

ماجستير خاص MBA إدارة الأعمال الدولية



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير خاص MBA إدارة الأعمال الدولية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« موجه إلى: الخريجين الجامعيين والمهنيين من ذوي الخبرة الممكن إثباتها في الإدارة Management

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/school-of-business/executive-master-degree/master-international-mba

الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	المنهجية	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	صفحة 40		صفحة 24		صفحة 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	الملف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 70		صفحة 52		صفحة 48		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 78		صفحة 74				

كلمة الترحيب

أدت العولمة إلى خلق أسواق مختلفة وشديدة التنافسية. تحتاج الشركات إلى التكيف مع البيئة الجديدة والتوجه نحو العالمية، وتأسيس نفسها في الأسواق الخارجية، بهدف توسيع نطاق أعمالها. هذا يتطلب تطوير مهارات توجيه الأعمال الصحيحة. من خلال هذا البرنامج ستتاح لك الفرصة لتتعلم كيفية إدارة الأعمال التجارية بنجاح وإتقان التغييرات في المجال المالي والاستراتيجي لتحويل الشركات.



تعمل الشركات الدولية في بيئات شديدة التنافسية، لذلك يجب أن يكون المهنيون مؤهلين بشكل مناسب لتوجيهها"



لماذا تدرس في TECH؟

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



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



في TECH الجامعة التكنولوجية

الابتكار



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

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

أعلى المعايير



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

95% من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

إقامة شبكة جيدة من العلاقات



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

+200

جنسية مختلفة

+100.000

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

التمكين



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

+500 اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات

الموهبة



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

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

سياق متعدد الثقافات



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

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

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

التحليلات

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



التميز الأكاديمي

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



الإقتصاد الكلي

تعد جامعة TECH أكبر جامعة أونلاين في العالم، 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 الشراكات أو العملاء أو الموردين.

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

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

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

الأهداف

تم تصميم هذا البرنامج لتقوية المهارات الإدارية والقيادية للطلاب، بالإضافة إلى تطوير مهارات وقدرات جديدة ستكون ضرورية في تطورهم المهني. بعد البرنامج، سيتمكن من اتخاذ قرارات ذات طبيعة عالمية بمنظور مبتكر ورؤية دولية.

حقق أهدافك في العمل بفضل المعرفة المتقدمة التي
ستتمكن من اكتسابها من خلال هذا البرنامج"



تحتضن TECH أهداف طلابها نحن نعمل معاً لتحقيقها

MBA إدارة الأعمال الدولية ستدرب الطالب على:

تحديد العناصر الأساسية التي يتكون منها تمويل الشركات، وتحليل المتغيرات التي ينطوي عليها اتخاذ القرارات الاستثمارية، من أجل زيادة القيمة الاقتصادية للمؤسسة إلى أقصى حد ممكن.

01

شرح أهمية القوائم المالية للشركة، وتفسير سياسة توزيع الأرباح، وأنواع الديون، وأنواع التمويل الذاتي، وما إلى ذلك.

02

إنشاء علاقات تعكس وضعك مع حوكمة الشركات والتمويل الدولي للشركات

03



تحديد عناصر الاستراتيجية باعتبارها الأساس الرئيسي
للتوجه الاستراتيجي الدولي

04

تحليل السلوك الاستراتيجي للمنظمة على مستويات مختلفة

05

وصف منطق عملية التوجيه الاستراتيجي ومعنى كل مرحلة من مراحلها

06





تحديد العلاقات الأساسية للشركة مع بيئتها

07

تحليل تأثير المساهمين أو مجموعات المصالح على الشركة

08

تنمية القدرة على اكتشاف المشكلات وتحليلها وحلها

09

تحديد مسارات النمو المختلفة التي يمكن أن تختارها الشركات

10

وصف الخصائص والمشاكل والآثار البشرية والاقتصادية والسياسية والقانونية والتنظيمية للطرائق المختلفة للتنمية الاستراتيجية

11

معرفة جميع الأدوات المالية المستمدة لتغطية التقلبات المحتملة في أسعار السلع الأساسية.

12



05

الكفاءات

بعد اجتياز تقييمات MBA إدارة الأعمال الدولية، سيكتسب المهني المهارات اللازمة لجودة التطبيق العملي المحدث بناءً على المنهجية التعليمية الأكثر ابتكارًا.



اكتسب المهارات التي تحتاجها للنجاح في السوق
الدولية والتنافس مع الأفضل"



01

الإدارة بشكل استراتيجي في بيئات معولمة، وتحقيق النجاح على مستوى الأعمال

02

إدارة شركة دولية بنجاح ومواردها البشرية

03

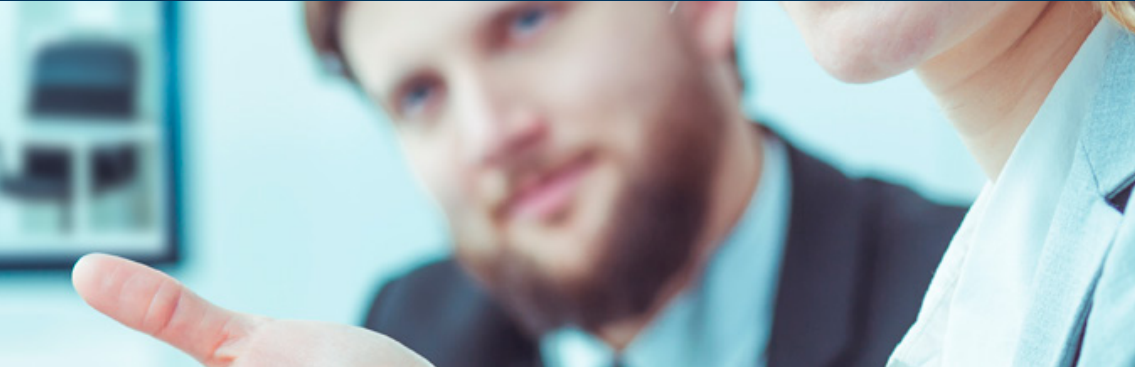
الرهان على الابتكار والإبداع لتصميم منتجات جديدة

04

التعرف بعمق على توزيع وتنظيم شركة متعددة الجنسيات

05

القيام باستثمارات دولية ذات قيمة كبيرة لتحقيق فوائد الشركة



تطوير التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية كجزء أساسي من الشركة

08

توجيه وقيادة جميع أقسام الشركة بشكل صحيح

06

إدارة جميع عمليات الشركة للتحكم في مستويات الجودة في القسم

09



التعرف بعمق على اللوائح الدولية التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند القيام بأعمال تجارية دولية

10

التعرف على الضرائب الدولية التي سيتم تطبيقها على الشركة، بسبب مشاركتها في الأسواق المعولمة

07

الهيكل والمحتوى

MBA إدارة الأعمال الدولية هو برنامج مصمم ليناسب الطالب الذي يتم تدريسه بتنسيق 100% عبر الإنترنت حتى يتمكنوا من اختيار الوقت والمكان المناسبين لتوافرهم وجدولهم الزمنية واهتماماتهم. برنامج يدرس على مدار 12 شهرًا ويهدف إلى أن يكون تجربة فريدة ومحفزة تضع الأسس لنجاحك كمدير أعمال دولي.



منهج شامل مصمم لتمكينك من التوجيه الذاتي لدراستك، واكتساب
المهارات الأكثر صلة بالنجاح في مجال الأعمال التجارية الدولية"



خطة الدراسة

يعد برنامج MBA إدارة الأعمال الدولية في TECH Global University برنامجاً مكثفاً يؤهلك لمواجهة القرارات في توجيه الأعمال. ويهدف محتواه إلى تشجيع تطوير الكفاءات الإدارية التي تسمح باتخاذ قرارات أكثر دقة في بيئات غير مؤكدة.

خلال 2700 ساعة من الدراسة، ستحلل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي، مما سيتيح لك الحصول على تعلم عميق سيكون مفيداً جداً لممارستك اليومية. بالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

يتعامل هذا البرنامج بعمق مع مجالات مختلفة من الشركة وهو مصمم للمديرين لفهم إدارة المشاريع الدولية من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر.

خطة مصممة لك، تركز على تحسين مستواك المهني وتؤهلك لتحقيق التميز في مجال التوجيه وإدارة الأعمال. برنامج يتفهم احتياجاتك واحتياجات شركتك من خلال محتوى مبتكر يعتمد على أحدث، الاتجاهات ومدعوم بأفضل منهجية تعليمية وهيئة تدريس استثنائية، والتي ستزودك بالمهارات اللازمة لحل المواقف الحرجة بإبداع وكفاءة.

تم تطوير هذا البرنامج على مدى 12 شهر وينقسم إلى 16 وحدة:

مهارات الإدارة	الوحدة 1
التنظيم والأفراد والثقافة التنظيمية	الوحدة 2
الشؤون المالية للشركة 1	الوحدة 3
الشؤون المالية للشركة 2	الوحدة 4
الشؤون المالية الدولية	الوحدة 5
الإدارة الدولية للأفراد وإدارة التنوع	الوحدة 6
إدارة العمليات الدولية	الوحدة 7
التسويق والمبيعات الدولية	الوحدة 8
التسويق الدولي	الوحدة 9
الضرائب الدولية	الوحدة 10
تخطيط المشاريع	الوحدة 11
Bussiness & Internacional Strategy	الوحدة 12
القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	الوحدة 13
قيادة الأفراد وإدارة المواهب	الوحدة 14
الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي	الوحدة 15
Management الإداري	الوحدة 16

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية إجراء MBA إدارة الأعمال الدولية عبر الإنترنت بالكامل. 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. مهارات الإدارة

<p>1.1 الخطابة وتشكيل متحدثين رسميين</p> <p>1.1.1 التواصل بين الأشخاص</p> <p>2.1.1 مهارات التواصل والتأثير</p> <p>3.1.1 حواجز التواصل</p>	<p>2.1 التواصل والقيادة</p> <p>1.2.1 القيادة وأساليب القيادة</p> <p>2.2.1 تحفيز</p> <p>3.2.1 مهارات وقدرات القائد 0.2</p>	<p>3.1 خلق العلامة التجارية الشخصية</p> <p>1.3.1 استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية</p> <p>2.3.1 قوانين خلق العلامات التجارية الشخصية</p> <p>3.3.1 أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية</p>	<p>4.1 إدارة الفرق</p> <p>1.4.1 فرق العمل وإدارة الاجتماعات</p> <p>2.4.1 إدارة مراحل التغيير</p> <p>3.4.1 إدارة فرق متعددة الثقافات</p> <p>4.4.1 التدريب</p>
<p>5.1 التفاوض وحل النزاعات</p> <p>1.5.1 تقنيات التداول الفعال</p> <p>2.5.1 الصراعات الشخصية</p> <p>3.5.1 التفاوض بين الثقافات</p>	<p>6.1 الذكاء العاطفي</p> <p>1.6.1 الذكاء العاطفي والتواصل</p> <p>2.6.1 الحزم والتعاطف والاستماع الفعال</p> <p>3.6.1 تقدير الذات واللغة العاطفية</p>	<p>7.1 رأس المال العلائقي: العمل الجماعي Coworking</p> <p>1.7.1 إدارة الثروات البشرية</p> <p>2.7.1 تحليل الأداء</p> <p>3.7.1 إدارة المساواة والتنوع</p> <p>4.7.1 الابتكار في إدارة الأفراد</p>	<p>8.1 إدارة الوقت</p> <p>1.8.1 التخطيط والتنظيم والرقابة</p> <p>2.8.1 منهجية إدارة الوقت</p> <p>3.8.1 خطط العمل</p> <p>4.8.1 أدوات لإدارة الوقت بشكل فعال</p>
<p>9.1 نظرية الألعاب</p>			<p>10.1 إدارة التغيير الاستراتيجية</p>

الوحدة 2. التنظيم والأفراد والثقافة التنظيمية

<p>1.2 المنظمات والأنواع والجوانب الرئيسية</p> <p>1.1.2 تصنيف المنظمات حسب الحجم / النطاق ووظائف شركة كبيرة مقابل شركة متوسطة</p> <p>2.1.2 حالة خاصة: Start Up</p>	<p>2.2 وظيفة الموارد البشرية</p> <p>1.2.2 قسم في المؤسسة</p> <p>2.2.2 المحددات الرئيسية لوظيفة الموارد البشرية</p> <p>1.2.2.2 القانونية</p> <p>2.2.2.2 التنظيمية</p> <p>3.2.2.2 المهوية</p> <p>3.2.2 السمات الرئيسية</p>	<p>3.2 الأقسام الداخلية</p> <p>1.3.2 إدارة المهوية</p> <p>2.3.2 إدارة الأداء</p> <p>3.3.2 التدريب والتطوير</p> <p>4.3.2 ثقافة الشركة</p>	<p>4.2 أبعاد الإدارات</p> <p>1.4.2 سلسلة القيم</p> <p>2.4.2 فجوة تحليل الأشخاص . المناصب</p> <p>3.4.2 حجم العمل وأبعاده</p> <p>4.4.2 رافعات الكفاءة</p> <p>1.4.4.2 إعادة تعريف كتالوج الخدمة</p> <p>2.4.4.2 الدمج</p> <p>3.4.4.2 التشغيل التلقائي</p> <p>4.4.4.2 التعاقد الخارجي Outsourcing</p>
<p>5.2 إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها</p> <p>1.5.2 الإنتاجية</p> <p>2.5.2 رافعات للإنتاجية</p> <p>3.5.2 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها وجذبها</p>	<p>6.2 التعويض المادي مقابل غير المادي</p> <p>1.6.2 نماذج نطاقات الأجور</p> <p>2.6.2 نماذج التعويض غير النقدي</p> <p>1.2.6.2 نماذج العمل</p> <p>2.2.6.2 مجتمع الشركات</p> <p>3.2.6.2 صورة الشركة</p> <p>3.6.2 التعويض المادي مقابل غير المادي</p>	<p>7.2 ثقافة الشركة</p> <p>1.7.2 مواءمة الثقافة والأهداف الاستراتيجية</p> <p>2.7.2 هيكل مشروع موحد</p> <p>3.7.2 ثقافة الشركات وتنفيذها</p>	<p>8.2 إدارة التغيير</p> <p>1.8.2 عناصر التحليل في إدارة التغيير</p> <p>2.8.2 أهمية إدارة التغيير في المشاريع المعقدة</p> <p>3.8.2 هيكل مشروع موحد</p>
<p>9.2 التحول في البيئات المؤسسية المعقدة</p> <p>1.9.2 التحول</p> <p>2.9.2 هيكل مشروع موحد</p> <p>3.9.2 ميسرو التحول</p>			<p>10.2 التحويل مقابل إدارة التغيير</p> <p>1.10.2 الاختلافات الرئيسية في المشروع</p> <p>2.10.2 دور إدارة التغيير مقابل مدير التحول</p> <p>3.10.2 أدوات الإدارة</p>

الوحدة 3. الشؤون المالية للشركة 1

- 1.3 مقدمة في الشؤون المالية للشركة
- 1.1.3 البيئة المالية للشركة
- 1.1.1.3 الهدف المالي للشركة
- 2.1.1.3 الاحتياجات المالية للشركة
- 2.1.3 دور الإدارة المالية

- 2.3 إستثمارات في الشركة
- 1.2.3 تصنيف الاستثمار في الشركة
- 2.2.3 مراحل لتحليل الاستثمارات

- 3.3 تقييم الاستثمار
- 1.3.3 تقييم الاستثمار صافي القيمة الحالية معدل العائد الداخلي وفترة الاسترداد
- 1.1.3.3 معيار صافي القيمة السنوية
- 2.1.3.3 معيار معدل العائد الداخلي
- 3.1.3.3 قبول وترتيب المشاريع الاستثمارية وفقاً لمعايير صافي القيمة السنوية ومعدل العائد الداخلي
- 4.1.3.3 معيار فترة الاسترداد (استرداد)

- 4.3 تحليل المتغيرات التي تدخل في اتخاذ قرارات الاستثمار
- 1.4.3 معايير تحديد التدفقات النقدية
- 1.1.4.3 معايير بناء التدفقات النقدية
- 2.1.4.3 الهيكل العام لبناء التدفقات النقدية
- 3.1.4.3 تصنيف التدفق النقدي
- 4.1.4.3 القيمة المتبقية أو قيمة النفايات

- 5.3 مالية الشركة
- 1.5.3 مصادر التمويل
- 2.5.3 أنواع التكاليف في التمويل
- 1.2.5.3 تكلفة رأس المال الخاص
- 2.2.5.3 تكلفة الديون
- 3.2.5.3 متوسط التكلفة المرجحة لرأس المال في تقييم المشاريع الاستثمارية

- 6.3 هيكل رأس المال
- 1.6.3 رأس المال الأمثل والمساهمين والضرائب
- 1.1.6.3 هيكل رأس المال: النظريات والمفاهيم
- 2.1.6.3 زيادة قيمة الشركة إلى أقصى حد ممكن مقابل زيادة فوائد المساهمين
- 3.1.6.3 تأثير الضرائب على قرار هيكل رأس المال
- 4.1.6.3 حدود استخدام الديون

- 7.3 تقييم السندات
- 1.7.3 استراتيجيات الاستثمار في السندات
- 1.1.7.3 مفاهيم الاستثمار في السندات وتصنيفها واستراتيجياتها
- 2.1.7.3 سلوك أسعار الفائدة في السوق
- 3.1.7.3 النموذج الأساسي لتقييم السندات
- 4.1.7.3 مقاييس الأداء والعودة

- 8.3 تقييم الأسهم
- 1.8.3 سوق الأوراق المالية
- 2.8.3 تقييم الأسهم

9.3 استثمارات محفوفة بالمخاطر

- 1.9.3 تصنيف المخاطر
- 2.9.3 محفظة Markowitz المثلى للاستثمار
- 3.9.3 المخاطر والعائد نموذج تقييم الأصول المالية CAPM

الوحدة 4. الشؤون المالية للشركة 2

<p>4.4. البيانات المالية واستخدام الأسباب المالية</p> <p>1.4.4. أهمية البيانات المالية</p> <p>1.1.4.4. تقرير المساهمين</p> <p>2.1.4.4. استخدام الأسباب المالية</p> <p>1.2.1.4.4. أسباب السيولة</p> <p>2.2.1.4.4. أسباب النشاط</p> <p>3.2.1.4.4. أسباب المديونية</p> <p>4.2.1.4.4. أسباب الربحية</p> <p>5.2.1.4.4. أسباب السوق</p>	<p>3.4. أنواع الديون</p> <p>1.3.4. التمويل الداخلي</p> <p>1.1.3.4. على المدى القصير</p> <p>2.1.3.4. على المدى الطويل</p> <p>2.3.4. التمويل الخارجي</p> <p>1.2.3.4. على المدى القصير</p> <p>2.2.3.4. على المدى الطويل</p>	<p>2.4. سياسة توزيع الأرباح</p> <p>1.2.4. سياسة توزيع الأرباح</p>	<p>1.4. الرؤية الإستراتيجية لتمويل الشركات</p> <p>1.1.4. إستراتيجيات تمويل الشركات في عالم تسوده العولمة</p> <p>2.1.4. الرفاعة التشغيلية ورافعة التشغيل</p> <p>1.2.1.4. الرفاعة التشغيلية</p> <p>2.2.1.4. الرفاعة المالية</p>
<p>8.4. تمويل الشركات الدولية</p> <p>1.8.4. أسواق المال</p> <p>1.1.8.4. متكامل دوليا</p> <p>2.1.8.4. مقسمة دوليا</p> <p>2.8.4. مخاطر سعر الصرف</p>	<p>7.4. حوكمة الشركات</p> <p>1.7.4. الإدارة الموضوعية للشركات ووظائفها</p> <p>1.1.7.4. حوكمة الشركات وتكاليف الوكالة</p> <p>2.1.7.4. إشراف مجلس الإدارة</p> <p>3.1.7.4. سياسات التعويض</p> <p>4.1.7.4. إدارة الصراع في الوكالة</p>	<p>6.4. عمليات الاندماج والاستحواذ</p> <p>1.6.4. دوافع الاندماج والاستحواذ</p> <p>2.6.4. الصيغ المالية للاستحواذ على الشركات</p> <p>1.2.6.4. عملية الاستحواذ</p> <p>2.2.6.4. عملية الاندماج</p>	<p>5.4. استثمارات محفوفة بالمخاطر</p> <p>1.5.4. تصنيف المخاطر</p> <p>1.1.5.4. قياس وتصنيف المخاطر</p> <p>2.1.5.4. النسخة التجريبية</p> <p>3.1.5.4. نظرية محفظة ماركويتز</p> <p>4.1.5.4. مؤشر شارب</p> <p>5.1.5.4. المخاطر والعائد نموذج برنامج تيتش CAPM</p>
		<p>10.4. التمويل الذاتي</p>	<p>9.4. التقييم والرسوم الدولية</p>

الوحدة 5. الشؤون المالية الدولية

<p>1.5 الأعمال والاستراتيجية الدولية</p> <p>1.1.5 التدويل 2.1.5 العولمة 3.1.5 النمو والتطور في الأسواق الناشئة 4.1.5 النظام النقدي الدولي</p>	<p>2.5 سوق صرف العملات الأجنبية</p> <p>1.2.5 تداول الفوركس 2.2.5 سوق الصرف الأجنبي المتوقع 3.2.5 أدوات مشتقة للتحوط من مخاطر أسعار الصرف ومعدلات الفائدة 4.2.5 ارتفاع قيمة العملة واستهلاكها</p>	<p>3.5 وسائل الدفع والتحويل الدولية</p> <p>1.3.5 الفواتير والشيكات الشخصية والشيكات المصرفية 2.3.5 التحويل وأمر الدفع والحوالات 3.3.5 البنود والاعتمادات المستندية 4.3.5 التخصيم والمبادلة الدولية والوسائل الأخرى</p>	<p>4.5 تمويل العمليات في الأسواق الدولية</p> <p>1.4.5 المصطلحات التجارية الدولية 2.4.5 أدوات مشتقة للتحوط من التقلبات المحتملة في أسعار المواد الخام 3.4.5 اعتمادات التصدير المدعومة رسميًا 4.4.5 التغطية بعقود الصرف (Swap) 5.4.5 توافق آراء منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية</p>
<p>5.5 المؤسسات المالية الدولية</p> <p>1.5.5 صندوق تدويل الشركة 2.5.5 مجموعة البنك الدولي 3.5.5 مصرف التنمية للبلدان الأمريكية 4.5.5 مصرف التنمية الكاريبي</p>	<p>6.5 تشكيل أسعار الصرف</p> <p>1.6.5 نظرية التكافؤ في سعر الفائدة 2.6.5 نظرية توقعات سعر الصرف 3.6.5 نظرية تعادل القوة الشرائية 4.6.5 توازن سوق رأس المال</p>	<p>7.5 برامج تحويل الديون</p> <p>1.7.5 الإطار القانوني 2.7.5 التشغيل 3.7.5 تحويل الدين إلى استثمارات عامة 4.7.5 تحويل الدين إلى استثمارات خاصة</p>	<p>8.5 سوق الأوراق المالية الدولي</p> <p>1.8.5 سوق وول ستريت (نيويورك) 2.8.5 سوق الذهب 3.8.5 الديون الخارجية العالمية 4.8.5 نادي باريس 5.8.5 سوق الأوراق المالية إيصالات الإبداع العالمية GDR و إيصالات الإبداع الأمريكية ADR</p>

الوحدة 6. الإدارة الدولية للأفراد وإدارة التنوع

<p>1.6 القيادة الاستراتيجية</p>	<p>2.6 التدقيق والرقابة على إدارة الموارد البشرية</p>	<p>3.6 إدارة المواهب في الشركات العالمية</p> <p>1.3.6 رؤية عالمية لإدارة المواهب 2.3.6 خريطة المواهب الخاصة بالمنظمة 3.3.6 الاتجاهات الثقافية والتحويل 4.3.6 تحويل إدارة المواهب</p>	<p>4.6 إدارة الحياة المهنية الدولية</p> <p>1.4.6 سمات المهنيين الدوليين 2.4.6 التنقل العالمي 3.4.6 إدارة العملة الوافدة</p>
<p>5.6 إدارة التنوع</p> <p>1.5.6 العمل مع التنوع 2.5.6 التنوع والمسؤولية الاجتماعية للشركات والتدريب 3.5.6 إدارة المساواة والتنوع 4.5.6 إدارة فرق متعددة الثقافات</p>	<p>6.6 إطار جديد لعلاقات العمل</p> <p>1.6.6 الإصلاح العمالي 2.6.6 التفاوض على الاتفاقيات الجماعية 3.6.6 العلاقات الاستراتيجية مع النقابات 4.6.6 علاقات العمل وإعادة هيكلة الأعمال</p>	<p>7.6 تسويق الموارد البشرية: رؤية دولية</p> <p>1.7.6 العلامة التجارية لصاحب العمل Employer Branding 2.7.6 تجربة عملاء الموارد البشرية</p>	<p>8.6 الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>1.8.6 العولمة وحقوق الانسان والشركات متعددة الجنسيات 2.8.6 الشركات متعددة الجنسيات في مواجهة القانون الدولي 3.8.6 صكوك قانونية محددة</p>
<p>9.6 إدارة العمالة الوافدة</p> <p>1.9.6 إدارة عملية العمالة الوافدة 2.9.6 العودة إلى الوطن 3.9.6 المهارات الفردية للنجاح في الوجهات الدولية</p>	<p>10.6 حزمة تعويضات المغتربين. المكملات الرئيسية والفوائد</p> <p>1.10.6 التعويض المالي 2.10.6 مكان وعملة الدفع 3.10.6 سياسات الضرائب</p>		

الوحدة 7. إدارة العمليات الدولية

1.7. نظرة عامة التجارة الدولية	2.7. تحليل السوق الدولية	3.7. التركيز على التواجد في الأسواق الخارجية والتجارة الإلكترونية	4.7. الحماية التجارية: الجمارك
5.7. التعاون الدولي بشأن التدابير غير الجمركية	6.7. الصيغ التعاقدية	7.7. تدفقات الاستثمار المباشر المتجهة إلى الخارج	8.7. تحليل المصطلحات التجارية الدولية
9.7. إدارة السلسلة اللوجستية الدولية	10.7. التسويق الدولي		

الوحدة 8. التسويق والمبيعات الدولية

1.8. وظيفة التسويق والمبيعات في مجال الاستشارات	2.8. تحويل فكرة إلى اقتراح للسوق	3.8. هيكلية عملية البيع	4.8. عملية النشأة
1.1.8. التسويق والتموضع	1.2.8. العملية	1.3.8. الهيكل العام في عملية البيع	1.4.8. مصادر النشأة
2.1.8. العلاقة بين التسويق والمبيعات	2.2.8. العرض	2.3.8. مسار المبيعات	2.4.8. الفرص
3.1.8. البيع في مجال الاستشارات	3.2.8. المصادقة والجدوى	3.3.8. مراحل ومعالج كل جزء من العملية	3.4.8. الخطوات التالية
	4.2.8. حجم السوق: TAM, SAM, SOM		
	5.2.8. العميل المستهدف		
	6.2.8. حالة السوق		
5.8. تأهيل الفرص	6.8. التفاعل مع أصحاب الأسهم المختلفين	7.8. المكونات الرئيسية للاقتراح	8.8. أهمية توليد القيمة في عرض ما للسوق
1.5.8. أعمال العميل الخاص بك	1.6.8. المشتري وبقية الأطراف	1.7.8. هيكل ومحتوى الدورة التدريبية الأدنى	1.8.8. كيفية الحديث عن القيمة
2.5.8. تأهيل الفرص: العملية والمعايير	2.6.8. التفاعل معهم: الاستراتيجيات	2.7.8. ملخص تنفيذي	2.8.8. الفرق بين القيمة والسعر
3.5.8. أهمية توليد القيمة	3.6.8. ملامح التفاعل البشري: أهمية تعديل الرسالة للجمهور	3.7.8. إدارة النطاق والمخاطر	3.8.8. نماذج التسعير المختلفة: الآثار والمخاطر
9.8. عملية التفاوض والإغلاق	10.8. قيادة عملية البيع		
1.9.8. خطوات مشتركة في التفاوض	1.10.8. مدة وإدارة عملية البيع		
2.9.8. أهمية توليد البدائل	2.10.8. التكنولوجيا في عملية البيع		
3.9.8. إدارة المخاطر والتعاقد	3.10.8. متابعة العملية		
	4.10.8. أهمية ال Feedback		

الوحدة 9. التسويق الدولي

1.9 أبحاث الأسواق الدولية

- 1.1.9. تسويق الأسواق الناشئة
- 2.1.9. تحليل PEST
- 3.1.9. ماذا وكيف وأين يتم التصدير؟
- 4.1.9. استراتيجيات مزيج التسويق الدولي

2.9 التقسيم الدولي

- 1.2.9. معايير تجزئة السوق على المستوى الدولي
- 2.2.9. منافذ السوق
- 3.2.9. استراتيجيات التجزئة الدولية

3.9 تحديد المواقع الدولية

- 1.3.9. العلامات التجارية في الأسواق الدولية
- 2.3.9. وضع الاستراتيجيات في الأسواق الدولية
- 3.3.9. العلامات التجارية العالمية والإقليمية والمحلية

4.9 استراتيجيات المنتج في الأسواق الدولية

- 1.4.9. تعديل وتكييف وتنوع المنتجات
- 2.4.9. المنتجات الموحدة العالمية
- 3.4.9. حافظة المنتج

5.9 الأسعار والتصدير

- 1.5.9. حساب أسعار التصدير
- 2.5.9. المصطلحات التجارية الدولية
- 3.5.9. استراتيجية الأسعار الدولية

6.9 الجودة في التسويق الدولي

- 1.6.9. الجودة والتسويق الدولي
- 2.6.9. المعايير والشهادات
- 3.6.9. علامة CE

7.9 الترويج الدولي

- 1.7.9. الترويج الدولي MIX
- 3.7.9. الدعاية والإعلان
- 4.7.9. المعارض الدولية
- 5.7.9. العلامة التجارية للبلاد

8.9 التوزيع عبر القنوات الدولية

- 1.8.9. القناة والتسويق التجاري
- 2.8.9. اتحادات التصدير
- 3.8.9. أنواع التصدير والتجارة الخارجية

الوحدة 10. الضرائب الدولية

1.10 المبادئ الأساسية للضرائب الدولية

- 1.1.10. مقدمة في الضرائب الدولية
- 1.2.10. مبدأ الإقامة مقابل المصدر
- 1.3.10. الأزواج الضريبي الدولي، المفاهيم والفئات والحلول

2.10 مصادر الضرائب الدولية. المعاهدات الدولية واتفاقيات الأزواج الضريبي

- 2.1.10. مصادر الضرائب الدولية
- 2.2.10. ما هي الاتفاقية الدولية؟
- 2.3.10. اتفاقيات الأزواج الضريبي
- 2.4.10. اتفاقيات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية واتفاقيات الأمم المتحدة
- 2.5.10. soft law
- 2.6.10. قانون الاتحاد الأوروبي
- 2.7.10. القانون المطلي

3.10 تفسير اتفاقيات الأزواج الضريبي

- 3.1.10. أسبقية اتفاقية الأزواج الضريبي على القانون المحلي
- 3.2.10. تفسير اتفاقيات الأزواج الضريبي
- 3.3.10. نطاقات تطبيق اتفاقيات الأزواج الضريبي

4.10 ضريبة الدخل لغير المقيمين. القواعد العامة لضريبة الدخل لغير المقيمين

- 4.1.10. ضريبة الدخل لغير المقيمين
- 4.2.10. تفسير ضريبة الدخل لغير المقيمين
- 4.3.10. العناصر الشخصية
- 4.5.10. حدث خاضع للضريبة

5.10 ضرائب غير المقيمين بدون منشأة دائمة

- 5.2.10. تحديد الالتزام الضريبي على الدخل الذي يتم الحصول عليه بدون منشأة دائمة

6.10 ضرائب غير المقيمين بمنشأة دائمة

- 6.1.10. وجود منشأة دائمة
- 6.2.10. الدخل المنسوب إلى المنشأة الدائمة
- 6.3.10. تحديد القاعدة الضريبية
- 6.4.10. الديون الضريبية.
- 6.5.10. الفترة الضريبية والاستحقاق الضريبي
- 6.6.10. التصريح الضريبي

7.10 الكيانات الخاضعة لنظام إسناد الدخل

- 4.7.10. الكيانات الخاضعة لنظام إسناد الدخل المسجلة في الخارج

8.10 مقارنة غير المقيمين في الاتحاد الأوروبي مقابل الصوف

- 1.8.10. الحقوق المستمدة من كونك مقيماً في الاتحاد الأوروبي فيما يتعلق بضريبة الدخل لغير المقيمين
- 2.8.10. الفروق في نظام ضريبة الدخل لغير المقيمين بين المقيمين في الاتحاد الأوروبي والمقيمين في بقية أنحاء العالم
- 3.8.10. خيار لدافعي الضرائب المقيمين في دول الاتحاد الأوروبي الأخرى

9.10 الالتزامات الرسمية

- 1.9.10. النموذج 203
- 2.9.10. النموذج 216
- 3.9.10. النموذج 210
- 4.9.10. النموذج 211
- 5.9.10. النموذج 213

الوحدة 11. تخطيط المشاريع

<p>3.2.11. التوزيع بطريقة الشلالات 1.3.2.11. الجوانب ذات الصلة 2.3.2.11. المشاريع الرئيسية المستهدفة بهذه المنهجية 3.3.2.11. الفوائد الرئيسية 4.2.11. AGILE 1.4.2.11. الجوانب ذات الصلة 2.4.2.11. المشاريع الرئيسية المستهدفة بهذه المنهجية 3.4.2.11. الفوائد الرئيسية</p>	<p>2.11. الاعتبارات ذات الصلة في إدارة المشاريع 1.2.11. PMBOK 1.1.2.11. الجوانب ذات الصلة 2.1.2.11. الفوائد الرئيسية 2.2.11. مكتب تحقيق القيمة 1.2.2.11. الجوانب ذات الصلة 2.2.2.11. الفوائد الرئيسية</p>	<p>2.1.11. أنواع المشروعات 1.2.1.11. الإجراءات 2.2.1.11. التكامل والتكنولوجيا 3.2.1.11. الإستراتيجية 3.1.11. التنظيم للمشاريع</p>	<p>1.11. المشروع وعلاقته بالإدارة 1.1.11. المشروع وإدارة المشاريع 1.1.1.11. المشروع 1.1.1.11. الإدارة 3.1.1.11. دورة الحياة 4.1.1.11. الأدوار في إدارة المشروع 5.1.1.11. مزايا إدارة مشروع</p>
<p>5.11. إدارة الفريق (الموارد البشرية) 1.5.11. خطة الفريق 1.1.5.11. خطة الأفراد 2.1.5.11. اختيار فريق المشروع 3.1.5.11. نظم تقييم الأداء 2.5.11. تطوير فريق المشروع 1.2.5.11. اكتساب فريق 2.2.5.11. انتداب الفريق للمشروع</p>	<p>2.2.4.11. تقدير الموارد: الأدوار والمسؤوليات والتكاليف 3.2.4.11. خطة استمرار الخدمة 3.4.11. تخطيط الوقت 1.3.4.11. تسلسل الأنشطة 2.3.4.11. تطوير الجدول الزمني للعمل 3.3.4.11. مراقبة الجدول الزمني للعمل</p>	<p>4.11. تخطيط المشروع 1.4.11. التخطيط لمشروع 1.1.4.11. أهداف التخطيط وأنشطته ومعالجه 2.1.4.11. التخطيط للنواتج الرئيسية 3.1.4.11. أدوات التخطيط (لوحة القيادة Dashboard) 2.4.11. تخطيط الفريق 1.2.4.11. تقنيات وأدوات تقدير الموارد (من أعلى إلى أسفل، ومن أسفل إلى أعلى، وتقدير Delphi، وتقدير حدودي، إلخ)</p>	<p>3.11. إدارة النطاق والتوقعات 1.3.11. خطة إدارة النطاق 1.1.3.11. النطاق 2.1.3.11. الخصائص الرئيسية 3.1.3.11. التحقق من النطاق 2.3.11. إدارة التوقعات 1.2.3.11. تحديد توقعات العميل 2.2.3.11. مصفوفة النطاق مقابل التوقعات 3.2.3.11. التحقق وإغلاق النطاق النهائي 3.3.11. المخاطر والفوائد</p>
<p>3.6.11. التحكم في التكاليف 1.3.6.11. أهداف مراقبة التكاليف 2.3.6.11. قياس التقدم في تكاليف المشروع 3.3.6.11. تقنيات وأدوات مراقبة التكاليف</p>	<p>2.6.11. الميزانية 1.2.6.11. تحديد الميزانية 2.2.6.11. منهجيات اختيار الميزانية 3.2.6.11. تقنيات وأدوات تحديد الميزاني</p>	<p>6.11. إدارة التكاليف 1.6.11. تقدير التكاليف 1.1.6.11. خطة إدارة التكاليف 2.1.6.11. تقدير تكلفة المشروع 3.1.6.11. تقنيات وأدوات إدارة التكاليف</p>	<p>3.5.11. إدارة فريق المشروع 1.3.5.11. الحاجة إلى تنسيق وقيادة الفريق بشكل فعال 2.3.5.11. أدوات إدارة عمل الفرق بطريقة تعاونية 3.3.5.11. فض النزاعات 4.3.5.11. خطة استمرار الخدمة 5.3.5.11. Feedback وتقييم أداء الفريق</p>

<p>8.11 إدارة الجودة</p> <p>1.8.11 تحليل الجودة ومراقبتها (Quality Analysis) إدارة الجودة 2.1.8.11 النطاق المتوقع 3.1.8.11 مؤشرات قياس الجودة (المعايير) 2.8.11 إجراءات ضمان الجودة</p>	<p>3.7.11 مراقبة إجراءات الاتصال</p> <p>1.3.7.11 تخطيط الإجراءات (الجدول الزمني والموارد والمواعيد النهائية والنتائج المتوقعة إلخ) 2.3.7.11 أدوات لرصد إجراءات الاتصال 3.3.7.11 قياس نتائج إجراءات الاتصال</p>	<p>2.7.11 خطة التواصل</p> <p>1.2.7.11 تحديد الرسائل الرئيسية لكل نوع من الوكلاء 2.2.7.11 تحديد وتعريف قنوات التواصل الرئيسية 3.2.7.11 تحليل متطلبات التواصل 4.2.7.11 تصنيف الاتصالات: شفهي - مكتوب / رسمي - غير رسمي 5.2.7.11 تقنيات وأدوات الاتصال</p>	<p>7.11 إدارة التواصل</p> <p>1.7.11 تحديد أصحاب المصلحة (Stakeholders) 1.1.7.11 تحديد العوامل الداخلية والخارجية 2.1.7.11 تحديد توقعات أصحاب المصلحة 3.1.7.11 تقنيات وأدوات تحديد أصحاب المصلحة وتصنيفهم</p>
<p>2.9.11 متابعة خطة الطوارئ</p> <p>1.2.9.11 التحليل الكمي والنوعي للمخاطر 2.2.9.11 تقييم الاحتمالات والآثار 3.2.9.11 أدوات المراقبة</p>	<p>9.11 إدارة المخاطر</p> <p>1.9.11 التخطيط للمخاطر</p> <p>1.1.9.11 تخطيط إدارة المخاطر 2.1.9.11 تعريف المخاطر 3.1.9.11 أدوات تصنيف المخاطر</p>	<p>3.8.11 مراقبة جودة المشروع</p> <p>1.3.8.11 أدوات Feedback لجودة النتائج 2.3.8.11 إدارة المطابقة وعدم مطابقة النتائج 3.3.8.11 مراجعة القراء Peer Review وفوائدها الرئيسية 4.3.8.11 قياس جودة النتائج</p>	<p>2.8.11 إجراءات ضمان الجودة</p> <p>1.2.8.11 تخطيط أنشطة المراجعة: التقارير الشهرية والسنوية إلخ إلى ذلك. 2.2.8.11 مراجعات الجودة 3.2.8.11 التحسين المستمر</p>
<p>3.10.11 تأثير المشروع</p> <p>1.3.10.11 أهمية قياس الآثار الناتجة 2.3.10.11 الأثر داخل المنظمة 3.3.10.11 إدارة التأثير على العميل</p>	<p>2.10.11 إغلاق المشروع</p> <p>1.2.10.11 جمع المعلومات 2.2.10.11 التحليل النهائي والاستنتاجات الرئيسية 3.2.10.11 الاجتماع الختامي 4.2.10.11 تحليل الخطوات التالية</p>	<p>10.11 إغلاق المشروع وإدارة التغيير</p> <p>1.10.11 إدارة التغيير</p> <p>1.1.10.11 نقل المعرفة 2.1.10.11 مراحل نقل المعرفة 3.1.10.11 تخطيط نقل المعرفة: التدريب، المواد، إلخ.</p>	<p>3.9.11 مراقبة المخاطر والتحكم فيها</p> <p>1.3.9.11 سجل المخاطر: الملاك، الإجراءات، الأعراس، مستويات المخاطر 2.3.9.11 تخطيط إجراءات التخفيف 3.3.9.11 مراجعة ومراقبة المخاطر 4.3.9.11 متابعة نتائج خطط العمل التي تم تنفيذها 5.3.9.11 إعادة تقييم المخاطر</p>

الوحدة 12. Business & International Strategy

<p>4.12. قرارات التدويل 1.4.12. دراسات السوق واتخاذ القرار 2.4.12. اختيار الموقع وطريقة التشغيل 3.4.12. اختيار الشكل القانوني المناسب</p>	<p>3.12. استراتيجيات التدويل 1.3.12. أسباب ومتطلبات الذهاب إلى الأسواق الخارجية 2.3.12. التحالفات الاستراتيجية في عملية التوسع الدولي 3.3.12. أشكال الدخول إلى أسواق دولية جديدة</p>	<p>2.12. الاتجاه الاستراتيجي للأعمال التجارية الدولية 1.2.12. التدويل في النظام العالمي الجديد 2.2.12. تأثير الثقافة في الأعمال التجارية الدولية 3.2.12. اختيار الأسواق والبلدان 4.2.12. تغيير المكان والنقل للخارج Offshoring</p>	<p>1.12. الأعمال والاستراتيجية الدولية 1.1.12. التدويل 2.1.12. النمو والتطور في الأسواق الناشئة 3.1.12. النظام النقدي الدولي</p>
<p>8.12. إدارة الثقافة المشتركة 1.8.12. البعد الثقافي للإدارة الدولية 2.8.12. العولمة في إدارة الأعمال 3.8.12. القيادة عبر الثقافات</p>	<p>7.12. معوقات التدويل 1.7.12. القيود القانونية 2.7.12. المعوقات اللوجستية والمالية والتجارية 3.7.12. معوقات الاستثمار المباشر</p>	<p>6.12. التدويل حسب نوع الشركة 1.6.12. شركات المنتجات وشركات الخدمات 2.6.12. الشركات الدولية والشركات متعددة الجنسيات 3.6.12. الشركات الصغيرة والمتوسطة ونموذج التدويل الخاص بها</p>	<p>5.12. مراحل عملية التدويل 1.5.12. تحليل الطلب الدولي 2.5.12. تشخيص إمكانيات التصدير 3.5.12. تخطيط التدويل 4.5.12. مراحل التصدير</p>
<p>10.12. تنوع المنتجات والأسواق</p>			<p>9.12. التنوع الدولي والأداء</p>

الوحدة 13. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

<p>4.13. المسؤولية الاجتماعية للشركة 1.4.13. البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات 2.4.13. زرع المسؤولية الاجتماعية للشركة 3.4.13. التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>3.13. الاستدامة 1.3.13. الاستدامة والتنمية المستدامة 2.3.13. أجندة 2030 3.3.13. الشركات المستدامة</p>	<p>2.13. أخلاقيات العمل 1.2.13. الأخلاق والأخلاقيات 2.2.13. أخلاقيات الأعمال التجارية 3.2.13. القيادة والأخلاقيات في الشركة</p>	<p>1.13. العولمة والحكامة 1.1.13. الحكامة وإدارة الشركات 2.1.13. أساسيات حوكمة الشركات في الشركات 3.1.13. دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات</p>
<p>7.13. البيئة القانونية و Corporate Governance 1.7.13. لوائح الاستيراد والتصدير الدولية 2.7.13. الملكية الفكرية والصناعية 3.7.13. قانون العمل الدولي</p>	<p>6.13. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان 1.6.13. العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان 2.6.13. الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي 3.6.13. الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p>	<p>5.13. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة 1.5.13. المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات 2.5.13. القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة 3.5.13. خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات 4.5.13. أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	

الوحدة 14. قيادة الأفراد وإدارة المواهب

1.14. إدارة الأفراد الإستراتيجية

- 1.1.14. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية
- 2.1.14. إدارة الأفراد الإستراتيجية

2.14. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات

- 1.2.14. تحليل الكفاءة
- 2.2.14. سياسة المكافآت
- 3.2.14. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي

3.14. تقييم الأداء وإدارة الأداء

- 1.3.14. إدارة الأداء
- 2.3.14. إدارة الأداء: الأهداف و العملية

4.14. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد

- 1.4.14. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية
- 2.4.14. تحديد المواهب والتدريب والتطوير
- 3.4.14. الولاء والاحتفاظ
- 4.4.14. المبادرة والابتكار

5.14. تحفيز

- 1.5.14. طبيعة الدافع
- 2.5.14. نظرية التوقعات
- 3.5.14. نظريات الحاجيات
- 4.5.14. الدافع والتعويض المالي

6.14. تطوير فرق عالية الأداء

- 1.6.14. فرق عالية الأداء: فرق تدار ذاتيا
- 2.6.14. منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء

7.14. التواصل الإداري

- 1.7.14. التواصل الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية
- 2.7.14. أقسام التواصل
- 3.7.14. مدير الإعلانات في الشركة ملف تعريف مدير التواصل في الشركة

8.14. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها

- 1.8.14. الإنتاجية
- 2.8.14. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها

الوحدة 15. الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي

<p>4.15. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>1.4.15 أهداف التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>2.4.15 التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة</p> <p>3.4.15 التجارة الإلكترونية. السياق العام</p> <p>4.4.15 فئات التجارة الإلكترونية</p> <p>5.4.15 مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce</p> <p>مقارنة بالتجارة التقليدية</p>	<p>3.15. إدارة التسويق الاستراتيجي</p> <p>1.3.15 مفهوم التسويق الاستراتيجي</p> <p>2.3.15 مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق</p> <p>3.3.15 مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي</p>	<p>2.15. Marketing</p> <p>1.2.15 مفهوم التسويق</p> <p>2.2.15 عناصر التسويق الأساسية</p> <p>3.2.15 الأنشطة التسويقية للشركة</p>	<p>1.15. الإدارة التجارية</p> <p>1.1.15 الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية</p> <p>2.1.15 استراتيجية الأعمال والتخطيط</p> <p>3.1.15 دور المديرين التجاريين</p>
<p>8.15. استراتيجية المبيعات</p> <p>1.8.15 استراتيجية المبيعات</p> <p>2.8.15 طرق البيع</p>	<p>7.15. إدارة الحملات الرقمية</p> <p>1.7.15 ما هي الحملة الإعلانية الرقمية؟</p> <p>2.7.15 خطوات إطلاق حملة تسويق عبر الإنترنت</p> <p>3.7.15 أخطاء في الحملات الإعلانية الرقمية</p>	<p>6.15. التسويق الرقمي لجذب العملاء والاحتفاظ بهم</p> <p>1.6.15 استراتيجيات الولاء والمشاركة عبر الإنترنت</p> <p>2.6.15 إدارة علاقات الزوار</p> <p>3.6.15 التجزئة المفرطة</p>	<p>5.15. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية</p> <p>1.5.15 استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية</p> <p>2.5.15 Branded Content & Storytelling</p>
		<p>10.15. التواصل والسمعة الرقمية</p> <p>1.10.15 السمعة عبر الانترنت</p> <p>2.10.15 كيفية قياس السمعة الرقمية؟</p> <p>3.10.15 أدوات السمعة عبر الإنترنت</p> <p>4.10.15 تقرير السمعة عبر الإنترنت</p> <p>5.10.15 Branding عبر الإنترنت</p>	<p>9.15. التواصل المؤسسي</p> <p>1.9.15 المفهوم</p> <p>2.9.15 أهمية التواصل في المؤسسة</p> <p>3.9.15 نوع التواصل في المنظمة</p> <p>4.9.15 وظائف التواصل في المؤسسة</p> <p>5.9.15 عناصر التواصل</p> <p>6.9.15 مشاكل التواصل</p> <p>7.9.15 سيناريوهات التواصل</p>

الوحدة 16. الإدارة التنفيذية

4.16. أدوات التواصل الشخصية والمؤسسية
1.4.16. التواصل بين الأشخاص
2.4.16. أدوات التواصل بين الأشخاص
3.4.16. التواصل في المنظمات
4.4.16. الأدوات في المنظمة

3.16. إدارة العمليات
1.3.16. أهمية الإدارة
2.3.16. سلسلة القيم
3.3.16. إدارة الجودة

2.16. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها
1.2.16. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها

1.16. General Management
1.1.16. مفهوم General Management
2.1.16. عمل Manager General
3.1.16. المدير العام ومهامه
4.1.16. تحول عمل الإدارة

6.16. إعداد خطة للأزمات
1.6.16. تحليل المشاكل المحتملة
2.6.16. التخطيط
3.6.16. تكيف الموظفين

5.16. التواصل في حالات الأزمات
1.5.16. الأزمات
2.5.16. مراحل الأزمات
3.5.16. الرسائل: المحتويات واللحظات

تجربة تدريبية فريدة ورئيسية وحاسمة لتعزيز
تطورك المهني وتحقيق



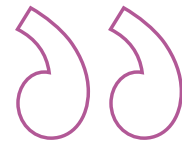
المنهجية

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، وتكليفه 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.

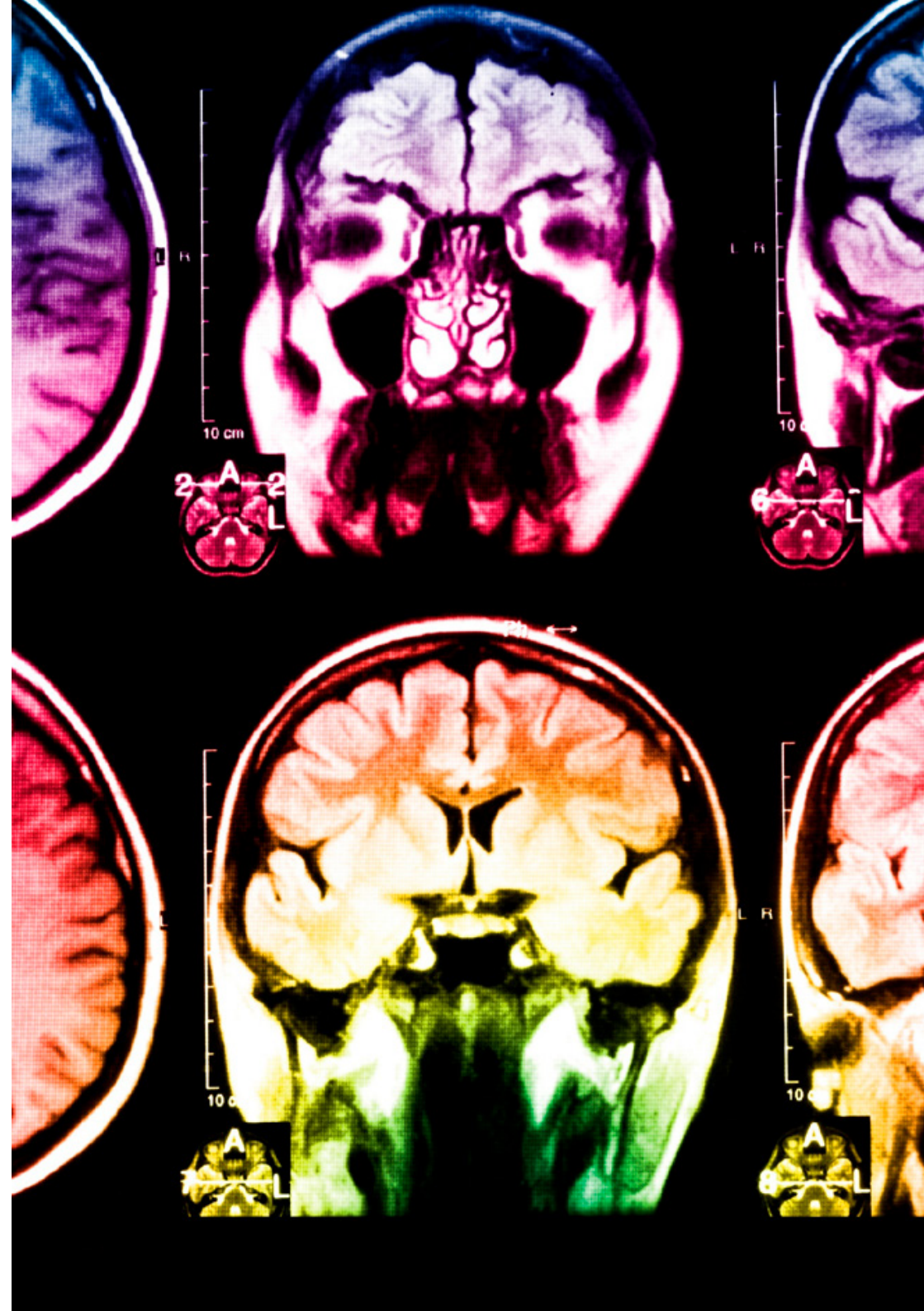


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساها ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة،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

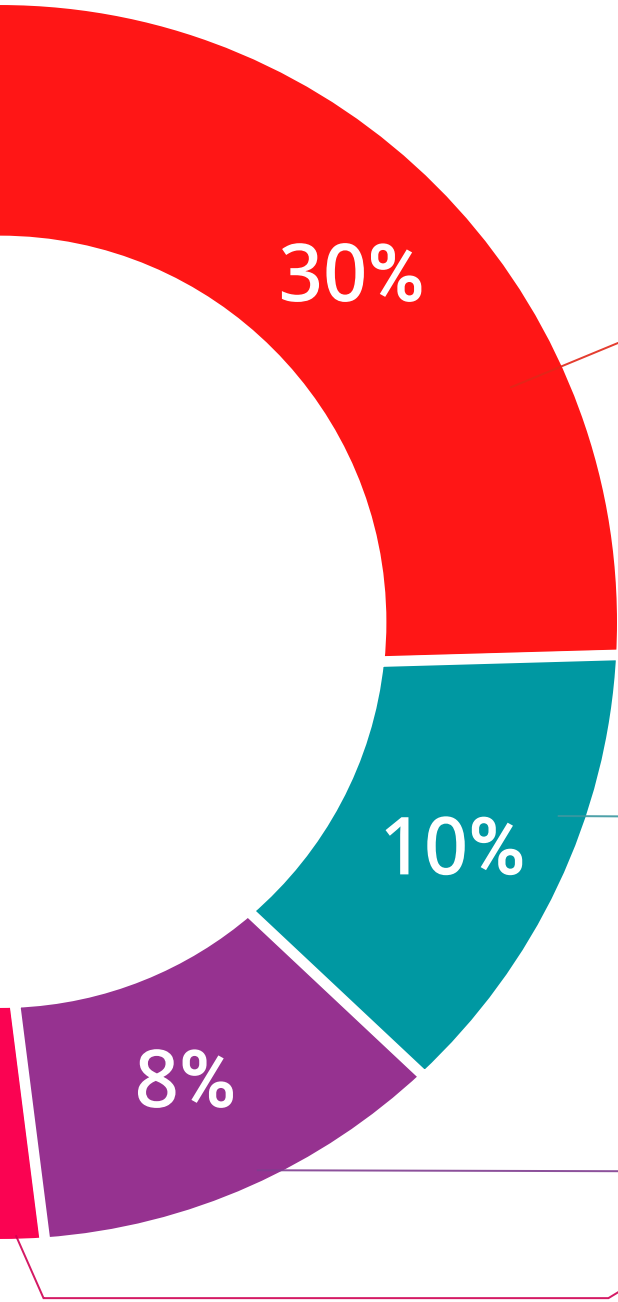
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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

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



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



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

المحاضرات الرئيسية



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

التدريب العملي على المهارات الإدارية



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

قراءات تكميلية



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



دراسات الحالة (Case studies)

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



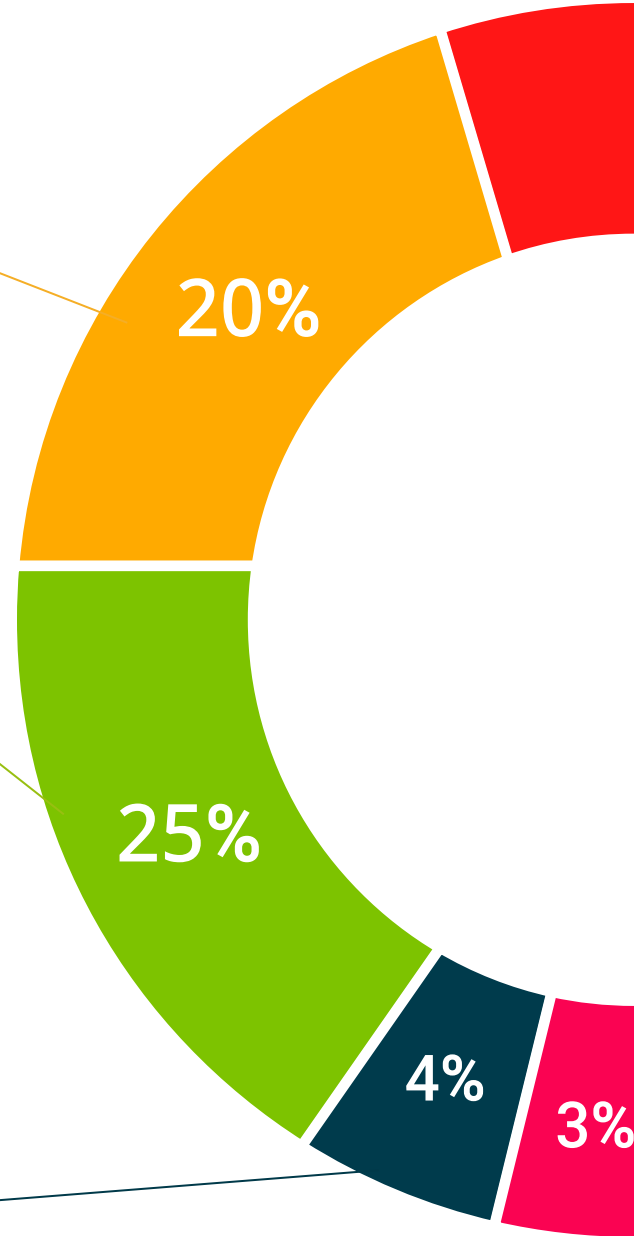
ملخصات تفاعلية

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



الاختبار وإعادة الاختبار

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



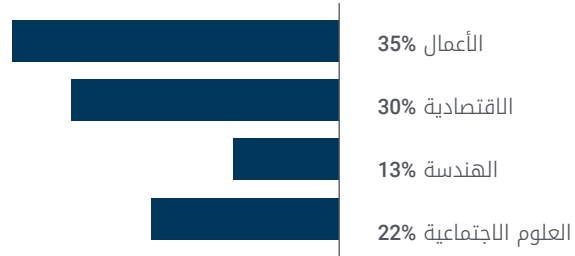
الملف الشخصي لطلابنا

MBA إدارة الأعمال الدولية هو برنامج يستهدف المتخصصين في مجال الأعمال الدولية الذين يرغبون في تحديث معارفهم، واكتشاف طرق جديدة لإدارة وتوجيه شركاتهم، والتقدم في حياتهم المهنية. يشكل تنوع المشاركين الذين لديهم ملفات أكاديمية مختلفة ومن جنسيات متعددة النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج.



طلابنا من المهنيين ذوي الخبرة الذين يبحثون عن وظيفة أفضل"

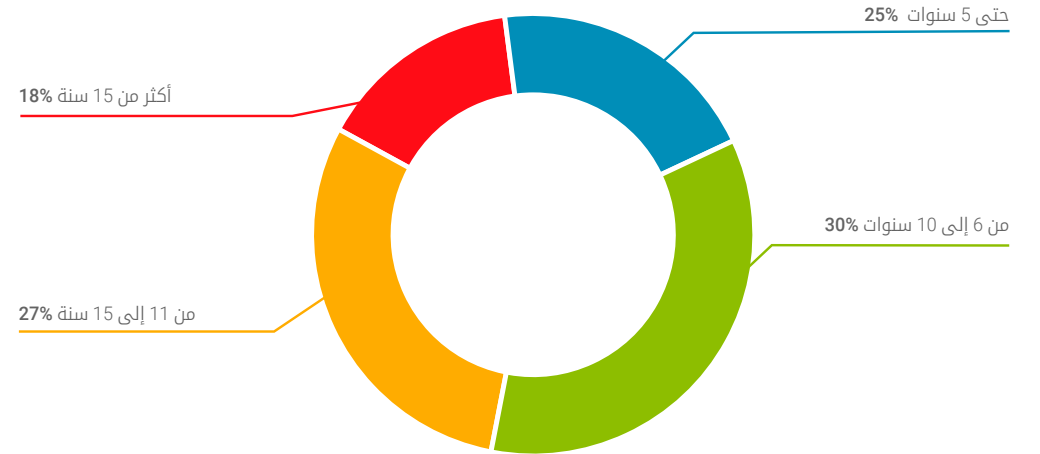
المؤهل في المجال



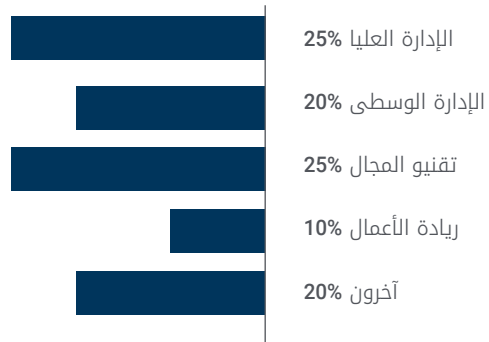
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة



المؤهل الأكاديمي



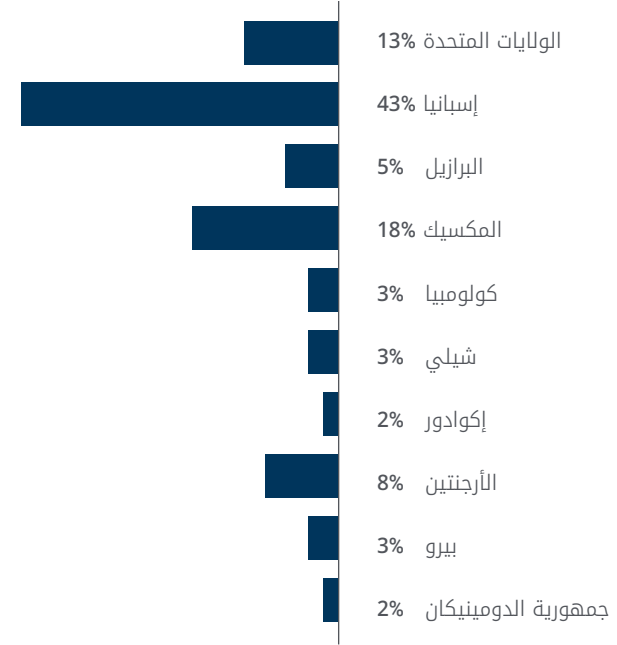


Héctor Albereda

مدير أعمال الولايات المتحدة الأمريكية وآسيا

"تتطلب الأعمال التجارية الدولية تخصصاً واسعاً ومعرفة واسعة بالتمويل والأسواق العالمية. لذلك فإن تحديث المعرفة أمر لا غنى عنه، لأنك تعمل في بيئة شديدة التنافسية ومتغيرة باستمرار. لحسن الحظ، وجدت هذا البرنامج الذي أنصح به كل من يرغب في التخصص في هذا المجال".

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يشتمل البرنامج على خبراء مرجعيين في إدارة المحاسبة العليا في هيئة التدريس، الذين يصون في هذا البرنامج خبرة سنوات عملهم. وبالإضافة إلى ذلك، يشارك في تصميمه وإعداده متخصصون آخرون من ذوي المكانة المعترف بها في المجالات التي تكمل MBA متعدد التخصصات، مما يجعلها، تجربة فريدة ومغذية للغاية لمستوى الأكاديمي للطلاب. وبالتالي، ستنقل هيئة التدريس هذه إلى الطالب المحتويات الأكثر ابتكارًا وقوة، مما سيساعده على أن يصبح مديرًا ناجحًا في مجال المحاسبة.

سيعرض عليكم فريقنا التعليمي، الذي يتمتع بخبرة واسعة، أحدث المعلومات على المستوى المحاسبي"



المدير الدولي المستضاف



تتمتع Jennifer Dove بخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق استقطاب المواهب العالمية، وهي خبيرة في مجال التوظيف والاستراتيجية التكنولوجية. وطوال مسيرتها المهنية، شغلت مناصب عليا في العديد من المؤسسات التكنولوجية داخل شركات مدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك Comcast و NBCUniversal. وقد أتاح لها سجلها الحافل التفوق في بيئات تنافسية عالية النمو.

وبصفتها نائب رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، فهي تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتتعاون مع قادة الأعمال والموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. وهي تهدف على وجه الخصوص إلى بناء فرق عمل متنوعة وشاملة وذات أداء عالٍ تدفع الابتكار والنمو في منتجات الشركة وخدماتها. بالإضافة إلى ذلك، فهي خبيرة في استخدام الأدوات اللازمة لجذب أفضل الأشخاص من جميع أنحاء العالم والاحتفاظ بهم. كما أنها مسؤولة أيضاً عن الترويج لعلامة Mastercard التجارية والقيمة التي تقدمها الشركة من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

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

أ. Jennifer Dove

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

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



المدير الدولي المستضاف

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

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

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



أ. Rick Gauthier

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



اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث التطورات في هذا الشأن لتطبيقها على ممارساتك اليومية"

المدير الدولي المستضاف

Romi Arman هو خبير دولي شهير يتمتع بخبرة تزيد عن عقدين من الزمن في مجال التحول الرقمي، والتسويق، والاستراتيجيات والاستشارات. وطوال مسيرته المهنية الطويلة، قام بالعديد من المخاطر، وهو مدافع دائم عن الابتكار والتغيير في بيئة الأعمال. بفضل هذه الخبرة، عمل مع رؤساء تنفيذيين وشركات في جميع أنحاء العالم، ودفعهم إلى الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية. هكذا، قد ساعد شركات مثل Shell للطاقة على أن تصبح شركات رائدة حقيقية في السوق، مع التركيز على عملائها والعالم الرقمي.

إن الاستراتيجيات التي صممها Arman لها تأثير كامن، حيث مكنت العديد من الشركات من تحسين تجارب المستهلكين، والموظفين والمساهمين على حد سواء. نجاح هذا الخبير يمكن قياسه كمياً من خلال مقاييس ملموسة مثل CSAT، و مشاركة الموظفين في المؤسسات التي عمل فيها ونمو المؤشر المالي للأرباح قبل خصم الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء في كل منها.

كما قام أيضاً برعاية وقيادة فرق عالية الأداء حصلت على جوائز تقديراً لإمكاناتها التحويلية.. مع شركة Shell، بالتحديد، شرع المدير التنفيذي في التغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات من أجل إزالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم "إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" وإصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. بالتالي، فقد أظهرت جهودهم أنه من أجل تحقيق النجاح المستدام، من الضروري البدء من احتياجات المستهلكين وإرساء أسس التحول في العمليات والبيانات والتكنولوجيا والثقافة.

من ناحية أخرى، يتميز المدير التنفيذي بإتقانه لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأعمال، وهو موضوع يحمل فيه الدراسات العليا من كلية لندن للأعمال. في الوقت نفسه، اكتسب خبرة متراكمة في مجال إنترنت الأشياء و Salesforce.



أ. Arman, Romi

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



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

المدير الدولي المستضاف



Manuel Arens هو خبير متمرس في إدارة البيانات وقائد فريق عمل على درجة عالية من الكفاءة. في الواقع، يشغل Arens منصب مدير المشتريات العالمية في قسم البنية التحتية التقنية ومركز البيانات في Google، حيث قضى معظم حياته المهنية. قد قدمت الشركة، التي يقع مقرها في Mountain View، حلولاً للتحديات التشغيلية التي تواجه عملاق التكنولوجيا، مثل تكامل البيانات الرئيسية، و تحديثات بيانات البائعين وتحديد أولويات بيانات البائعين. قد قاد عملية تخطيط سلسلة التوريد في مركز البيانات وتقييم مخاطر الموردين، مما أدى إلى تحسينات في العمليات وإدارة سير العمل أدت إلى تحقيق وفورات كبيرة في التكاليف.

مع أكثر من عشر سنوات من العمل في تقديم الحلول الرقمية والقيادة للشركات في مختلف الصناعات، يتمتع بخبرة واسعة في جميع جوانب تقديم الحلول الاستراتيجية، بما في ذلك التسويق، وتحليلات الوسائط، و medición و القياس والإسناد. في الواقع، حصلت الشركة على العديد من الجوائز عن عملها، بما في ذلك جائزة الريادة في BIM، و جائزة الريادة في البحث، جائزة برنامج توليد العملاء المحتملين للتصدير و جائزة أفضل نموذج مبيعات في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا.

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

قد قاد أيضاً فرق عمل في شركات مثل Siemens Eaton، Airbus، حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. قد اشتهر بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة مع العملاء و العمل بسلاسة مع الأشخاص على جميع مستويات المؤسسة، بما في ذلك أصحاب المصلحة والإدارة وأعضاء الفريق والعملاء. لقد جعله نهجه القائم على البيانات وقدرته على تطوير حلول مبتكرة وقابلة للتطوير لتحديات الصناعة رائداً بارزاً في مجاله.

أ. Arens, Manuel

- ♦ مدير المشتريات العالمية في Google, Mountain View, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير أول، تحليلات وتكنولوجيا Google, B2B, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google, أيرلندا
- ♦ كبير محللي الصناعة في Google, ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google, أيرلندا
- ♦ Accounts Payable في Eaton, المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في شركة Airbus, ألمانيا



راهن على TECH! ستتمكن من الوصول إلى أفضل المواد التعليمية، في طبيعة التكنولوجيا والتعليم، والتي ينفذها متخصصون مشهورون دولياً في هذا المجال"

المدير الدولي المستضاف

Andrea La Sala هو مدير تنفيذي في مجال التسويق كان لمشاريعه معنى مؤثر في بيئة الأزياء. طوال مسيرته المهنية الناجحة قام بتطوير مجموعة متنوعة من المهام المتعلقة بالمنتجات، والتسويق و الإعلانات. كل هذا مرتبط بعلامات تجارية مرموقة مثل Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein، وغيرها.

قد ارتبطت نتائج هذا المدير من أعلى المستويات الدولية بقدرته المثبتة على تجميع المعلومات في أطر عمل واضحة وتنفيذ إجراءات ملموسة تتماشى مع أهداف العمل المحددة. بالإضافة إلى ذلك، فهو معروف باستباقيته و قدرته على التكيف مع الإيقاع السريع للعمل. ومع كل هذا، يضيف هذا الخبير وعياً تجارياً قوياً، ورؤية للسوق و شغفاً حقيقياً بالمنتجات.

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

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

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



أ. La Sala, Andrea

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



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

المدير الدولي المستضاف

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

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

من أبرز مشاريعها في السنوات الأخيرة منصة Walmart Data Cafe، وهي أكبر منصة من نوعها في العالم تعتمد على السحابة لتحليل البيانات الضخمة Big Data. قد شغل أيضاً منصب مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في شركة Red Bull، حيث غطى مجالات مثل المبيعات والتوزيع والتسويق وعمليات سلسلة التوريد. قد تم تكريم فريقه مؤخراً لابتكاراته المستمرة في استخدام واجهة برمجة تطبيقات Walmart Luminare API الجديدة الخاصة بالمتسوقين وقنوات التسوق.

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



أ. Gram, Mick

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



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

المدير الدولي المستضاف

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

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

شارك أيضاً في التوزيع العالمي لألعاب الفيديو و حملات الملكية الرقمية. كما كان مسؤولاً أيضاً عن تقديم الاستراتيجيات التشغيلية المتعلقة بتشكيل ووضع اللمسات الأخيرة على محتوى الصوت والصورة للإعلانات التلفزيونية و المقاطع الدعائية.

بالإضافة إلى ذلك، يحمل الخبير اجازة في الإعلانات السلكية واللاسلكية من جامعة فلوريدا والماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا، مما يدل على مهاراته في الإعلام و رواية القصص. بالإضافة إلى ذلك، شارك في كلية التطوير المهني بجامعة Harvard في برامج متطورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الأعمال التجارية. بالتالي، فإن ملفه المهني هو أحد أكثر الملفات المهنية أهمية في مجال التسويق و الإعلام الرقمي الحالي.



أ. Stevenson, Scott

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



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

المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



أ. Eric Nyquist

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



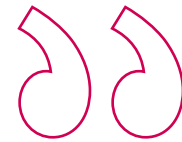
بفضل هذا المؤهل العلمي الجامعي 100%
عبر الانترنت، ستتمكن من الجمع بين دراستك
والتزاماتك اليومية، بمساعدة كبار الخبراء
الدوليين في مجال اهتمامك. سجل الآن!

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 من القيام بهذا الجهد الكبير هو تحقيق النمو المهني، ومع درجة الماجستير الخاص هذه لديك فرصة كبيرة لتحقيق ذلك. لذلك، يجب ألا تفوت الفرصة التي تقدمها لك TECH للتخصص مع أفضل فريق عمل في هذا المجال الذي يكثر عليه الطلب المهني.



هدفنا هو إحداث تغيير إيجابي في مسار حياتك المهنية،
وبالتالي، فإننا نشارك بشكل كامل في مساعدتك على تحقيقه"



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

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

الإدارة بنجاح في الأعمال
التجارية الدولية وتحقيق
أهداف شركتك.

لحظة التغيير



حقق التغيير المهني الذي تستحقه
مع إكمال هذا البرنامج الشامل.

نوع التغيير



تحسين الأجر

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



الفوائد لشركتك

يساهم الـ MBA إدارة الأعمال الدولية في رفع مواهب المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تخصص قادة رفيعي المستوى. لذلك، تعد المشاركة في هذا البرنامج الأكاديمي فرصة فريدة لاكتساب المهارات اللازمة لتطوير نفسك في الإدارة العليا، ولكن أيضًا لشبكة قوية من جهات الاتصال للعثور على شركاء محترفين أو عملاء أو موردين في المستقبل.

بعد الدراسة في TECH، ستتمكن من تقديم رؤية تجارية جديدة للشركة لإثارة التغييرات ذات الصلة في المنظمة"



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

01 رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

01

02 الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

02

03 وكلاء البناء للتغيير

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

03

04 زيادة إمكانيات التوسع الدولي

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

04

تطوير مشاريع شخصية

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

05

تعزيز القدرة التنافسية

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

06



المؤهل العلمي

تضمن ماجستير خاص في MBA إدارة الأعمال الدولية الدولية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائقة، عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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





ماجستير خاص MBA إدارة الأعمال الدولية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

ماجستير خاص MBA إدارة الأعمال الدولية