

ماجستير متقدم الإدارة العليا للشركات في القطاع العقاري

G M A D E S I

tech الجامعة
التكنولوجية



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير متقدم الادارة العليا لشركات القطاع العقاري

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: سنتين

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-senior-management-real-estate-companies

الفهرس

04	الأهداف	14 صفحة	03	لماذا برنامجنا هذا تحديداً؟	10 صفحة	02	لماذا تدرس في TECH؟	6 صفحة	01	كلمة الترحيب	4 صفحة
07	المنهجية	54 صفحة	06	الهيكل والمحتوى	30 صفحة	05	الكفاءات	22 صفحة			
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	70 صفحة	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	66 صفحة	08	الملف الشخصي لطلابنا	62 صفحة			
12	المؤهل العلمي	78 صفحة	11	المزايا لشركتك	74 صفحة						

01 كلمة الترحيب

تعد إدارة الأعمال التجارية في قطاع العقارات مجالاً يتزايد تعقيداً وتنافسية، نظراً لوجود العديد من المتغيرات التي تجعل من الصعب إدارة هذه المنظمات بفعالية. في الوقت نفسه، هذا مجال مليء بالفرص التي يمكن استغلالها باستخدام الأدوات الاستراتيجية الصحيحة. استجابة لهذا السياق، يستجيب هذا البرنامج للاحتياجات الحالية للمهنيين العقاريين، ويقدم تدريباً شاملاً في إدارة الأعمال والتمويل والتسويق والقيادة. بالإضافة إلى ذلك، يتم تدريسه 100% عبر الإنترنت، مما يسمح للطلاب بدمج إعدادهم مع حياتهم المهنية وتكييف وتيرة دراستهم مع احتياجاتهم.



المحاضر المتقدم في الإدارة العليا لشركات القطاع العقاري
TECH الجامعة التكنولوجية

سوف تتقن جميع مفاتيح إدارة الأعمال في قطاع
العقارات وترتقي بحياتك المهنية إلى المستوى التالي،
وذلك بفضل هذا الماجستير المتقدم من جامعة TECH

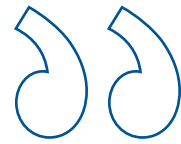


لماذا تدرس في TECH؟

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



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



في TECH الجامعة التكنولوجية

الابتكار



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

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

أعلى المعايير



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

95% من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

إقامة شبكة جيدة من العلاقات

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



+200

جنسية مختلفة

+100.000

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

التمكين



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

+500 اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات

الموهبة



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

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

سياق متعدد الثقافات



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

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

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

التحليلات



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

التميز الأكاديمي



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

الإقتصاد الكلي



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



تعلم مع الأفضل



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

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

لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

تعني دراسة برنامج TECH الجامعة التكنولوجية هذا زيادة فرص تحقيق النجاح المهني في إدارة الأعمال العليا.

إنه تحد يتطلب الجهد والتفاني، لكنه يفتح الباب لمستقبل واعد. سيتعلم الطلاب من أفضل أعضاء هيئة التدريس وباستخدام المنهجية التعليمية الأكثر مرونة وابتكاراً.





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



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

01

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

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

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

02

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

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

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين
رؤيتك الإستراتيجية.

03

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

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

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية
عليا حقيقية.

04

تحمل مسؤوليات جديدة

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

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

تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

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

07

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

كن جزءًا من مجتمع حصري

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

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دوليًا.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

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

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

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

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

04 الأهداف

تركز أهداف هذا البرنامج على تطوير المهارات في إدارة الأعمال والتمويل والتسويق وقيادة الأعمال الخاصة بقطاع العقارات. وبالتالي سيكتسب الطلاب الأدوات اللازمة لفهم سلوك المستهلك وتطبيق تقنيات مبتكرة لجذب العملاء والاحتفاظ بهم. لذلك، في نهاية البرنامج، سيكونون مستعدين لقيادة وإدارة الشركات العقارية بشكل فعال، والتكيف مع تحديات السوق الحالية والمستقبلية.

استعد لمواجهة تحديات سوق العقارات الحالية
والمقبلة من خلال الحصول على أكثر تقنيات إدارة
الأعمال تقدمًا لقطاع العقارات"



تجعل TECH أهداف طلابها خاصة بها.
نحن نعمل معاً لتحقيقها.

سيدريك برنامج الماجستير المتقدم في الإدارة العليا الشركات العاملة في القطاع العقاري على:

01

تحديد أحدث الاتجاهات في إدارة الأعمال، مع مراعاة البيئة المعولمة التي تحكم معايير الإدارة العليا

02

تطوير المهارات القيادية الأساسية التي يجب أن تميز المهنيين العاملين

03

الخوض في معايير الاستدامة التي تحددها المعايير الدولية عند وضع خطة العمل

04

التشجيع على وضع استراتيجيات مؤسسية تحدد السيناريو الذي يجب على الشركة اتباعه لكي تصبح أكثر تنافسية وتحقق أهدافها الخاصة.

05

تفريق المهارات الأساسية لتوجيه النشاط التجاري بشكل استراتيجي

تحديد أفضل طريقة لإدارة الموارد البشرية للشركة،
وتحقيق أداء أفضل منها.

08

العمل بشكل أكثر فعالية ومرونة وتوافقاً مع التقنيات والأدوات الجديدة اليوم.

06

اكتساب مهارات التواصل اللازمة لقادة الأعمال لإيصال
رسالتهم وفهمها من قبل أفراد مجتمعهم

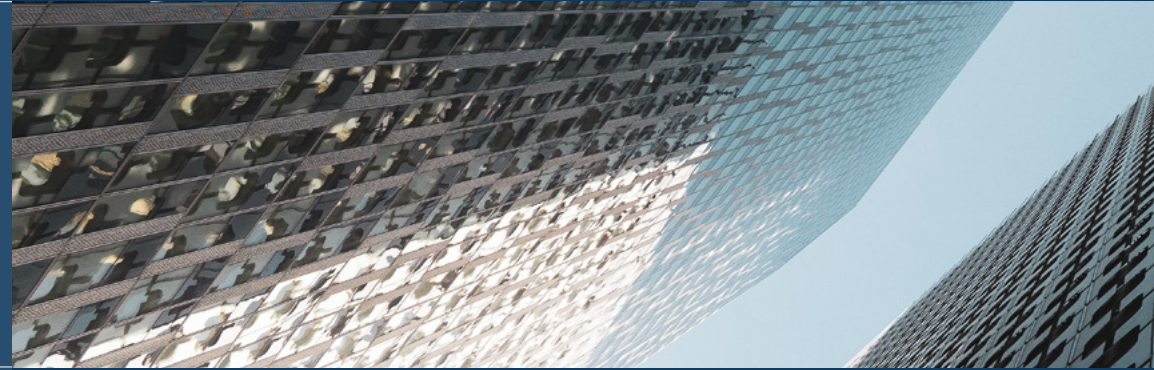
09

توضيح البيئة الاقتصادية التي تعمل فيها الشركة
وتطوير الاستراتيجيات المناسبة لتوقع التغييرات

10

تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة لتحسين إدارة الأعمال وكفاءتها.

07



تنفيذ استراتيجية التسويق التي تتيح معرفة المنتج للعملاء المحتملين وتكوين صورة مناسبة عن الشركة.

14

القدرة على إدارة الخطة الاقتصادية والمالية للشركة

11

فهم العمليات اللوجستية الضرورية في مجال الأعمال لتطوير الإدارة المناسبة لها

12

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

15

تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مختلف مجالات الشركة.

13



بناء خطة لتطوير وتحسين المهارات الشخصية والإدارية

18

وضع المبادئ التوجيهية المناسبة لتكيف الشركة مع المجتمع المتغير.

16

معرفة تشغيل سجل الممتلكات وإجراءات التسجيل بكل اتساعها

19



تعميق مفهوم ضريبة القيمة المضافة، وحقائقها وأسسها الخاضعة للضريبة، فضلاً عن إعفاءاتها وخصوماتها على المستويين الوطني والدولي.

20

اقتراح نموذج عمل ديناميكي يدعم نموه في الموارد غير الملموسة

17

إدارة حقوق والتزامات المشتريين والبائعين

21

تحديد مختلف أنواع عقود البيع والتزاماتها وأثارها

22

تعمق في القواعد التي تحكم مختلف أنواع عقود الإيجار

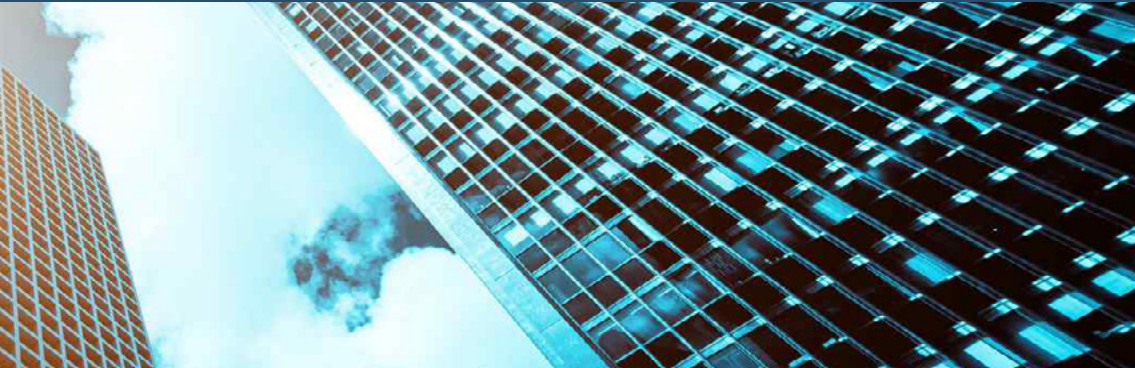
23

الحصول على المعرفة اللازمة لإجراء تقييم أولي للمشروع ومعرفة
جدواه على المستويات الاقتصادية والتقنية والتنظيمية

24

الدراية بالوثائق اللازمة لتمكين من تقديم المشروع وتنفيذه.

25



تحليل الاختلافات بين أنواع العوائد الحالية وأسبابها وفوائدها.

28

الحصول على نظرة عامة اقتصادية وتقنية على الأسس والهياكل والتركيبات الأكثر استخداماً اليوم.

26

إدارة التكنولوجيا المستخدمة حالياً في القطاع العقاري.

29

التعرّف على اللاعبين الرئيسيين في مجال PropTech اليوم

30

معرفة منهجية تحقيق الدخل في عالم الإنشاءات

27



الكفاءات

سيتقن طلاب هذا البرنامج الأدوات والتقنيات الأكثر ابتكارًا لفهم سلوك المستهلك وجذب العملاء في قطاع العقارات المتطور باستمرار. بالإضافة إلى ذلك، سيركزون على أحدث الاتجاهات في التكنولوجيا الأولية والرقمية، ليكونوا على دراية بالفرص الجديدة وتحولات السوق. ستتاح للطلاب الفرصة لتطبيق مهاراتهم في المشاريع العملية وبالتعاون مع المتخصصين في الصناعة، مما سيسمح لهم باكتساب خبرة قيمة في العالم الحقيقي. عند الانتهاء من البرنامج، سيتم تجهيز الطلاب بالمهارات اللازمة لقيادة أعمالهم إلى النجاح في سوق العقارات العالمي.



أتقن أكثر التقنيات والاستراتيجيات الإدارية تقدّمًا في
قطاع العقارات، وتعمق في جوانب مثل Proptech"



حل النزاعات التجارية والمشاكل بين العمال

01

تطبيق منهجيات الإدارة المرنة Lean

02

تنفيذ الإدارة الصحيحة لفريق العمل لتحسين الإنتاجية، وبالتالي تحسين أرباح الشركة.

03

القيام بالرقابة الاقتصادية والمالية للشركة

04

إدارة أدوات وأساليب لمعالجة البيانات واستخدامها بشكل أفضل، من أجل تقديم نتائج مفهومة للمتلقي النهائي.

05



تنفيذ مفاتيح نجاح إدارة البحث والتطوير في المؤسسات

08

مراقبة العمليات اللوجستية وعمليات الشراء والمشتريات والمشتريات الخاصة بالشركة.

06

تطبيق الاستراتيجيات الأنسب للتجارة الإلكترونية لمنتجات الشركة

09



تطوير وقيادة خطط التسويق

10

الخوض في نماذج الأعمال الجديدة لتنظيم المعلومات

07

الالتزام بالتنمية المستدامة للشركة وتجنب الأثر البيئية

14

تطوير مقاييس تحقيق الأهداف المرتبطة باستراتيجية التسويق الرقمي وتحليلها في لوحات المعلومات الرقمية.

11

الرهان على الابتكار في جميع عمليات ومجالات الشركة

12

تحديد الضرائب والالتزامات الضريبية

15

قيادة المشاريع المختلفة للشركة، من تحديد متى يتم تحديد الأولويات ومتى يتم تأخير تطويرها داخل المؤسسة

13



التعامل مع إجراءات الصياغة للأنواع المختلفة من العقود المالية الجادة

18

تحديد الضرائب الضمنية على أي نوع من المعاملات العقارية

16

التفريق والتعريف بين أنواع القيمة المستخدمة

19

تقديم تقرير تقييم كامل

20

إجراءات الصياغة قبل البيع

17



جذب المواهب والاحتفاظ بها داخل الشركة

24

التمييز بين أنسب تقنيات البناء، استنادا إلى الفوائد والعيوب على الصعيدين التقني والاقتصادي

21

إعداد القياسات اللازمة لإعداد الميزانية بشكل صحيح بطريقة دقيقة

22

التمييز بين الأنواع المختلفة من الشركات المشاركة في إدارة الثروات، ومعرفة مزاياها وعيوبها

23



25

وضع خطة وظيفية لموظفي الشركة

26

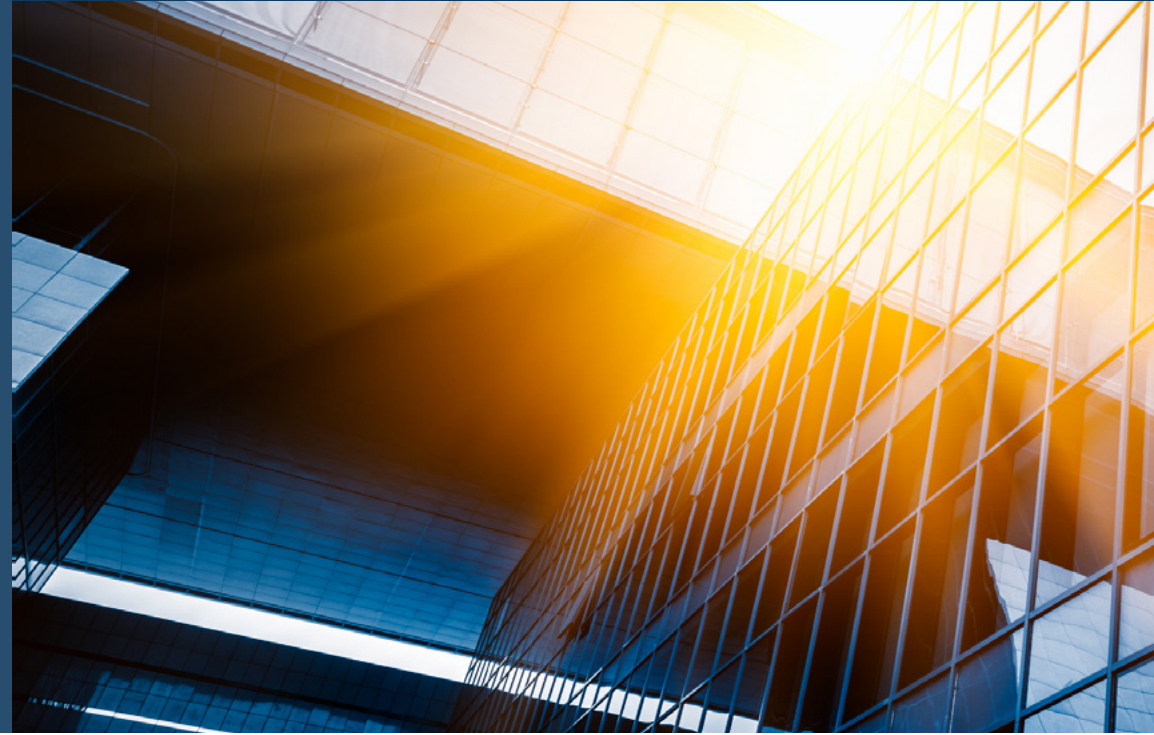
تنفيذ الاستراتيجيات اللازمة للحفاظ على فريق عمل متوازن ومتحمس.

27

تفسير البيانات التي يمكن تحليلها لصالح فريق العمل

28

إجراء دراسات لمنتج المنشأ والمشتري النهائي



الهيكل والمحتوى

يقدم المنهج الدراسي للماجستير المتقدم في الإدارة العليا للشركات العقارية مجموعة واسعة من الموضوعات الأساسية لقيادة الشركات العقارية بنجاح في السوق الحالية. سيدرس الطلاب أفضل الممارسات في إدارة الأعمال الخاصة بقطاع العقارات، مثل صنع القرار المالي وتحليل السوق وإدارة المشاريع. بالإضافة إلى ذلك، سيركزون على أحدث الاتجاهات في التكنولوجيا الأولية والرقمية، والتي ستسمح لهم بتحديد فرص العمل والتكيف مع التغييرات في السوق. ستتاح للطلاب أيضًا الفرصة لتطوير القيادة والاستراتيجية ومهارات التفكير النقدي لقيادة فرقهم إلى النجاح.





اكتسب المهارات الإدارية التي تحتاجها للتفوق
في سوق تزداد تنافسية وتعقيدًا، من خلال
برنامج أكاديمي على الإنترنت 100%

خطة الدراسة

يعد برنامج الماجستير المتقدم في الإدارة العليا للشركات في القطاع العقاري من TECH الجامعة التكنولوجية برنامجاً مكثفاً يؤهل الطلاب لمواجهة التحديات والقرارات التجارية على الصعيدين الوطني والدولي. ويهدف محتواه إلى تشجيع تطوير الكفاءات الإدارية التي تسمح باتخاذ قرارات أكثر دقة في بيئات غير مؤكدة.

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

يتناول هذا البرنامج بشكل متعمق المجالات الرئيسية للأعمال العقارية وهو مصمم للمديرين لفهم إدارة

الأعمال من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر. خطة مصممة للطلاب، تركز على تطويرهم المهني وتوهمهم لتحقيق التميز في مجال إدارة الشركات العقارية. برنامج يفهم احتياجاتك واحتياجات شركتك من خلال محتوى مبتكر يعتمد على أحدث الاتجاهات، وبدعم من أفضل منهجية تعليمية وأعضاء هيئة تدريس استثنائيين، والتي ستوفر مهارات لحل المواقف الحرجة بطريقة إبداعية وفعالة.

يتم تنفيذ هذا البرنامج على مدار 24 شهراً وينقسم إلى 20 وحدة:

الوحدة 1	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة
الوحدة 2	إدارة المبيعات والتسويق الاستراتيجي والاتصالات المؤسسية
الوحدة 3	التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية
الوحدة 4	إدارة الأفراد وإدارة المواهب
الوحدة 5	إدارة العامل البشري
الوحدة 6	الإدارة الاقتصادية والمالية
الوحدة 7	الاستثمار العقاري التحليل المالي وإدارة الثروات
الوحدة 8	إدارة العمليات والخدمات اللوجستية
الوحدة 9	الابتكار وإدارة المشاريع
الوحدة 10	إدارة العمليات العقارية: التأجير

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم جامعة TECH إمكانية تطوير هذا الماجستير المتقدم في الإدارة العليا للشركات في القطاع العقاري بطريقة اونلاين بالكامل. خلال 24 شهراً من التخصص، سيتمكن الطلاب من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما سيُتيح لهم إدارة وقت دراستهم بأنفسهم.

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

إدارة العمليات العقارية: البيع والشراء	الوحدة 11
إدارة أنظمة المعلومات	الوحدة 12
أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية	الوحدة 13
الإدارة التنفيذية	الوحدة 14
التكنولوجيا المطبقة على العقارات Real Estate	الوحدة 15
قانون العقارات الدولي والضرائب في المعاملات العقارية الدولية	الوحدة 16
التقييم والتممين العقاري	الوحدة 17
التطوير العقاري: البناء والتجديد	الوحدة 18
أهمية المنتج النهائي: التصميم الداخلي والتدريج المنزلي	الوحدة 19
قانون التخطيط العمراني	الوحدة 20

الوحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

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

<p>4.2. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>1.4.2. أهداف التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>2.4.2. التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة</p> <p>3.4.2. التجارة الإلكترونية. السياق العام</p> <p>4.4.2. فئات التجارة الإلكترونية</p> <p>5.4.2. مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce مقارنة بالتجارة التقليدية</p>	<p>3.2. الإدارة الاستراتيجية للتسويق Marketing</p> <p>1.3.2. مفهوم التسويق الاستراتيجي</p> <p>2.3.2. مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق Marketing</p> <p>3.3.2. مراحل عملية التخطيط الاستراتيجي للتسويق Marketing</p>	<p>2.2. التسويق Marketing</p> <p>1.2.2. مفهوم التسويق Marketing</p> <p>2.2.2. عناصر التسويق الأساسية</p> <p>3.2.2. الأنشطة التسويقية للشركة</p>	<p>1.2. الإدارة التجارية</p> <p>1.1.2. الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية</p> <p>2.1.2. استراتيجية الأعمال والتخطيط</p> <p>3.1.2. دور المديرين التجاريين</p>
<p>8.2. التسويق الرقمي لجذب وجعل العملاء مخلصين</p> <p>1.8.2. استراتيجيات الولاء والترابط عبر الإنترنت</p> <p>2.8.2. إدارة علاقات الزوار</p> <p>3.8.2. التجزئة المفرطة</p>	<p>7.2. استراتيجية التسويق الرقمي</p> <p>1.7.2. تحديد استراتيجية التسويق الرقمي</p> <p>2.7.2. أدوات استراتيجية التسويق الرقمي</p>	<p>6.2. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية</p> <p>1.6.2. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية</p> <p>2.6.2. المحتوى المرتبط بعلامة تجارية ورواية القصص</p>	<p>5.2. إدارة الأعمال الرقمية Managing Digital Business</p> <p>1.5.2. استراتيجية تنافسية في مواجهة الرقمنة المتزايدة لوسائل الإعلام</p> <p>2.5.2. تصميم وإنشاء خطة تسويق رقمي</p> <p>3.5.2. تحليل عائد الاستثمار في خطة التسويق الرقمي</p>
<p>12.2. استراتيجية المبيعات</p> <p>1.12.2. استراتيجية المبيعات</p> <p>2.12.2. طرق البيع</p>	<p>11.2. التسويق المدمج Blended Marketing</p> <p>1.11.2. ما هو التسويق المدمج Blended Marketing؟</p> <p>2.11.2. الاختلافات بين التسويق عبر الإنترنت والغير متصل بالإنترنت</p> <p>3.11.2. الجوانب التي يجب مراعاتها في استراتيجية التسويق المدمج Blended Marketing</p> <p>4.11.2. خصائص استراتيجية التسويق المدمج Blended Marketing</p> <p>5.11.2. التوصيات في التسويق المدمج Blended Marketing</p> <p>6.11.2. فوائد التسويق المدمج Blended Marketing</p>	<p>10.2. خطة التسويق أونلاين</p> <p>1.10.2. ما هي خطة التسويق أونلاين؟</p> <p>2.10.2. خطوات إنشاء خطة التسويق أونلاين</p> <p>3.10.2. مميزات وجود خطة تسويق أونلاين</p>	<p>9.2. ادارة الحملات الرقمية</p> <p>1.9.2. ما هي الحملة الإعلانية الرقمية؟</p> <p>2.9.2. خطوات إطلاق حملة تسويق أونلاين</p> <p>3.9.2. أخطاء في الحملات الإعلانية الرقمية</p>
<p>15.2. الاتصالات والسمعة الرقمية</p> <p>1.15.2. السمعة عبر الإنترنت</p> <p>2.15.2. كيفية قياس السمعة الرقمية؟</p> <p>3.15.2. أدوات السمعة عبر الإنترنت</p> <p>4.15.2. تقرير السمعة عبر الإنترنت</p> <p>5.15.2. العلامة التجارية عبر الإنترنت Branding Online</p>	<p>14.2. استراتيجية الاتصال المؤسسي</p> <p>1.14.2. التحفيز والعمل الاجتماعي والمشاركة وبرامج التدريب مع الموارد البشرية</p> <p>2.14.2. أدوات الاتصال الداخلي والدعم</p> <p>3.14.2. خطة الاتصال الداخلي</p>	<p>13.2. الاتصال المؤسسي</p> <p>1.13.2. المفهوم</p> <p>2.13.2. أهمية الاتصال في المنظمة</p> <p>3.13.2. نوع الاتصال في المنظمة</p> <p>4.13.2. وظائف الاتصال في المنظمة</p> <p>5.13.2. عناصر الاتصال</p> <p>6.13.2. مشاكل الاتصال</p> <p>7.13.2. سيناريوهات الاتصال</p>	

الوحدة 3. الإدارة الاستراتيجية والإدارة التنفيذية

<p>4.3 التفكير الاستراتيجي 1.4.3 الشركة كنظام 2.4.3 مفهوم المنظمة</p>	<p>3.3 التخطيط والصياغة الاستراتيجية 1.3.3 الإطار المفاهيمي 2.3.3 عناصر التخطيط الاستراتيجي 3.3.3 صياغة إستراتيجية: عملية التخطيط الاستراتيجي</p>	<p>2.3 استراتيجية مؤسسية 1.2.3 استراتيجية الشركات التنافسية 2.2.3 استراتيجيات النمو: الأنماط 3.2.3 الإطار المفاهيمي</p>	<p>1.3 التحليل والتصميم التنظيمي 1.1.3 الإطار المفاهيمي 2.1.3 العوامل الرئيسية في التصميم التنظيمي 3.1.3 نماذج المؤسسات الأولية 4.1.3 التصميم التنظيمي: الأنماط</p>
<p>8.3 الاستراتيجية التنافسية 1.8.3 الميزة التنافسية 2.8.3 اختيار استراتيجية تنافسية 3.8.3 الإستراتيجيات حسب نموذج الساعة الإستراتيجي 4.8.3 أنواع الاستراتيجيات وفقاً لدورة حياة القطاع الصناعي</p>	<p>7.3 النماذج والأنماط الإستراتيجية 1.7.3 الإطار المفاهيمي 2.7.3 النماذج الاستراتيجية 3.7.3 الأنماط الإستراتيجية: الخمسة P's للاستراتيجية</p>	<p>6.3 التخطيط والاستراتيجية 1.6.3 خطة إستراتيجية 2.6.3 التموضع الاستراتيجي 3.6.3 الإستراتيجية في الشركة</p>	<p>5.3 التشخيص المالي 1.5.3 مفهوم التشخيص المالي 2.5.3 مراحل التشخيص المالي 3.5.3 طرق التقييم للتشخيص المالي</p>
<p>12.3 الاتصالات الاستراتيجية 1.12.3 الاتصال بين الأشخاص 2.12.3 مهارات الاتصال والتأثير 3.12.3 الاتصال الداخلي 4.12.3 عوائق الاتصال التجاري</p>	<p>11.3 Management الإداري 1.11.3 الإطار المفاهيمي Management الإداري 2.11.3 Management الإداري. دور مجلس إدارة أدوات إدارة الشركات</p>	<p>10.3 تنفيذ الإستراتيجية 1.10.3 أنظمة المؤشرات ونهج العمليات 2.10.3 الخريطة الإستراتيجية 3.10.3 التوافق الاستراتيجي</p>	<p>9.3 الإدارة الاستراتيجية 1.9.3 مفهوم الإستراتيجية 2.9.3 عملية الإدارة الإستراتيجية 3.9.3 مناهج الإدارة الإستراتيجية</p>

الوحدة 4. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

<p>4.4. تطور الموارد. رؤية متكاملة</p> <p>1.4.4. أهمية الموارد البشرية</p> <p>2.4.4. بيئة جديدة لإدارة وتوجيه الأفراد</p> <p>3.4.4. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p>	<p>3.4. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p> <p>1.3.4. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p> <p>2.3.4. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p>	<p>2.4. الأشخاص في المنظمات</p> <p>1.2.4. جودة الحياة العملية والرفاهية النفسية</p> <p>2.2.4. فرق العمل وإدارة الاجتماعات</p> <p>3.2.4. التدريب وإدارة الفريق</p> <p>4.2.4. إدارة المساواة والتنوع</p>	<p>1.4. السلوك التنظيمي</p> <p>1.1.4. السلوك التنظيمي. الإطار المفاهيمي</p> <p>2.1.4. العوامل الرئيسية للسلوك التنظيمي</p>
<p>8.4. إدارة المعلومات</p> <p>1.8.4. نظريات التعلم</p> <p>2.8.4. الكشف عن المواهب والحفاظ عليها</p> <p>3.8.4. التلعيب وإدارة المواهب</p> <p>4.8.4. التدريب المهني والتقاعد</p>	<p>7.4. تقييم الأداء وإدارة الأداء</p> <p>1.7.4. إدارة الأداء</p> <p>2.7.4. إدارة الأداء: الأهداف والعملية</p>	<p>6.4. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات</p> <p>1.6.4. التحليل المحتمل</p> <p>2.6.4. سياسة المكافآت</p> <p>3.6.4. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p>	<p>5.4. الاختيار وديناميكيات المجموعة وتوظيف الموارد البشرية</p> <p>1.5.4. منهج التوظيف والاختيار</p> <p>2.5.4. التوظيف</p> <p>3.5.4. عملية الاختيار</p>
<p>12.4. العلامة التجارية لصاحب العمل Employer Branding</p> <p>1.12.4. Employer branding العلامة التجارية لصاحب العمل</p> <p>في الموارد البشرية</p> <p>2.12.4. Personal Branding العلامة التجارية الشخصية لمحتر</p> <p>في الموارد البشرية</p>	<p>11.4. التحفيز</p> <p>1.11.4. طبيعة الدافع</p> <p>2.11.4. نظرية التوقعات</p> <p>3.11.4. نظريات الحاجات</p> <p>4.11.4. الدافع والتعويض المالي</p>	<p>10.4. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد</p> <p>1.10.4. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية</p> <p>2.10.4. تحديد المواهب والتدريب والتطوير</p> <p>3.10.4. الولاء والاحتفاظ</p> <p>4.10.4. المبادرة والابتكار</p>	<p>9.4. إدارة الموهبة</p> <p>1.9.4. مفاتيح للإدارة الإيجابية</p> <p>2.9.4. الأصل المفاهيمي للموهبة وأثرها في الشركة</p> <p>3.9.4. خريطة المواهب في المنظمة</p> <p>4.9.4. التكلفة والقيمة المضافة</p>
<p>16.4. إدارة التغيير</p> <p>1.16.4. إدارة التغيير</p> <p>2.16.4. أنواع عملية إدارة التغيير</p> <p>3.16.4. فترات أو مراحل في إدارة التغيير</p>	<p>15.4. إدارة الوقت</p> <p>1.15.4. الفوائد</p> <p>2.15.4. ما هي أسباب سوء إدارة الوقت؟</p> <p>3.15.4. الوقت</p> <p>4.15.4. أوهام الزمن</p> <p>5.15.4. الانتباه والذاكرة</p> <p>6.15.4. الحالة الذهنية</p> <p>7.15.4. إدارة الوقت</p> <p>8.15.4. النشاط الاستباقي</p> <p>9.15.4. الوضوح بشأن الهدف</p> <p>10.15.4. ترتيب</p> <p>11.15.4. المخطط</p>	<p>14.4. تطوير الكفاءة الإدارية</p> <p>1.14.4. ما هي الكفاءات الإدارية؟</p> <p>2.14.4. عناصر الكفاءات</p> <p>3.14.4. معرفة</p> <p>4.14.4. مهارات الإدارة</p> <p>5.14.4. المواقف والقيم لدى المديرين</p> <p>6.14.4. مهارات الإدارة</p>	<p>13.4. تطوير فرق عالية الأداء</p> <p>1.13.4. فرق العمل عالية الأداء: الفرق ذاتية الإدارة</p> <p>2.13.4. منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء</p>

<p>17.4. التفاوض وإدارة النزاعات</p> <p>1.17.4 التفاوض</p> <p>2.17.4 إدارة النزاعات</p> <p>3.17.4 إدارة الأزمات</p>	<p>18.4. الاتصالات الإدارية</p> <p>1.18.4. التواصل الداخلي والخارجي في مجال الأعمال</p> <p>2.18.4. أقسام الاتصالات</p> <p>3.18.4. مدير الإتصالات بالشركة. ملف تعريف Dircom</p>	<p>19.4. إدارة الموارد البشرية وفرق الصحة والسلامة المهنية</p> <p>1.19.4. إدارة الموارد البشرية والفرق</p> <p>2.19.4. الوقاية من المخاطر المهنية</p>	<p>20.4. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها</p> <p>1.20.4. الإنتاجية</p> <p>2.20.4. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</p>
<p>21.4. التعويض المالي مقابل غير المالي</p> <p>1.21.4. التعويض المالي مقابل غير المالي</p> <p>2.21.4. نماذج نطاقات الأجور</p> <p>3.21.4. نماذج التعويض غير المالي</p> <p>4.21.4. نماذج العمل</p> <p>5.21.4. مجتمع الشركات</p> <p>6.21.4. صورة الشركة</p> <p>7.21.4. راتب عاطفي</p>	<p>22.4. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد</p> <p>1.22.4. الابتكار في المنظمات</p> <p>2.22.4. التحديات الجديدة التي تواجه قسم الموارد البشرية</p> <p>3.22.4. إدارة الابتكار</p> <p>4.22.4. أدوات للابتكار</p>	<p>23.4. إدارة المعرفة والموهبة</p> <p>1.23.4. إدارة المعرفة والمواهب</p> <p>2.23.4. تنفيذ إدارة معارف</p>	<p>24.4. تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي</p> <p>1.24.4. السياق الاجتماعي والاقتصادي</p> <p>2.24.4. أشكال جديدة من تنظيم الأعمال</p> <p>3.24.4. منهجيات جديدة</p>

الوحدة 5. إدارة العامل البشري

<p>1.5. أهمية الفريق البشري</p> <p>1.1.5. الملامح العامة</p> <p>2.1.5. أساسيات واستراتيجيات الموارد البشرية</p> <p>3.1.5. أخلاقيات المهنة</p> <p>4.1.5. اتخاذ القرارات: مالية وقائمة على البيانات</p>	<p>2.5. مجالات الموارد البشرية</p> <p>1.2.5. إدارة دورة عمل الموظفين</p> <p>2.2.5. تنمية القدرات البشرية وإدارة المواهب</p> <p>3.2.5. نظم التعويض عن العمل</p> <p>4.2.5. Branding العلامة التجارية لصاحب العمل</p>	<p>3.5. اجتذاب المواهب والتدريب</p> <p>1.3.5. إدارة الأعمال التي تركز على الأفراد</p> <p>2.3.5. استراتيجيات الامتياز</p> <p>3.3.5. تصميم الوظائف</p> <p>4.3.5. توظيف المواهب واختيارها واستقطابها</p> <p>5.3.5. التدريب المهني والخطة الوظيفية</p>	<p>4.5. رقمنة معدات العمل</p> <p>1.4.5. اتجاهات جديدة لإدارة الناس</p> <p>2.4.5. إدارة الفرق الافتراضية</p> <p>3.4.5. رقمنة العمل والعمل عن بُعد</p> <p>4.4.5. التنوع الثقافي</p> <p>5.4.5. تحديات الموظفين في سياقات العمل اليوم</p>
<p>5.5. التدريب الإرشادي Coaching</p> <p>1.5.5. التاريخ والأصل</p> <p>2.5.5. الاستماع النشط</p> <p>3.5.5. الأسئلة القوية</p> <p>4.5.5. Rapport</p> <p>5.5.5. الأهداف الذكية SMART</p>	<p>6.5. عملية التدريب الإرشادي Coaching</p> <p>1.6.5. أدوات المدرب</p> <p>2.6.5. المؤتمر</p> <p>3.6.5. الحدس</p> <p>4.6.5. الهدف من أجل الأهداف</p>	<p>7.5. الذكاء العاطفي</p> <p>1.7.5. المفهوم والأهمية في مكان العمل</p> <p>2.7.5. ال 6 العواطف الأساسية</p> <p>3.7.5. طريقة M.I.D.E</p> <p>4.7.5. طريقة C.O.R.T.A</p>	<p>8.5. التدريب التنفيذي: قيادة</p> <p>1.8.5. Stake Holders أصحاب المصلحة وخطوات العملية</p> <p>2.8.5. القيادة والكاريزما</p> <p>3.8.5. أدوات القيادة</p> <p>4.8.5. أساليب القيادة</p>

9.5. الدافع والاستخدام الفعال للوقت

- 10.5. تحليل البيانات في إدارة شؤون الموظفين
- 1.10.5. البيانات الضخمة المطبقة على الموارد البشرية
- 2.10.5. التحليل والمؤشرات والمقاييس في الموارد البشرية
- 3.10.5. منهجية التحليل: النوعية والكمية
- 4.10.5. تفسير النتائج

- 1.9.5. تعريف ومفهوم الدافع
- 2.9.5. تقنيات تحفيز الفريق
- 3.9.5. تقييم استخدام الوقت وأسبابه
- 4.9.5. العوامل المؤثرة

الوحدة 6. الإدارة الاقتصادية والمالية

1.6. البيئة الاقتصادية

- 1.1.6. بيئة الاقتصاد الكلي والنظام المالي الوطني
- 2.1.6. المؤسسات المالية
- 3.1.6. الأسواق المالية
- 4.1.6. الأصول المالية
- 5.1.6. الجهات الأخرى في القطاع المالي

2.6. مالية الشركة

- 1.2.6. مصادر التمويل
- 2.2.6. أنواع تكاليف التمويل

3.6. المحاسبة الإدارية

- 1.3.6. مفاهيم أساسية
- 2.3.6. أصول الشركة
- 3.3.6. التزامات الشركة
- 4.3.6. الميزانية الرئيسية للشركة
- 5.3.6. كشف الدخل

4.6. من المحاسبة العامة إلى محاسبة التكاليف

- 1.4.6. عناصر حساب التكاليف
- 2.4.6. المصاريح في المحاسبة العامة ومحاسبة التكاليف
- 3.4.6. تصنيف التكاليف

5.6. نظم المعلومات والأعمال الذكية Business Intelligence

- 1.5.6. الأساسيات والتصنيف
- 2.5.6. مرادف وطرق تقاسم التكلفة
- 3.5.6. اختيار مركز التكلفة والتأثير

6.6. مراقبة الميزانية والإدارة

- 1.6.6. نموذج الميزانية
- 2.6.6. الميزانية الرأسمالية
- 3.6.6. الميزانية التشغيلية
- 4.6.6. ميزانية الخزنة
- 5.6.6. تتبع الميزانية

7.6. إدارة الخزينة

- 1.7.6. صندوق المناورات المحاسبية والمناورات اللازمة
- 2.7.6. حساب الاحتياجات التشغيلية للأموال
- 3.7.6. إدارة الائتمان

8.6. المسؤولية الضريبية للشركات

- 1.8.6. المفاهيم الضريبية الأساسية
- 2.8.6. ضريبة الشركات
- 3.8.6. ضريبة القيمة المضافة
- 4.8.6. الضرائب الأخرى المتعلقة بالنشاط التجاري
- 5.8.6. الشركة كميسر لعمل الدولة

9.6. أنظمة المراقبة المؤسسية

- 1.9.6. تحليل القوائم المالية
- 2.9.6. الميزانية العمومية للشركة
- 3.9.6. حساب الربح والخسارة
- 4.9.6. بيان التدفقات النقدية
- 5.9.6. التحليل النسبي

10.6. الإدارة المالية

- 1.10.6. القرارات المالية للشركة
- 2.10.6. قسم المالية
- 3.10.6. الفوائض النقدية
- 4.10.6. المخاطر المرتبطة بالإدارة المالية
- 5.10.6. إدارة مخاطر الإدارة المالية

11.6. التخطيط المالي

- 1.11.6. تعريف التخطيط المالي
- 2.11.6. الإجراءات التي يجب اتخاذها في التخطيط المالي
- 3.11.6. إنشاء استراتيجية الأعمال
- 4.11.6. جدول التدفق النقدي Cash Flow
- 5.11.6. الجدول الحالي

12.6. الإستراتيجية المالية للشركة

- 1.12.6. استراتيجية الشركة ومصادر التمويل
- 2.12.6. المنتجات المالية لتمويل الأعمال

<p>13.6. سياق الاقتصاد الكلي</p> <p>1.13.6 سياق الاقتصاد الكلي</p> <p>2.13.6 المؤشرات الاقتصادية ذات الصلة</p> <p>3.13.6 آليات السيطرة على أحجام الاقتصاد الكلي</p> <p>4.13.6 الدورات الاقتصادية</p>	<p>14.6. التمويل الاستراتيجي</p> <p>1.14.6 التمويل الذاتي</p> <p>2.14.6 زيادة الأموال الخاصة</p> <p>3.14.6 الموارد الهجينة</p> <p>4.14.6 التمويل عن طريق الوطاء</p>	<p>15.6. أسواق المال ورأس المال</p> <p>1.15.6 سوق المال</p> <p>2.15.6 سوق الدخل الثابت</p> <p>3.15.6 سوق الدخل المتغير</p> <p>4.15.6 سوق الصرف الأجنبي</p> <p>5.15.6 سوق المشتقات</p>	<p>16.6. التحليل المالي والتخطيط</p> <p>1.16.6 تحليل الميزانية العمومية</p> <p>2.16.6 تحليل بيان الدخل</p> <p>3.16.6 تحليل الربحية</p>
<p>17.6. تحليل الحالات/المشاكل وحلها</p> <p>1.17.6 المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج S.A. (INDITEX)</p>			

الوحدة 7. إدارة العامل البشري

<p>1.7. تحليل مالي</p> <p>1.1.7 المردودية الاقتصادية</p> <p>2.1.7 الربح المالي</p> <p>3.1.7 الرافعة المالية</p> <p>4.1.7 نسب السيولة والملاءة المالية</p> <p>5.1.7 تحليل مديونية الشركات/الأفراد</p>	<p>2.7. تحليل المخاطر والمخاطر المالية</p> <p>1.2.7 مفهوم المخاطر والاعتبارات الأولية</p> <p>2.2.7 أنواع المخاطر</p> <p>3.2.7 شروط التوازن المالي</p> <p>4.2.7 رأس المال الحالي أو الصندوق الدائر</p>	<p>3.7. تنمية التربة</p> <p>1.3.7 أنماط الشركات لتطوير الأراضي</p> <p>2.3.7 الشركة المروجة</p> <p>3.3.7 الترويج الذاتي</p> <p>4.3.7 التعاونية</p>	<p>4.7. شركة إدارة الثروات</p> <p>1.4.7 المفهوم</p> <p>2.4.7 أنواع الشركات</p> <p>3.4.7 المتطلبات</p> <p>4.4.7 الضرائب</p> <p>5.4.7 المميزات والعيوب</p>
<p>5.7. Socimis</p> <p>1.5.7 المفهوم</p> <p>2.5.7 التشغيل</p> <p>3.5.7 الضرائب</p> <p>4.5.7 المميزات والعيوب</p>	<p>6.7. Sicavs</p> <p>1.6.7 المفهوم</p> <p>2.6.7 التشغيل</p> <p>3.6.7 الضرائب</p> <p>4.6.7 المميزات والعيوب</p>	<p>7.7. صناديق الاستثمار</p> <p>1.7.7 المفهوم</p> <p>2.7.7 التشغيل</p> <p>3.7.7 الضرائب</p> <p>4.7.7 المميزات والعيوب</p>	<p>8.7. أصول الاستثمار العقاري</p> <p>1.8.7 سكني</p> <p>2.8.7 مكاتب</p> <p>3.8.7 تجاري</p> <p>4.8.7 صناعي</p> <p>5.8.7 أرض</p>
<p>9.7. ضريبة الدخل الشخصي وضريبة القيمة المضافة</p> <p>1.9.7 تعريف ومفاهيم ضريبة الدخل الشخصي</p> <p>2.9.7 العائد على رأس المال</p> <p>3.9.7 أداء النشاط</p> <p>4.9.7 الملامح العامة</p> <p>5.9.7 التطبيق</p> <p>6.9.7 إعفاءات</p>	<p>10.7. التمويل العقاري</p> <p>1.10.7 مصادر التمويل</p> <p>2.10.7 أسعار الفائدة</p> <p>3.10.7 سداد القرض</p> <p>4.10.7 الإبرادات المالية</p>		

الوحدة 8. إدارة العمليات والخدمات اللوجستية

<p>4.8. هيكل وأنواع التوريد</p> <p>1.4.8. وظيفة التوريد</p> <p>2.4.8. إدارة المشتريات</p> <p>3.4.8. أنواع المشتريات</p> <p>4.4.8. كفاءة إدارة المشتريات للشركة</p> <p>5.4.8. خطوات عملية اتخاذ قرار الشراء</p>	<p>3.8. هيكل الإنتاج وأنواعه (Make to Order, Make to Stock, Assemble to Order, Engineer to Order إلى اخره)</p> <p>1.3.8. نظام الإنتاج</p> <p>2.3.8. استراتيجية الإنتاج</p> <p>3.3.8. نظام إدارة المخزون</p> <p>4.3.8. مؤشرات الإنتاج</p>	<p>2.8. التنظيم الصناعي واللوجستي</p> <p>1.2.8. قسم التنظيم الصناعي</p> <p>2.2.8. قسم الخدمات اللوجستية</p>	<p>1.8. إدارة وتنظيم العمليات</p> <p>1.1.8. دور العمليات</p> <p>2.1.8. تأثير العمليات على إدارة الأعمال</p> <p>3.1.8. مقدمة في استراتيجية العمليات</p> <p>4.1.8. إدارة العمليات</p>
<p>8.8. أنماط سلسلة التوريد</p> <p>1.8.8. سلسلة التوريد</p> <p>2.8.8. فوائد إدارة سلسلة التوريد</p> <p>3.8.8. إدارة الخدمات اللوجستية في سلسلة التوريد</p>	<p>7.8. إدارة المشتريات الاستراتيجية</p> <p>1.7.8. استراتيجية العمل</p> <p>2.7.8. التخطيط الاستراتيجي</p> <p>3.7.8. استراتيجية الشراء</p>	<p>6.8. السيطرة على عمليات المستودعات</p> <p>1.6.8. مراقبة المخزون</p> <p>2.6.8. نظام الموقع</p> <p>3.6.8. تقنيات إدارة المخزون</p> <p>4.6.8. نظام التخزين</p>	<p>5.8. السيطرة الاقتصادية على المشتريات</p> <p>1.5.8. التأثير الاقتصادي للمشتريات</p> <p>2.5.8. مركز تقييم الكلفة</p> <p>3.5.8. الميزانية</p> <p>4.5.8. الميزانية مقابل الإنفاق الفعلي</p> <p>5.5.8. أدوات مراقبة الميزانية</p>
<p>12.8. ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية: KPIs</p> <p>1.12.8. سلسلة لوجستية</p> <p>2.12.8. الربحية والكفاءة في سلسلة الخدمات اللوجستية</p> <p>3.12.8. مؤشرات ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية</p>	<p>11.8. التكاليف اللوجستية</p> <p>1.11.8. التكاليف اللوجستية</p> <p>2.11.8. مشاكل التكاليف اللوجستية</p> <p>3.11.8. تحسين التكاليف اللوجستية</p>	<p>10.8. تفاعلات المركز مع جميع المجالات</p> <p>1.10.8. تفاعل سلسلة التوريد</p> <p>2.10.8. تفاعل سلسلة التوريد. تكامل اجزاء</p> <p>3.10.8. قضايا تكامل سلسلة التوريد</p> <p>4.10.8. سلسلة التوريد 4.0</p>	<p>9.8. إدارة سلسلة التوريد</p> <p>1.9.8. مفهوم إدارة سلسلة التوريد</p> <p>2.9.8. تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات</p> <p>3.9.8. أنماط الطلب</p> <p>4.9.8. استراتيجية العمليات والتغيير</p>
<p>16.8. الخدمات اللوجستية الدولية</p> <p>1.16.8. عمليات التصدير والاستيراد</p> <p>2.16.8. جمارك</p> <p>3.16.8. نماذج ووسائل الدفع الدولي</p> <p>4.16.8. المنصات اللوجستية الدولية</p>	<p>15.8. اللوجستية والعملء</p> <p>1.15.8. تحليل الطلب</p> <p>2.15.8. توقعات الطلب والمبيعات</p> <p>3.15.8. تخطيط المبيعات والعمليات</p> <p>4.15.8. التخطيط التشاركي والتنبؤ والتحديد التعاوني</p>	<p>14.8. لوجستيات التوزيع والنقل</p> <p>1.14.8. التوزيع في سلسلة التوريد</p> <p>2.14.8. النقل والخدمات اللوجستية</p> <p>3.14.8. نظم المعلومات الجغرافية كدعم للخدمات اللوجستية</p>	<p>13.8. إدارة العمليات</p> <p>1.13.8. إدارة العمليات</p> <p>2.13.8. النهج القائم على العملية: خريطة العمليات</p> <p>3.13.8. تحسينات في إدارة العمليات</p>
<p>19.8. إدارة الجودة</p> <p>1.19.8. العمل الداخلي والعمل الخارجي</p> <p>2.19.8. تكاليف الجودة</p> <p>3.19.8. التحسين المستمر وفلسفة Deming (التحطيم)</p>	<p>18.8. القدرة التنافسية في العمليات</p> <p>1.18.8. إدارة العمليات</p> <p>2.18.8. القدرة التنافسية التشغيلية</p> <p>3.18.8. استراتيجية العمليات والمزايا التنافسية</p>	<p>17.8. الاستعانة بمصادر خارجية للعمليات Outsourcing</p> <p>1.17.8. إدارة العمليات والاستعانة بمصادر خارجية Outsourcing</p> <p>2.17.8. تنفيذ الاستعانة بمصادر خارجية outsourcing في البيئات اللوجستية</p>	

الوحدة 9. الابتكار وإدارة المشاريع

<p>4.9. التصميم والتحقق من صحة نموذج الأعمال 1.4.9. الإطار المفاهيمي لنموذج الأعمال 2.4.9. التصميم والتحقق من نموذج الأعمال</p>	<p>3.9. إدارة المشاريع للشركات الناشئة Project Management Startups 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</p>	<p>2.9. استراتيجية الابتكار 1.2.9. الذكاء الاستراتيجي والابتكار 2.2.9. استراتيجية الابتكار</p>	<p>1.9. الابتكار 1.1.9. مقدمة للابتكار 2.1.9. الابتكار في النظام البيئي للأعمال 3.1.9. الأدوات لعملية الابتكار في الأعمال</p>
<p>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 لبرنامج سكرم (تطوير البرمجيات) والمنهجيات التقليدية</p>	<p>7.9. إدارة اتصال المشاريع 1.7.9. إدارة اتصالات المشروع 2.7.9. المفاهيم الأساسية لإدارة الاتصالات 3.7.9. الاتجاهات الناشئة 4.7.9. التكيف مع الفريق 5.7.9. تخطيط إدارة الاتصالات 6.7.9. إدارة الاتصالات 7.7.9. مراقبة الاتصالات</p>	<p>6.9. إدارة التغيير في المشاريع: إدارة المعلومات 1.6.9. مفهوم إدارة التغيير 2.6.9. عملية إدارة التغيير 3.6.9. تنفيذ التغيير</p>	<p>5.9. التوجيه وإدارة المشاريع 1.5.9. إدارة وتسيير المشاريع: تحديد الفرص المتاحة لتطوير مشاريع الابتكار المؤسسي 2.5.9. المراحل الرئيسية لتوجيه وإدارة مشاريع الابتكار</p>
		<p>10.9. تخطيط إدارة مخاطر المشاريع 1.10.9. مخاطر الخطة 2.10.9. عناصر إنشاء خطة إدارة المخاطر 3.10.9. أدوات لوضع خطة إدارة المخاطر 4.10.9. محتوى خطة إدارة المخاطر</p>	<p>9.9. إنشاء شركة ناشئة startup 1.9.9. إنشاء شركة ناشئة startup 2.9.9. منظمة وثقافة 3.9.9. أهم 10 أسباب لفشل الشركات الناشئة startups 4.9.9. الجوانب القانونية</p>

الوحدة 10. إدارة العمليات العقارية: التّأجير

<p>4.10 عقد الإيجار للاستخدام في غير المسكن</p> <p>1.4.10. الطبيعة المعيارية</p> <p>2.4.10. التّأجير من الباطن والتنازل عن عقد الإيجار</p> <p>3.4.10. مدة العقد والغرض منه</p> <p>4.4.10. الأيجار</p>	<p>3.10 عقد الإيجار السكني</p> <p>1.3.10. الطبيعة المعيارية</p> <p>2.3.10. التّأجير من الباطن والتنازل عن عقد الإيجار</p> <p>3.3.10. مدة العقد والغرض منه</p> <p>4.3.10. الأيجار</p>	<p>2.10 عقد الإيجار</p> <p>1.2.10. المفهوم والخصائص</p> <p>2.2.10. عناصر عقد الإيجار</p> <p>3.2.10. الحقوق والواجبات المشتركة للمالك</p> <p>4.2.10. الحقوق والواجبات المشتركة للمستأجر</p>	<p>1.10 مقدمة في التّأجير التمويلي</p> <p>1.1.10. تعريف عقد الإيجار</p> <p>2.1.10. خصائص العقد</p> <p>3.1.10. مجال التطبيق</p> <p>4.1.10. المعايير التنظيمية المشتركة</p>
<p>8.10 إنهاء عقد الإيجار</p> <p>1.8.10. التعريف والأسباب: التعليق والإنهاء والناقضاء والانعراض</p> <p>2.8.10. صلاحية السكن</p> <p>3.8.10. الإخلال بالتزامات</p> <p>4.8.10. إنهاء عقد الإيجار</p>	<p>7.10 إضفاء الطابع الرسمي على عقد الإيجار</p> <p>1.7.10. إضفاء الطابع الرسمي على العقد</p> <p>2.7.10. متطلبات الوثيقة</p> <p>3.7.10. الغرض وأنواع العقد</p> <p>4.7.10. نماذج العقود</p>	<p>6.10 الكفالة</p> <p>1.6.10. التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.6.10. تحديث الكفالة</p> <p>3.6.10. إعادة الكفالة</p> <p>4.6.10. الضمانات التكميلية</p>	<p>5.10 عقد الإيجار للاستخدام السياحي</p> <p>1.5.10. التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.5.10. مجال التطبيق</p> <p>3.5.10. اللوائح التنظيمية والخصائص الخاصة</p> <p>4.5.10. تغيير استخدام المباني للتأجير للاستخدام السياحي</p>
		<p>10.10 التّأجير كنموذج عمل استثماري</p> <p>1.10.10. ربحية عقد إيجار المساكن</p> <p>2.10.10. تعريف ومفهوم التّأجير للاستخدام السياحي</p> <p>3.10.10. ربحية التّأجير للاستخدام السياحي</p> <p>4.10.10. ضريبة الإيجار</p>	<p>9.10 الإنهاء الإجباري لعقد الإيجار</p> <p>1.9.10. التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.9.10. دعوى إخلاء</p> <p>3.9.10. الإجراء القانوني في حالة عدم الدفع</p> <p>4.9.10. الأسباب الأخرى للإنهاء الإجباري لعقد الإيجار</p>

الوحدة 11. إدارة العمليات العقارية: البيع والشراء

<p>4.11. العناية الواجبة Due Diligence بالعقارات</p> <p>1.4.11. التعرف والجوانب التي يجب مراعاتها</p> <p>2.4.11. مصادر المعلومات</p> <p>3.4.11. عملية العناية الواجبة Due Diligence</p> <p>4.4.11. التقرير</p>	<p>3.11. إجراءات ما قبل البيع</p> <p>1.3.11. إجراءات ما قبل البيع</p> <p>2.3.11. خطاب نوايا</p> <p>3.3.11. العقد المسبق والوعد بالشراء</p> <p>4.3.11. خيار الشراء</p>	<p>2.11. صلاحيات الرعايا المتدخلين</p> <p>1.2.11. القدرة والإعاقبة</p> <p>2.2.11. حظر الشراء والتصرف</p> <p>3.2.11. القيود المفروضة على البيع والشراء</p> <p>4.2.11. شراء وبيع الممتلكات المرهونة و/أو المستأجرة</p>	<p>1.11. مقدمة لصفقة البيع والشراء</p> <p>1.1.11. التعريف والمفهوم</p> <p>2.1.11. العرض والمتطلبات</p> <p>3.1.11. الجوانب العامة للبيع</p> <p>4.1.11. الشيء والسعر</p>
<p>8.11. التزامات المشتري</p> <p>1.8.11. دفع الثمن</p> <p>2.8.11. طرق الدفع</p> <p>3.8.11. البيع والشراء مع تأجيل الدفع والضمانات</p> <p>4.8.11. النفقات والضرائب</p>	<p>7.11. التزامات البائع</p> <p>1.7.11. تسليم الممتلكات</p> <p>2.7.11. الحفظ والوصاية</p> <p>3.7.11. المرافق الصحيه.</p> <p>4.7.11. النفقات والضرائب</p>	<p>6.11. عقد البيع والشراء</p> <p>1.6.11. التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.6.11. مفهوم وخصائص العقد</p> <p>3.6.11. إتمام العقد</p> <p>4.6.11. إضفاء الطابع الرسمي على العقد</p>	<p>5.11. عقد المال الجاد</p> <p>1.5.11. تعريف وأنواع العقود المالية الجادة</p> <p>2.5.11. الإيداع التأكيدي</p> <p>3.5.11. عائدات</p> <p>4.5.11. إجراءات عقابية</p>
		<p>11.10. نماذج عقود البيع</p> <p>11.01.1. خطاب نوايا</p> <p>2.10.11. وعد البيع</p> <p>3.10.11. عقد المال الجاد</p> <p>4.10.11. عقد خيار الشراء</p>	<p>9.11. إنهاء عقد البيع</p> <p>1.9.11. التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.9.11. إنهاء العقد وأسبابه</p> <p>3.9.11. الحق المشترك في الرفض الأول والتراجع</p> <p>4.9.11. الانسحاب من جانب واحد</p>

1.12. البيئة التكنولوجية

- 1.1.12. التكنولوجيا والعولمة
- 2.1.12. البيئة الاقتصادية والتكنولوجيا
- 3.1.12. البيئة التكنولوجية وتأثيرها على الشركات

2.12. نظم وتقنيات المعلومات في الأعمال التجارية

- 1.2.12. تطور نموذج تكنولوجيا المعلومات
- 2.2.12. قسم التنظيم وتكنولوجيا المعلومات
- 3.2.12. تكنولوجيا المعلومات والبيئة الاقتصادية

3.12. الاستراتيجية المؤسسية والاستراتيجية التكنولوجية

- 1.3.12. خلق القيمة للعملاء والمساهمين
- 2.3.12. القرارات الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات/تكنولوجيا المعلومات
- 3.3.12. استراتيجية الشركة مقابل التكنولوجيا والاستراتيجية الرقمية

4.12. إدارة نظم المعلومات

- 1.4.12. حوكمة الشركات في مجال التكنولوجيا ونظم المعلومات
- 2.4.12. هيكل إدارة نظم المعلومات في الشركات
- 3.4.12. المديرون ذوو الخبرة في نظم المعلومات: الأدوار والوظائف

5.12. التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات

- 1.5.12. نظم المعلومات واستراتيجية الشركات
- 2.5.12. التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات
- 3.5.12. مراحل التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات

6.12. نظم المعلومات لاتخاذ القرارات

- 1.6.12. ذكاء إدارة الأعمال Business intelligence
- 2.6.12. مستودع البيانات
- 3.6.12. بطاقة التهيف المتوازن

7.12. استكشاف المعلومات

- 1.7.12. SQL: نظام إدارة قواعد البيانات العلائقية مفاهيم أساسية
- 2.7.12. شبكات الاتصالات
- 3.7.12. نظام التشغيل: نماذج البيانات الموحدة
- 4.7.12. النظام الاستراتيجي: المعالجة التحليلية عبر الإنترنت والنموذج متعدد الأبعاد ولوحات المعلومات dashboards البيانية
- 5.7.12. التحليل الاستراتيجي لقواعد البيانات. وتكوين التقارير

8.12. ذكاء الأعمال Business Intelligence

- 1.8.12. قيمة البيانات
- 2.8.12. المفاهيم ذات الصلة
- 3.8.12. الميزات الرئيسية
- 4.8.12. الحلول في السوق الحالية
- 5.8.12. بنية عالمية لحل BI
- 6.8.12. الأمن السيبراني في ذكاء الأعمال وعلوم البيانات Data Science

9.12. مفهوم الأعمال الجديد

- 1.9.12. لماذا ذكاء الأعمال؟
- 2.9.12. الحصول على المعلومات
- 3.9.12. ذكاء الأعمال في مختلف أقسام الشركة
- 4.9.12. أسباب الاستثمار في ذكاء الأعمال

10.12. أدوات وحلول ذكاء الأعمال BI

- 1.10.12. كيفية اختبار أفضل أداة؟
- 2.10.12. Tableau و Microsoft Power BI و MicroStrategy
- 3.10.12. SAP BI و SAS BI و Qlikview
- 4.10.12. Prometheus

11.12. تخطيط وإدارة مشروع ذكاء الأعمال

- 1.11.12. الخطوات الأولى لتحديد مشروع ذكاء الأعمال
- 2.11.12. حل ذكاء الأعمال للشركة
- 3.11.12. أخذ المتطلبات والأهداف

12.12. تطبيقات إدارة الشركات

- 1.12.12. نظم المعلومات وإدارة الشركات
- 2.12.12. تطبيقات لإدارة الشركات
- 3.12.12. أنظمة الشركة Enterprise Resource Planning أو ERP

13.12. التحولات الرقمية

- 1.13.12. الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي
- 2.13.12. التحول الرقمي: العناصر الرئيسية والفوائد والعيوب
- 3.13.12. التحول الرقمي في الشركات

14.12. التقنيات والاتجاهات

- 1.14.12. الاتجاهات الرئيسية في مجال التكنولوجيا التي تغير نماذج الأعمال
- 2.14.12. تحليل التقنيات الناشئة الرئيسية

15.12. Outsourcing تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات

- 1.15.12. الإطار المفاهيمي للاستعانة بمصادر خارجية outsourcing
- 2.15.12. Outsourcing الاستعانة بمصادر خارجية لتكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على الأعمال
- 3.15.12. مفاتيح تنفيذ مشاريع الاستعانة بمصادر خارجية outsourcing لتكنولوجيا المعلومات للشركات

الوحدة 13. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

<p>4.13. تقسيم السوق</p> <p>1.4.13 مفهوم تقسيم السوق</p> <p>2.4.13 فائدة التقسيم ومتطلباته</p> <p>3.4.13 تقسيم الأسواق الاستهلاكية</p> <p>4.4.13 تقسيم الأسواق الصناعية</p> <p>5.4.13 استراتيجية التقسيم</p> <p>6.4.13 التقسيم على أساس معايير المزيج التسويقي</p> <p>7.4.13 منهجية تقسيم السوق</p>	<p>3.13. أساليب وتقنيات البحث النوعي</p> <p>1.3.13 أنواع البحث النوعي</p> <p>2.3.13 تقنيات البحث النوعي</p>	<p>2.13. أساليب وتقنيات البحث الكمي</p> <p>1.2.13 حجم العينة</p> <p>2.2.13 أخذ العينات</p> <p>3.2.13 أنواع التقنيات الكمية</p>	<p>1.13. بحوث السوق</p> <p>1.1.13 أبحاث السوق: الأمل التاريخي</p> <p>2.1.13 تحليل وتطور الإطار المفاهيمي لبحوث التسويق</p> <p>3.1.13 العناصر الأساسية والمساهمة القيمة لأبحاث التسويق</p>
<p>8.13. الدعاية</p> <p>1.8.13 الخلفية التاريخية للدعاية</p> <p>2.8.13 الإطار المفاهيمي للإعلان: المبادئ ومفهوم الإحاطة الإعلامية briefing وتحديد المواقع</p> <p>3.8.13 وكالات الدعاية، وكالات الإعلام ومحترفي الدعاية</p> <p>4.8.13 أهمية الدعاية في الأعمال التجارية</p> <p>5.8.13 اتجاهات وتحديات الدعاية</p>	<p>7.13. دراسات جدوى</p> <p>1.7.13 المفهوم والمنفعة</p> <p>2.7.13 الخطوط العريضة لدراسة الجدوى</p> <p>3.7.13 تطوير دراسة الجدوى</p>	<p>6.13. أبحاث الأسواق الدولية</p> <p>1.6.13 أبحاث الأسواق الدولية</p> <p>2.6.13 عملية أبحاث السوق الدولية</p> <p>3.6.13 أهمية المصادر الثانوية في أبحاث السوق الدولية</p>	<p>5.13. إدارة المشاريع البحثية</p> <p>1.5.13 بحوث الأسواق كعملية</p> <p>2.5.13 مراحل التخطيط في أبحاث الأسواق</p> <p>3.5.13 مراحل التنفيذ في أبحاث الأسواق</p> <p>4.5.13 إدارة مشروع بحثي</p>
<p>12.13. أساسيات إدارة الأعمال التجارية</p> <p>1.12.13 دور الدائرة التجارية</p> <p>2.12.13 أنظمة تحليل الوضع التنافسي التجاري للشركة/السوق</p> <p>3.12.13 أنظمة التخطيط التجاري للشركة</p> <p>4.12.13 الاستراتيجيات التنافسية الرئيسية</p>	<p>11.13. التخطيط الإعلامي</p> <p>1.11.13 نشأة وتطور التخطيط الإعلامي</p> <p>2.11.13 وسائل الإعلام</p> <p>3.11.13 خطة إعلامية</p>	<p>10.13. استراتيجيات الترويج والتسويق Merchandising</p> <p>1.10.13 الاتصالات التسويقية المتكاملة</p> <p>2.10.13 خطة الاتصال الإعلاني</p> <p>3.10.13 التسويق Merchandising كتقنية اتصال</p>	<p>9.13. تطوير خطة التسويق</p> <p>1.9.13 مفهوم خطة التسويق</p> <p>2.9.13 تحليل وتشخيص الموقف</p> <p>3.9.13 قرارات التسويق الإستراتيجي</p> <p>4.9.13 قرارات عمليات التسويق</p>
<p>16.13. تنفيذ الوظيفة التجارية</p> <p>1.16.13 توظيف مندوبي المبيعات وكلاء المبيعات الخاصة</p> <p>2.16.13 مراقبة النشاط التجاري</p> <p>3.16.13 الميثاق الأخلاقي للموظفين التجاريين</p> <p>4.16.13 الامتثال المعياري</p> <p>5.16.13 معايير السلوك التجاري المقبولة عمومًا</p>	<p>15.13. قيادة وإدارة شبكة المبيعات</p> <p>1.15.13 إدارة المبيعات Sales Management. إدارة المبيعات</p> <p>2.15.13 الشبكات في خدمة النشاط التجاري</p> <p>3.15.13 سياسات اختيار وتدريب مندوبي المبيعات</p> <p>4.15.13 أنظمة المكافآت للشبكات التجارية الخاصة والخارجية</p> <p>5.15.13 إدارة العملية التجارية. مراقبة عمل موظفي المبيعات ومساعدتهم على أساس المعلومات</p>	<p>14.13. اتخاذ القرار في الإدارة التجارية</p> <p>1.14.13 استراتيجية الأعمال والاستراتيجية التنافسية</p> <p>2.14.13 نماذج صنع القرار</p> <p>3.14.13 التحليلات وأدوات صنع القرار</p> <p>4.14.13 سلوك الإنسان في اتخاذ القرار</p>	<p>13.13. المفاوضات التجارية</p> <p>1.13.13 المفاوضات التجارية</p> <p>2.13.13 القضايا النفسية للتفاوض</p> <p>3.13.13 طرق التفاوض الرئيسية</p> <p>4.13.13 عملية التفاوض</p>

<p>4.14. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين 1.4.14. التواصل بين الأشخاص 2.4.14. مهارات الاتصال والتأثير 3.4.14. حواجز التواصل</p>	<p>3.14. إدارة العمليات 1.3.14. أهمية الإدارة 2.3.14. سلسلة القيمة 3.3.14. إدارة الجودة</p>	<p>2.14. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية وأساليبها 1.2.14. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها</p>	<p>1.14. الادارة العامة 1.1.14. مفهوم إدارة العامة 2.1.14. إجراء المدير Manager العام 3.1.14. الرئيس التنفيذي وواجباته 4.1.14. تحويل عمل الإدارة</p>
<p>8.14. الذكاء العاطفي 1.8.14. الذكاء العاطفي والتواصل 2.8.14. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال 3.8.14. الثقة بالنفس والتواصل العاطفي</p>	<p>7.14. إعداد خطة للأزمات 1.7.14. تحليل المشاكل المحتملة 2.7.14. المخطط 3.7.14. تكيف الموظفين</p>	<p>6.14. التواصل في حالات الأزمات 1.6.14. أزمات 2.6.14. مراحل الأزمة 3.6.14. الرسائل: المحتويات واللحظات</p>	<p>5.14. أدوات الاتصال الشخصية والتنظيمية 1.5.14. التواصل بين الأشخاص 2.5.14. أدوات التواصل بين الأشخاص 3.5.14. التواصل في المنظمات 4.5.14. الأدوات في المنظمة</p>
		<p>10.14. القيادة وإدارة الفرق 1.10.14. القيادة وأساليب القيادة 2.10.14. مهارات القيادة والتحديات 3.10.14. إدارة عملية التغيير 4.10.14. إدارة فرق متعددة الثقافات</p>	<p>9.14. خضع العلامات التجارية Branding الشخصية 1.9.14. استراتيجيات تطوير العلامات التجارية الشخصية 2.9.14. قوانين العلامات التجارية الشخصية branding 3.9.14. أدوات لبناء العلامات التجارية الشخصية</p>

الوحدة 15. التكنولوجيا المطبقة على العقارات Real Estate

<p>Market place الأسواق .4.15 .1.4.15 التعريف .2.4.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.4.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.4.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>	<p>Big Data .3.15 .1.3.15 التعريف .2.3.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.3.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.3.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>	<p>.2.15 الشبكات الاجتماعية .1.2.15 التعريف .2.2.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.2.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.2.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>	<p>.1.15 التكنولوجيا الجديدة PropTech .1.1.15 مقدمة .2.1.15 عملية لتغيير الإنترنت وتحسين محركات البحث .3.1.15 عملية لتغيير Blockchain البلوك تشين والذكاء الاصطناعي .4.1.15 أدوات التحول الرقمي</p>
<p>Fintech التكنولوجيا المالية .8.15 .1.8.15 التعريف .2.8.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.8.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.8.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>	<p>Crowfoundings .7.15 .1.7.15 التعريف .2.7.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.7.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.7.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>	<p>CRM .6.15 .1.6.15 التعريف .2.6.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.6.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.6.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>	<p>MLS .5.15 .1.5.15 التعريف .2.5.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.5.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.5.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>
		<p>.10.15 العمليات التلقائية: روبوت محادثة Chatbot .1.10.15 التعريف .2.10.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.10.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.10.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>	<p>.9.15 الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي .1.9.15 التعريف .2.9.15 الجوانب المعينة Real Estate .3.9.15 الاستخدامات المطبقة على العقارات .4.9.15 اللاعبين الرئيسيون في السوق</p>

الوحدة 16. قانون العقارات الدولي والضرائب في المعاملات العقارية الدولية

<p>4.16. سجلات الملكية</p> <p>1.4.16. الجوانب العامة للسجل</p> <p>2.4.16. صاحب التسجيل</p> <p>3.4.16. مقاعد التسجيل</p> <p>4.4.16. الإعلان عن التسجيل</p>	<p>3.16. الملكية والتسجيل</p> <p>1.3.16. التعريف والمفاهيم الأساسية</p> <p>2.3.16. أنواع المزارع ووصفها</p> <p>3.3.16. العلاقة بين السجل العقاري والسجل</p> <p>4.3.16. التسجيل</p> <p>5.3.16. سجل النطاق</p>	<p>2.16. الحقوق العينية المشتركة</p> <p>1.2.16. التعريف والمفهوم</p> <p>2.2.16. قانون الملكية العامة</p> <p>3.2.16. حق الانتفاع</p> <p>4.2.16. حقوق الارتفاق وحدود الملكية</p>	<p>1.16. مقدمة إلى القانون العام للعقارات</p> <p>1.1.16. الجوانب العامة للقانون العقاري العادي</p> <p>2.1.16. أمن التسجيل</p> <p>3.1.16. خصائص القانون العقاري العادي</p> <p>4.1.16. القانون العقاري الدولي</p>
<p>8.16. مقدمة للضرائب العقارية المشتركة</p> <p>1.8.16. التعريف والمفهوم</p> <p>2.8.16. الجوانب العامة في ضرائب الملكية المشتركة</p> <p>3.8.16. الالتزامات والحقوق المشتركة للأطراف المعنية</p> <p>4.8.16. الضرائب والالتزامات الضريبية</p>	<p>7.16. الحقوق الضمانية المشتركة: الرهن العقاري</p> <p>1.7.16. الحق الضماني المشترك</p> <p>2.7.16. الرهن العقاري</p> <p>3.7.16. موضوع الرهن العقاري والتزامه</p> <p>4.7.16. نهاية الرهن العقاري</p>	<p>6.16. الخاصية الأفقية</p> <p>1.6.16. التعريف والجوانب الأساسية</p> <p>2.6.16. الدستور</p> <p>3.6.16. الإثراء</p> <p>4.6.16. أرقام مماثلة</p>	<p>5.16. إجراءات التسجيل</p> <p>1.5.16. مقعد العرض</p> <p>2.5.16. تصنيف التسجيل</p> <p>3.5.16. التسجيل في سجل الممتلكات</p> <p>4.5.16. الشروح الوقائية</p> <p>5.5.16. إدخلالات التسجيل الأخرى</p>
		<p>10.16. ضرائب أخرى</p> <p>1.10.16. ضريبة التحويل ورسوم الدمغة</p> <p>2.10.16. الضرائب العقارية</p> <p>3.10.16. ضريبة الميراث والهدايا</p> <p>4.10.16. الضرائب العامة الأخرى</p>	<p>9.16. ضريبة القيمة المضافة</p> <p>1.9.16. التعريف والمفهوم</p> <p>2.9.16. الأحداث الخاضعة للضريبة</p> <p>3.9.16. الإعفاءات والخصومات</p> <p>4.9.16. عمليات الاستحواذ الدولية</p> <p>5.9.16. القواعد الضريبية</p>

الوحدة 17. التقييم والتأمين العقاري

<p>4.17 معايير التقييم الدولية</p> <p>1.4.17 معيار التقييم</p> <p>2.4.17 المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية الدولية</p> <p>3.4.17 مبادئ المحاسبة المقبولة عموماً في الولايات المتحدة (مبادئ المحاسبة المقبولة عموماً في الولايات المتحدة)</p> <p>4.4.17 (مجلس معايير المحاسبة في اليابان)</p> <p>5.4.17 الفرق بين الأطر التنظيمية الدولية</p>	<p>3.17 القيمة</p> <p>1.3.17 التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.3.17 قيمة الاستخدام، قيمة الصرف</p> <p>3.3.17 القيمة السوقية والسعر والتكلفة</p> <p>4.3.17 مفاهيم أخرى للقيمة</p>	<p>2.17 مفاهيم البناء الحضري</p> <p>1.2.17 استخدام المباني</p> <p>2.2.17 عناصر البناء</p> <p>3.2.17 مفهوم البناء</p> <p>4.2.17 أنواع المجالات لأغراض التقييم</p>	<p>1.17 مقدمة في التقييم العقاري</p> <p>1.1.17 المفاهيم العامة</p> <p>2.1.17 تعريف المفاهيم</p> <p>3.1.17 العرض من التقييم العقاري</p> <p>4.1.17 أهداف التقييمات العقارية ودورها في التقييم العقاري</p>
<p>8.17 طريقة التصريف المتبقي والرسمة</p> <p>1.8.17 التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.8.17 قيمة الوحدة وقيمة التأثير</p> <p>3.8.17 تقنيات الكتابة بالأحرف الكبيرة</p> <p>4.8.17 مكونات تقييم العقار المستأجر</p>	<p>7.17 طريقة التكلفة</p> <p>1.7.17 التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.7.17 الغرض والنطاق</p> <p>3.7.17 قيمة الاستبدال</p> <p>4.7.17 الاهلاك</p>	<p>6.17 طريقة المقارنة</p> <p>1.6.17 التعريف والمبادئ العامة</p> <p>2.6.17 دراسة السوق</p> <p>3.6.17 تحليل المعلومات وتحديد القيمة</p> <p>4.6.17 تجانس العينات</p>	<p>5.17 الأساس المنطقي للتقييم والهيكل</p> <p>1.5.17 أساسيات التقييم</p> <p>2.5.17 أنماط التقييم</p> <p>3.5.17 طرق التقييم</p> <p>4.5.17 هيكل التقييم</p>
		<p>10.17 الخبر القضائي</p> <p>1.10.17 التعريف ومجالات التطبيق</p> <p>2.10.17 تقدير الخبراء</p> <p>3.10.17 أنواع تقارير الخبراء</p> <p>4.10.17 هيكل تقرير الخبر وإعداده</p>	<p>9.17 تقرير المراجعة</p> <p>1.9.17 التعريف والخصائص</p> <p>2.9.17 الجوانب الشكلية للتقرير</p> <p>3.9.17 هيكل تقرير التقييم</p> <p>4.9.17 مسؤولية المثلث</p>

1.18. المخطط	2.18. التصميم	3.18. الأساسات	4.18. الهيكل
1.1.18. بناء جديد	1.2.18. بناء جديد	1.3.18. سطح	1.4.18. العناصر الهيكلية
2.1.18. الاصلاحات	2.2.18. الاصلاحات	2.3.18. الاعمق	2.4.18. بناء جديد
3.1.18. اللوائح والإجراءات السابقة	3.2.18. المشروع	3.3.18. احتواء الأراضي	3.4.18. الاصلاحات
4.1.18. الوثائق	4.2.18. قياس المسطحات	4.3.18. الجودة والضوابط التنظيمية	4.4.18. الجودة والضوابط التنظيمية
5.18. تقنيات البناء	6.18. المنشآت	7.18. القياسات والميزانيات	8.18. أعمال البناء
1.5.18. المواد والميزات	1.6.18. إمكانية الوصول والحماية من الحرائق	1.7.18. مفاهيم أساسية	1.8.18. المخطط
2.5.18. نظم البناء التقليدية	2.6.18. التهوية والتكييف	2.7.18. المخطط	2.8.18. النمو
3.5.18. نظم التشييد الجاهزة	3.6.18. إمدادات المياه	3.7.18. تنفيذ	3.8.18. الوثائق
4.5.18. التفاصيل والتشطيبات	4.6.18. المرافق الصحية.	4.7.18. تغييرات	4.8.18. السيطرة على العمل
	5.6.18. اللوائح التنظيمية		
9.18. مراقبة التشييد	10.18. المسؤوليات		
1.9.18. عملاء	1.10.18. عملاء		
2.9.18. النمو	2.10.18. القانون الجنائي		
3.9.18. الوثائق	3.10.18. القانون المدني		
4.9.18. الإعتماد	4.10.18. أخلاقي		

الوحدة 19 أهمية المنتج النهائي: التصميم الداخلي والتدريج المنزلي Home Staging

<p>4.19. المنهجية والأدوات</p> <p>1.4.19 البرامج والتطبيقات المستخدمة في التصميم 2.4.19 الإضاءة 3.4.19 التصميم المطبق في الأثاث 4.4.19 التصميم المطبق في عناصر البناء</p>	<p>3.19. دراسة المشتري النهائية</p> <p>1.3.19 التعريف والمفهوم 2.3.19 مبادئ توجيهية للنظر فيها 3.3.19 هيكل الدراسة 4.3.19 تعريف الأهداف</p>	<p>2.19. دراسة منتج المنشأ</p> <p>1.2.19 التعريف والمفهوم 2.2.19 مبادئ توجيهية للنظر فيها 3.2.19 هيكل الدراسة 4.2.19 تعريف الأهداف</p>	<p>1.19. مقدمة</p> <p>1.1.19 التصميم الداخلي قليلا من التاريخ 2.1.19 المواد المطبقة في الداخل 3.1.19 الأنظمة المطبقة في الداخل 4.1.19 الاستفادة في التصميم الداخلي</p>
<p>8.19. (التدريج المنزلي) Home Staging</p> <p>1.8.19 استشارة 2.8.19 Home Staging تنظيم المنزل العادي 3.8.19 Home Staging تنظيم المنزل الافتراضي 4.8.19 تنظيم المنزل السريع Home Staging Express</p>	<p>7.19. الديكور/التصميم الداخلي العاطفي</p> <p>1.7.19 الاتجاهات 2.7.19 أنماط الديكور 3.7.19 اللون والملبس 4.7.19 المعدات</p>	<p>6.19. تصميم المساحة الجديدة</p> <p>1.6.19 التصميم للسكن 2.6.19 العلاقة بين المساحات والأشخاص 3.6.19 أسس علم الإنسان 4.6.19 الأسس النفسية للتصميم: التصميم الحيوي 5.6.19 تخطيط المساحة 6.6.19 توزيع الأثاث 7.6.19 الإضاءة</p>	<p>5.19. العمل وإعادة التأهيل</p> <p>1.5.19 التعريف والمفهوم 2.5.19 الدراسات السابقة: 3.5.19 اختيار الميزانية 4.5.19 تنفيذ الإصلاح</p>
		<p>10.19. استراتيجية مبيعات المنتج النهائي</p> <p>1.10.19 اعتبارات عامة 2.10.19 أدوات الإعلان 3.10.19 خطة التسويق 4.10.19 استراتيجية المبيعات</p>	<p>9.19. عرض المنتج</p> <p>1.9.19 اعتبارات عامة 2.9.19 إعداد الأثاث 3.9.19 صور فوتوغرافية للأصل 4.9.19 ملف المبيعات</p>

الوحدة 20. قانون تخطيط المدن

<p>1.1.20 مقدمة إلى القانون الحضري العام</p> <p>1.1.20 المفهوم</p> <p>2.1.20 اعتبارات عامة</p> <p>3.1.20 النشاط الحضري</p> <p>4.1.20 العملاء المتورطون</p>	<p>2.20 أدوات التدخل في سوق الأراضي</p> <p>1.2.20 التراث العام للأراضي</p> <p>2.2.20 حق المنطقة المشتركة</p> <p>3.2.20 قانون المحاكمات العام</p> <p>4.2.20 حق الانسحاب المشترك</p>	<p>3.20 حماية شرعية التخطيط الحضري المشترك</p> <p>1.3.20 أعمال البناء غير النظامية</p> <p>2.3.20 شهادات صلاحية السكن</p> <p>3.3.20 خدمات التفتيش الحضري</p> <p>4.3.20 وسائل الدفاع عن الأفراد</p> <p>5.3.20 العقوبات: العقوبات:</p>	<p>4.20 نظام الجزاءات</p> <p>1.4.20 قانون التخطيط الحضري مبادئ ملهمة</p> <p>2.4.20 المخالفات الحضرية</p> <p>3.4.20 الأشخاص المسؤولين عن مخالفات التخطيط</p> <p>4.4.20 الجزاءات الحضرية</p> <p>5.4.20 إجراء تديبي</p> <p>6.4.20 الجرائم ضد التخطيط المكاني</p>
<p>5.20 التدخل الإداري في بناء واستخدام الأراضي المشتركة</p> <p>1.5.20 أدوات التخطيط: مفهوم وطبيعة</p> <p>2.5.20 الأعمال الخاضعة لإذن التخطيط والأطراف الملزمة</p> <p>3.5.20 أنواع تراخيص التخطيط</p> <p>4.5.20 تراخيص البناء أو البناء حسب نوع التربة</p> <p>5.5.20 إجراءات منح التراخيص</p> <p>6.5.20 آثار الرخصة وإنهائها</p> <p>7.5.20 المراجعة القضائية</p> <p>8.5.20 واجب الحفظ</p> <p>9.5.20 أوامر تنفيذ</p> <p>10.5.20 إعلان الخراب</p>	<p>6.20 الأراضي الحضرية</p> <p>1.6.20 التعريف</p> <p>2.6.20 الأراضي الحضرية</p> <p>3.6.20 التربة الريفية</p> <p>4.6.20 الأرض من أجل التنمية</p>	<p>7.20 حالة ملكية الأراضي في المناطق الحضرية</p> <p>1.7.20 التشريعات المنطبقة بشأن الوضع الحضري للملكية المشتركة للأراضي</p> <p>2.7.20 تصنيف التربة وتأهيلها</p> <p>3.7.20 نظام تخطيط الأراضي</p> <p>4.7.20 حقوق التخطيط المشتركة</p> <p>5.7.20 واجبات التخطيط الحضري المشتركة</p>	<p>8.20 الوصول إلى السجل العقاري لإجراءات التخطيط الحضري</p> <p>1.8.20 مقدمة</p> <p>2.8.20 الأفعال القابلة للتسجيل</p> <p>3.8.20 مشاريع جبر الضرر</p> <p>4.8.20 المصادرات الحضرية</p> <p>5.8.20 تخصيص الأراضي في الأعمال الجديدة</p> <p>6.8.20 أعمال التقسيم الفرعي</p> <p>7.8.20 التحويلات الخاضعة لحقوق الشفعة وحقوق الشفعة المشتركة</p>
<p>9.20 اتفاقيات التخطيط العمراني</p> <p>1.9.20 الجوانب العامة لاتفاقيات التنمية الحضرية</p> <p>2.9.20 اتفاقيات التخطيط العمراني</p> <p>3.9.20 اتفاقيات التنمية الحضرية</p> <p>4.9.20 اتفاقيات نزع الملكية الحضرية</p> <p>5.9.20 اتفاقيات التنمية الحضرية بين الإدارات العامة</p> <p>6.9.20 تحدي اتفاقيات التخطيط الحضري</p> <p>7.9.20 جوانب التسجيل</p>	<p>10.20 التخطيط المكاني في المجال البيئي</p> <p>1.10.20 تصحيح الاختلالات الإقليمية</p> <p>2.10.20 الفعالية والكفاءة في السياسات العامة، التماسك الاقتصادي والاجتماعي</p> <p>3.10.20 الحفاظ على المساحات والموارد الطبيعية والتراثية</p> <p>4.10.20 العلاقة بين الريف والمدينة</p>		

المنهجية

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

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



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





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

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



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

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

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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



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

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

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

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

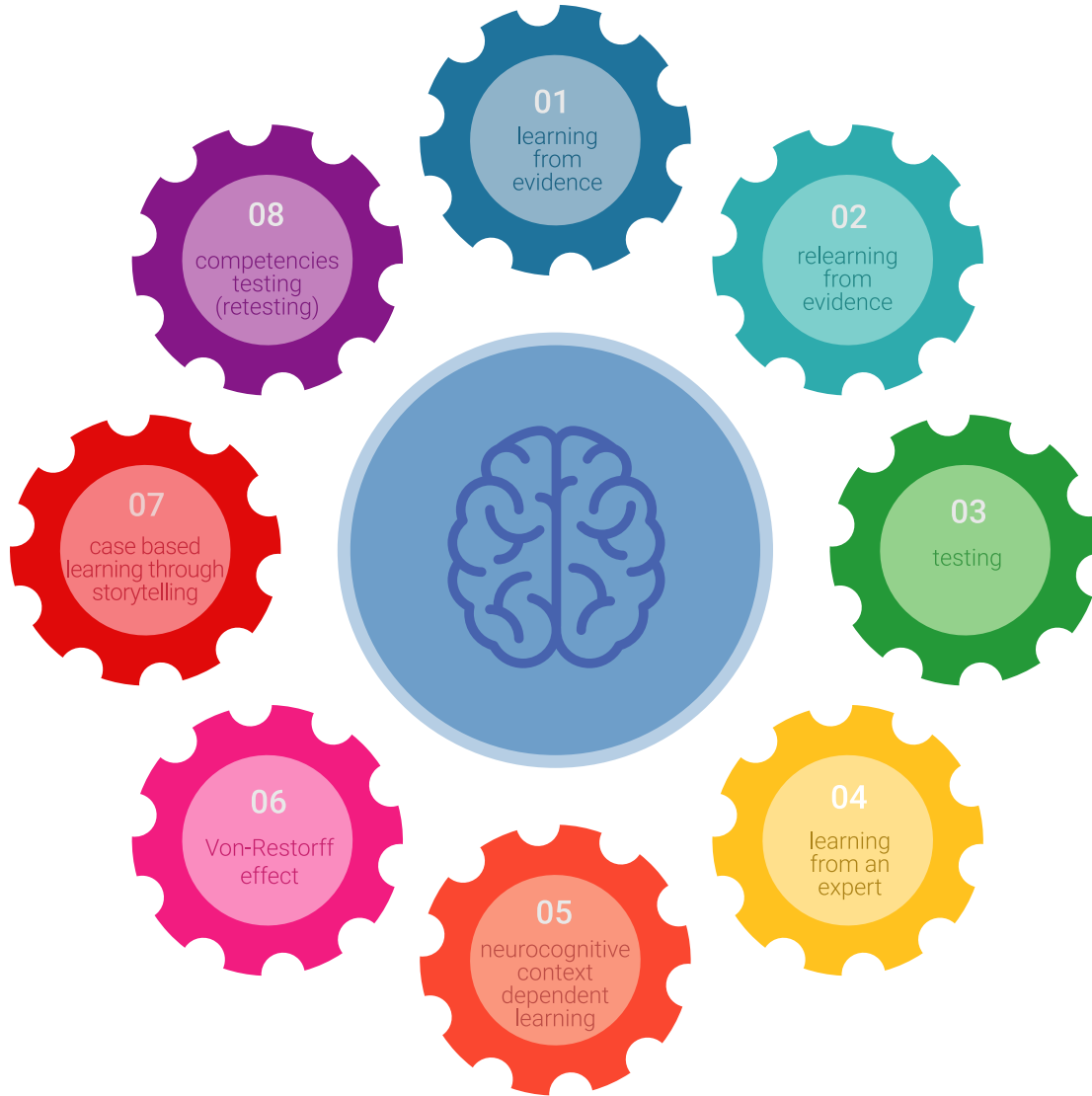
تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

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

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

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

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

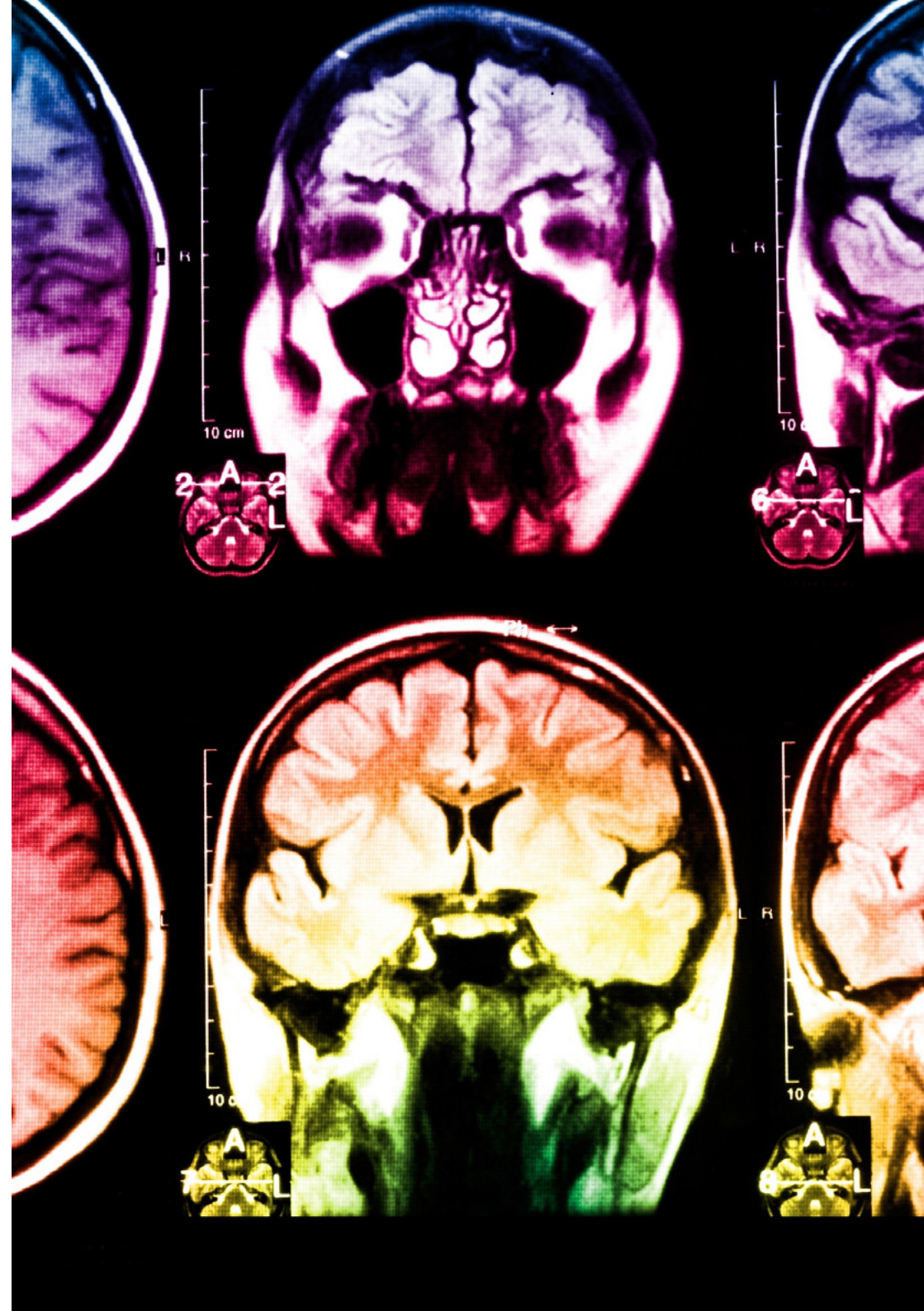


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة،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

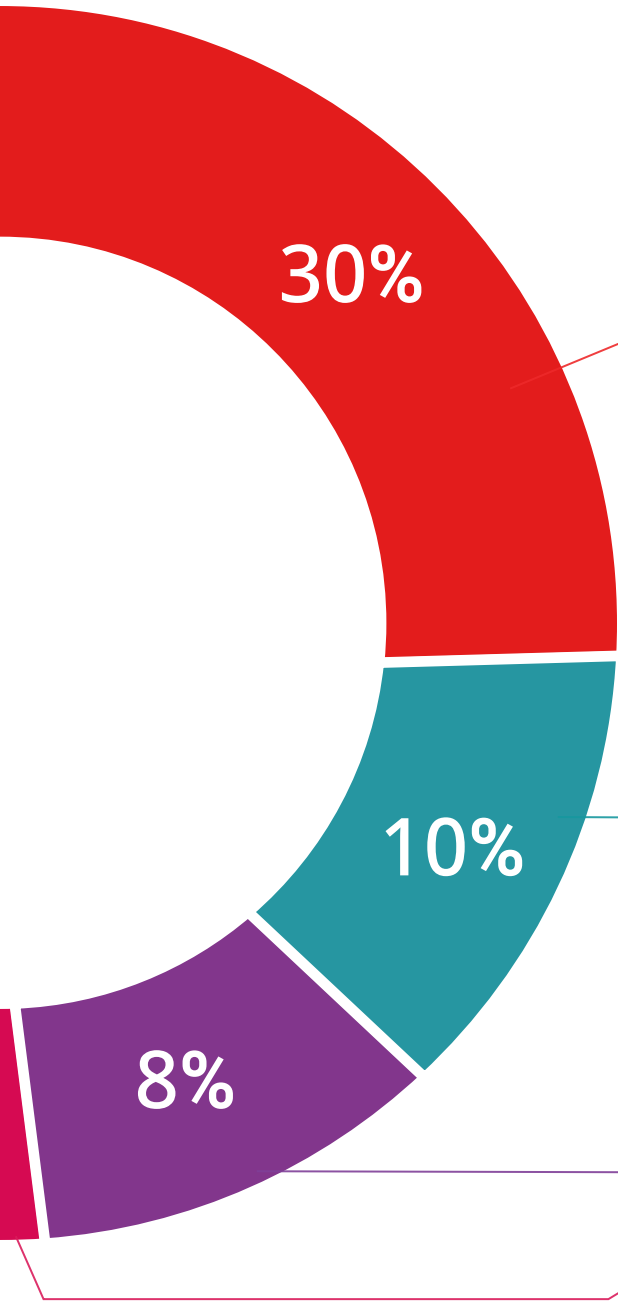
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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

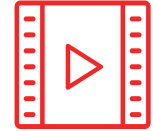
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



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

المحاضرات الرئيسية



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

التدريب العملي على المهارات الإدارية



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

قراءات تكميلية



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



دراسات الحالة (Case studies)

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



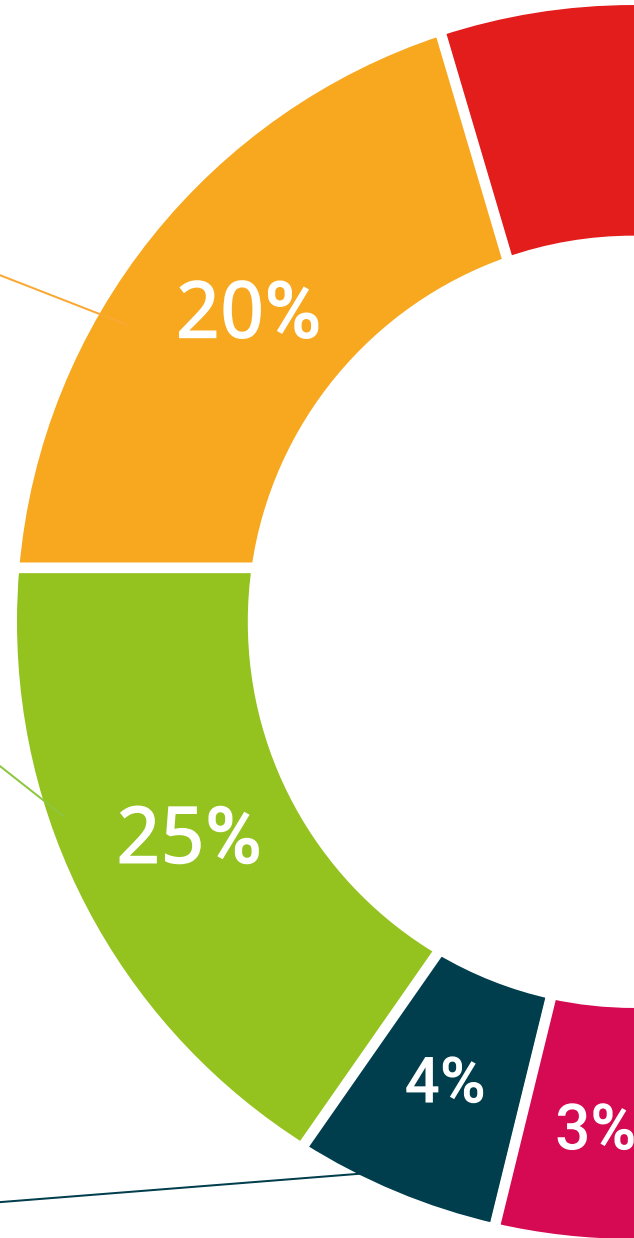
ملخصات تفاعلية

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



الاختبار وإعادة الاختبار

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



الملف الشخصي لطلابنا

تم تصميم الماجستير المتقدم في إدارة الأعمال العليا في قطاع العقارات للمهنيين الطموحين الذين يرغبون في التقدم في حياتهم المهنية في سوق العقارات العالمي. طلاب البرنامج هم رواد أعمال ومدبرون ومديرون تنفيذيون وغيرهم من المهنيين الذين يرغبون في تطوير مهارات قيادة الأعمال وفهم تعقيدات سوق العقارات المتطور باستمرار. تم تصميم البرنامج ليكون صعبًا وتحديًا، وهو مثالي لأولئك الذين يتطلعون إلى تعزيز حياتهم المهنية في سوق العقارات العالمي.

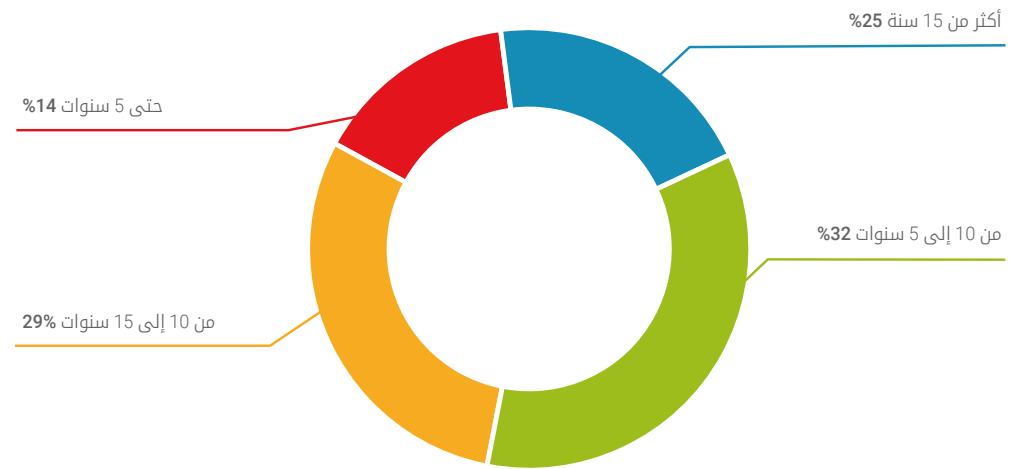
يجتذب هذا البرنامج المهنيين ذوي الخبرة في صناعة العقارات الذين يسعون إلى تحسين مهاراتهم الإدارية والقيادية والإدارية في هذا القطاع المعقد"



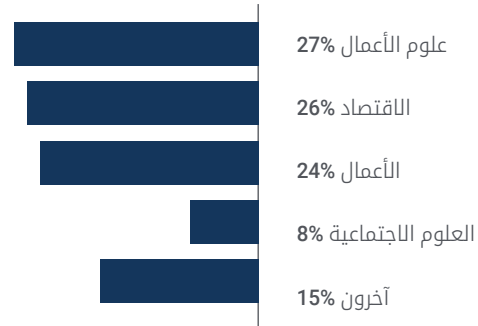
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

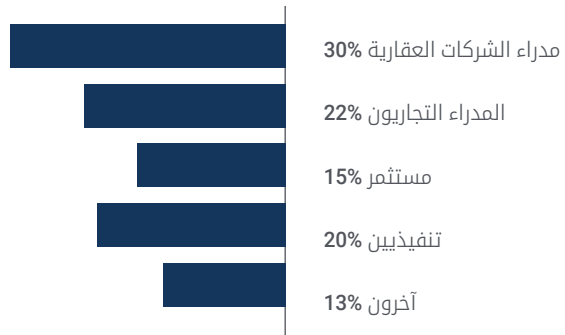
عدد سنوات الخبرة



التدريب في مجال



المؤهل الأكاديمي



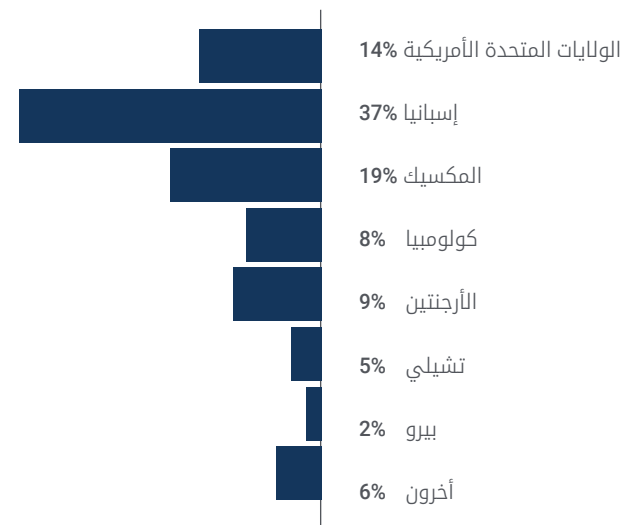


Arturo Villanueva

مدير شركة عقارية

"لقد سمح لي إكمال الماجستير المتقدم في الإدارة العليا للشركات العقارية بتحسين أداء شركتي. سمحت لي المهارات والمعرفة التي اكتسبتها بقيادة المشاريع الناجحة والنهوض بمسيرتي المهنية في قطاع العقارات. أوصي بهذا البرنامج لأي مهني يريد أن ينمو وينجح في الصناعة!"

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يضم البرنامج فريقاً من خبراء التدريس رفيعي المستوى، يتكون من متخصصين من قطاع العقارات وإدارة الأعمال. سيقومون بتوجيه الطالب في تدريبهم ومشاركة خبرتهم العملية في إدارة الشركات والمشاريع العقارية. بالإضافة إلى ذلك، تم اختيار أعضاء هيئة التدريس بعناية لتقديم تعليم جيد للطالب وفي طليعة الاتجاهات في هذا القطاع، والتكيف مع الاحتياجات الحالية لسوق العقارات والأعمال.

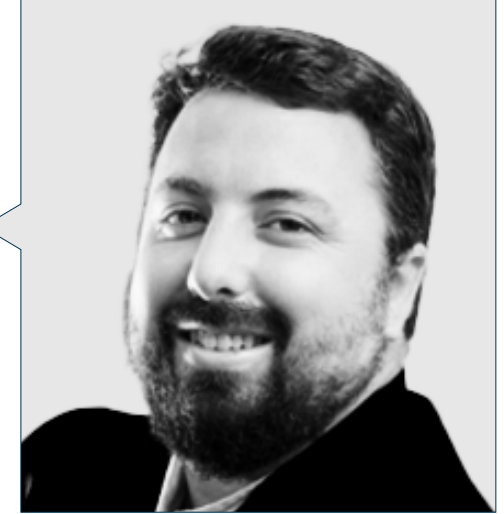
ادرس مع أكثر المتخصصين العقاريين خبرة
ورقيا وطور حياتك المهنية على الفور



هيكل الإدارة

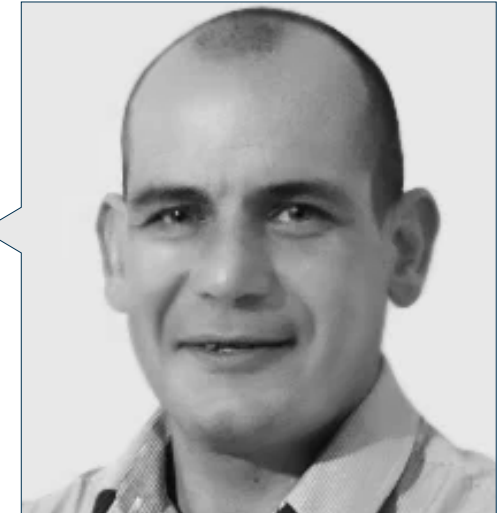
د. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ♦ خبير في الأعمال التجارية الدولية والمشورة القانونية للشركات
- ♦ رئيس المنطقة الدولية في النقل بين المدن في تينيريفي S.A.U
- ♦ مستشار قانوني في Transportes Interurbanos de Tenerife S.A
- ♦ مدير قانوني في Avalon Biz Consulting
- ♦ مدرب في الدورات الموجهة لحماية البيانات
- ♦ دكتوراه في التنمية الإقليمية من جامعة La Laguna
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة La Laguna
- ♦ محاضرة جامعية في إدارة المشاريع جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال والإدارة من الجامعة الأوروبية في جزر الكناري



د. Loras González, Diego

- ♦ الرئيس التنفيذي ومؤسس Loan Soluciones Financieras
- ♦ المدير التجاري في Homes Agents
- ♦ رئيس المنطقة في Tecnocasa
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة كومبلوتنسي بمدريد



الأساتذة

أ. Fernández Blanca, Ana

- وكيل عقارات في Oikos Real Estate
- الاستشارات العقارية ومدير المنطقة
- خبير في التفاوض واكتساب العملاء وشبكات التواصل الاجتماعي
- متخرج من إدارة الشركات

د. Pérez Rubio, Fernando

- مطور وباني
- مدير وإداري ومدير إنشاءات في شركات المقاولات المختلفة
- مدير ومسؤول في Constructora 973 SL
- مصمم ديكور ومهندس معماري في Ambiental SL
- مسؤول عن شراء وبيع الأصول للإصلاح

د. Martínez Monte, Raúl

- الرئيس التنفيذي في S.I. باسيجودا
- المدير التجاري والمالي في Homes.AG
- منسق إدارة الإيجارات في شركة Solfinc SL
- متخرج من الاقتصاد من جامعة Pompeu Fabra
- دراسات عليا في الأسواق المالية من جامعة Alicante

أ. Rodríguez Fernández, Borja Jaime

- المدير العام لإدارة تطوير المباني الجديدة في Nuevo Valkey
- مستشار مبيعات ومدير مكتب في Grupo Tecnocasa
- التأهيل المهني في إدارة الأعمال والإدارة

د. González Peña , Alexis José

- خبير في الشؤون المالية ومراجعة الحسابات
- مدير المجال المالي في CajaSiete Caja Rural
- كبير مراجعي الحسابات الداخليين في Bankia
- كبير المدققين الداخليين في Caja Insular de Ahorros de Canarias
- مراجع حسابات أول *experience* في Deloitte
- بكالوريوس في إدارة وتوجيه الأعمال من جامعة لاس بالماس دي غران كناريا
- الماجستير في الضرائب والنصائح المالية من مركز الدراسات المالية
- الماجستير التنفيذي في الإدارة المالية والتمويل المتقدم من المعهد العالي للتقنيات والممارسات المصرفية
- خبير في التخطيط المالي والرقابة الإدارية في البنوك من قبل محللين ماليين دوليين
- شهادة الخبرة الجامعية التطوير التنفيذي في إدارة المحافظ الاستثمارية من قبل المحللين الماليين الدوليين

أ. Sastre, Yolanda

- الوكيلة العقارية في منطقة مدريد
- منسقة في قسم المبيعات
- تقنية إدارية
- مصورة فوتوغرافية مستقلة *Freelancer*
- التدريب المهني المتقدم في دراسات السكرتارية الإدارية والتنظيمية
- التدريب المهني العالي في العلاقات العامة الموارد البشرية وتعيين الموظفين
- التدريب المهني العالي في استشارات الصورة الشخصية والطب التجميلي

مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

للمجستير المتقدم في الإدارة العليا للشركات العقارية تأثير إيجابي على الطالب منذ اليوم الأول. يوفر البرنامج المهارات والمعرفة اللازمة لإدارة الشركات العقارية بنجاح، من خلال التدريب الصارم وفي طبيعة اتجاهات السوق. يكتسب الطلاب الأدوات اللازمة لقيادة المشاريع العقارية بكفاءة واستدامة، من خلال نهج تجاري ورؤية استراتيجية تسمح لهم بمواجهة تحديات سوق العقارات الحالي. بالإضافة إلى ذلك، يتيح تنسيق البرنامج عبر الإنترنت مرونة كبيرة وقابلية للتكيف مع احتياجات كل طالب.

أكمل هذا الماجستير المتقدم وقم بتطبيق أكثر
تقنيات الإدارة تقدمًا في قطاع العقارات في حياتك
المهنية. لا تنتظر أكثر من ذلك وقم بالتسجيل"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ فالتطوير المهني الممتاز في انتظارك

احصل على فرص مهنية جديدة
وحقق أهدافك مع الماجستير
المتقدم في الإدارة العليا
للشركات العقارية.

الماجستير المتقدم في الإدارة العليا في العقارات من TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج مكثف يعد الطلاب لمواجهة التحديات وقرارات الأعمال، على الصعيدين الوطني والدولي. هدفها الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني. المساعدة على تحقيق النجاح. لهذا السبب، سيجد أولئك الذين يرغبون في تحسين أنفسهم وتحقيق تغيير إيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل مكانهم في TECH.

طور مهاراتك الإدارية والقيادية
في قطاع العقارات مع هذا
الماجستير المتقدم من TECH.

وقت التغيير



نوع التغيير



زيادة الرواتب

يفترض تحقيق هذا البرنامج لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 25,66%



المزايا لشركتك

عند الانتهاء من هذا البرنامج، يكتسب الطالب رؤية عالمية لقطاع العقارات ويطور المهارات القيادية والإدارية اللازمة لقيادة مؤسساته. بالإضافة إلى ذلك، يتكون أعضاء هيئة التدريس من خبراء معترف بهم في هذا القطاع، مما يضمن حصول الطالب على معرفة محدثة وذات صلة.





سيسمح لك التوجيه المحترف لهذا البرنامج بتطبيق
كل ما تم تعلمه من اليوم الأول في شركتك"

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

رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

01

الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

02

وكلاء البناء للتغيير

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

03

زيادة إمكانيات التوسع الدولي

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

04

تطوير مشاريع شخصية

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

05

تعزيز القدرة التنافسية

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

06



12 المؤهل العلمي

سيقوم الماجستير المتقدم في الإدارة العليا للشركات في القطاع العقاري هو برنامج دائم للتدريب والتحديث المهني. وتتمتع الجامعة بمناهج دراسية عالية معتمدة من TECH الجامعة التكنولوجية ومناهجها الدراسية هي الأكثر اكتمالاً على الساحة الأكاديمية الدولية.

سيسمح عمق واتساع محتوياته، بعد اجتياز التقييمات، بمنح شهادتين جامعتين. بالإضافة إلى الماجستير المتقدم في الإدارة العليا للشركات في القطاع العقاري، وشريطة استيفاء شروط الالتحاق، سيحصل الطلاب على ماجستير معتمد مع الاعتراف بصلاحية الدراسات الرسمية (RVOE) من قبل وزارة التعليم العام المكسيكية (SEP): الماجستير في إدارة الأعمال. ماجستير إدارة الأعمال.

تم دمج الخطة الدراسية لماجستير المعتمد هذا في النظام التعليمي المكسيكي الرسمي، وهو الماجستير في إدارة الأعمال برقم تسجيل (20211207): RVOE. للقبول في الماجستير المعتمد، يجب أن يكون الطلاب قد حصلوا على درجة الإجازة أو ما يعادلها في مجال الإدارة أو المحاسبة أو الاقتصاد أو التسويق أو العلاقات العامة أو التجارة أو المالية.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن المعرفة والمهارات المكتسبة خلال هذا المسار الأكاديمي الشامل للغاية ستتمكن الطلاب من التقدم لشغل وظائف ذات أجور جيدة ومسؤولة في عالم العمل. عند التخرج، سيتمكن المهنيون الذين يستوفون شروط الالتحاق بالبرنامج الرسمي من الوصول إلى مستوى الدكتوراه من خلال تعزيز مسيرتهم المهنية الجامعية.

احصل على شهادتين جامعتين مع برنامج الماجستير
المتقدم هذا وتقدم خطوة للأمام في حياتك المهنية



تحتوي درجة الماجستير المتقدم في الإدارة العليا لشركات القطاع العقاري على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائثة في السوق.

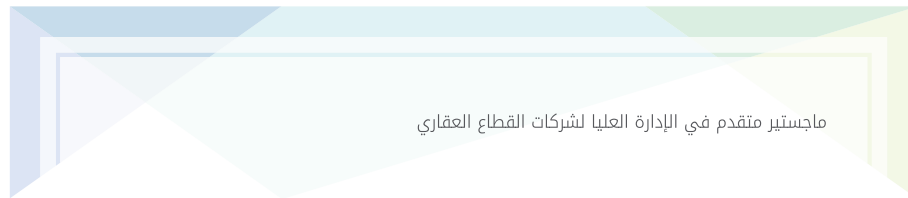
بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل الماجستير المتقدم الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

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 لشركات القطاع العقاري

طريقة: عبر الإنترنت

مدة : سنتين



ماجستير متقدم في الإدارة العليا لشركات القطاع العقاري

التوزيع العام للخطة الدراسية

الدرجة	المادة	عدد الساعات	الدرجة	المادة	عدد الساعات
1 ^o	المبادئ والمفاهيم والمسؤولية الاجتماعية للشركة	150	إحدى	إدارة العمليات العقارية: البيع والشراء	2 ^o
1 ^o	إدارة المبيعات والتسويق الاستراتيجي والتخصصات الموسمية	150	إحدى	إدارة أنظمة المعلومات	2 ^o
1 ^o	التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية	150	إحدى	المبادئ التسويقية والإعلان والإدارة التجارية	2 ^o
1 ^o	إدارة الفرز وإدارة المواهب	150	إحدى	التجارة الإلكترونية	2 ^o
1 ^o	إدارة العقول البشري	150	إحدى	التكنولوجيا المتكيفة على المنصات Real Estate	2 ^o
1 ^o	إدارة العلاقات والعملاء	150	إحدى	مفاهيم أنظمة الجغرافيا والمعلومات في التخصصات المهنية الدولية	2 ^o
1 ^o	الاستثمار العقاري: التحليل المالي وإدارة التروات	150	إحدى	التصميم والتسويق العقاري	2 ^o
1 ^o	إدارة العمليات والخدمات المؤسسية	150	إحدى	التطوير العقاري: البناء والتجديد	2 ^o
1 ^o	الابتكار وإدارة المشاريع	150	إحدى	الهيئة المهنية المهني التصميم الداخلي والتصميم الخارجي	2 ^o
1 ^o	إدارة العمليات العمالية المتأدر	150	إحدى	مفاهيم التخطيط العمالي	2 ^o



شهادة تخرج

هذه الشهادة مملوثة إلى

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم
لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير متقدم

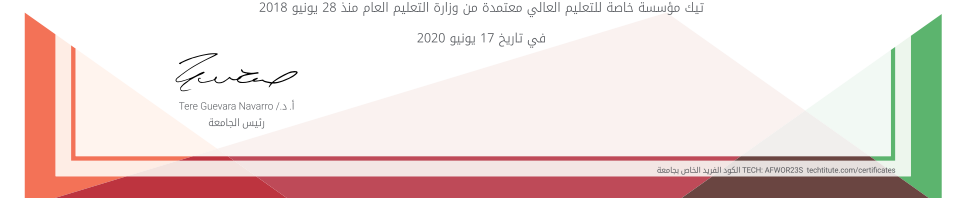
في

الإدارة العليا لشركات القطاع العقاري

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





ماجستير متقدم الادارة العليا لشركات القطاع العقاري

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

ماجستير متقدم الإدارة العليا لشركات القطاع العقاري