

ماجستير متقدم إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير متقدم إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة

« طريقة التدريس: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: سنتين

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-technology-project-management-company

الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	المنهجية	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	صفحة 58		صفحة 30		صفحة 22		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	العلف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 94		صفحة 70		صفحة 66		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 102		صفحة 98				

كلمة الترحيب

يعتمد نجاح الشركة إلى حد كبير على المشاريع التي تقوم بها، وبالتالي، لكي تنجح هذه المشاريع، يجب أن تدار بشكل صحيح. في المجال التكنولوجي، تكون المتطلبات في المجال التكنولوجي أعلى من ذلك لأنها بيئة معقدة ومتغيرة، لذلك من الضروري أن يكون المهنيون في هذا القطاع قادرين على التكيف مع هذه التغييرات. تم إنشاء هذا البرنامج في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة لتدريبك على إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة. إن المحتوى عالي الجودة، الذي يتم تحديثه بأخر الأخبار، هو الأساس الذي سيسمح لك بتطوير مهاراتك في هذا المجال وتصبح رائداً حقيقياً. بالإضافة إلى ذلك، تتضمن الشهادة الجامعية صفوف دراسية متقدمة بقيادة خبير دولي حقيقي.



ماجستير متقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة
TECH الجامعة التكنولوجية

في هذا الماجستير المتقدم سيكون تحت تصرفك
صفوف دراسية متقدمة، يقوده مدير دولي مشهور
ذو خبرة واسعة في مجال المشاريع التكنولوجية"



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.

من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

95%

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 لمستقبلهم.



+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.

اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات

+500

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 للطالب وقدرته على طرح الأسئلة ومهارات حل المشكلات ومهارات التعامل مع الآخرين.

التميز الأكاديمي



في جامعة TECH يتم توفير أفضل منهجية تعلم عبر الإنترنت للطالب. 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، فتخر حاليًا بحفظة 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 وحدثية 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 تحدٍ 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:

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

01

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 تطوراً وظيفياً إيجابياً في أقل من عامين.

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

02

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.

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

03

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.

تحمل مسؤوليات جديدة

04

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 TECH التكنولوجية تربط طلابها لتحقيق أقصى قدر من الفرص. الطلاب الذين لديهم نفس الاهتمامات والرغبة في النمو. لذلك، يمكن مشاركة الشركات 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

من خلال هذا البرنامج الجامعي، سيكتسب الخريجون فهماً متيناً في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة. كما سيكتسبون أيضاً مجموعة واسعة من المهارات اللازمة لإعداد المقترحات، بدءاً من تصورها وحتى عملية تنفيذها. بهذه الطريقة، سيحصل المهنيون على الموارد التي يحتاجونها لتحقيق قفزة في مساهمهم المهني والانتقال به إلى المستوى التالي.

ستنفذ مشاريع تكنولوجية مبتكرة ستعمل من خلالها على تحسين القدرة التنافسية لمؤسستك"



تحتضن TECH أهداف طلابها نحن نعمل معاً لتحقيقها

سيتيح الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة للطلاب ما يلي:

01

التعرف على أحدث الاتجاهات في إدارة الأعمال مع مراعاة البيئة العالمية التي تحكم معايير الإدارة العليا

02

تطوير المهارات القيادية الرئيسية التي يجب أن تحدد المهنيين النشطين

03

وضع استراتيجيات لمنع القرار في بيئة معقدة وغير مستقرة

04

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

05

العمل بشكل أكثر فعالية ومرونة وتوافقاً مع التقنيات والأدوات الجديدة اليوم



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

08

تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة لتحسين الإدارة وكفاءة الأعمال

06

تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مختلف مجالات الشركة

09



تنفيذ استراتيجية التسويق marketing التي تسمح بجعل المنتج معروفًا للعملاء
المحتملين وتكوين صورة مناسبة للشركة

10

اكتساب مهارات الاتصال اللازمة لقائد الأعمال لضمان سماع رسالته وفهمها
بين أفراد مجتمعه

07

11

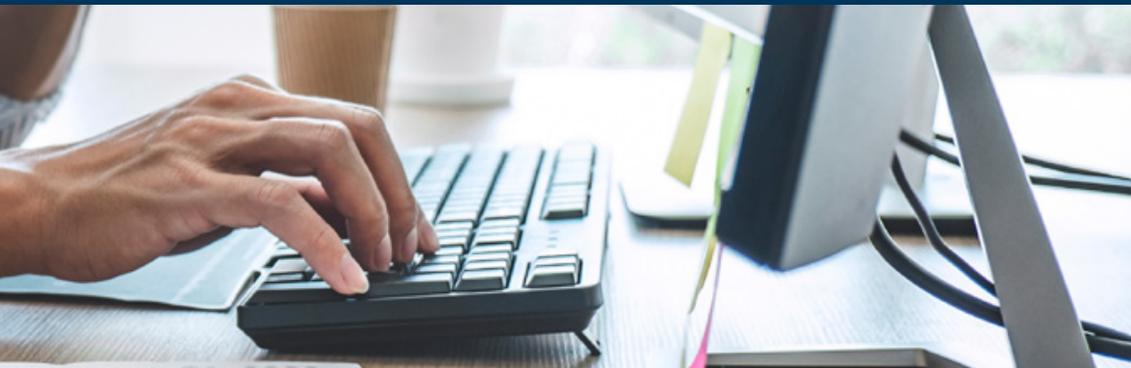
إنشاء استراتيجيات مبتكرة حسب المشاريع المختلفة

14

لزيادة قابلية توظيف المهنيين الذين يدرسون الماجستير هذ

12

وضع المبادئ التوجيهية المناسبة لتكيف الشركة مع المجتمع المتغير



13

اقتراح نموذج عمل ديناميكي يدعم نموه في الموارد غير الملموسة

15

قم بتحسين مستوى الراتب الذي يتقاضاه المحترفون عندما يتعلق الأمر بالحصول على هذه الشهادة

معرفة كيفية العمل بشكل أكثر فعالية ومرونة ومواءمة
مع التقنيات والأدوات الجديدة

18

تحسين إدارة الأفراد والفرق عالية الأداء

16

تعرف على الجوانب القانونية الرئيسية عند كتابة عقد مشروع

19

تعرف على أفضل الممارسات للتأكد من أن الفريق ليس مشاركاً
فحسب بل ملتزماً بنفسه

20

تعلم كيفية إدارة الأعمال والعمل والأشخاص في بيئات الغموض العالية

17



21

فهم أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات كجزء أساسي من أي مشروع

24

تطوير محاضر تأسيس المشاريع التكنولوجية

22

معرفة كيفية ترتيب الأولويات وتأخير المشاريع والأفكار داخل المنظمة

25

القيام بالرقابة الشاملة على جميع المشاريع

23

تنمية المهارات والقدرات اللازمة لاتخاذ القرارات في جميع أنواع المشاريع، ولا سيما في السياقات والبيئات التكنولوجية المتعددة التخصصات



إعطاء أهمية لجودة المشاريع

28

معرفة كيفية تقدير الوقت في كل عملية من عمليات تصميم المشروع وتطويره

26

فهم تكلفة الفشل في تلبية جودة المشروع

29

إجراء ضوابط الجودة في كل مرحلة من مراحل المشروع

30

تقييم العمليات وتقدير تكلفة تطوير المشروع التكنولوجي

27



الكفاءات

بعد الانتهاء من هذه الشهادة الجامعية، سيكون الخريجون مستعدين لقيادة المشاريع التكنولوجية المعقدة، بدءاً من مرحلة التصور وحتى التنفيذ. بهذه الطريقة، سيضمن المحترفون تحقيق الأهداف والمواعيد النهائية على حد سواء. في المقابل، سيتقن الخبراء أحدث الاتجاهات التكنولوجية ذات الصلة بالصناعة. سيتيح ذلك للشركات اكتساب ميزة تنافسية مهمة وتطوير مشاريع متطورة.



طوّر نفسك في مجال مزدهر من خلال اكتساب المهارات التي تحتاجها للنجاح في مكان العمل. قم بالتسجيل الآن"



01

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

02

القيام بالرقابة الاقتصادية والمالية للشركة

03

التعامل مع الأدوات والأساليب لمعالجة البيانات واستخدامها بشكل أفضل، لتقديم نتائج مفهومة للمستلم النهائي

04

تنفيذ مفاتيح نجاح إدارة البحث والتطوير في المؤسسات

05

تطبيق الاستراتيجيات الأنسب للمراهنة على التجارة الإلكترونية لمنتجات الشركة



فهم العلاقة بين استراتيجية الأعمال والمحافظ والبرامج والمشاريع

08

تطوير وقيادة خطط التسويق

06

تعلم كيفية إدارة الشركات في بيئات عالية الشك

09

إدارة أفضل للوقت الشخصي ووقت الآخرين

10

اكتساب فهم مالي للشركة

07



11

فهم العلاقة بين النطاق والوقت والتكلفة

14

تعلم كيفية أداء المهام بطريقة رشيدة، وتقليل الوقت وإلغاء المهام التي لا تضيف قيمة

12

تعلم كيفية التواصل في بيئات التغيير وبيئات الأزمات

15

التعرف على كيفية تحليل بيان الدخل للشركات

13

فهم كيفية إدارة فريق عالي الأداء



فهم مفاتيح نجاح إدارة البحث والتطوير في المؤسسات

18

فهم المؤشرات المالية الرئيسية للمنظمات

16

حساب جدوى المشروع قبل تنفيذه

19

تحديد التكاليف المباشرة وغير المباشرة المرتبطة بأي نشاط تجاري

20

تصميم وتنفيذ هيكل PMO داخل المنظمة

17



إدارة مشاريع التكنولوجيا بنجاح لتحقيق أهداف الأعمال التجارية

21

مراجعة نوعية كل عملية من العمليات المنفذة في تصميم المشروع

22

تطبيق أنظمة ومعايير محددة للممارسات الجيدة لإدارة مشاريع التكنولوجيا

23

تنفيذ عملية رصد أعمال المشاريع التكنولوجية ومراقبة جودتها

24

إدارة نطاق المشاريع التكنولوجية

25



فهم الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة موارد المشاريع التقنية وتنفيذها

28

تقدير مدة المشاريع وإدارتها على النحو المناسب

26

تطبيق اتجاهات جديدة في مجال الاتصال

29



تطبيق كود الأخلاقيات في إدارة المشاريع التكنولوجية

30

فهم الموارد البشرية والمادية اللازمة لتنفيذ المشروع

27

الهيكل والمحتوى

تتألف هذه الخطة الدراسية من 29 وحدة دراسية كاملة ومحدثة، وستزود الطلاب بالكفاءات اللازمة لتخطيط وتنفيذ ومراقبة المشاريع التكنولوجية، لذلك، سيتعمق البرنامج الجامعي في عوامل مثل الإدارة الاقتصادية والمالية أو المنهجيات الرشيدة أو إدارة الموارد. بالإضافة إلى ذلك، سيوفر التدريب للطلاب استراتيجيات الشركات الأكثر فعالية لضمان نمو الشركات.



مع هذا الماجستير المتقدم، ستكتسب المهارات
والكفاءات المطلوبة للتفوق في قطاع الأعمال"



خطة الدراسة

يُعد الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة في TECH الجامعة التكنولوجية برنامجاً مكثفاً يُؤهلك لمواجهة تحديات الأعمال والقرارات على الصعيدين الوطني والدولي. يهدف محتواه إلى تشجيع تطوير الكفاءات الإدارية التي تسمح باتخاذ قرارات أكثر دقة في بيئات غير مؤكدة.

على مدار 3,600 ساعة من الدراسة، ستقوم بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي، مما يحقق لك تعلماً سياقياً سيكون ذا فائدة كبيرة في ممارستك اليومية. بالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

يتناول هذا الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة بشكل متعمق مجالات مختلفة في الشركة وهو مصمم للمديرين لفهم إدارة المشاريع التكنولوجية من منظور استراتيجي ودولي وابتكاري.

وهو مخطط مصمم ليناسب الأهداف المهنية للطلاب، وموجه نحو التطوير والتدريب للتفوق في مجال إدارة الأعمال والإدارة. سيتم تكييف المنهج الدراسي مع احتياجات رواد الأعمال وشركاتهم، حيث سيقدم محتوى مبتكرًا يعتمد على أحدث الاتجاهات، مدعومًا بمنهجية تعليمية من الدرجة الأولى، وإعادة التعلم (المعروفة بـ Relearning)، وهيئة تدريس استثنائية.

تم تطوير هذا البرنامج على مدى 24 شهر وينقسم إلى 29 وحدات:

الوحدة 1	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة
الوحدة 2	التوجه الاستراتيجي والإدارة Management التنفيذية
الوحدة 3	إدارة الأفراد وإدارة المواهب
الوحدة 4	الإدارة الاقتصادية والمالية
الوحدة 5	إدارة العمليات واللوجستيات
الوحدة 6	إدارة نظم المعلومات
الوحدة 7	الإدارة التجارية والتسويق وشركات الاتصال
الوحدة 8	أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية
الوحدة 9	الابتكار وإدارة المشاريع
الوحدة 10	Management مدير
الوحدة 11	الإدارة الاستراتيجية للمشاريع
الوحدة 12	نطاق المشروع وجدوله الزمني
الوحدة 13	الإدارة الاقتصادية للمشروع
الوحدة 14	التعاقد وجودة المشروع
الوحدة 15	إدارة الموارد البشرية

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية تطوير هذا الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة بطريقة إلكترونية بالكامل. خلال 24 شهر من التخصص، ستتمكن من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما يتيح لك إدارة وقت الدراسة بنفسك.

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

الوحدة 16	التنظيم والمشاريع المبتكرة
الوحدة 17	المنهجيات المرنة
الوحدة 18	مكتب ادارة المشروع (PMO)
الوحدة 19	إدارة مخاطر المشروع
الوحدة 20	مقدمة عن تمويل المشروع
الوحدة 21	مقدمة في تصميم وإدارة مشاريع التكنولوجيا وإدارة تكامل المشاريع التكنولوجية
الوحدة 22	إدارة نطاق المشاريع التكنولوجية
الوحدة 23	إدارة الوقت في المشاريع التكنولوجية
الوحدة 24	إدارة تكاليف في المشاريع التكنولوجية
الوحدة 25	إدارة الجودة المشاريع التكنولوجية
الوحدة 26	إدارة الموارد في المشاريع التكنولوجية
الوحدة 27	الاتصالات وإدارة Stakeholders في مشاريع التكنولوجيا
الوحدة 28	إدارة المشتريات للمشاريع التكنولوجية
الوحدة 29	شهادة PMP® أو CAPM® والرمز الأخلاقي. الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة وقيادة المشاريع التكنولوجية

الوحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

<p>4.1. التنمية الإدارية والقيادة</p> <p>1.4.1 مفهوم التنمية الإدارية</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. Cross Cultural Management</p> <p>1.3.1 مفهوم Cross Cultural Management</p> <p>2.3.1 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية</p> <p>3.3.1 إدارة التنوع</p>	<p>2.1. القيادة</p> <p>1.2.1 القيادة. النهج المفاهيمي</p> <p>2.2.1 القيادة في الشركات</p> <p>3.2.1 أهمية قائد هيكل إدارة الشركة</p>	<p>1.1. العولمة والحوكمة</p> <p>1.1.1 الحوكمة وحوكمة الشركات</p> <p>2.1.1 أساسيات حوكمة الشركات في الشركات</p> <p>3.1.1 دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات</p>
<p>8.1. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة</p> <p>1.8.1 المسؤولية الاجتماعية للشركات: 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 الأخلاق والأخلاقيات</p> <p>2.5.1 أخلاقيات الأعمال التجارية</p> <p>3.5.1 القيادة والأخلاقيات في الشركة</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 المتعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>2.9.1 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي</p> <p>3.9.1 الصكوك القانونية للشركات المتعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p>

<p>4.2 التفكير الاستراتيجي 1.4.2 الشركة كنظام 2.4.2 مفهوم المنظمة</p>	<p>3.2 التخطيط والصياغة الاستراتيجية 1.3.2 الإطار المفاهيمي 2.3.2 عناصر التخطيط الاستراتيجي 3.3.2 صياغة إستراتيجية: عملية التخطيط الاستراتيجي</p>	<p>2.2 استراتيجية الشركة 1.2.2 استراتيجية الشركات التنافسية 2.2.2 استراتيجيات النمو: أنواع 3.2.2 الإطار المفاهيمي</p>	<p>1.2 التحليل والتصميم التنظيمي 1.1.2 الإطار المفاهيمي 2.1.2 العوامل الرئيسية في التصميم التنظيمي 3.1.2 نماذج المؤسسات الأولية 4.1.2 التصميم التنظيمي: الأنواع</p>
<p>8.2 استراتيجية تنافسية 1.8.2 الميزة التنافسية 2.8.2 اختيار استراتيجية تنافسية 3.8.2 الإستراتيجيات حسب نموذج الساعة الإستراتيجي 4.8.2 أنواع الإستراتيجيات حسب دورة حياة القطاع الصناعي</p>	<p>7.2 النماذج والأنماط الإستراتيجية 1.7.2 الإطار المفاهيمي 2.7.2 النماذج الاستراتيجية 3.7.2 الأنماط الإستراتيجية: الخمسة P's للإستراتيجية</p>	<p>6.2 التخطيط والاستراتيجية 1.6.2 خطة إستراتيجية ما 2.6.2 التوقع الاستراتيجي 3.6.2 الإستراتيجية في الشركة</p>	<p>5.2 التشخيص المالي 1.5.2 مفهوم التشخيص المالي 2.5.2 مراحل التشخيص المالي 3.5.2 طرق تقييم التشخيص المالي</p>
<p>12.2 الاتصال الاستراتيجي 1.12.2 التواصل بين الأشخاص 2.12.2 مهارات الاتصال والتأثير 3.12.2 الاتصال الداخلي 4.12.2 عوائق الاتصالات التجارية</p>	<p>11.2 Management مدير 1.11.2 الإطار المفاهيمي Management الإداري 2.11.2 Management الإداري. دور مجلس إدارة أدوات إدارة الشركات</p>	<p>10.2 تنفيذ الإستراتيجية 1.10.2 أنظمة المؤشرات ونهج العمليات 2.10.2 الخريطة الإستراتيجية 3.10.2 التوافق الاستراتيجي</p>	<p>9.2 الإدارة الاستراتيجية 1.9.2 مفهوم الإستراتيجية 2.9.2 عملية الإدارة الإستراتيجية 3.9.2 مناهج الإدارة الإستراتيجية</p>

الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

<p>4.3. تطور الموارد. رؤية متكاملة</p> <p>1.4.3. أهمية الموارد البشرية</p> <p>2.4.3. بيئة جديدة لإدارة وتوجيه الأفراد</p> <p>3.4.3. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p>	<p>3.3. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p> <p>1.3.3. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p> <p>2.3.3. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p>	<p>2.2. الأشخاص في المنظمات</p> <p>1.2.3. جودة الحياة العملية والرفاهية النفسية</p> <p>2.2.3. فرق العمل وإدارة الاجتماعات</p> <p>3.2.3. التدريب وإدارة الفريق</p> <p>4.2.3. إدارة المساواة والتنوع</p>	<p>1.1. السلوك التنظيمي</p> <p>1.1.3. السلوك التنظيمي. الإطار المفاهيمي</p> <p>2.1.3. العوامل الرئيسية للسلوك التنظيمي</p>
<p>8.3. تنظيم المعلومات</p> <p>1.8.3. نظريات التعلم</p> <p>2.8.3. الكشف عن المواهب والحفاظ عليها</p> <p>3.8.3. التلعيب وإدارة الموهبة</p> <p>4.8.3. التدريب والتقدم المهني</p>	<p>7.3. تقييم الأداء وإدارة الأداء</p> <p>1.7.3. إدارة الأداء</p> <p>2.7.3. إدارة الأداء: عملية ونظام</p>	<p>6.3. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات</p> <p>1.6.3. التحليل المحتمل</p> <p>2.6.3. سياسة المكافآت</p> <p>3.6.3. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p>	<p>5.3. الاختيار وديناميكيات المجموعة وتوظيف الموارد البشرية</p> <p>1.5.3. منهج التوظيف والاختيار</p> <p>2.5.3. التوظيف</p> <p>3.5.3. عملية الاختيار</p>
<p>21.3. Employer Branding</p> <p>1.21.3. Employer branding للموارد البشرية</p> <p>2.21.3. Personal Branding لموظفي الموارد البشرية</p>	<p>11.3. تحفيز</p> <p>1.11.3. طبيعة الدافع</p> <p>2.11.3. نظرية التوقعات</p> <p>3.11.3. نظريات الحاجات</p> <p>4.11.3. الدافع والتعويض المالي</p>	<p>10.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد</p> <p>1.10.3. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية</p> <p>2.10.3. تحديد المواهب والتدريب والتطوير</p> <p>3.10.3. الولاء والاحتفاظ</p> <p>4.10.3. المبادرة والابتكار</p>	<p>9.3. إدارة الموهبة</p> <p>1.9.3. مفاتيح للإدارة الإيجابية</p> <p>2.9.3. الأصل المفاهيمي للموهبة وأثرها في الشركة</p> <p>3.9.3. خريطة المواهب في المنظمة</p> <p>4.9.3. التكلفة والقيمة المضافة</p>
<p>16.3. إدارة التغيير</p> <p>1.16.3. إدارة التغيير</p> <p>2.16.3. أنواع عملية إدارة التغيير</p> <p>3.16.3. فترات أو مراحل في إدارة التغيير</p>	<p>15.3. إدارة الوقت</p> <p>1.15.3. الفوائد</p> <p>2.15.3. ما هي الأسباب التي يمكن أن تكون أسباب سوء إدارة الوقت؟</p> <p>3.15.3. الوقت</p> <p>4.15.3. أوهام الزمن</p> <p>5.15.3. الانتباه والذاكرة</p> <p>6.15.3. الحالة الذهنية</p> <p>7.15.3. إدارة الوقت</p> <p>8.15.3. النشاط الاستباقي</p> <p>9.15.3. الوضوح بشأن الهدف</p> <p>10.15.3. ترتيب</p> <p>11.15.3. المخطط</p>	<p>14.3. تطوير الكفاءة الإدارية</p> <p>1.14.3. ما هي الكفاءات الإدارية؟</p> <p>2.14.3. عناصر الكفاءات</p> <p>3.14.3. معرفة</p> <p>4.14.3. مهارات الإدارة</p> <p>5.14.3. المواقف والقيم لدى المديرين</p> <p>6.14.3. مهارات الإدارة</p>	<p>13.3. تطوير فرق عمل عالية الأداء</p> <p>1.13.3. فرق عالية الأداء: فرق تدار ذاتيا</p> <p>2.13.3. منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء</p>

<p>20.3 إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها 1.20.3 الإنتاجية 2.20.3 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</p>	<p>19.3 إدارة الموارد البشرية وفرق الصحة والسلامة المهنية 1.19.3 إدارة الموارد البشرية والفرق 2.19.3 الوقاية من المخاطر المهنية</p>	<p>18.3 الاتصالات الإدارية 1.18.3 التواصل الداخلي والخارجي في مجال الأعمال 2.18.3 أقسام الاتصال 3.18.3 مدير الاتصالات بالشركة. ملف تعريف ديركوم</p>	<p>17.3 التفاوض وإدارة النزاعات 1.17.3 التفاوض 2.17.3 إدارة الصراعات 3.17.3 إدارة الأزمات</p>
<p>24.3 تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي 1.24.3 السياق الاجتماعي والاقتصادي 2.24.3 أشكال جديدة من تنظيم الأعمال 3.24.3 منهجيات جديدة</p>	<p>23.3 إدارة المعرفة والموهبة 1.23.3 إدارة المعرفة والموهبة 2.23.3 تنفيذ إدارة معارف</p>	<p>22.3 الابتكار في إدارة المواهب والأفراد 2 1.22.3 الابتكار في المنظمات 2.22.3 التحديات الجديدة التي تواجه قسم الموارد البشرية 3.22.3 إدارة الابتكار 4.22.3 أدوات للتقييم</p>	<p>21.3 التعويض المادي مقابل غير المادي 1.21.3 التعويض المالي مقابل غير المالي 2.21.3 نماذج نطاقات الأجور 3.21.3 نماذج التعويض غير النقدي 4.21.3 نماذج العمل 5.21.3 مجتمع الشركات 6.21.3 صورة الشركة 7.21.3 راتب عاطفي</p>

الوحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

<p>4.4 من المحاسبة العامة إلى محاسبة التكاليف 1.4.4 عناصر حساب التكاليف 2.4.4 المصاريف في المحاسبة العامة ومحاسبة التكاليف 3.4.4 تصنيف التكاليف</p>	<p>3.4 المحاسبة الإدارية 1.3.4 مفاهيم أساسية 2.3.4 أصول الشركة 3.3.4 التزامات الشركة 4.3.4 الميزانية الرئيسية للشركة 5.3.4 كشف الدخل</p>	<p>2.4 مالية الشركة 1.2.4 مصادر التمويل 2.2.4 أنواع تكاليف التمويل</p>	<p>1.4 البيئة الاقتصادية 1.1.4 بيئة الاقتصاد الكلي والنظام المالي الوطني 2.1.4 المؤسسات المالية 3.1.4 الأسواق المالية 4.1.4 الأصول المالية 5.1.4 الجهات الأخرى في القطاع المالي</p>
<p>8.4 المسؤولية الضريبية للشركات 1.8.4 المفاهيم الضريبية الأساسية 2.8.4 ضريبة الشركات 3.8.4 ضريبة القيمة المضافة 4.8.4 الضرائب الأخرى المتعلقة بالنشاط التجاري 5.8.4 الشركة كميسر لعمل الدولة</p>	<p>7.4 إدارة الخزينة 1.7.4 صندوق المناورات المحاسبية والمناورات اللازمة 2.7.4 حساب الاحتياجات التشغيلية للأموال 3.7.4 Credit management</p>	<p>6.4 مراقبة الميزانية والإدارة 1.6.4 نموذج الميزانية 2.6.4 الميزانية الرأسمالية 3.6.4 الميزانية التشغيلية 4.6.4 ميزانية الخزينة 5.6.4 تتبع الميزانية</p>	<p>5.4 نظم المعلومات Business Intelligence والتصنيف 1.5.4 الأساسيات والتصنيف 2.5.4 مراحل وطرق تقاسم التكلفة 3.5.4 اختيار مركز التكلفة والتأثير</p>

<p>12.4. الاستراتيجية المالية للشركة 1.12.4. استراتيجية الشركة ومصادر التمويل 2.12.4. منتجات تمويل الشركات</p>	<p>11.4. والتخطيط المالي 1.11.4. تعريف التخطيط المالي 2.11.4. الإجراءات التي يجب اتخاذها في التخطيط المالي 3.11.4. إنشاء استراتيجية الأعمال 4.11.4. جدول Cash Flow 5.11.4. الجدول الحالي</p>	<p>10.4. الإدارة المالية 1.10.4. القرارات المالية للشركة 2.10.4. قسم المالية 3.10.4. الفوائض النقدية 4.10.4. المخاطر المرتبطة بالإدارة المالية 5.10.4. إدارة مخاطر الإدارة المالية</p>	<p>9.4. أنظمة المراقبة المؤسسية 1.9.4. تحليل القوائم المالية 2.9.4. الميزانية العمومية للشركة 3.9.4. حساب الربح والخسارة 4.9.4. بيان التدفقات النقدية 5.9.4. التحليل النسبي</p>
<p>16.4. التحليل المالي والتخطيط 1.16.4. تحليل الميزانية العمومية 2.16.4. تحليل قائمة الدخل 3.16.4. التحليل الربحي</p>	<p>15.4. أسواق المال ورأس المال 1.15.4. سوق المال 2.15.4. سوق الدخل الثابت 3.15.4. سوق الدخل المتغير 4.15.4. سوق الصرف الأجنبي 5.15.4. سوق المشتقات</p>	<p>14.4. التمويل الاستراتيجي 1.14.4. التمويل الذاتي 2.14.4. زيادة الأموال الخاصة 3.14.4. الموارد الهجينة 4.14.4. التمويل عن طريق الوسطاء</p>	<p>13.4. سياق الاقتصاد الكلي 1.13.4. سياق الاقتصاد الكلي 2.13.4. المؤشرات الاقتصادية ذات الصلة 3.13.4. آليات السيطرة على أحجام الاقتصاد الكلي 4.13.4. الدورات الاقتصادية</p>
<p>17.4. تحليل وحل الحالات/ المشاكل 1.17.4. المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج S.A. (INDITEX)</p>			

الوحدة 5. إدارة العمليات واللوجستيات

<p>4.5. هيكل وأنواع التوريد 1.4.5. وظيفة التوريد 2.4.5. إدارة التوريد 3.4.5. أنواع المشتريات 4.4.5. كفاءة إدارة المشتريات للشركة 5.4.5. خطوات عملية اتخاذ قرار الشراء</p>	<p>3.5. هيكل الإنتاج وأنواعه (Make to Order, Make to Stock, Assemble to Order, Engineer to Order إلى آخره) 1.3.5. نظام الإنتاج 2.3.5. استراتيجية الإنتاج 3.3.5. نظام إدارة المخزون 4.3.5. مؤشرات الإنتاج</p>	<p>2.5. التنظيم الصناعي واللوجستي 1.2.5. قسم التنظيم الصناعي 2.2.5. قسم الخدمات اللوجستية</p>	<p>1.5. إدارة وتنظيم العمليات 1.1.5. دور العمليات 2.1.5. تأثير العمليات على إدارة الأعمال 3.1.5. مقدمة في استراتيجية العمليات 4.1.5. إدارة العمليات</p>
<p>8.5. أنماط سلسلة التوريد 1.8.5. سلسلة التوريد 2.8.5. فوائد إدارة سلسلة التوريد 3.8.5. إدارة الخدمات اللوجستية في سلسلة التوريد</p>	<p>7.5. إدارة المشتريات الإستراتيجية 1.7.5. استراتيجية العمل 2.7.5. التخطيط الاستراتيجي 3.7.5. استراتيجية الشراء</p>	<p>6.5. التحكم في عمليات المستودعات 1.6.5. مراقبة المخزون 2.6.5. نظام الموقع 3.6.5. تقنيات إدارة المخزون 4.6.5. نظام التخزين</p>	<p>5.5. السيطرة الاقتصادية على المشتريات 1.5.5. التأثير الاقتصادي للمشتريات 2.5.5. مركز تقييم الكلفة 3.5.5. الميزانية 4.5.5. الميزانية مقابل الإنفاق الفعلي 5.5.5. أدوات مراقبة الميزانية</p>

<p>12.5 . ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية: مؤشر الأداء</p> <p>1.12.5 . سلسلة لوجستية</p> <p>2.12.5 . ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية</p> <p>3.12.5 . مؤشرات ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية</p>	<p>11.5 . التكاليف اللوجستية</p> <p>1.11.5 . التكاليف اللوجستية</p> <p>2.11.5 . مشاكل التكاليف اللوجستية</p> <p>3.11.5 . تحسين التكاليف اللوجستية</p>	<p>10.5 . تفاعلات أنماط سلسلة التوريد مع جميع المجالات</p> <p>1.10.5 . تفاعل سلسلة التوريد</p> <p>2.10.5 . تفاعل سلسلة التوريد. تكامل اجزاء</p> <p>3.10.5 . قضايا تكامل سلسلة التوريد</p> <p>4.10.5 . سلسلة التوريد 4.0</p>	<p>9.5 . Supply Chain management</p> <p>1.9.5 . مفهوم إدارة سلسلة التوريد</p> <p>2.9.5 . تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات</p> <p>3.9.5 . أنماط الطلب</p> <p>4.9.5 . استراتيجيات العمليات والتغيير</p>
<p>16.5 . الخدمات اللوجستية الدولية</p> <p>1.16.5 . عمليات التصدير والاستيراد</p> <p>2.16.5 . جمارك</p> <p>3.16.5 . نماذج ووسائل الدفع الدولي</p> <p>4.16.5 . المنصات اللوجستية الدولية</p>	<p>15.5 . اللوجستية والعملاء</p> <p>1.15.5 . تحليل الطلب</p> <p>2.15.5 . توقعات الطلب والمبيعات</p> <p>3.15.5 . تخطيط المبيعات والعمليات</p> <p>4.15.5 . التخطيط التشاركي والتنبؤ والتجديد التعاوني</p>	<p>14.5 . لوجستيات التوزيع والنقل</p> <p>1.14.5 . التوزيع في سلسلة التوريد</p> <p>2.14.5 . النقل والخدمات اللوجستية</p> <p>3.14.5 . نظم المعلومات الجغرافية كدعم للخدمات اللوجستية</p>	<p>13.5 . تنظيم العمليات</p> <p>1.13.5 . إدارة العمليات</p> <p>2.13.5 . النهج القائم على العملية: خريطة العمليات</p> <p>3.13.5 . تحسينات في إدارة العمليات</p>
<p>19.5 . إدارة الجودة</p> <p>1.19.5 . العميل الداخلي والعميل الخارجي</p> <p>2.19.5 . تكاليف الجودة</p> <p>3.19.5 . التحسين المستمر وفلسفة Deming</p>	<p>18.5 . القدرة التنافسية في العمليات</p> <p>1.18.5 . إدارة العمليات</p> <p>2.18.5 . القدرة التنافسية التشغيلية</p> <p>3.18.5 . استراتيجيات العمليات والمزايا التنافسية</p>	<p>17.5 . Outsourcing العمليات</p> <p>1.17.5 . إدارة العمليات والاستعانة بمصادر خارجية Outsourcing</p> <p>2.17.5 . تنفيذ الاستعانة بمصادر خارجية في البيئات اللوجستية</p>	

الوحدة 6. إدارة نظم المعلومات

<p>4.6 إدارة نظم المعلومات</p> <p>1.4.6. حوكمة الشركات في مجال التكنولوجيا ونظم المعلومات</p> <p>2.4.6. هيكل إدارة نظم المعلومات في الشركات</p> <p>3.4.6. المديرون الخبراء في النظم والمعلومات: الأدوار والوظائف</p>	<p>3.6 الاستراتيجية المؤسسية والاستراتيجية التكنولوجية</p> <p>1.3.6. خلق القيمة للعملاء والمساهمين</p> <p>2.3.6. القرارات الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات / تكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.3.6. استراتيجية الشركة مقابل الاستراتيجية التكنولوجية والرقمية</p>	<p>2.6 نظم وتكنولوجيا المعلومات في الشركة</p> <p>1.2.6. تطور نموذج تكنولوجيا المعلومات</p> <p>2.2.6. قسم التنظيم وتكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.2.6. تكنولوجيا المعلومات والبيئة الاقتصادية</p>	<p>1.6 البيئات التكنولوجية</p> <p>1.1.6. التكنولوجيا والعولمة</p> <p>2.1.6. البيئة الاقتصادية والتكنولوجيا</p> <p>3.1.6. البيئة التكنولوجية وتأثيرها على الشركات</p>
<p>8.6 ذكاء الأعمال التجارية الإمبريالية</p> <p>1.8.6. عالم البيانات</p> <p>2.8.6. المفاهيم ذات الصلة</p> <p>3.8.6. الميزات الرئيسية</p> <p>4.8.6. الحلول في السوق الحالية</p> <p>5.8.6. بنية عالمية لحل ذكاء الأعمال</p> <p>6.8.6. الأمن السيبراني في ذكاء الأعمال وعلوم البيانات</p>	<p>7.6 استكشاف المعلومات</p> <p>1.7.6. قواعد البيانات العلائقية. مفاهيم أساسية</p> <p>2.7.6. شبكات الاتصالات</p> <p>3.7.6. نظام التشغيل: نماذج البيانات الموحدة</p> <p>4.7.6. النظام الاستراتيجي: المعالجة التحليلية عبر الإنترنت والنموذج متعدد الأبعاد وdashboards البيانية</p> <p>5.7.6. التحليل الاستراتيجي لقواعد البيانات. تكوين التقارير</p>	<p>6.6 نظم المعلومات لاتخاذ القرارات</p> <p>1.6.6. Business intelligence</p> <p>2.6.6. Data Warehouse</p> <p>3.6.6. بطاقة التهديد المتوازن</p>	<p>5.6 التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات</p> <p>1.5.6. نظم المعلومات واستراتيجية الشركات</p> <p>2.5.6. التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات</p> <p>3.5.6. مراحل التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات</p>
<p>12.6 تطبيقات إدارة الشركات</p> <p>1.12.6. نظم المعلومات وإدارة الشركات</p> <p>2.12.6. تطبيقات لإدارة الشركات</p> <p>3.12.6. أنظمة تخطيط موارد المؤسسات Enterprise Resource Planning</p>	<p>11.6 تخطيط وإدارة مشروع ذكاء الأعمال</p> <p>1.11.6. الخطوات الأولى لتحديد مشروع ذكاء الأعمال</p> <p>2.11.6. حل ذكاء الأعمال للشركة</p> <p>3.11.6. أخذ المتطلبات والأهداف</p>	<p>10.6 أدوات وحلول ذكاء الأعمال BI</p> <p>1.10.6. كيفية اختيار أفضل أداة؟</p> <p>2.10.6. Microsoft Power BI وTableau وMicroStrategy</p> <p>3.10.6. SAP BI, SAS BI وQlikview</p> <p>4.10.6. Prometheus</p>	<p>9.6 مفهوم الأعمال الجديد</p> <p>1.9.6. لماذا ذكاء الأعمال؟</p> <p>2.9.6. الحصول على المعلومات</p> <p>3.9.6. ذكاء الأعمال في مختلف أقسام الشركة</p> <p>4.9.6. أسباب الاستثمار في ذكاء الأعمال</p>
	<p>15.6 Outsourcing تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات</p> <p>1.15.6. الإطار المفاهيمي للمصادر خارجية outsourcing</p> <p>2.15.6. Outsourcing مصادر خارجية لتكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على الأعمال</p> <p>3.15.6. مفاتيح تنفيذ مشاريع المصادر خارجية outsourcing لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات</p>	<p>14.6 التقنيات والاتجاهات</p> <p>1.14.6. الاتجاهات الرئيسية في مجال التكنولوجيا التي تغير نماذج الأعمال</p> <p>2.14.6. تحليل التقنيات الناشئة الرئيسية</p>	<p>13.6 التحولات الرقمية</p> <p>1.13.6. الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي</p> <p>2.13.6. التحول الرقمي؛ العناصر الرئيسية والفوائد والعيوب</p> <p>3.13.6. التحول الرقمي في الشركات</p>

<p>4.7. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>1.4.7. أهداف التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>2.4.7. التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة</p> <p>3.4.7. التجارة الإلكترونية. السياق العام</p> <p>4.4.7. فئات التجارة الإلكترونية</p> <p>5.4.7. مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce مقابل التجارة التقليدية</p>	<p>3.7. إدارة التسويق الاستراتيجي</p> <p>1.3.7. مفهوم التسويق الاستراتيجي</p> <p>2.3.7. مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق</p> <p>3.3.7. مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي</p>	<p>2.7. Marketing</p> <p>1.2.7. مفهوم التسويق</p> <p>2.2.7. عناصر التسويق الأساسية</p> <p>3.2.7. الأنشطة التسويقية للشركة</p>	<p>1.7. الإدارة التجارية</p> <p>1.1.7. الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية</p> <p>2.1.7. استراتيجية الأعمال والتخطيط</p> <p>3.1.7. دور المديرين التجاريين</p>
<p>8.7. التسويق الرقمي لجذب العملاء والاحتفاظ بهم</p> <p>1.8.7. استراتيجيات الولاء والترابط عبر الإنترنت</p> <p>2.8.7. إدارة علاقات الزوار</p> <p>3.8.7. فرط التحزئة</p>	<p>7.7. استراتيجية التسويق الرقمي</p> <p>1.7.7. تحديد استراتيجية التسويق الرقمي</p> <p>2.7.7. أدوات استراتيجية التسويق الرقمي</p>	<p>6.7. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية</p> <p>1.6.7. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية</p> <p>2.6.7. Branded Content & Storytelling</p>	<p>5.7. Managing digital business</p> <p>1.5.7. استراتيجية تنافسية في مواجهة الرقمنة المتزايدة لوسائل الإعلام</p> <p>2.5.7. تصميم وإنشاء خطة تسويق رقمي</p> <p>3.5.7. تحليل عائد الاستثمار في خطة التسويق الرقمي</p>
<p>12.7. استراتيجيات المبيعات</p> <p>1.12.7. استراتيجيات المبيعات</p> <p>2.12.7. طرق البيع</p>	<p>11.7. Blended marketing</p> <p>1.11.7. ما هو Blended Marketing؟</p> <p>2.11.7. للاختلافات بين التسويق عبر الإنترنت والغير متصل بالإنترنت</p> <p>3.11.7. الجوانب التي يجب مراعاتها في استراتيجية التسويق المختلط Blended Marketing</p> <p>4.11.7. خصائص استراتيجية التسويق المختلط Blended Marketing</p> <p>5.11.7. التوصيات في التسويق المختلط Blended Marketing</p> <p>6.11.7. فوائد التسويق المختلط Blended Marketing</p>	<p>10.7. خطة التسويق عبر الإنترنت</p> <p>1.10.7. ما هي خطة التسويق عبر الإنترنت؟</p> <p>2.10.7. خطوات إنشاء خطة التسويق عبر الإنترنت</p> <p>3.10.7. مميزات وجود خطة تسويق عبر الإنترنت</p>	<p>9.7. ادارة الحملات الرقمية</p> <p>1.9.7. ما هي الحملة الإعلانية الرقمية؟</p> <p>2.9.7. خطوات إطلاق حملة تسويقية عبر الإنترنت</p> <p>3.9.7. أخطاء في الحملات الإعلانية الرقمية</p>
	<p>15.7. الإتصال والسمعة الرقمية</p> <p>1.15.7. السمعة عبر الانترنت</p> <p>2.15.7. كيفية قياس السمعة الرقمية؟</p> <p>3.15.7. أدوات السمعة عبر الإنترنت</p> <p>4.15.7. تقرير السمعة عبر الإنترنت</p> <p>5.15.7. Branding online</p>	<p>14.7. استراتيجية التواصل المؤسسي</p> <p>1.14.7. برامج التحفيز والعمل الاجتماعي والمشاركة والتدريب مع الموارد البشرية</p> <p>2.14.7. أدوات الاتصال الداخلي والدعم</p> <p>3.14.7. خطة الاتصال الداخلي</p>	<p>13.7. شركة الإتصال</p> <p>1.13.7. المفهوم</p> <p>2.13.7. أهمية الاتصال في المنظمة</p> <p>3.13.7. نوع الإتصال في المنظمة</p> <p>4.13.7. وظائف الاتصال في المنظمة</p> <p>5.13.7. عناصر التواصل</p> <p>6.13.7. مشاكل الإتصال</p> <p>7.13.7. سيناريوهات الإتصال</p>

الوحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

<p>4.8. تجزئة الأسواق</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.8 مفهوم تجزئة الأسواق 2.4.8 فائدة ومتطلبات التجزئة 3.4.8 تجزئة الأسواق الاستهلاكية 4.4.8 تجزئة الأسواق الصناعية 5.4.8 استراتيجية التجزئة 6.4.8 التجزئة على أساس معايير marketing-mix 7.4.8 منهجية تجزئة السوق 	<p>3.8. مناهج وتقنيات البحث النوعي</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.8 أنواع البحث النوعي 2.3.8 تقنيات البحث النوعي 	<p>2.8. الأساليب وتقنيات البحث الكمي</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.8 حجم العينة 2.2.8 أخذ العينات 3.2.8 أنواع التقنيات الكمية 	<p>1.8. أبحاث التسويق</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.8 أبحاث التسويق: الأمل التاريخي 2.1.8 تحليل وتطور الإطار المفاهيمي لبحوث التسويق 3.1.8 العناصر الأساسية والمساهمة القيمة لأبحاث التسويق
<p>8.8. الدعاية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.8 الخلفية التاريخية للإعلان 2.8.8 الإطار المفاهيمي للدعاية. المبادئ ومفهوم الإحاطة وتحديد المواقع 3.8.8 وكالات الدعاية، وكالات الإعلام ومحترفي الدعاية 4.8.8 أهمية الدعاية في الأعمال التجارية 5.8.8 اتجاهات وتحديات الدعاية 	<p>7.8. دراسات جدوى</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.8 المفهوم والمنفعة 2.7.8 الخطوط العريضة لدراسة الجدوى 3.7.8 تطوير دراسة الجدوى 	<p>6.8. أبحاث الأسواق الدولية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.8 أبحاث الأسواق الدولية 2.6.8 عملية بحوث السوق الدولية 3.6.8 أهمية المصادر الثانوية في أبحاث السوق الدولية 	<p>5.8. إدارة المشاريع البحثية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.8 بحوث الأسواق كعملية 2.5.8 مراحل التخطيط في أبحاث الأسواق 3.5.8 مراحل التنفيذ في أبحاث الأسواق 4.5.8 إدارة مشروع بحثي
<p>12.8. أساسيات إدارة الأعمال</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.12.8 دور الدائرة التجارية 2.12.8 أنظمة تحليل الوضع التنافسي التجاري للشركة/السوق 3.12.8 أنظمة التخطيط التجاري للشركة 4.12.8 الاستراتيجيات التنافسية الرئيسية 	<p>11.8. التخطيط الإعلامي</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.11.8 نشأة وتطور التخطيط الإعلامي 2.11.8 وسائل الاتصال 3.11.8 خطة إعلامية 	<p>10.8. استراتيجيات الترويج والتسويق Merchandising</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.8 الاتصالات التسويقية المتكاملة 2.10.8 خطة الاتصال الإعلاني 3.10.8 Merchandising كأسلوب تواصل 	<p>9.8. تطوير خطة التسويق</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.8 مفهوم خطة التسويق 2.9.8 تحليل وتشخيص الموقف 3.9.8 قرارات التسويق الاستراتيجي 4.9.8 قرارات عمليات التسويق
<p>16.8. تنفيذ الوظيفة التجارية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.16.8 توظيف مندوبي المبيعات وكلاء المبيعات الخاصة 2.16.8 مراقبة النشاط التجاري 3.16.8 الميثاق الأخلاقي للموظفين التجاريين 4.16.8 الامتثال المعياري 5.16.8 معايير السلوك التجاري المقبولة عمومًا 	<p>15.8. توجيه وإدارة شبكة المبيعات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.15.8 Sales Management. إدارة المبيعات 2.15.8 الشبكات في خدمة النشاط التجاري 3.15.8 سياسات اختيار وتدريب مندوبي المبيعات 4.15.8 أنظمة المكافآت للشبكات التجارية الخاصة والخارجية 5.15.8 إدارة العملية التجارية، التحكم والمساعدة في عمل مندوبي المبيعات بناءً على المعلومات 	<p>14.8. اتخاذ القرار في الإدارة التجارية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.14.8 الإستراتيجية التجارية والإستراتيجية التنافسية 2.14.8 نماذج صنع القرار 3.14.8 التحليلات وأدوات صنع القرار 4.14.8 سلوك الإنسان في اتخاذ القرار 	<p>13.8. المفاوضات التجارية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.13.8 المفاوضات التجارية 2.13.8 القضايا النفسية للتفاوض 3.13.8 طرق التفاوض الرئيسية 4.13.8 عملية التفاوض

17.8. إدارة الحسابات الرئيسية
 1.17.8 مفهوم إدارة الحسابات الرئيسية
 2.17.8 Key Account Manager
 3.17.8 إستراتيجية إدارة الحسابات الرئيسية

18.8. إدارة المالية والميزانية
 1.18.8 عتية الربحية
 2.18.8 موازنة المبيعات. مراقبة إدارة وخطة البيع السنوية
 3.18.8 الأثر المالي لقرارات العمل الاستراتيجية
 4.18.8 إدارة الدورة والتناوب والربحية والسيولة
 5.18.8 قوائم الدخل

الوحدة 9. الابتكار وإدارة المشاريع

1.9. الابتكار
 1.1.9 مقدمة للابتكار
 2.1.9 الابتكار في النظام البيئي للأعمال
 3.1.9 الأدوات لعملية الابتكار في الأعمال

2.9. استراتيجية الابتكار
 1.2.9 الذكاء الاستراتيجي والابتكار
 2.2.9 استراتيجية الابتكار

3.9. إدارة المشاريع للشركات الناشئة 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

4.9. التصميم والتحقق من صحة نموذج الأعمال
 1.4.9 الإطار المفاهيمي لنموذج الأعمال
 2.4.9 التصميم والتحقق من نموذج الأعمال

5.9. التوجيه وإدارة المشاريع
 1.5.9 توجيه المشروع وإدارته: تحديد الفرص لتطوير مشاريع الابتكار المؤسسي
 2.5.9 المراحل الرئيسية لتوجيه وإدارة مشاريع الابتكار

6.9. إدارة التغيير في المشاريع: إدارة التدريب
 1.6.9 مفهوم تنظيم التغيير
 2.6.9 عملية تنظيم التغيير
 3.6.9 تنفيذ التغيير

7.9. تنظيم اتصال المشاريع
 1.7.9 تنظيم اتصالات المشروع
 2.7.9 المفاهيم الأساسية لإدارة الاتصالات
 3.7.9 الاتجاهات الناشئة
 4.7.9 التكيف مع الفريق
 5.7.9 تخطيط تنظيم الاتصالات
 6.7.9 تنظيم الاتصالات
 7.7.9 مراقبة الاتصالات

8.9. منهجيات تقليدية ومبتكرة
 1.8.9 منهجيات الابتكار
 2.8.9 المبادئ الأساسية لبرنامج سكرم (تطوير البرمجيات)
 3.8.9 الاختلافات بين الجوانب الرئيسية لبرنامج سكرم (تطوير البرمجيات) والمنهجيات التقليدية

9.9. إنشاء شركة ناشئة startup
 1.9.9 إنشاء شركة ناشئة startup
 2.9.9 منظمة وثقافة
 3.9.9 الأسباب العشرة الأولى لفشل الشركات الناشئة startups
 4.9.9 الجوانب القانونية

10.9. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع
 1.10.9 مخاطر الخطة
 2.10.9 عناصر إنشاء خطة إدارة المخاطر
 3.10.9 أدوات إنشاء خطة إدارة المخاطر
 4.10.9 محتوى خطة إدارة المخاطر

الوحدة 10، مدير إدارة

<p>4.10. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين</p> <p>4.1.10. التواصل بين الأشخاص</p> <p>4.2.10. مهارات الاتصال والتأثير</p> <p>4.3.10. حواجز التواصل</p>	<p>3.10. إدارة العمليات</p> <p>3.1.10. أهمية الإدارة</p> <p>3.2.10. سلسلة القيمة</p> <p>3.3.10. إدارة الجودة</p>	<p>2.10. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية وأساليبها</p> <p>2.1.10. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها</p>	<p>1.10. General Management</p> <p>1.1.10. مفهوم إدارة العامة</p> <p>1.2.10. عمل Manager General</p> <p>1.3.10. المدير العام ومهامه</p> <p>1.4.10. تحويل عمل الإدارة</p>
<p>8.10. الذكاء العاطفي</p> <p>8.1.10. الذكاء العاطفي والتواصل</p> <p>8.2.10. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال</p> <p>8.3.10. الثقة بالنفس والتواصل العاطفي</p>	<p>7.10. إعداد خطة للأزمات</p> <p>7.1.10. تحليل المشاكل المحتملة</p> <p>7.2.10. المخطط</p> <p>7.3.10. تكيف الموظفين</p>	<p>6.10. الإتصال في حالات الأزمات</p> <p>6.1.10. أزمات</p> <p>6.2.10. مراحل الأزمات</p> <p>6.3.10. الرسائل: المحتويات واللحظات</p>	<p>5.10. أدوات الاتصالات الشخصية والتنظيمية</p> <p>5.1.10. التواصل بين الأشخاص</p> <p>5.2.10. أدوات التواصل بين الأشخاص</p> <p>5.3.10. التواصل في المنظمات</p> <p>5.4.10. الأدوات في المنظمة</p>
		<p>10.10. القيادة وإدارة الفرق</p> <p>1.10.10. القيادة وأساليب القيادة</p> <p>2.10.10. قدرات القائد والتحديات</p> <p>3.10.10. إدارة عملية التغيير</p> <p>4.10.10. إدارة فرق متعددة الثقافات</p>	<p>9.10. العلامات التجارية الشخصية</p> <p>9.1.10. استراتيجيات تطوير العلامات التجارية الشخصية</p> <p>9.2.10. قوانين العلامات التجارية الشخصية</p> <p>9.3.10. أدوات لبناء العلامات التجارية الشخصية</p>

الوحدة 11. الإدارة الاستراتيجية للمشاريع

1.11. الإدارة الاستراتيجية للمشاريع والشركة	2.11. استراتيجية الأعمال التنافسية	3.11. استراتيجية الشركة التجارية	4.11. إطار عمل إدارة المشروع
5.11. التكامل وإدارة المعرفة	6.11. مجالات المعرفة في إدارة المشاريع	7.11. إدارة التغيير في المشاريع: إدارة التدريب	8.11. إدارة أصحاب المصلحة
9.11. تنظيم اتصال المشاريع	10.11. منهجيات تقليدية ومبتكرة		

الوحدة 12. نطاق المشروع وجدوله الزمني

1.12. إدارة محافظة البرامج والمشاريع	2.12. إدارة نطاق المشروع	3.12. جمع المتطلبات وتحديد نطاقها	4.12. تقسيم هدف المشروع إلى أنشطة (WBS)
5.12. التحقق من صحة النطاق والتحكم فيه	6.12. التخطيط الاستراتيجي للوقت في إدارة المشاريع	7.12. دورة حياة المشروع	8.12. التخطيط الفعال للوقت والموعد النهائي
9.12. أدوات تقدير المهام	10.12. تنفيذ ومراقبة الجدول الزمني		

الوحدة 13. نطاق المشروع وجدوله الزمني

1.13. خطة مالية	2.13. النموذج المالي	3.13. تحليل جدوى المشروع	4.13. إدارة حساسية المشروع
5.13. إدارة تكلفة المشروع	6.13. تقدير تكلفة المشروع	7.13. التحكم في تكاليف المشروع - إدارة التكلفة الفعلية	8.13. التحليل الاقتصادي للقرارات
9.13. أدوات مس بروجكت	10.13. الأدوات والأنظمة الرقمية لإدارة المشاريع		

الوحدة 14. التعاقد وجودة المشروع			
1.14. تخطيط المشتريات	2.14. تخطيط البحث عن الموردين	3.14. إدارة العلاقات مع الموردين	4.14. الجوانب القانونية للتعاقد
5.14. إدارة العقود وإدارتها	6.14. إدارة مبيعات المشروع	7.14. إدارة العجاف	8.14. تقنيات تحسين العملية
9.14. إدارة الجودة الشاملة والإدارة المتقدمة للمشاريع	10.14. أدوات Lean لإدارة المشاريع		

الوحدة 15. إدارة الموارد البشرية			
1.15. الثقافة التنظيمية	2.15. إدارة المنظمة	3.15. إدارة المواهب والالتزام	4.15. تحفيز
5.15. إدارة الأفراد project manager	6.15. مسؤولية مشتركة	7.15. أخلاقيات المهنة	8.15. مهارات الإدارة وتقنيات الإدارة لمدير المشروع
9.15. التفاوض	10.15. إدارة موارد المشروع		

وحدة 16. التنظيم والمشاريع المبتكرة			
1.16. إدارة التغيير التنظيمي	2.16. التواصل في المنظمات	3.16. التفكير الإبداعي: الابتكار	4.16. هندسة العمليات وهندسة المنتجات
5.16. الذكاء الاستراتيجي للابتكار	6.16. ريادة الأعمال والابتكار	7.16. إطلاق المنتجات الجديدة وتصنيعها	8.16. أنظمة إدارة البحث والتطوير والابتكار
9.16. توجيه وmanagement مشاريع البحث والتطوير والابتكار	10.16. Project Management في startups		

الوحدة 17. المنهجيات الرشيقية

1.17. مقدمة في المنهجيات الرشيقية	2.17. دورات الحياة التكرارية والتكيفية والتنبؤية والهجينة	3.17. مقدمة في Scrum	4.17. إدارة فريق رشيقية
5.17. أحداث Scrum	6.17. المصنوعات اليدوية في Scrum	7.17. التقدير والتخطيط الرشيق	8.17. المقاييس
9.17. الأدوات التعاونية	10.17. المرونة التنظيمية		

الوحدة 18. مكتب إدارة المشروع (PMO)

1.18. مقدمة إلى مكتب إدارة المشاريع	2.18. مهام مكتب إدارة المشاريع	3.18. تهيئة الظروف الملائمة للتغيير. قيادة التغيير التنظيمي	4.18. رؤية واستراتيجية PMO
5.18. تصميم نموذج PMO	6.18. خطة الموارد PMO	7.18. تطبيق PMO	8.18. تشغيل مكتب إدارة المشاريع وأدواته
9.18. ثقافة Project Management وإدارة المعرفة في المؤسسة	10.18. مكتب إدارة المشاريع مرن		

الوحدة 19. إدارة مخاطر المشروع

1.19. مقدمة في إدارة المخاطر	2.19. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع	3.19. تعريف المخاطر	4.19. التحليل النوعي للمخاطر
5.19. تحديد أولويات المخاطر	6.19. التحليل الكمي للمخاطر	7.19. تحليل السيناريوهات وخطط الاستجابة للمخاطر	8.19. تنفيذ الاستجابات للمخاطر
9.19. مراقبة المخاطر والتحكم فيها	10.19. الدروس المستفادة وإدارة المعرفة		

الوحدة 20. مقدمة عن تمويل المشروع

1.20. مقدمة في تمويل الشركات	2.20. البيانات المالية والتدفقات النقدية	3.20. القيمة الزمنية للنقود والتدفقات النقدية المخصصة	4.20. الدخل الثابت وتقييمه
5.20. الدخل المتغير وتقييمه	6.20. معايير التمويل الاستثماري: الميزانية الرأسمالية	7.20. تحليل المشروع	8.20. المخاطر والعائد: تكلفة رأس المال
9.20. هيكل المسؤولية	10.20. الخزانة والتمويل الدولي		

الوحدة 21. مقدمة في تصميم وإدارة المشاريع التكنولوجية وإدارة التكامل المشاريع التكنولوجية

1.21. مقدمة في إدارة المشاريع التكنولوجية 1.1.21. دور مدير المشروع 2.1.21. تعريف المشروع 3.1.21. الهياكل التنظيمية	2.21. إدارة المشاريع وإدارة البرامج وإدارة المحافظ الاستثمارية 1.2.21. الحافظات والبرامج والمشاريع 2.2.21. الإدارة الاستراتيجية	3.21. المعايير وأفضل الممارسات لإدارة المشاريع التكنولوجية 1.3.21. Prince 2 2.3.21. PMP 3.3.21. ISO 2102:00512	4.21. التأثيرات التنظيمية على تصميم مشاريع التكنولوجيا وإدارتها 1.4.21. العوامل البيئية للشركة 2.4.21. أصول عمليات المنظمة
5.21. عمليات إدارة المشاريع التكنولوجية 1.5.21. دورة حياة المشاريع التكنولوجية 2.5.21. مجموعات العمليات 3.5.21. ديناميات مجموعات العمليات	6.21. تطوير شهادة دستور المشاريع التكنولوجية 1.6.21. تعريف قانون دستور المشاريع التكنولوجية 2.6.21. أدوات وتقنيات	7.21. تطوير خطة تصميم وإدارة المشاريع التكنولوجية. 1.7.21. تعريف خطة تصميم وإدارة المشاريع التكنولوجية 2.7.21. أدوات وتقنيات	8.21. إدارة المعرفة لمشاريع التكنولوجيا 1.8.21. أهمية إدارة المعرفة في المشاريع التكنولوجية 2.8.21. أدوات وتقنيات
9.21. مراقبة عمل مشاريع التكنولوجيا 1.9.21. المراقبة والتحكم في العمل 2.9.21. تقارير المراقبة على مشاريع التكنولوجيا 3.9.21. أدوات وتقنيات	10.21. التحكم في التغيير المتكامل في مشاريع التكنولوجيا 1.10.21. أهداف وفوائد التحكم في التغيير في المشاريع 2.10.21. CCB (Change Control Board) 3.10.21. أدوات وتقنيات	11.21. تسليم وإغلاق مشاريع التكنولوجيا 1.11.21. أهداف وفوائد إغلاق المشروع 2.11.21. أدوات وتقنيات	

<p>4.22. الاعتبارات الخاصة بالبيئات المتكيفة 1.4.22. أنواع المشاريع التكيفية 2.4.22. تعريف النطاق في المشاريع التكيفية</p>	<p>3.22. فوائد إدارة النطاق 1.3.22. إدارة توقعات أصحاب المصلحة 2.3.22. Gold Platingg Scoop Creep</p>	<p>2.22. أساسيات إدارة النطاق 1.2.22. مفاهيم أساسية 2.2.22. خط أساس النطاق</p>	<p>1.22. مقدمة إلى إدارة النطاق 1.1.22. نطاق المشروع 2.1.22. نطاق المشروع</p>
<p>8.22. إنشاء هيكل تقسيم العمل 22.8.1. انهيار الهيكل العمل 22.8.2. أنواع هيكل تقسيم العمل 22.8.3. Rolling Wave 22.8.2. أدوات وتقنيات</p>	<p>7.22. التعريف والنطاق 1.7.22. بيان نطاق المشروع 2.7.22. أدوات وتقنيات</p>	<p>6.22. جمع المتطلبات 22.6.1. جمع المتطلبات والتفاوض عليها 22.6.2. أدوات وتقنيات</p>	<p>5.22. التخطيط لإدارة النطاق 22.5.1. خطة إدارة النطاق 22.5.2. خطة إدارة المتطلبات 22.5.3. أدوات وتقنيات</p>
		<p>10.22. التحكم في النطاق 1.10.22. بيانات ومعلومات إدارة المشروع 2.10.22. أنواع تقارير أداء العمل 3.10.22. أدوات وتقنيات</p>	<p>9.22. التحقق من النطاق 22.9.1. الجودة مقابل التحقق من الجودة 22.9.2. أدوات وتقنيات</p>

الوحدة 23. إدارة الوقت في المشاريع التكنولوجية

<p>4.23 تقدير موارد النشاطات</p> <p>1.4.23 سجل الافتراضات</p> <p>2.4.23 قائمة الأنشطة</p> <p>3.4.23 سمات النشاط</p> <p>4.4.23 سجل الافتراضات</p> <p>5.4.23 سجل الدروس المستفادة</p> <p>6.4.23 مهام فريق المشروع</p> <p>7.4.23 هيكل تقسيم الموارد</p>	<p>3.23 تسلسل الأنشطة</p> <p>1.3.23 قوائم النشاط</p> <p>2.3.23 سمات النشاط</p> <p>3.3.23 طريقة تخطيط المصدر</p> <p>4.3.23 تحديد الوحدات ودمجها</p> <p>5.3.23 التقدم والتأخير</p> <p>6.3.23 مخطط شبكي للجدول الزمني للمشروع</p>	<p>2.23 تعريف الأنشطة وتفكيك أعمال المشروع</p> <p>1.2.23 التقسيم</p> <p>2.2.23 تحديد الأنشطة</p> <p>3.2.23 تفصيل أعمال المشروع</p> <p>4.2.23 سمات النشاط</p> <p>5.2.23 قائمة المعالم</p>	<p>1.23 تقدير مدة مهام المشروع</p> <p>1.1.23 التقديرات حسب القيم الثلاث</p> <p>1.1.1.23 الأكثر احتمالاً (tM)</p> <p>2.1.1.23 متفائل (tO)</p> <p>3.1.1.23 متشائم (tP)</p> <p>2.1.23 التقدير المعامل</p> <p>3.1.23 التقدير البارامترى</p> <p>4.1.23 التقديرات التصاعدية</p> <p>5.1.23 صناعة القرار</p> <p>6.1.23 حكم الخبراء</p>
<p>8.23 برنامج Software إدارة الوقت المشاريع التكنولوجية</p> <p>1.8.23 تحليل مختلف البرمجيات</p> <p>2.8.23 أنواع البرمجيات</p> <p>3.8.23 الميزات والتغطية</p> <p>4.8.23 المرافق والمزايا</p>	<p>7.23 أنواع العلاقات وأنواع التبعيات بين جميع أنشطة المشروع</p> <p>1.7.23 التبعيات الإلزامية</p> <p>2.7.23 التبعيات التقديرية</p> <p>1.2.7.23 المنطق المفضل</p> <p>2.2.7.23 المنطق التفضيلي</p> <p>3.2.7.23 المنطق الناعم</p> <p>3.7.23 التبعيات الخارجية</p> <p>4.7.23 التبعيات الداخلية</p>	<p>6.23 وضع الجدول الزمني</p> <p>1.6.23 جدولة تحليل الشبكة</p> <p>2.6.23 طريقة المسار الحرج</p> <p>3.6.23 تحسين الموارد</p> <p>1.3.6.23 تسوية الموارد</p> <p>2.3.6.23 استقرار الموارد</p> <p>4.6.23 التقدم والتأخير</p> <p>5.6.23 ضغط الجدول الزمني</p> <p>1.5.6.23 التكتيف</p> <p>2.5.6.23 التنفيذ السريع</p> <p>6.6.23 جدولة خط الأساس</p> <p>7.6.23 الجدول الزمني للمشروع</p> <p>8.6.23 بيانات الجدول الزمني</p> <p>9.6.23 تقويمات المشروع</p>	<p>5.23 المدة المقدرة للأنشطة</p> <p>1.5.23 قانون تناقص الغلة</p> <p>2.5.23 عدد الموارد</p> <p>3.5.23 التطورات التكنولوجية</p> <p>4.5.23 تحفيز الموظفين</p> <p>5.5.23 وثائق المشروع</p>
		<p>10.23 إعادة حساب الأوقات</p> <p>1.10.23 المسار الحرج</p> <p>2.10.23 حساب الحد الأدنى والحد الأقصى للأوقات</p> <p>3.10.23 فجوات المشروع</p> <p>1.3.10.23 ما هو؟</p> <p>2.3.10.23 كيفية استخدامها؟</p> <p>4.10.23 الركود الكلي</p> <p>5.10.23 الركود الحر</p>	<p>9.23 مراقبة الجدول الزمني</p> <p>1.9.23 معلومات الأداء الوظيفي</p> <p>2.9.23 جدولة التوقعات</p> <p>3.9.23 تغيير الطلبات</p> <p>4.9.23 تحديد لحظة إدارة الوقت</p> <p>5.9.23 تحديثات وثائق المشروع</p>

<p>4.24. تقييم واختيار المشاريع 1.4.24. الأبعاد المالية للمشروع 2.4.24. صافي القيمة الحالية 3.4.24. معدل العائد الداخلي ونسبة الربحية الصافية 4.4.24. مدة الاسترداد أو الاسترداد payback</p>	<p>3.24. أنواع تكاليف المشروع 1.3.24. التكاليف المباشرة وغير المباشرة 2.3.24. التكلفة الثابتة والتكلفة المتغيرة</p>	<p>2.24. تقدير التكاليف. أنواع التقديرات. تحليل الاحتمالي 1.2.24. معلومات مفيدة لتقدير التكلفة 2.2.24. أدوات وتقنيات تقدير التكلفة 3.2.24. نتائج إعداد ميزانية التكاليف</p>	<p>1.24. ما هي خطة إدارة التكاليف؟ 1.1.24. أدوات وتقنيات التخطيط 2.1.24. نتائج تخطيط التكلفة</p>
<p>8.24. تدفق صندوق المشاريع 1.8.24. أنواع التدفقات النقدية 2.8.24. تقدير صافي التدفقات النقدية المرتبطة بالمشروع 3.8.24. الخصم في التدفقات النقدية 4.8.24. تطبيق المخاطر على التدفقات النقدية</p>	<p>7.24. تقنية القيمة المكتسبة (EVM) 1.7.24. المتغيرات الأساسية ومتغيرات الحالة 2.7.24. التوقعات 3.7.24. التقنيات والممارسات الناشئة</p>	<p>6.24. توقعات التكاليف 1.6.24. بيانات ومعلومات إدارة التكاليف 2.6.24. أنواع تقارير أداء التكاليف</p>	<p>5.24. تحديد الميزانية 1.5.24. معلومات مفيدة لإعداد ميزانية المشروع 2.5.24. أدوات وتقنيات إعداد موازنة التكلفة 3.5.24. نتائج إعداد ميزانية المشروع</p>
			<p>9.24. مراقبة التكاليف 1.9.24. أهداف وفوائد مراقبة التكاليف 2.9.24. أدوات وتقنيات</p>

الوحدة 25. إدارة الجودة المشاريع التكنولوجية

<p>4.25. الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة الجودة</p>	<p>3.25. المعيارية: CUGBP Elav-like family member 21500</p>	<p>2.25. منظور الجودة</p>	<p>1.25. أهمية إدارة الجودة في المشاريع</p>
<p>1.4.25. الامتثال للسياسة والتدقيق 2.4.25. المعايير والامتثال التنظيمي 3.4.25. تحسين مستمر 4.4.25. إشراك stakeholders 5.4.25. ذكريات الماضي المتكررة 6.4.25. المناظير اللاحقة</p>	<p>1.3.25. المقدمة 2.3.25. الخلفية والتاريخ 3.3.25. الأهداف والخصائص 4.3.25. مجموعة العمليات - مجموعة المواضيع 5.3.25. ISO 21500 مقابل. PMBok 6.3.25. مستقبل المعيار</p>	<p>1.2.25. Edwards Deming 1.1.2.25. دورة (Plan Do - Check - Act) (Shewart- Deming) 2.2.25. التحسين المستمر 3.2.25. Joseph Juran. مبدأ باريتو 1.3.2.25. نظرية «كفاية الاستخدام» 4.2.25. نظرية «إدارة الجودة الشاملة» 5.2.25. Kaoru Ishikawa (عظم السمكة) 6.2.25. Philip Crosby (تكلفة الجودة المنخفضة)</p>	<p>1.1.25. المفاهيم الرئيسية 2.1.25. الفرق بين الجودة والدرجة 3.1.25. الدقة 4.1.25. الدقة 5.1.25. المقاييس</p>
<p>8.25. مراجعات الجودة</p>	<p>7.25. إدارة الجودة</p>	<p>6.25. تكاليف الامتثال وعدم التوافق للجودة</p>	<p>5.25. تخطيط إدارة الجودة</p>
<p>1.8.25. ما هو تدقيق الجودة الداخلي؟ 2.8.25. أنواع مختلفة من عمليات التدقيق 3.8.25. أهداف التدقيق الداخلي 4.8.25. فوائد التدقيق الداخلي 5.8.25. الجهات المشاركة في التدقيق الداخلي 6.8.25. إجراءات التدقيق الداخلي</p>	<p>1.7.25. قوائم المراجعة 2.7.25. تحليل البدائل 3.7.25. تحليل الوثائق 4.7.25. تحليل العمليات 5.7.25. تحليل السبب الجذري 6.7.25. الرسوم البيانية سبب - تأثير 7.7.25. المدرج التكراري 8.7.25. رسوم بيانية مبعثرة 9.7.25. تصميم Lx 10.7.25. أساليب تحسين الجودة</p>	<p>1.6.25. تكاليف الامتثال 2.6.25. تكاليف عدم الامتثال أو عدم المطابقة 3.6.25. تكاليف الوقاية 4.6.25. تكاليف التقييم 5.6.25. الأعطال الداخلية 6.6.25. الأعطال الخارجية 7.6.25. التكلفة الهامشية للجودة 8.6.25. الجودة المثلى</p>	<p>1.5.25. تحليل التكاليف والفوائد 2.5.25. تحليل مقررات المعايير المتعددة 3.5.25. تخطيط الاختبار والتفتيش 4.5.25. مخططات التدفق 5.5.25. نموذج البيانات المنطقي 6.5.25. مخطط المصفوفة 7.5.25. الرسوم البيانية العلاقة المتبادلة</p>
			<p>9.25. ضبط الجودة</p>
			<p>1.9.25. أوراق التحقق 2.9.25. أخذ العينات الإحصائية 3.9.25. الاستبيانات والمسوحات 4.9.25. استعراضات الأداء 5.9.25. الفحص 6.9.25. اختبار / تقييم المنتجات 7.9.25. المراجعات والدروس المستفادة</p>

<p>4.26. الصلاحيات المختلفة لمدير المشروع</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.26. القوة والنفوذ 2.4.26. سلطة المكافأة 3.4.26. سلطة العقاب 4.4.26. سلطة الخبراء 5.4.26. السلطة المرجعية 6.4.26. السلطة الرسمية 7.4.26. تدريبات عملية لمعرفة كيفية استخدام الصلاحيات المختلفة لمدير المشروع 	<p>3.26. إدارة الموارد البشرية تخطيط وتقدير الموارد للأنشطة وتقديرها</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.26. خطة إدارة الموارد 1.1.3.26. تقديم البيانات 2.1.3.26. النظرية التنظيمية 2.3.26. المتطلبات من الموارد 3.3.26. أساس التقديرات 4.3.26. هيكل تقسيم الموارد 5.3.26. تحديثات لوائح الموارد 	<p>2.26. إدارة الموارد التكنولوجية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.26. ما هي الموارد التكنولوجية؟ 2.2.26. تهيئة 3.2.26. التثمين 4.2.26. الحماية 	<p>1.26. مسؤوليات ودور الموارد البشرية للمشروع</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.26. مدير المشروع 2.1.26. الراعي 3.1.26. المدير الوظيفي 4.1.26. مدير البرامج 5.1.26. مدير محفظة 6.1.26. أعضاء الفريق
<p>8.26. إدارة فريق المشروع. تقييم الأداء وإدارة فريق المشروع</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.26. المخطط 2.8.26. أنواع التقييمات 1.2.8.26. التقييمات الشخصية بتقييمات 360 درجة 2.2.8.26. تقييمات الفريق 3.8.26. تعريف المتغيرات 4.8.26. تصميم نظام تقييم الأداء 5.8.26. تنفيذ وتدريب المقيمين 	<p>7.26. تطوير فريق المشروع</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.26. التقديرات والمكافآت 1.1.7.26. الشروط المسبقة الواجب توافرها من أجل تطبيقه 2.1.7.26. إنشاء نظام للتقدير والمكافأة 2.7.26. التدريب 3.7.26. الموقع المشترك (Tight-matrix) 4.7.26. تكنولوجيا الاتصالات 5.7.26. أنشطة لتطوير روح الفريق (Team Bulding) 	<p>6.26. تنمية المهارات الشخصية (المهارات الشخصية)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.26. القيادة 2.6.26. تحفيز 3.6.26. الاتصال 4.6.26. التأثير 5.6.26. تيسير المجموعة 6.6.26. الإبداع 7.6.26. الذكاء العاطفي 8.6.26. صناعة القرار 	<p>5.26. الحصول على فريق المشروع المناسب لمشروعنا</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.26. ما هو اكتساب الفريق؟ 2.5.26. وسائل اكتساب الفريق 1.2.5.26. التوظيف 2.2.5.26. التعاقد الخارجي 3.5.26. صناعة القرار 1.3.5.26. التوفر 2.3.5.26. التكلفة 3.3.5.26. الخبرة 4.3.5.26. مهارات 5.3.5.26. معرفة 6.3.5.26. القدرات 7.3.5.26. السلوك 8.3.5.26. عوامل دولية 4.5.26. التعيين المسبق 5.5.26. الفرق الافتراضية
		<p>10.26. الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة موارد المشاريع التكنولوجية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.26. طرق إدارة الموارد 2.10.26. الذكاء العاطفي 3.10.26. فرق منظمة ذاتيا 4.10.26. المعدات الافتراضية/المعدات الموزعة 5.10.26. اعتبارات التكيف 6.10.26. الاعتبارات الخاصة بالبيئات الرشيقية/التكيفية 	<p>9.26. تقنيات إدارة النزاعات وحلها</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.26. ما هي نزاعات المشروع؟ الأنواع 2.9.26. التعاون وحل المشاكل (Collaborate/Problem Solve) 3.9.26. التسوية/التسوية (Compromise/ Reconcile) 4.9.26. السحب/التجنب (Withdraw/Avoid) 5.9.26. سلاسة/استيعاب (Smooth/Accommodate) 6.9.26. القوة/المباشرة (Dorce/Direct) 7.9.26. تمارين عملية حول وقت استخدام كل تقنية من تقنيات حل النزاعات

الوحدة 27. الاتصالات وإدارة (Stakeholders) في مشاريع التكنولوجيا

<p>4.27. إدارة الاتصالات والتحكم فيها</p> <p>4.1.27. إدارة اتصالات المشروع</p> <p>4.2.27. نماذج التواصل</p> <p>4.3.27. طرق الاتصال</p> <p>4.4.27. قنوات التواصل الخاصة بالمشروع</p>	<p>3.27. التواصل الفعال والكفاء وأنواع التواصل</p> <p>3.1.27. التعريف</p> <p>3.2.27. التواصل الفعال</p> <p>3.3.27. التواصل الفعال</p> <p>3.4.27. الاتصال الرسمي</p> <p>3.5.27. التواصل غير الرسمي</p> <p>3.6.27. التواصل الكتابي</p> <p>3.7.27. التواصل اللفظي</p> <p>3.8.27. تدريبات عملية على استخدام أنواع التواصل في المشروع</p>	<p>2.27. مهارات الاتصال</p> <p>2.1.27. التبعاث الواعي</p> <p>2.2.27. الاستماع النشط</p> <p>2.3.27. التقمص الوجداني</p> <p>2.4.27. تجنب الإيماءات السيئة</p> <p>2.5.27. القراءة والكتابة</p> <p>2.6.27. الاحترام</p> <p>2.7.27. الإقناع</p> <p>2.8.27. المصداقية</p>	<p>1.27. تخطيط إدارة الاتصالات</p> <p>1.1.27. ما أهمية خطة إدارة الاتصالات؟</p> <p>1.2.27. مقدمة في إدارة الاتصالات</p> <p>1.3.27. متطلبات التحليل والتواصل</p> <p>1.4.27. أبعاد التواصل</p> <p>1.5.27. التقنيات والأدوات</p>
<p>8.27. إدارة مشاركة أصحاب المصلحة (Stakeholders) إستراتيجية الإدارة</p> <p>8.1.27. طرق زيادة الدعم وتقليل المقاومة</p> <p>8.2.27. أدوات وتقنيات</p>	<p>7.27. تخطيط إدارة (Stakeholders)</p> <p>7.1.27. استراتيجيات الإدارة المناسبة</p> <p>7.2.27. أدوات وتقنيات</p>	<p>6.27. تحديد (Stakeholders) وتحليلهم</p> <p>6.1.27. لماذا من المهم إدارة أصحاب المصلحة stakeholders؟</p> <p>6.2.27. تحليل وتسجيل أصحاب المصلحة</p> <p>6.3.27. مصالح stakeholders واهتماماتهم</p> <p>6.4.27. الاعتبارات الخاصة بالبيئات المرنة والتكيفية</p>	<p>5.27. الاتجاهات والممارسات الناشئة في مجال التواصل</p> <p>5.1.27. تقييم أساليب التواصل</p> <p>5.2.27. الوعي السياسي</p> <p>5.3.27. الوعي الثقافي</p> <p>5.4.27. تكنولوجيا التواصل</p>
			<p>9.27. مراقبة مشاركة (Stakeholders)</p> <p>9.1.27. تقرير أداء Stakeholders</p> <p>9.2.27. أدوات وتقنيات</p>

4.28. المشتريات في البيئات المتكيفة	3.28. إدارة المشتريات: الفوائد 3.1.28. تعريف استراتيجية المشتريات 3.2.28. أنواع الاستراتيجيات	2.28. مفاهيم أساسية 2.1.28. تعريف العقد 2.2.28. مدير المشروع والعقد 2.3.28. الأنشطة الرئيسية 2.4.28. المقاولات المركزية واللامركزية	1.28. مقدمة في إدارة المشتريات 1.1.28. تعريف العقد 1.2.28. الإطار القانوني للاستحواذ
8.28. تخطيط إدارة المشتريات 8.1.28. خطة إدارة عمليات المشتريات 8.2.28. أدوات وتقنيات	7.28. التفاوض مع الموردين 7.1.28. أهداف التفاوض مع الموردين 7.2.28. تقنيات التفاوض مع الموردين	6.28. وثائق المشتريات 6.1.28. أنواع الوثائق في سياق عملية المشتريات 6.2.28. تدفقات المستندات في إدارة المشتريات	5.28. أنواع العقود 5.1.28. عقود الأسعار الثابتة 5.2.28. عقود التكلفة القابلة للاسترداد 5.3.28. عقود الوقت والمواد
		10.28. رصد ومراقبة عمليات المشتريات 1.10.28. نقاط رصد ومراقبة الاحتياز وفقا لنوع العقد 2.10.28. أدوات وتقنيات	9.28. إجراء عمليات الشراء 9.1.28. بحث واختيار وتقييم العروض 9.2.28. أدوات وتقنيات 9.3.28. مصفوفة ترجيح العروض

الوحدة 29. شهادة PMP أو CAPM والرمز الأخلاقي. الاتجاهات والممارسات الناشئة في إدارة وقيادة المشاريع التكنولوجية

<p>4.29. امتحان شهادة PMP و CAPM</p> <p>1.4.29. كيف يكون اختبار المؤهل العلمي PMP أو CAPM؟</p> <p>2.4.29. عدد الأسئلة المسجلة وغير المسجلة</p> <p>3.4.29. مدة الامتحان</p> <p>4.4.29. عتبة النجاح</p> <p>5.4.29. عدد الأسئلة لكل مجموعة عملية</p> <p>6.4.29. منهجية التقييم</p>	<p>3.29. تقرير الخبرة المهنية إلى PMI (معهد تصميم وإدارة المشاريع التكنولوجية)</p> <p>1.3.29. سجل كعضو في PMI</p> <p>2.3.29. متطلبات القبول لاختبار الشواهد PMP و CAPM</p> <p>3.3.29. تحليل الخبرة المهنية للطلاب</p> <p>4.3.29. نموذج مساعدة لتقرير الخبرة المهنية للطلاب</p> <p>5.3.29. تقرير تجربة البرمجيات software في PMI</p>	<p>2.29. مزايا وفوائد الحصول على شهادة PMP وشهادة إدارة الأداء المؤسسي (CAPM)</p> <p>1.2.29. تقنيات ونصائح لاجتياز من المحاولة الأولى للاختبار للشواهد PMP و CAPM</p> <p>2.2.29. PM-Hismos</p>	<p>1.29. ما هو PMP، و CAPM و PMI؟</p> <p>1.1.29. ما هي شهادة PMP</p> <p>2.1.29. CAPM</p> <p>3.1.29. PMI</p> <p>4.1.29. PMBok</p>
<p>8.29. ميثاق أخلاقيات المهنة في إدارة مشاريعك</p> <p>1.8.29. المسؤولية</p> <p>2.8.29. الاحترام</p> <p>3.8.29. الحياد</p> <p>4.8.29. الصدق</p>	<p>7.29. مزايا وقيود تنفيذ منهجيات رشيقة في مشاريعك التكنولوجية</p> <p>1.7.29. المزايا</p> <p>2.7.29. القيود</p> <p>3.7.29. المنهجيات الرشيقة مقابل الأدوات التقليدية</p>	<p>6.29. تطوير البرمجيات في المنهجيات الرشيقة</p> <p>1.6.29. تحليل البرامج المختلفة softwares في السوق</p> <p>2.6.29. المزايا والفوائد</p>	<p>5.29. المنهجيات الرشيقة</p> <p>1.5.29. AGILE</p> <p>2.5.29. SCRUM</p> <p>3.5.29. Kanban</p> <p>4.5.29. Lean</p> <p>5.5.29. المقارنة مع المؤهلات العلمية PMI</p>

تجربة فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز تطورك
المهني واتخاذ القفزة الحاسمة"



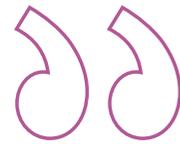
المنهجية

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 يبرسي الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والعملية.

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

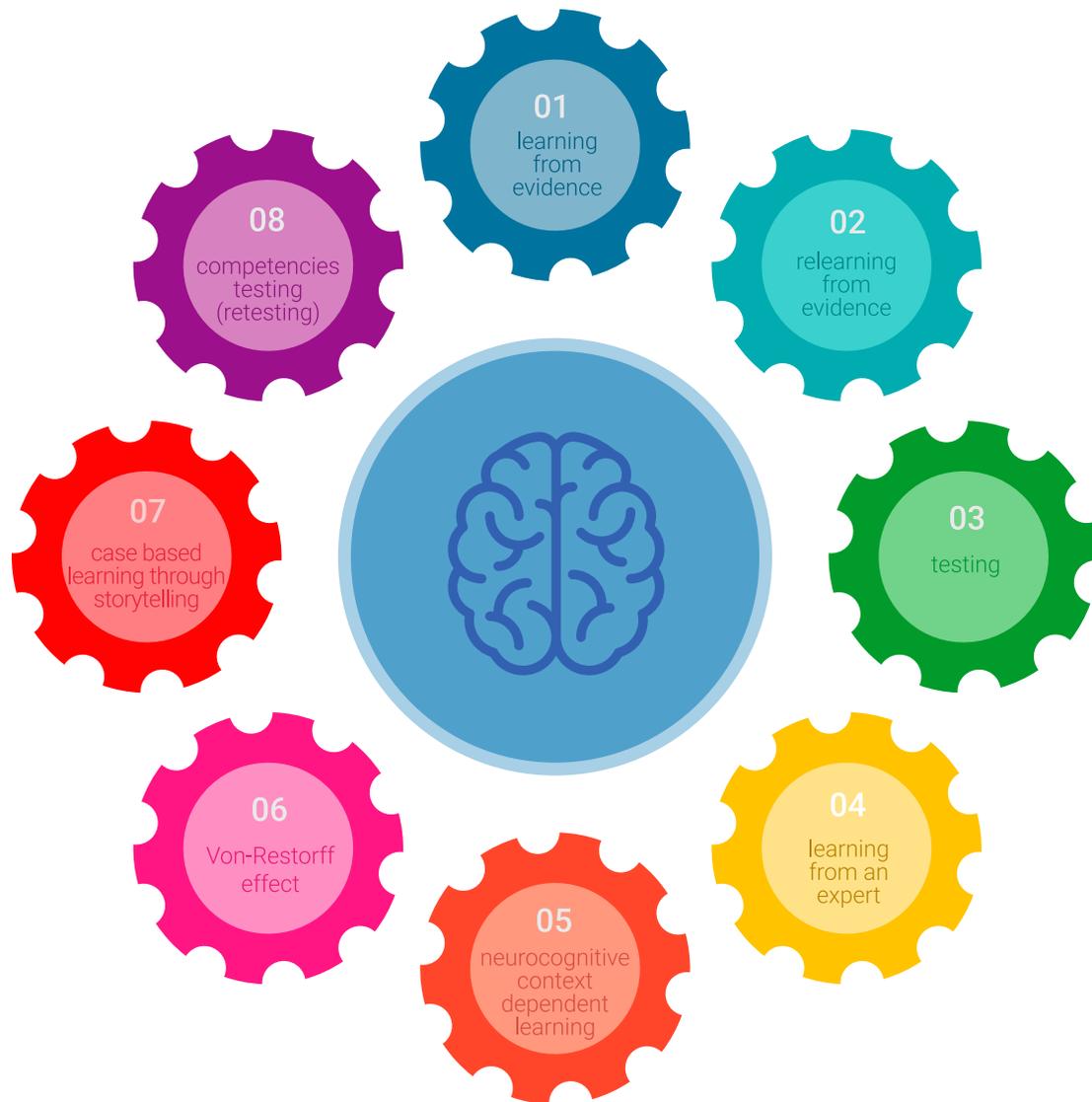


كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول 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 مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

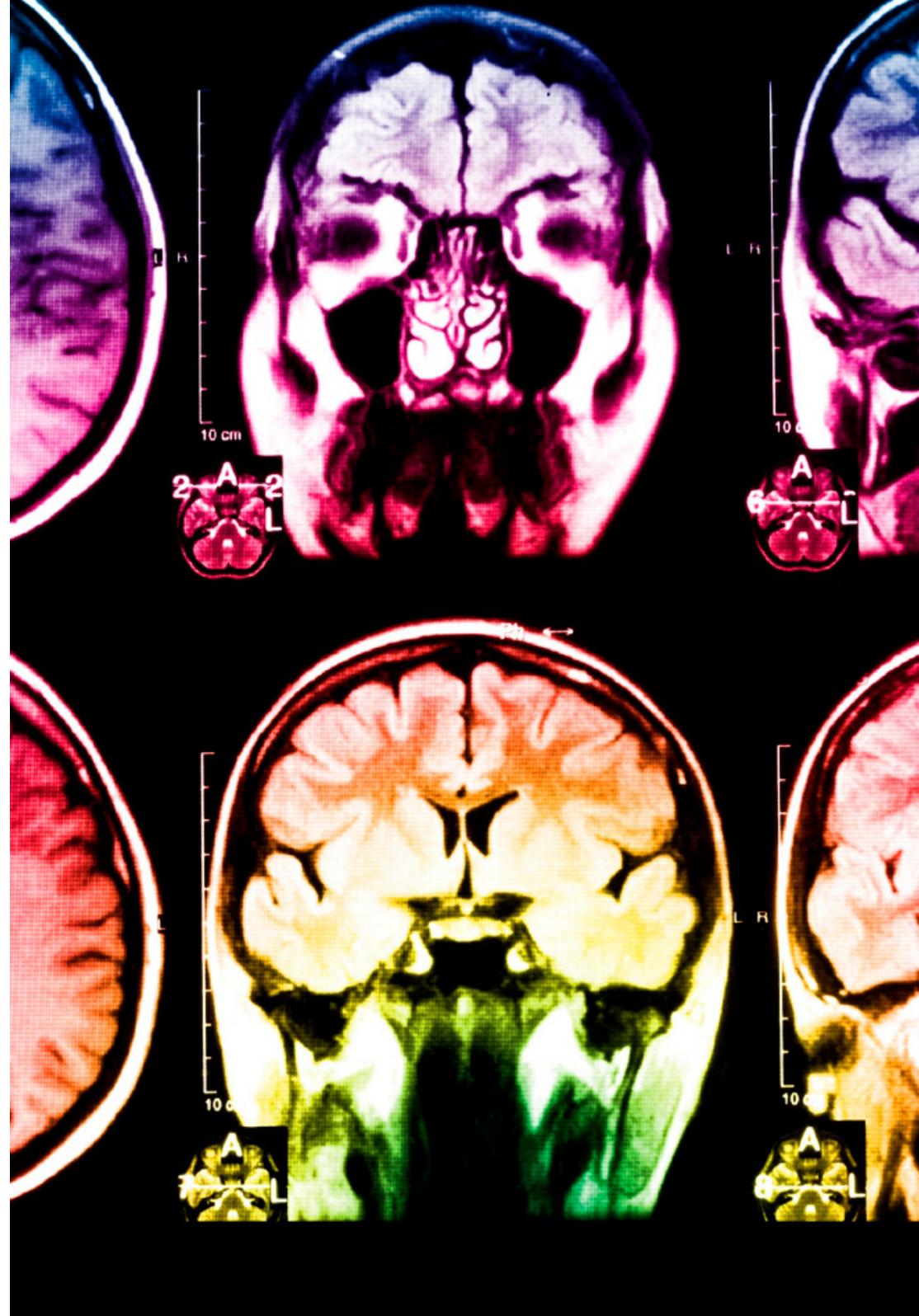
كلية إدارة الأعمال الخاصة بنا هي الكلية الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف..) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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 الحُصين بالمخ، لكي نحفظ 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، وتحديداً 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.

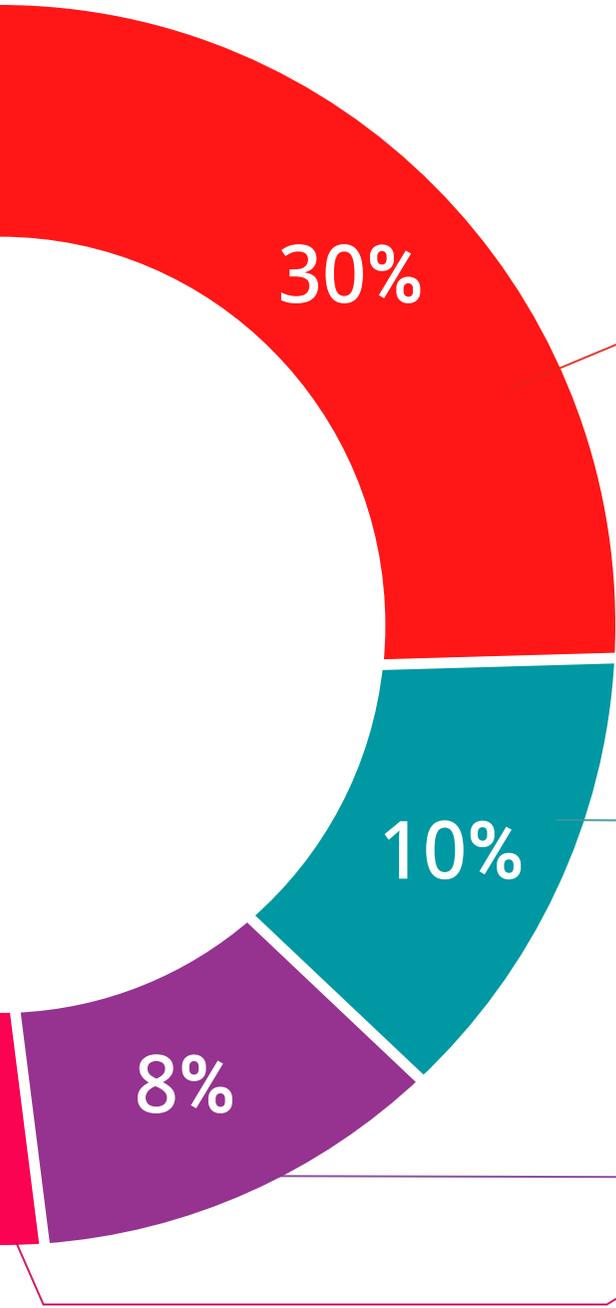
إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

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.



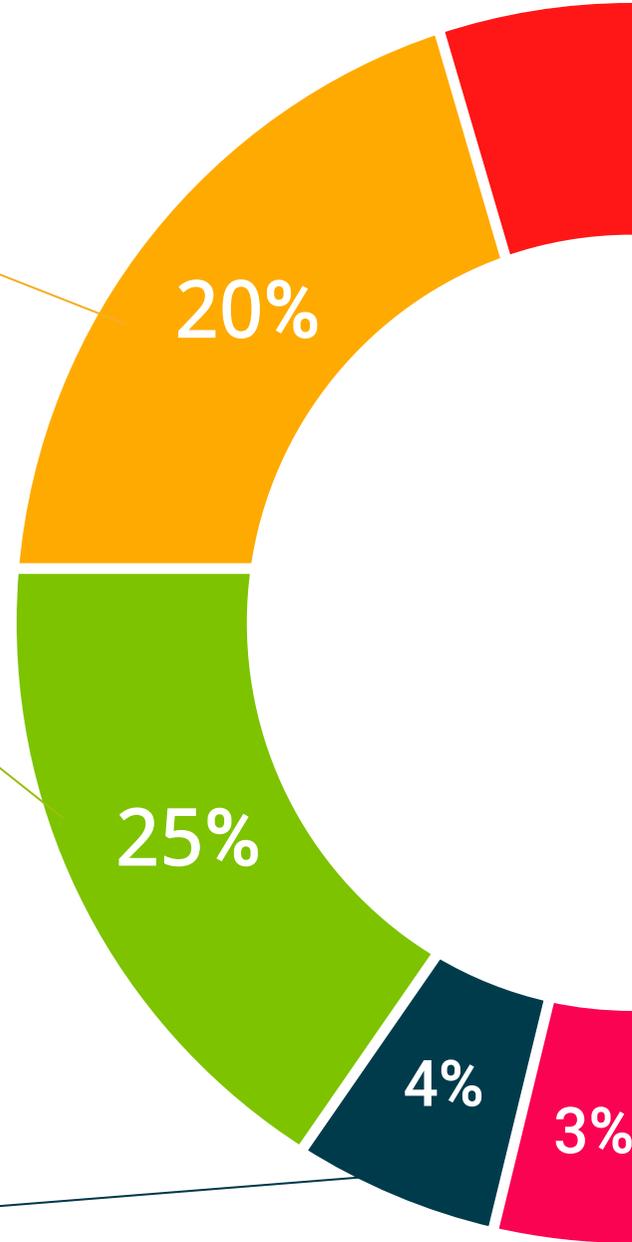
ملخصات تفاعلية

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

هذا الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة في TECH هو تدريب جامعي موجه للمهنيين ذوي الخبرة، الذين يهدفون إلى تحديث معارفهم والتقدم في حياتهم المهنية. تجدر الإشارة إلى أن تنوع المشاركين من مختلف الملامح الأكاديمية ومن جنسيات متعددة يشكل النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج الجامعي.



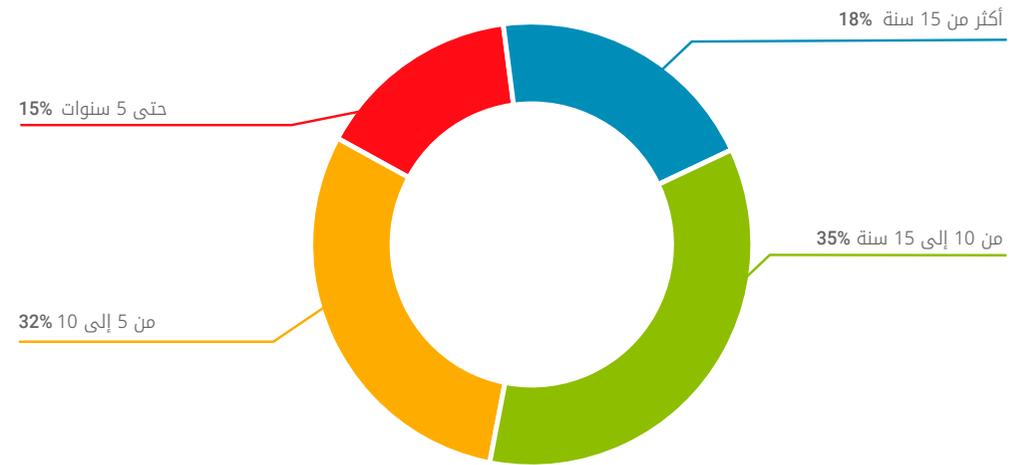
إذا كانت لديك خبرة في إدارة المشاريع وتتطلع إلى
تحسين مسيرتك المهنية مع الاستمرار في العمل،
فهذا البرنامج مناسب لك"



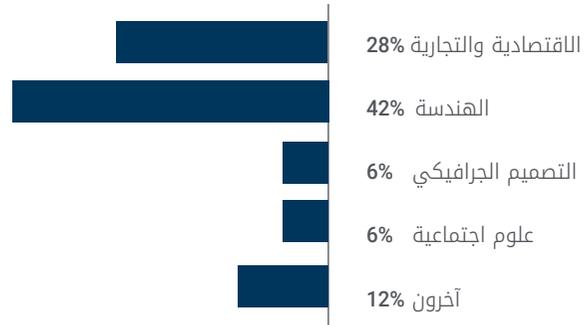
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

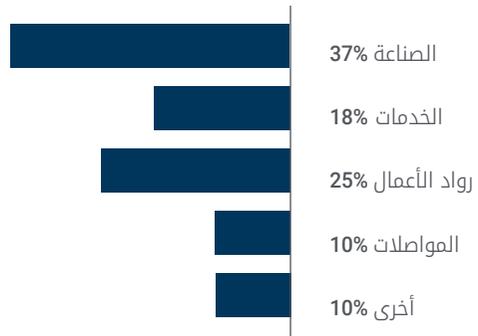
عدد سنوات الخبرة



المؤهل في المجال



المؤهل الأكاديمي



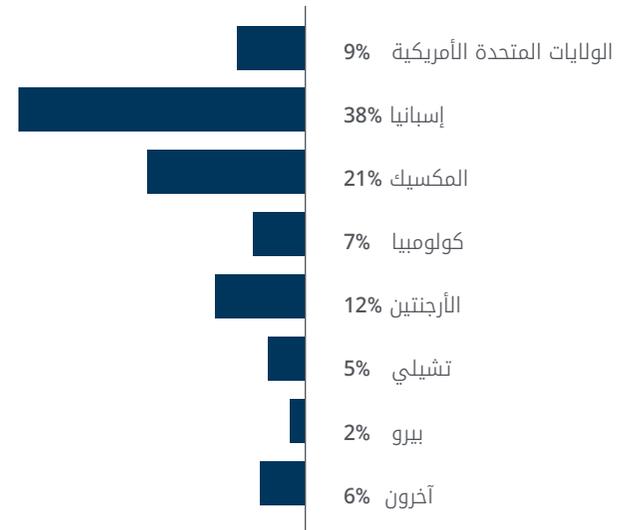


Manuel Pérez

مدير شركة متعددة الجنسيات

"عندما قررت إجراء الماجستير المتقدم هذا، نشأت الكثير من الشكوك لأنه على الرغم من أنني كنت أعرف أنه ضروري لحياتي المهنية، إلا أنني كنت أشك في أنني سأتمكن من إجراء بنجاح بسبب اضطراري إلى دمج مع الالتزامات اليومية الأخرى. ومع ذلك، فقد اتخذت هذه الخطوة واليوم أعتقد أنها كانت واحدة من أكثر التجارب إثراءً على المستوى الأكاديمي. بفضل المحتوى الرقمي والجودة العالية لهيئة التدريس جعلت التجربة أكثر إثراءً"

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يحتوي هذا البرنامج الجامعي على هيئة تدريس مكونة من خبراء بارزين في إدارة وتوجيه المشاريع التكنولوجية. يجلب هؤلاء المتخصصون خبرة سنوات عملهم في هذا البرنامج. بالإضافة إلى ذلك، يشارك متخصصون آخرون ذوو مكانة مرموقة في المجالات ذات الصلة في تصميمها وتطويرها، وإكمال الشهادة الجامعية بطريقة متعددة التخصصات، مما يجعلها تجربة فريدة ومغذية للغاية على المستوى الأكاديمي للطلاب.

طاقم تدريس كامل متخصص في إدارة المشاريع
التكنولوجية في الشركة، مما يضمن لك عملية
تعليمية ناجحة"



المدير الدولي المستضاف



عمل J. Michael DeAngeli مديعاً وكاتب سيناريو وممثلأ في مجال التعليم العالي، وله مسيرة مهنية طويلة تركز على التعليم العالي. بعد أن شغل العديد من المناصب الأكاديمية في جامعة Pensilvania، تم تعيينه مديراً مساعداً للاتصالات والتكنولوجيا في المؤسسة الأمريكية. مسؤول هناك عن إنتاج وتقديم البودكاست الإخباري الأسبوعي CS Radio. كما شارك أيضاً في إنشاء البودكاست الكوميدي Mission: فيلم "مرفوض" الذي قام بإخراجه وتأليفه وإنتاجه.

قد عمل طوال حياته المهنية في محطات التلفزيون التعليمية المحلية ومحطات الإذاعة في أقسام الأخبار. علاوة على ذلك، بعد تخرجه من كلية مولنبرغ بشهادة في الفنون المسرحية، شغل منصب مدير شركة The Porch Room، وهي شركة إنتاج للبودكاست والأفلام والمسرح. مع كل هذا، فقد أتاحت له الفرصة للقيام بوظائف مختلفة في مجال في مجال الاتصالات والترفيه. قد عمل أيضاً أمام وخلف الميكروفونات في مجالي الأخبار والترفيه.

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

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

أ. DeAngelis, J. Michael.

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

بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم"



المدير الدولي المستضاف



تتمتع Jennifer Dove بخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق استقطاب المواهب العالمية، وهي خبيرة في مجال التوظيف والاستراتيجية التكنولوجية. وطوال مسيرتها المهنية، شغلت مناصب عليا في العديد من المؤسسات التكنولوجية داخل شركات مدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك Comcast و NBCUniversal. وقد أتاح لها سجلها الحافل التفوق في بيئات تنافسية عالية النمو. وبصفتها نائب رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، فهي تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتتعاون مع قادة الأعمال والموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. وهي تهدف على وجه الخصوص إلى بناء 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 أنها مسؤولة أيضاً عن الترويج لعلامة Mastercard التجارية والقيمة التي تقدمها الشركة من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

أظهرت Jennifer Dove التزامها بالتطوير المهني المستمر، حيث شاركت بنشاط في شبكات المتخصصين في الموارد البشرية وساهمت في تأهيل العديد من الموظفين في شركات مختلفة. بعد حصولها على درجة البكالوريوس في الاتصال التنظيمي من جامعة ميامي، شغلت مناصب عليا في مجال التوظيف في شركات في مجالات متنوعة. وقد اشتهرت بقدرة على قيادة التحولات التنظيمية، ودمج التكنولوجيا في عمليات التوظيف، وتطوير برامج القيادة التي تُعد المؤسسات للتحديات المقبلة. كما نجحت أيضاً في تنفيذ برامج صحية للموظفين أدت إلى زيادة رضا الموظفين والاحتفاظ بهم بشكل كبير.

أ. Jennifer Dove

- ♦ نائب الرئيس، استقطاب المواهب، Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة استقطاب المواهب في NBCUniversal، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة التوظيف في كومكاست
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Rite Hire الاستشارية
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، قسم المبيعات في شركة أردور نيويورك للعقارات
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Valerie August & Associates
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في BNC
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في Vault
- ♦ بكالوريوس جامعة ميامي بشهادة في الاتصال التنظيمي

بفضل TECH، ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم”



المدير الدولي المستضاف

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

فهو يتمتع بموهبة فطرية في الاستراتيجية والابتكار التنفيذي، وتطوير أفكار جديدة ودعم نجاحها ببيانات عالية الجودة. وقد أتاحت له مسيرته المهنية في Amazon إدارة ودمج خدمات تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالشركة في الولايات المتحدة. قاد في شركة Microsoft فريقاً مكوناً من 104 أشخاص، وكان مسؤولاً عن توفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على مستوى الشركة ودعم أقسام هندسة المنتجات في جميع أنحاء الشركة.

وقد مكنته هذه الخبرة من البروز كمدير عالي التأثير يتمتع بقدرات ملحوظة على زيادة الكفاءة والإنتاجية ورضا العملاء بشكل عام.



أ. Rick Gauthier

- ♦ مدير تكنولوجيا المعلومات الإقليمي في Amazon, Seattle, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيس قسم البرامج العليا في Amazon
- ♦ نائب رئيس شركة Wimmer Solutions
- ♦ المدير الأول لخدمات هندسة الإنتاجية في Microsoft
- ♦ شهادة في الأمن السيبراني من Western Governors University
- ♦ شهادة تقنية في الغوص التجاري Commercial Diving من Divers Institute of Technology
- ♦ شهادة في الدراسات البيئية من The Evergreen State College



اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث التطورات في هذا الشأن لتطبيقها على ممارساتك 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. وطوال مسيرته المهنية الطويلة، قام بالعديد من المخاطر، وهو مدافع دائم عن الابتكار و التغيير في بيئة الأعمال. بفضل هذه الخبرة، عمل مع رؤساء تنفيذيين وشركات في جميع أنحاء العالم، ودفعتهم 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 و المساهمين على حد سواء. نجاح هذا الخبير يمكن قياسه كمياً من خلال مقاييس ملموسة مثل CSAT، و مشاركة الموظفين في المؤسسات التي عمل فيها ونمو المؤشر المالي للأرباح قبل خصم الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء في كل منها.

كما قام أيضاً برعاية وقيادة فرق عالية الأداء حصلت على جوائز تقديراً لإمكاناتها التحويلية.. مع شركة Shell، بالتحديد، شرع المدير التنفيذي في التغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات من أجل إزالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم "إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" و إصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. بالتالي، فقد أظهرت جهودهم 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 الدراسات العليا من كلية لندن للأعمال. في الوقت نفسه، اكتسب خبرة متراكمة في مجال إنترنت الأشياء و Salesforce.

أ. Romi Arman

- ♦ مدير التحوّل الرقمي (CDO) في شركة Shell للطاقة، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ الرئيس العالمي للتجارة الإلكترونية وخدمة العملاء في شركة Shell للطاقة
- ♦ مدير الحسابات الرئيسية الوطنية (مصنعي المعدات الأصلية للسيارات والتجزئة) لشركة Shell في كوالالمبور، ماليزيا
- ♦ مستشار إداري أول (قطاع الخدمات المالية) لدى شركة Accenture من سنغافورة
- ♦ خريج جامعة Leeds
- ♦ الدراسات العليا في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال لكبار التنفيذيين من كلية لندن للأعمال
- ♦ شهادة محترف تجربة العملاء CCXP
- ♦ دورة التحوّل الرقمي التنفيذي من IMD



هل ترغب في تحديث معرفتك بأعلى جودة تعليمية؟ تقدم لك TECH أحدث محتوى في السوق الأكاديمي، صممه خبراء مشهورون دوليًا

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. قد قاد عملية تخطيط سلسلة التوريد في مركز البيانات وتقييم مخاطر الموردين، مما أدى إلى تحسينات في العمليات وإدارة سير العمل أدت إلى تحقيق 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، و medición و القياس والإسناد. في الواقع، حصلت الشركة على العديد من الجوائز عن عملها، بما في ذلك جائزة الريادة BIM، و جائزة الريادة في البحث، جائزة برنامج توليد العملاء المحتملين للتصدير و جائزة أفضل نموذج مبيعات في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا.

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

قد قاد أيضاً فرق عمل في شركات مثل Siemens Eaton، Airbus، 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 رائداً بارزاً في مجاله.

أ. Manuel Arens

- ♦ مدير المشتريات العالمية في Google, Mountain View, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير أول، تحيلات وتكنولوجيا Google B2B, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google, أيرلندا
- ♦ كبير محلي الصناعة في Google, ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google, أيرلندا
- ♦ Accounts Payable في Eaton, المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في شركة Airbus, 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 و قدرته على التكيف مع الإيقاع السريع للعمل. ومع كل هذا، يضيف هذا الخبير وعياً تجارياً قوياً، ورؤية للسوق و شغفاً حقيقياً بالمنتجات.

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

من ناحية أخرى، قام في شركات مثل Calvin Klein أو Gruppo Coin، بمشاريع لتعزيز هيكلية، لكلا التطوير و التسويق ل مجموعات مختلفة. كما كان مسؤولاً عن إنشاء تقويمات فعالة لكل من حملات البيع والشراء. كما كان مسؤولاً عن شروط، وتكاليف، وعمليات و مواعيد تسليم العمليات المختلفة.

قد جعلت هذه الخبرات من Andrea La Sala أحد أهم والأكثر تأهيل لقيادة الشركات في مجال الأزياء و الرفاهية. قدرة إدارية عالية تمكّن من خلالها بطريقة فعالة من تنفيذ التموضع الإيجابي لعلامات التجارية المختلفة وإعادة تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية .



أ. La Sala, Andrea

- ♦ المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق العالمي لعلامة أرماني للمرافقة في جورجيو أرماني، ميلانو، إيطاليا
- ♦ مدير التسويق التجاري في Calvin Klein
- ♦ مدير العلامة التجارية في Gruppo Coin
- ♦ مدير العلامة التجارية في Dolce&Gabbana
- ♦ مدير العلامة التجارية في Sergio Tacchini S.p.A
- ♦ محلل السوق في Fastweb
- ♦ خريج كلية إدارة الأعمال والاقتصاد في جامعة Piemonte الشرقية



ينتظر أكثر المتخصصين الدوليين تأهيلاً وخبرة في
TECH ليقدّموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً
ومبتعاً على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟

المدير الدولي المستضاف

Mick Gram مرادف للابتكار والتميز في مجال ذكاء الأعمال Inteligencia Empresarial لى المستوى الدولي. ترتبط مسيرته المهنية الناجحة بمناصب قيادية في شركات متعددة الجنسيات مثل Walmart و Red Bull. كما أنه معروف برؤيته في تحديد التقنيات الناشئة التي لها تأثير دائم على المدى الطويل على بيئة الشركات.

من ناحية أخرى، يُعتبر المدير التنفيذي رائداً في استخدام تقنيات تصور البيانات التي تبيّن المجموعات المعقدة وتجعلها في متناول الجميع وتسهّل عملية اتخاذ القرار. قد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لملفه المهني، مما جعله رصيداً مرغوباً فيه لدى العديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات و توليد إجراءات ملموسة بناءً عليها.

من أبرز مشاريعها في السنوات الأخيرة منصة Walmart Data Cafe، وهي أكبر منصة من نوعها في العالم تعتمد على السحابة لتحليل البيانات الضخمة Big Data. قد 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 تطبيقات Walmart Luminare الجديدة الخاصة بالمتسوقين وقنوات التسوق.

أما بالنسبة إلى تعليمه، فقد حصل المدير التنفيذي على العديد من شهادات الماجستير والدراسات العليا في مراكز مرموقة مثل جامعة Berkeley، في الولايات المتحدة و جامعة Copenhagen، في الدنمارك. من خلال هذا التحديث المستمر، يكون الخبير قد حقق أحدث الكفاءات. على هذا النحو، فقد أصبح يُنظر إليه على أنه قائد مولود للاقتصاد العالمي الجديد، الذي يتمحور حول السعي وراء البيانات وإمكانياتها اللانهائية.



أ. Gram, Mick

- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence والتحليلات في Red Bull, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مهندس حلول ذكاء الأعمال Business Intelligence في Walmart Data Cafe
- ♦ استشاري مستقل لذكاء الأعمال Business Intelligence وعلوم البيانات Data Science
- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في Capgemini
- ♦ محلل أول في Nordea
- ♦ استشاري أول ذكاء الأعمال Business Intelligence في SAS
- ♦ التعليم التنفيذي في IA و Machine Learning في UC Berkeley Colleg of Engineering
- ♦ MBA التنفيذي في التجارة الإلكترونية في جامعة Copenhagen
- ♦ الليسانس وماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة Copenhagen



ادرس في أفضل جامعة عبر الأنترنت في العالم وفقاً لمجلة فوربس! ستتمكن في MBA هذا من الوصول إلى مكتبة واسعة من موارد الوسائط المتعددة التي طورها أساتذة مشهورون عالمياً"

المدير الدولي المستضاف

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

لقد كانت قيادة هذا المدير التنفيذي حاسمة في قيادة استراتيجيات الإنتاج فيالإعلامي المدفوع، مما أدى الى نتائج ملحوظة افضل في معدلات التحويل في شركته. في الوقت نفسه، تولى في الوقت نفسه مناصب أخرى، مثل مدير خدمات التسويق ومدير حركة المرور في نفس الشركة متعددة الجنسيات خلال فترة إدارته السابقة.

شارك أيضاً في التوزيع العالمي للألعاب الفيديو و حملات الملكية الرقمية. كما كان مسؤولاً أيضاً عن تقديم الاستراتيجيات التشغيلية المتعلقة بتشكيل ووضع اللمسات الأخيرة على محتوى الصوت والصورة للإعلانات التلفزيونية و المقاطع 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 Harvard في برامج متطورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الأعمال التجارية. بالتالي، فإن ملفه المهني هو أحد أكثر الملفات المهنية أهمية في مجال التسويق و الإعلام الرقمي الحالي.



أ. Stevenson, Scott

- ♦ مدير التسويق الرقمي في Warner Bros. Discovery, Burbank, الولايات المتحدة
- ♦ مدير حركة المرور Warner Bros. ترفيه (Entertainment)
- ♦ ماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا
- ♦ إجازة في الإعلانات السلوكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا



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

المدير الدولي المستضاف

الدكتور Doctor Eric Nyquist هو خبير في مجال الرياضة العالمية، بنى مسيرة مهنية رائعة، وقد اشتهر بقيادته الاستراتيجية وقدرته على قيادة التغيير والابتكار في المؤسسات الرياضية بمستوى عالي.

في الواقع، لقد شغل مناصب رفيعة مثل مدير الإعلانات والتأثير في NASCAR، في Florida, Estados Unidos. مع سنوات عديدة من الخبرة، شغل الدكتور Nyquist أيضًا عددًا من المناصب القيادية، بما في ذلك نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي و المدير العام لشؤون الأعمال، حيث أدار أكثر من عشرة تخصصات تتراوح بين التطوير الاستراتيجي و التسويق الترفيهي.

ترك Nyquist أيضًا بصمة كبيرة على الامتيازات الرياضية الأكثر أهمية في شيكاغو. بصفته نائب الرئيس التنفيذي لامتيازات Chicago Bulls و Chicago White Sox فقد أثبت قدرته على قيادة الأعمال الناجحة و الاستراتيجية في عالم الرياضة الاحترافية..

أخيرًا، بدأ مسيرته المهنية في مجال الرياضة أثناء عمله في نيويورك ك محلل استراتيجي رئيسي لدى Roger Goodell في الدوري الوطني لكرة القدم الأمريكية وقبل ذلك كمتدرب قانوني لدى الاتحاد الأمريكي لكرة القدم.



أ. Eric Nyquist

- ♦ مدير الإعلانات والتأثير في NASCAR، في فلوريدا، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ نائب رئيس التخطيط الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ المدير العام لشؤون الأعمال في NASCAR
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، امتيازات Chicago White Sox
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، امتيازات Chicago Bulls
- ♦ مدير تخطيط الأعمال في الدوري الوطني لكرة القدم الأمريكية
- ♦ الشؤون التجارية/متدرب الشؤون التجارية/القانونية في الاتحاد الأمريكي لكرة القدم
- ♦ من جامعة شيكاغو
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال من كلية بوث لإدارة الأعمال في جامعة شيكاغو.
- ♦ إجازة في الآداب في الاقتصاد الدولي من كلية Carleton

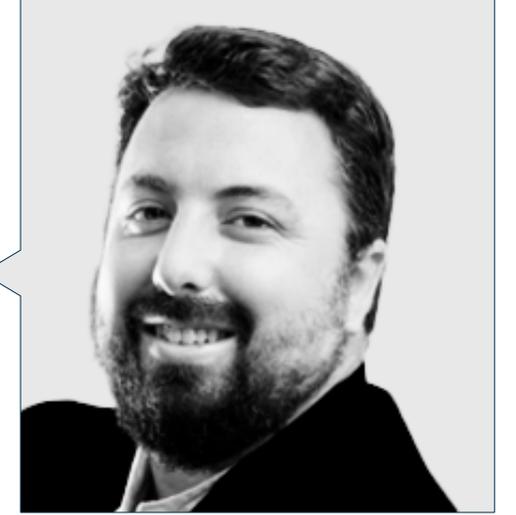


بفضل هذا المؤهل العلمي الجامعي 100%
عبر الانترنت، ستتمكن من الجمع بين دراستك
والتزاماتك اليومية، بمساعدة كبار الخبراء
الدوليين في مجال اهتمامك. سجل الآن!

هيكل الإدارة

د. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

- ♦ خبير في الأعمال التجارية الدولية والمشورة القانونية للشركات
- ♦ رئيس المنطقة الدولية في النقل بين المدن في Tenerife
- ♦ مستشار قانوني في النقل بين المدن في Tenerife
- ♦ مدير قانوني في AvalonBiz Consulting Group SL
- ♦ مدرب في الدورات الموجهة لحماية البيانات
- ♦ دكتوراه في التنمية الإقليمية من جامعة La Laguna
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة La Laguna
- ♦ محاضرة جامعية في Project Management من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ MBA في إدارة وتوجيه الشركات من جامعة Europea de Canarias



د. Romero Mariño, Brunil Dalila

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



د. Pampliega, Carlos

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



الأساتذة

أ. González Peña , Alexis José

- خبير في الشؤون المالية ومراجعة الحسابات
- مدير المجال المالي في CajaSiete Caja Rural
- مدقق داخلي أول في Bankia
- مدقق داخلي أول في Caja Insular de Ahorros de Canarias
- مراجع حسابات أول experience في Deloitte
- بكالوريوس في إدارة وتوجيه الأعمال من جامعة Las Palmas de Gran Canaria
- ماجستير في الضرائب والنصائح المالية من مركز الدراسات المالية
- ماجستير تنفيذي في الإدارة المالية والتمويل المتقدم من المعهد العالي للتقنيات والممارسات المصرفية
- خبير في التخطيط المالي والرقابة الإدارية في البنوك من قبل محللين ماليين دوليين
- خبير التطوير التنفيذي في إدارة المحافظ الاستثمارية من قبل المحللين الماليين الدوليين

د. Roji Ferrari, Salvador

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



مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

من خلال هذا الماجستير المتقدم سيكون الطلاب مؤهلين تأهيلاً عالياً في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة. بهذه الطريقة، سيكتسب الخريجون كفاءات متقدمة لقيادة مقترحات مبتكرة. كما سيكون لديهم جميع الأدوات المتاحة لهم لتحقيق نمو ملحوظ في حياتهم المهنية. هذا سيمكن الخبراء من الاستفادة من فرص العمل الكثيرة في قطاع التكنولوجيا اليوم.

ستحظى بتجربة تعليمية على أعلى مستوى
من شأنها أن ترفع من آفاقك المهنية"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ تطور مهني ممتاز في انتظارك

بعد الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة في TECH الجامعة التكنولوجية برنامجاً مكثفاً يؤهل الطلاب لمواجهة تحديات وقرارات الأعمال على الصعيدين الوطني والدولي. هدفها الرئيسي هو تعزيز النمو 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

إذا كنت تبحث عن وظيفة أفضل،
تضع TECH جميع مواردها تحت
تصرفك لمساعدتك في تحقيق ذلك.

وقت التغيير



لا تفوّت فرصة دراسة البرنامج
الأكثر اكتمالاً في السوق في
مجال إدارة المشاريع التكنولوجية.

نوع التغيير



زيادة الرواتب

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 25.22%



مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

سيساهم الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة في الارتقاء بمواهب المؤسسة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تخصص قيادات رفيعة المستوى. لذلك، فإن المشاركة في هذا البرنامج الأكاديمي ستحسن ليس فقط على المستوى الشخصي ولكن، قبل كل شيء، على المستوى المهني. سيطور الخريجون مهاراتهم الإدارية لقيادة المشاريع التكنولوجية المبتكرة، لكن بالإضافة إلى ذلك، يعد دخول المجتمع التعليمي لـTECH فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال التي يمكن من خلالها العثور على شركاء مهنيين أو عملاء أو موردين مستقبليين.

بعد الانتهاء من هذا الماجستير المتقدم،
سوف تجلب لشركتك رؤية جديدة للأعمال
التجارية للارتقاء بها إلى المستوى التالي"



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

01 رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

01

02 الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

02

03 وكلاء البناء للتغيير

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

03

04 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



المؤهل العلمي

يضمن الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل الماجستير المتقدم الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



إن المؤهل الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية** سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج الماجستير المتقدم وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: ماجستير متقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: سنتين

تحتوي درجة الماجستير المتقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائقة في السوق.

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

ماجستير متقدم في إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة

التوزيع العام للخطة الدراسية			
الدرجة	المادة	الطريقة	عدد الساعات
1*	المهارة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	إلزامي	150
1*	البنية الأساسية والإدارة Management النظرية	إلزامي	150
1*	إدارة الموارد البشرية	إلزامي	150
1*	إدارة العمليات والتسويق	إلزامي	150
1*	إدارة المشتريات والتمويل	إلزامي	150
1*	إدارة نظم المعلومات	إلزامي	150
1*	إدارة التجارة والتسويق وشركات التأمين	إلزامي	150
1*	إنتاج التسويق والترويج والإدارة التجارية	إلزامي	150
1*	المسئولية وإدارة المشاريع	إلزامي	150
1*	Management مدير	إلزامي	150
1*	الإدارة الاستراتيجية للمشاريع	إلزامي	150
1*	تقنيات المشروع وجودة الزماني	إلزامي	150
1*	إدارة الأعمال والتسويق	إلزامي	150
1*	التعاقد وجودة المشروع	إلزامي	150
1*	إدارة الموارد البشرية	إلزامي	150
2*	التصميم والمشاريع المتكاملة	إلزامي	150
2*	المهنيات البرية	إلزامي	150
2*	مكتب إدارة المشروع (PMO)	إلزامي	150
2*	إدارة مخاطر المشروع	إلزامي	150
2*	مقدمة عن تمويل المشروع	إلزامي	150
2*	مقدمة في تصميم وإدارة مشاريع التكنولوجيا وإدارة تكامل المشاريع التكنولوجية وإدارة تكامل المشاريع التكنولوجية	إلزامي	150
2*	إدارة نطاق المشاريع التكنولوجية	إلزامي	150
2*	إدارة جودة في المشاريع التكنولوجية	إلزامي	150
2*	إدارة تكامل في المشاريع التكنولوجية	إلزامي	150
2*	إدارة الجودة في المشاريع التكنولوجية	إلزامي	150
2*	إدارة الموارد في المشاريع التكنولوجية	إلزامي	150
2*	التصاميم وإدارة Stakeholders في مشاريع التكنولوجيا	إلزامي	150
2*	إدارة المشتريات للمشاريع التكنولوجية	إلزامي	150
2*	مقدمة PMO أو CAPM وإطار الخلفي للاتجاهات والممارسات الحديثة في إدارة جودة المشاريع التكنولوجية	إلزامي	150

tech الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara Navarro
أ.د. / رئيسة الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوحة إلى
J
المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج
ماجستير متقدم
في
إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة

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

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

Tere Guevara Navarro
أ.د. / رئيسة الجامعة

TECH: AFWOR03S. tech@ute.com/certificates



ماجستير متقدم إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة

« طريقة التدريس: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: سنتين

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

ماجستير متقدم إدارة المشاريع التكنولوجية في الشركة