

الماجستير التنفيذي MBA إدارة ذكاء الأعمال

tech الجامعة
التكنولوجية



الجامعة
التكنولوجية **tech**

ماجستير خاص MBA إدارة ذكاء الأعمال

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« موجهة إلى: مهندسو الكمبيوتر الذين يرغبون في إعادة توجيه عملهم نحو عالم ذكاء الأعمال، أو المهنيين

الموحدين في هذا المجال BI الذين يحتاجون إلى تحديث مهاراتهم ومعارفهم وتعميقها وتحسينها

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/school-of-business/executive-master-degree/master-mba-business-intelligence-management

الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	المنهجية	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	صفحة 46		صفحة 26		صفحة 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	الملف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 80		صفحة 58		صفحة 54		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 88		صفحة 84				

كلمة الترحيب

التعميم للتكنولوجيات الجديدة وظهور نظم جديدة لتوليد البيانات والمعلومات يجعل من الضروري تطبيق أدوات وتقنيات قادرة على إدارة وتوليف إجراءاتها المتعددة وتكون فعالة في تبسيط المهام التجارية. في هذا السياق، يتم تقديم أنظمة استخبارات الأعمال كأدوات رئيسية في بيئات الأعمال بهدف تفضيل التحكم وصنع القرار الاستراتيجي. في مواجهة هذا الموقف، ابتكرت TECH هذا البرنامج، الموجه إلى معالجة جميع مناهج المعرفة اللازمة، القادرة على تلبية احتياجات التخصص للمهنيين، سواء المهتمين بالرؤية الاستراتيجية والتجارية وكذلك التقنية الأكثر ترحيباً. برنامج تعليمي فريد مع محتوى عالي الجودة، والذي يبرز لتقديم رؤية كاملة، من منظور تجاري وتقني، يغطي الجوانب التي لا تعالجها عادة الدراسات الكلاسيكية في مجال استخبارات الأعمال (Business Intelligence).



كن لاعبًا رئيسيًا في تعريف استراتيجية العمل
والتحكم فيها بفضل MBA إدارة استخبارات الأعمال
(Business Intelligence) من TECH"



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

يسشارك 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 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.

04 الأهداف

تم تصميم هذا البرنامج لتعزيز مهارات طالب الـ MBA إدارة استخبارات الأعمال (Business Intelligence)، بالإضافة إلى تطوير مهارات جديدة ستكون أساسية في تطويرهم المهني ونجاحهم في هذا المجال. بعد البرنامج، سيكون المهني قادرًا على اتخاذ قرارات عالمية بشأن BI من خلال التفكير الرقمي، من منظور مبتكر ورؤية أعمال فريدة.

أحد أهدافنا الأساسية هو إرشادك لتحقيق مهارات ممتازة،
ولهذا الغرض قمنا بتطوير أفضل برنامج استخبارات الأعمال
(Business Intelligence) في السوق اليوم"



TECH تجعل أهداف طلابها خاصة بها

العمل معا لتحقيقها

MBA إدارة استخبارات الأعمال (Business Intelligence) ستمكن الطالب من:

01

تصميم التطبيقات المحتملة لاستخبارات الأعمال (BI) في الشركة

02

فحص الحلول المتقدمة للمشاكل التي قد تنشأ في الشركات، ودمج التقنيات والأساليب المدروسة

03

تطوير رؤية الأعمال والإدارة وصنع القرار

04

وضع أساس لاستكشاف واستغلال معلومات المنظمة (الداخلية والخارجية)

05

تحليل التسويق الرقمي والقيادة وأنواع الحملات



06

تحليل تصور البيانات وأنواعها ومجموعاتها

08

وضع أفضل الممارسات في إدارة بيانات الحملات وتحليل تحقيق أهداف الحملة

09

تحديد أنواع التمثيل المختلفة الأكثر شيوعًا في تحليل البيانات والأدوات الموجودة لتطبيقها

07

تطوير عملية من البداية إلى النهاية لاستخلاص استنتاجات من استغلال المعلومات

10

تحديد مراحل دورة حياة العميل وعلاقته باستراتيجية التسويق الرقمي



14

تحديد المبادئ التي يجب أن تسترشد بها أي معالجة للبيانات الشخصية

11

تحليل جلسات موقع الويب من أجل فهم عملائك بشكل أفضل



12

تطوير المهارات المتعلقة باستكشاف البيانات ونمذجتها (مع R)

15

أساسيات استخدام البيانات الشخصية في مشاريع Big Data

13

تحليل الإطار التنظيمي لحماية البيانات وعلاقته بالتنظيم المستقبلي للأنظمة القائمة على الذكاء الاصطناعي

تقييم العواقب والمخاطر المحتملة لتنفيذ تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي

18

تقييم وإدارة مخاطر مشاريع Big Data التي تنطوي على بيانات شخصية

16

وضع المبادئ التوجيهية المناسبة لتكيف الشركة مع المجتمع المتغير

19



اقتراح نموذج عمل ديناميكي يدعم نموها في الموارد غير الملموسة

20

تحديد التطبيقات المحددة التي يمتلكها الذكاء الاصطناعي حاليًا في مختلف القطاعات وكيفية استخدامها

17

الكفاءات

خلال هذا البرنامج، سيطور الطالب القدرة على فهم أساسيات ومبادئ التسويق التقليدي، وسيكون قادراً على التطبيق في المجالات الضرورية استراتيجياً؛ ولكنه سيقترّب أيضاً من تلك الأدوات الرقمية التي ستسمح له بأن يكون محترف مطلوب في القرن الحادي والعشرين، وإتقان أحدث الاتجاهات الموجهة إلى أتمتة المعالجة واستدامة المنتج. وبالمثل، فإن تطوير معرفة عميقة بالتسويق في صناعة الرفاهية سيمكنهم من إيجاد التوازن بين المواهب الإبداعية والتحليلية ومواجهة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية بمرونة.



سيساعدك هذا البرنامج على اكتساب المهارات
التي تحتاجها للتفوق في عملك اليومي"



01

وضع استراتيجيات وممارسات التغيير من أجل التحول الرقمي للأعمال من خلال التطبيق المتقدم للتقنيات التحليلية

02

فحص الإدارة على المستويات الاستراتيجية والتنظيمية والمشاريع، من وجهة نظر القيمة المقترحة إلى تصميم استراتيجيات تحويل أساليب العمل

03

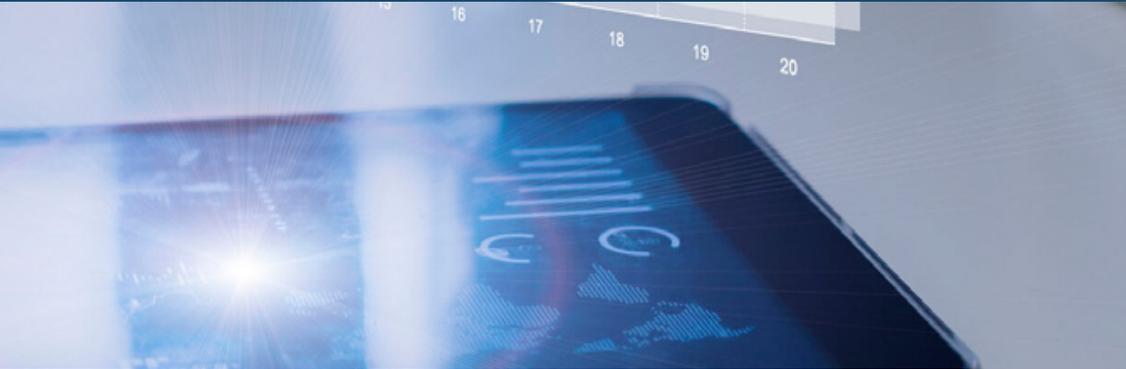
تقديم نظام أساسي لتحليل المعلومات التجارية

04

تحليل مراحل رحلة العميل ونوع الحملات المرتبطة بكل واحدة

05

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



06

تحديد الأنماط والتقنيات المناسبة للمشاكل المعروفة في تحليل البيانات

08

إثبات أفضل مجموعة من التقنيات لزيادة جودة النتائج إلى أقصى حد

09

تحديد التنفيذ التقني لمشكلة النمذجة باستخدام لغات البرمجة

07

تطوير القدرة على استخلاص الاستنتاجات بعد المعالجة المسبقة ونمذجة مجموعة البيانات

10

تطوير أهم المفاهيم المتصلة بالمقاييس والتمثيل الوسيطي

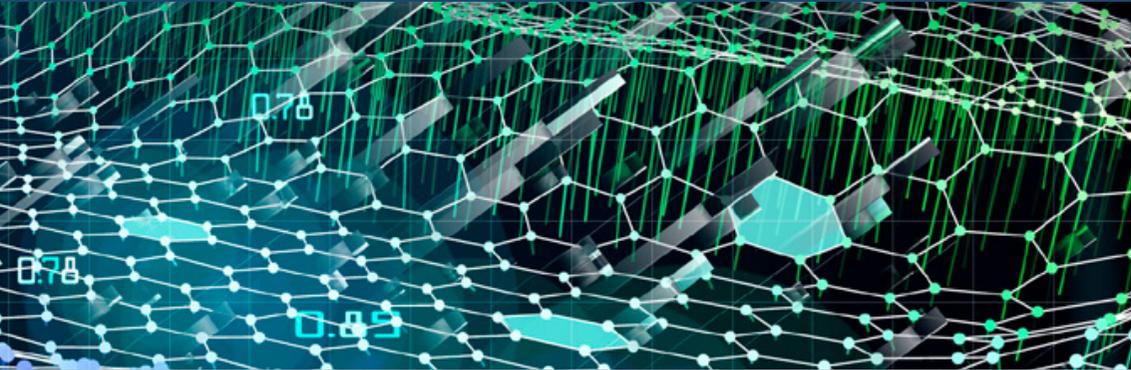


تحديد آليات ضمان توافر المعلومات وسلامتها وسريتها

14

فحص تكوين أداة Google Analytics

11



تحديد الفرق بين Universal Analytics و Google Analytics 4

12

تحليل أدوات وأساليب التلاعب بالبيانات واستخدام أفضل للبيانات،
من أجل تقديم نتائج مفهومة إلى المستفيد النهائي

15

تقييم المعلومات التي تم الحصول عليها من قياس البيانات لتحقيق
أقصى قدر من استراتيجية التسويق: الاحتفاظ والولاء والتحويلات

13

تقديم نموذج قيادي قائم على المرافقة والدعم كتطور
للمنهجية الاستبدادية التقليدية

18

وضع الأسس التي تضي الشرعية على معالجة البيانات الشخصية

16

تقديم التدريب (coaching) كوسيلة لتعزيز أداء موظفينا

19

تطوير مفاهيم PNL كمهارة عملية تضمن النتائج المرجوة من خلال تحديد
الأهداف لكل موقف، وتحسين الوعي العقلي لاستشعار التغييرات الحاصلة،
والتكيف للحصول على تلك النتائج

20

إدخال حقوق الأفراد في مجال حماية البيانات وممارستها والاهتمام به

17



الهيكل والمحتوى

MBA إدارة استخبارات الأعمال (Business Intelligence) هو برنامج استثنائي يتحدى المهني من خلال توجيهه انتباهه إلى النجاح في عالم الأعمال وجودة الخدمات ورأس المال البشري. إنه برنامج تم تنظيمه بطريقة لا يكتسب فيها الطالب كل المعرفة والمهارات المطلوبة فحسب، بل يقدم أيضًا تجربة فريدة ومحفزة ستأخذهم إلى قمة قدرتهم المهنية.



ستتعلم كيفية تأسيس إدارة المشاريع كأداة أساسية
للتأثير على نتائج الشركة ومستقبلك المهني"



خطة الدراسة

MBA إدارة ذكاء الأعمال من TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج مكثف يعد الطلاب لمواجهة التحديات وقرارات الأعمال في المجال التعليمي، على الصعيدين الوطني والدولي.

تم تصميم محتوى MBA إدارة ذكاء الأعمال لتعزيز التحكم واتخاذ القرارات الاستراتيجية في بيئة أعمال ناجحة.

على مدار 2,700 ساعة، يحل الطالب عددًا كبيرًا من الحالات العملية من خلال العمل الفردي والجماعي. وبالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

وبهذه الطريقة، تتناول درجة الماجستير الخاص هذه بعمق مفهوم ذكاء الأعمال من منظور متطور وكامل ومحدث، مع التركيز على حل الاحتياجات الحقيقية لعالم الأعمال. صُمم البرنامج لتدريب المتخصصين الذين يفهمون ذكاء الأعمال Business Intelligence بنهج استراتيجي وعالمي ومبتكر.

خطة مصممة بالكامل للطلاب، تركز على تطويره المهني وإعداده لتحقيق التميز في مجال ذكاء الأعمال. برنامج يتفهم احتياجات الطالب واحتياجات شركتك من ، خلال محتوى مبتكر يعتمد على أحدث الاتجاهات ويدعمه أفضل منهجية تعليمية وهيئة تدريس استثنائية.

يتم إجراء هذا MBA على مدى 12 شهرًا وينقسم إلى 15 وحدات:

الوحدة 1	ذكاء الأعمال في الشركة
الوحدة 2	منظور الأعمال
الوحدة 3	تحول الأعمال القائم على البيانات
الوحدة 4	تصوير البيانات
الوحدة 5	برمجة لتحليل البيانات
الوحدة 6	Digital Marketing Analytics
الوحدة 7	إدارة البيانات
الوحدة 8	حماية البيانات
الوحدة 9	ذكاء الأعمال والذكاء الاصطناعي: الاستراتيجيات والتطبيقات
الوحدة 10	تعظيم الاستفادة من رأس المال البشري في الشركة
الوحدة 11	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة
الوحدة 12	قيادة لأفراد وإدارة المواهب
الوحدة 13	الإدارة الاقتصادية والمالية
الوحدة 14	الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي
الوحدة 15	الإدارة التنفيذية

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية استخدام هذا البرنامج بالكامل عبر الإنترنت. على مدار الـ 12 شهرًا، سيتمكن الطالب من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما يسمح له بإدارة وقت دراسته بنفسه.

تجربة تعليمية فريدة ومفتاحية
وحاسمة لتعزيز تطور المهني
وتحقيق قفزة نهائية.



الوحدة 1. ذكاء الأعمال في الشركة

<p>4.1 Big Data والتقاط البيانات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.1 أسر 2.4.1 التحويل 3.4.1 تخزين 	<p>3.1 مستودع البيانات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.1 التعريف والأهداف Data Martg Data Warehouse 2.3.1 البنيات 3.3.1 النمذجة الأبعاد وأنواع مخططاتها 4.3.1 عملية استخراج وتحويل وتحميل (ETL) 5.3.1 البيانات الوصفية 	<p>2.1 مفهوم الأعمال الجديد</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.1 لماذا ذكاء الأعمال؟ 2.2.1 الحصول على المعلومات 3.2.1 BI في مختلف أقسام الشركة 4.2.1 أسباب للاستثمار في BI 	<p>1.1 Business Intelligence في الشركة</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.1 عالم البيانات 2.1.1 المفاهيم ذات الصلة 3.1.1 الميزات الرئيسية 4.1.1 الحلول في السوق الحالية 5.1.1 بنية عالمية لحل ذكاء الأعمال 6.1.1 الأمن السيبراني في ذكاء الأعمال وعلوم البيانات Data Science
<p>8.1 Machine learning</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.1 Machine Learning 2.8.1 منافع Machine Learning 3.8.1 Deep Learning مقابل Machine Learning 	<p>7.1 التعلم العميق (Deep Learning)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.1 التعلم العميق (Deep Learning) 2.7.1 منافع Deep Learning 	<p>6.1 Dashboards أو لوحات التحكم المتكاملة</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.1 لوحات التحكم 2.6.1 نظم دعم القرار 3.6.1 نظم المعلومات التنفيذية 	<p>5.1 Reporting Business Intelligence (BI)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.1 هياكل قواعد البيانات. 2.5.1 قواعد بيانات OLTP و OLAP 3.5.1 الأمثلة
<p>10.1 تخطيط وإدارة مشروع ذكاء الأعمال</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.1 الخطوات الأولى لتحديد مشروع ذكاء الأعمال 2.10.1 حل ذكاء الأعمال للشركة 3.10.1 أخذ المتطلبات والأهداف 			<p>9.1 أدوات وحلول ذكاء الأعمال</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.1 اختيار أفضل أداة 2.9.1 Microsoft Power BI و Tableaug MicroStrategy 3.9.1 SAP BI, SAS BI و Qlikview 4.9.1 Prometheus

الوحدة 2. المنظور التجاري

<p>4.2. المعلومات كأصول</p> <p>1.4.2. المعلومات والإدارة</p> <p>2.4.2. دورة حياة المعلومات</p> <p>3.4.2. النظام التشغيلي والنظام الاستراتيجي</p>	<p>3.2. تحليل نقاط القوة والفرص ونقاط الضعف والتهديدات</p> <p>1.3.2. استراتيجية الأعمال</p> <p>2.3.2. تحليل نقاط القوة والفرص ونقاط الضعف والتهديدات</p> <p>3.3.2. الأهداف والجداول الزمنية (SMART, C / M / L / P), أهداف متتالية</p> <p>4.3.2. قياس النتائج: معرفة الواقع</p> <p>5.3.2. المؤشرات الأساسية (KPI)</p>	<p>2.2. مؤسسة السوق والعمل</p> <p>1.2.2. السوق والعمل</p> <p>2.2.2. تحليل السوق وتقسيمه</p> <p>1.2.2.2. المنافسة المباشرة وغير المباشرة</p> <p>2.2.2.2. ميزة تنافسية</p>	<p>1.2. الشركة</p> <p>1.1.2. نظرية رأس المال الاستثماري</p> <p>2.1.2. مورفولوجيا المنظمات: الحجم والشكل والنشاط والقطاعات</p> <p>3.1.2. التنظيم والموارد</p> <p>4.1.2. الإدارة واحتياجاتك</p>
<p>8.2. المجالات المشتركة الأخرى</p> <p>1.8.2. إنتاج وتوفير الخدمات</p> <p>2.8.2. التوزيع والخدمات اللوجستية</p> <p>3.8.2. الاتصالات التجارية</p> <p>4.8.2. Inbound Marketing</p>	<p>7.2. التوزيع والمبيعات</p> <p>1.7.2. أهمية القسم</p> <p>2.7.2. القنوات والمعدات</p> <p>3.7.2. أنواع المبيعات والاستهلاك</p>	<p>6.2. تحليل الإنتاجية</p> <p>1.6.2. الإيرادات والنفقات والاستثمار والاستهلاك</p> <p>2.6.2. تحليل وتوزيع التكاليف</p> <p>3.6.2. عائد الاستثمار ومعدلات الفائدة آخرون</p>	<p>5.2. لوحة القيادة المتكاملة</p> <p>1.5.2. لوحة التحكم العملياتية والتكتيكية والاستراتيجية</p> <p>2.5.2. تعريف CMI</p> <p>3.5.2. منظور مالي</p> <p>4.5.2. منظور العملاء</p> <p>5.5.2. منظور العمليات الداخلية</p> <p>6.5.2. منظور التعلم والنمو</p>
<p>9.2. إدارة البيانات</p> <p>1.9.2. الأدوار والمسؤوليات (الأدوار الإدارية والأدوار التقنية)</p> <p>2.9.2. تحديد أصحاب المصلحة (stakeholders)</p> <p>3.9.2. أنظمة إدارة المعلومات (مقدمة وأنواع، بدون تفصيل تقنية)</p> <p>4.9.2. نوع أنظمة التشغيل</p> <p>5.9.2. النظام الاستراتيجي أو نظام دعم القرارات</p> <p>6.9.2. منصات للمعلومات: Cloud Computing مقابل On Premise</p> <p>10.2. استكشاف المعلومات:</p> <p>1.10.2. مقدمة SQL: قواعد البيانات العلائقية المفاهيم الأساسية (DML, PK, FK, JOINS و DDL)</p> <p>2.10.2. الشبكات والاتصالات: الشبكات العامة/الخاصة، وعنوان الشبكة/الشبكة الفرعية/جهاز التوجيه والنظام الوطني للمعلومات. نفق VPN و SSH</p> <p>3.10.2. نظام التشغيل: نماذج البيانات الموحدة</p> <p>4.10.2. النظام الاستراتيجي: النمذجة متعددة الأبعاد، و OLAP، ولوحات المعلومات الرسومية Dashboards</p> <p>5.10.2. التحليل الاستراتيجي لقواعد البيانات. وتكوين التقارير</p>			

الوحدة 3. تحول الأعمال القائم على البيانات

4.3. النظام الأوروبي العام لحماية البيانات (GDPR) في التسويق الرقمي	3.3. إدارة البيانات للحملات	2.3. Customer Journey	1.3. Big Data
1.4.3. إخفاء هوية البيانات والتلاعب بالبيانات الشخصية	1.3.3. Datalab و Datawarehouse	1.2.3. دورة حياة العميل	1.1.3. Big Data في الشركات
2.4.3. مفهوم روبنسون	2.3.3. أدوات إنشاء الحملة	2.2.3. رابطة الحملات لدورة الحياة	2.1.3. مفهوم القيمة
3.4.3. قوائم الاستبعاد	3.3.3. طرق القيادة	3.2.3. مقاييس الحملة	3.1.3. إدارة المشاريع القيمة
7.3. أمثلة الأعمال التي تطبق تقنيات البيانات الضخمة	6.3. تحليل وتوصيف العملاء	5.3. لوحة التحكم	
1.7.3. Upselling/Cross-selling	1.6.3. 306° رؤية العميل	1.5.3. KPIs	
2.7.3. نماذج الميل	2.6.3. علاقة التحليل بالأفعال التكتيكية	2.5.3. الجمهور	
3.7.3. نماذج المخاطر	3.6.3. أدوات التحليل	3.5.3. الأدوات	
4.7.3. تنبؤات		4.5.3. storytelling	
5.7.3. معالجة الصور			

الوحدة 4. تصوير البيانات

1.4. تصوير البيانات 1.1.4. العرض المرئي للمعلومات 2.1.4. أهمية تحليل البيانات والتصوير 3.1.4. التطور	2.2. التصميم 1.2.4. استخدام اللون 2.2.4. التكوين والطباعة 3.2.4. التوصيات	3.3. أنواع البيانات 1.3.4. نوعية 2.3.4. كمية 3.3.4. البيانات المؤقتة	4.4. مجموعات بيانات 1.4.4. ملفات 2.4.4. قواعد البيانات 3.4.4. البيانات المفتوحة 4.4.4. تدفق البيانات Streaming
5.4. أنواع التمثيل الشائعة 1.5.4. من الأعمدة 2.5.4. من الحانات 3.5.4. من الخطوط 4.5.4. من المناطق 5.5.4. من التشتت	6.4. أنواع التمثيل المتقدم 1.6.4. تعاميم 2.6.4. من الخواتم 3.6.4. من الفقاعات 4.6.4. الخرائط	7.4. التطبيق حسب المناطق 1.7.4. العلوم السياسية وعلم الاجتماع 2.7.4. علوم 3.7.4. Marketing 4.7.4. الصحة والعافية 5.7.4. علم الارصاد الجوية 6.7.4. الأعمال والمالية	8.4. storytelling 1.8.4. أهمية storytelling 2.8.4. تاريخ storytelling 3.8.4. تطبيق storytelling
9.4. برمجيات للتصور 1.9.4. تجاري 2.9.4. مجاني 3.9.4. أونلاين 4.9.4. البرمجيات الحرة	10.4. مستقبل تصور البيانات 1.10.4. الواقع الافتراضي 2.10.4. الواقع المعزز 3.10.4. الذكاء الاصطناعي		

الوحدة 5. البرمجة لتحليل البيانات

<p>4.5 استخراج وتحليل المعلومات</p> <p>1.4.5 ملخصات إحصائية</p> <p>2.4.5 تحليل أحادي المتغير</p> <p>3.4.5 تحليل متعدد المتغيرات</p>	<p>3.5 الهياكل والعمليات</p> <p>1.3.5 العمليات مع البيانات</p> <p>2.3.5 هياكل التحكم</p> <p>3.3.5 عمليات بالملفات</p>	<p>2.5 أنواع البيانات</p> <p>1.2.5 أنواع أساسية</p> <p>2.2.5 أنواع معقدة</p> <p>3.2.5 هياكل أخرى</p>	<p>1.5 برمجة لتحليل البيانات</p> <p>1.1.5 لغات لتحليل البيانات</p> <p>2.1.5 تطور وخصائص الأدوات الرئيسية</p> <p>3.1.5 التثبيت والتكوين</p>
<p>8.5 نمذجة البيانات</p> <p>1.8.5 مراحل النمذجة</p> <p>2.8.5 تقسيم مجموعة البيانات</p> <p>3.8.5 مقياس التنبؤ</p>	<p>7.5 المعالجة المسبقة المتقدمة</p> <p>1.7.5 أخذ عينات فرعية</p> <p>2.7.5 إعادة أخذ العينات</p> <p>3.7.5 الحد من الأبعاد</p>	<p>6.5 المعالجة المسبقة</p> <p>1.6.5 أهمية جودة البيانات</p> <p>2.6.5 الكشف والتحليل Outliers</p> <p>3.6.5 عوامل جودة مجموعة البيانات الأخرى</p>	<p>5.5 العرض</p> <p>1.5.5 الرسوم البيانية أحادية المتغير</p> <p>2.5.5 مخططات متعددة المتغيرات</p> <p>3.5.5 رسومات أخرى ذات أهمية</p>
		<p>10.5 الأدوات والممارسات الجيدة</p> <p>1.10.5 الممارسات الجيدة للنمذجة</p> <p>2.10.5 أدوات محلل البيانات</p> <p>3.10.5 الخاتمة والمكتبات ذات الأهمية</p>	<p>9.5 نمذجة البيانات المتقدمة</p> <p>1.9.5 نماذج غير خاضعة للرقابة</p> <p>2.9.5 النماذج الخاضعة للإشراف</p> <p>3.9.5 مكتبات النمذجة</p>

4.6 . الأبعاد 1.4.6 . الحملة/الكلمة الرئيسية (keyword) 2.4.6 . المصدر / الوسيط 3.4.6 . محتوى	3.6 . المقاييس والتحويلات 1.3.6 . المقاييس الأساسية 2.3.6 . (المقاييس المتقدمة أو KPI مؤشرات الأداء الرئيسية) 3.3.6 . التحويلات	2.6 . Google Analytics 1.2.6 . فيما يتعلق Google Analytics 2.2.6 . المقاييس مقابل البعد 3.2.6 . أهداف القياس	1.6 . تحليلات الويب 1.1.6 . تحليلات الويب الاستخدام 2.1.6 . التاريخ 3.1.6 . المنهجية المطبقة
8.6 . التقارير المتقدمة 1.8.6 . الأنواع 2.8.6 . تقارير مخصصة 3.8.6 . APIs	7.6 . التقارير 1.7.6 . التحليلات في الوقت الحقيقي 2.7.6 . تحليلات الجمهور 3.7.6 . تحليلات الاستحواذ 4.7.6 . التحليلات السلوكية 5.7.6 . تحليلات التحويل	6.6 . إعدادات تحليلات جوجل 1.6.6 . التثبيت والتكامل 2.6.6 . هيكل التحليلات العالمية: الحسابات والخصائص والمشاهدات 3.6.6 . الأهداف ومسارات التحويل	5.6 . Universal Analytics مقابل Google Analytics 4 1.5.6 . الاختلافات UA مقابل 4GA 2.5.6 . المزايا والقيود 3.5.6 . استخدام أدوات UA و 4GA
		10.6 . التحليلات الرقمية 1.10.6 . وساطة 2.10.6 . التنفيذ 3.10.6 . الاستنتاجات	9.6 . القطاعات 1.9.6 . الفرق بين المقطع والمرشح 2.9.6 . أنواع القطاعات: محددة مسبقًا/مخصصة 3.9.6 . تجديد النشاط التسويقي

الوحدة 7. إدارة البيانات

<p>4.7 جمع البيانات 1.4.7 منهجية التحصيل 2.4.7 أدوات التحصيل 3.4.7 قنوات التحصيل</p>	<p>3.7 تخطيط إدارة البيانات 1.3.7 تعريف الأهداف 2.3.7 تحديد الموارد المتاحة 3.3.7 إنشاء الفترات 4.3.7 هيكل البيانات</p>	<p>2.7 أنواع البيانات الإحصائية 1.2.7 حسب النوع 1.1.2.7 البيانات الكمية: بيانات مستمرة ومنفصلة 2.1.2.7 التوعية: البيانات ذات الحدين والبيانات الاسمية والبيانات الترتيبية 2.2.7 حسب شكلها: عددي، نصي، منطقي 3.2.7 حسب مصدرها: الرئيسية والثانوية</p>	<p>1.7 إحصائيات 1.1.7 الإحصاءات: الإحصاءات الوصفية، والاستنتاجات الإحصائية 2.1.7 المجموعة، العينة، الفرد 3.1.7 المتغيرات: التعريف ومقاييس القياس</p>
<p>8.7 مستودع البيانات (Datawarehouse) 1.8.7 العناصر التي تتألف منها 2.8.7 التصميم 3.8.7 الجوانب التي ينبغي النظر فيها</p>	<p>7.7 تصوير البيانات 1.7.7 التصور المثالي حسب نوع البيانات 2.7.7 الاعتبارات المرتبطة بالمستخدم النهائي 3.7.7 النماذج التنفيذية لعرض النتائج</p>	<p>6.7 تحليل البيانات وتفسيرها وتقييم النتائج 1.6.7 المقاييس الإحصائية 2.6.7 مؤشرات العلاقة 3.6.7 استخراج البيانات</p>	<p>5.7 تنظيف البيانات 1.5.7 مراحل تطهير البيانات 2.5.7 جودة البيانات 3.5.7 معالجة البيانات (مع برنامج آر)</p>
		<p>10.7 تطبيقات عملية 1.10.7 استكشاف البيانات 2.10.7 التلاعب وتعديل الأنماط والهياكل 3.10.7 تطبيق الاختبار والنمذجة</p>	<p>9.7 توافر البيانات 1.9.7 الدخول 2.9.7 الوصول 3.9.7 الأمان</p>

الوحدة 8. حماية البيانات

<p>4.8. أسس الشرعية أو الشرعية والمؤهلات الخاصة بالمعاملة، بما في ذلك، عند الاقتضاء، توصيل البيانات</p> <p>1.4.8. موافقة</p> <p>2.4.8. العلاقة التعاقدية أو التدابير السابقة للتعاقد</p> <p>3.4.8. الوفاء بالتزام قانوني</p> <p>4.4.8. حماية المصالح الحيوية لشخص البيانات أو لشخص آخر</p> <p>5.4.8. المصلحة العامة أو ممارسة السلطات العامة</p> <p>6.4.8. المصلحة المشروعة: تحقيق التوازن بين المصالح</p>	<p>3.8. المبادئ المتعلقة بتجهيز البيانات الشخصية</p> <p>1.3.8. الشرعية والولاء والشفافية</p> <p>2.3.8. تحديد الغرض</p> <p>3.3.8. التقليل من البيانات والدقة والحد من فترة الاحتفاظ</p> <p>4.3.8. النزاهة والسرية</p> <p>5.3.8. المسؤولية الاستباقية</p>	<p>2.8. التنظيم المنسق للذكاء الاصطناعي: اقتراح لائحة أوروبية</p> <p>1.2.8. الممارسات المحظورة</p> <p>2.2.8. أنظمة الذكاء الاصطناعي عالية الخطورة</p> <p>3.2.8. تدابير دعم الابتكار</p>	<p>1.8. لوائح حماية البيانات</p> <p>1.1.8. الإطار التنظيمي</p> <p>2.1.8. التعريف</p> <p>3.1.8. الخاضعين للائحة</p> <p>1.3.1.8. الاختلافات بين المديرين والمراقبين المشتركين ومديري العلاج</p> <p>4.1.8. شخصية مندوب حماية البيانات</p>
<p>8.8. تقييم الأثر المتعلق بحماية البيانات الشخصية (EIPD أو DPIA)</p> <p>1.8.8. دراسة الحاجة إلى EIPD</p> <p>2.8.8. منهجيات التقييم</p> <p>3.8.8. تحديد المخاطر والتهديدات</p> <p>4.8.8. التشاور المسبق مع السلطة الإشرافية</p>	<p>7.8. تقنيات لضمان الامتثال للوائح حماية البيانات</p> <p>1.7.8. تحديد تدابير المسؤولية الاستباقية</p> <p>2.7.8. التدابير التنظيمية</p> <p>3.7.8. التدابير الفنية</p> <p>4.7.8. سجل أنشطة العلاج</p> <p>5.7.8. إدارة الانتهاكات الأمنية</p> <p>6.7.8. أكواد قواعد السلوك والشهادات</p>	<p>6.8. حماية البيانات عن طريق التصميم: تحليل وإدارة مخاطر معالجة البيانات الشخصية</p> <p>1.6.8. تحديد المخاطر والتهديدات لحقوق الأشخاص الطبيعيين</p> <p>2.6.8. تقييم المخاطر</p> <p>3.6.8. خطة معالجة المخاطر</p>	<p>5.8. حقوق الأفراد</p> <p>1.5.8. الشفافية والمعلومات</p> <p>2.5.8. الدخول</p> <p>3.5.8. التصحيح والحذف (الحق في النسيان) والتحديد وإمكانية النقل</p> <p>4.5.8. المعارضة والقرارات الفردية الآلية</p> <p>5.5.8. حدود الحقوق</p>
		<p>10.8. سلطات الرقابة. المخالفات والعقوبات</p> <p>1.10.8. المخالفات</p> <p>2.10.8. العقوبات</p> <p>3.10.8. إجراء تأديبي</p> <p>4.10.8. سلطات الرقابة وآليات التعاون</p>	<p>9.8. التنظيم التعاقد بين المسؤولين والمديرين وموضوعات أخرى عند الاقتضاء. عمليات نقل البيانات الدولية</p> <p>1.9.8. عقد الوصول إلى البيانات أو معالجتها</p> <p>2.9.8. العقود بين المراقبين المشتركين</p> <p>3.9.8. مسؤوليات الأطراف</p> <p>4.9.8. التعريف والضمانات التي يجب اعتمادها في عمليات النقل الدولية</p>

الوحدة 9. ذكاء الأعمال والذكاء الاصطناعي: الاستراتيجيات والتطبيقات

<p>4.9 Retail</p> <p>1.4.9 آثار الذكاء الاصطناعي في Retail. الفرص والتحديات</p> <p>2.4.9 حالات الاستخدام</p> <p>3.4.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي</p> <p>4.4.9 التطورات المحتملة/الاستخدامات المستقبلية للذكاء الاصطناعي</p>	<p>3.9 المخاطر المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الرعاية الصحية</p> <p>1.3.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي</p> <p>2.3.9 التطورات المحتملة/الاستخدامات المستقبلية للذكاء الاصطناعي</p>	<p>2.9 آثار الذكاء الاصطناعي في الخدمة الصحية</p> <p>1.2.9 آثار الذكاء الاصطناعي في قطاع الصحة. الفرص والتحديات</p> <p>2.2.9 حالات الاستخدام</p>	<p>1.9 الخدمات المالية</p> <p>1.1.9 الآثار المترتبة على الذكاء الاصطناعي (AI) في الخدمات المالية. الفرص والتحديات</p> <p>2.1.9 حالات الاستخدام</p> <p>3.1.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي</p> <p>4.1.9 التطورات المحتملة/الاستخدامات المستقبلية للذكاء الاصطناعي</p>
<p>8.9 التعليم</p> <p>1.8.9 آثار الذكاء الاصطناعي على التعليم: الفرص والتحديات</p> <p>2.8.9 حالات الاستخدام</p> <p>3.8.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي</p> <p>4.8.9 التطورات المحتملة/الاستخدامات المستقبلية للذكاء الاصطناعي</p>	<p>7.9 الإدارة العامة</p> <p>1.7.9 آثار الذكاء الاصطناعي على الإدارة العامة: الفرص والتحديات</p> <p>2.7.9 حالات الاستخدام</p> <p>3.7.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي</p> <p>4.7.9 التطورات المحتملة/الاستخدامات المستقبلية للذكاء الاصطناعي</p>	<p>6.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصناعة 4.0</p> <p>1.6.9 حالات الاستخدام</p> <p>2.6.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي</p> <p>3.6.9 التطورات المحتملة/الاستخدامات المستقبلية للذكاء الاصطناعي</p>	<p>5.9 الصناعة 4.0</p> <p>1.5.9 آثار الذكاء الاصطناعي على الصناعة 4.0. الفرص والتحديات</p> <p>2.5.9 حالات الاستخدام</p>
		<p>10.9 الموارد البشرية</p> <p>1.10.9 آثار الذكاء الاصطناعي في الموارد البشرية. الفرص والتحديات</p> <p>2.10.9 حالات الاستخدام</p> <p>3.10.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي</p> <p>4.10.9 التطورات المحتملة/الاستخدامات المستقبلية للذكاء الاصطناعي</p>	<p>9.9 الغابات والزراعة</p> <p>1.9.9 آثار الذكاء الاصطناعي على الغابات والزراعة. الفرص والتحديات</p> <p>2.9.9 حالات الاستخدام</p> <p>3.9.9 المخاطر المحتملة المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي</p> <p>4.9.9 التطورات المحتملة/الاستخدامات المستقبلية للذكاء الاصطناعي</p>

الوحدة 10. تعظيم الاستفادة من رأس المال البشري في الشركة

<p>4.10. تدريب الأعمال</p> <p>1.4.10. التدريب الإرشادي Coaching للأعمال</p> <p>2.4.10. ممارسة التدريب Coaching</p> <p>3.4.10. أنواع التدريب والتدريب في المنظمات</p> <p>1.3.4.10. التدريب coaching كأسلوب قيادة</p>	<p>3.10. الاتصال داخل الشركة</p> <p>1.3.10. عملية التواصل في الشركة</p> <p>2.3.10. العلاقات الشخصية في الشركة</p> <p>3.3.10. تقنيات التواصل من أجل التغيير</p> <p>1.3.3.10. storytelling</p> <p>2.3.3.10. تقنيات الاتصال الحازمة، ردود الفعل، الإجماع</p>	<p>2.10. كفاءات المدير</p> <p>1.2.10. العملية الإدارية</p> <p>2.2.10. مهام الإدارة</p> <p>3.2.10. إدارة القيادة الجماعية في الشركات: العلاقات الجماعية</p>	<p>1.10. رأس المال البشري في الشركة</p> <p>1.1.10. قيمة رأس المال البشري في العالم التكنولوجي</p> <p>2.1.10. مهارات الإدارة</p> <p>3.1.10. نقلة نوعية في نماذج الإدارة</p>
<p>8.10. إدارة تغيير الأعمال</p> <p>1.8.10. عوامل التغيير التنظيمي</p> <p>2.8.10. التخطيط الاستراتيجي</p> <p>3.8.10. إدارة التغيير التنظيمي</p> <p>1.3.8.10. من أجل التغيير غير الملموس: الفرق، التواصل، الثقافة، القيادة</p> <p>2.3.8.10. بالنسبة للتغيير الأساسي أو الملموس: تحديد الهدف وقياس الأداء والتعلم والاعتراف والمكافآت</p>	<p>7.10. تقنيات التفاوض</p> <p>1.7.10. التفاوض في المجال الإداري لشركات التكنولوجيا</p> <p>2.7.10. الإستراتيجيات وأنواع التفاوض الرئيسية</p> <p>3.7.10. شخصية المتفاوض</p>	<p>6.10. الوساطة وحل الخلافات في الشركة</p> <p>1.6.10. الصراعات</p> <p>2.6.10. منع نشوب النزاعات ومعالجتها وحلها</p> <p>3.6.10. الضغوط والتحفيز في العمل</p>	<p>5.10. توجيه الأعمال</p> <p>1.5.10. Mentoring في الشركة</p> <p>2.5.10. العمليات الأربع لبرنامج المراقبة Mentoring</p> <p>3.5.10. فوائد أداة العمل هذه</p>
		<p>10.10. ديناميكيات المجموعة التصنيف</p> <p>1.10.10. دور المروج</p> <p>2.10.10. تقنيات ديناميكية المجموعة</p> <p>1.2.10.10. العصف الذهني</p> <p>2.2.10.10. 6/6 Philips</p> <p>3.2.10.10. منطاد الهواء الساخن D</p>	<p>9.10. تقنيات لتحسين أداء الفريق</p> <p>1.9.10. تقنيات العمل الجماعي</p> <p>2.9.10. التفويض في فرق العمل</p>

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

4.11. التنمية الإدارية والقيادة	3.11. Cross Cultural Management	2.11. القيادة	1.11. العولمة والحوكمة
<ul style="list-style-type: none"> 1.4.11. مفهوم التنمية الإدارية 2.4.11. مفهوم القيادة 3.4.11. نظريات القيادة 4.4.11. أساليب القيادة 5.4.11. الذكاء في القيادة 6.4.11. تحديات القائد اليوم 	<ul style="list-style-type: none"> 1.3.11. مفهوم Cross Cultural Management 2.3.11. مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية 3.3.11. إدارة التنوع 	<ul style="list-style-type: none"> 1.2.11. القيادة. النهج المفاهيمي 2.2.11. القيادة في الشركات 3.2.11. أهمية القائد في إدارة الأعمال 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1.11. الحوكمة والحوكمة المؤسسية 2.1.11. أساسيات حوكمة الشركات في الشركات 3.1.11. دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات
8.11. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة	7.11. المسؤولية الاجتماعية للشركة	6.11. الاستدامة	5.11. أخلاقيات العمل
<ul style="list-style-type: none"> 1.8.11. RSC: المسؤولية الاجتماعية للشركات 2.8.11. القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة 3.8.11. خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات 4.8.11. أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات 	<ul style="list-style-type: none"> 1.7.11. البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات 2.7.11. تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة 3.7.11. التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات 	<ul style="list-style-type: none"> 1.6.11. الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة 2.6.11. أجندة 2020 3.6.11. الشركات المستدامة 	<ul style="list-style-type: none"> 1.5.11. الأخلاق والأخلاقيات 2.5.11. أخلاقيات الأعمال التجارية 3.5.11. القيادة والأخلاقيات في الشركة
		10.11. البيئة القانونية و Corporate Governance	9.11. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
		<ul style="list-style-type: none"> 1.10.11. لوائح الاستيراد والتصدير الدولية 2.10.11. الملكية الفكرية والصناعية 3.10.11. قانون العمل الدولي 	<ul style="list-style-type: none"> 1.9.11. العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان 2.9.11. الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي 3.9.11. الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان

4.12. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
1.4.12. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية
2.4.12. تحديد المواهب والتدريب والتطوير
3.4.12. الولاء والاحتفاظ
4.4.12. المبادرة والابتكار

3.12. تقييم الأداء وإدارة الأداء
1.3.12. إدارة الأداء
2.3.12. إدارة الأداء: عملية ونظام

2.12. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات
1.2.12. التحليل المحتمل
2.2.12. سياسة المكافآت
3.2.12. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي

1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية
1.1.12. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية
2.1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية

7.12. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها
1.7.12. الإنتاجية
2.7.12. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها

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

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

الوحدة 13. الإدارة الاقتصادية والمالية

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

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

الوحدة 15. مدير إدارة

<p>4.15. أدوات التواصل الشخصية والتنظيمية</p> <p>1.4.15. التواصل بين الأشخاص</p> <p>2.4.15. أدوات التواصل بين الأشخاص</p> <p>3.4.15. التواصل في المنظمات</p> <p>4.4.15. الأدوات في المنظمة</p>	<p>3.15. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين</p> <p>1.3.15. التواصل بين الأشخاص</p> <p>2.3.15. مهارات التواصل والتأثير</p> <p>3.3.15. حواجز التواصل</p>	<p>2.15. إدارة العمليات</p> <p>1.2.15. أهمية الإدارة</p> <p>2.2.15. سلسلة القيمة</p> <p>3.2.15. إدارة الجودة</p>	<p>1.15. General Management</p> <p>1.1.15. مفهوم General Management</p> <p>2.1.15. عمل Manager General</p> <p>3.1.15. المدير العام ومهامه</p> <p>4.1.15. تحويل عمل الإدارة</p>
<p>8.15. خلق العلامة التجارية الشخصية</p> <p>1.8.15. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية</p> <p>2.8.15. قوانين العلامات التجارية الشخصية</p> <p>3.8.15. أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية</p>	<p>7.15. الذكاء العاطفي</p> <p>1.7.15. الذكاء العاطفي والتواصل</p> <p>2.7.15. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال</p> <p>3.7.15. الثقة بالنفس والإعلام العاطفي</p>	<p>6.15. إعداد خطة للأزمات</p> <p>1.6.15. تحليل المشاكل المحتملة</p> <p>2.6.15. التخطيط</p> <p>3.6.15. تكيف الموظفين</p>	<p>5.15. التواصل في حالات الأزمات</p> <p>1.5.15. أزمات</p> <p>2.5.15. مراحل الأزمات</p> <p>3.5.15. الرسائل: المحتويات واللمحظات</p>
			<p>9.15. القيادة وإدارة الفرق</p> <p>1.9.15. القيادة وأساليب القيادة</p> <p>2.9.15. قدرات القائد والتحديات</p> <p>3.9.15. إدارة عملية التغيير</p> <p>4.9.15. إدارة فرق متعددة الثقافات</p>

تجربة تدريبية فريدة ورئيسية وحاسمة لتعزيز
تطورك المهني وتحقيق "





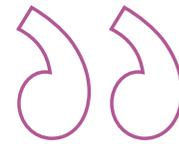
المنهجية

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)

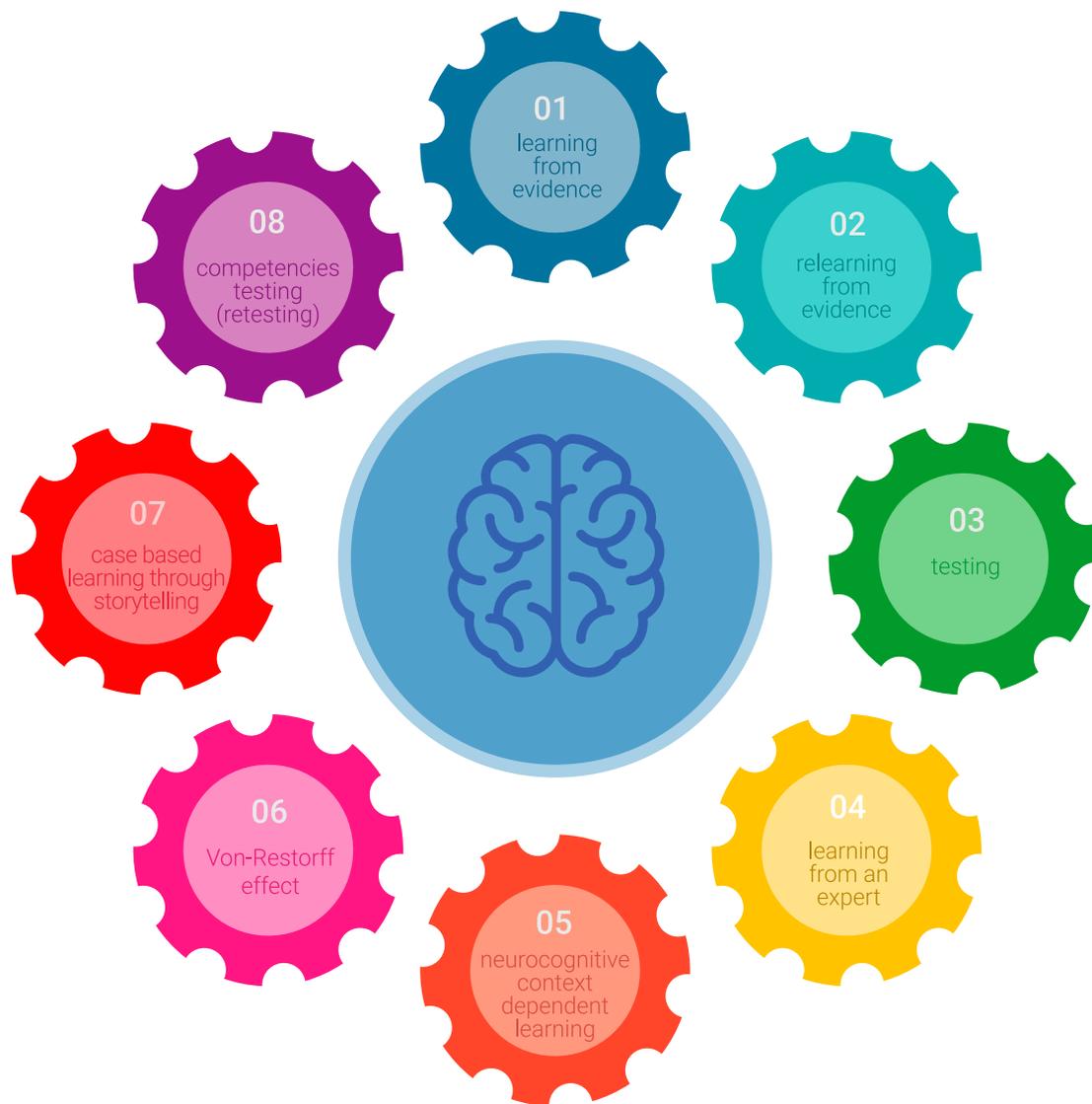
تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

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، 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 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.

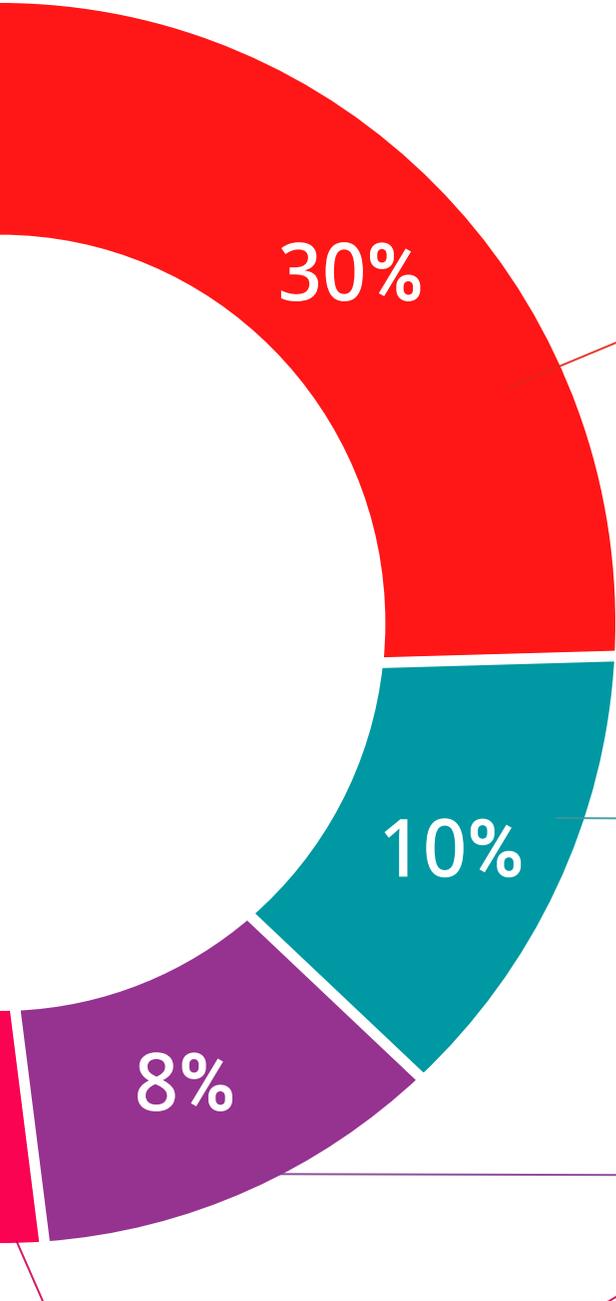
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 الحُصين 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.



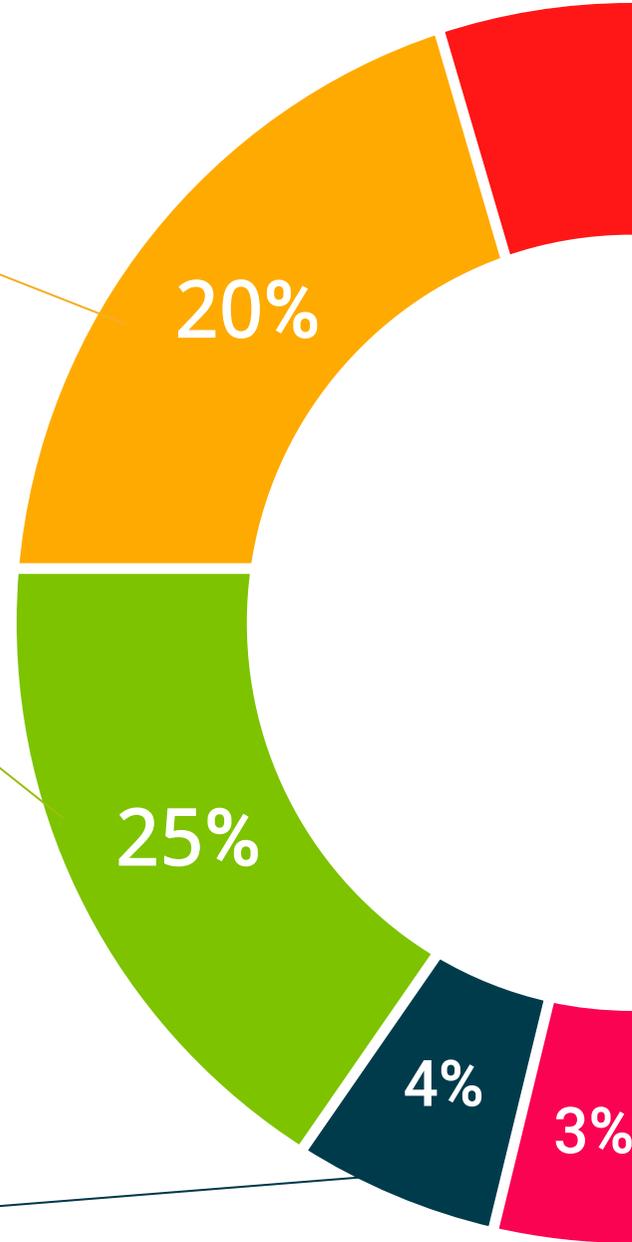
ملخصات تفاعلية

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

موجه إلى مهندسي الكمبيوتر الراغبين في إعادة توجيه عملهم نحو عالم استخبارات الأعمال، أو المهنيين الراسخين في مجال BI الذين يحتاجون إلى تحديث وتعميق وتحسين مهاراتهم ومعرفتهم.

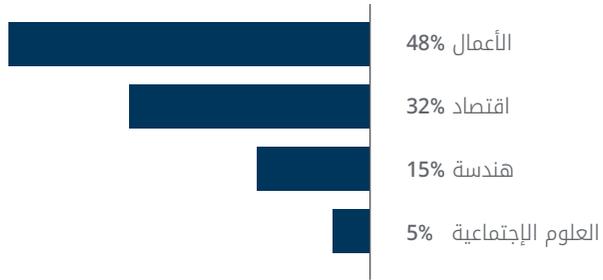
من ناحية أخرى، يشكل تنوع المشاركين الذين لديهم خلفيات أكاديمية مختلفة ومن جنسيات متعددة النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج، بمشاركة عالمية.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أيضاً دراسة الماجستير التنفيذي من قبل المهنيين الذين تخرجوا من الجامعة في أي مجال، الذين يتمتعون بخبرة عامين في مجال BI.



إذا كانت لديك خبرة في مجال استخبارات الأعمال وتبحث عن دفعة في حياتك المهنية، فلا تتردد في دراسة هذا البرنامج"

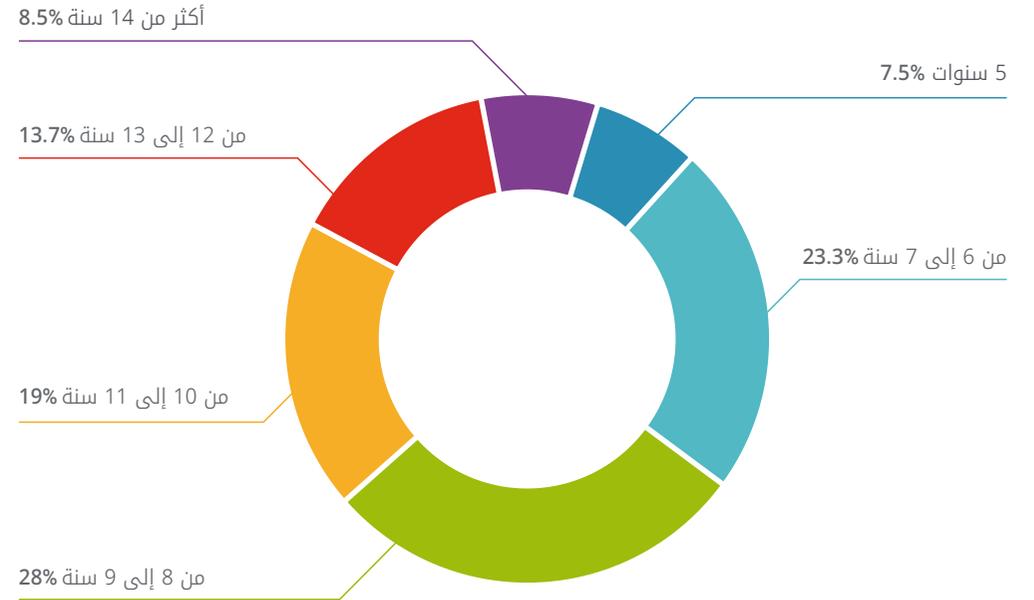
المؤهل في المجال



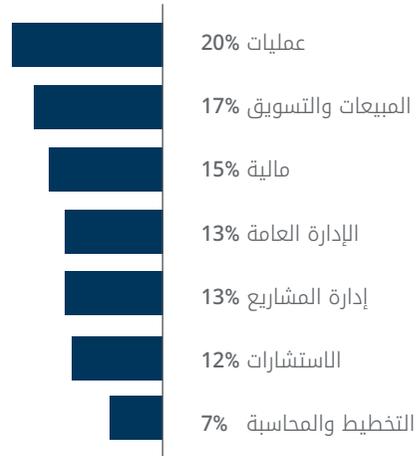
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة



المؤهل الأكاديمي



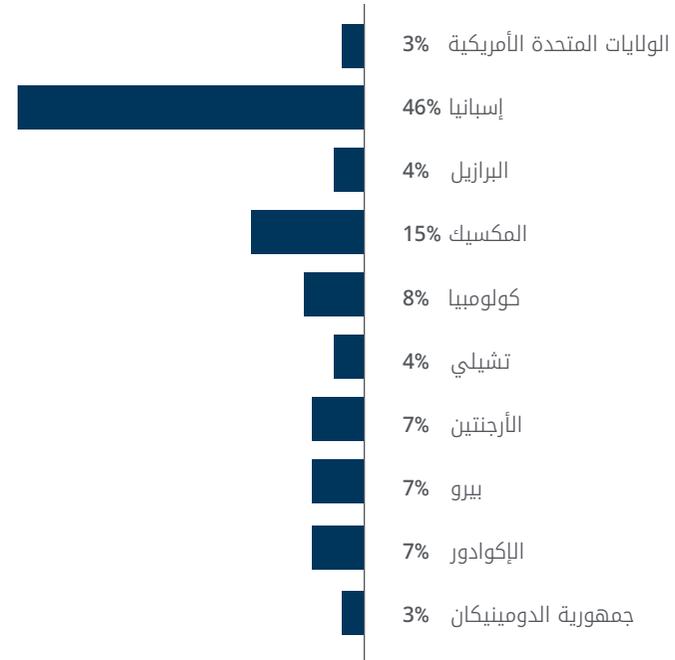


Antonio Usera

محلل بيانات

"بفضل هذا البرنامج، انغمست في استخبارات الأعمال (Business Intelligence) كما لم يحدث من قبل وتعلمت كيفية تطوير الاستراتيجيات من خلال تحليل البيانات بطريقة لم أفكر فيها من قبل، بطريقة ساعدت في تحسين القسم التجاري للشركة"

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تلتزم TECH باستمرار بالتميز الأكاديمي. ولهذا السبب، يضم كل برنامج من برامجها فرق تدريس مرموقة للغاية. يتمتع هؤلاء الخبراء بخبرة واسعة في مجالاتهم المهنية، وفي الوقت نفسه، حققوا نتائج مهمة من خلال أبحاثهم التجريبية وعملهم الميداني. علاوة على ذلك، يلعب هؤلاء المتخصصون دورًا رائدًا ضمن الشهادة الجامعية، ويتحملون مسؤولية اختيار المحتوى الأحدث والأكثر ابتكارًا لإدراجه في المناهج الدراسية. وفي نفس الوقت، يشاركون في تطوير العديد من موارد الوسائط المتعددة ذات الدقة التربوية العالية.

تعلم من كبار المهنيين من مختلف الميادين المتصلة بعجال AI



المدير الدولي المستضاف



تتمتع Jennifer Dove بخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق استقطاب المواهب العالمية، وهي خبيرة في مجال التوظيف والاستراتيجية التكنولوجية. وطوال مسيرتها المهنية، شغلت مناصب عليا في العديد من المؤسسات التكنولوجية داخل شركات مدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك Comcast و NBCUniversal. وقد أتاح لها سجلها الحافل التفوق في بيئات تنافسية عالية النمو. وبصفتها نائب رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، فهي تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتتعاون مع قادة الأعمال والموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. وهي تهدف على وجه الخصوص إلى بناء فرق عمل متنوعة وشاملة وذات أداء عالٍ تدفع الابتكار والنمو في منتجات الشركة وخدماتها. بالإضافة إلى ذلك، فهي خبيرة في استخدام الأدوات اللازمة لجذب أفضل الأشخاص من جميع أنحاء العالم والاحتفاظ بهم. كما أنها مسؤولة أيضاً عن الترويج لعلامة Mastercard التجارية والقيمة التي تقدمها الشركة من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

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

أ. Jennifer Dove

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

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



المدير الدولي المستضاف

طور Rick Gauthier، رائد تقني مع عقود من الخبرة في مجال التكنولوجيا في كبرى شركات التكنولوجيا متعددة الجنسيات 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. إدارة ودمج خدمات تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالشركة في الولايات Amazon وقد أتاحت له مسيرته المهنية في فريقاً مكوناً من 104 أشخاص، وكان مسؤولاً عن توفير البنية التحتية لتكنولوجيا Microsoft المتحدة. قاد في شركة 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 من Divers Institute of Technology
- ♦ شهادة في الدراسات البيئية من The Evergreen State College



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

المدير الدولي المستضاف

هو خبير دولي شهير يتمتع بخبرة تزيد عن عقدين من الزمن في مجال التحول الرقمي، والتسويق، Romi Arman 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، ودفعتهم إلى الابتعاد للطاقة على أن تصبح شركات رائدة حقيقية في السوق، مع Shell عن نماذج الأعمال التقليدية. هكذا، قد ساعد شركات مثل التركيز على عملائها و العالم الرقمي.

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

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

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



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

هو خبير متمرس في إدارة البيانات وقائد فريق عمل على درجة عالية من الكفاءة. في الواقع، يشغل Manuel Arens حيث قضى معظم، منصب مدير المشتريات العالمية في قسم البنية التحتية التقنية ومركز البيانات في Arens حلاً للتحديات التشغيلية التي تواجه عملاق Mountain View، حياته المهنية. قد قدمت الشركة، التي يقع مقرها في التكنولوجيا، مثل تكامل البيانات الرئيسية، وتحديثات 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 والقياس والإسناد. في medición، في جميع جوانب تقديم الحلول الاستراتيجية، بما في ذلك التسويق، وتحليلات الوسائط و جائزة الريادة في البحث، جائزة BIM، الواقع، حصلت الشركة على العديد من الجوائز عن عملها، بما في ذلك جائزة الريادة برنامج توليد العملاء المحتملين للتصدير و جائزة أفضل نموذج مبيعات في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا.

أيرلندا. في هذا المنصب، قام ببناء فريق من 4 إلى 14 عضواً في ثلاث، Dublin، منصب مدير المبيعات في Arens كما شغل 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.

حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة، Siemens و Airbus و Eaton قد قاد أيضاً فرق عمل في شركات مثل 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



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

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 شعفاً حقيقياً بالمنتجات

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

بمشاريع لتعزيز هيكلية، لكلا التطوير و التسويق لـ Gruppo Coin أو Calvin Klein من ناحية أخرى، قام في شركات مثل 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

أحد أهم والأكثر تأهيل لقيادة الشركات في مجال الأزياء و الرفاهية. قدرة إدارية Andrea La Sala قد جعلت هذه الخبرات من عالية تمكّن من خلالها بطريقة فعالة من تنفيذ التموضع الإيجابي لـ لعلامات 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
ليقدموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً TECH
"ومبنيًا على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟"

المدير الدولي المستضاف

لى المستوى الدولي. ترتبط مسيرته Inteligencia Empresarial مرادف للابتكار والتميز في مجال ذكاء الأعمال Mick Gram كما أنه معروف برؤيته في تحديد Red Bull و Walmart المهنية الناجحة بمنصب قيادية في شركات متعددة الجنسيات مثل 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 وتسهّل عملية اتخاذ القرار. قد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لملفه المهني، مما جعله رصيداً مرغوباً فيه لدى العديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات و توليد إجراءات ملموسة بناءً عليها.

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

أما بالنسبة إلى تعليمه، فقد حصل المدير التنفيذي على العديد من شهادات الماجستير والدراسات العليا في مراكز مرموقة في الدنمارك. من خلال هذا التحديث المستمر، يكون، Copenhagen في الولايات المتحدة و جامعة Berkeley مثل جامعة 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

ارتبط لأكثر من 19 عامًا بوحدة من أقوى Marketing Digital هو خبير متميز في قطاع التسويق الرقمي Scott Stevenson في هذا المنصب، لعب دوراً رئيسياً في الإشراف على Warner Bros. Discovery، الشركات في مجال الترفيه، وهي شركة 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 اللامسات 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 في برامج متطورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الأعمال التجارية. بالتالي، فإن Harvard التطوير المهني بجامعة 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

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

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

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

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



أ. Eric Nyquist

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



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

هيكل الإدارة

د. Arturo Martín-Palomo Peralta

- ♦ الرئيس التنفيذي والرئيس التنفيذي للتكنولوجيا في Prometheus Global Solutions
- ♦ الرئيس التنفيذي للتكنولوجيا في Corporate Technologies
- ♦ الرئيس التنفيذي للتكنولوجيا في AI Shephers GmbH
- ♦ دكتوراه في علم النفس من جامعة كاستيلا (CastillaLa)
- ♦ دكتوراه في الاقتصاد والأعمال والتمويل من جامعة كاميلو خوسيه سيللا (Camilo José Cela). جائزة متميزة في درجة الدكتوراه
- ♦ دكتوراه في علم النفس، جامعة كاستيلا مانشا (CastillaLa Mancha)
- ♦ درجة الماجستير في تكنولوجيا المعلومات المتقدمة من جامعة كاستيلا لا مانتشا (CastillaLa Mancha)
- ♦ MBA+E ماجستير في إدارة الأعمال والهندسة التنظيمية من جامعة كاستيلا لا مانتشا (CastillaLa Mancha)
- ♦ محاضر مشارك في تدريس البكالوريوس والماجستير في هندسة الحاسوب في جامعة كاستيلا لا مانتشا (CastillaLa Mancha)
- ♦ أستاذ الماجستير في Big Data وعلوم البيانات في جامعة فالنسيا الدولية
- ♦ محاضر في درجة الماجستير في الصناعة 4.0 ودرجة الماجستير في التصميم الصناعي وتطوير المنتجات
- ♦ عضو في مجموعة أبحاث SMILE التابعة لجامعة كاستيلا لا مانتشا (CastillaLa Mancha)



الأساتذة

أ. Fondón Alcalde, Rubén

- محفل أعمال لإدارة قيمة العملاء في شركة فودافون إسبانيا
- رئيس تكامل الخدمات في Entelgy for Telefónica Global Solutions
- مدير حساب على الإنترنت لخوادم الاستنساخ في EDM Electronics
- محفل أعمال لجنوب أوروبا في Vodafone Global Enterprise
- مهندس اتصالات من الجامعة الأوروبية في مدريد
- ماجستير في Big Data وعلوم البيانات من جامعة فالنسيا الدولية.

أ. Martínez Cerrato, Yésica

- فني منتجات الأمن الإلكتروني في Securitas Security Spain
- محفل استشارات الأعمال في Ricopia Technologies (Alcalati de Henares) درجة في هندسة الاتصالات الإلكترونية في مدرسة البوليتكنيك، جامعة الكالا
- مسؤول عن تدريب موظفين جدد على برامجيات الإدارة التجارية (إدارة العلاقة مع العملاء، وتخطيط الموارد المؤسسية، والشبكة الداخلية (الإنترنت)، والمنتجات والإجراءات في Ricopia Technologies (Alcalati de Henares)
- مسؤول عن تدريب حاملي المنح الدراسية الجدد المدرجين في فصول الحاسوب بجامعة الكالا
- مدير مشروع في مجال تكامل الحسابات الرئيسية في Correos and Telégrafos (مدريد)
- فني حاسوب - مسؤول عن الفصول الدراسية الحاسوبية
- مدرس فصول الحاسوب في جمعية (ASALUMA (Alcalati de Henares
- منحة دراسية للتدريب كفني حاسوب في جامعة الكالا (Alcalá de Henares)

أ. Pedrajas Parabás, Elena

- محللة أعمال في Management Solutions
- متعاونة مع قسم التحليل العددي بجامعة قرطبة للخبرة المهنية
- باحثة في قسم علوم الحاسوب والتحليل الرقمي بجامعة قرطبة
- باحثة في المركز الفردي للبحوث في التقنيات الذكية في سانتياغو دي كومبوستيلا (Santiago de Compostela)
- درجة الماجستير في هندسة الحاسوب في علوم البيانات وخبرة تدريس هندسة الحاسوب

أ. Nafría Sanz, Alfonso

- مستشار استشارات الأعمال في مجموعة Korporate Technologies Group, SL
- خبير استشاري في التسويق وتطوير الأعمال التجارية متخصص في المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم
- المؤسس المشارك ومدير الاتصالات لشركة SME
- شهادة في التسويق وبحوث السوق التقنية من جامعة سان بابلو CEU
- درجة الماجستير في ذكاء الأعمال والبيانات الضخمة من جامعة Oberta de Catalunya Work Experience

أ. Palomino Dávila, Cristina

- خبيرة استشارية وكبيرة مراجعي حسابات المركز في Oesía Networks
- المديرية الفرعية لمراجعة الحسابات - الأمانة العامة في كومبانيا لوجيستিকা (Compañía Logística) دي هيدروكربوروس (Hidrocarburos CLH)
- مستشارة أولى ومراجعة للحسابات في مجال حماية البيانات الشخصية وخدمات مجتمع المعلومات في شركة هيلاس للاستشارات.
- خريجة القانون من جامعة كاستيلا لا مانتشا (Castilla La Mancha)
- درجة الماجستير في الاستشارات القانونية للأعمال التجارية من معهد إمبريسا
- دورة متقدمة في مجال الأمن الرقمي وإدارة الأزمات، جامعة الكالا والتحالف الإسباني للأمن والأزمات

أ. Catalán Ramírez, Raúl Luis

- مصمم واجهة ومحلل/مبرمج في Prometeus Global Solutions
- مصمم ومبرمج مستقل
- مصمم في جمعية ميل كونتي
- خريج في التصميم الجرافيكي في EA. تجربة التدريس بيدرو المودوفار
- تنفيذ CMS على شبكة الإنترنت وإدارتها

أ. García Niño, Pedro.

- متخصص في تحديد مواقع الويب وإعلانات تحسين محركات البحث/Google
- أخصائي SEO On-Page/Off-Page
- أخصائي إعلانات (SEM/PPC) Google، الشهادة الرسمية
- متخصص في تحليلات Google/تحليلات التسويق الرقمي وقياس الأداء
- متخصص في التسويق الرقمي و RRSS
- مدير مبيعات خدمات تكنولوجيا المعلومات
- فني معدات الحاسوب وخبير في الأجهزة والبرمجيات

أ. Fernández Meléndez, Galina.

- محللة بيانات في ADN Mobile Solution
- عمليات ETL، والتنقيب عن البيانات، وتحليل البيانات والتصوير، وإنشاء KPI، وتصميم لوحة القيادة وتنفيذها، والتحكم الإداري. ADN Mobile Solution-Gijón-Spain R development و SQL management وغيرها
- تحديد الأنماط، النمذجة التنبؤية، التعلم الآلي
- درجة البكالوريوس في إدارة الأعمال. جامعة أراغوا - كاراكاس - دبلوم التخطيط والمالية العامة. المدرسة الفنزويلية للتخطيط، مدرسة المالية
- درجة الماجستير في تحليل البيانات واستخبارات الأعمال. جامعة أوفيدو
- MBA إدارة الأعمال والإدارة (كلية الأعمال الأوروبية في برشلونة)
- ماجستير في Big Data واستخبارات الأعمال (كلية الأعمال الأوروبية في برشلونة)

أ. García La O, Marta.

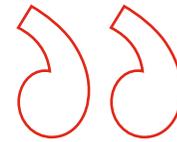
- متخصصة في التسويق الرقمي و RRSS
- الإدارة وإدارة الحسابات في مؤسسة Think Planning and Development
- تنظم دورات تدريبية للإدارة العليا في مجال تخطيط التفكير والتنمية والإشراف عليها وتوجيهها
- محاسبة إدارية في Tabacos Santiago و Zaraiche-Stan Roller
- أخصائية تسويق في Versas Consultores
- دبلوم دراسات الأعمال من جامعة مورسيا
- درجة الماجستير في إدارة المبيعات والتسويق من كلية إدارة الأعمال Fundesem



مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

TECH تدرك أن الحصول على برنامج بهذه الخصائص يمثل استثماراً مالياً ومهنياً كبيراً، وبالطبع استثماراً شخصياً. يجب أن يكون الهدف النهائي لتنفيذ هذا الجهد العظيم هو النمو مهنياً ويطماشى تعيين أو ترقية المهنيين مع توقعاتهم. تلزم TECH بهذا الهدف وتحققه من خلال تصميم برامج تنافسية مع أفضل الخبراء في هذا القطاع.

تريد TECH رؤيتك تنمو، وتريد أن تكون جزءًا من نجاحك المهني.
لهذا السبب نحن ملتزمون تمامًا بتقديم أفضل البرامج التعليمية
في السوق اليوم"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة؟ تحسين مهني ممتاز في انتظارك

لا تفوت الفرصة التي تقدمها
TECH واستثمر في مستقبلك.

MBA إدارة استخبارات الأعمال (Business Intelligence) في TECH هو برنامج مكثف يعد الطالب لمواجهة التحديات والقرارات الإبداعية والاستراتيجية لتحقيق أهدافه. مساعدتك على تحقيق النجاح ليس هدفك فحسب، بل هو أيضًا هدف TECH: تعليم النخبة للجميع.

إذا أراد الطالب تحسين نفسه، وتحقيق تغيير إيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل، فهذا هو البرنامج المناسب له.

إذا كنت ترغب في إجراء تغيير
إيجابي في مهنتك، فإن
MBA إدارة استخبارات الأعمال
(Business Intelligence)
سيساعدك على تحقيقها.

لحظة التغيير

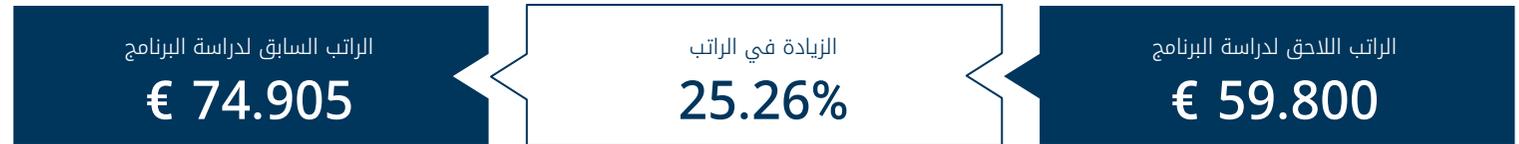


نوع التغيير



تحسين الأجور

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 25.26%



الفوائد لشركتك

يساهم MBA إدارة استخبارات الأعمال (Business Intelligence) في رفع موهبة المنظمة الى أقصى إمكاناتها من خلال تدريب قادة رفيعي المستوى.

لذلك، تعد المشاركة في هذا البرنامج فرصة فريدة لاكتساب المهارات اللازمة لتطوير نفسك في الإدارة العليا، ولكن أيضاً للوصول الى شبكة قوية من جهات الاتصال للعثور على شركاء مهنيين أو عملاء أو موردين مستقبليين.

انغمس في مفهوم الأعمال الجديد،
وتخصص في إدارة الاستخبارات مع TECH!"



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.

03 وكلاء البناء للتغيير

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

04 زيادة إمكانيات التوسع الدولي

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

02 الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

تطوير مشاريع شخصية

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

05

تعزيز القدرة التنافسية

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

06



المؤهل العلمي

يضمن الماجستير التنفيذي في MBA إدارة استخبارات الأعمال (Business Intelligence)، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على شهادة اجتياز الماجستير التنفيذي الصادر 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 ذكاء الأعمال

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

الماجستير التنفيذي MBA إدارة ذكاء الأعمال