

# ماجستير خاص تنظيم الأحداث

M O E



الجامعة  
التكنولوجية **tech**

## ماجستير خاص تنظيم الأحداث

« طريقة التدريس: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

« موجهة إلى: خريجي الجامعات وحملة الدبلوم والحاصلين على الشهادات الجامعية الذين سبق لهم أن أكملوا دراساتهم في التسويق أو الدراسات التسويقية، وكذلك في مجال العلوم الاجتماعية والذين يرغبون في تحقيق نقلة نوعية في حياتهم المهنية. سواءً كمدير للأحداث أو كرائد أعمال، بإنشاء وكالة أحداث خاصة بك.

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techitute.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-event-management](http://www.techitute.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-event-management)

# الفهرس

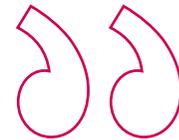
04	الأهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	منهجية الدراسة	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	صفحة 36		صفحة 26		صفحة 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	العلف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 54		صفحة 50		صفحة 46		
12	المؤهل العلمي	11	العزايا لشركتك				
	صفحة 62		صفحة 58				

# كلمة الترحيب

في عالم سريع الحركة حيث تتغير طرق التواصل مع التطور التكنولوجي، من المهم مواكبة الأشكال والإجراءات الجديدة. في البيئة المؤسسية والاجتماعية، من الضروري تنظيم أحداث مصممة خصيصاً لتلبية الاحتياجات والأهداف. الحدث المنظم بشكل جيد هو أفضل استراتيجية تواصل ممكنة. إنها أداة تسويق فعالة للغاية يجب أن تتناسب مع استراتيجية التواصل التي يتم اتباعها. ستطور في هذا البرنامج كفاءات مختلفة في مجالات الاستراتيجية والاتصالات والتسويق والتمويل والتنظيم والتخطيط والعمليات والخدمات اللوجستية؛ وهي مجالات التدريب الأساسية للقيام بعملك المهني بنجاح كمنظم أحداث.



لكي تكون منظماً جيداً للأحداث في الوقت الحاضر فأنت بحاجة إلى معرفة بالتمويل والتسويق والاتصالات والرقمنة. بالإضافة إلى العقل المنظم والتدريب الجيد الذي يوفر الأمان فيما يتم القيام به"



# 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، فتنخر حاليًا بمحفظة تضم أكثر من 10000 برنامج دراسات عليا جامعي. وفي الاقتصاد 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 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:

### 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 قائداً يُحدث فرقاً.

07

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

## كن جزءاً من مجتمع حصري

سيكون الطالب جزءاً 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 دولياً.

## 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

نظرًا لأهمية التواصل والتسويق في سيولة وإنتاجية الأعمال والمجتمع بشكل عام، فإن إدارة الأحداث أداة أساسية يجب استغلالها. لهذا السبب يركز هذا البرنامج على تزويد المهني بالمهارات اللازمة لتوفير التخصص أو فرصة الإبداع في تطوير و/أو تطبيق الأفكار، وكذلك تنفيذها، من خلال إدارة فرق عمل متعددة التخصصات والثقافات، واتخاذ القرارات التي تساهم في تحقيق الأهداف الموضوعة.

تحديد الأهداف والاستراتيجيات والسياسات التجارية في  
سوق MICE لوضع سياسات مناسبة تتماشى مع أهداف  
الشركة واستراتيجياتها"



تحتضن TECH أهداف طلابها.

إنهم يعملون معًا لتحقيقها.

الماجستير الخاص في تنظيم الأحداث سيقوم بتدريب الطالب على:

01

اكتساب وفهم المعرفة التي توفر التخصص أو الفرصة لتكون أصليًا في تطوير و / أو تطبيق الأفكار، غالبًا في سياق البحث

02

توصيل استنتاجاتهم وحججهم إلى الجماهير المتخصصة وغير المتخصصة بشكل واضح ودون غموض

03

إدماج المعارف ومواجهة تعقيد إصدار الأحكام استناداً إلى معلومات تتضمن، نظراً لعدم اكتمالها أو محدوديتها، تأملات بشأن المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية المرتبطة بتطبيق معارفها وأحكامها

04

تطوير مهارات العلاقات الشخصية التي تسمح بإدارة فرق العمل متعددة التخصصات والثقافات



05

البحث عن المعلومات وإدارتها من المصادر لاتخاذ القرارات التي تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة.

06

تحديد الأهداف والاستراتيجيات والسياسات التجارية في سوق MICE لوضع سياسات مناسبة تتماشى مع أهداف واستراتيجيات شركة تنظيم الأحداث في مجال السياحة

07

تقييم إجراءات التشغيل في مجال سياحة الأعمال والأحداث لإجراء تحليل كامل لعملية إنتاجها من حيث التميز وجودة الخدمة

08

تطوير مهارات الإدارة المالية (Financial Management)





التعرف بعمق على الاتجاهات الحالية في تنظيم الأحداث

09

إتقان رقمنة الحدث، والأدوات الأكثر استخدامًا اليوم والاتجاهات الجديدة

10

فهم أهمية وتنظيم الأحداث المختلطة

11

فهم الطرق المختلفة لرعاية حدث، والبيئة الأخلاقية والقانونية أو بيئة  
الامتثال للقطاعات المختلفة

12

تقديم ملف الرعاية

13

فهم الواقع الجديد في تنظيم الأحداث بعد الأزمة الكبرى التي سببتها جائحة  
COVID 19 ( كوفيد-19 )

14



# الكفاءات

سيقوم خريجو درجة الماجستير الخاص في تنظيم الأحداث بتطوير الكفاءات المطلوبة في مختلف مجالات التدريب، والتي ستمكنهم من القيام بعملهم المهني بنجاح كمنظمي أحداث. مع مراعاة التخصص في مجالات مثل التخطيط واللوجستيات والتطوير والمالية والرقمية والتسويق للحدث. كل ما من شأنه أن يوفر القيمة والمعرفة المناسبة للتطور المهني للطالب/المهني.



تعلم كيفية تنظيم الأحداث بطريقة احترافية. سجّل الآن في  
درجة الماجستير الخاص في تنظيم الأحداث. قم بالوصول إلى  
الهدف في 12 شهرًا و100% عبر الإنترنت"



01

معرفة قطاع MICE، نطاق عمله و أعضاؤه

02

فهم صناعة الأحداث وسياحة الأعمال

03

التمييز بين كل نوع من أنواع الأحداث حسب الهدف والحاجة

04

تسيير المشاريع من جمع المعلومات إلى عرضها التقديمي

05

فهم التقنيات والأدوات المختلفة المستخدمة في تصميم الاحداث



معرفة بروتوكول العمل في حالة الطوارئ التي تحدث خلال الحدث

08

تنفيذ اتجاهات جديدة في الأحداث الغامرة والتجريبية

06

تطبيق المفاهيم الأساسية لتخطيط الميزانية وتنفيذها

09



تنفيذ التخطيط الاستراتيجي للاتصالات وخطة التسويق حسب الهدف المحدد

10

إتقان جميع العناصر في التخطيط للحدث، من البروتوكول، والأمن، والخدمات اللوجستية، والضيوف، والمتحدثين، والنقل، والتوقيت، من بين أمور أخرى

07



فهم تكنولوجيات الاتصال الجديدة وأهميتها لتوليد الأحداث  
الهدية أو الرقمية

11

قيادة فرق الاتصال والتسويق (Marketing)

12

معرفة الشبكات الاجتماعية وأهمية الشبكات المباشرة  
في إبلاغ الحدث

13

إدارة اللوجستيات وتشغيل الحدث وفقا للاحتياجات الحدث

14

تنسيق رعاية الأحداث والجوانب الأكثر صلة بها مع المشاركين

15

معرفة وفهم بروتوكولات حل الحوادث في الموقع والعمل في كل حالة

16



# الهيكل والمحتوى

يجعل النهج العملي والتجريبي المتميز، بالإضافة إلى صيغة التعلم المبتكرة عبر الإنترنت، هذا البرنامج في إدارة الأحداث فريداً من نوعه. القيمة التفاضلية لخصوصية المواضيع التي ستتم تغطيتها، موزعة على 10 وحدات، مع رؤية واسعة ومحدثة للقطاع من بداية البرنامج إلى نهايته. وسيثري تدخل المعلمين المحترفين النشطين من القطاع، الذين سيقدمون حالات حقيقية، تجربة الطالب من خلال منهجية إعادة التعلم Relearning التي تسمح بالتعلم التدريجي والطبيعي، دون استثمار وقت كبير.



التحديث والتدريب المهني هو أساس نجاحك الوظيفي. يقدم لك برنامج TECH هذا البرنامج عبر الإنترنت بمنهجية تتيح لك توفير ساعات طويلة من الدراسة"



## خطة الدراسة

الماجستير الخاص مع محتوى حصري من TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج مكثف يعد المحترفين لمواجهة التحديات وقرارات العمل في مجال تنظيم الأحداث. تزويدهم بالأدوات اللازمة والمعرفة الأكثر أهمية وفائدة للتطور المهني، خاصة في مجالات الاستراتيجية، والاتصالات، والتسويق، والمالية، والتنظيم والتخطيط، والعمليات واللوجستيات، والتي ستوفر جميعها القيمة والمعرفة اللازمة للتطور المهني للطلاب، سواء داخل المؤسسة في المناصب الإدارية أو في تطوير أعماله الخاصة.

وقد تم إعداد محتوى هذا البرنامج من قبل خبراء محترفين في هذا المجال، والذين يعملون حالياً على تطوير عملهم المهني بنجاح، ويتمتعون بخلفية واسعة وخبرة واسعة سواء في مجال الأعمال أو في المجال الأكاديمي أو التدريسي. ويمنح البرنامج هويته الخاصة، بمحتوى ممتاز، وفي الوقت نفسه، بدراسات حالة لا مثيل لها ومحدثة تماماً.

على مدار 1800 ساعة أو 12 شهرًا من التدريب الكامل عبر الإنترنت، يقوم الطلاب بتحليل مجموعة متنوعة من دراسات الحالة من خلال العمل الفردي والجماعي. بالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية. منهج يغطي المعرفة، النظرية والعملية على حد سواء، التي يحتاجها أي محترف مهتم بقيادة قطاع متنامٍ. اعتماد المزيد من الكفاءات المحددة مثل تحديد الأهداف والاستراتيجيات والسياسات التجارية في سوق سياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض، مما يمكنهم من تحليل وتخطيط وتطوير وتنفيذ الإجراءات في مجال سياحة الأعمال والأحداث.

تم تطوير هذا البرنامج على مدى 12 شهر وينقسم إلى 10 وحدات:

صناعة الأحداث وسياحة الأعمال	الوحدة 1
تصميم الأحداث	الوحدة 2
تخطيط الأحداث	الوحدة 3
إنشاء ترشيحات الحدث	الوحدة 4
الإدارة المالية في تنظيم الأحداث	الوحدة 5
استراتيجيات الإدارة في التسويق والتواصل	الوحدة 6
إدارة التسويق ورقمنة الأحداث	الوحدة 7
إدارة العمليات واللوجستيات في المناسبات	الوحدة 8
رعاية الأحداث	الوحدة 9
رقمنة الأحداث؛ كيف يمكن تطوير حدث رقمية؟	الوحدة 10

## أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

توفر TECH إمكانية إجراء الماجستير الخاص في تنظيم الأحداث 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.

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



## الوحدة 1. صناعة الأحداث وسياحة الأعمال

<p><b>1.1 عالم MICE</b></p> <p>1.1.1 ما هو قطاع MICE؟</p> <p>2.1.1 من يشملون؟</p> <p>3.1.1 ما هو نطاق عمله؟</p>	<p><b>2.1 الجهات الفاعلة وتصوير القطاع؛ التأثير الاقتصادي</b></p> <p>1.2.1 الأثر الاقتصادي للقطاع في إسبانيا</p> <p>2.2.1 عدد الأحداث والأشخاص الذين ينتقلون سنويا</p> <p>3.2.1 توقعات النمو في عصر ما بعد كوفيد (post – Covid)</p>	<p><b>3.1 المؤتمرات والاتفاقيات والحوافز</b></p> <p>1.3.1 ما هي الاتفاقية والمؤتمر والحافز؟</p> <p>2.3.1 الاختلافات الرئيسية في هذه الأحداث</p> <p>3.3.1 أنواع الاتفاقيات والمؤتمرات والحوافز</p>	<p><b>4.1 المعارض</b></p> <p>1.4.1 الخصائص الرئيسية للمعارض</p> <p>2.4.1 أنواع المعارض</p> <p>3.4.1 المعرض التجاري</p>
<p><b>5.1 دور الـ Convention Bureau</b></p> <p>1.5.1 ما هو Convention Bureau؟</p> <p>2.5.1 الغرض من Convention Bureau</p> <p>3.5.1 التنسيق بين العام والخاص</p>	<p><b>6.1 تسويق وجهة ما</b></p> <p>1.6.1 نقاط القوة والضعف في الوجهه</p> <p>2.6.1 تهديدات الوجهه ونقاط القوة</p> <p>3.6.1 للاختلافات والمزايا التنافسية</p>	<p><b>7.1 أحداث ثقافية</b></p> <p>1.7.1 سوق الأحداث الثقافية</p> <p>2.7.1 أنواع الأحداث الثقافية</p> <p>3.7.1 كيفية إدارة الأحداث الثقافية المربحة</p>	<p><b>8.1 أحداث موسيقية</b></p> <p>1.8.1 دراسة سوقية للحفلات الموسيقية الكبيرة في إسبانيا</p> <p>2.8.1 أهمية التذاكر Ticketing</p> <p>3.8.1 الترويج Merchandising ورعاية الحفلات الموسيقية</p>
<p><b>9.1 المناسبات الاجتماعية</b></p> <p>1.9.1 سوق حفلات الزفاف في إسبانيا</p> <p>2.9.1 دور منظم حفلات الزفاف Wedding Planner</p> <p>3.9.1 للاحتفالات والحفلات الأخرى</p>	<p><b>10.1 أحداث رياضية</b></p> <p>1.10.1 الأحداث الرياضية الكبرى</p> <p>2.10.1 لوائح الأحداث الرياضية</p> <p>3.10.1 رعاية</p>		

## الوحدة 2. تصميم الأحداث

<p><b>1.2 إدارة المشاريع</b></p> <p>1.1.2 جمع المعلومات، بدء المشروع؛ ماذا يجب ان نعرف؟</p> <p>2.1.2 دراسة المواقع المحتملة</p> <p>3.1.2 إيجابيات وسلبيات الخيارات المختارة</p>	<p><b>2.2 تقنيات البحث Desing Thinking</b></p> <p>1.2.2 خرائط الفاعلين</p> <p>2.2.2 مجموعات التركيز</p> <p>3.2.2 Bench Marking</p>	<p><b>3.2 التفكير التصميمي (Desing Thinking) التجريبي</b></p> <p>1.3.2 الانغماس المعرفي</p> <p>2.3.2 المراقبة السرية</p> <p>3.3.2 Café World</p>	<p><b>4.2 تعريف الجمهور المستهدف</b></p> <p>1.4.2 لمن هذا الحدث</p> <p>2.4.2 لماذا يقام هذا الحدث؟</p> <p>3.4.2 ما هو الهدف من الحدث</p>
<p><b>5.2 الاتجاهات</b></p> <p>1.5.2 الاتجاهات الجديدة في المشهد</p> <p>2.5.2 المساهمات الرقمية</p> <p>3.5.2 أحداث غامرة وتجريبية</p>	<p><b>6.2 التخصص وحيز التصميم</b></p> <p>1.6.2 تكييف المساحة مع العلامة التجارية</p> <p>2.6.2 Branding</p> <p>3.6.2 دليل العلامة التجارية</p>	<p><b>7.2 التسويق التجريبي</b></p> <p>1.7.2 عش التجربة</p> <p>2.7.2 حدث غامر</p> <p>3.7.2 تعزيز الذكرى</p>	<p><b>8.2 اللافتات</b></p> <p>1.8.2 تقنيات اللافتات</p> <p>2.8.2 رؤية المساعد</p> <p>3.8.2 تماسك القصة، حدث باللافتات</p>
<p><b>9.2 أماكن الحدث</b></p> <p>1.9.2 دراسات مواقع الاستضافة المحتملة، 5 لماذا</p> <p>2.9.2 اختيار مكان الاستضافة اعتماداً على الحدث</p> <p>3.9.2 معايير الاختيار</p>	<p><b>10.2 اقتراح الوضع في المشهد أنواع السيناريوهات</b></p> <p>1.10.2 مقترحات جديدة لوضع المشهد</p> <p>2.10.2 تحديد أولويات القرب مع المتكلم</p> <p>3.10.2 السيناريوهات المتعلقة بالفاعل</p>		

### الوحدة 3. تخطيط الأحداث

<p><b>1.3. التوقيت (Timing) وتنظيم البرنامج</b></p> <p>1.1.3. الوقت المتاح لتنظيم الحدث</p> <p>2.1.3. أيام مدة الحدث</p> <p>3.1.3. أنشطة الحدث</p>	<p><b>2.3. تنظيم المساحات</b></p> <p>1.2.3. العدد المتوقع من الحاضرين</p> <p>2.2.3. عدد الغرف المتزامنة</p> <p>3.2.3. تنسيقات الغرف</p>	<p><b>3.3. المتحدثون والمدعون</b></p> <p>1.3.3. اختيار المتحدثين</p> <p>2.3.3. الاتصال والتأكيد على المتحدثين</p> <p>3.3.3. إدارة حضور المتحدثين</p>	<p><b>4.3. البروتوكول</b></p> <p>1.4.3. رتبة الشخصيات المدعوة</p> <p>2.4.3. تصرف هيئة الرئاسة</p> <p>3.4.3. تنظيم البرلمانات</p>
<p><b>5.3. الأمان</b></p> <p>1.5.3. التحكم في الوصول: وجهة نظر الأمان وجهة النظر الأمنية</p> <p>2.5.3. التنسيق مع قوات الأمن المدنية</p> <p>3.5.3. الرقابة الداخلية على المساحات</p>	<p><b>6.3. حالات الطوارئ</b></p> <p>1.6.3. خطة الإخلاء</p> <p>2.6.3. دراسة الاحتياجات في حالة الطوارئ</p> <p>3.6.3. إنشاء نقطة مساعدة طبية</p>	<p><b>7.3. القدرات</b></p> <p>1.7.3. تقييم القدرات</p> <p>2.7.3. توزيع الحاضرين في المقر</p> <p>3.7.3. القدرات القصوى والقرارات التي يتعين اتخاذها</p>	<p><b>8.3. الزيارات</b></p> <p>1.8.3. دراسة عدد مرات الوصول</p> <p>2.8.3. قدرة كل من الوصول</p> <p>3.8.3. حساب Timing للدخول والخروج في كل مدخل.</p>
<p><b>9.3. النقل</b></p> <p>1.9.3. تقييم إمكانيات النقل</p> <p>2.9.3. سهولة النقل</p> <p>3.9.3. النقل العام أو الخاص، إيجابيات وسلبيات</p>	<p><b>10.3. المواقع</b></p> <p>1.10.3. كم عدد المواقع التي يحتوي عليها الحدث</p> <p>2.10.3. أين يتواجدون؟</p> <p>3.10.3. سهولة الوصول إلى المقرات</p>		

### الوحدة 4. إنشاء ترشيحات الحدث

<p><b>1.4. اختيار الوجهة</b></p> <p>1.1.4. دراسة الوجهة</p> <p>2.1.4. إمكانيات الوجهة؛ نقاط القوة</p> <p>3.1.4. البنية التحتية للوجهة</p>	<p><b>2.4. مزايا الوجهة</b></p> <p>1.2.4. وسائل المواصلات وسهولة الوصول</p> <p>2.2.4. الإقامة والمقرات</p> <p>3.2.4. العرض السياحي</p>	<p><b>3.4. سعة الوجهة</b></p> <p>1.3.4. نوع الحدث الذي يمكنك استضافته</p> <p>2.3.4. عدد الرحلات والطرق السريعة والشوارع</p> <p>3.3.4. قصور المؤتمرات، الأماكن والعرض الفندقية</p>	<p><b>4.4. العرض الثقافي وأنشطة الوجهة</b></p> <p>1.4.4. عرض فن الطهي للوجهة</p> <p>2.4.4. العرض الثقافي والتروحي للوجهة</p> <p>3.4.4. أنشطة يمكن القيام بها في الوجهة</p>
<p><b>5.4. الإقامة</b></p> <p>1.5.4. دراسة عرض الفندق</p> <p>2.5.4. دراسة عرض الشقق والتخيم وأخرى</p> <p>3.5.4. عروض إقامة الطلاب</p>	<p><b>6.4. النقل</b></p> <p>1.6.4. سهولة الوصول إلى الوجهة</p> <p>2.6.4. الوصول ووسائل النقل إلى المكان (venue)</p> <p>3.6.4. عروض النقل الداخلي للوجهة</p>	<p><b>7.4. الجامعات والمراكز البحثية</b></p> <p>1.7.4. تعرف على عدد الجامعات في الجهة المقصودة</p> <p>2.7.4. عدد مراكز البحث المتاحة</p> <p>3.7.4. المناهج الدراسية أو مكانة الجامعات ومراكز البحث</p>	<p><b>8.4. المرافق الرياضية والثقافية</b></p> <p>1.8.4. عدد المرافق الرياضية التي موجودة في الوجهة</p> <p>2.8.4. عدد المرافق الثقافية التي موجودة في الوجهة</p> <p>3.8.4. قدرات المرافق وإمكانيات استخدامها</p>
<p><b>9.4. فن الطهي والعمارة والفن</b></p> <p>1.9.4. ما تقدمه المدينة من طعام مطاعم نجمة Michelin</p> <p>2.9.4. عروض المتاحف</p> <p>3.9.4. المهندسين المعماريين المعروفين أو المباني الفريدة للوجهة</p>	<p><b>10.4. مراكز المؤتمرات والرياضة</b></p> <p>1.10.4. عدد مراكز المؤتمرات</p> <p>2.10.4. عدد الصالات والأجنحة الرياضية</p> <p>3.10.4. البنية التحتية، إمكانيات المؤتمرات والمراكز الرياضية</p>		

الوحدة 5. الإدارة المالية في تنظيم الأحداث

<p><b>1.5 ميزانية الحدث</b></p> <p>1.1.5 إعداد ميزانية الحدث</p> <p>2.1.5 توقيت (Timing) الميزانية</p> <p>3.1.5 تقديم الميزانية</p>	<p><b>2.5 الإيرادات</b></p> <p>1.2.5 أنواع الدخل</p> <p>2.2.5 إمكانيات تأكيد الدخل</p> <p>3.2.5 تسهيلات سداد الدخل</p>	<p><b>3.5 التكاليف</b></p> <p>1.3.5 أنواع المصاريف: ثابتة ومتغيرة</p> <p>2.3.5 إمكانيات العمل وفقا للنفقات</p> <p>3.3.5 اتفاقيات الدفع للموردين</p>	<p><b>4.5 خطة الطوارئ</b></p> <p>1.4.5 الإجراءات التي يجب اتخاذها ضد الزيادات في النفقات</p> <p>2.4.5 الإجراءات الواجب اتخاذها لمواجهة انخفاض الدخل</p> <p>3.4.5 نسبة المصاريف غير المتوقعة</p>
<p><b>5.5 حساب التشغيل</b></p> <p>1.5.5 إعداد حساب التشغيل</p> <p>2.5.5 استخدام حساب التشغيل</p> <p>3.5.5 الإجراءات التي سيتم تنفيذها بناء على حساب التشغيل</p>	<p><b>6.5 إدارة المزايا</b></p> <p>1.6.5 الغرض من الحدث وأرباحها</p> <p>2.6.5 إدارة المنح والمساعدات</p> <p>3.6.5 فرص الاستثمار</p>	<p><b>7.5 تدفق نقدي</b></p> <p>1.7.5 ما هو التدفق النقدي (Cash Flow)</p> <p>2.7.5 مساهمات التدفق النقدي (Cash Flow)</p> <p>3.7.5 الإجراءات التي يتعين تنفيذها وفقاً ل التدفق النقدي (Cash Flow)</p>	<p><b>8.5 الضرائب</b></p> <p>1.8.5 الضرائب على الأرباح بناءً على الاستخدام</p> <p>2.8.5 ضريبة القيمة المضافة وأثرها (على الصعيدين الوطني والدولي)</p> <p>3.8.5 الفرق بين الشركة التجارية أو غير الربحية</p>
<p><b>9.5 إدارة العمولة</b></p> <p>1.9.5 تحديد عدد العمولات المراد تحقيقها</p> <p>2.9.5 إدارة العمولات بناءً على العميل</p> <p>3.9.5 اتفاق العمولات مع المورد</p>	<p><b>10.5 فترة السداد عائد الاستثمار</b></p> <p>1.10.5 حساب عائد الاستثمار</p> <p>2.10.5 توقيت (Timing) استرداد الاستثمار</p> <p>3.10.5 فترات الاستثمار أو الاستثمارات</p>		

الوحدة 6. استراتيجيات الإدارة في التسويق والتواصل

<p><b>1.6 الاتصالات الاستراتيجية</b></p> <p>1.1.6 الاتصال الاستراتيجي في الأحداث</p> <p>2.1.6 أهمية البيئة في الاستراتيجية</p> <p>3.1.6 التزام العلامات التجارية ب العائد على المدى الطويل (Long Term Return)</p>	<p><b>2.6 سلوك المستهلك</b></p> <p>1.2.6 تفسير جديد لـ Maslow</p> <p>2.2.6 سيكولوجية المستهلك الحالي</p> <p>3.2.6 تبني Google نموذجًا جديدًا للسلوك</p>	<p><b>3.6 غرض العلامة التجارية</b></p> <p>1.3.6 الأهمية الحالية لغرض العلامة التجارية</p> <p>2.3.6 إيجاد قيمة العلامة التجارية والغرض منها</p> <p>3.3.6 تكامل أو تعارض الهدف مع المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p><b>4.6 الاستفادة كاستراتيجية</b></p> <p>1.4.6 اكتشاف وممارسة الاستفادة</p> <p>2.4.6 التواصل بشأن أهداف التنمية المستدامة</p> <p>3.4.6 تنفيذ أهداف التنمية المستدامة في المناسبات</p>
<p><b>5.6 تحديات الاتصال العالمية</b></p> <p>1.5.6 نظريات التسويق الدولية</p> <p>2.5.6 التسويق عبر الثقافات وتطبيقه</p> <p>3.5.6 نقل العلامات التجارية والرسائل إلى دول أخرى</p>	<p><b>6.6 دعاية وتسويق</b></p> <p>1.6.6 الإعلانات التقليدية والرقمية</p> <p>2.6.6 الابداع: فن أم علم</p> <p>3.6.6 الإجراءات والأدوات للأحداث</p>	<p><b>7.6 نماذج التحليل</b></p> <p>1.7.6 التحليل الداخلي تحليل نقاط الضعف، التهديدات، نقاط القوة، الفرص وتصحيح، مواجهة، الحفاظ، توسيع نتائج التحليل</p> <p>2.7.6 التحليل الاستراتيجي: Ansoff و Boston</p> <p>3.7.6 التحليل الخارجي قوائم Porter و PESTEL الخمس</p>	<p><b>8.6 العلاقة مع وسائل الإعلام</b></p> <p>1.8.6 المؤتمرات الصحفية والاتصالات وغيرها من الأدوات</p> <p>2.8.6 تدريب المتحدث الرسمي</p> <p>3.8.6 الاتصال في الأزمات</p>
<p><b>9.6 العلاقة مع الوكالات</b></p> <p>1.9.6 المسابقات والعقود والممارسات الأخرى</p> <p>2.9.6 إدارة وتنفيذ المشاريع</p> <p>3.9.6 قياس ونتائج المشاريع</p>	<p><b>10.6 خطة الاتصال</b></p> <p>1.10.6 خطة الإعلام</p> <p>2.10.6 تطوير الجزء التكتيكي من خطة الاتصال</p> <p>3.10.6 تنفيذ ومراقبة خطة الاتصال</p>		

## الوحدة 7. إدارة التسويق ورسمنة الأحداث

<p>4.7 إدارة السمعة على المستوى الرقمي</p> <p>1.4.7 العلامة التجارية الشخصية</p> <p>2.4.7 الاستماع الاجتماعي</p> <p>3.4.7 التسويق الداخلي (Inbound marketing)</p>	<p>3.7 رقمنة المعلومات</p> <p>1.3.7 الفكر والاتصال الرقمي</p> <p>2.3.7 نماذج جديدة لإدارة المعارف (Knowledge Management)</p> <p>3.3.7 الأخبار الكاذبة (Fake news) والأعداء الآخرين الرقمنة</p>	<p>2.7 التجزئة الرقمية</p> <p>1.2.7 الجماهير الجديدة وأنواع المستخدمين</p> <p>2.2.7 متغيرات كسر جديدة</p> <p>3.2.7 شخصية المشتري وتطورها</p>	<p>1.7 الرقمنة في الأحداث</p> <p>1.1.7 تقنيات الاتصال الجديدة</p> <p>2.1.7 الأحداث الرقمية</p> <p>3.1.7 Big Data، المقاييس والتحليلات</p>
<p>8.7 الأدوات الرقمية</p> <p>1.8.7 تثبيت الأهداف والاستراتيجيات</p> <p>2.8.7 اختيار القناة والمنصة</p> <p>3.8.7 تحسين النتائج في الوقت الحقيقي</p>	<p>7.7 حملات الاحداث</p> <p>1.7.7 العصف الذهني (Brainstorming) و تدوين الأفكار</p> <p>2.7.7 الجزء الداخلي والخارجي للحملة</p> <p>3.7.7 تنفيذ الحملة ومراقبتها</p>	<p>6.7 عملية المقارنة المعيارية Benchmarking</p> <p>1.6.7 الغرض من الحدث</p> <p>2.6.7 تحليل المنافسة</p> <p>3.6.7 المقارنة المعيارية (Benchmarking) للنتائج</p>	<p>5.7 خلق العلامة التجارية (Branding) الرقمية (digital)</p> <p>1.5.7 (Branding) خلق العلامة التجارية</p> <p>2.5.7 خلق العلامة التجارية (Branding) للحدث</p> <p>3.5.7 الإجراءات التي سيتم تنفيذها بناءً على حساب التشغيل</p>
		<p>10.7 إدارة فرق التسويق والاتصال</p> <p>1.10.7 مهارات القيادة</p> <p>2.10.7 مفاتيح لإدارة البراغمية</p> <p>3.10.7 الإدارة اليومية</p>	<p>9.7 الشبكات الاجتماعية</p> <p>1.9.7 معرفة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي</p> <p>2.9.7 أهم الأدوار لحدث ما</p> <p>3.9.7 تشغيل وسائل التواصل الاجتماعي مباشرة لحدث ما</p>

## الوحدة 8. إدارة العمليات واللوجستيات في الأحداث

<p>8.4 إدارة الموردين</p> <p>8.4.1 سياسة التواصل مع الموردين</p> <p>8.4.2 إدارة العمليات لكل مورد</p> <p>8.4.3 القابلية للتكيف واحتياجات كل مورد</p>	<p>8.3 إدارة الموارد البشرية للحدث</p> <p>8.3.1 أنواع الموارد البشرية المتاحة للحدث</p> <p>8.3.2 الاتصال الداخلي</p> <p>8.3.3 التسلسل الهرمي وتسلسل القيادة</p>	<p>8.2 لوجستيات النقل والوصول</p> <p>8.2.1 الخدمات اللوجستية حسب أنواع النقل الخاصة بالحدث</p> <p>8.2.2 الخدمات اللوجستية حسب المداخل</p> <p>8.2.3 القدرة في نقاط الوصول ووسائل النقل</p>	<p>8.1 العمليات واللوجستيات للأنشطة</p> <p>8.1.1 دراسة احتياجات النشاط</p> <p>8.1.2 مشروع العمليات اللازمة</p> <p>8.1.3 معرفة احتياجات موظفي العمليات</p>
<p>8.8 عمليات النقل وعمليات النقل الداخلي</p> <p>8.8.1 بروتوكول إدارة عمليات نقل (transfers) للضيوف</p> <p>8.8.2 صعوبة المطار وتشغيله</p> <p>8.8.3 إدارة الحوادث وحلها</p>	<p>8.7 إدارة الاستدامة</p> <p>8.7.1 فن الطهو المقارب</p> <p>8.7.2 إدارة نفايات الحدث</p> <p>8.7.3 اختيار المواد والمنتجات المستدامة</p>	<p>8.6 إدارة إمكانية الوصول</p> <p>8.6.1 إدارة إمكانية الوصول إلى الحدث. مهام يجب القيام بها</p> <p>8.6.2 مطبخ شامل ومحترم</p> <p>8.6.3 برامج الدمج للمشاركين ذوي الاحتياجات الخاصة</p>	<p>8.5 تشغيل المتحدثين والضيوف المميزين (VIP)</p> <p>8.5.1 بروتوكول الاتصال مع كبار الشخصيات</p> <p>8.5.2 إدارة احتياجات كبار الشخصيات (مناطق الوصول، والأمن، والنقل، وما إلى ذلك)</p> <p>8.5.3 إدارة فريق رعاية ومساعدة كبار الشخصيات VIP. متحدث</p>
		<p>10.8 تجميع وتفكيك الحدث</p> <p>1.10.8 التوقيت وحساب الموظفين للتجميع</p> <p>2.10.8 احتياجات لوجستيات التجميع</p> <p>3.10.8 الخدمات اللوجستية لتفكيك الحدث</p>	<p>8.9 عمليات الرعاية المساعدة</p> <p>8.9.1 Hospitality Desk</p> <p>8.9.2 تقسيم مساحات الخدمات</p> <p>8.9.3 إدارة الحوادث الخاصة</p>

الوحدة 9. رعاية الأحداث

<p>4.9 إنشاء ملف الرعاية . معلومات تقنية  1.4.9 تحديد النسخ الاحتياطية والتصديقات  2.4.9 بيانات تاريخية  3.4.9 إمكانيات الرعاية</p>	<p>3.9 إنشاء ملف الرعاية . المقدمة  1.3.9 المقدمة  2.3.9 التعرف  3.3.9 الأهداف</p>	<p>2.9 سياسات القطاع . الكود الأخلاقي . الامتثال Compliance  1.2.9 الكود الأخلاقي لكل قطاع  2.2.9 إدارة بيانات الراعي  3.2.9 أقسام الامتثال (Compliance) وأهميتها</p>	<p>1.9 تخطيط واستراتيجية الرعاية: اختيار المجموعة المستهدفة  <b>Target Group</b>  1.1.9 جوانب تحليل القطاع لرعايته  2.1.9 اختيار أفضل الرعاية  3.1.9 ما سيتم رعايته وأسباب الرعاية</p>
<p>8.9 سياسات التسويق  1.8.9 أين تباع الرعاية  2.8.9 كيف تباع الرعاية  3.8.9 مواعيد الدفع والعقوبات</p>	<p>7.9 تخطيط منطقة المعرض  1.7.9 العرض  2.7.9 الشهرة  3.7.9 حقوق الملكية من حيث الحجم</p>	<p>6.9 مخططات ومواقع مناطق المعرض  1.6.9 إنشاء المنصات Stands  2.6.9 ما الذي يجب أن ينعكس  3.6.9 تدفق حركة المرور للحضور</p>	<p>5.9 إدارة أسعار المبيعات  1.5.9 حساب أسعار بيع الرعاية  2.5.9 البيع الفردي حسب المفهوم  3.5.9 بيع جماعي لرعايات مختلفة</p>
		<p>10.9 ولاء الرعاية  1.10.9 إجراءات من أجل ولاء مقدمي الرعاية  2.10.9 الخدمات المقدمة  3.10.9 التحسينات أو الابتكارات</p>	<p>9.9 إدارة ومتابعة مبيعات الرعاية  1.9.9 إعداد وتوقع الرعاية  2.9.9 دراسة الجدوى  3.9.9 تحقيق الأهداف أو إعادة التفكير</p>

<p>4.10 إدارة الشبكة والإنترنت</p> <p>1.4.10 الجوانب التي يجب مراعاتها في إدارة الشبكات</p> <p>2.4.10 التعاقد على خدمات الإنترنت</p> <p>3.4.10 اختبارات التحمل والتشبع للشبكات</p>	<p>3.10 اختيار الموردين</p> <p>1.3.10 اختيار الشريك (rentraP) التكنولوجي</p> <p>2.3.10 متطلبات تطلب من المورد</p> <p>3.3.10 اختيار الموردين عامل السعر مقابل عامل القيمة. الخبرة</p>	<p>2.10 تخطيط الحدث الرقمي. فهرس الفيلم</p> <p>1.2.10 إنشاء الخطوط العريضة</p> <p>2.2.10 عناصر يجب مراعاتها في الخطوط العريضة</p> <p>3.2.10 الجوانب التي يجب أن تنعكس في الملخص. الأولويات</p>	<p>1.10 عصر كوفيد-19 في الأحداث</p> <p>1.1.10 جوانب مهمة يجب معرفتها</p> <p>2.1.10 المراقبة المستمرة. المعايير الصحية الحكومية</p> <p>3.1.10 التوقيت لاتخاذ القرارات</p>
<p>8.10 التنسيق في الموقع والتنسيق الرقمي. المتحدثون في الموقع وعن بعد</p> <p>1.8.10 الاتصال مع المتحدثين</p> <p>2.8.10 تسليم برنامج العمل للمتحدثين</p> <p>3.8.10 التوقيت وتنظيم المتحدثين.. القواعد الواجب اتباعها</p>	<p>7.10 فيديوهات المقدمة Kyrans. الموسيقى</p> <p>1.7.10 Kyrans.</p> <p>2.7.10 أهمية المقدمات</p> <p>3.7.10 الموارد التي يجب مراعاتها</p>	<p>6.10 تفاعل الحاضرين. تصويت</p> <p>1.6.10 إعداد نظام التفاعل</p> <p>2.6.10 عناصر يجب مراعاتها في تفاعل الحاضرين</p> <p>3.6.10 أشكال وإجراءات تطوير التفاعل</p>	<p>5.10 أهداف النطاق الجمهور</p> <p>1.5.10 تحديد الجمهور المستهدف</p> <p>2.5.10 البث بلغات أخرى</p> <p>3.5.10 غرف البث</p>
		<p>10.10 إدارة الحدث الافتراضي والمختلط</p> <p>1.10.10 متابعة الحدث من خلال الإدارة</p> <p>2.10.10 المخطط الزمني وترتيب الأرسال</p> <p>3.10.10 تسوية الحوادث المباشرة</p>	<p>9.10 توليد مجموعات افتراضية</p> <p>1.9.10 كروما</p> <p>2.9.10 الجزء الخلفي</p> <p>3.9.10 شاشة DEL</p>

# منهجية الدراسة

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

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



## الطالب: الأولوية في جميع برامج TECH

في منهجية الدراسة في TECH، يعتبر الطالب البطل المطلق.

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

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

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



## المناهج الدراسية الأكثر شمولاً على مستوى العالم

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

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

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



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



## Case studies أو دراسات الحالة

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

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

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





## طريقة Relearning

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

### تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

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

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

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

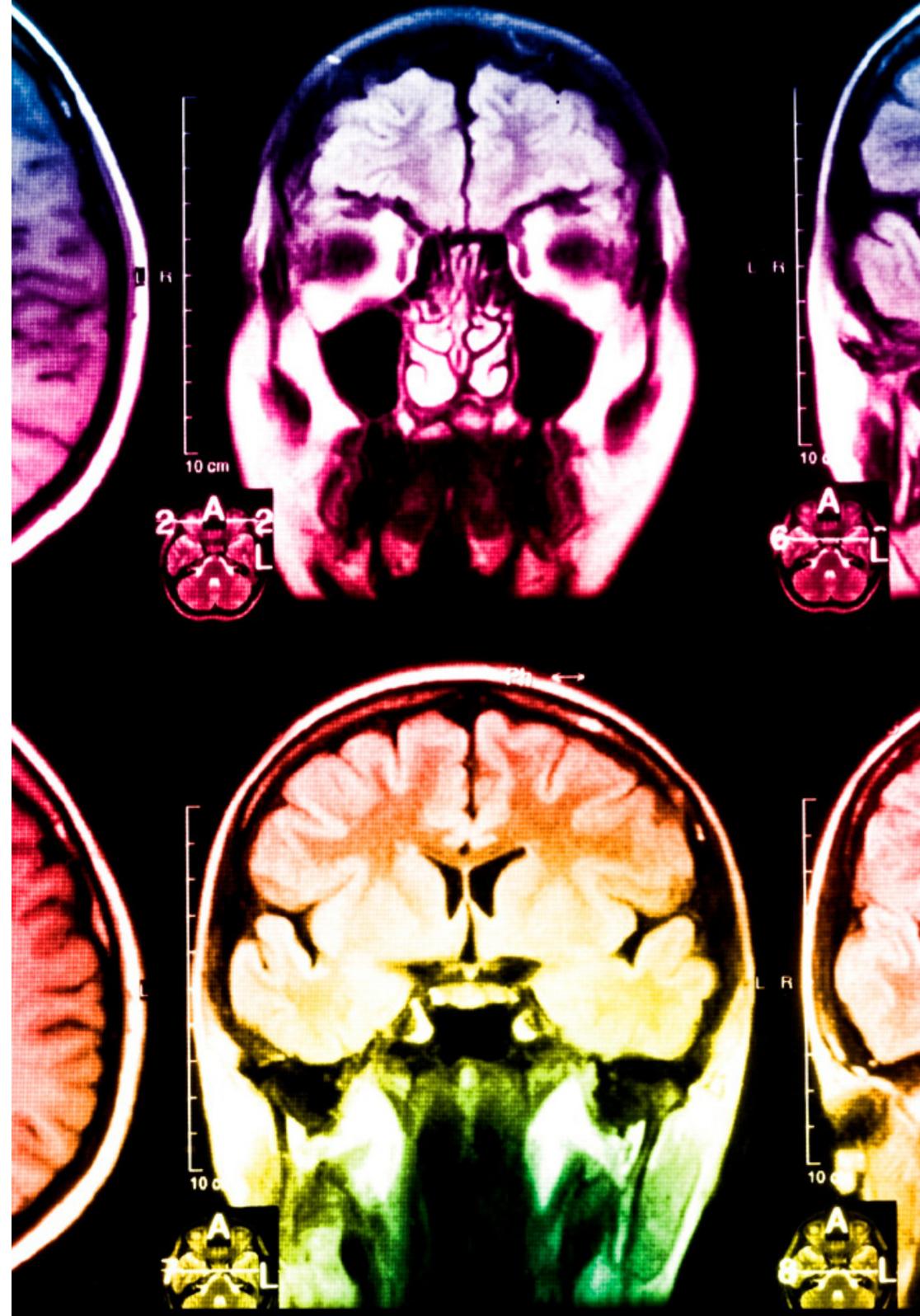
4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

## المنهجية الجامعية الأفضل تصنيفاً من قبل طلابها

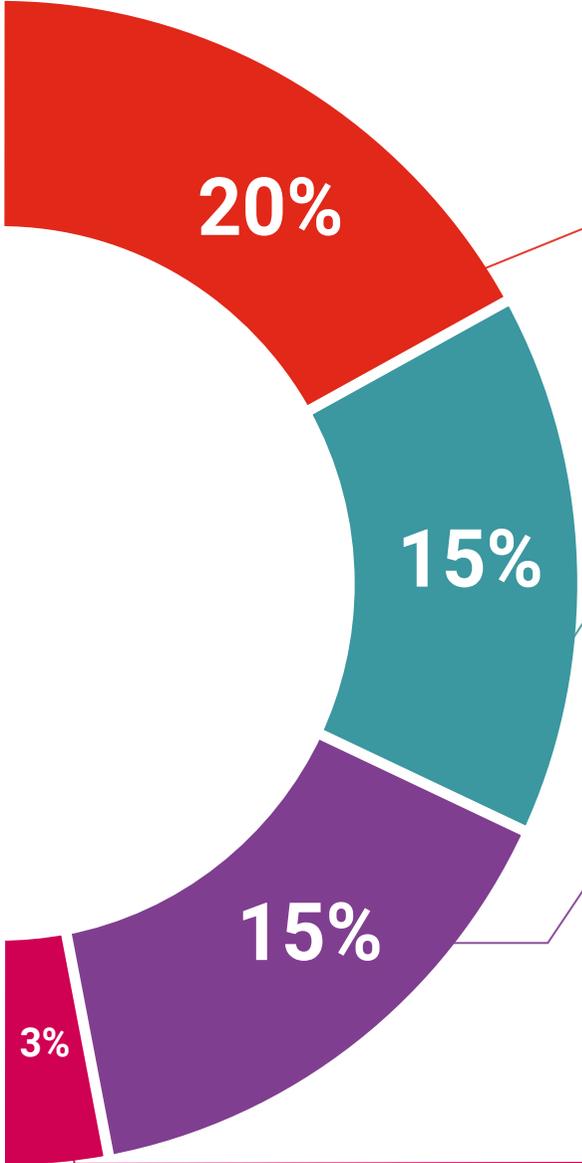
نتائج هذا النموذج الأكاديمي المبتكر يمكن ملاحظته في مستويات الرضا العام لخريجي TECH. تقييم الطلاب لجودة التدريس، وجودة المواد، وهيكل الدورة وأهدافها ممتاز. ليس من المستغرب أن تصبح الجامعة الأعلى تقييماً من قبل طلابها على منصة المراجعات Trustpilot، حيث حصلت على 4.9 من 5.

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

"التعلم من خبير" ستمكن من التعلم مع مزايا الوصول إلى بيئات تعليمية محاكاة ونهج التعلم بالملاحظة، أي "التعلم من خبير"



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



### المواد الدراسية

يتم خلق جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. يتم بعد ذلك تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق طريقتنا في العمل عبر الإنترنت، مع التقنيات الأكثر ابتكارًا التي تتيح لنا أن نقدم لك جودة عالية، في كل قطعة سنضعها في خدمتك.



### التدريب العملي على المهارات والكفاءات

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



### ملخصات تفاعلية

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



### قراءات تكميلية

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





### دراسات الحالة (Case studies)

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



### الاختبار وإعادة الاختبار

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



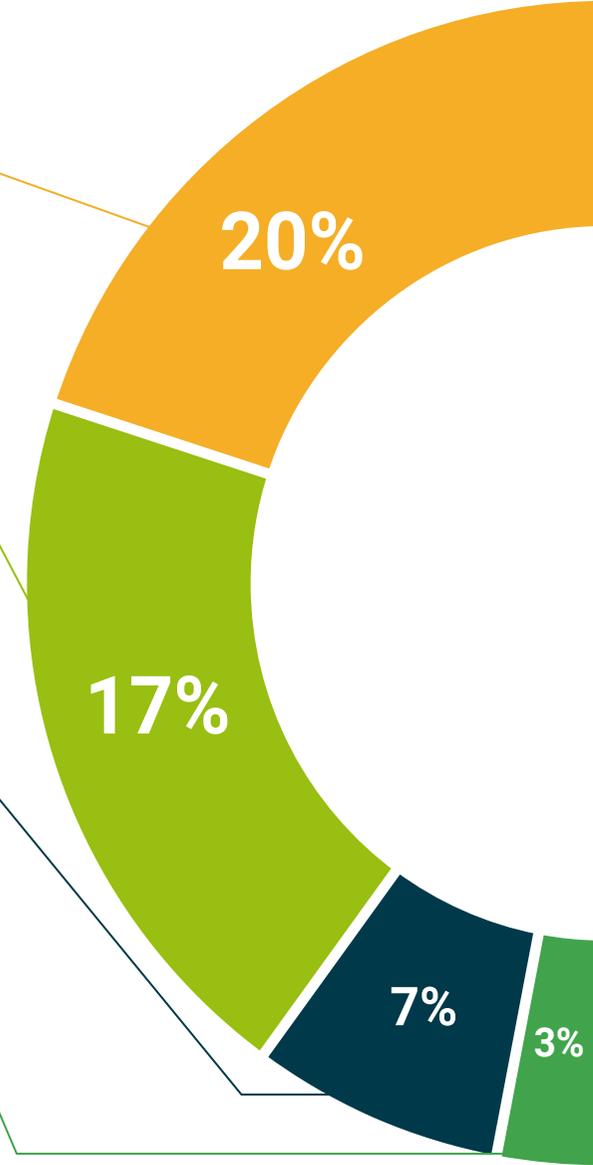
### المحاضرات الرئيسية

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



### إرشادات توجيهية سريعة للعمل

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



# الملف الشخصي لطلابنا

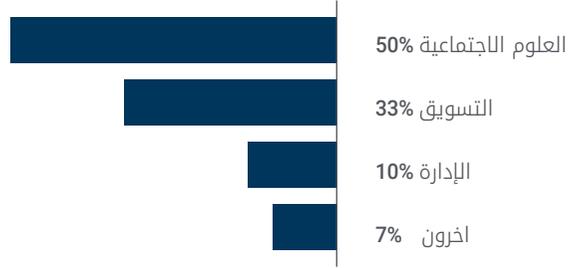
يستهدف هذا البرنامج المهنيين في قطاعات الاتصالات أو التسويق أو الأعمال التجارية المتحمسين لتنظيم الأحداث والراغبين في تحقيق نقلة نوعية في حياتهم المهنية. إما كمديرين للأحداث أو كرواد أعمال خاصة بهم. إنشاء وكالة أحداث خاصة بك، مما يمنحك الأدوات اللازمة لتوجيه أو إدارة الأحداث برؤية استراتيجية ومبتكرة ومتعددة التخصصات وقيمة تجريبية عالية.



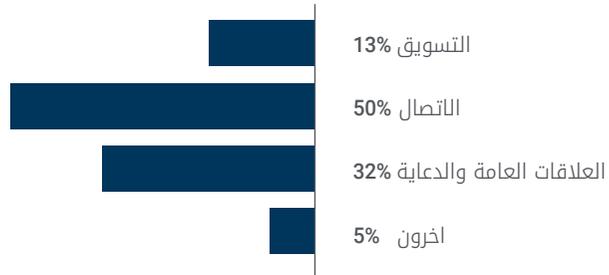
ستكون محاطاً بأشخاص يشاركونك طموحاتك  
واهتماماتك، وهو عامل تحفيزي رئيسي للنجاح  
في هذا البرنامج"



### المؤهل في المجال



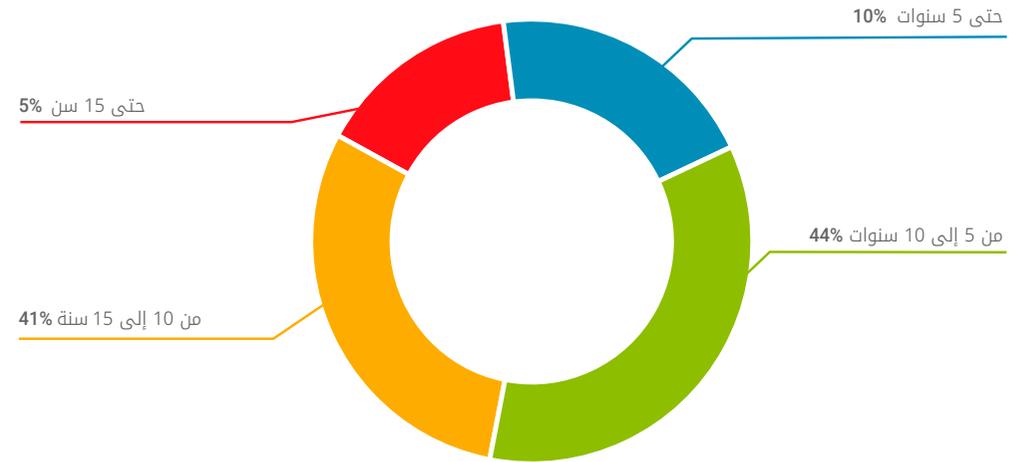
### المؤهل الأكاديمي



### متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

### عدد سنوات الخبرة



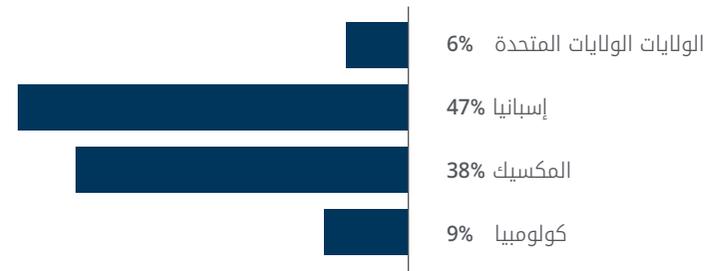


## Paola Fernández

Stage Manager

"لقد دفعني المنهج والمنهجية المتبعة في هذا البرنامج إلى اتخاذ قرار الالتحاق به. ومع وظيفتي الحالية ومسؤولياتي الحالية، لم يكن لدي الوقت لتحقيق هدف الاحتراف الذي حددته لنفسه منذ سنوات. ولكنني تمكنت في غضون أشهر قليلة مع TECH من إكمال البرنامج، وتمكنت من الصعود إلى منصب أفضل في الشركة التي أعمل بها بفضل أحدث المعارف والأدوات التي تعلمتها في درجة الماجستير الخاص هذه"

### التوزيع الجغرافي



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

أنشأت TECH برنامجاً من المحتوى الحضري الذي تم اختياره من قبل خبراء محترفين في تنظيم الأحداث، والذين يعملون حالياً على تطوير عملهم المهني بنجاح، ولديهم خلفية واسعة وخبرة كبيرة، سواء في مجال الأعمال أو في المجال الأكاديمي أو التدريسي. وهذا يمنح البرنامج هوية خاصة به، بمحتوى ممتاز ودراسات حالة لا مثيل لها ومحدثة تماماً.

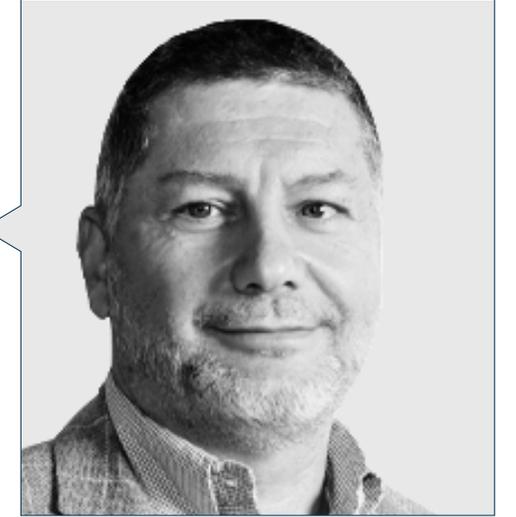
ستشارك التجربة مع معلمين خبراء ناشطين في هذا المجال بشكل احترافي. الذين ركزوا أبحاثهم على استخدام التقنيات الجديدة في قطاعي التسويق والاتصالات"



## هيكل الإدارة

### أ. Gil Tomas, Tommy

- ♦ المؤسس والرئيس التنفيذي لورشة العمل MICE
- ♦ مستشار في إدارة المشاريع لمؤتمر اليونسكو العالمي للتعليم العالي
- ♦ مدير تطوير Creativalab S.L
- ♦ مدير مؤتمر برشلونة Médic S.L
- ♦ ماجستير في إدارة التسويق
- ♦ ماجستير في التسويق الصيدلاني بواسطة ISM-ESIC
- ♦ دبلوم في قانون الضرائب من ESINE



## الأساتذة

### أ. Perelló Sobreper, Marc

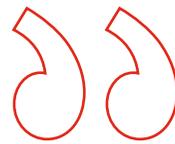
- ♦ مدير الشؤون الرقمية والإستراتيجية في Creativalab S.L
- ♦ مدير ورئيس قسم الاتصالات والتسويق في Abantia Group
- ♦ مدير ورئيس قسم الاتصالات والتسويق في إدارة عدم الكفاءة (Managing Incompetence)
- ♦ دكتور معتمد في علوم الاتصالات من جامعة Ramon Llull
- ♦ ماجستير في العلوم الإنسانية والاجتماعية من جامعة CEU Abat Oliba
- ♦ شهادة جامعية في الصحافة من جامعة CEU Abat Oliba
- ♦ شهادة جامعية في الإعلان والعلاقات العامة من جامعة CEU Abat Oliba



# مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

تقدر TECH الاستثمار، سواء من حيث الوقت أو المال، الذي يقوم به المهنيون الذين يقررون اتخاذ هذه الخطوة والالتحاق بهذا البرنامج. ولذلك، يتم بذل كل جهد ممكن لتقديم محتوى يرقى إلى مستوى التوقعات، مما يؤدي إلى أكبر تأثير إيجابي ممكن على المسار الوظيفي للخريج. القدرة على تحقيق الأهداف المقترحة على المدى القصير والمتوسط والطويل. بالإضافة إلى تعزيز المهارات التنظيمية والتخطيطية بهدف التوسع في الأعمال التجارية الخاصة بك أو تسلق السلم الإداري في الشركة.

سيكون هذا البرنامج حاسماً في مسارك المهني،  
حيث سيمنحك الكفاءات والمهارات التي تحتاجها  
للنجاح في إدارة الأحداث"



## هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ تطوير مهني ممتاز في انتظارك.

يعد برنامج الماجستير في تنظيم الأحداث في TECH برنامجاً مكثفاً يؤهل الطلاب لمواجهة التحديات وقرارات العمل في مجال تنظيم وتخطيط الأحداث بمختلف أنواعها. هدفها الرئيسي هو تعزيز النمو الشخصي والمهني، ومساعدتها على تحقيق النجاح.

إذا كنت ترغب في تحسين نفسك وتحقيق التغيير الإيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل، فهذا هو مكانك.

سجل الآن وعش تجربة أن تصبح  
منظماً للأحداث بنسبة 100% عبر  
الإنترنت وفي غضون 12 شهراً.

سوف تتقن استراتيجيات تخطيط  
الأحداث لجميع أنواع الأحداث  
وتتفوق في المجال التنظيمي  
بالمهارات التي تم تطويرها  
خلال هذا البرنامج.

### وقت التغيير



### نوع التغيير



## زيادة الرواتب

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



# مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

يساهم الماجستير الخاص في تنظيم الأحداث في رفع موهبة المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال التدريب القادة رفيعي المستوى. تعد المشاركة في هذا البرنامج فرصة فريدة من نوعها للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال للعثور على شركاء أو عملاء أو موردين محترفين في المستقبل. بالإضافة إلى اكتساب خبرات جديدة في مجال الرقمنة والتنظيم.

في العصر الرقمي الجديد، يُعد إتقان تنظيم الأحداث الهجينة أو الرقمية عاملاً رئيسياً للتميز في سوق العمل التنافسي. مع هذا البرنامج يمكنك القيام بذلك"



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 آفاقاً 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 الخاص في تنظيم الأحداث، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وتحديثًا، 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 تنظيم الأحداث

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 12 شهر

تحتوي درجة الماجستير الخاص في تنظيم الأحداث على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدثا في السوق.

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

ماجستير خاص في تنظيم الأحداث

التوزيع العام للخطة الدراسية			التوزيع العام للخطة الدراسية		
المادة	الدرجة	عدد الساعات	نوع المادة	عدد الساعات	الدرجة
مناهج الأحداث وسياحة الأعمال	إجمالي	150	(OB) إجباري	1500	إجمالي
تصميم الأحداث	إجمالي	150	(OP) اختياري	0	إجمالي
تخطيط الأحداث	إجمالي	150	(PP) الممارسات الخارجية	0	إجمالي
إشياء ترفيحية الحدث	إجمالي	150	(TFM) مشروع تخرج الماجستير	1500	الإجمالي
الزراعة العالمية في تنظيم الأحداث	إجمالي	150			
مسابقات الأثرية في السوق والرمال	إجمالي	150			
إدارة التسويق ورفعة الأحداث	إجمالي	150			
إدارة الفعاليات والتوصيات في المناسبات	إجمالي	150			
تأدية الأحداث	إجمالي	150			
رفعة الأحداث: كيف يمكن تطوير حدث بفعالية؟	إجمالي	150			

**tech** الجامعة التكنولوجية

*Tere Guevara*  
أ.د. / Tere Guevara Navarro  
رئيس الجامعة

**tech** الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج  
هذه الشهادة ممنوحة إلى

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

لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص

في

تنظيم الأحداث

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018

في تاريخ 17 يونيو 2020

*Tere Guevara*  
أ.د. / Tere Guevara Navarro  
رئيس الجامعة

TECH: AFW0235 technium.com/certificates المؤهل العلمي الخاص بالجامعة



## ماجستير خاص تنظيم الأحداث

« طريقة التدريس: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

# ماجستير خاص تنظيم الأحداث