

# الماجستير التنفيذي MBA الأعمال التجارية الرقمية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## الماجستير التنفيذي MBA الأعمال التجارية الرقمية

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « المدة: 12 شهر
- « المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين
- « موجهة إلى: خريجي ومهني مجال الإدارة ومن ذوي الخبرة

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtitude.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-digital-business](http://www.techtitude.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-digital-business)

# 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 34		صفحة 24		صفحة 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	العلف الشخصي لطلابنا		
	صفحة 72		صفحة 46		صفحة 42		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	صفحة 78		صفحة 76				

# كلمة الترحيب

جاءت التقنيات الجديدة لتبقى. شهدت الشركات تغييرًا جذريًا في الطريقة التي تدير بها نفسها وتبيع منتجاتها وتخدم عملائها. لذلك، في الوقت الحالي، يجب أن تركز إدارة الأعمال على العالم الرقمي لتحقيق نمو ملحوظ يلبي احتياجات العملاء. وبهذا المعنى، كان التقليدي في الخلفية، كما يتضح من التغييرات في استهلاك المواطنين، الذين يراهنون بشكل متزايد على التسوق عبر الإنترنت. وبالتالي، هذا هو الوقت المثالي للمديرين والمهنيين في هذا القطاع للتخصص في كل ما يحيط بالأعمال الرقمية للحصول على أكبر قدر ممكن من الفوائد.



محاضرة جامعية في برنامج العمليات التشغيلية.  
TECH الجامعة التكنولوجية



تتطلب رقمنة الشركات مديرين لديهم مهارات محددة  
يعرفون كيفية استخدام جميع الأدوات المتاحة في هذا  
المجال وفهم إدارة الأعمال التجارية بطريقة عالمية"



# 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 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.

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



### تعلم مع الأفضل



يشرح فريق تدريس جامعة TECH في الفصل ما أدى إلى النجاح في شركاتهم، والعمل من سياق حقيقي 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 وحدثًا 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 تحدٍ يتطلب الجهد والتفاني، لكنه يفتح الباب لمستقبل واعد. سيتعلم الطلاب من أفضل أعضاء هيئة التدريس وباستخدام المنهجية التعليمية الأكثر مرونة وابتكارًا.



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.

### تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

03

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

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية  
عليا حقيقية.

04

### تحمل مسؤوليات جديدة

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

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

## تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

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

07

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

## كن جزءًا من مجتمع حصري

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

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من  
المعلمين المشهورين دوليًا.

## الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

الجامعة 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 الإدارة والقيادة، بالإضافة إلى تطوير كفاءات ومهارات جديدة ستكون ضرورية في تطويرك المهني. بعد البرنامج، ستتمكن من اتخاذ قرارات ذات الطابع الشامل من منظور مبتكر ورؤية دولية.



أحد أهدافنا الأساسية هو مساعدتك على تطوير  
المهارات الأساسية لإدارة الأعمال بشكل استراتيجي"



تحتضن أهداف TECH طلابها.  
إنهم يعملون معًا لتحقيقها.

ستمكن درجة الماجستير الخاص في MBA الأعمال التجارية الرقمية الطالب من:

01

وضع استراتيجيات لخلق فرص جديدة في الأسواق القائمة

02

فهم البيئة التنافسية التي تتطور فيها أعمالنا

03

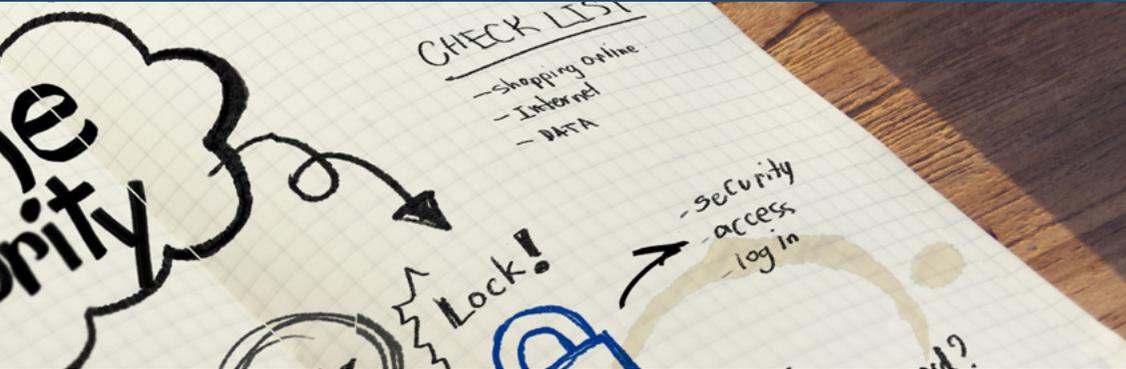
وضع استراتيجيات لإنشاء أسواق وشركات ناشئة جديدة

04

القدرة على وضع خطة عمل

05

التعرف بعمق على مراحل إنشاء الشركات



قيادة عمليات التغيير في الشركة بناءً على الرقمنة

08

تنفيذ استراتيجيات لرقمنة الأعمال التجارية، واتخاذ القرارات الصحيحة لتحقيق الأهداف المخطط لها

06

تنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية

09

تحليل وتحديد العوامل التي تولد صعوبات أو فرصا في البيئات الرقمية

07

تطبيق أدوات SEO و SEM في الحملات التسويقية

10



تصميم وتخطيط حملات السمعة عبر الإنترنت

14

الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي للتسويق والحملات الإعلانية

11

تحديد التغييرات اللازمة لتحسين إدارة الشركة واتجاهها، بناءً على توجيه الاستراتيجية نحو البيئة الرقمية

12

التعرف على كيفية إدارة أدوات المراقبة عبر الإنترنت لفهم مدى انتشار الحملات التسويقية

15

قلعنا تلخيشا وسهتج همة ةعليقا قهزللا قبالها تالهما يهلمت  
قبمقها تلثيبا بمة

13

فهم بعمق كيفية إدارة التجارة الإلكترونية

18

القدرة على إدارة حملات بريد إلكتروني فعالة

16

فهم ومعرفة إدارة التمويل الدولي

19

فهم الاتجاهات الجديدة في التجارة الإلكترونية من خلال الهواتف المحمولة

20

فهم تحليلات الويب والمقاييس الرقمية للأدوات التي نستخدمها

17



05

# الكفاءات

بعد اجتياز تقييمات درجة الماجستير الخاص MBA الأعمال التجارية الرقمية، سيكتسب المهني المهارات اللازمة لجودة التطبيق العملي المحدث بناءً على منهجية التدريس الأكثر ابتكارًا.



سيسمح لك هذا البرنامج باكتساب المهارات  
اللازمة لتكون أكثر ذكاءً في عملك اليومي"



مراقبة وإدارة تمويل الشركات

01

تطوير استراتيجية الشركة والتنافسية

02

تطبيق نماذج أعمال مختلفة بناءً على العصر الرقمي

03

تطبيق تقنيات مبتكرة في تصميم المشاريع وإدارتها

04

تطبيق تقنيات التجارة الإلكترونية

05



استخدام الشبكات الاجتماعية كأداة لا غنى عنها لتحسين معرفة الشركة

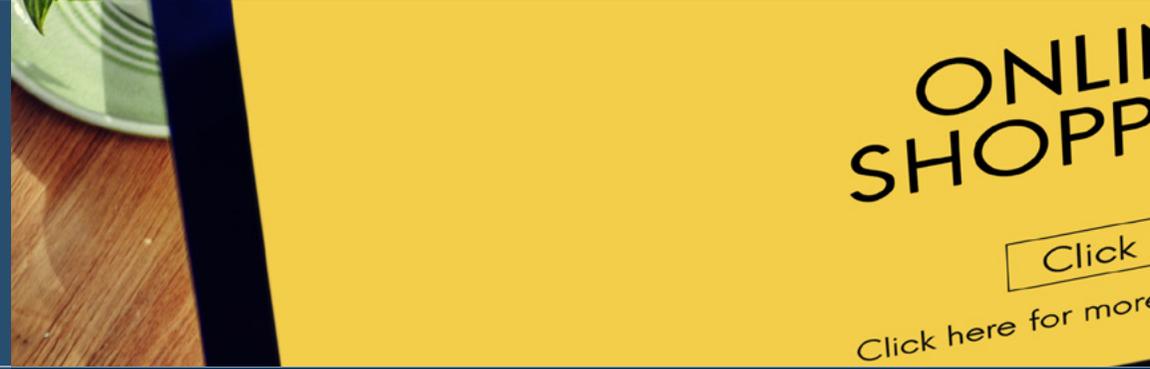
08

إطلاق حملات تسويق رقمية لتحسين وضع الشركة ضد منافسيها، فضلاً عن سمعتها الرقمية

06

امتلاك معرفة واسعة عن المستهلكين

09



تنفيذ إجراءات تحليلات الويب لتوجيه حملة التسويق والاتصال بطريقة أكثر فعالية لتحقيق أهداف الشركة

10

تطبيق تقنيات التسويق في محركات البحث

07

# الهيكل والمحتوى

MBA في الأعمال التجارية الرقمية هو برنامج مصمم خصيصًا يتم تدريسه بتنسيق 100% عبر الإنترنت. بهذه الطريقة، يمكنك اختيار الوقت والمكان الأنسب لتوافرك ومواعيدك واهتماماتك. برنامج يدرس على مدار 12 شهرًا ويهدف إلى أن يكون تجربة فريدة ومحفزة تضع الأسس لنجاحك كمدير أعمال رقمي.



في TECH، نضع جميع مواردنا تحت تصرفك حتى  
تكتسب المهارات والقدرات اللازمة لتطورك المهني"



## خطة الدراسة

MBA في الأعمال التجارية الرقمية من جامعة TECH هو برنامج مكثف يعدهك لمواجهة التحديات وقرارات العمل، على الصعيدين الوطني والدولي. ويهدف محتواه إلى تشجيع تطوير الكفاءات الإدارية التي تسمح باتخاذ قرارات أكثر دقة في بيئات غير مؤكدة.

طوال 1500 ساعة من الدراسة، يقوم الطالب بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي والجماعي. وبالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

يتعامل برنامج MBA هذا بعمق مع مختلف مجالات الشركة وهو مصمم لتخصص المديرين الذين يفهمون الثورة التكنولوجية والاجتماعية من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر.

خطة مصممة لك، تركز على تحسينك المهني وتعدك لتحقيق التميز في مجال الإدارة والأعمال. 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 برنامج MBA هذا على مدار 12 شهرًا وينقسم إلى ثلاث وحدات رئيسية: تستغرق شهادة الخبرة الجامعية أكثر من 12 أشهر وتنقسم إلى 3 وحدات:

البيئية والاستراتيجية التنافسية	<b>الوحدة 1</b>
الابتكار وتنظيم المشاريع	<b>الوحدة 2</b>
e-commerce g Marketing digital	<b>الوحدة 3</b>
التسويق في محركات البحث	<b>الوحدة 4</b>
الاتصالات الرقمية والسمعة عبر الإنترنت	<b>الوحدة 5</b>
Performance and Inbound Marketing	<b>الوحدة 6</b>
تحليلات الويب وتحليلات التسويق	<b>الوحدة 7</b>
الابتكار واللوجستيات الإلكترونية والتكنولوجيا في سلسلة التوريد	<b>الوحدة 8</b>
Mobile e-commerce	<b>الوحدة 9</b>
اتجاهات رقمية جديدة	<b>الوحدة 10</b>

## أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

توفر لك TECH إمكانية تطوير ماجستير خاص MBA هذا في الأعمال التجارية الرقمية عبر الإنترنت تمامًا. خلال الـ 12 شهرا التي يستغرقها 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. البيئة والاستراتيجية التنافسية

<p>4.1 نظم وتكنولوجيات المعلومات في المؤسسات</p> <p>1.4.1 تطور نموذج تكنولوجيا المعلومات</p> <p>2.4.1 إدارة وتنظيم تكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.4.1 تكنولوجيا المعلومات والبيئة الاقتصادية</p>	<p>3.1 التحليل الاقتصادي للقرارات</p> <p>1.3.1 مراقبة الميزانية</p> <p>2.3.1 تحليل المنافسة. تحليل مقارن</p> <p>3.3.1 اتخاذ القرارات. الاستثمار أو سحب استثمارات الشركات</p>	<p>2.1 تمويل الشركات</p> <p>1.2.1 السياسة المالية والنمو</p> <p>2.2.1 مناهج تقييم الشركات</p> <p>3.2.1 هيكل رأس المال والنفوذ المالي</p>	<p>1.1 البيئة الاقتصادية العالمية</p> <p>1.1.1 أسس الاقتصاد العالمي</p> <p>2.1.1 عولمة الأعمال التجارية والأسواق المالية</p> <p>3.1.1 تنظيم المشاريع والأسواق الجديدة</p>
<p>8.1 نماذج الأعمال القائمة على الإنترنت</p> <p>1.8.1 تحليل الشركات المنشأة في قطاع التكنولوجيا</p> <p>2.8.1 نظم توليد نماذج الأعمال</p> <p>3.8.1 تحليل نماذج الأعمال الابتكارية في القطاعات التقليدية</p> <p>4.8.1 تحليل نماذج الأعمال الابتكارية على شبكة الإنترنت</p>	<p>7.1 الاستراتيجية الرقمية</p> <p>1.7.1 استراتيجية التكنولوجيا وتأثيرها على الابتكار الرقمي</p> <p>2.7.1 التخطيط الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.7.1 الاستراتيجية والإنترنت</p>	<p>6.1 نظم المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات</p> <p>1.6.1 الذكاء التجاري</p> <p>2.6.1 مستودع البيانات</p> <p>3.6.1 BSC أو بطاقة الأداء المتوازنة</p>	<p>5.1 الاستراتيجية المؤسسية والاستراتيجية التكنولوجية</p> <p>1.5.1 خلق القيمة للعملاء والمساهمين</p> <p>2.5.1 القرارات الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات/تكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.5.1 استراتيجية الشركة مقابل التكنولوجيا والاستراتيجية الرقمية</p>
		<p>10.1 Social Business</p> <p>1.10.1 الرؤية الاستراتيجية للشبكة 2.0 والتحديات التي تواجهها</p> <p>2.10.1 فرص تقارب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واتجاهاتها</p> <p>3.10.1 كيفية تحقيق الدخل من Web 2.0 والشبكات الاجتماعية؟</p> <p>4.10.1 التنقل والأعمال الرقمية</p>	<p>9.1 نظم الأعمال القائمة على التعاون عبر الإنترنت</p> <p>1.9.1 نظم إدارة العملاء: CRM</p> <p>2.9.1 نظم إدارة سلسلة الإمدادات</p> <p>3.9.1 نظم التجارة الإلكترونية</p>

## الوحدة 2. الابتكار وتنظيم المشاريع

<p>1.2 التفكير التصميمي</p> <p>1.1.2 استراتيجية المحيط الأزرق</p> <p>2.1.2 الابتكار التعاوني</p> <p>3.1.2 الابتكار المفتوح</p>	<p>2.2 الذكاء الاستراتيجي للابتكار</p> <p>1.2.2 مراقبة التكنولوجيا</p> <p>2.2.2 البصيرة التكنولوجية</p> <p>3.2.2 Coolhunting</p>	<p>3.2 زيادة الأعمال والابتكار</p> <p>1.3.2 استراتيجيات البحث عن فرص العمل</p> <p>2.3.2 تقييم جدوى المشاريع الجديدة</p> <p>3.3.2 Innovation Management Systems</p> <p>4.3.2 المهارات اللينة لرجل الأعمال</p>	<p>4.2 إدارة Startups</p> <p>1.4.2 مقدمة إلى الإدارة المالية في المشاريع الناشئة</p> <p>2.4.2 المقاييس المالية للشركات الناشئة Startups</p> <p>3.4.2 التخطيط المالي: نماذج الإسقاطات وتفسيرها</p> <p>4.4.2 مناهج التقييم</p>
<p>5.2 خطة العمل</p> <p>1.5.2 خطة العمل في العصر الرقمي</p> <p>2.5.2 نموذج CANVAS</p> <p>3.5.2 نموذج عرض القيمة</p> <p>4.5.2 المحتوى والعرض</p>	<p>6.2 Project Management</p> <p>1.6.2 Agile Development</p> <p>2.6.2 Lean Management في الشركات الناشئة Startups</p> <p>3.6.2 Project Tracking and project Steering</p>	<p>7.2 مراحل نمو بدء التشغيل</p> <p>1.7.2 مرحلة Seed</p> <p>2.7.2 مرحلة Startup</p> <p>3.7.2 مرحلة Growth</p> <p>4.7.2 مرحلة التوظيف</p>	<p>8.2 تمويل الشركات الناشئة Startups</p> <p>1.8.2 التمويل المصرفي</p> <p>2.8.2 الإعانات</p> <p>3.8.2 رأس مال البذور والمسرعات Business Angels</p> <p>4.8.2 Venture Capital. IPO</p> <p>5.8.2 Public to Private Partnership</p>
<p>10.2 Lean Management</p> <p>1.10.2 المبادئ الأساسية لـ Lean Management</p> <p>2.10.2 مجموعات التحسين وحل المشكلات</p> <p>3.10.2 أشكال جديدة من الصيانة وإدارة الجودة</p>			

## الوحدة 3. e-commerce g Marketing digital

<p>1.3 Digital e-commerce Management</p> <p>1.1.3 نماذج جديدة لأعمال التجارة الإلكترونية</p> <p>2.1.3 تخطيط ووضع خطة استراتيجية للتجارة الإلكترونية</p> <p>3.1.3 الهيكل التكنولوجي في التجارة الإلكترونية</p>	<p>2.3 العمليات واللوجستيات في التجارة الإلكترونية</p> <p>1.2.3 كيف تدير الـ Fulfillment؟</p> <p>2.2.3 الإدارة الرقمية لنقطة البيع</p> <p>3.2.3 Contact Center Management</p> <p>4.2.3 التشغيل الآلي في إدارة العمليات ورصدها</p>	<p>3.3 تنفيذ تقنيات التجارة الإلكترونية</p> <p>1.3.3 وسائل التواصل الاجتماعي وتكامل الأعمال الإلكترونية</p> <p>2.3.3 استراتيجية القنوات المتعددة Multichannel</p> <p>3.3.3 تخصيص لوحات القيادة Dashboards</p>	<p>4.3 Digital pricing</p> <p>1.4.3 طرق وبوابات الدفع عبر الإنترنت</p> <p>2.4.3 الترقية الإلكترونية</p> <p>3.4.3 التوقيت الرقمي للأسعار</p> <p>4.4.3 e-Auctions</p>
<p>5.3 من e-commerce إلى m-commerce و s-commerce</p> <p>1.5.3 نماذج الأعمال التجارية لـ e-marketplaces</p> <p>2.5.3 تجربة التجارة والعلامة التجارية S-Commerce</p> <p>3.5.3 الشراء عن طريق الأجهزة المحمولة</p>	<p>6.3 Customer intelligence: من e-CRM إلى s-CRM</p> <p>1.6.3 دمج المستهلك في سلسلة القيمة</p> <p>2.6.3 تقنيات البحث والولاء عبر الإنترنت</p> <p>3.6.3 التخطيط لاستراتيجية لإدارة العلاقات مع العملاء</p>	<p>7.3 Trade Marketing Digital</p> <p>1.7.3 Cross Merchandising</p> <p>2.7.3 تصميم وإدارة حملة إعلانات Facebook</p> <p>3.7.3 تصميم وإدارة حملة Google Adwords</p>	<p>8.3 التسويق الإلكتروني للتجارة الإلكترونية</p> <p>1.8.3 Inbound Marketing</p> <p>2.8.3 Display العرض والشراء البرنامجي</p> <p>3.8.3 خطة التواصل</p>

#### الوحدة 4. التسويق في محركات البحث

<p><b>1.4. تشغيل محركات البحث</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.1.4 المؤشرات والارقام</li> <li>2.1.4 الخوارزميات</li> <li>3.1.4 SEO والعلامات التجارية للشركات</li> </ul>	<p><b>2.4. تحليل SEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.2.4 تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية KPI</li> <li>2.2.4 توليد النصوص والتنبيهات</li> <li>3.2.4 الاستخدام الأمثل للصور وأشرطة الفيديو والعناصر الأخرى</li> <li>4.2.4 Link Building</li> </ul>	<p><b>3.4. SEO تقني</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.3.4 Web Performance Optimization</li> <li>2.3.4 Real Time والمحتوى</li> <li>3.3.4 المصقات و Headers ذات الصلة</li> <li>4.3.4 التقنيات الـ WPO المتقدمة</li> </ul>	<p><b>4.4. SEO والتجارة الإلكترونية</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.4.4 Conversion Rate Optimization</li> <li>2.4.4 Google Search Console</li> <li>3.4.4 Social Proof وتقديم احصائيات</li> <li>4.4.4 الملاحظة وقابلية الفهرسة</li> </ul>
<p><b>5.4. Keyword hunting للـ SEM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.5.4 Adwords Keyword Tool</li> <li>2.5.4 Google Suggest</li> <li>3.5.4 Insights for Search</li> <li>4.5.4 Google Trends</li> </ul>	<p><b>6.4. Google Ads و SEM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.6.4 Google Shopping</li> <li>2.6.4 Google Display Network</li> <li>3.6.4 Google Ads Mobile</li> <li>4.6.4 الإعلان على YouTube</li> </ul>	<p><b>7.4. إعلانات Facebook</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.7.4 إعلانات (PPC/PPF (pay per fan</li> <li>2.7.4 إنشاء إعلانات Facebook</li> <li>3.7.4 Facebook Power Editor</li> <li>4.7.4 التحسين الأمثل للحملة</li> </ul>	<p><b>8.4. الاستراتيجية والقياس في SEM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.8.4 Quality score</li> <li>2.8.4 Site links</li> <li>3.8.4 KPI's</li> <li>4.8.4 الانطباعات والنقرات والتحويلات. Revenue, ROI, CPA</li> </ul>

#### الوحدة 5. الاتصالات الرقمية والسمعة عبر الإنترنت

<p><b>1.5. Web 2.0 أو الويب الاجتماعي</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.1.5 المؤسسة في عصر المحادثة</li> <li>2.1.5 web 2.0 هو الناس</li> <li>3.1.5 البيئة الرقمية وأشكال الاتصالات الجديدة</li> </ul>	<p><b>2.5. الاتصالات والسمعة الرقمية</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.2.5 تقرير السمعة عبر الإنترنت</li> <li>2.2.5 آداب السلوك والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية</li> <li>3.2.5 Branding و 2.0 Networking</li> </ul>	<p><b>3.5. تصميم وتخطيط خطة للسمعة على الإنترنت</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.3.5 خطة سمعة العلامة التجارية</li> <li>3.3.5 المقاييس العامة و ROI و social CRM</li> <li>4.3.5 SEO Reputacional و Crisis on-line</li> </ul>	<p><b>4.5. المنصات العامة والمهنية و microblogging</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.4.5 Facebook</li> <li>2.4.5 LinkedIn</li> <li>3.4.5 Twitter</li> </ul>
<p><b>5.5. منصات الفيديو والصورة والتنقل</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.5.5 YouTube</li> <li>2.5.5 Instagram</li> <li>3.5.5 Flickr</li> <li>4.5.5 Vimeo</li> <li>5.5.5 Pinterest</li> </ul>	<p><b>6.5. استراتيجية المحتوى ورواية القصص storytelling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.6.5 Blogging الشركات</li> <li>2.6.5 استراتيجية تسويق المحتوى</li> <li>3.6.5 وضع خطة للمحتوى</li> <li>4.6.5 استراتيجية تنظيم المحتوى</li> </ul>	<p><b>7.5. استراتيجيات في وسائل التواصل الاجتماعي</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.7.5 العلاقات العامة للشركات ووسائل التواصل الاجتماعي</li> <li>2.7.5 تحديد الاستراتيجية الواجب اتباعها في كل وسيلة</li> <li>3.7.5 تحليل وتقييم النتائج</li> </ul>	<p><b>8.5. Community Management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.8.5 الوظائف ومهام ومسؤوليات الـ Community manager</li> <li>2.8.5 Social Media Manager</li> <li>3.8.5 Social Media Strategist</li> </ul>
<p><b>9.5. Social Media plan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.9.5 تصميم خطة وسائل التواصل الاجتماعي</li> <li>2.9.5 التوقيت والميزانية والتوقعات والرصد</li> <li>3.9.5 بروتوكول الطوارئ في حالة حدوث أزمة</li> </ul>	<p><b>10.5. أدوات الرصد عبر الإنترنت</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.10.5 أدوات الإدارة وتطبيقات الحواسيب المكتبية</li> <li>2.10.5 أدوات الرصد والدراسة</li> </ul>		

## الوحدة 6. Performance and Inbound Marketing

<p>4.6 إطلاق برنامج تابع</p> <p>1.4.6 شبكات الانتساب والانتساب المباشرة</p> <p>2.4.6 رصد النتائج وتحليلها</p> <p>3.4.6 منع الاحتيال</p>	<p>3.6 تنظيم حملات للعضوية</p> <p>1.3.6 الوكالات والبرامج التابعة</p> <p>2.3.6 Post View</p> <p>3.3.6 تصميم البرامج التابعة</p> <p>4.3.6 عرض الحملات وتحسينها</p>	<p>2.6 استراتيجية الأداء وتقنياته</p> <p>1.2.6 Performance Marketing: النتائج</p> <p>2.2.6 مزيج من الوسائط الرقمية</p> <p>3.2.6 أهمية Funnel</p>	<p>1.6 Permission Marketing</p> <p>1.1.6 كيف تحصل على إذن المستخدم؟</p> <p>2.1.6 تخصيص الرسالة</p> <p>3.1.6 تأكيد البريد الإلكتروني أو Doble Opt-in</p>
<p>8.6 البحث عن الهدف</p> <p>1.8.6 Consumer Intent Modelling &amp; Buyer للأشخاص</p> <p>2.8.6 Customer Journey Mapping</p> <p>3.8.6 Content strategy</p>	<p>7.6 Inbound marketing</p> <p>1.7.6 Inbound marketing الفعال</p> <p>2.7.6 فوائد Inbound marketing</p> <p>3.7.6 قياس نجاح Inbound marketing</p>	<p>6.6 المقاييس في تسويق البريد الإلكتروني</p> <p>1.6.6 قائمة المقاييس</p> <p>2.6.6 مقاييس الرسائل الإخبارية المقدمة</p> <p>3.6.6 مقاييس التحويل</p>	<p>5.6 تطوير حملات البريد الإلكتروني</p> <p>1.5.6 قوائم المشتركين والقيادات والعملاء</p> <p>2.5.6 الأدوات والموارد في تسويق البريد الإلكتروني</p> <p>3.5.6 كتابة الإعلانات عبر الإنترنت لحملات تسويق البريد الإلكتروني</p>
		<p>10.6 التحويل</p> <p>1.10.6 Lead capture &amp; CRO</p> <p>2.10.6 Lead Nurturing &amp; Marketing Automation</p>	<p>9.6 تحسين المحتوى</p> <p>1.9.6 تحسين محتوى محررات البحث</p> <p>2.9.6 توليد المحتوى</p> <p>3.9.6 تبسيط المحتوى</p>

## الوحدة 7. Marketing Analytics Analytics و Analítica web

<p>4.7 المقاييس الرقمية</p> <p>1.4.7 المقاييس الأساسية</p> <p>2.4.7 النسب</p> <p>3.4.7 تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء الرئيسية KPIs</p>	<p>3.7 التحليل النوعي</p> <p>1.3.7 تقنيات البحث التطبيقي في تحليلات الويب</p> <p>2.3.7 Customer journey</p> <p>3.3.7 Purchase funnel</p>	<p>2.7 Google Analytics</p> <p>1.2.7 إنشاء حساب</p> <p>2.2.7 Tracking API JavaScript</p> <p>3.2.7 التقارير والأجزاء المخصصة</p>	<p>1.7 التحليل الشبكي</p> <p>1.1.7 أسس تحليلات الويب</p> <p>2.1.7 الوسائل الكلاسيكية مقابل الوسائط الرقمية</p> <p>3.1.7 المنهجية الأساسية لمحلل الشبكة</p>
<p>8.7 أدوات تحليل الويب</p> <p>1.8.7 القاعدة التكنولوجية لأداة AW</p> <p>2.8.7 Tags و Logs</p> <p>3.8.7 التوسيم الأساسي adhoc</p>	<p>7.7 تصوير البيانات</p> <p>1.7.7 Dashboards تصوير وتفسير</p> <p>2.7.7 تحويل البيانات إلى قيمة</p> <p>3.7.7 تكامل المصدر</p> <p>4.7.7 عرض التقارير</p>	<p>6.7 Data Science &amp; Big Data</p> <p>1.6.7 الذكاء التجاري Business Intelligence</p> <p>2.6.7 منهجية وتحليل كميات كبيرة من البيانات</p> <p>3.6.7 استخراج البيانات ومعالجتها وتحميلها</p>	<p>5.7 مجالات تحليل الاستراتيجية</p> <p>1.5.7 الاستيلاء على حركة المرور</p> <p>2.5.7 التفعيل</p> <p>3.5.7 التحويل</p> <p>4.5.7 الولاء</p>

**الوحدة 8. الابتكار واللوجستيات الإلكترونية والتكنولوجيا في سلسلة التوريد**

<p>4.8 العمليات واللوجستيات في التجارة الإلكترونية</p> <p>1.4.8 الإدارة الرقمية لنقطة البيع</p> <p>2.4.8 Contact center management</p> <p>3.4.8 التشغيل الآلي في إدارة العمليات ورمدها</p>	<p>3.8 Digital e-commerce management</p> <p>1.3.8 نماذج جديدة لأعمال التجارة الإلكترونية</p> <p>2.3.8 تخطيط ووضع خطة استراتيجية للتجارة الإلكترونية</p> <p>3.3.8 الهيكل التكنولوجي في التجارة الإلكترونية</p>	<p>2.8 إطلاق وتصنيع منتجات جديدة</p> <p>1.2.8 تصميم منتج جديد</p> <p>2.2.8 Lean Design</p> <p>3.2.8 تصنيع منتجات جديدة</p> <p>4.2.8 التصنيع والتجميع</p>	<p>1.8 هندسة العمليات وهندسة المنتجات</p> <p>1.1.8 استراتيجيات الابتكار</p> <p>2.1.8 الابتكار المفتوح</p> <p>3.1.8 التنظيم والثقافة المبتكران</p> <p>4.1.8 معدات متعددة الوظائف</p>
<p>8.8 تصميم المتجر الإلكتروني</p> <p>1.8.8 التصميم وقابلية الاستخدام</p> <p>2.8.8 الميزات الأكثر شيوعًا</p> <p>3.8.8 البدائل التكنولوجية</p>	<p>7.8 المستودع في التجارة الإلكترونية</p> <p>1.7.8 خصائص متجر التجارة الإلكترونية</p> <p>2.7.8 تصميم المستودع وتخطيطه</p> <p>3.7.8 البنية التحتية. المعدات الثابتة والمتنقلة</p> <p>4.7.8 تقسيم المناطق والمواقع</p>	<p>6.8 Digital pricing</p> <p>1.6.8 طرق وبوابات الدفع عبر الإنترنت</p> <p>2.6.8 الترفيقات الإلكترونية</p> <p>3.6.8 التوقيت الرقمي للأسعار</p> <p>4.6.8 e-Auctions</p>	<p>5.8 B2B و C2E-Logistics B</p> <p>1.5.8 e-Logistics</p> <p>2.5.8 C: e-Fullfilment2E</p> <p>3.5.8 B: e-Procurement. Market Places2E</p>
			<p>9.8 Supply Chain Management والاتجاهات المستقبلية</p> <p>1.9.8 مستقبل الأعمال التجارية الإلكترونية</p> <p>2.9.8 واقع التجارة الإلكترونية اليوم ومستقبلها</p> <p>3.9.8 النماذج التشغيلية SC للشركات العالمية</p>

الوحدة 9. Mobile e-commerce

<p><b>4.9. سلوك مستخدمي الهواتف المحمولة</b></p> <p>1.4.9. عادات بحث جديدة على الأجهزة المحمولة</p> <p>2.4.9. Multi-Screen</p> <p>3.4.9. الهاتف المحمول كمحرك شراء</p> <p>4.4.9. ASO واكتساب مستخدم الهاتف المحمول والولاء</p>	<p><b>3.9. اتجاهات التسويق عبر الهاتف المحمول</b></p> <p>1.3.9. Mobile Publishing</p> <p>2.3.9. Gammification و Advergaming</p> <p>3.3.9. تحديد الموقع الجغرافي المتنقل Mobile</p> <p>4.3.9. الواقع المعزز</p>	<p><b>2.9. تكنولوجيا الهاتف المحمول</b></p> <p>1.2.9. مشغلي الهواتف المحمولة</p> <p>2.2.9. الأجهزة المحمولة ونظم التشغيل</p> <p>3.2.9. تطبيقات الهاتف المحمول و Web Apps</p> <p>4.2.9. أجهزة الاستشعار والتكامل مع العالم المادي</p>	<p><b>1.9. Mobile marketing</b></p> <p>1.1.9. عادات الاستهلاك الجديدة والتنقل</p> <p>2.1.9. نموذج SoLoMo</p> <p>3.1.9. مبادئ الـ P's4 للمزيج التسويقي في التنقل</p>
<p><b>8.9. تحليلات الهاتف المحمول</b></p> <p>1.8.9. منهجيات القياس والتحليل المتنقلة</p> <p>2.8.9. مقاييس الهاتف المحمول: أفضل مؤشرات الأداء الرئيسية</p> <p>3.8.9. تحليل الربحية</p> <p>4.8.9. Mobile Analytics</p>	<p><b>7.9. المدفوعات عبر الهاتف المحمول</b></p> <p>1.7.9. سلسلة القيمة ونماذج الأعمال التجارية لأساليب الدفع عبر الهاتف المحمول</p> <p>2.7.9. مفاتيح تحسين UX في الدفع عبر الهاتف المحمول</p> <p>3.7.9. استراتيجيات تحديد المواقع في سوق المدفوعات عبر الهاتف المحمول</p> <p>4.7.9. التعامل مع الاحتيال</p>	<p><b>6.9. التطبيقات والمشتريات</b></p> <p>1.6.9. تصميم تطبيقات Mobile commerce</p> <p>2.6.9. Apps Store</p> <p>3.6.9. تطبيق تسويق ولاء العملاء</p> <p>4.6.9. تطبيق تسويق للتجارة الإلكترونية</p>	<p><b>5.9. واجهة المستخدم وتجربة التسوق</b></p> <p>1.5.9. قواعد ومنصات m-commerce</p> <p>2.5.9. Omnichannel</p> <p>3.5.9. Mobile &amp; Proximity Marketing</p> <p>4.5.9. الفجوة بين المستهلك والمعلن</p> <p>5.5.9. مديرو المحتوى في Mobile Commerce</p>
		<p><b>10.9. Mobile Social Media Applications</b></p> <p>1.10.9. دمج الهواتف المحمولة في الشبكات الاجتماعية</p> <p>2.10.9. التنقل والعلاقة والوجود المطلق والإعلان</p> <p>3.10.9. Facebook Places</p> <p>4.10.9. تحديد الموقع الجغرافي، أدلة الهاتف المحمول، التوصيات على الإنترنت والشراء</p>	<p><b>9.9. Mobile Commerce</b></p> <p>1.9.9. الخدمات</p> <p>2.9.9. التطبيقات</p> <p>3.9.9. Mobile social shopping</p>

الوحدة 10. اتجاهات رقمية جديدة

<p><b>4.10. الذكاء الاصطناعي</b></p> <p>1.4.10. الجوانب المنهجية في الذكاء الاصطناعي</p> <p>2.4.10. البحث الاستدلالي</p> <p>3.4.10. مناهج الاستدلال في القواعد</p> <p>4.4.10. الشبكات الدلالية</p>	<p><b>3.10. Big Data</b></p> <p>1.3.10. التطبيق القطاعي</p> <p>2.3.10. نماذج الأعمال التجارية</p> <p>3.3.10. مهن جديدة</p>	<p><b>2.10. التلعيب</b></p> <p>1.2.10. تقنيات التلعيب بالأعمال التجارية</p> <p>2.2.10. Gamification Design Framework</p> <p>3.2.10. آليات التشغيل والتحفيز</p> <p>4.2.10. الاستحقاقات والعائد على الاستثمار</p>	<p><b>1.10. إنترنت الأشياء</b></p> <p>1.1.10. الرؤى والتحديات</p> <p>2.1.10. التقنيات الرئيسية</p> <p>3.1.10. المشاريع الرائدة</p>
<p><b>8.10. الاتجاهات الأخرى</b></p> <p>1.8.10. طابعات ثلاثية الأبعاد</p> <p>2.8.10. الطائرات بدون طيار</p> <p>3.8.10. الرؤية الاصطناعية</p> <p>4.8.10. الواقع المعزز</p>	<p><b>7.10. تنفيذ الترميز في المشاريع التكنولوجية</b></p> <p>1.7.10. التوقيع الإلكتروني</p> <p>2.7.10. شهادة رقمية</p> <p>3.7.10. تشفير البيانات</p> <p>4.7.10. التطبيقات العملية للتشفير</p>	<p><b>6.10. النمذجة والمحاكاة</b></p> <p>1.6.10. النمذجة باستخدام DEVS</p> <p>2.6.10. نمذجة الإدخالات العشوائية</p> <p>3.6.10. توليد الإدخالات العشوائية</p> <p>4.6.10. تصميم التجارب والاستخدام الأمثل</p>	<p><b>5.10. الروبوتات</b></p> <p>1.5.10. مورفولوجيا الروبوت</p> <p>2.5.10. الأدوات الرياضية للتوطين المكاني</p> <p>3.5.10. التحكم الحركي</p> <p>4.5.10. معايير تنفيذ الروبوت الصناعي</p>

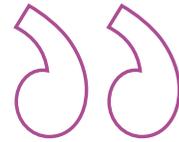
# المنهجية

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

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



اكتشف منهجية Relearning (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلّى 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.



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

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



## 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.

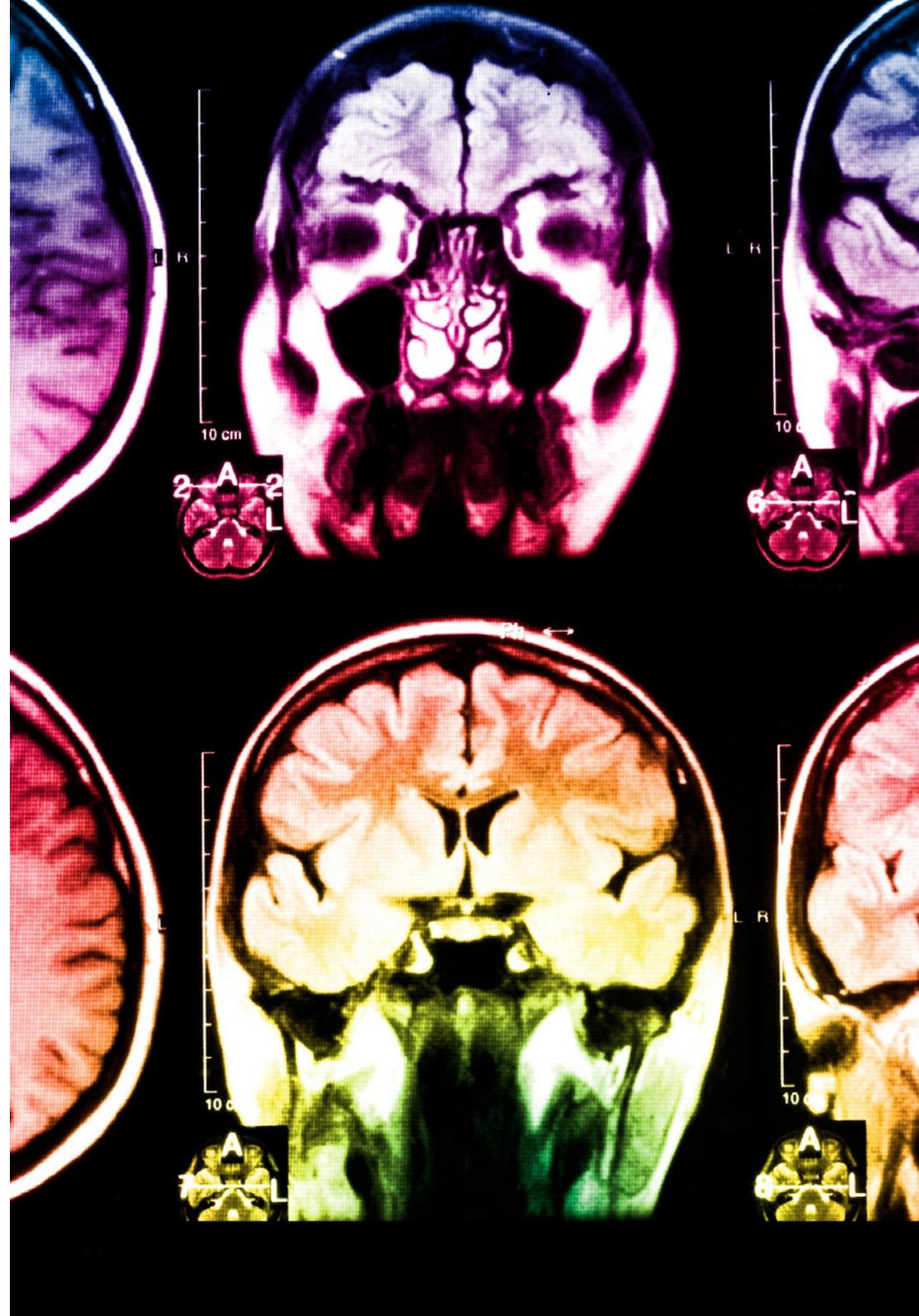
كلية إدارة الأعمال الخاصة بنا هي الكلية الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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

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

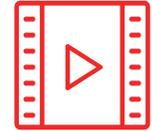
استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الذاكرة، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

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



## يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

### المواد الدراسية



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

### 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

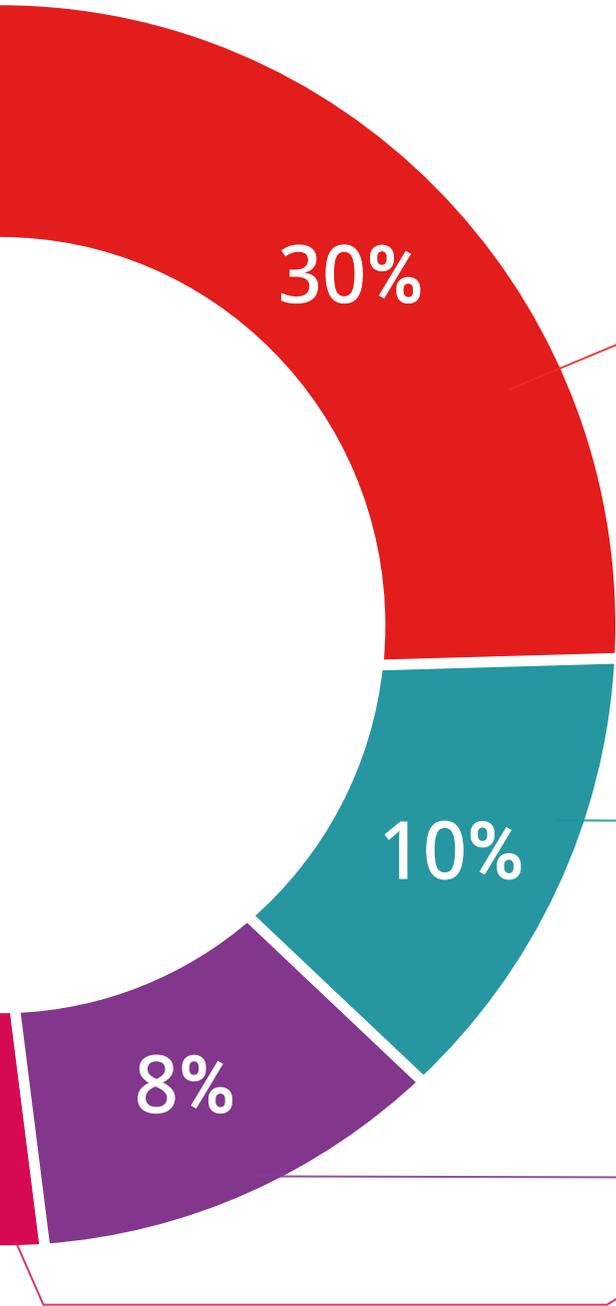


سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم في إطار العولمة التي نعيشها.

### 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 ومطلقة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين في الإدارة العليا على الساحة الدولية.



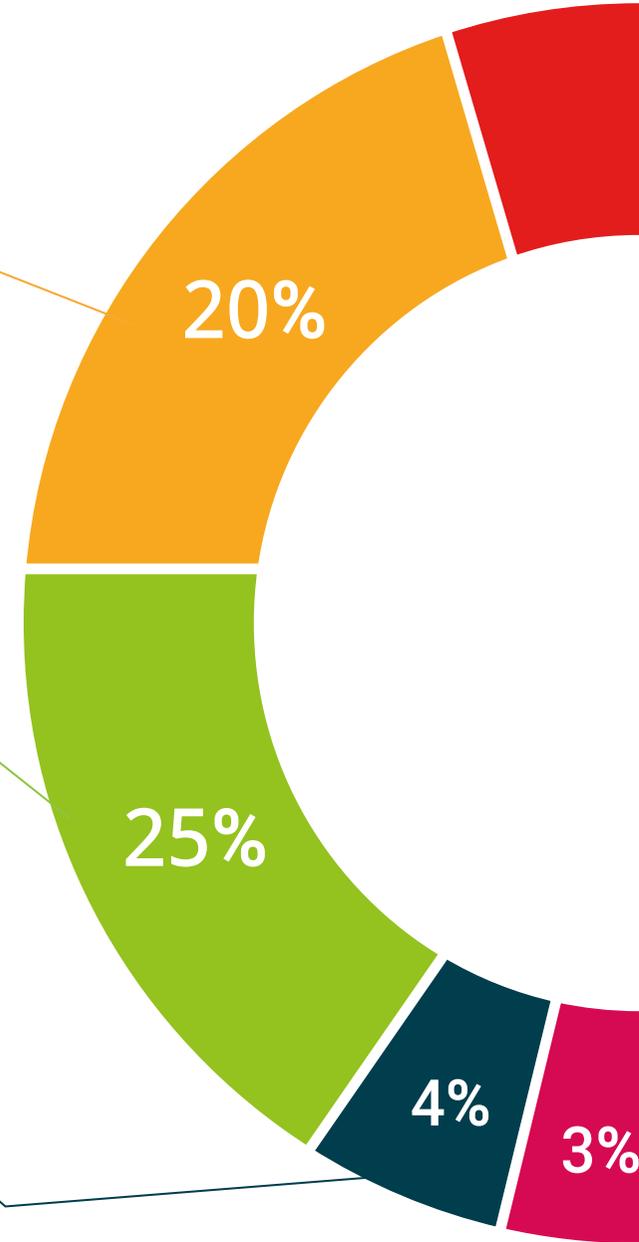
### ملخصات تفاعلية

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

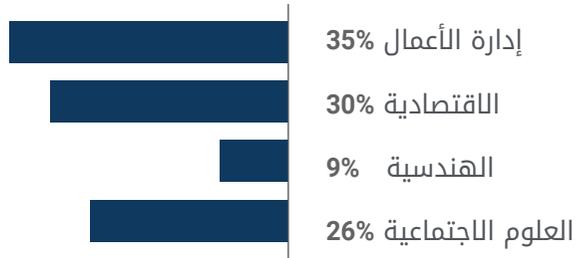
MBA الأعمال التجارية الرقمية هو برنامج يهدف إلى المهنيين الذين يرغبون في تحديث معرفتهم واكتشاف أشكال جديدة من الإدارة والأعمال الرقمية وتعزيز حياتهم المهنية. وهي تستهدف بشكل خاص المهنيين والمديرين ذوي الخبرة الذين يرغبون في اكتساب المهارات اللازمة لإدارة الأعمال لتوليد فرص جديدة في العصر الرقمي.



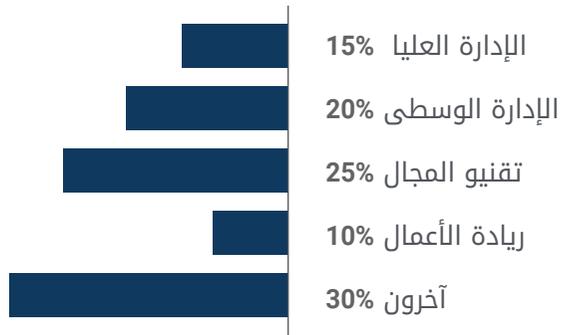
إذا كنت ترغب في توسيع معرفتك في المجال الرقمي والبحث عن تحسين مثير للاهتمام في حياتك المهنية أثناء استمرارك في العمل، فهذا هو برنامجك"



### المؤهل في المجال



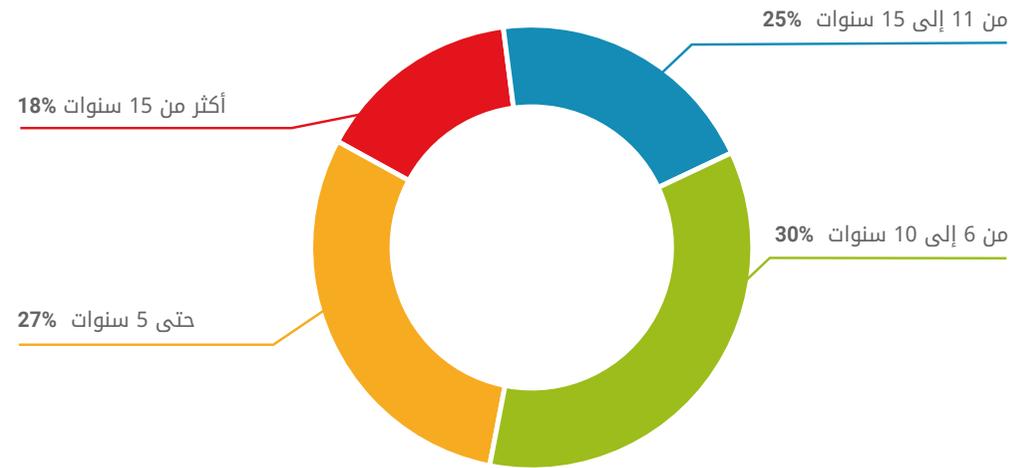
### المؤهل الأكاديمي



### متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

### عدد سنوات الخبرة



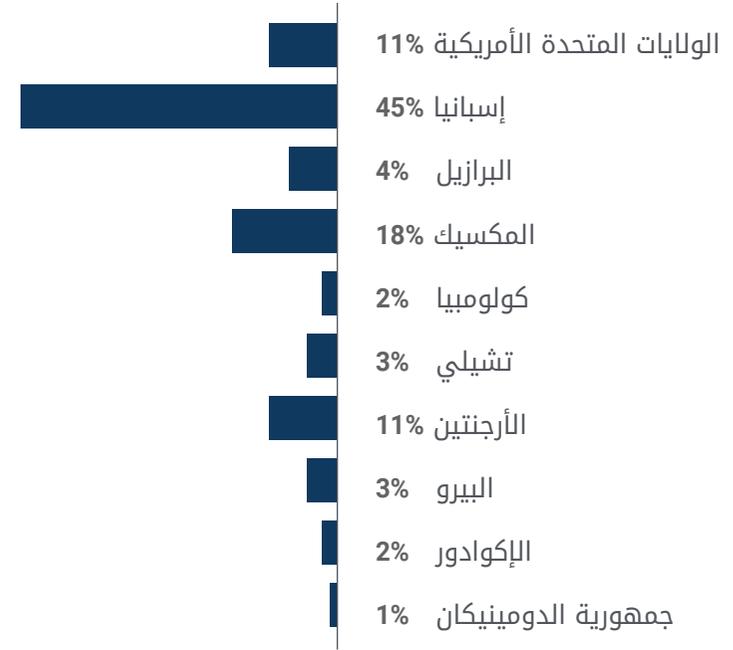


## Susana Sánchez

مديرة أعمال تجارية إلكترونية

"يتمتع MBA في الأعمال التجارية الرقمية بميزة كبيرة تتمثل في وجود أفضل فريق تعليمي في الوقت الحالي، والذي صمم برنامجًا فريدًا يتضمن أكثر المعلومات اكتمالًا وتحديثًا في الوقت الحالي. بدون شك، البرنامج موصى به لجميع الراغبين في التخصص في هذا المجال"

### التوزيع الجغرافي



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تم تصميم هذا البرنامج من قبل فريق من الخبراء في هذا المجال، الذين يدركون الحاجة إلى تخصص المهنيين في مجال الأعمال الرقمية، وقد أنشأوا الـ MBA الذي سيكون ضروريًا لتحسين القدرة التنافسية للمهنيين في هذا القطاع. بلا شك، أفضل فريق من المعلمين اليوم، يتمتع بخبرة واسعة على مستوى التدريس والأعمال. هيئة تدريس فريدة من نوعها ستساعد الطلاب على تحقيق أهدافهم الأكاديمية.



هيئة تدريس رفيعة المستوى لتعليم  
المهنيين الباحثين عن الامتياز"



## المدير الدولي المُستضاف



يعد الدكتور Ben Marder شخصية رائدة في مجال التسويق، وهو معروف عالميًا بمساهماته العميقة في فهم سلوك المستهلك في العصر الرقمي. وهكذا، فقد أظهر قيادة استثنائية، وعزز سمعته كأكاديمي من ذوي الكفاءات التي لا مثيل لها. بالمثل، كجزء من أبحاثه البحثية، يتم استكشاف سلوك المستهلك الاجتماعي والتجاري في سياق التقنيات الرقمية، وخاصة الشبكات الاجتماعية. وفي الواقع، يحتوي سجل منشوراته الغزيرة على أكثر من 40 مقالة مقبولة في مجلات مشهورة، مثل Journal of Retailing، وEuropean Journal of Marketing، وJournal of Business Research. بالإضافة إلى ذلك، اجتذب عمله الرائد حول «التأثير المروع» (Chilling Effect) لوسائل التواصل الاجتماعي الاهتمام الدولي، مع ظهوره في وسائل إعلام مرموقة مثل The New York Times، وHarvard Business Review، وBBC. وبهذه الطريقة، كشفت الدراسة عن كيفية تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك في الحياة الواقعية، وهو اكتشاف لاقى صدى في الأوساط الأكاديمية والجمهور. بالمثل، وبعيدًا عن جهوده البحثية، فقد برز كمنسق برنامج مقدمة لأبحاث الأعمال، حيث لعب دورًا أساسيًا في تشكيل المشهد التعليمي. وقد شغل أيضًا منصب مدير برامج أبحاث التسويق، حيث أشرف على المشاريع البحثية وتعزيز الرفاهية الطلابية والأكاديمية، وكل ذلك في كلية إدارة الأعمال بجامعة Edinburgh. أخيرًا، تم تكريم الدكتور Ben Marder لعروضه البحثية المبتكرة، بما في ذلك استكشافه للعواقب غير المقصودة لتقنيات التسويق. وهكذا، من خلال عمله الشامل، يواصل تسليط الضوء على تعقيدات التسويق الرقمي وترك علامة لا تمحى في كل من الأوساط الأكاديمية والصناعة.

## د. Ben, Marder

- ♦ مدير برامج أبحاث التسويق، جامعة Edinburgh، المملكة المتحدة
- ♦ منسق برنامج مقدمة لأبحاث الأعمال في كلية إدارة الأعمال بجامعة Edinburgh
- ♦ ظهوره في وسائل الإعلام: The New York Times، Harvard Business Review و BBC
- ♦ منشورات في Journal of Retailing و European Journal of Marketing و Journal of Business Research
- ♦ دكتوراه في التسويق ونظم المعلومات من جامعة Bath
- ♦ ماجستير في التسويق من جامعة Leicester
- ♦ بكالوريوس في الاقتصاد المالي من جامعة Leicester

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## المدير الدولي المُستضاف

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 أتاحت 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، يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## المدير الدولي المُستضاف

نظرًا لكونه رائدًا في مجال التكنولوجيا يتمتع بعقود من الخبرة في كبرى شركات التكنولوجيا متعددة الجنسيات، فقد ارتقى Rick Gauthier إلى مكانة بارزة في مجال الخدمات السحابية وتحسين العمليات من البداية إلى النهاية. لقد تم الاعتراف به كقائد عالي الكفاءة ومدير فريق، حيث أظهر موهبة طبيعية لضمان مستوى عالٍ من الالتزام بين عماله. يحظى بعطايا فطرية في الإستراتيجية والابتكار التنفيذي، يطور أفكارًا جديدة ويدعم نجاحه ببيانات عالية الجودة. سمحت له مسيرته المهنية في أمازون بإدارة خدمات تكنولوجيا المعلومات للشركة ودمجها في الولايات المتحدة. في شركة مايكروسوفت، قاد فريقًا مكونًا من 104 شخص، مسئولين عن توفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على مستوى الشركة ودعم أقسام هندسة المنتجات في جميع أنحاء الشركة. سمحت له هذه التجربة بالتميز كمدير عالي التأثير، يتمتع بمهارات ملحوظة لزيادة الكفاءة والإنتاجية ورضا العملاء بشكل عام.



## د. Rick Gauthier

- ♦ نائب الرئيس، استقطاب المواهب، Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير برامج أول في شركة أمازون
- ♦ نائب رئيس شركة Wimmer Solutions
- ♦ مدير أول لخدمات الهندسة الإنتاجية في شركة مايكروسوفت
- ♦ بكالوريوس في الأمن السيبراني من جامعة Western Governors
- ♦ شهادة فنية في الغوص التجاري من معهد Divers Institute of Technology
- ♦ شهادة في الدراسات البيئية من كلية Evergreen State

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## المدير الدولي المُستضاف

Romi Arman هو خبير دولي مشهور يتمتع بخبرة تزيد عن عقدين من الزمن في مجال التحول الرقمي والتسويق والاستراتيجية والاستشارات. طوال هذه المهنة الواسعة، خاض مخاطر مختلفة وأصبح مدافعًا دائمًا عن الابتكار والتغيير في وضع الأعمال. وبهذه الخبرة، تعاون مع الرؤساء التنفيذيين ومؤسسات الشركات من جميع أنحاء العالم، مما دفعهم إلى التخلي عن نماذج الأعمال التقليدية. وبالتالي، فقد ساهمت في أن تصبح شركات مثل شركة Shell رائدة حقيقية في السوق، مع التركيز على عملائها والعالم الرقمي.

إن الاستراتيجيات التي صممها أرمان لها تأثير كامن، حيث مكنت العديد من الشركات من تحسين تجارب المستهلكين والموظفين والمساهمين على حد سواء. يمكن قياس نجاح هذا الخبير من خلال مقاييس ملموسة مثل CSAT، والتزام الموظفين في المؤسسات التي عمل فيها ونمو المؤشر المالي EBITDA في كل منها.

كما قام في مسيرته المهنية برعاية وقيادة فرق عالية الأداء حصلت حتى على جوائز لإمكاناتها التحولية. مع شركة Shell، على وجه التحديد، يسعى المدير التنفيذي دائمًا للتغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات العملاء المعقدة لإزالة الكربون، ودعم «إزالة الكربون المربحة» ومراجعة البيانات المجزأة والمشهد الرقمي والتكنولوجي. وهكذا، أظهرت جهودهم أنه لتحقيق النجاح المستدام من الضروري البدء من احتياجات المستهلكين ووضع الأسس لتحويل العمليات والبيانات والتكنولوجيا والثقافة.

ومن ناحية أخرى، يتميز المدير بإتقانه لتطبيقات الأعمال الخاصة بالذكاء الاصطناعي، وهو موضوع حصل فيه على شهادة الدراسات العليا من كلية لندن للأعمال. وفي الوقت نفسه، اكتسب خبرات متراكمة في إنترنت الأشياء وSalesforce.



## .Arman, Romi .D

- ♦ الرئيس التنفيذي للتحول الرقمي (CDO) في شركة Shell للطاقة، لندن، المملكة المتحدة
- ♦ المدير العالمي للتجارة الإلكترونية وخدمة العملاء في شركة Shell للطاقة
- ♦ مدير الحسابات الرئيسية الوطنية (مصنعي المعدات الأصلية للسيارات وتجار التجزئة) لشركة Shell في كوالالمبور، ماليزيا
- ♦ مستشار إداري أول (قطاع الخدمات المالية) لشركة Accenture من سنغافورة
- ♦ الليسانس من جامعة Leeds
- ♦ دراسات عليا في تطبيقات الأعمال للذكاء الاصطناعي لكبار المديرين التنفيذيين من مدرسة الأعمال في لندن
- ♦ شهادة جامعية مهنية في خبرة العميل CCXP
- ♦ دورة التحول الرقمي التنفيذي من قبل قيادة التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي - كلية إدارة الأعمال IMD

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## المدير الدولي المُستضاف

Manuel Arens هو مدير بيانات متمرس وقائد فريق مؤهل تأهيلاً عالياً. في الواقع، يشغل Arens منصب مدير المشتريات العالمية في قسم البنية التحتية التقنية ومراكز البيانات في Google، حيث طور معظم حياته المهنية. مقرها في ماونتِن فيو، كاليفورنيا، وقد قدم حلولاً للتحديات التشغيلية لعملاق التكنولوجيا، مثل سلامة البيانات الرئيسية وتحديات بيانات البائع وتحديد أولويات البائعين. وقد قاد تخطيط سلسلة توريد مراكز البيانات وتقييم مخاطر البائعين، وتوليد تحسينات في العمليات وإدارة سير العمل أدت إلى وفورات كبيرة في التكاليف.

مع أكثر من عقد من العمل موفراً الحلول الرقمية والقيادة للشركات في مختلف الصناعات، لديه خبرة واسعة في جميع جوانب تقديم الحلول الاستراتيجية، بما في ذلك التسويق وتحليل الوسائط والقياس والإسناد. في الواقع، حصل على العديد من الجوائز لعمله، بما في ذلك جائزة BIM Leadership، وجائزة Search Leadership، وجائزة Export Lead Generation Program، وجائزة EMEA لأفضل نموذج مبيعات.

عمل Arens أيضًا كمدير مبيعات في دبلن، أيرلندا. في هذا المنصب، قام ببناء فريق من 4 إلى 14 عضوًا في ثلاث سنوات وقاد فريق المبيعات لتحقيق النتائج والتعاون بشكل جيد مع بعضهم البعض ومع الفرق متعددة الوظائف. كما شغل منصب كبير محلي الصناعة في هامبورغ بألمانيا، حيث ابتكر قيصًا لأكثر من 150 عميلًا باستخدام أدوات داخلية وأدوات تابعة لجهات خارجية لدعم التحليل. وضع وكتب تقارير متعمقة لإثبات إتقانه للموضوع، بما في ذلك فهم عوامل الاقتصاد الكلي والسياسة/التنظيم التي تؤثر على اعتماد التكنولوجيا ونشرها.

كما قاد فرقًا في شركات مثل Eaton و Airbus و Siemens، حيث اكتسب خبرة قيمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. يسلط الضوء على عملهم لتجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيمة مع العملاء والعمل 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 رائدًا بارزًا في مجاله.



## أ. Manuel, Arens

- ♦ رئيس قسم التحليلات وتكنولوجيا B2B في Google, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير المبيعات, Google, أيرلندا
- ♦ كبير المحللين الصناعيين في Google, ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google, أيرلندا
- ♦ حسابات الدفع في Eaton, المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في Airbus, ألمانيا

بفضل TECH, يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## المدير الدولي المُستضاف

Andrea La Sala هو مدير تنفيذي ذو خبرة في مجال التسويق، وكان لمشاريعه تأثير كبير على بيئة الموضة. طوال حياته المهنية الناجحة، قام بتطوير مهام مختلفة تتعلق بالمنتجات والترويج والاتصالات. ويرتبط كل هذا بعلامات تجارية مرموقة مثل Calvin Klein و Dolce&Gabbana و Giorgio Armani وغيرها.

تم ربط نتائج هذا المدير الدولي رفيع المستوى بقدرته المثبتة على تجميع المعلومات في أطر واضحة وتنفيذ إجراءات ملموسة تتماشى مع أهداف عمل محددة. بالإضافة إلى ذلك، فهو معروف باستباقيته وتكيفه مع معدلات العمل المتسارعة. إلى كل هذا، يضيف هذا الخبير وعياً تجارياً قوياً ورؤية للسوق وشغفاً حقيقياً بالمنتجات.

بصفته المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق في Giorgio Armani، أشرف على استراتيجيات التسويق المختلفة للملابس والإكسسوارات. وعلى نحو مماثل، ركز تكتيكاته على بيئة البيع بالتجزئة واحتياجات المستهلكين وسلوكهم. في هذا المنصب، كان La Sala مسؤولاً أيضاً عن إعداد تسويق المنتجات في أسواق مختلفة، حيث عمل كقائد فريق في أقسام التصميم والاتصالات والمبيعات.

من ناحية أخرى، في شركات مثل Calvin Klein أو Gruppo Coin، قام بمشاريع لتعزيز هيكل المجموعات المختلفة وتطويرها وتسويقها. وبدوره، كان مسؤولاً عن إنشاء تقاويم فعالة لحملات البيع والشراء. وبالمثل، كان تحت إشرافه الشروط والتكاليف والعمليات ومواعيد التسليم للعمليات المختلفة.

هذه التجارب جعلت من Andrea La Sala أحد قادة الشركات الرئيسيين والأكثر تأهيلاً في مجال الموضة والرفاهية. قدرة إدارية عالية تمكن من خلالها من التنفيذ الفعال للوضع الإيجابي لمختلف العلامات التجارية وإعادة تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPI) الخاصة بها.



## أ. Andrea, La Sala

- ♦ المدير العالمي للعلامة التجارية والتسويق لشركة Armani Exchange في Giorgio Armani, ميلانو, إيطاليا
- ♦ مدير التجارة في Calvin Klein
- ♦ مدير العلامة التجارية في Gruppo Coin
- ♦ مدير العلامة التجارية في Dolce&Gabbana
- ♦ مدير العلامة التجارية في شركة Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ محلل السوق في Fastweb
- ♦ بكالوريوس Business and Economics في Università degli Studi del Piemonte Orientale

بفضل TECH, يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## المدير الدولي المُستضاف

Mick Gram هو مرادف للابتكار والتميز في مجال ذكاء الأعمال على المستوى الدولي. وترتبط مسيرته المهنية الناجحة بالمناصب القيادية في الشركات المتعددة الجنسيات مثل Red Bull و Walmart. وبالمثل، يبرز هذا الخبير برؤيته في تحديد التقنيات الناشئة التي لها، على المدى الطويل، تأثير دائم على بيئة الشركات. من ناحية أخرى، يعتبر المسؤول التنفيذي رائداً في استخدام تقنيات تصور البيانات التي تعمل على تبسيط المجموعات المعقدة، مما يجعلها في متناول الجميع وتسهل اتخاذ القرار. أصبحت هذه المهارة هي الركيزة الأساسية لملفه المهني، مما حوله إلى أحد الأصول المرغوبة للعديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات وتوليد إجراءات ملموسة منها.

أحد أبرز مشاريعه في السنوات الأخيرة هو منصة Walmart Data Cafe، وهي الأكبر من نوعها في العالم والمرتكزة على السحابة لتحليل البيانات الضخمة. بالإضافة إلى ذلك، شغل منصب مدير ذكاء الأعمال في Red Bull، حيث يغطي مجالات مثل المبيعات والتوزيع والتسويق وعمليات سلسلة التوريد. تم تكريم فريقه مؤخراً لابتكاره المستمر في استخدام واجهة برمجة تطبيقات Walmart Luminare الجديدة لرؤى المتسوقين والقنوات. فيما يتعلق بتدريبه، فقد حصل المدير على العديد من درجات الماجستير والدراسات العليا في مراكز مرموقة مثل جامعة Berkeley في الولايات المتحدة، وجامعة Copenhagen في الدنمارك. ومن خلال هذا التحديث المستمر، حقق الخبير مهارات متطورة. وبالتالي، فقد أصبح يعتبر قائداً بالفطرة في الاقتصاد العالمي الجديد، الذي يركز على محرك البيانات وإمكانياتها اللامحدودة.



## أ. Mick, Gram

- ♦ مهندس حلول ذكاء الأعمال في Walmart Data Café
- ♦ مستشار مستقل في مجال ذكاء الأعمال وعلوم البيانات
- ♦ مدير ذكاء الأعمال في شركة Capgemini
- ♦ كبير المحللين في Nordea
- ♦ كبير مستشاري ذكاء الأعمال في SAS
- ♦ التعليم التنفيذي في الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في كلية الهندسة بجامعة كاليفورنيا في Berkeley
- ♦ ماجستير إدارة الأعمال التنفيذية في التجارة الإلكترونية من جامعة Copenhagen
- ♦ بكالوريوس والماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة Copenhagen

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## المدير الدولي المُستضاف

Scott Stevenson هو خبير متميز في قطاع التسويق الرقمي، وقد ارتبط منذ أكثر من 19 عامًا بوحدة من أقوى الشركات في صناعة الترفيه، وهي شركة Warner Bros Discovery. ومن خلال هذا المنصب، لعب دورًا رئيسيًا في الإشراف على العمليات اللوجستية وسير العمل الإبداعي عبر مختلف المنصات الرقمية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي والبحث والعرض والوسائط الخطية.

لقد كانت قيادة هذا المدير التنفيذي حاسمة في دعم استراتيجيات إنتاج الوسائط المدفوعة، مما أدى إلى تحسن ملحوظ في معدلات التحويل لشركته. وفي الوقت نفسه، تولى أدوارًا أخرى، مثل مدير خدمات التسويق ومدير النقل في نفس المكتب خلال إدارته السابقة.

في المقابل، تم ربط Stevenson بالتوزيع العالمي لألعاب الفيديو وحملات الملكية الرقمية. كما كان مسؤولاً عن تقديم الاستراتيجيات التشغيلية المتعلقة بتكوين وإكمال وتقديم محتوى الصوت والصورة للإعلانات التلفزيونية ومقاطع دعائية للأفلام.

من ناحية أخرى، يحمل الخبير درجة البكالوريوس في الاتصالات من جامعة Florida ودرجة الماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة California، مما يدل على مهارته في التواصل وسرد القصص. بالإضافة إلى ذلك، شارك في كلية التطوير المهني بجامعة Harvard في البرامج المتطورة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الأعمال التجارية. وبالتالي، فإن ملفه المهني يعد واحدًا من أكثر الملفات أهمية في مجال التسويق والوسائط الرقمية الحالي.



## أ. Scott, Stevenson

- ♦ مدير خدمات التسويق في شركة Warner Bros. Entertainment
- ♦ مدير النقل في شركة Warner Bros. Entertainment
- ♦ ماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة California
- ♦ بكالوريوس في الاتصالات من جامعة Florida

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## المدير الدولي المُستضاف

يعد الدكتور Eric Nyquist أحد المحترفين البارزين في مجال الرياضة الدولية، وقد بنى مسيرة مهنية مثيرة للإعجاب، وتميز بقيادته الإستراتيجية وقدرته على قيادة التغيير والابتكار في المنظمات الرياضية رفيعة المستوى. في الواقع، فقد شغل مناصب عليا، مثل مدير الاتصالات والتأثير في NASCAR، ومقرها في Florida، الولايات المتحدة. وبفضل سنوات عديدة من الخبرة في هذا الكيان، شغل الدكتور Nyquist أيضاً مناصب قيادية مختلفة، بما في ذلك نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي والمدير العام لشؤون الأعمال، حيث أدار أكثر من عشرة تخصصات تتراوح من التطوير الاستراتيجي إلى التسويق الترفيهي. بالمثل، ترك Nyquist علامة مهمة على أكبر الامتيازات الرياضية في Chicago. بصفته نائب الرئيس التنفيذي لامتيازات Chicago Bulls و Chicago White Sox، فقد أثبت قدرته على قيادة الأعمال والنجاح الاستراتيجي في عالم الرياضات الاحترافية. أخيراً، تجدر الإشارة إلى أنه بدأ حياته المهنية في مجال الرياضة أثناء عمله في نيويورك كمحلل استراتيجي كبير ل Roger Goodell في الدوري الوطني لكرة القدم (NFL)، وكان سابقاً متدرجاً قانونياً في اتحاد كرة القدم الأمريكي.



## د. Eric, Nyquist

- ♦ مدير الاتصالات والتأثير في NASCAR، فلوريدا، الولايات المتحدة
- ♦ نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ نائب رئيس التخطيط الاستراتيجي في NASCAR
- ♦ المدير العام لشؤون الأعمال في NASCAR
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي في امتيازات Chicago White Sox
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي في امتيازات Chicago Bulls
- ♦ مدير تخطيط الأعمال في الرابطة الوطنية لكرة القدم (NFL)
- ♦ شؤون الأعمال/متدرب قانوني في اتحاد كرة القدم بالولايات المتحدة
- ♦ دكتوراه في القانون من جامعة Chicago
- ♦ ماجستير إدارة الأعمال - MBA من كلية Booth لإدارة الأعمال بجامعة Chicago
- ♦ بكالوريوس في الاقتصاد الدولي من Carleton College

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## هيكل الإدارة

### أ. José Galán

- ♦ مدير التسويق الإلكتروني في TECH الجامعة التكنولوجية
- ♦ مدون في "Cosas sobre Marketing Online"
- ♦ مدير تسويق الشركات في Médica Panamericana
- ♦ بكالوريوس الإعلان والعلاقات العامة من جامعة كومبلوتنسي في مدريد
- ♦ البرنامج الأوروبي العالي في التسويق الرقمي من قبل ESIC

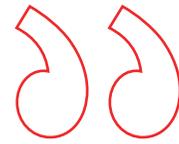




# مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

نحن ندرك أن دراسة برنامج مثل هذا يستلزم استثمارًا اقتصاديًا ومهنيًا وشخصيًا كبيرًا بالطبع. يجب أن يكون الهدف النهائي لهذا الجهد العظيم هو تحقيق النمو المهني. معنا، لديك فرصة جيدة للحصول عليها. لذلك، يجب ألا تفوت الفرصة التي توفرها TECH للتخصص مع أفضل فريق في هذا المجال من الطلاب المهني العالي.





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

## هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ فالتطوير المهني الممتاز في انتظارك

MBA في الأعمال التجارية الرقمية من جامعة TECH هو برنامج مكثف يعدك لمواجهة التحديات وقرارات العمل، على الصعيدين الوطني والدولي. الهدف الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني. نساعدك على تحقيق النجاح. إذا كنت ترغب في تحسين نفسك، وإجراء تغيير إيجابي على المستوى المهني، والتواصل مع الأفضل فهذا هو المكان المناسب لك.

احصل على تحسين الوظيفة  
في وقت قصير بعد تحقيق  
هذا البرنامج.

### وقت التغيير



إذا كنت ترغب في تحقيق تغيير  
إيجابي في مهنتك، فإن MBA  
في الأعمال التجارية الرقمية  
سيساعدك على تحقيقها.

### نوع التغيير



## زيادة الرواتب

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



# المزايا لشركتك

يساهم الـ MBA الإدارة المالية (المدير المالي CFO) إلى أقصى إمكاناتها من خلال تخصص القادة رفيعي المستوى. تعد المشاركة في هذا البرنامج فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال التي يمكن من خلالها العثور على شركاء أو عملاء أو موردين محترفين في المستقبل.





ستتاح لك الفرصة لتقديم رؤية تجارية  
جديدة لشركتك"



01

### رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

02

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

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

03

### وكلاء البناء للتغيير

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

04

### زيادة إمكانيات التوسع الدولي

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

### تطوير مشاريع شخصية

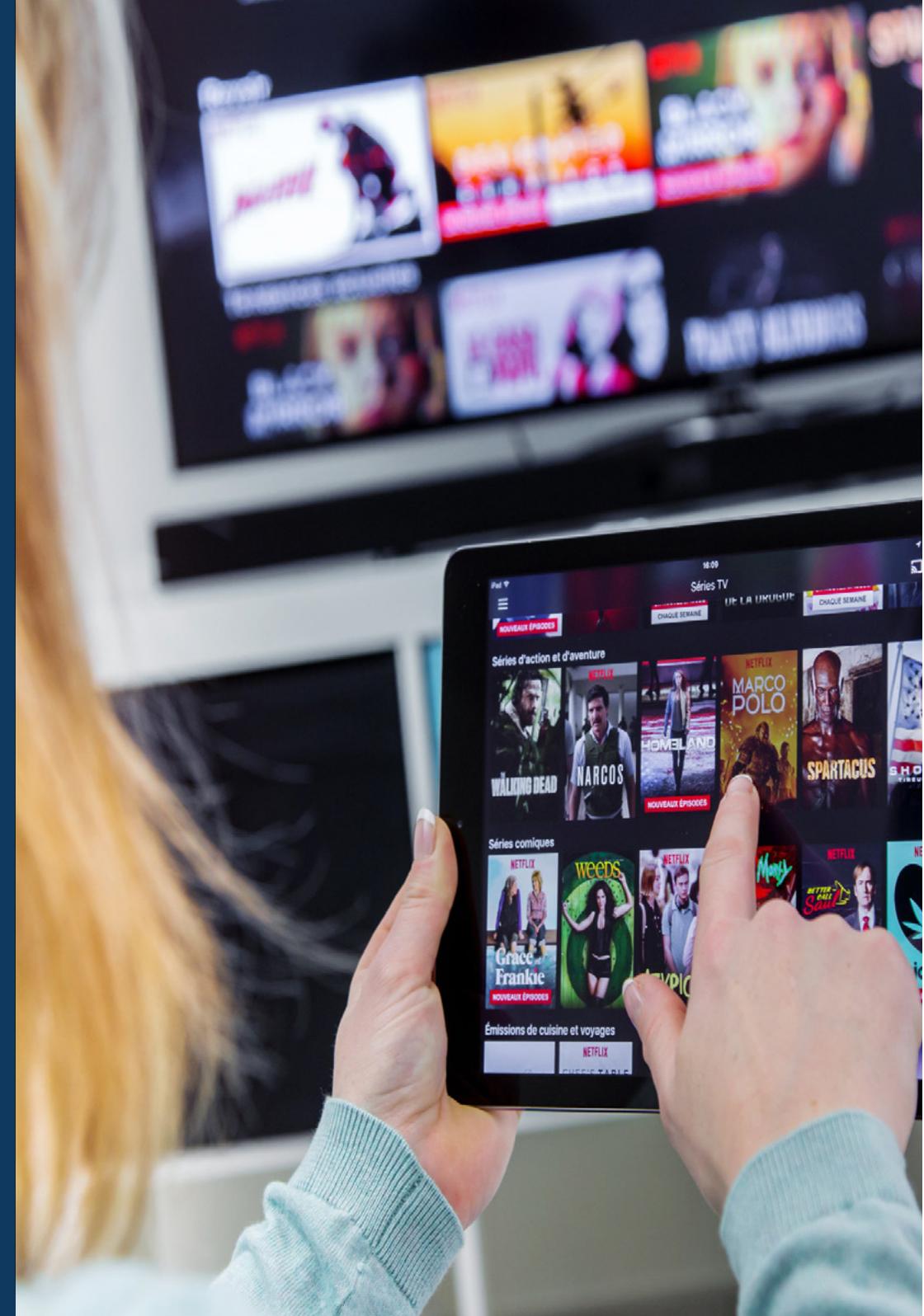
يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

### تعزيز القدرة التنافسية

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

06



# المؤهل العلمي

يضمن ماجستير خاص في MBA الأعمال التجارية الرقمية التدريب الأكثر دقة وحداثة بالإضافة إلى الحصول على مؤهل اجتياز الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



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

المؤهل العلمي: **ماجستير خاص في MBA الأعمال التجارية الرقمية**

طريقة: **عبر الإنترنت**

مدة: **12 شهر**

يحتوي هذا **ماجستير خاص في MBA الأعمال التجارية الرقمية** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق.

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



النوع	المدة	الطريقة	عدد الساعات
1*	البنية الاستراتيجية التنافسية	إجمالي	150
1*	البنية وتنظيم المشروع	إجمالي	150
1*	التجارة و Marketing و e-commerce	إجمالي	150
1*	التسويق في محركات البحث	إجمالي	150
1*	التسويق الرقمية والمنظمة عبر الإنترنت	إجمالي	150
1*	مؤشرات الأداء و Performance and	إجمالي	150
1*	تجارب الويب وتحليلات التسويق	إجمالي	150
1*	البيانات والتوصيات الإلكترونية والتكنولوجيا في سلسلة التوريد	إجمالي	150
1*	التجارة الإلكترونية	إجمالي	150
1*	التحليلات رقمية حديثة	إجمالي	150

نوع المادة	عدد الساعات
(OB) إجمالي	1500
(OP) اختياري	0
(PH) الممارسات الخارجية	0
(TFM) مشروع تخرج الماجستير	0
الإجمالي	1500



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

MBA الأعمال التجارية الرقمية

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

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018  
في تاريخ 17 يونيو 2020



TECH AFW02261 technline.com/certificates



## الماجستير التنفيذي MBA الأعمال التجارية الرقمية

« طريقة التدريس: أونلاين

« المدة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

# الماجستير التنفيذي MBA الأعمال التجارية الرقمية