

ماجستير خاص MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية



الجامعة
التكنولوجية **tech**

ماجستير خاص MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« موجهة إلى: لخريجي الجامعات وحملة الدبلوم والحاصلين على الشهادات الجامعية الذين أكملوا مؤهلاً علمياً في هندسة الكمبيوتر

رابط الدخول الى الموقع الإلكتروني: www.techtitute.com/ae/school-of-business/executive-master-degree/master-mba-advanced-technology-project-management

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 44		صفحة 26		صفحة 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	الملف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 78		صفحة 56		صفحة 52		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 86		صفحة 82				

كلمة الترحيب

حاليًا، ومع استحواد الرقمنة الشريعة على جميع العمليات تقريبًا، تضطر معظم الشركات إلى الاعتماد على شخصية مدير المشاريع التكنولوجية. ويجب أن يكون لدى هذه السيرة الذاتية معرفة تقنية متعمقة بالمهام التي يتعين أدائها، وكذلك القدرة على الاضطلاع بإدارة ماهرة لفريق العمل، من أجل تعظيم قيمته وأدائه. برامج مثل هذه، التي تقدمها TECH لمحترفي الأعمال، تعد الطالب لممارسة هذه الوظيفة، وتتمكن من زيادة آفاقهم الاقتصادية ونموهم المهني والشخصي. كل هذا، بناءً على خطة دراسية مليئة بالحالات العملية الكاملة والمحدثة التي تهدف إلى تلبية احتياجات عالم الأعمال التكنولوجي.



تتطلب إدارة المشاريع التكنولوجية شخصية عالية التخصص ومؤهلة، تتمتع بمهارات إدارية وقيادية كبيرة. مع درجة الماجستير الخاص هذه، يمكنك أن تضع نفسك مسؤولاً عن أكثر المشاريع طموحاً وجاذبية في مجالك"



لماذا تدرس في TECH؟

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





انضم إلى جامعة TECH وستحصل على إمكانية الوصول إلى مجموعة من الدورات التدريبية الحصرية التي يقودها خبير عالمي في قطاع تسويق الموضة"

في 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

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



+200

جنسية مختلفة

+100.000

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

التمكين



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

اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات

+500

الموهبة



هذا البرنامج هو عرض فريد لإبراز موهبة الطالب في مجال الأعمال. إنها فرصة يمكنه من خلالها التعريف بمخاوفه ورؤيته عمله.

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

سياق متعدد الثقافات



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

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

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

التحليلات

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



التميز الأكاديمي

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



الإقتصاد الكلي

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



تعلم مع الأفضل

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



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



لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

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

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

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



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

01

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

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

70% من المشاركين يحققون تطوراً وظيفياً
إيجابياً في أقل من عامين.

02

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

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

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين
رؤيتك الإستراتيجية.

03

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

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

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية
عليا حقيقية.

04

تحمل مسؤوليات جديدة

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

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

تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

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

07

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

كن جزءًا من مجتمع حصري

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

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دوليًا.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

الجامعة 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.

الأهداف

الغرض من هذا البرنامج هو تعزيز القدرة القيادية للطلاب في قطاع التكنولوجيا، وتزويدهم بأفضل الأدوات والمعرفة المتخصصة لإدارة أي نوع من المشاريع بنجاح. وبالتالي، يتم تقديم التدريب الذي يتم فيه تطوير المحتوى من وجهة نظر فنية ومن منظور أعمال يأخذ في الاعتبار البيئات والأسواق الحالية، وبالتالي ضمان أن التدريس محدث ومتوافق مع آخر التطورات والاتجاهات.

إذا كان هدفك هو قيادة مشاريع تكنولوجية كبيرة،
فإن TECH تمنحك الموارد اللازمة لتكون قائدًا كفوًا
وفعالًا ومنتجًا"



تحتضن جامعة TECH أهداف طلابها.
ويعمل الإثنان معًا على تحقيق هذه الأهداف.
إن MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية سيقوم بتدريب الطالب على:

القدرة على التخصص في الأطر الرئيسية لتوجيه وإدارة مشاريع
تكنولوجيا المعلومات

01

التعرف على أنسب الأساليب لإدارة الأفراد والفرق بهدف تعزيز
رفاهيتهم وإنتاجيتهم في العمل

02

العمل على الأساليب التحليلية المختلفة لاتخاذ القرارات الإستراتيجية

03

تحديد القيادة كنموذج للمرافقة ضد المنهجية السلطوية التقليدية

04

تحليل العمليات والامتطلبات لتطوير مشاريع البرمجيات

05



دراسة تخطيط موارد المؤسسة وإدارة العلاقات مع العملاء
لتحسين عملية صنع القرار

08

معالجة مشاكل إدارة البيانات من حيث الحماية والأمان وتطبيق
اللوائح الحالية والالتزام بها

06

تحديد تقنيات ذكاء الأعمال المختلفة لتوقع المشاكل المحتملة من
خلال تقديم حلول وقائية

09

تحقق من مزيج المعرفة والتقنيات من مختلف التخصصات من أجل اقتراح
حلول متعددة التخصصات

10

التعرف على المنهجيات الأساسية لتطوير المشاريع مثل SDLC أو
Agile أو توجيه الهدف

07



تناول أهمية الاستخدام الصحيح للوحات التحكم لأتمتة مراقبة تحقيق الأهداف

14

تطوير المهارات الإدارية على المستوى الاستراتيجي والتنظيمي ومستوى المشروع، من وجهة نظر القيمة المقترحة، إلى تصميم استراتيجيات تحويل الأعمال

11

تقدير أهمية البيانات في إدارة المشروع بالكامل وافهم كيف يمكن استخدام التحليلات لتركيز جهود فريق العمل

12

فهم استخدام Google Analytics كأداة رئيسية في تحليل البيانات وتعلم كيفية تحسين اتخاذ القرار بناءً على البيانات التي تم الحصول عليها

13



فحص طرق إدارة الحوادث لتنفيذها وتعزيز سير العمل بشكل أفضل

15

دراسة الأطر التنظيمية الرئيسية للأمن وحماية البيانات من أجل ضمان منهجية العمل وفقاً للتشريعات الحالية

16

تحليل الحقائق المتباينة التي تعمل فيها شركات التكنولوجيا في مواجهة التغيرات في المجتمع

17

التفكير في الذكاء العاطفي كأداة أساسية في تحسين نتائج الأعمال

18



الكفاءات

في نهاية MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية، سيكون الطالب قادرًا على قيادة فرق العمل في المجال التكنولوجي بطريقة مرنة وفعالة، وتطبيق منهجية مبتكرة لتحليل البيانات وإدارة المشاريع. سيؤدي ذلك إلى زيادة مهاراتك المهنية بشكل كبير، فضلاً عن فرصك الخاصة للنمو المهني من خلال التأهل لشغل مناصب إدارية أفضل تتطلب المزيد من التخصص والمهارات.



سوف تفي بالمتطلبات التي تبحث عنها شركات
التكنولوجيا الكبرى حتى تتمكن من إدارة
مشاريعها الأكثر تطلبًا"



استخدام أدوات السوق الرئيسية لمراقبة مؤشرات الأداء الرئيسية
للتحكم في تنفيذ وتقديم المشروع فيما يتعلق بالاستراتيجية المحددة

01

تحديد أهمية إدارة الجودة في إدارة مشاريع البرمجيات وتعلم كيفية تطبيق
المعايير اللازمة لمراقبتها

04

تطبيق منهجية Scrum و Kanban بشكل صحيح وفعال
في المشاريع

02

تطوير أنظمة إدارة معلومات الأعمال الأكثر شيوعًا

03

تصميم قاعدة بيانات مع تحليل العمليات ومنهجية متكاملة
في إدارة المشاريع

05



التواصل بمهارة لفظيًا وغير لفظي، مما يساهم في الجودة في العلاقات الشخصية للشركة

06

تحديد أنظمة الإدارة التي يمكن الوصول إليها في الوقت الفعلي

08

تحديد إستراتيجيات الحل المناسب للنزاعات باستخدام تقنيات التفاوض المبتكرة

09

إقامة اتصالات مباشرة بين أقسام الشركة والعملاء

07

توصيل نتائج التحليل بشكل فعال إلى الجماهير التقنية وغير الفنية

10



تحليل مواقع الويب أو الأنظمة الأساسية الرقمية لتحسين الطريقة التي يتفاعل بها المستخدم مع وظائفها المختلفة

14

تصميم استراتيجيات التحكم لمراقبة المشاريع والعمليات

11

اقتراح وتوصيل وتطوير نماذج تحويل الأعمال أو الأعمال التي تبرز فوائدها وفرصها للمؤسسات

12

فهم الاختلافات بين نماذج تخزين المعلومات المختلفة: Data Lake, Data Mart و Data Warehouse

13



تطبيق التقنيات القائمة على تحليل البيانات لتحسين النتائج الإجمالية للمنظمة

15

مراجعة وتدقيق منتج تطوير البرمجيات الجديد والأنشطة المرتبطة به خلال دورة التطوير

16

تطوير تقنيات لضمان الامتثال للوائح حماية البيانات داخل إدارة المشروع

17

تطبيق التدريب في بيئة الأعمال، وتحسين العمليات التعليمية

18



الهيكل والمحتوى

MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية هو برنامج يتكيف مع احتياجات الطالب، نظرًا لكونه 100٪ عبر الإنترنت، يمكن للطلاب اختيار جدول الدراسة الذي يناسب توفره واهتماماته الخاصة. هذه فرصة عظيمة للانطلاق في مسيرة مهنية، كل شخص يطمح إلى مناصب إدارية في المجال التكنولوجي.



تضمن لك جامعة TECH الوصول إلى أفضل خطط
المناهج الدراسية المتاحة في الإدارة المتقدمة لمشاريع
التكنولوجيا حتى تتمكن من التقدم للحصول على أعلى
مناصب المسؤولية في القطاع"



خطة الدراسة

MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية من TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج شامل يقوم بتدريب الطلاب على اتخاذ القرارات وقيادة فرق العمل متعددة التخصصات بفعالية، مع التركيز على أهمية المعرفة التقنية اللازمة في مجال التكنولوجيا.

يحتوي MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية على المنهجية والتقنيات الأكثر تقدماً لقيادة الأعمال، والتي تركز دائماً على إدارة المشاريع ذات الطبيعة التكنولوجية.

خلال 2700 ساعة التي يتألف منها البرنامج، سيدرس الطالب عدداً كبيراً من الحالات الواقعية والعملية، مما يجعل التجربة التعليمية أكثر غمراً في مواقف العمل الحقيقية.

تتعمق درجة الماجستير الخاص هذه في المنظور الجديد للقائد كشخصية موثوقة، مبتعدة عن المنظور السلطوي التقليدي عند التعامل مع قضايا مثل الذكاء العاطفي لفريق العمل أو التواصل غير اللفظي الذي يسعى إلى تحسين العلاقات داخل الشركة نفسها .

خطة دراسية تعد طلابها لأكثر مناصب المسؤولية طموحاً في صناعة التكنولوجيا، مما يساعدهم على تحقيق التميز في مجال قيادة وإدارة الأعمال.

الوحدات العشر التي تشكل درجة الماجستير الخاص هذه، والتي يتم تدريسها على مدار 12 شهرًا، هي كما يلي:

الوحدة 1	الإدارة والتوجيه المرين للمشاريع التكنولوجية
الوحدة 2	إدارة المتطلبات وتحليل العمليات في مشاريع تطوير البرمجيات
الوحدة 3	إدارة الأعمال: تقنيات لإدارة الموارد والعملاء
الوحدة 4	إدارة ومراقبة مشاريع تكنولوجيا المعلومات من خلال ذكاء الأعمال
الوحدة 5	الرصد والرقابة الإستراتيجية لمشاريع تكنولوجيا المعلومات
الوحدة 6	التحليلات الرقمية لاتخاذ القرار في المشاريع التكنولوجية
الوحدة 7	تحسين مشاريع وأعمال تكنولوجيا المعلومات من خلال التقنيات التحليلية
الوحدة 8	إدارة الجودة وتنفيذ مشاريع البرمجيات
الوحدة 9	الامتثال التنظيمي لأمن المعلومات في المشاريع التكنولوجية
الوحدة 10	إدارة الفرق في مشاريع الحاسبات
الوحدة 11	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة
الوحدة 12	قيادة لأفراد وإدارة المواهب
الوحدة 13	الإدارة الاقتصادية والمالية
الوحدة 14	الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي
الوحدة 15	الإدارة التنفيذية

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

توفر TECH إمكانية إجراء الماجستير الخاص في الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية بالكامل عبر الإنترنت. خلال 12 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 تطور المهني وتحقيق قفزة حاسمة.



الوحدة 1. الإدارة والتوجيه المرين للمشاريع التكنولوجية

<p>4.1 منهجيات مرنة لإدارة المشاريع 1.4.1 الدافع لتطبيقه 2.4.1 قيم ومبادئ بيان Agile 3.4.1 سيناريوهات التطبيق</p>	<p>3.1 إدارة العمليات حسب معهد إدارة المشاريع Project Management Institute 1.3.1 مجموعات العمليات ومجالات المعرفة 2.3.1 مصفوفة العملية</p>	<p>2.1 إدارة المشاريع حسب معهد إدارة المشاريع 1.2.1 PMI و PMBOK 2.2.1 المشروع والبرنامج وحافطة المشاريع 3.2.1 تطور وأصول عمليات المنظمات التي تعمل مع المشاريع</p>	<p>1.1 إدارة مشروع 1.1.1 قيادة وإدارة المشاريع 2.1.1 مراحل المشروع</p>
<p>8.1 KANBAN لإدارة Agile للمشاريع 1.8.1 النموذج 2.8.1 طريقة Kanban وعناصرها وفوائدها 3.8.1 سيناريوهات الاستخدام النموذجية</p>	<p>7.1 Scrum للإدارة Agile للمشروعات 1.7.1 Product Backlog و Sprint Backlog و Increment 2.7.1 الاتفاقات في فريق Scrum 3.7.1 تقييم الأداء</p>	<p>6.1 Scrum لإدارة Agile للمشاريع: تطبيق النموذج 1.6.1 تطبيق إطار العمل framework 2.6.1 الأشخاص والأدوار والمسؤوليات في Scrum 3.6.1 Sprint Planning و Daily Scrum و Sprint Review و Sprint و Sprint Refinement و Retrospective</p>	<p>5.1 Scrum لإدارة Agile للمشاريع: وصف Framework 1.5.1 Agile Framework لإدارة 2.5.1 ركائز وقيم Scrum</p>
		<p>10.1 اختيار نموذج لإدارة المشاريع 1.10.1 معايير اختيار نوع نموذج الإدارة 2.10.1 الطرق التقليدية مقابل الطرق المرنة 3.10.1 الاستنتاجات</p>	<p>9.1 KANBAN لإدارة Agile للمشاريع : تطبيق النموذج 1.9.1 Fundame 2.9.1 التطبيق 3.9.1 تقييم الأداء</p>

الوحدة 2. إدارة المتطلبات وتحليل العمليات في مشاريع تطوير البرمجيات

<p>1.2. تحليل الأنظمة</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.2 وظائف محلل النظم 2.1.2 دورة تطوير البرمجيات: SDLC, OO, Agile 3.1.2 SDLC و OO و Agile 	<p>2.2. أهمية تحليل وتصميم النظم</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.2 نظم المعلومات 2.2.2 تكامل تكنولوجيا المعلومات: الأجهزة والبرامج 3.2.2 اختيار المنهجية 	<p>3.2. دورة حياة تطوير البرمجيات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.2 الحملات وأنواعها 2.3.2 الخلاص والتشغيل 3.3.2 أنواع الاستراتيجيات 4.3.2 خطة التسويق الرقمي 	<p>4.2. نموذج وتصميم النظم. الدمج</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.2 التبعيات مع نظم التشغيل الأخرى في المنظمة 2.4.2 التكامل مع منهجيات إدارة المشاريع مثل PMBOK 3.4.2 التكامل مع المنهجيات الرشيدة
<p>5.2. اتخاذ المتطلبات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.2 الأساليب التفاعلية: المقابلات، JAD والاستبيانات 2.5.2 طرق غير تفاعلية: الملاحظة، مراجعة الوثائق 3.5.2 أساليب أخذ العينات: أخذ العينات 	<p>6.2. تحليل العمليات DFDs</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.2 تطوير DFD بعدة مستويات 2.6.2 أنواع DFDs: المادية والمنطقية، بناءً على الأحداث 3.6.2 DFDs المقسمة 	<p>7.2. تحليل العمليات قاموس البيانات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.2 إنشاء قاموس البيانات على أساس DAFD السابقة 2.7.2 مصطلحات قاموس البيانات 3.7.2 إنشاء ملفات XML لتبادل البيانات مع الأنظمة الأخرى 	<p>8.2. تحليل العمليات مواصفات العمليات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.2 القرارات المهيكلة وشبه المهيكلة 2.8.2 IF-THE-ELSE 3.8.2 جداول وأشجار القرار
<p>9.2. أهمية التصميم</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.2 تصميم المخرجات 2.9.2 تصميم المدخلات 3.9.2 التحقق من صحة التصميم 	<p>10.2. تصميم قاعدة البيانات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.2 تطبيع البيانات 2.10.2 مخططات E-R: 1 للكثيرين والكثير للكثيرين 3.10.2 عدم إضفاء الطابع الطبيعي 		

الوحدة 3. إدارة الأعمال: تقنيات لإدارة الموارد والعملاء

<p>4.3 إدارة علاقات العملاء Customer Relationship Management</p> <p>1.4.3 مساهمة إدارة العلاقة مع العملاء في الشركة Customer Relationship Management</p> <p>2.4.3 تصميم نظام المعلومات</p> <p>3.4.3 إدارة علاقات العملاء Customer Relationship Management لعمليات التحسين</p>	<p>3.3 تخطيط موارد المؤسسات وإدارتها</p> <p>1.3.3 وحدات ERO</p> <p>2.3.3 أنواع أنظمة تخطيط موارد المؤسسات Enterprise Resource Planning</p> <p>3.3.3 أدوات في السوق</p>	<p>2.3 تخطيط موارد المشاريع Enterprise Resource Planning</p> <p>1.2.3 مساهمة تخطيط موارد المؤسسة Enterprise Resource Planning</p> <p>2.2.3 التنفيذ والإدارة</p> <p>3.2.3 يوماً بعد يوم لتخطيط موارد المؤسسة Enterprise Resource Planning</p>	<p>1.3 نظم تخزين وإدارة المعلومات في المؤسسة</p> <p>1.1.3 تخطيط موارد المشاريع</p> <p>2.1.3 إدارة علاقات العملاء</p> <p>3.1.3 تخطيط موارد المشاريع. مقابل إدارة علاقات العملاء</p> <p>4.1.3 تخطيط موارد المؤسسات وإدارة علاقات العملاء في مجال الأعمال</p>
<p>8.3 إدارة علاقات العملاء Customer Relationship Management استعادة العملاء غير الراضين</p> <p>1.8.3 الكشف عن الخطأ في الوقت المناسب</p> <p>2.8.3 تصحيح وتصحيح الأخطاء</p> <p>3.8.3 استعادة العملاء وتصميم عمليات التحسين المستمر</p>	<p>7.3 إدارة علاقات العملاء Customer Relationship Management اداة التواصل</p> <p>1.7.3 الاتصالات</p> <p>2.7.3 البيانات</p> <p>3.7.3 الاستماع الفعال</p> <p>4.7.3 استراتيجيات الاستثمار في نظم المعلومات</p>	<p>6.3 إدارة علاقات العملاء Customer Relationship Management العمل مع المعلومات</p> <p>1.6.3 التسويق وإدارة المشاريع</p> <p>2.6.3 عوامل النجاح</p> <p>3.6.3 الاستراتيجيات</p>	<p>5.3 إدارة علاقات العملاء لتصميمات المشاريع Customer Relationship Management</p> <p>1.5.3 الوضع الحالي للبيئة</p> <p>2.5.3 البيع أو الولاء</p> <p>3.5.3 ربحية ولاء العملاء</p>
		<p>10.3 تطوير مشروع حاسبات</p> <p>1.10.3 أخطاء متكررة</p> <p>2.10.3 المنهجية</p> <p>3.10.3 التقسيم والعمليات</p> <p>4.10.3 التدريب في مجال</p> <p>5.10.3 تصميم الإجراءات المطبقة على إدارة علاقات العملاء Customer Relationship Management وتخطيط موارد المؤسسة Enterprise Resource Planning</p>	<p>9.3 مشاريع الحاسبات</p> <p>1.9.3 الأهداف</p> <p>2.9.3 تخطيط موارد المؤسسات وإدارة علاقات العملاء لجذب العملاء</p> <p>3.9.3 تصميم مشروعات</p> <p>4.9.3 تقييم وتسجيل النتائج</p>

الوحدة 4. إدارة ومراقبة مشاريع تكنولوجيا المعلومات من خلال ذكاء الأعمال

<p>4.4. المعالجة الضخمة للبيانات والمعلومات</p> <p>1.4.4. أنواع معالجة البيانات</p> <p>2.4.4. تقنيات لتبسيط المعالجة الجماعية</p> <p>3.4.4. المعالجة السحابية</p>	<p>3.4. التجميع والتخزين</p> <p>1.3.4. نماذج الأعمال ونماذج البيانات</p> <p>2.3.4. أنواع التخزين</p> <p>3.3.4. تخزين big data في السحابة</p>	<p>2.4. إدارة مشاريع تكنولوجيا المعلومات باستخدام التقنيات التحليلية</p> <p>1.2.4. اختيار ذكاء الأعمال</p> <p>2.2.4. مزايا ذكاء الأعمال للمشاريع</p> <p>3.2.4. أمثلة وتطبيقات</p>	<p>1.4. ذكاء الأعمال</p> <p>1.1.4. ذكاء الأعمال</p> <p>2.1.4. إدارة البيانات</p> <p>3.1.4. دورة حياة البيانات</p> <p>4.1.4. البنىات</p> <p>5.1.4. التطبيقات</p>
<p>8.4. الأمن والحكم</p> <p>1.8.4. الأمان</p> <p>2.8.4. الحكم</p>	<p>7.4. استهلاك المعلومات التجارية</p> <p>1.7.4. لوحة التحكم</p> <p>2.7.4. تصميم واستخراج مؤشرات الأداء الرئيسية</p> <p>3.7.4. المعلومات الجغرافية</p>	<p>6.4. التصور لاتخاذ القرار</p> <p>1.6.4. تصور البيانات وتحليلها</p> <p>2.6.4. الأدوات</p> <p>3.6.4. التصور لتحليل البيانات</p> <p>4.6.4. تصميم التقرير</p>	<p>5.4. التقنيات التحليلية</p> <p>1.5.4. التقنيات التحليلية</p> <p>2.5.4. التحليل التنبؤي</p> <p>3.5.4. تحليل الأنماط والتوصية</p> <p>4.5.4. التعلم الآلي القابل للتطوير</p>
		<p>10.4. ادارة مشروع</p> <p>1.10.4. المشروع</p> <p>2.10.4. أخذ المتطلبات والأهداف</p> <p>3.10.4. التكلفة والتنفيذ</p>	<p>9.4. تطبيقات حقيقية لمشاريع تكنولوجيا المعلومات</p> <p>1.9.4. من التجميع إلى المعالجة</p> <p>2.9.4. من التحليل إلى التصور</p>

الوحدة 5. الرصد والرقابة الإستراتيجية لمشاريع تكنولوجيا المعلومات

<p>4.5 التخزين والإدارة 1.4.5 Data Mart و Data Lake, Data Warehouse 2.4.5 مراحل إدارة البيانات: الاستخراج والتحويل والتحميل 3.4.5 نموذج ETL و ELT</p>	<p>3.5 أنواع البيانات 1.3.5 البيانات المنظمة 2.3.5 البيانات شبه المنظمة 3.3.5 البيانات غير المهيكلة</p>	<p>2.5 تقنيات تحليل المعلومات 1.2.5 التحليل الوصفي 2.2.5 التحليل التوجيهي 3.2.5 التحليلات التنبؤية 4.2.5 تحليل الانماط والتوصية 5.2.5 مساهمات التحليل في المشاريع الحاسوبية</p>	<p>1.5 البيانات والمعلومات لصنع القرار وإدارة المشاريع 1.1.5 ذكاء الأعمال 2.1.5 تطور مفهوم ذكاء الأعمال 3.1.5 دورة حياة البيانات</p>
<p>8.5 حلول ذكاء الأعمال: Qlik 1.8.5 المنظومة 2.8.5 نقاط القوة والضعف المحتملة</p>	<p>7.5 حلول ذكاء الأعمال: Tableau 1.7.5 المنظومة 2.7.5 نقاط القوة والضعف</p>	<p>6.5 حلول ذكاء الأعمال: Power BI 1.6.5 المنظومة 2.6.5 نقاط القوة والضعف المحتملة</p>	<p>5.5 إدارة البيانات لتنفيذ المشروع 1.5.5 استخدام البيانات في تصميم المشروع 2.5.5 صناعة القرار 3.5.5 مساهمات</p>
		<p>10.5 مستقبل ذكاء الأعمال 1.10.5 التطبيقات السحابية 2.10.5 ذكاء الأعمال الاستهلاك الذاتي 3.10.5 التكامل مع علم البيانات.. Data Science. توليد القيمة</p>	<p>9.5 حلول ذكاء الأعمال: Prometheus 1.9.5 المنظومة 2.9.5 نقاط القوة والضعف المحتملة</p>

الوحدة 6. التحليلات الرقمية لاتخاذ القرار في المشاريع التكنولوجية

<p>4.6 الأبعاد</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.6 / الحملة / الكلمة الرئيسية 2.4.6 المصدر / الوسيط 3.4.6 محتوى 	<p>3.6 المقاييس</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.6 المقاييس الأساسية 2.3.6 KPI (مؤشرات الأداء الرئيسية) أو المقاييس المتقدمة 3.3.6 الهدف: التحويل 	<p>2.6 تحليلات Google: أداة تحليل</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.6 Google Analytics 2.2.6 التحديد الكمي والمؤهل: المقاييس والأبعاد 3.2.6 أهداف التحليل 	<p>1.6 التحليلات الرقمية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.6 التحليلات الرقمية 2.1.6 طريقة عمل
<p>8.6 تقارير تحليلات جوجل المتقدمة</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.6 تقارير مخصصة 2.8.6 الألواح 3.8.6 APIs 	<p>7.6 معلومات تحليلات جوجل</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.6 في الوقت الحقيقي 2.7.6 الجمهور 3.7.6 اكتساب 4.7.6 السلوك 5.7.6 التحويلات 	<p>6.6 هيكل Google Analytics: مجالات العمل</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.6 حسابات 2.6.6 الخصائص 3.6.6 وجهات نظر 	<p>5.6 Google Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.6 تثبيت الأداة وإعدادها 2.5.6 الإصدارات الموجودة حاليًا: GA / 4UA 3.5.6 أهداف التحويل قمع التحويل
		<p>10.6 خطة التحليلات الرقمية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.6 وساطة 2.10.6 التنفيذ في البيئة التكنولوجية 3.10.6 الاستنتاجات 	<p>9.6 المرشحات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.6 التصفية والتقسيم. قابلية الاستخدام 2.9.6 شرائح محددة مسبقًا وشرائح مخصصة 3.9.6 قوائم تجديد النشاط التسويقي

الوحدة 7. تحسين مشاريع وأعمال تكنولوجيا المعلومات من خلال التقنيات التحليلية

<p>4.7 التسويق الرقمي التنفيذ</p> <p>1.4.7 التطبيقات</p> <p>2.4.7 الاندماج في بيئات الويب</p>	<p>3.7 التسويق الرقمي تحضير</p> <p>1.3.7 الحملة الانتخابية</p> <p>2.3.7 التنفيذ والقياس</p> <p>3.3.7 متغيرات الإستراتيجية الرقمية</p> <p>4.3.7 التخطيط</p>	<p>2.7 التسويق الرقمي</p> <p>1.2.7 التسويق الرقمي</p> <p>2.2.7 فوائد التسويق الرقمي</p>	<p>1.7 تحليلات البيانات في الشركات</p> <p>1.1.7 تحليلات البيانات في الشركات</p> <p>2.1.7 القيمة</p> <p>3.1.7 إدارة المشاريع القائمة على القيمة</p>
<p>8.7 لوحات القيادة</p> <p>1.8.7 الجمهور</p> <p>2.8.7 storytelling</p> <p>3.8.7 التطبيقات</p>	<p>7.7 استثناءات الحملة</p> <p>1.7.7 الأنواع</p> <p>2.7.7 Robinson و GDPR</p> <p>3.7.7 إخفاء هوية البيانات</p>	<p>6.7 إدارة البيانات</p> <p>1.6.7 مستودع البيانات Datalab و Datawarehouse</p> <p>2.6.7 تطبيقات لتوليد قواعد الحملة</p> <p>3.6.7 خيارات القيادة</p>	<p>5.7 دورة الحياة</p> <p>1.5.7 رحلة العميل Customer مقابل الحملات</p> <p>2.5.7 وساطة</p>
		<p>10.7 التطبيق في سيناريوهات الأعمال</p> <p>1.10.7 تجميع المحفظة</p> <p>2.10.7 نماذج المخاطر التنبؤية</p> <p>3.10.7 توصيف عملاء المحفظة</p> <p>4.10.7 معالجة الصور</p> <p>5.10.7 نماذج العرض المقترح</p>	<p>9.7 استنتاجات القيمة في تحليل البيانات</p> <p>1.9.7 رؤية عالمية للعميل</p> <p>2.9.7 استراتيجية التحليل وأنواعها</p> <p>3.9.7 التطبيقات</p>

الوحدة 8. إدارة الجودة وتنفيذ مشاريع البرمجيات

1.8 جودة البرمجيات

- 1.1.8 المنهجيات واللوائح
- 2.1.8 الإبلاغ عن جودة البرامج - تقرير Standish Group CHAOS
- 3.1.8 شهادات جودة البرمجيات: ISO, AENOR

2.8 تشفير آمن

- 1.2.8 الترميز: أسباب وأنواع الأكواد
- 2.2.8 قواعد الترميز

3.8 جودة البيانات من خلال التحقق من صحة الإدخال

- 1.3.8 التقاط البيانات بكفاءة
- 2.3.8 "طرق إدخال البيانات": data-entry التعرف الضوئي على الحروف ولوحة المفاتيح و RFID وما إلى ذلك
- 3.3.8 اختبارات التحقق من صحة البيانات والاختبار

4.8 إدارة الجودة الشاملة: Six Sigma

- 1.4.8 TQM
- 2.4.8 Six Sigma: المنهجية والثقافة
- 3.4.8 تصميم أنظمة "أعلى إلى أسفل" "Top Down" وبرمجة معيارية"
- 4.4.8 توثيق طريقة التوثيق FOLKLORE

5.8 الاختبار والصيانة والمراجعة

- 1.5.8 عمليات الاختبار
- 2.5.8 استخدام بيانات الاختبار
- 3.5.8 التدقيق والمراجعين الخارجيين

6.8 جودة المنتجات المنفذة في الشبكات

- 1.6.8 تقنية خادم العميل "Client-Server"
- 2.6.8 "تكنولوجيا الحوسبة السحابية" Cloud Computing

7.8 تدريب المستخدمين

- 1.7.8 إستراتيجيات تدريب المستخدمين
- 2.7.8 إرشادات التدريب

8.8 التحويل/الانتقال إلى نظم جديدة

- 1.8.8 استراتيجيات الهجرة: متوازنة وتدرجية
- 2.8.8 خطة الهجرة/التحويل
- 3.8.8 إدارة أصحاب البيانات

9.8 الأمان

- 1.9.8 الأمان المادي والمنطقي: إتلاف الوثائق
- 2.9.8 التجارة الإلكترونية
- 3.9.8 "خطة" التعافي من الكوارث "Disaster-Recovery"

10.8 التقييم

- 1.10.8 تقنيات تقييم الجودة
- 2.10.8 التقييم في بيئات الويب

الوحدة 9. الامتثال التنظيمي لأمن المعلومات في المشاريع التكنولوجية

<p>4.9 أسس الشرعية أو الشرعية ومؤهلات المعالجة. اتصال البيانات</p> <p>1.4.9 موافقة</p> <p>2.4.9 العلاقة التعاقدية أو التدابير السابقة للتعاقد</p> <p>3.4.9 الوفاء بالتزام قانوني</p> <p>4.4.9 حماية المصالح الحيوية لشخص البيانات أو لشخص آخر</p> <p>5.4.9 المصلحة العامة أو ممارسة السلطات العامة</p> <p>6.4.9 المصلحة المشروعة. تحقيق التوازن بين المصالح</p>	<p>3.9 حماية البيانات حسب التصميم وبشكل افتراضي</p> <p>1.3.9 أسماء مستعارة للبيانات</p> <p>2.3.9 تقليل البيانات</p> <p>3.3.9 التدابير التنظيمية حسب الغرض من المعالجة</p>	<p>2.9 معالجة البيانات الشخصية</p> <p>1.2.9 الشرعية والولاء والشفافية</p> <p>2.2.9 تحديد الغرض</p> <p>3.2.9 التقليل من البيانات والدقة والحد من فترة الاحتفاظ</p> <p>4.2.9 النزاهة والسرية</p> <p>5.2.9 المسؤولية الاستباقية</p>	<p>1.9 لوائح حماية البيانات</p> <p>1.1.9 الإطار التنظيمي</p> <p>2.1.9 الخاضعين للامتثال للوائح</p> <p>1.2.1.9 مراقبو البيانات، المراقبون المشاركون والمعالجون</p> <p>3.1.9 شخصية مندوب حماية البيانات</p>
<p>8.9 تقييم الأثر المتعلق بحماية البيانات الشخصية (DPIA أو EIPD)</p> <p>1.8.9 دراسة الحاجة إلى EIPD</p> <p>2.8.9 منهجيات التقييم</p> <p>3.8.9 تحديد المخاطر والتهديدات</p> <p>4.8.9 التشاور المسبق مع السلطة الإشرافية</p>	<p>7.9 تقنيات لضمان الامتثال للوائح حماية البيانات</p> <p>1.7.9 تحديد تدابير المسؤولية الاستباقية</p> <p>2.7.9 سجل أنشطة المعالجة</p> <p>3.7.9 إدارة الانتهاكات الأمنية</p> <p>4.7.9 أكواد قواعد السلوك والشهادات</p>	<p>6.9 تحليل وإدارة مخاطر معالجة البيانات الشخصية</p> <p>1.6.9 تحديد المخاطر والتهديدات لحقوق الأشخاص الطبيعيين</p> <p>2.6.9 تقييم المخاطر</p> <p>3.6.9 خطة معالجة المخاطر</p>	<p>5.9 حقوق الأفراد</p> <p>1.5.9 الشفافية والمعلومات</p> <p>2.5.9 الدخول</p> <p>3.5.9 التصحيح والحذف (الحق في النسيان) والتحديد وإمكانية النقل</p> <p>4.5.9 المعارضة والقرارات الفردية الآلية</p> <p>5.5.9 حدود الحقوق</p>
		<p>10.9 سلطات الرقابة. المخالفات والعقوبات</p> <p>1.10.9 المخالفات</p> <p>2.10.9 العقوبات</p> <p>3.10.9 إجراء تأديبي</p> <p>4.10.9 سلطات الرقابة وآليات التعاون</p>	<p>9.9 أمن المعلومات</p> <p>1.9.9 الأطر التنظيمية للسلامة</p> <p>2.9.9 تقييم وإصدار الشهادات لمنتجات أمن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات</p> <p>3.9.9 كتالوج منتجات وخدمات (CPSTIC) (STIC)</p>

<p>4.10 مراحل بناء الفريق</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.10 مرحلة التبعية 2.4.10 مرحلة التبعية المضادة 3.4.10 مرحلة الاستقلال 4.4.10 مرحلة الاعتماد المتبادل 	<p>3.10 فريق العمل</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.10 الثقافة: الرسالة، الرؤية، القيم 2.3.10 التخطيط والاستراتيجية 3.3.10 التنظيم والرمز 4.3.10 drawrofdeef g kcabdeeF 5.3.10 تقييم النتائج 	<p>2.10 بناء الفريق</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.10 إدارة الفرق 2.2.10 تقييم الأداء 3.2.10 التفويض والتمكين empowerment 4.2.10 إدارة الالتزامات 	<p>1.10 إدارة الفرق</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.10 مهارات الإدارة 2.1.10 إدارة رأس المال البشري والوظائف الإدارية 3.1.10 تصنيف وأنواع المهارات الإدارية 4.1.10 إدارة القيادة الجماعية في الشركات
<p>8.10 تقنيات التفاوض في الشركة</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.10 التفاوض في المجال الإداري لشركات التكنولوجيا 1.1.8.10 التفاوض 2.1.8.10 أنماط التفاوض 3.1.8.10 مراحل التفاوض 2.8.10 تقنيات التفاوض 1.2.8.10 استراتيجيات وتكتيكات التفاوض 2.2.8.10 أنواع التفاوض 3.8.10 شخصية المتفاوض 1.3.8.10 خصائص المتفاوض 2.3.8.10 فنات المتفاوضين 3.3.8.10 علم النفس في التفاوض 	<p>7.10 التواصل داخل الشركة</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.10 عملية التواصل في الشركة 1.1.7.10 العلاقات والتواصل الداخلي للشركة 2.1.7.10 العلاقة بين التنظيم والاتصال في الشركة: المركزية أو اللامركزية 3.1.7.10 أدوات الاتصال الداخلي والخارجي 2.7.10 العلاقات الشخصية في الشركة 1.2.7.10 التواصل والصراع بين الأشخاص 2.2.7.10 فلاتر وجواز الاتصال 3.2.7.10 النقد والاستماع الفعال 4.2.7.10 تقنيات الاستماع الفعال 	<p>6.10 إدارة المواهب في الشركة</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.10 المهوية 2.6.10 إدارة المهوية 3.6.10 أبعاد المهوية 4.6.10 جذب المواهب 	<p>5.10 تنظيم المشاريع الحاسوبية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.10 التخطيط في الشركة 2.5.10 تخطيط الوقت 3.5.10 تخطيط الموارد 4.5.10 تخطيط التكاليف
		<p>10.10 التوجيه وإدارة الأعمال</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.10 التوجيه 2.10.10 العمليات الأربع لبرنامج التوجيه 1.2.10.10 الإجراءات 2.2.10.10 شخصية المرشد في الشركة 3.2.10.10 شكل المحمي في شركة التكنولوجيا 3.10.10 فوائد التوجيه في الشركة 1.3.10.10 الفوائد التي تعود على المنظمة: المرشد والمتعلم 4.10.10 الاختلافات بين التوجيه والتدريب A 	<p>9.10 التدريب وإدارة الأعمال</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.10 تدريب الأعمال 2.9.10 ممارسة التدريب Coaching 3.9.10 التدريب في المنظمات

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

<p>4.11. التنمية الإدارية والقيادة</p> <p>1.4.11 مفهوم التنمية الإدارية</p> <p>2.4.11 مفهوم القيادة</p> <p>3.4.11 نظريات القيادة</p> <p>4.4.11 أساليب القيادة</p> <p>5.4.11 الذكاء في القيادة</p> <p>6.4.11 تحديات القائد اليوم</p>	<p>3.11. Cross Cultural Management</p> <p>1.3.11 مفهوم Cross Cultural Management</p> <p>2.3.11 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية</p> <p>3.3.11 إدارة التنوع</p>	<p>2.11. القيادة</p> <p>1.2.11 القيادة. النهج المفاهيمي</p> <p>2.2.11 القيادة في الشركات</p> <p>3.2.11 أهمية القائد في إدارة الأعمال</p>	<p>1.11. العولمة والحوكمة</p> <p>1.1.11 الحوكمة والحوكمة المؤسسية</p> <p>2.1.11 أساسيات الحوكمة المؤسسية في الشركات</p> <p>3.1.11 دور مجلس الإدارة في إطار الحوكمة المؤسسية</p>
<p>8.11. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة</p> <p>1.8.11 CSR: المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.8.11 القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة</p> <p>3.8.11 خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>4.8.11 أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>7.11. المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>1.7.11 البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.7.11 تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>3.7.11 التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>6.11. الاستدامة</p> <p>1.6.11 الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة</p> <p>2.6.11 أجندة 2030</p> <p>3.6.11 الشركات المستدامة</p>	<p>5.11. أخلاقيات العمل</p> <p>1.5.11 الأخلاق والأخلاقيات</p> <p>2.5.11 أخلاقيات الأعمال التجارية</p> <p>3.5.11 القيادة والأخلاقيات في الشركة</p>
		<p>10.11. البيئة القانونية و Corporate Governance</p> <p>1.10.11 لوائح الاستيراد والتصدير الدولية</p> <p>2.10.11 الملكية الفكرية والصناعية</p> <p>3.10.11 قانون العمل الدولي</p>	<p>9.11. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>1.9.11 العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>2.9.11 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي</p> <p>3.9.11 الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p>

الوحدة 12. قيادة لأفراد وإدارة المواهب

1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية

- 1.1.12. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية
- 1.2.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية

2.12. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات

- 2.1.12. التحليل المحتمل
- 2.2.12. سياسة المكافآت
- 3.2.12. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي

3.12. تقييم الأداء وإدارة الأداء

- 1.3.12. إدارة الأداء
- 2.3.12. إدارة الأداء: عملية ونظام

4.12. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد

- 1.4.12. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية
- 2.4.12. تحديد المواهب والتدريب والتطوير
- 3.4.12. الولاء والاحتفاظ
- 4.4.12. المبادرة والابتكار

5.12. تحفيز

- 1.5.12. طبيعة الدافع
- 2.5.12. نظرية التوقعات
- 3.5.12. نظريات الحاجات
- 4.5.12. الدافع والتعويض المالي

6.12. تطوير فرق عالية الأداء

- 1.6.12. فرق عالية الأداء: فرق تدار ذاتيا
- 2.6.12. منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء

7.12. إدارة التغيير

- 1.7.12. إدارة التغيير
- 2.7.12. أنواع عملية إدارة التغيير
- 3.7.12. فترات أو مراحل في إدارة التغيير

8.12. التفاوض وإدارة الصراع

- 8.1.12. التفاوض
- 2.8.12. إدارة النزاعات
- 3.8.12. إدارة الأزمات

9.12. الإعلانات الإدارية

- 1.9.12. الإعلام الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية
- 2.9.12. أقسام الإعلام
- 3.9.12. مدير الإعلانات في الشركة ملف تعريف ديركوم

10.12. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها

- 1.10.12. الإنتاجية
- 2.10.12. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها

الوحدة 13. الإدارة الاقتصادية والمالية

<p>4.13 مراقبة الميزانية والإدارة</p> <p>1.4.13 نموذج الميزانية 2.4.13 الميزانية الرأسمالية 3.4.13 الميزانية التشغيلية 5.4.13 ميزانية الخزنة 6.4.13 تتبع الميزانية</p>	<p>3.13 نظم المعلومات وذكاء الأعمال Business Intelligence</p> <p>1.3.13 الأساسيات والتصنيف 2.3.13 مراحل وطرق تقاسم التكلفة 3.3.13 اختيار مركز التكلفة والتأثير</p>	<p>2.13 المحاسبة الإدارية</p> <p>1.2.13 مفاهيم أساسية 2.2.13 أصول الشركة 3.2.13 التزامات الشركة 4.2.13 الميزانية الرئيسية للشركة 5.2.13 كشف الدخل</p>	<p>1.13 البيئة الاقتصادية</p> <p>1.1.13 بيئة الاقتصاد الكلي والنظام المالي الوطني 2.1.13 المؤسسات المالية 3.1.13 الأسواق المالية 4.1.13 الأصول المالية 5.1.13 الجهات الأخرى في القطاع المالي</p>
<p>8.13 التمويل الاستراتيجي</p> <p>1.8.13 التمويل الذاتي 2.8.13 زيادة الأموال الخاصة 3.8.13 الموارد الهجينة 4.8.13 التمويل عن طريق الوسطاء</p>	<p>7.13 الاستراتيجية المالية للشركة</p> <p>1.7.13 الاستراتيجية المؤسسية ومصادر التمويل 2.7.13 المنتجات المالية لتمويل الأعمال</p>	<p>6.13 والتخطيط المالي</p> <p>1.6.13 تعريف التخطيط المالي 2.6.13 الإجراءات الواجب اتخاذها في التخطيط المالي 3.6.13 إنشاء استراتيجية العمل ووضعها 4.6.13 جدول التدفق النقدي wolf hsaC 5.6.13 الجدول الحالي</p>	<p>5.13 الإدارة المالية</p> <p>1.5.13 القرارات المالية للشركة 2.5.13 قسم المالية 3.5.13 الفوائض النقدية 4.5.13 المخاطر المرتبطة بالإدارة المالية 5.5.13 إدارة مخاطر الإدارة المالية</p>
		<p>10.13 تحليل وحل القضايا / المشاكل</p> <p>1.10.13 المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج (INDITEX) S.A.</p>	<p>9.13 التحليل المالي والتخطيط</p> <p>1.9.13 تحليل الميزانية العمومية 2.9.13 تحليل قائمة الدخل 3.9.13 التحليل الربحي</p>

الوحدة 14. الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي

<p>4.14. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>1.4.14. أهداف التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>2.4.14. التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة</p> <p>3.4.14. التجارة الإلكترونية. السياق العام</p> <p>4.4.14. فئات التجارة الإلكترونية</p> <p>5.4.14. مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية commerceE مقارنة بالتجارة التقليدية</p>	<p>3.14. إدارة التسويق الاستراتيجي</p> <p>1.3.14. مفهوم التسويق الاستراتيجي</p> <p>2.3.14. مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق</p> <p>3.3.14. مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي</p>	<p>Marketing .2.14</p> <p>1.2.14. مفهوم التسويق</p> <p>2.2.14. عناصر التسويق الأساسية</p> <p>3.2.14. الأنشطة التسويقية للشركة</p>	<p>1.14. الإدارة التجارية</p> <p>1.1.14. الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية</p> <p>2.1.14. استراتيجية الأعمال والتخطيط</p> <p>3.1.14. دور المديرين التجاريين</p>
<p>8.14. استراتيجية المبيعات</p> <p>1.8.14. استراتيجية المبيعات</p> <p>2.8.14. طرق البيع</p>	<p>7.14. ادارة الحملات الرقمية</p> <p>1.7.14. ما هي الحملة الاعلانية الرقمية؟</p> <p>2.7.14. خطوات إطلاق حملة تسويق عبر الإنترنت</p> <p>3.7.14. أخطاء في الحملات الاعلانية الرقمية</p>	<p>6.14. التسويق الرقمي لجذب وجعل العملاء مخلصين</p> <p>1.6.14. استراتيجيات الولاء والمشاركة عبر الإنترنت</p> <p>2.6.14. إدارة علاقات الزوار</p> <p>3.6.14. التحزنة المفردة</p>	<p>5.14. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية</p> <p>1.5.14. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية</p> <p>2.5.14. StorytellingnetnoC & dednarB</p>
		<p>10.14. التواصل والسمعة الرقمية</p> <p>1.10.14. السمعة عبر الانترنت</p> <p>2.10.14. كيفية قياس السمعة الرقمية؟</p> <p>3.10.14. أدوات السمعة عبر الإنترنت</p> <p>4.10.14. تقرير السمعة عبر الإنترنت</p> <p>5.10.14. Branding عبر الانترنت</p>	<p>9.14. شركات الإتصال</p> <p>1.9.14. المفهوم</p> <p>2.9.14. أهمية الإتصال في المؤسسة</p> <p>3.9.14. نوع الإتصال في المنظمة</p> <p>4.9.14. وظائف الإتصال في المؤسسة</p> <p>5.9.14. عناصر الإتصال</p> <p>6.9.14. مشاكل الإتصال</p> <p>7.9.14. سيناريوهات الإتصال</p>

الوحدة 15. Management الادارة

<p>4.15. إعداد خطة للأزمات</p> <p>1.4.15. تحليل المشاكل المحتملة</p> <p>2.4.15. التخطيط</p> <p>3.4.15. تكيف الموظفين</p>	<p>3.15. التواصل في حالات الأزمات</p> <p>1.3.15. أزمات</p> <p>2.3.15. مراحل الأزمات</p> <p>3.3.15. الرسائل: المحتويات واللحظات</p>	<p>2.15. إدارة العمليات</p> <p>1.2.15. أهمية التوجيه</p> <p>2.2.15. سلسلة القيمة</p> <p>3.2.15. إدارة الجودة</p>	<p>1.15. General Management</p> <p>1.1.15. مفهوم General Management</p> <p>2.1.15. عمل Manager General</p> <p>3.1.15. المدير العام ومهامه</p> <p>4.1.15. تحويل عمل الإدارة</p>
	<p>7.15. القيادة وإدارة الفرق</p> <p>1.7.15. القيادة وأساليب القيادة</p> <p>2.7.15. قدرات القائد والتحديات</p> <p>3.7.15. إدارة عملية التغيير</p> <p>4.7.15. إدارة فرق متعددة الثقافات</p>	<p>6.15. خلق العلامات التجارية Branding الشخصية</p> <p>1.6.15. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية</p> <p>2.6.15. فوائد العلامات التجارية الشخصية</p> <p>3.6.15. أدوات لبناء العلامات التجارية الشخصية</p>	<p>5.15. الذكاء العاطفي</p> <p>1.5.15. الذكاء العاطفي والتواصل</p> <p>2.5.15. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال</p> <p>3.5.15. الثقة بالنفس والإعلام العاطفي</p>

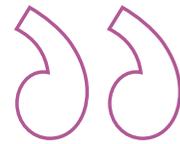
المنهجية

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

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



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



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

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



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

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

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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



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

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

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

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

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

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

كلية إدارة الأعمال الخاصة بنا هي الكلية الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصممة 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.

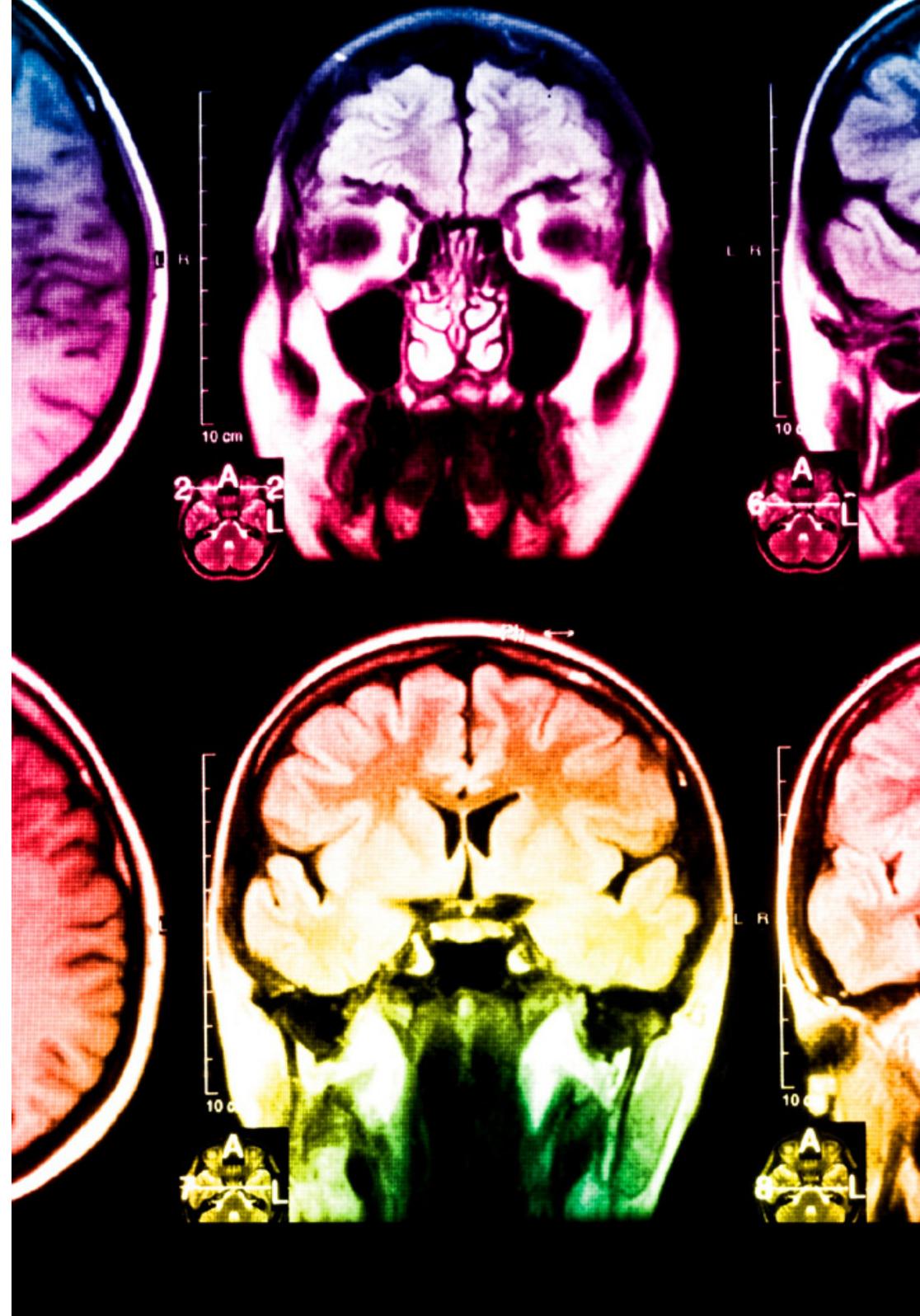


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، 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 نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

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



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموحًا 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

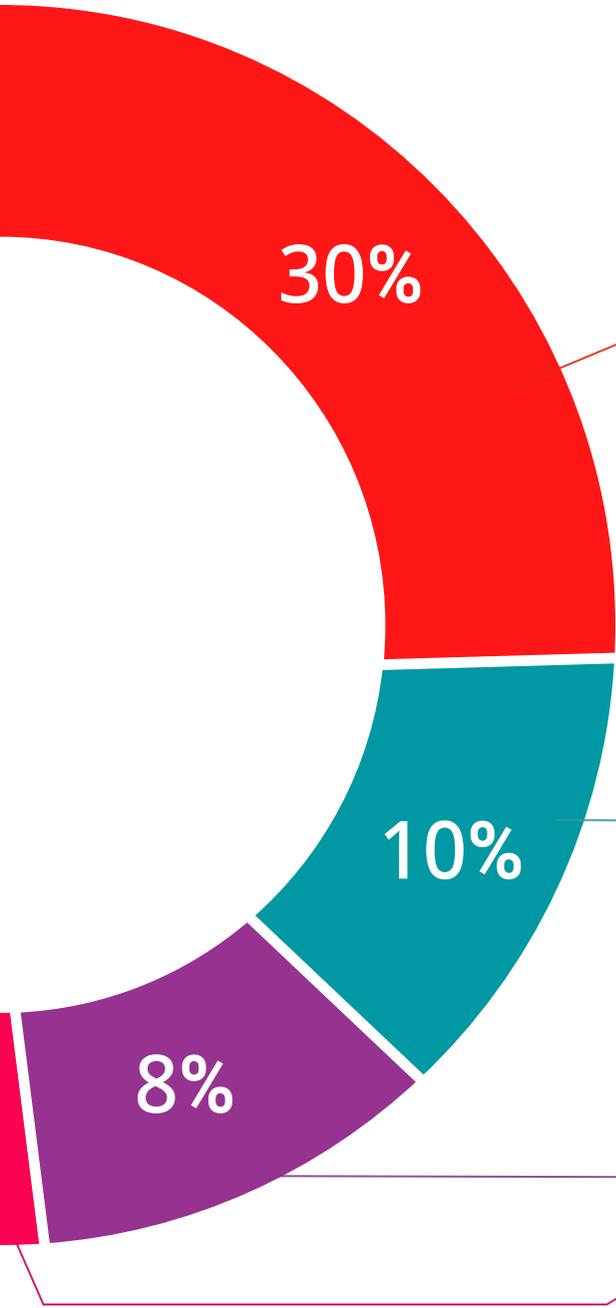


سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم في إطار العولمة التي نعيشها.

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.



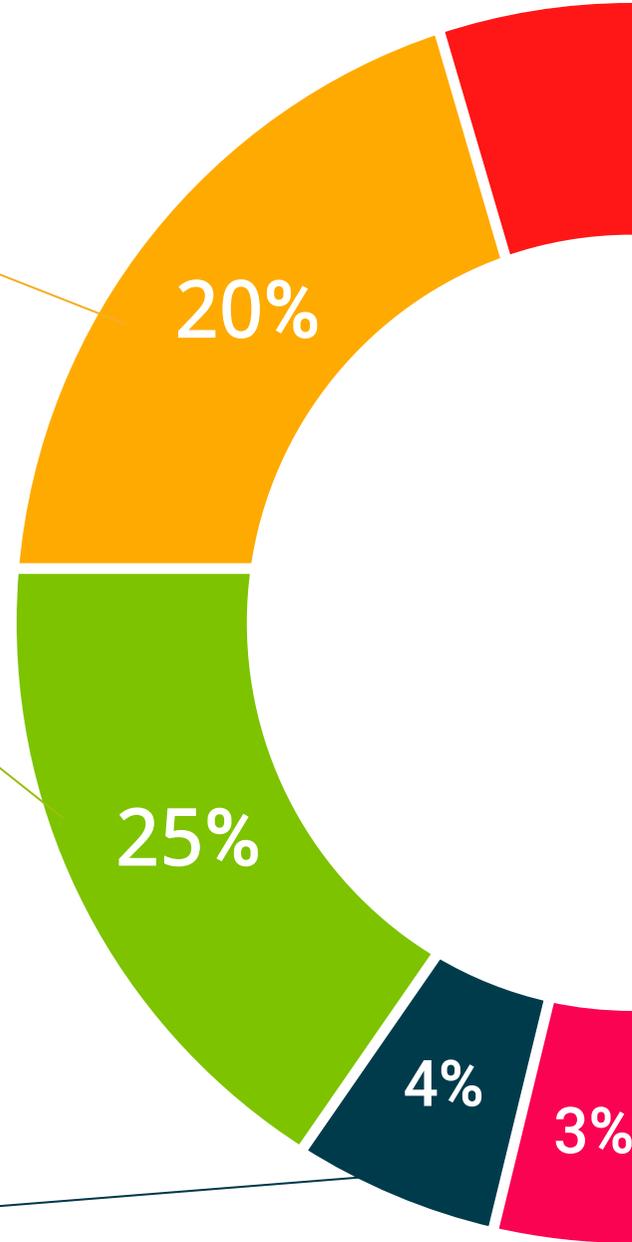
ملخصات تفاعلية

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

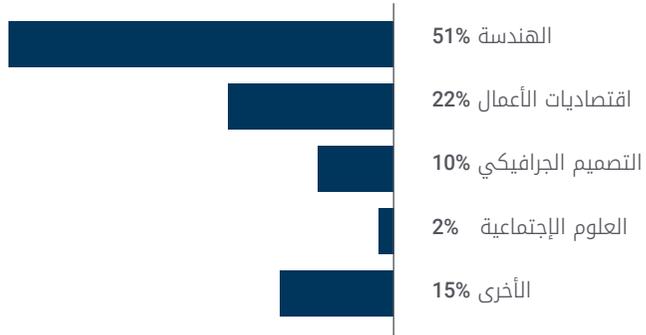
تستهدف MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية المتخصصين في المجال التكنولوجي الذين يرغبون في تركيز حياتهم المهنية على توجيه وإدارة فرق العمل، مع المعرفة المتقدمة المطلوبة أيضًا في هذا المجال. لهذا، يتم تزويد الطالب بأفضل المنهجيات وأدوات العمل والمعرفة النظرية بالموضوع، من أجل إعداده بأفضل طريقة ممكنة لمواجهة مسؤوليات ومناصب أكبر.



أفضل الوظائف محجوزة لأكثر المؤهلين. خذ القفزة التي تحتاجها حياتك المهنية من خلال الحصول على MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية"

المؤهل في المجال

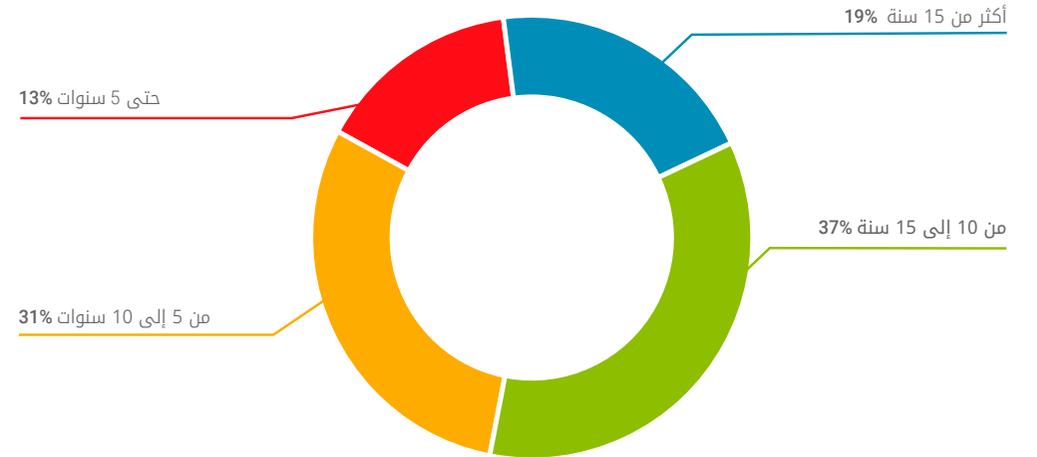
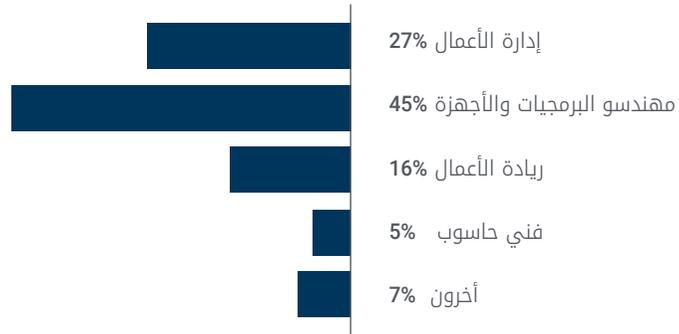
متوسط العمر



بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة

المؤهل الأكاديمي



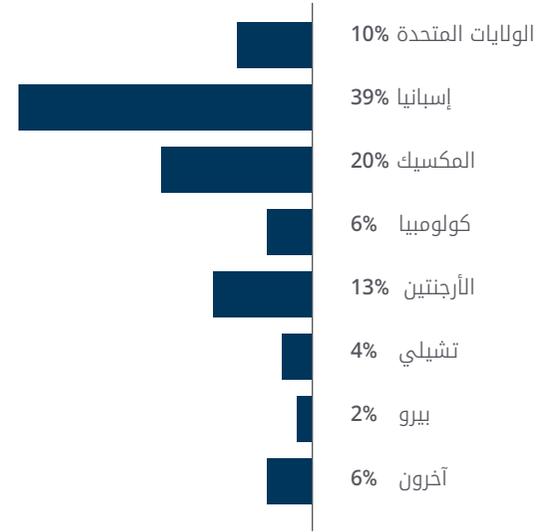


Miguel Valero Bautista

مدير مشاريع تكنولوجيا

لقد عقلت في مسيرتي المهنية لفترة طويلة، ولكن بفضل برنامج TECH في الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية، تمكنت من البدء في التقدم إلى عروض عمل متزايدة الأهمية وتحمل المزيد من المسؤوليات في بيئتي. ومما لا شك فيه أن هذه الشهادة رفعت مسيرتي المهنية إلى مستوى آخر"

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تجمع جامعة TECH لدرجة الماجستير الخاص هذه أفضل المعلمين في كل مجال عمل في مجال المشاريع التكنولوجية، لضمان أفضل تدريس ممكن في هذا الموضوع. سيساهم المحترفون ذوو المؤهلات العالية الذين يشكلون أعضاء هيئة التدريس بخبراتهم المهنية ومعرفتهم لمساعدة الطلاب على تحقيق النجاح المهني الذي حققوه بأنفسهم في حياتهم المهنية، واكتساب المؤهلات اللازمة للوصول إلى المناصب الإدارية.

ستكون ضمن نخبة الإدارة التكنولوجية العالية بفضل مساعدة الخبراء الذين جمعتهم TECH في درجة الماجستير الخاص هذه"



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 والاستشارات. وطوال مسيرته المهنية الطويلة، قام بالعديد من المخاطر، وهو مدافع دائم عن الابتكار والتغيير في بيئة الأعمال. بفضل هذه الخبرة، عمل مع رؤساء تنفيذيين وشركات في جميع أنحاء العالم، ودفعهم إلى الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية. هكذا، قد ساعد شركات مثل Shell للطاقة على أن تصبح شركات رائدة حقيقية في السوق، مع التركيز على عملاتها 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. Arman, Romi

- ♦ مدير التحول الرقمي (CDO) في شركة Shell للطاقة، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ الرئيس العالمي للتجارة الإلكترونية وخدمة العملاء في شركة Shell للطاقة
- ♦ مدير الحسابات الرئيسية الوطنية (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 التحول 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 في 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 عضواً 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 و العمل 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. Arens, Manuel

- ♦ مدير المشتريات العالمية في Google, Mountain View, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير أول، تحليلات وتكنولوجيا Google, B2B, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google, أيرلندا
- ♦ كبير محللي 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 طبيعة التكنولوجيا والتعليم، والتي ينفذها متخصصون مشهورون دولياً 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 لـ 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 لـ علامات التجارية المختلفة وإعادة تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية .



أ. La Sala, Andrea

- ♦ المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق العالمي لعلامة أرمانى للمرافعة في جورجيو أرمانى، 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



ينتظرك أكثر المتخصصين الدوليين تأهيلاً وخبرة في
TECH ليقدّموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً
ومبتنئاً 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 تبسط المجموعات المعقدة وتجعلها في متناول الجميع وتسهل عملية اتخاذ القرار. قد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لملفه المهني، مما جعله رصيذاً 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 API 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. Mick Gram

- ♦ 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 لألعاب 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 السلكية 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 السلكية 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 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 فيمجال الرياضة أثناء عمله في نيويورك ك محلل استراتيجي رئيسي لدى Roger Goodell في الدوري الوطني لكرة القدم الأمريكية وقبل ذلك كمدرب 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

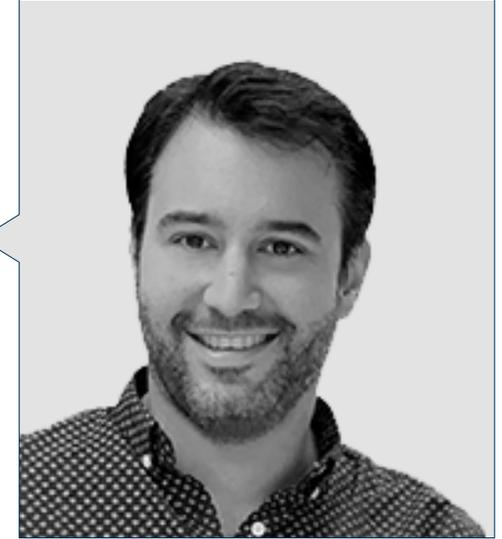


بفضل هذا المؤهل العلمي الجامعي 100%
عبر الانترنت، ستتمكن من الجمع بين دراستك
والتزاماتك اليومية، بمساعدة كبار الخبراء
الدوليين في مجال اهتمامك. سجل الآن!

هيكل الإدارة

د. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ الرئيس التنفيذي ورئيس قسم التكنولوجيا في بروميتوس جلوبال سوليوشنز
- ♦ مدير التكنولوجيا في تقنيات الشركات في Korporate Technologies
- ♦ مدير التكنولوجيا في AI Shepherds GmbH
- ♦ دكتور في هندسة الحاسوب من جامعة CastillaLa Mancha
- ♦ دكتور في الاقتصاد والأعمال والتمويل من جامعة Camilo José Cela. جائزة الامتياز في الدكتوراه
- ♦ دكتور في علم النفس من جامعة CastillaLa Mancha
- ♦ ماجستير في تقنيات الكمبيوتر المتقدمة من جامعة CastillaLa Mancha
- ♦ MBA+E (ماجستير في إدارة الأعمال والهندسة التنظيمية) من جامعة Castilla la Mancha
- ♦ أستاذ مشارك، حاصل على درجة الماجستير في هندسة الحاسوب، من جامعة Castilla la Mancha
- ♦ أستاذ ماجستير في البيانات الضخمة وعلوم البيانات بجامعة فالنسيا الدولية
- ♦ أستاذ ماجستير في الصناعة 4.0 وماجستير في التصميم الصناعي وتطوير المنتجات
- ♦ عضو في مجموعة SMILe للأبحاث بجامعة كاستيلا لا مانشا



الأساتذة

أ. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ إدارة المشاريع والمدير الفني في إندرا سيسيماس
- ♦ رئيس مركز مراقبة وإدارة المرور التابع للمديرية العامة للمرور بمدريد
- ♦ مهندس النظم في ENA Traffic
- ♦ شهادة في الإلكترونيات الصناعية وهندسة الأتمتة من جامعة مدريد الأوروبية
- ♦ مهندس تقني صناعي في الكهرباء من جامعة البوليتكنيك بمدريد
- ♦ ماجستير في الصناعة 4.0 من جامعة لاريوخا الدولية

أ. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ مديرة مشروع في مجال إدماج الحسابات الكبيرة في البريد والتلغراف
- ♦ تقنية كمبيوتر - مسؤولة عن فصول الكمبيوتر OTEC في جامعة Alcalá
- ♦ تقنية في منتجات الأمن الإلكتروني في Securitas Seguridad España
- ♦ رئيس محلل التحول الرقمي وذكاء الأعمال في Ricopia Technologies
- ♦ مدرسة كمبيوتر في جمعية ASALUMA
- ♦ إجازة في هندسة الاتصالات الإلكترونية في جامعة Alcalá

د. Gómez Esteban, Enrique

- ♦ مسؤول قاعدة بيانات Oracle في الناتو، Everis، ViewNext، Alten، و Psa Group (بيجو)
- ♦ مدير مشروعات في Telefónica
- ♦ رئيس الأمن في FNMT
- ♦ مستشار تقني في IBM Sterling و IBM Aspera
- ♦ مهندس برمجيات في شركة NCR
- ♦ خبير الحاسبات في المجالات التجارية / المدنية والجنائية وخارج نطاق القضاء في مجتمع مدريد
- ♦ مهندس حاسبات من جامعة البوليتكنيك بمدريد
- ♦ ماجستير دراسات عليا في أمن الحاسوب والاتصالات من جامعة البوليتكنيك بمدريد

د. Fondón Alcalde, Rubén

- ♦ محلل أعمال في إدارة قيمة العملاء في فودافون إسبانيا
- ♦ رئيس تكامل الخدمات في Entelgy for Telefónica Global Solutions
- ♦ مدير حسابات خوادم استنساخ عبر الإنترنت في EDM Electronics
- ♦ محلل أعمال لجنوب أوروبا في مؤسسة فودافون العالمية
- ♦ مهندس اتصالات من الجامعة الأوروبية بمدريد
- ♦ ماجستير في البيانات الضخمة والتحليلات من جامعة فالنسيا الدولية

د. García Niño, Pedro

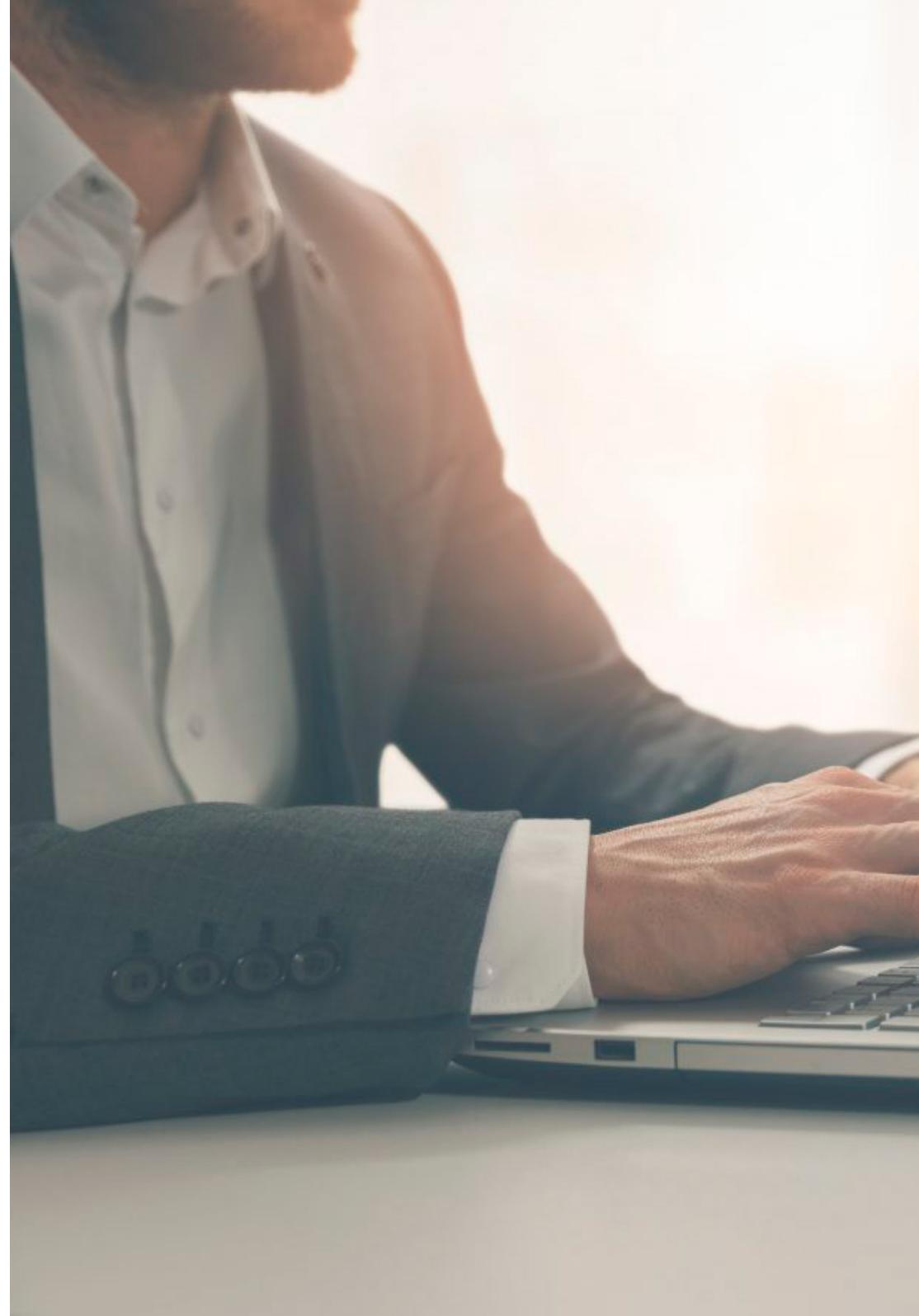
- ♦ أخصائي تحديد تموضع الويب و SEO/Google
- ♦ أخصائي SEO على الصفحة/خارج الصفحة
- ♦ متخصص معتمد رسميًا في إعلانات (SEM / PPC) (Google)
- ♦ متخصصة في تحليلات جوجل / تحليلات التسويق الرقمي وقياس النتائج
- ♦ متخصص في التسويق الرقمي و RRSS
- ♦ مدير مبيعات خدمات تكنولوجيا المعلومات
- ♦ أخصائي أجهزة / برامج فني أجهزة كمبيوتر

أ. García La O, Marta

- ♦ الإدارة والشؤون الإدارية وإدارة الحسابات في فكر التخطيط والتطوير
- ♦ التنظيم والإشراف والدروس لدورات تدريبية لكبار المديرين في فكر التخطيط والتطوير
- ♦ محاسبة إدارية في تاباكوس سانتياغو وزاريس ستان رولر
- ♦ أخصائية تسويق في Versas Consultores
- ♦ دبلوم في علوم الأعمال من جامعة مورسيا
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال والتسويق من كلية إدارة الأعمال Fundesem

أ. Palomino Dávila.Cristina

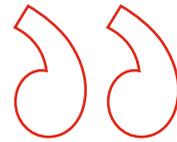
- ♦ مستشارة وكبيرة مدققي GRC بشبكات Oesía
- ♦ المديرية الفرعية للتدقيق - الأمانة العامة بشركة النقل والإمداد الهيدروكربونات CLH
- ♦ مستشارة وكبيرة مراجعي الحسابات في مجال حماية البيانات الشخصية وخدمات مجتمع المعلومات في هيلاس كونسالتورس
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة كاستيلا لامانشا
- ♦ ماجستير في الاستشارات القانونية للأعمال من معهد Empresa
- ♦ دورة عليا في إدارة الأمن الرقمي وإدارة الأزمات من قبل الجامعة الكالا والتحالف الإسباني للأمن والأزمات (AESYC)



مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

من خلال الحصول على MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية، يضمن الطالب تأثيرًا إيجابيًا على حياته المهنية. يتم توفير ذلك من خلال المهارات والمعرفة المكتسبة أثناء التدريس، وهي الأكثر طلبًا من قبل شركات التكنولوجيا التي تسعى إلى دمج المديرين الفعالين في قوتهم العاملة. سوف يبرز الطالب لامتلاك منهج معرفي كامل ومحدث للواقع التكنولوجي الجديد للسوق.

تشارك TECH بنسبة 100% مع طلابها للارتقاء
بحياتهم المهنية إلى أفضل المناصب الإدارية"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة؟ تحسين مهني ممتاز ينتظرك

شهادة MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية من جامعة TECH هو برنامج مكثف يعد الطالب لمواجهة التحديات وقرارات العمل في مجال الإدارة التكنولوجية. هدفها الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني، مما يساعدك على تحقيق النجاح في حياتك المهنية.

لا تفوت فرصة متابعة هدفك المهني وسترى أنه يمكنك الوصول إلى القمة مع جامعة TECH.

لحظة التغيير



ستحسن توقعات راتبك من خلال توجيه المشاريع التكنولوجية ذات الصلة بفضل MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية.

نوع التغيير



تحسين الأجر

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 30.68%



الفوائد لشركتك

تساهم MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية في رفع موهبة المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تدريب قادة ريفعي المستوى قادرين على تولي قيادة فرق عمل عالية التخصص. تعد المشاركة في درجة الماجستير الخاص هذه أيضًا فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال التي يمكن من خلالها العثور على شركاء محترفين أو عملاء أو موردين مستقبليين.

في ذروة التحول الرقمي لآلاف الشركات، ستجعلك درجة الماجستير الخاص هذه في الإدارة المتقدمة للمشروعات التكنولوجية أكثر وضوحًا أمام المرشحين الآخرين الذين ليس لديهم نفس الإسقاط أو التخصص لإدارة المشاريع"



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 ماجستير خاص في MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية التدريب الأكثر دقة وحداثة بالإضافة إلى الحصول على مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



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

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في **MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية**

طريقة: عبر الإنترنت

مدة: 12 شهر

يحتوي هذا ماجستير خاص في **MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحداته في السوق.

بعد اجتياز الطالب للترقيات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل **ماجستير خاص** ذا الصلة الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.



التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
الدرجة	المادة	عدد الساعات	نوع المادة
150	إحصائي	0	إدارة والتوجه ضمن المشاريع التكنولوجية
150	إحصائي	1500	إدارة المنظمات وتحليل العمليات في مشاريع تطور البرمجيات
150	إحصائي	0	إدارة الأعمال: مبادئ إدارة الموارد والعمليات
150	إحصائي	0	إدارة ومراقبة مشاريع تكنولوجيا المعلومات من خلال حكايا الأعمال
150	إحصائي	0	الرمز والرقابة الاستراتيجية لمشاريع تكنولوجيا المعلومات
150	إحصائي	0	التحديات الرقمية: اتخاذ القرار في المشاريع التكنولوجية
150	إحصائي	0	تحليل مشاريع الأعمال وتكنولوجيا المعلومات من خلال السيناريوهات التطبيقية
150	إحصائي	0	إدارة الجودة وتنظيم مشاريع البرمجيات
150	إحصائي	0	الامتثال التنظيمي لأمن المعلومات في المشاريع التكنولوجية
150	إحصائي	0	إدارة الفرق في مشاريع الخدمات
150	إحصائي	0	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة
150	إحصائي	0	مبادئ الفراد وقيادة الموظفين
150	إحصائي	0	القيادة الاستراتيجية والتميز
150	إحصائي	0	القيادة الاستراتيجية والتسويق الاستراتيجي
150	إحصائي	0	القيادة التنفيذية



شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوحة إلى
.....
المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم
لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج
ماجستير خاص
في

MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 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





ماجستير خاص MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

ماجستير خاص MBA الإدارة المتقدمة للمشاريع التكنولوجية