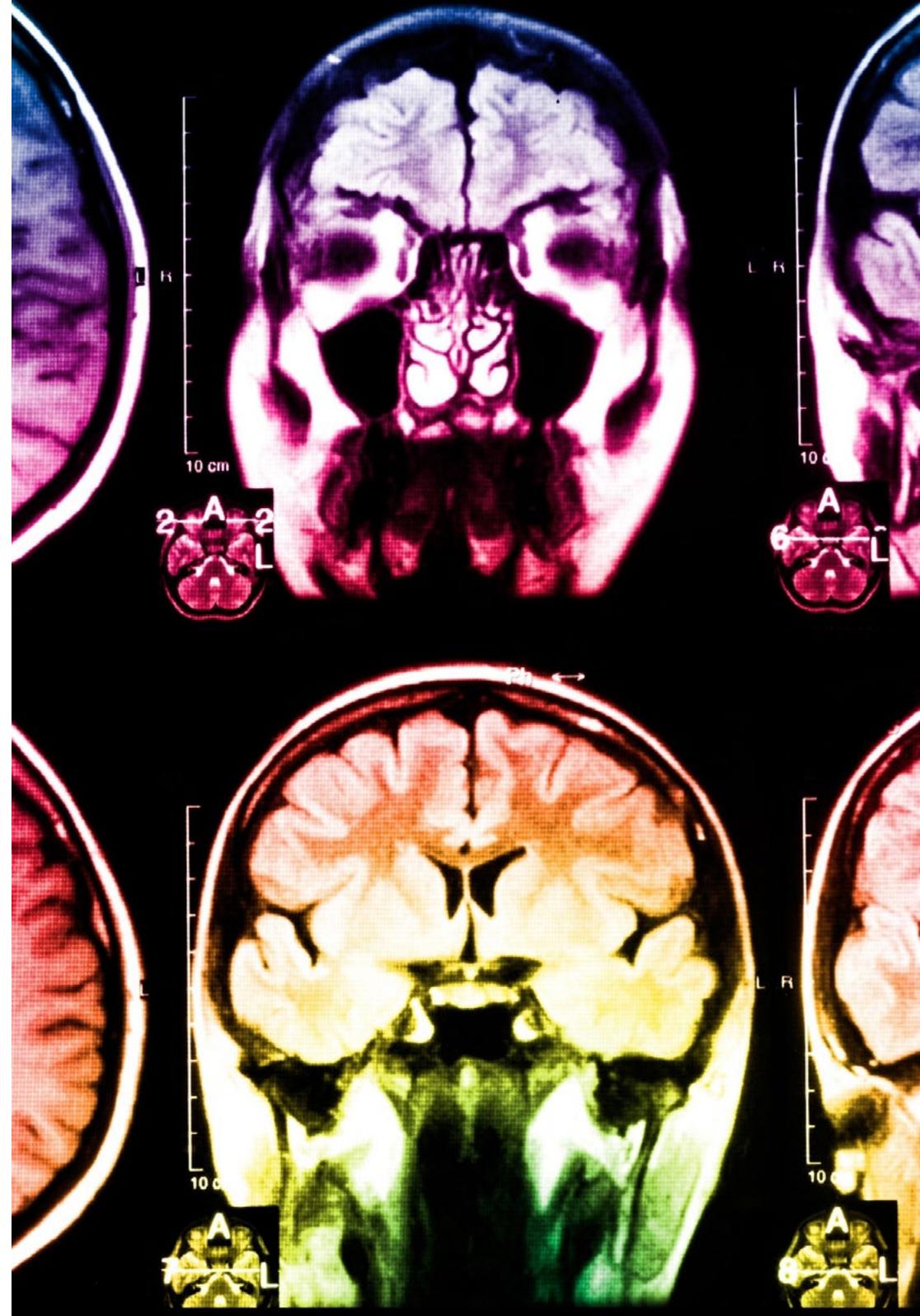
4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

## المنهجية الجامعية الأفضل تصنيفاً من قبل طلابها

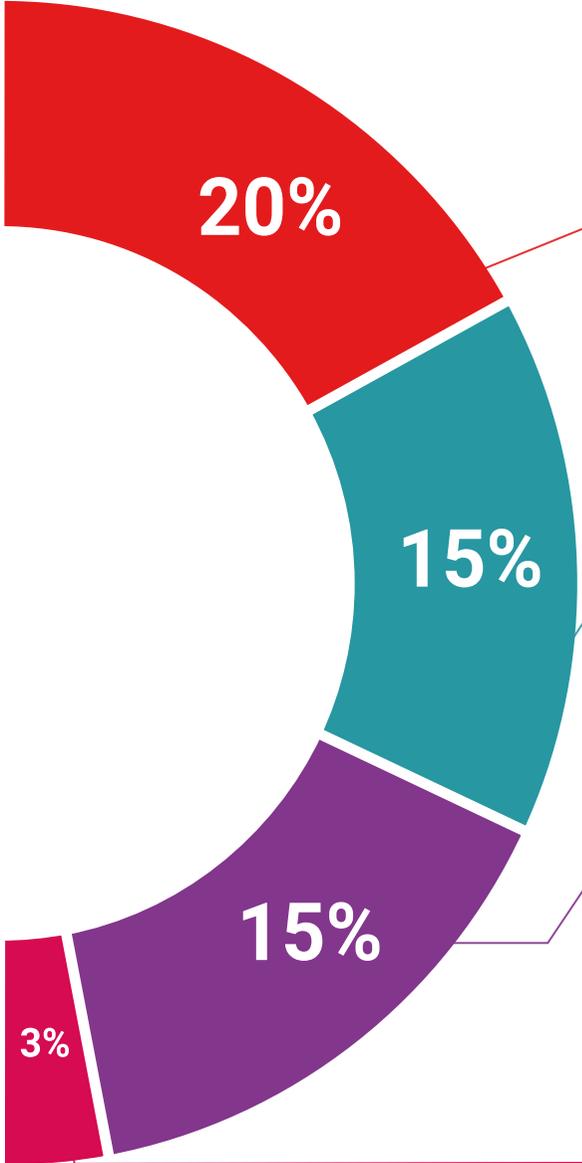
نتائج هذا النموذج الأكاديمي المبتكر يمكن ملاحظته في مستويات الرضا العام لخريجي TECH. تقييم الطلاب لجودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة وأهدافها ممتاز. وليس من قبيل الصدفة أن تصبح المؤسسة الجامعة الأعلى تقييماً من قبل طلابها وفقاً لمؤشر global score، حيث حصلت على 4.9 من 5.

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

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



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



#### المواد الدراسية

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

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



#### التدريب العملي على المهارات والكفاءات

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



#### ملخصات تفاعلية

نقدم المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة..

اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد من نوعه لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".



#### قراءات تكميلية

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





#### دراسات الحالة (Case studies)

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



#### الاختبار وإعادة الاختبار

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



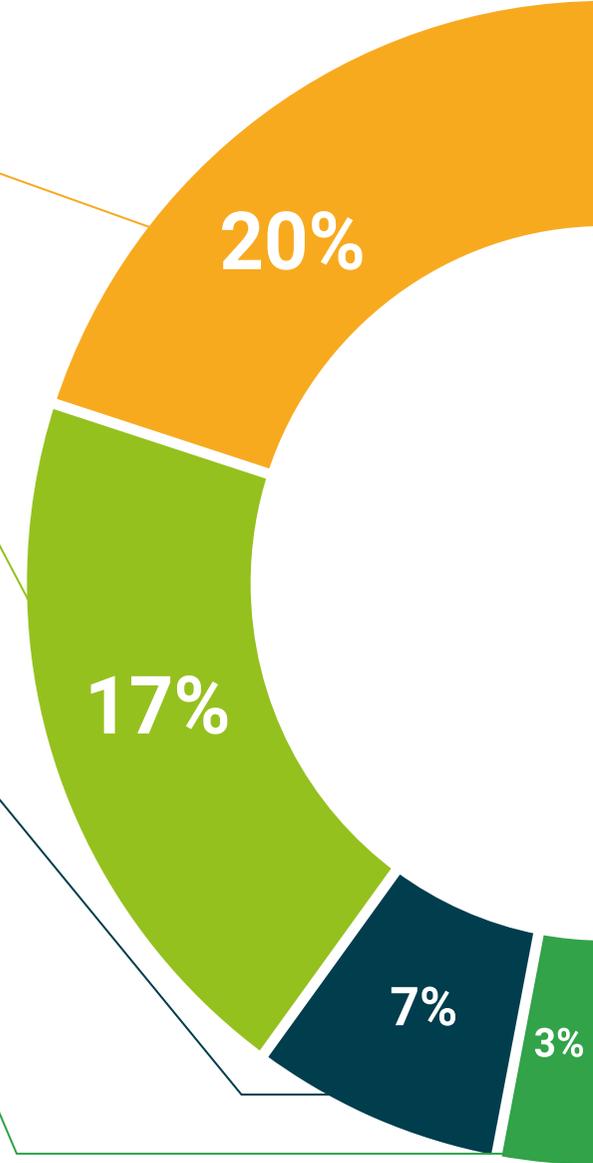
#### المحاضرات الرئيسية

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



#### إرشادات توجيهية سريعة للعمل

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

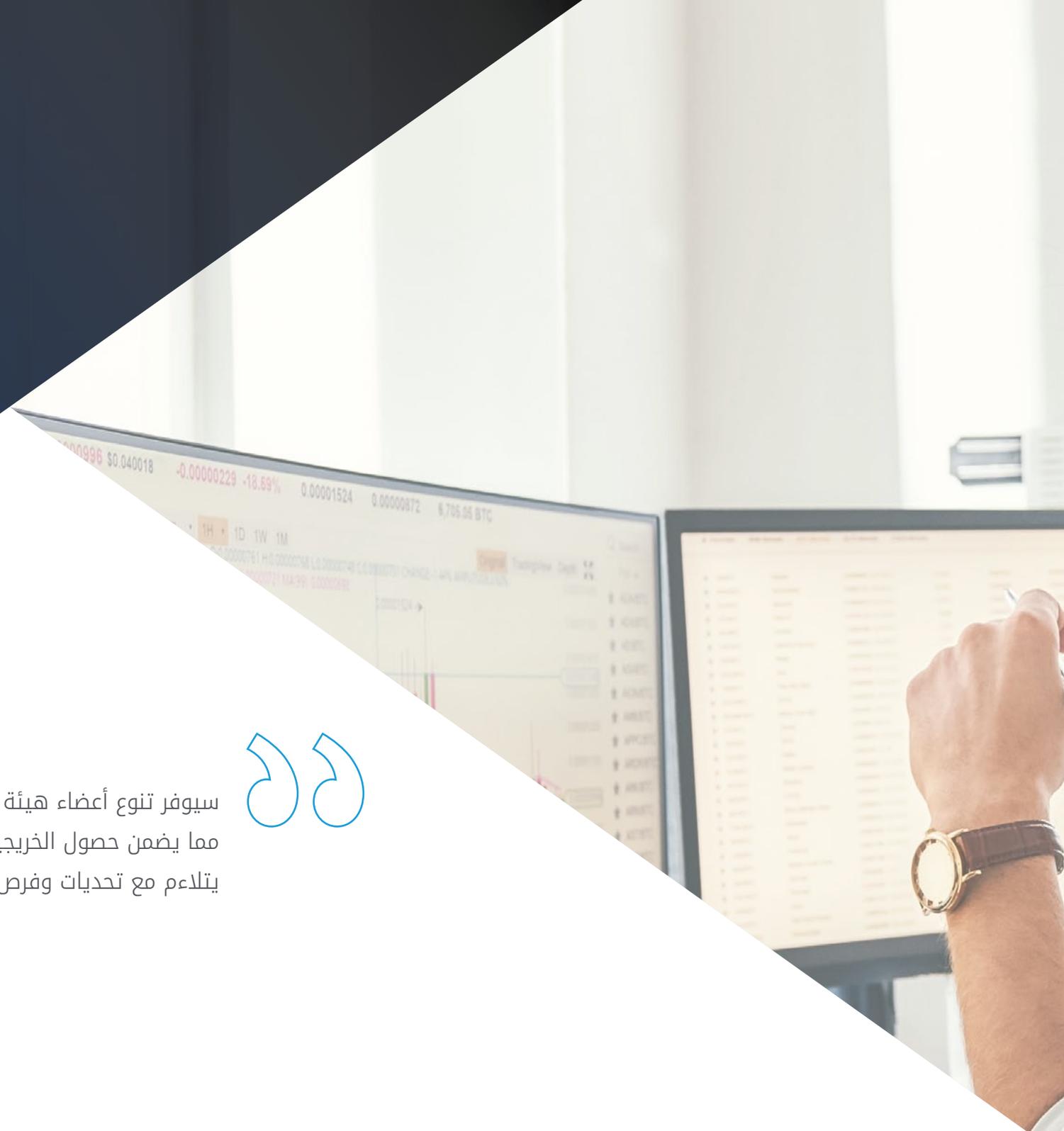


# أعضاء هيئة التدريس

يضم الكادر التدريسي لبرنامج الإدارة العليا الدولية فريقًا من المهنيين ذوي المكانة المرموقة، الذين يتمتعون بخبرة واسعة في كل من المجال الأكاديمي وعالم الأعمال. في الواقع، هم خبراء في مختلف مجالات الإدارة الدولية، بدءًا من الاستراتيجية المؤسسية والقيادة، وصولًا إلى الاستدامة، والتمويل، والتسويق العالمي بالإضافة إلى ذلك، يتمتعون بسجل قوي في قيادة الشركات متعددة الجنسيات وتنفيذ المشاريع الدولية، مما يتيح للخريجين الاستفادة من نهج عملي ومتطور.



سيوفر تنوع أعضاء هيئة التدريس رؤية شاملة وحديثة،  
مما يضمن حصول الخريجين على تدريب عالي الجودة  
يتلاءم مع تحديات وفرص البيئة العالمية“





## المديرة الدولية المستضافة

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

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

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

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

## أ. Jennifer Dove

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



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



## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

## أ. Rick Gauthier

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



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



## المدير الدولي المستضاف

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

إن الاستراتيجيات التي 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 ازالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم "إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" و إصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. بالتالي، فقد أظهرت جهوده أنه من أجل تحقيق النجاح المستدام، من الضروري البدء من احتياجات المستهلكين وإرساء أسس التحول في العمليات والبيانات والتكنولوجيا والثقافة.

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

## أ. Arman, Romi

- ♦ مدير التحول الرقمي (CDO) في شركة Shell للطاقة، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ الرئيس العالمي للتجارة الإلكترونية وخدمة العملاء في شركة Shell للطاقة
- ♦ مدير الحسابات الرئيسية الوطنية (مدير الحسابات الرئيسية (مصنعي المعدات الأصلية 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، و تحديثات بيانات البائعين وتحديد أولويات بيانات البائعين. قاد تخطيط سلسلة التوريد في مركز البيانات وتقييم مخاطر الموردين، مما أدى إلى تحسينات في العمليات وإدارة سير العمل مما أدى إلى وفورات كبيرة في التكاليف.

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

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

كما قاد 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.

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

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

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

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

## أ. La Sala, Andrea

- ♦ المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق العالمي لعلامة Armani Exchange en Giorgio Armani, ميلانو، إيطاليا
- ♦ مدير التسويق في كالفن كلاين
- ♦ المسؤول عن ماركا في مجموعة Gruppo Coin
- ♦ مدير العلامة التجارية في دولتشي 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 ومبنيًا على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟"



## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



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

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



## المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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

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

بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع  
أفضل المحترفين في العالم"





## المديرة الدولية المستضافة

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

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

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

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

## أ. Thole-Muir, Wendy

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



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

# المؤهل العلمي

يضمن الماجستير المتقدم في الإدارة العليا الدولية بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل الماجستير المتقدم الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتز 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.

تحتوي درجة الماجستير المتقدم في الإدارة العليا الدولية على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائثه في السوق. بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل الماجستير المتقدم الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

المؤهل العلمي: ماجستير متقدم في الإدارة العليا الدولية  
طريقة الدراسة: عبر الإنترنت  
مدة الدراسة: 2 سنتين

ماجستير متقدم في الإدارة العليا الدولية

التوزيع العام للخطة الدراسية

المادة	الدرجة	عدد الساعات	الدرجة	عدد الساعات	المادة	الدرجة	عدد الساعات
المبادئ والأساسيات والمسؤولية الاجتماعية للشركة	1*	140	إحصائي	140	التخطيط والتمويل والتلفعة التطبيقية	2*	135
التوجه الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية	1*	140	إحصائي	140	تحويل الشركات 1	2*	135
إدارة القرار وإدارة الموارد	1*	140	إحصائي	140	تحويل الشركات 2	2*	135
الإدارة الاقتصادية والمالية	1*	140	إحصائي	140	المخزون المالية الدولية	2*	135
إدارة العمليات واللوجستيات	1*	140	إحصائي	140	الإدارة الدولية للقرابة وإدارة النوع	2*	135
إدارة نظم المعلومات	1*	140	إحصائي	140	إدارة العمليات الدولية	2*	135
الإدارة البشرية والتسويق وشركات الأعمال	1*	135	إحصائي	135	التخطيط والمراقبة والإدارة التجارية الدولية	2*	135
مخاطر السوق والائتماع والإدارة التجارية	1*	135	إحصائي	135	التسويق الدولي	2*	135
التسويق وإدارة المشاريع	1*	135	إحصائي	135	القرابة الدولية	2*	135
التسويق (Management) الإدارة	1*	135	إحصائي	135	تخطيط المشاريع	2*	135
مهارات الإدارة	1*	135	إحصائي	135	Business & International Strategy	2*	135

  
 Tere Guevara Navarro / د. أ.  
 رئيس الجامعة





شهادة تخرج

هذه الشهادة ممنوحة إلى

J

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

لإجتيازها/لإجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير متقدم

في

**ماجستير متقدم في الإدارة العليا الدولية**

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

AFW0R238 techinstitute.com/certificates تيك المؤسسة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018



## ماجستير متقدم في الإدارة العليا الدولية

« بقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 2 سنتين

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

# ماجستير متقدم الإدارة العليا الدولية