

ماجستير خاص  
Executive MBA  
(CEO، الرئيس التنفيذي)



الجامعة  
التكنولوجية **tech**

ماجستير خاص  
Executive MBA  
(CEO، الرئيس التنفيذي)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« موجهة إلى: خريجي الجامعات وحملة الدبلوم والحاصلين على الشهادات الجامعية الذين سبق لهم أن أكملوا أيًا من المؤهلات العلمية في مجال العلوم الإدارية والتجارية.

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techitute.com/ae/school-of-business/executive-master-degree/master-executive-mba-ceo-chief-executive-officer](http://www.techitute.com/ae/school-of-business/executive-master-degree/master-executive-mba-ceo-chief-executive-officer)

# الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	المنهجية	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	صفحة 42		صفحة 26		صفحة 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	ملف طلابنا الشخصي		
	صفحة 58		صفحة 54		صفحة 50		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 66		صفحة 62				

# كلمة الترحيب

تمثل شخصية الرئيس التنفيذي (CEO) دفة الشركة، كونه القوة الدافعة وراء الرؤية والاستراتيجية والنجاح التنظيمي. وتكمن أهمية هذه المناصب العليا في قدرتها على تحقيق التوازن بين الاستقرار على المدى القصير والرؤية طويلة المدى، والتكيف مع بيئات الأعمال المتغيرة وتحدي الوضع الراهن باستمرار، لتحقيق آفاق جديدة من التنمية والنجاح المستدام. سيقدم برنامج TECH هذا منظوراً شاملاً وحديثاً حول استراتيجيات الأعمال وإدارة القيادة ومهارات اتخاذ القرار. بالإضافة إلى ذلك، سيسمح للمديرين التنفيذيين بالحصول على الأدوات اللازمة لمواجهة تحديات الأعمال المعقدة وتعزيز الابتكار في منظماتك.



ماجستير خاص في Executive MBA (CEO, الرئيس التنفيذي)  
الجامعة التكنولوجية TECH

سيقوم هذا البرنامج بتدريب الرئيس التنفيذي (CEO) على القيادة بالرؤية والقدرة على التكيف والتركيز الاستراتيجي في بيئة أعمال ديناميكية وتنافسية"

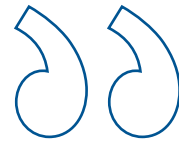


# لماذا تدرس في TECH؟

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

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 التعرف بمخاوفه ورؤية عمله.

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

### سياق متعدد الثقافات



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

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.



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

### التحليلات



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

### التميز الأكاديمي



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

### الإقتصاد الكلي



تعد جامعة TECH أكبر جامعة أونلاين في العالم، 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 مهاراتك 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 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

الهدف الرئيسي لهذا المؤهل العلمى هو توفير تدريب شامل فى إدارة الأعمال، والذي يسمح للقادة بتطوير المهارات الاستراتيجية المتقدمة. وبالتالي، سنسعى إلى توسيع فهمهم للتحديات المعاصرة التي تواجهها المنظمات. وفي الوقت نفسه، سيكون لديهم أدوات متطورة لاتخاذ القرارات القائمة على البيانات، والقيادة الفعالة، وإدارة فريق متعدد التخصصات. بالإضافة إلى ذلك، سيتم تعزيز الرؤية العالمية والقدرة على مواجهة تعقيدات الأعمال، وإعداد الرئيس التنفيذي (CEO) للتنقل في بيئة تنافسية بثقة وقدرة على التكيف والابتكار. عزز قيادتك

بفضل TECH، ستتمكن من تطوير المهارات  
الأساسية لتوجيه شركتك بشكل استراتيجي"



## تحتضن TECH أهداف طلابها نحن نعمل معاً لتحقيقها

Executive MBA الرئيس التنفيذي (CEO) سيدرب الطالب على:

01

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

02

تطوير المهارات القيادية الرئيسية التي يجب أن تحدد المهنيين النشطين

03

التعمق في معايير الاستدامة التي حدتها  
المعايير الدولية عند تطوير خطة عمل

04

تطوير استراتيجيات لتنفيذ عملية صنع القرار في بيئة معقدة وغير مستقرة

05

تعزيز إنشاء استراتيجيات مؤسسية التي تحدد السيناريو الذي يجب على  
الشركة اتباعه لتكون أكثر قدرة على المنافسة وتحقيق أهدافها الخاصة





تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة تعمل  
على تحسين إدارة الأعمال وكفاءتها

08

تفريق المهارات الأساسية لتوجيه النشاط التجاري بشكل استراتيجي

06

تحديد أفضل طريقة لإدارة الموارد البشرية  
للشركة وتحقيق أداء أكبر لصالح الشركة

09



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

10

العمل بشكل أكثر فاعلية وأكثر مرونة وأكثر  
انسجامًا مع التقنيات الجديدة والأدوات الحالية

07

تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات في مختلف مجالات الشركة

14

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

11

القدرة على إدارة الخطة الاقتصادية والمالية للشركة

12

تنفيذ إستراتيجية التسويق التي تسمح لنا بتعريف منتجاتنا  
لعملائنا المحتملين وتكوين صورة مناسبة لشركتنا

15

فهم العمليات اللوجستية الضرورية في  
مجال الأعمال لتطوير الإدارة المناسبة لها

13



إنشاء استراتيجيات مبتكرة حسب المشاريع المختلفة

81

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

16

وضع مبادئ توجيهية مناسبة للتكيف من الشركة إلى مجتمع التغيير

91



اقتراح نموذج عمل ديناميكي يدعم نموه في الموارد غير الملموسة

20

معالجة آليات توزيع عبء عمل الموارد المشتركة عبر مشاريع متعددة

17

# الكفاءات

سيقوم هذا البرنامج الجامعي بتزويد الرئيس التنفيذي (CEO)، أو الرؤساء التنفيذيين الطموحين بمجموعة متنوعة من الكفاءات الأساسية اللازمة للقيادة بنجاح في عالم الأعمال في العصر الحالي. وبالتالي، فإن هذه المهارات النظرية والعملية سوف تتراوح بين المهارات بدءاً من القيادة الإستراتيجية والإدارة المالية المتقدمة وتحليلات البيانات واتخاذ القرارات القائمة على الأدلة إلى القدرة على الفهم والتكيف مع بيئات الأعمال العالمية المعقدة. بالإضافة إلى ذلك، سيتم اكتساب منهجيات قوية في التعامل مع الآخرين، مثل التواصل الفعال والتفاوض وبناء الفريق، بالإضافة إلى تطوير عقلية مبتكرة لمواجهة التحديات بالإبداع والرؤية طويلة المدى.



ستتقن المهارات اللازمة للتوجيه والابتكار واتخاذ القرارات  
الإستراتيجية التي تدفع النمو والنجاح المستدام لمؤسساتك"



01

حل النزاعات والمشاكل التجارية بين العاملين

02

تطبيق منهجيات إدارة Lean

03

إجراء إدارة صحيحة للمعدات لكي تسمح بتحسين الإنتاجية وبالتالي فوائد الشركة

04

القيام بالرقابة الاقتصادية والمالية للشركة

05

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



تنفيذ مفاتيح نجاح إدارة البحث والتطوير في المؤسسات

08

السيطرة على العمليات اللوجستية ومشتريات وتوريدات الشركة

06

تطبيق أنسب الإستراتيجيات للمراهنة على التجارة الإلكترونية لمنتجات الشركة

09

تطوير وقيادة خطط التسويق

10

التعمق في نماذج الأعمال الجديدة لأنظمة المعلومات

07





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

11

الرهان على الابتكار في جميع عمليات ومجالات الشركة

12



قيادة مشاريع الشركة المختلفة، وتحديد متى يتم  
تحديد الأولويات وتأخير تطويرها داخل المؤسسة

13

الرهان على التنمية المستدامة للشركة وتجنب التأثيرات البيئية

14



# الهيكل والمحتوى

ماجستير في Executive MBA (CEO)، الرئيس التنفيذي) هو برنامج حصري يتم تدريسه بتنسيق 100% عبر الإنترنت. بهذه الطريقة، من الممكن شخصيًا اختيار الوقت والمكان الذي يناسب جداول زمنية أو توفر أو اهتمامات مختلفة. برنامج يمتد على مدى 12 شهر ويهدف إلى أن يكون تجربة فريدة ومحفزة تضع أسس النجاح المهني.





ستكون قادرًا على تنفيذ أحدث استراتيجيات الشركة،  
مثل Pacing Corporate Driving Corporate Strategy  
"Framing Corporate Strategy g Strategy

## خطة الدراسة

يقدم هذا المنهج هيكلًا دراسيًا قويًا ومتنوعًا، يشمل عشر وحدات أساسية للتطوير التنفيذي. بالإضافة إلى ذلك، خلال 1500 ساعة من التدريب، سيقوم الخريج بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي والجماعي. وبالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

أولاً، سيتم تحليل الدور الحاسم للقيادة الأخلاقية ومسؤولية الشركات في صنع القرار الاستراتيجي، ثم الخوض في صياغة وتنفيذ استراتيجيات عمل فعالة للحفاظ على القدرة التنافسية والنمو المستدام. كما سيتم استكشاف أهمية قيادة الفرق وتعزيز التحفيز وتعزيز رأس المال البشري كمحرك أساسي للنجاح التنظيمي بعمق.

وبالمثل، سيتم تزويد الطالب بالأدوات والمعرفة اللازمة للإدارة الفعالة للموارد المالية، ودراسة تحسين العمليات وسلسلة التوريد. وبالمثل، سوف تنغمس في الإدارة التكنولوجية واستراتيجية الأعمال والتسويق والاتصالات المؤسسية وأبحاث السوق. وأخيراً، سيتم تعزيز نهج إدارة التوجيه، وتجميع المهارات اللازمة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية في بيئات الأعمال الصعبة والديناميكية.

وهو مخطط مصمم ليناسب الأهداف المهنية للطلاب، وموجه نحو التطوير والتدريب للتفوق في مجال إدارة الأعمال والإدارة. سيتم تكيف المنهج مع احتياجات رواد الأعمال وشركاتهم، وتقديم محتوى مبتكر يعتمد على أحدث التيارات، مدعومًا بمنهجية تعليمية من الدرجة الأولى، وإعادة التعلم، وطاقم تدريس استثنائي. يستغرق ماجستير Executive MBA خلال 12 شهرًا وينقسم إلى 10 وحدات:

الوحدة 1	القيادة الأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة
الوحدة 2	التوجيه الاستراتيجي والإدارة التنفيذية
الوحدة 3	إدارة الأفراد وإدارة المواهب
الوحدة 4	الإدارة الاقتصادية والمالية
الوحدة 5	إدارة العمليات واللوجستيات
الوحدة 6	إدارة نظم المعلومات
الوحدة 7	إدارة المبيعات والتسويق الاستراتيجي والاتصالات المؤسسية
الوحدة 8	أبحاث السوق والإعلان والإدارة التجارية
الوحدة 9	الابتكار وإدارة المشاريع
الوحدة 10	مدير إدارة

## أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية تطوير ماجستير Executive MBA (CEO، الرئيس التنفيذي) 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 تطورك  
المهني وتحقيق قفزة حاسمة.



الوحدة 1. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

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

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

الوحدة 3. إدارة الأفراد وإدارة المواهب

<p><b>4.3. تطور الموارد. رؤية متكاملة</b></p> <p>1.4.3. أهمية الموارد البشرية</p> <p>2.4.3. بيئة جديدة لإدارة وتوجيه الأفراد</p> <p>3.4.3. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p>	<p><b>3.3. إدارة الأفراد الإستراتيجية</b></p> <p>1.3.3. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية</p> <p>2.3.3. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p>	<p><b>2.3. الأشخاص في المنظمات</b></p> <p>1.2.3. جودة الحياة العملية والرفاهية النفسية</p> <p>2.2.3. فرق العمل وإدارة الاجتماعات</p> <p>3.2.3. التدريب وإدارة الفريق</p> <p>4.2.3. إدارة المساواة والتنوع</p>	<p><b>1.3. السلوك التنظيمي</b></p> <p>1.1.3. السلوك التنظيمي. الإطار المفاهيمي</p> <p>2.1.3. العوامل الرئيسية للسلوك التنظيمي</p>
<p><b>8.3. إدارة المعلومات</b></p> <p>1.8.3. نظريات التعلم</p> <p>2.8.3. الكشف عن المواهب والحفاظ عليها</p> <p>3.8.3. التلعيب وإدارة الموهبة</p> <p>4.8.3. التدريب والتقدم المهني</p>	<p><b>7.3. تقييم الأداء وإدارة الأداء</b></p> <p>1.7.3. إدارة الأداء</p> <p>2.7.3. إدارة الأداء: عملية ونظام</p>	<p><b>6.3. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات</b></p> <p>1.6.3. التحليل المحتمل</p> <p>2.6.3. سياسة المكافآت</p> <p>3.6.3. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p>	<p><b>5.3. الاختيار وديناميكيات المجموعة وتوظيف الموارد البشرية</b></p> <p>1.5.3. منهج التوظيف والاختيار</p> <p>2.5.3. التوظيف</p> <p>3.5.3. عملية الاختيار</p>
<p><b>12.3. العلامة التجارية لصاحب العمل Employer Branding</b></p> <p>1.12.3. Employer branding للموارد البشرية</p> <p>2.12.3. خلق العلامة التجارية الشخصية Branding لمهنيين الموارد البشرية</p>	<p><b>11.3. تحفيز</b></p> <p>1.11.3. طبيعة الدافع</p> <p>2.11.3. نظرية التوقعات</p> <p>3.11.3. نظريات الحاجات</p> <p>4.11.3. الدافع والتعويض المالي</p>	<p><b>10.3. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد</b></p> <p>1.10.3. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية</p> <p>2.10.3. تحديد المواهب والتدريب والتطوير</p> <p>3.10.3. الولاء والاحتفاظ</p> <p>4.10.3. المبادرة والابتكار</p>	<p><b>9.3. إدارة الموهبة</b></p> <p>1.9.3. مفاتيح للإدارة الإيجابية</p> <p>2.9.3. الأمل المفاهيمي للموهبة وأثرها في الشركة</p> <p>3.9.3. خريطة المواهب في المنظمة</p> <p>4.9.3. التكلفة والقيمة المضافة</p>



<p><b>16.3. إدارة التغيير</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.16.3 إدارة التغيير</li> <li>2.16.3 أنواع عملية إدارة التغيير</li> <li>3.16.3 فترات أو مراحل في إدارة التغيير</li> </ul>	<p><b>15.3. إدارة الوقت</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.15.3 الفوائد</li> <li>2.15.3 ما هي الأسباب التي يمكن أن تكون أسباب سوء إدارة الوقت؟</li> <li>3.15.3 الوقت</li> <li>4.15.3 أوهام الزمن</li> <li>5.15.3 الانتباه والذاكرة</li> <li>6.15.3 الحالة الذهنية</li> <li>7.15.3 إدارة الوقت</li> <li>8.15.3 النشاط الاستباقي</li> <li>9.15.3 الوضوح بشأن الهدف</li> <li>10.15.3 ترتيب</li> <li>11.15.3 المخطط</li> </ul>	<p><b>14.3. تطوير الكفاءة الإدارية</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.14.3 ما هي الكفاءات الإدارية؟</li> <li>2.14.3 عناصر الكفاءات</li> <li>3.14.3 معرفة</li> <li>4.14.3 مهارات الإدارة</li> <li>5.14.3 المواقف والقيم لدى المديرين</li> <li>6.14.3 مهارات الإدارة</li> </ul>	<p><b>13.3. تطوير فرق عالية الأداء</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.13.3 فرق عالية الأداء: فرق العمل ذاتية الإدارة</li> <li>2.13.3 منهجيات إدارة الفرق عالية الأداء المدارة ذاتياً</li> </ul>
<p><b>20.3. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.20.3 الإنتاجية</li> <li>2.20.3 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</li> </ul>	<p><b>19.3. إدارة الموارد البشرية وفرق الصحة والسلامة المهنية</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.19.3 إدارة الموارد البشرية والفرق</li> <li>2.19.3 الوقاية من المخاطر المهنية</li> </ul>	<p><b>18.3. الاتصالات الإدارية</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.18.3 التواصل الداخلي والخارجي في مجال الأعمال</li> <li>2.18.3 أقسام الاتصال</li> <li>3.18.3 مدير الاتصالات بالشركة. ملف تعريف ديركوم</li> </ul>	<p><b>17.3. التفاوض وإدارة النزاعات</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.17.3 التفاوض</li> <li>2.17.3 إدارة النزاعات</li> <li>3.17.3 إدارة الأزمات</li> </ul>
<p><b>24.3. تحول الموارد البشرية في العصر الرقمي</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.24.3 السياق الاجتماعي والاقتصادي</li> <li>2.24.3 أشكال جديدة من تنظيم الأعمال</li> <li>3.24.3 منهجيات جديدة</li> </ul>	<p><b>23.3. إدارة المعرفة والموهبة</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.23.3 إدارة المعرفة والموهبة</li> <li>2.23.3 تنفيذ إدارة معارف</li> </ul>	<p><b>22.3. إدارة الفريق وأداء الأفراد</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.22.3 فرق عالية الأداء: فرق تدار ذاتياً</li> <li>2.22.3 منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء</li> </ul>	<p><b>21.3. التعويض النقدي مقابل غير النقدي</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.21.3 التعويض النقدي مقابل غير النقدي</li> <li>2.21.3 نماذج نطاقات الأجور</li> <li>3.21.3 نماذج التعويض غير النقدي</li> <li>4.21.3 نماذج العمل</li> <li>5.21.3 مجتمع الشركات</li> <li>6.21.3 صورة الشركة</li> <li>7.21.3 راتب عاطفي</li> </ul>

الوحدة 4. الإدارة الاقتصادية والمالية

<p>4.4 من المحاسبة العامة إلى محاسبة التكاليف</p> <p>1.4.4 عناصر حساب التكاليف</p> <p>2.4.4 المصارييف في المحاسبة العامة ومحاسبة التكاليف</p> <p>3.4.4 تصنيف التكاليف</p>	<p>3.4 المحاسبة الإدارية</p> <p>1.3.4 مفاهيم أساسية</p> <p>2.3.4 أموال الشركة</p> <p>3.3.4 التزامات الشركة</p> <p>4.3.4 الميزانية الرئيسية للشركة</p> <p>5.3.4 كشف الدخل</p>	<p>2.4 مالية الشركة</p> <p>1.2.4 مصادر التمويل</p> <p>2.2.4 أنواع تكاليف التمويل</p>	<p>1.4 البيئة الاقتصادية</p> <p>1.1.4 بيئة الاقتصاد الكلي والنظام المالي الوطني</p> <p>2.1.4 المؤسسات المالية</p> <p>3.1.4 الأسواق المالية</p> <p>4.1.4 الأصول المالية</p> <p>5.1.4 الجهات الأخرى في القطاع المالي</p>
<p>8.4 المسؤولية الضريبية للشركات</p> <p>1.8.4 المفاهيم الضريبية الأساسية</p> <p>2.8.4 ضريبة الشركات</p> <p>3.8.4 ضريبة القيمة المضافة</p> <p>4.8.4 الضرائب الأخرى المتعلقة بالنشاط التجاري</p> <p>5.8.4 الشركة كميسر لعمل الدولة</p>	<p>7.4 إدارة الخزينة</p> <p>1.7.4 صندوق المناورات المحاسبية والمناورات اللازمة</p> <p>2.7.4 حساب الاحتياجات التشغيلية للأموال</p> <p>3.7.4 إدارة الائتمان Credit management</p>	<p>6.4 مراقبة الميزانية والإدارة</p> <p>1.6.4 نموذج الميزانية</p> <p>2.6.4 الميزانية الرأس مالية</p> <p>3.6.4 الميزانية التشغيلية</p> <p>5.6.4 ميزانية الخزنة</p> <p>6.6.4 تتبع الميزانية</p>	<p>5.4 نظم المعلومات وذكاء الأعمال Business Intelligence</p> <p>1.5.4 الأساسيات والتصنيف</p> <p>2.5.4 مراحل وطرق تقاسم التكلفة</p> <p>3.5.4 اختيار مركز التكلفة والتأثير</p>
<p>12.4 الاستراتيجية المالية للشركة</p> <p>1.12.4 استراتيجية الشركة ومصادر التمويل</p> <p>2.12.4 المنتجات المالية لتمويل الأعمال</p>	<p>11.4 والتخطيط المالي</p> <p>1.11.4 تعريف التخطيط المالي</p> <p>2.11.4 الإجراءات التي يجب اتخاذها في التخطيط المالي</p> <p>3.11.4 إنشاء استراتيجية الأعمال</p> <p>4.11.4 جدول التدفق النقدي Cash Flow</p> <p>5.11.4 الجدول الحالي</p>	<p>10.4 الإدارة المالية</p> <p>1.10.4 القرارات المالية للشركة</p> <p>2.10.4 قسم المالية</p> <p>3.10.4 الفوائض النقدية</p> <p>4.10.4 المخاطر المرتبطة بالإدارة المالية</p> <p>5.10.4 إدارة مخاطر الإدارة المالية</p>	<p>9.4 أنظمة التحكم المؤسسي</p> <p>1.9.4 تحليل القوائم المالية</p> <p>2.9.4 الميزانية العمومية للشركة</p> <p>3.9.4 حساب الربح والخسارة</p> <p>4.9.4 بيان التدفقات النقدية</p> <p>5.9.4 التحليل النسبي</p>
<p>16.4 التحليل المالي والتخطيط</p> <p>1.16.4 تحليل الميزانية العمومية</p> <p>2.16.4 تحليل قائمة الدخل</p> <p>3.16.4 التحليل الربحي</p>	<p>15.4 أسواق المال ورأس المال</p> <p>1.15.4 سوق المال</p> <p>2.15.4 سوق الدخل الثابت</p> <p>3.15.4 سوق الدخل المتغير</p> <p>4.15.4 سوق الصرف الأجنبي</p> <p>5.15.4 سوق المشتقات</p>	<p>14.4 التمويل الاستراتيجي</p> <p>1.14.4 التمويل الذاتي</p> <p>2.14.4 زيادة الأموال الخاصة</p> <p>3.14.4 الموارد الهجينة</p> <p>4.14.4 التمويل عن طريق الوسطاء</p>	<p>13.4 سياق الاقتصاد الكلي</p> <p>1.13.4 سياق الاقتصاد الكلي</p> <p>2.13.4 المؤشرات الاقتصادية ذات الصلة</p> <p>3.13.4 آليات السيطرة على أحجام الاقتصاد الكلي</p> <p>4.13.4 الدورات الاقتصادية</p>
<p>17.4 تحليل وحل الحالات/ المشاكل</p> <p>1.17.4 المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج S.A. (INDITEX)</p>			

<p>4.5 هيكـل وأنواع التزويد</p> <p>1.4.5 وظيفة التزويد</p> <p>2.4.5 إدارة التزويد</p> <p>3.4.5 أنواع المشتريات</p> <p>4.4.5 كفاءة إدارة المشتريات للشركة</p> <p>5.4.5 خطوات عملية اتخاذ قرار الشراء</p>	<p>3.5 هيكـل الإنتاج وأنواعه (Make to Order, Make to Stock, Assemble to Order, Engineer to Order إلى آخره)</p> <p>1.3.5 نظام الإنتاج</p> <p>2.3.5 استراتيجية الإنتاج</p> <p>3.3.5 نظام إدارة المخزون</p> <p>4.3.5 مؤشرات الإنتاج</p>	<p>2.5 التنظيم الصناعي واللوجستي</p> <p>1.2.5 قسم التنظيم الصناعي</p> <p>2.2.5 قسم الخدمات اللوجستية</p>	<p>1.5 التوجيه وإدارة العمليات</p> <p>1.1.5 دور العمليات</p> <p>2.1.5 تأثير العمليات على إدارة الأعمال</p> <p>3.1.5 مقدمة في استراتيجية العمليات</p> <p>4.1.5 إدارة العمليات</p>
<p>8.5 أنماط سلسلة التزويد</p> <p>1.8.5 سلسلة التزويد</p> <p>2.8.5 فوائد إدارة سلسلة التزويد</p> <p>3.8.5 إدارة الخدمات اللوجستية في سلسلة التزويد</p>	<p>7.5 إدارة المشتريات الإستراتيجية</p> <p>1.7.5 استراتيجية العمل</p> <p>2.7.5 التخطيط الاستراتيجي</p> <p>3.7.5 استراتيجية الشراء</p>	<p>6.5 السيطرة على عمليات المستودعات</p> <p>1.6.5 مراقبة المخزون</p> <p>2.6.5 نظام الموقع</p> <p>3.6.5 تقنيات إدارة المخزون</p> <p>4.6.5 نظام التخزين</p>	<p>5.5 السيطرة الاقتصادية على المشتريات</p> <p>1.5.5 التأثير الاقتصادي للمشتريات</p> <p>2.5.5 مركز تقييم الكلفة</p> <p>3.5.5 الميزانية</p> <p>4.5.5 الميزانية مقابل الإتفاق الفعلي</p> <p>5.5.5 أدوات مراقبة الميزانية</p>
<p>12.5 ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية: مؤشر الأداء</p> <p>1.12.5 سلسلة لوجستية</p> <p>2.12.5 ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية.</p> <p>3.12.5 مؤشرات ربحية وكفاءة سلاسل الخدمات اللوجستية</p>	<p>11.5 التكاليف اللوجستية</p> <p>1.11.5 التكاليف اللوجستية</p> <p>2.11.5 مشاكل التكاليف اللوجستية</p> <p>3.11.5 تحسين التكاليف اللوجستية</p>	<p>10.5 تفاعلات أنماط سلسلة التزويد مع جميع المجالات</p> <p>1.10.5 تفاعل سلسلة التزويد</p> <p>2.10.5 تفاعل سلسلة التزويد. تكامل اجزاء</p> <p>3.10.5 قضايا تكامل سلسلة التزويد</p> <p>4.10.5 سلسلة التزويد 4.0</p>	<p>9.5 Supply Chain management</p> <p>1.9.5 مفهوم إدارة سلسلة التزويد</p> <p>2.9.5 تكاليف وكفاءة سلسلة العمليات</p> <p>3.9.5 أنماط الطلب</p> <p>4.9.5 استراتيجية العمليات والتغيير</p>
<p>16.5 الخدمات اللوجستية الدولية</p> <p>1.16.5 عمليات التصدير والاستيراد</p> <p>2.16.5 جمارك</p> <p>3.16.5 نماذج ووسائل الدفع الدولي</p> <p>4.16.5 المنصات اللوجستية الدولية</p>	<p>15.5 اللوجستية والعملاء</p> <p>1.15.5 تحليل الطلب</p> <p>2.15.5 توقعات الطلب والمبيعات</p> <p>3.15.5 تخطيط المبيعات والعمليات</p> <p>4.15.5 التخطيط التشاركي والتنبؤ والتجديد التعاوني</p>	<p>14.5 لوجستيات التوزيع والنقل</p> <p>1.14.5 التوزيع في سلسلة التزويد</p> <p>2.14.5 النقل والخدمات اللوجستية</p> <p>3.14.5 نظم المعلومات الجغرافية كدعم للخدمات اللوجستية</p>	<p>13.5 إدارة العمليات</p> <p>1.13.5 إدارة العمليات</p> <p>2.13.5 النهج القائم على العملية: خريطة العمليات</p> <p>3.13.5 تحسينات في إدارة العمليات</p>
<p>19.5 إدارة الجودة</p> <p>1.19.5 العمل الداخلي والعمل الخارجي</p> <p>2.19.5 تكاليف الجودة</p> <p>3.19.5 التحسين المستمر وفلسفة Deming</p>	<p>18.5 القدرة التنافسية في العمليات</p> <p>1.18.5 إدارة العمليات</p> <p>2.18.5 القدرة التنافسية التشغيلية</p> <p>3.18.5 استراتيجية العمليات والمزايا التنافسية</p>	<p>17.5 Outsourcing العمليات</p> <p>1.17.5 إدارة العمليات والاستعانة بمصادر خارجية Outsourcing</p> <p>2.17.5 تنفيذ الاستعانة بمصادر خارجية في البيئات اللوجستية</p>	

الوحدة 6. إدارة نظم المعلومات

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

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

الوحدة 8. أبحاث التسويق والإعلان والإدارة التجارية

<p><b>4.8. تجزئة الأسواق</b></p> <p>1.4.8 مفهوم تجزئة الأسواق</p> <p>2.4.8 فائدة ومتطلبات التجزئة</p> <p>3.4.8 تجزئة الأسواق الاستهلاكية</p> <p>4.4.8 تجزئة الأسواق الصناعية</p> <p>5.4.8 استراتيجية التجزئة</p> <p>6.4.8 التجزئة على أساس معايير marketing-mix</p> <p>7.4.8 منهجية تجزئة السوق</p>	<p><b>3.8 طرق وتقنيات البحث النوعي</b></p> <p>1.3.8 أنواع البحث النوعي</p> <p>2.3.8 تقنيات البحث النوعي</p>	<p><b>2.8 طرق وتقنيات البحث الكمي</b></p> <p>1.2.8 حجم العينة</p> <p>2.2.8 عينات</p> <p>3.2.8 أنواع التقنيات الكمية</p>	<p><b>1.8 أبحاث التسويق</b></p> <p>1.1.8 أبحاث التسويق: الأصل التاريخي</p> <p>2.1.8 تحليل وتطور الإطار المفاهيمي لبحوث التسويق</p> <p>3.1.8 العناصر الأساسية والمساهمة القيمة لأبحاث التسويق</p>
<p><b>8.8 الدعاية</b></p> <p>1.8.8 الخلفية التاريخية للدعاية</p> <p>2.8.8 الإطار المفاهيمي للدعاية. المبادئ ومفهوم الإحاطة وتحديد المواقع</p> <p>3.8.8 وكالات الدعاية، وكالات الإعلام ومحترفي الدعاية</p> <p>4.8.8 أهمية الدعاية في الأعمال التجارية</p> <p>5.8.8 اتجاهات وتحديات الدعاية</p>	<p><b>7.8 دراسات جدوى</b></p> <p>1.7.8 المفهوم والمنفعة</p> <p>2.7.8 الخطوط العريضة لدراسة الجدوى</p> <p>3.7.8 تطوير دراسة الجدوى</p>	<p><b>6.8 أبحاث الاسواق الدولية</b></p> <p>1.6.8 أبحاث الاسواق الدولية</p> <p>2.6.8 عملية بحوث الأسواق الدولية</p> <p>3.6.8 أهمية المصادر الثانوية في أبحاث السوق الدولية</p>	<p><b>5.8 إدارة المشاريع البحثية</b></p> <p>1.5.8 بحوث الأسواق كعملية</p> <p>2.5.8 مراحل التخطيط في أبحاث الأسواق</p> <p>3.5.8 مراحل التنفيذ في أبحاث الأسواق</p> <p>4.5.8 إدارة مشروع بحثي</p>
<p><b>12.8 أساسيات الإدارة التجارية</b></p> <p>1.12.8 دور الدائرة التجارية</p> <p>2.12.8 أنظمة تحليل الوضع التنافسي التجاري للشركة/السوق</p> <p>3.12.8 أنظمة التخطيط التجاري للشركة</p> <p>4.12.8 الاستراتيجيات التنافسية الرئيسية</p>	<p><b>11.8 التخطيط الإعلامي</b></p> <p>1.11.8 نشأة وتطور التخطيط الإعلامي</p> <p>2.11.8 وسائل الإتصال</p> <p>3.11.8 خطة إعلامية</p>	<p><b>10.8 استراتيجيات الترويج والتسويق Merchandising</b></p> <p>1.10.8 الاتصالات التسويقية المتكاملة</p> <p>2.10.8 خطة الاتصال الإعلاني</p> <p>3.10.8 التجارة Merchandising كأسلوب اتصال</p>	<p><b>9.8 تطوير خطة التسويق</b></p> <p>1.9.8 مفهوم خطة التسويق</p> <p>2.9.8 تحليل وتشخيص الموقف</p> <p>3.9.8 قرارات التسويق الاستراتيجي</p> <p>4.9.8 قرارات عمليات التسويق</p>

### 13.8 .المفاوضات التجارية

- 1.13.8 .المفاوضات التجارية
- 2.13.8 .القضايا النفسية للتفاوض
- 3.13.8 .طرق التفاوض الرئيسية
- 4.13.8 .عملية التفاوض

### 14.8 .اتخاذ القرار في الإدارة التجارية

- 1.14.8 .الإستراتيجية التجارية والإستراتيجية التنافسية
- 2.14.8 .نماذج صنع القرار
- 3.14.8 .التحليلات وأدوات صنع القرار
- 4.14.8 .سلوك الإنسان في اتخاذ القرار

### 15.8 .توجيه وإدارة شبكة المبيعات

- 1.15.8 .Sales Management .إدارة المبيعات
- 2.15.8 .الشبكات في خدمة النشاط التجاري
- 3.15.8 .سياسات اختيار وتدريب مندوبي المبيعات
- 4.15.8 .أنظمة المكافآت للشبكات التجارية الخاصة والخارجية
- 5.15.8 .إدارة العملية التجارية. التحكم والمساعدة في عمل مندوبي المبيعات بناءً على المعلومات

### 16.8 .تنفيذ الوظيفة التجارية

- 1.16.8 .توظيف مندوبي المبيعات ووكلاء المبيعات الخاصة
- 2.16.8 .مراقبة النشاط التجاري
- 3.16.8 .الميثاق الأخلاقي للموظفين التجاريين
- 4.16.8 .الامتثال المعياري
- 5.16.8 .معايير السلوك التجاري المقبولة عمومًا

### 17.8 .إدارة الحسابات الرئيسية

- 1.17.8 .مفهوم إدارة الحسابات الرئيسية
- 2.17.8 .المبيعات وإدارة الحسابات الرئيسية Key Account Manager
- 3.17.8 .إستراتيجية إدارة الحسابات الرئيسية

### 18.8 .إدارة المالية والميزانية

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

الوحدة 9. الابتكار وإدارة المشاريع

1.9. الابتكار

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

2.9. استراتيجية الابتكار

- 1.2.9. الذكاء الاستراتيجي والابتكار
- 2.2.9. استراتيجية الابتكار

3.9. Project Management من أجل Startups

- 1.3.9. مفهوم startup
- 2.3.9. فلسفة Lean Startup
- 3.3.9. مراحل تطوير startup
- 4.3.9. دور مدير المشروع في startup

4.9. التصميم والتحقق من صحة نموذج الأعمال

- 1.4.9. الإطار المفاهيمي لنموذج الأعمال
- 2.4.9. التصميم والتحقق من نموذج الأعمال

5.9. التوجيه وإدارة المشاريع

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

6.9. إدارة التغيير في المشاريع: إدارة التدريب

- 1.6.9. مفهوم إدارة التغيير
- 2.6.9. عملية إدارة التغيير
- 3.6.9. تنفيذ التغيير

7.9. إدارة اتصال المشاريع

- 1.7.9. إدارة اتصالات المشروع
- 2.7.9. المفاهيم الأساسية لإدارة الاتصالات
- 3.7.9. الاتجاهات الناشئة
- 4.7.9. التكيف مع الفريق
- 5.7.9. تخطيط إدارة الاتصالات
- 6.7.9. إدارة الاتصالات
- 7.7.9. مراقبة الاتصالات

8.9. منهجيات تقليدية ومبتكرة

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

9.9. إنشاء شركة ناشئة startup

- 1.3.9. إنشاء شركة ناشئة startup
- 2.3.9. منظمة وثقافة
- 3.3.9. الأسباب العشرة الأولى لفشل الشركات الناشئة startups
- 4.3.9. الجوانب القانونية

10.9. تخطيط إدارة المخاطر في المشاريع

- 1.10.9. مخاطر الخطة
- 2.10.9. عناصر إنشاء خطة إدارة المخاطر
- 3.10.9. أدوات إنشاء خطة إدارة المخاطر
- 4.10.9. محتوى خطة إدارة المخاطر



<p>4.10. خطاب وتشكيل متحدثين رسميين 1.4.10. التواصل بين الأشخاص 2.4.10. مهارات الاتصال والتأثير 3.4.10. حواجز التواصل</p>	<p>3.10. إدارة العمليات 1.3.10. أهمية الإدارة 2.3.10. سلسلة القيمة 3.3.10. إدارة الجودة</p>	<p>2.10. المدير ووظائفه، الثقافة التنظيمية وأساليبها 1.2.10. المدير ووظائفه، الثقافة التنظيمية ومقارباتها</p>	<p>1.10. General Management 1.1.10. مفهوم General Management 2.1.10. عمل Manager General 3.1.10. المدير العام ومهامه 4.1.10. تحويل عمل الإدارة</p>
<p>8.10. الذكاء العاطفي 1.8.10. الذكاء العاطفي والتواصل 2.8.10. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال 3.8.10. الثقة بالنفس والتواصل العاطفي</p>	<p>7.10. إعداد خطة للأزمات 1.7.10. تحليل المشاكل المحتملة 2.7.10. المخطط 3.7.10. تكيف الموظفين</p>	<p>6.10. التواصل في حالات الأزمات 1.6.10. أزمات 2.6.10. مراحل الأزمات 3.6.10. الرسائل: المحتويات واللحظات</p>	<p>5.10. أدوات الاتصالات الشخصية والتنظيمية 1.5.10. التواصل بين الأشخاص 2.5.10. أدوات التواصل بين الأشخاص 3.5.10. التواصل في المنظمات 4.5.10. الأدوات في المنظمة</p>
		<p>10.10. القيادة وإدارة الفرق 1.10.10. القيادة وأساليب القيادة 2.10.10. قدرات القائد والتحديات 3.10.10. إدارة عملية التغيير 4.10.10. إدارة فرق متعددة الثقافات</p>	<p>9.10. خلق العلامة التجارية الشخصية 1.9.10. استراتيجيات تطوير العلامات التجارية الشخصية 2.9.10. قوانين العلامات التجارية الشخصية 3.9.10. أدوات لبناء العلامات التجارية الشخصية</p>

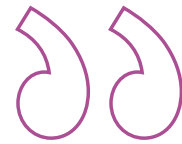
# المنهجية

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 مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

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

في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً 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.

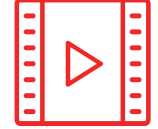
استناداً إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضاً أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئاً هو ضرورياً لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الذاكرة، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

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 وملموشًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

### المحاضرات الرئيسية



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

### التدريب العملي على المهارات الإدارية

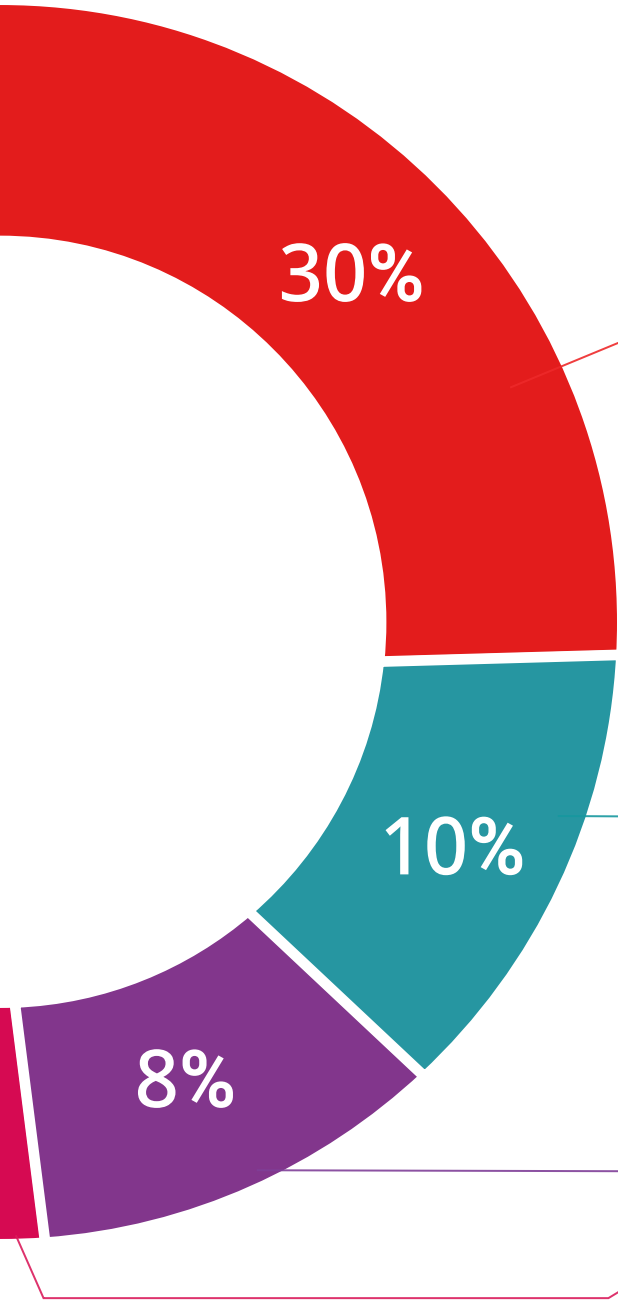


سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم في إطار العولمة التي نعيشها.

### قراءات تكميلية



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







#### دراسات الحالة (Case studies)

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



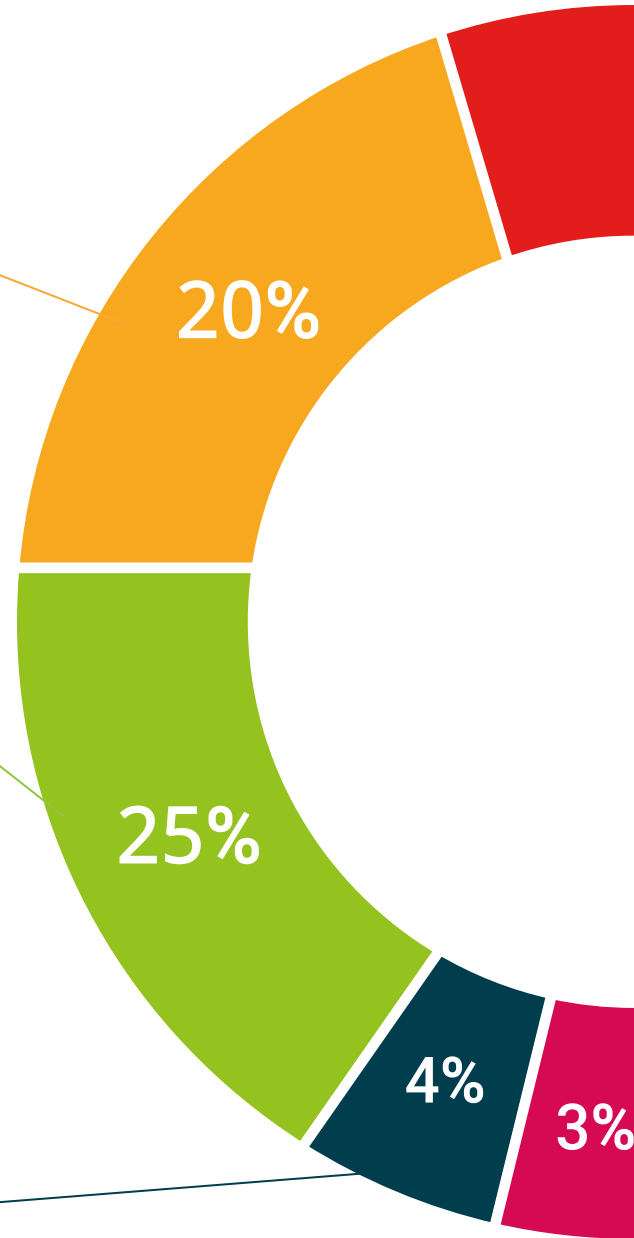
#### ملخصات تفاعلية

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



#### الاختبار وإعادة الاختبار

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



# الملف الشخصي لطلابنا

يستهدف ماجستير (CEO) Executive MBA، الرئيس التنفيذي) خريجي الجامعات وحملة الدبلوم والحاصلين على الشهادات الجامعية الذين أكملوا سابقاً أيّاً من المؤهلات العلمية التالية في مجال العلوم الإدارية والاقتصادية. يشكل تنوع المشاركين الذين لديهم ملامح أكاديمية مختلفة ومن جنسيات متعددة النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج. يمكن للمهنيين الذين هم من خريجي الجامعات في أي مجال ولديهم عامين من الخبرة العملية في مجال المدير التنفيذي، الحصول على البرنامج أيضاً.



إذا كانت لديك خبرة كمدير تنفيذي وتتطلع إلى  
تحسين حياتك المهنية، فهذا هو برنامجك"

### التدريب في مجال

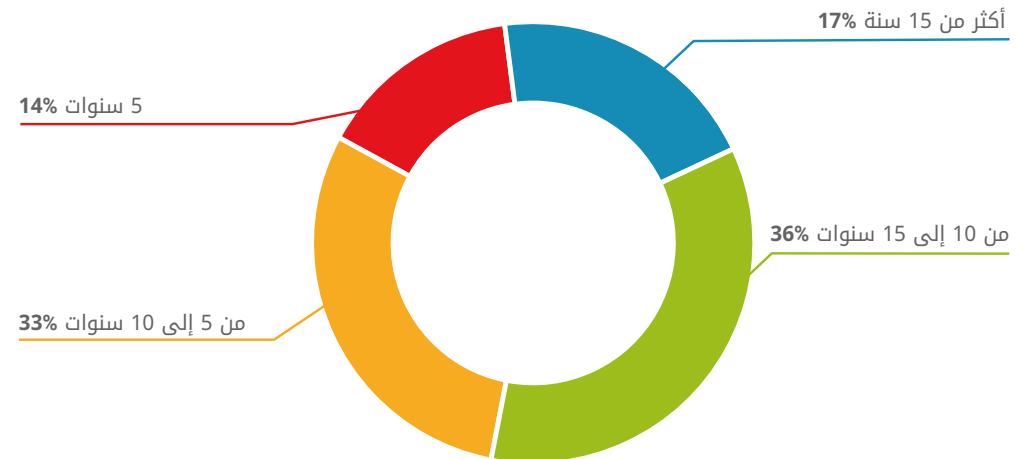
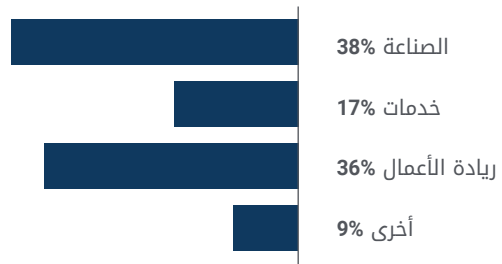
### متوسط العمر



بين 35 و 45 سنة

### عدد سنوات الخبرة

### المؤهل الأكاديمي



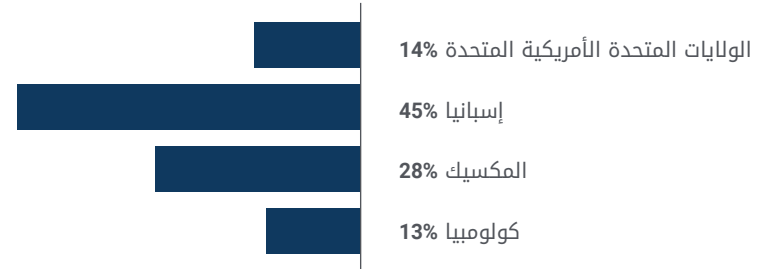


## Ignacio Fernandez

CEO

لقد كانت تجربتي في ماجستير MBA Executive تحويلية. قبل الالتحاق بالبرنامج، كنت أشغل منصبًا قياديًا في شركتي، لكنني شعرت أنني أفتقد شيئاً ما للارتقاء برؤيتي إلى المستوى التالي. لقد وسع البرنامج فهمي في المجالات الحيوية للأعمال، مثل الإستراتيجية والتمويل والقيادة. بالإضافة إلى ذلك، كان الوصول إلى الموارد الحصرية لا يقدر بثمن. اليوم، كرئيس تنفيذي CEO، أستطيع أن أؤكد أن ماجستير MBA أوصي بهذا البرنامج لأي شخص يطمح إلى تحقيق نمو مهني كبير.

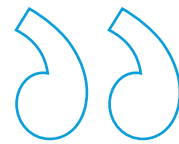
### التوزيع الجغرافي



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتكون فريق التدريس لهذا الماجستير في Executive MBA (CEO)، الرئيس التنفيذي) من المحترفين المؤهلين تأهيلاً عالياً وذوي الخبرة في مختلف مجالات الأعمال. لا يتمتع أعضاء هيئة التدريس هذه بخلفية أكاديمية قوية فحسب، بل يتمتعون أيضاً بخبرة عملية واسعة النطاق في عالم الأعمال، وغالباً ما تأتي من الأدوار التنفيذية أو الاستشارات التجارية. علاوة على ذلك، لا يعتمد منهجها على النظرية فقط، بل على التطبيق العملي لمفاهيم الأعمال، مما يوفر للطلاب تدريباً كاملاً ينطبق بشكل مباشر على بيئة الأعمال الحالية.

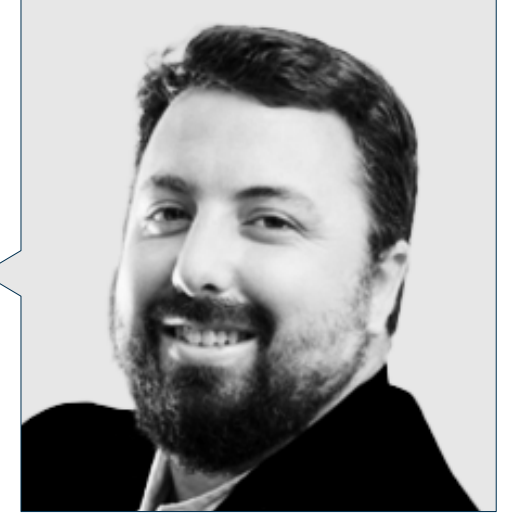
اعتمد على فريق تدريسي يتمتع بخبرة في إدارة الأعمال العليا، مع موضوعات مخصصة لاستراتيجيات الأعمال والاتجاهات العالمية والابتكار والقيادة الفعالة"



## هيكل الإدارة

### أ. Ledesma Carrillo, Carlos Atxoña

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





## الأساتذة

### أ. González Peña , Alexis José

- ♦ مدير المجال المالي في CajaSiete Caja Rural
- ♦ مدقق داخلي أول في Bankia
- ♦ مدقق داخلي أول في Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ♦ خبرة كبيرة في مجال التدقيق في شركة Deloitte
- ♦ شهادة المحاضرة الجامعية في إدارة وتوجيه أعمال الشركات من جامعة de LasPalmas de Gran Canaria
- ♦ الماجستير في الضرائب والنصائح المالية من مركز الدراسات المالية
- ♦ ماجستير تنفيذي في الإدارة المالية والتمويل المتقدم من المعهد العالي للتقنيات والممارسات المصرفية
- ♦ خبير في التخطيط المالي والرقابة الإدارية في البنوك من قبل محللين ماليين دوليين
- ♦ خبير في التطوير الإداري في إدارة المحافظ من قبل المحللين الماليين والدوليين



# مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

نحن ندرك أن دراسة برنامج مثل هذا يستلزم استثمارًا اقتصاديًا ومهنيًا وشخصيًا كبيرًا بالطبع.

يجب أن يكون الهدف النهائي لهذا الجهد العظيم هو تحقيق النمو المهني.



إحداث تغيير إيجابي في حياتك المهنية، هذا هو التحدي الذي نواجهه. نحن نشارك بشكل كامل لمساعدتك في تحقيق ذلك"



## هل أنت مستعد لأخذ قفزة للأمام في حياتك المهنية؟ التطوير المهني الممتاز في انتظارك

لا تفوت هذه الفرصة الفريدة  
وسجل الآن في ماجستير  
Executive MBA (CEO)، الرئيس  
التنفيذي) وعزز حياتك المهنية.

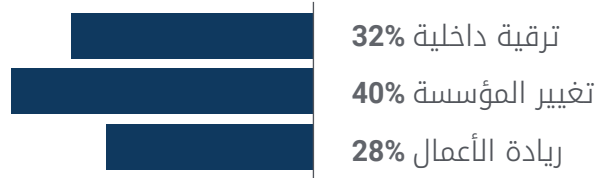
Executive MBA (CEO)، الرئيس التنفيذي) من TECH هو برنامج مكثف يؤهلك لمواجهة تحديات الأعمال وقرارات العمل على مستوى الرئيس التنفيذي. الهدف الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني. نساعدك على تحقيق النجاح. إذا كنت ترغب في تحسين نفسك، وإجراء تغيير إيجابي على المستوى المهني، والتواصل مع الأفضل فهذا هو المكان المناسب لك.

سيكون لديك تحت تصرفك  
مكتبة واسعة تحتوي على  
موارد الوسائط المتعددة الأكثر  
ابتكارًا! في TECH ستجد كل ما  
تبحث عنه لتتفوق على نفسك.

### وقت التغيير



### نوع التغيير



## زيادة الرواتب

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 26,24%



# المزايا لشركتك

يساهم هذا البرنامج في رفع مواهب المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تعليمات القادة رفيعي المستوى. بالإضافة إلى ذلك، تعد المشاركة في خيار الجامعة هذا فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات التواصل للعثور على شركاء أو عملاء أو موردين محترفين في المستقبل.



في العصر الرقمي، يجب على المديرين دمج العمليات والاستراتيجيات الجديدة التي تحدث تغييرات كبيرة وتطور تنظيمي. لا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال التدريب والتحديث الجامعي"

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

### رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

01

### الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

02

### وكلاء البناء للتغيير

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

03

### زيادة إمكانيات التوسع الدولي

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

04



### تطوير مشاريع شخصية

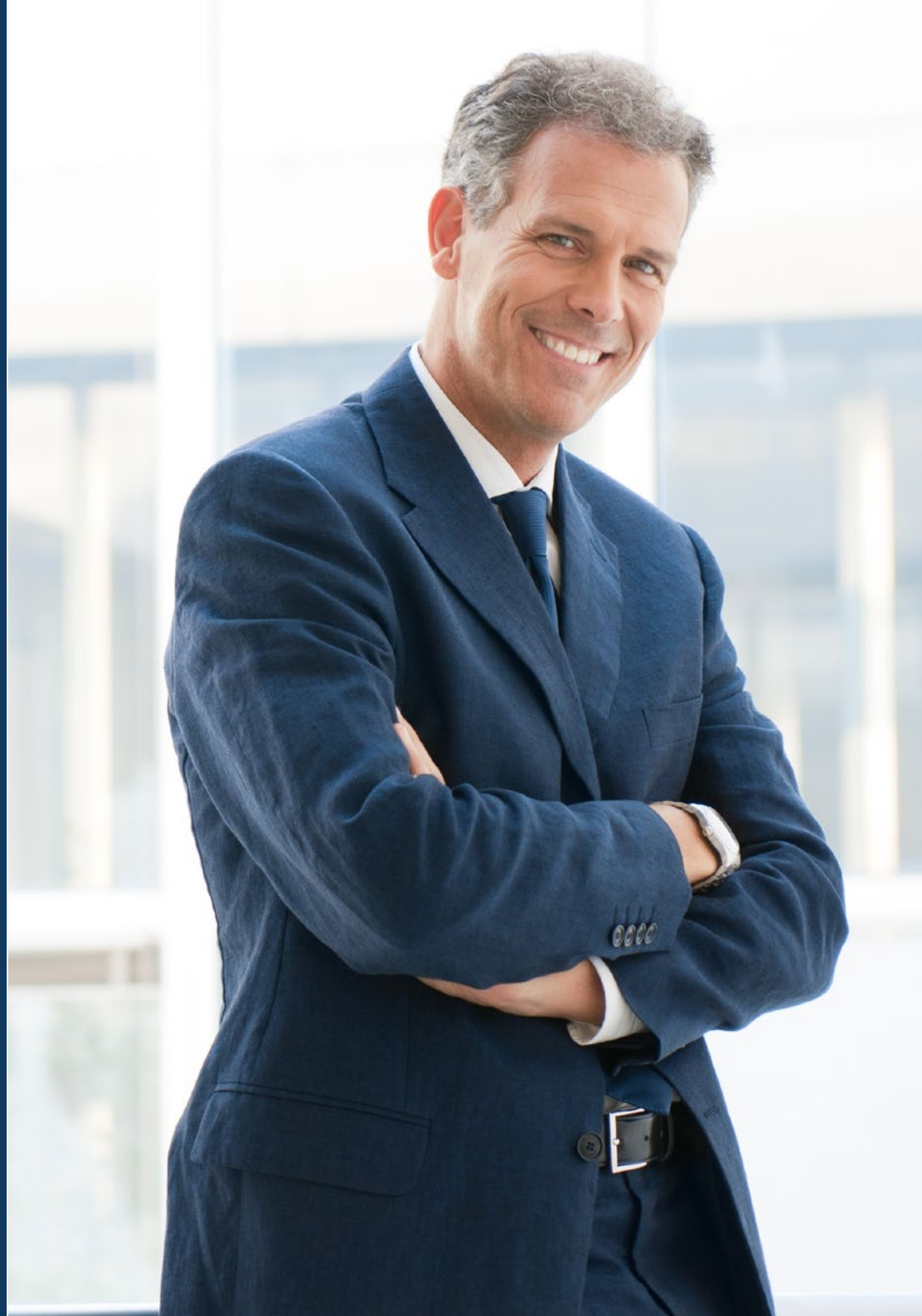
يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

### تعزيز القدرة التنافسية

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

06



# المؤهل العلمي

يضمن Executive MBA (CEO)، الرئيس التنفيذي) التدريب الأكثر دقة وحدائثة بالإضافة إلى الحصول على مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على مؤهل علمي  
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 الماجستير التنفيذي وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: **الماجستير التنفيذي في (CEO، الرئيس التنفيذي) Executive MBA**

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 1500 ساعة

يحتوي هذا الماجستير التنفيذي في (CEO، الرئيس التنفيذي) **Executive MBA** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحداثة في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل **الماجستير التنفيذي** ذا الصلة الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

ماجستير خاص في (CEO، الرئيس التنفيذي) Executive MBA

التوزيع العام للخطة الدراسية			التوزيع العام للخطة الدراسية		
الدرجة	عدد الساعات	المادة	عدد الساعات	نوع المادة	
إجازي	150	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	1500	إجازي (OB)	
إجازي	150	تقويم الأعمال والقيادة الاستراتيجية	0	إختياري (OP)	
إجازي	150	إدارة الموارد البشرية والمالية	0	الممارسات الخارجية (PR)	
إجازي	150	إدارة العمليات والمبيعات	0	مشروع تخرج الماجستير (TFM)	
إجازي	150	إدارة نظم المعلومات		الإجمالي	1500
إجازي	150	إدارة المبيعات والتسويق الاستراتيجي والتعلقات المؤسسية			
إجازي	150	البنك والسوق والتمويل والإدارة التجارية			
إجازي	150	البنك وإدارة المشاريع			
إجازي	150	مدير إدارة			

**tech** الجامعة التكنولوجية

*Tere Guevara*  
أ.د. / 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  
**Executive MBA (CEO، الرئيس التنفيذي)**  
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. / د. Tere Guevara Navarro  
رئيس الجامعة

\*تحديق لاهاي أوستيل. في حالة قيام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الورقية وتصديق لاهاي أوستيل، ستتخذ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.



ماجستير خاص  
Executive MBA  
(CEO، الرئيس التنفيذي)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

ماجستير خاص  
Executive MBA  
(CEO، الرئيس التنفيذي)