

ماجستير خاص
MBA التحول الرقمي
(CDO ، كبير المسؤولين الرقميين)



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير خاص
MBA التحول الرقمي
(CDO , كبير المسؤولين الرقميين)

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitude.com/ae/school-of-business/executive-master-degree/master-mba-digital-transformation-cdo-chief-digital-officer

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 | الكفاءات | 06 | الهيكل والمحتوى | 05 | المنهجية | | |
| | صفحة 42 | | 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 74 | | صفحة 54 | | صفحة 50 | | |
| 12 | المؤهل العلمي | 11 | المزايا لشركتك | | | | |
| | صفحة 82 | | صفحة 78 | | | | |

01 كلمة الترحيب

إن الظهور المستمر للتقنيات الجديدة والتطورات الملحوظة التي تحدث كل عام ، لا سيما في مجال الحاسبات ، تجبر الشركات على الانغماس في عملية تجديد مستمرة. هذا هو المكان الذي تبرز فيه شخصية CDO، كبير المسؤولين الرقميين، والذي يجب أن يقود التحول الرقمي المذكور من أجل تحقيق أكبر فائدة لمنظمتهم. للقيام بذلك، يجب عليك إتقان عمليات إدارة الأعمال، والتقنيات التحليلية، والاتصالات الرقمية أو إنترنت الأشياء، من بين أمور أخرى. يتعمق هذا البرنامج بدقة في جميع المهارات التي يجب على CDO تطويرها للحصول على حياة مهنية ناجحة ، حيث يقدم تنسيقاً 100% عبر الإنترنت يمكن من خلاله تحسين التوقعات المهنية والاقتصادية دون الحاجة إلى التضحية بالعمل أو المسؤوليات الشخصية. بالإضافة إلى ذلك، سيتم تقديم 10 صفوف دراسية متقدمة شاملة من قبل مرجع دولي كمدير ضيف.



ماجستير خاص في MBA التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين) من
الجامعة التكنولوجية TECH

ضع نفسك كقائد أعمال وتكنولوجيا على درجة عالية من
المهارة من خلال برنامج TECH والصفوف الدراسية المتقدمة
التي يتضمنها هذا البرنامج المتاح 100% عبر الإنترنت"



لماذا تدرس في TECH؟

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



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



في TECH الجامعة التكنولوجية

الابتكار



تقدم لك الجامعة نموذجًا تعليميًا عبر الإنترنت يجمع بين أحدث التقنيات التعليمية وأعلى دقة تربوية.

إنه منهج فريد من نوعه يتمتع بأكبر قدر من الاعتراف الدولي والذي سيوفر للطالب مفاتيح التطور في عالم يتغير باستمرار، حيث يجب أن يكون الابتكار هو الرهان الأساسي لكل رائد أعمال.

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

أعلى المعايير



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

من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

95%

إقامة شبكة جيدة من العلاقات

يشارك المحترفون من جميع أنحاء العالم في جامعة TECH، بطريقة يمكن للمطالب 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 ورؤيته 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 مهاراته الشخصية ليصبح قائداً يُحدث فرقاً.

07

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

كن جزءاً من مجتمع حصري

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

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دولياً.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

الجامعة TECH التكنولوجية تربط طلابها لتحقيق أقصى قدر من الفرص. الطلاب الذين لديهم نفس الاهتمامات والرغبة في النمو. لذلك، يمكن مشاركة الشركات أو العملاء أو الموردين.

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

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

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

الأهداف

نظرًا لأن CDO يجب أن يغطي العديد من المجالات التكنولوجية لأداء دوره بنجاح ، فإن الهدف من هذا البرنامج هو توفير الأدوات والاستراتيجيات والمعرفة الصحيحة التي تؤثر بشكل مباشر على عمله اليومي. لهذا الغرض ، تم إعداد مواد تعليمية واسعة النطاق ، تغطي العديد من مجالات إدارة التكنولوجيا ومراقبة العمليات وسلوكيات القيادة في مجال كبير المسؤولين الرقميين..

سيكون لديك أفضل المواد التعليمية تحت تصرفك ،
في فصل دراسي افتراضي متاح على مدار 24 ساعة
في اليوم حتى تتمكن من الوصول إليها وقتما تشاء"



"تحتضن TECH أهداف طلابها.
إنهم يعملون معًا لتحقيقها.

MBA التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين) سوف يقوم بتدريب الطالب على:

01

إتقان الحلول التكنولوجية المختلفة لـ BPM واختيار أفضل الحلول التي تناسب كل مؤسسة

02

تحديد عمليات الابتكار التي تسمح بإنشاء منتجات وخدمات تكنولوجية جديدة

03

نمذجة و نفذ تصميم العمليات التجارية باستخدام منهجية BPM ، وإعداد الخرائط وتوثيق العمليات

04

وضع إطار مفاهيمي لتحليل النضج الرقمي والتحديات على مستوى الاستراتيجية والعمليات والتكنولوجيا والثقافة والأفراد التي تواجهها المنظمة في النموذج الرقمي الجديد

05

تنفيذ أتمتة العمليات والتكامل مع العملاء والموردين والعمليين والمنظمات والوثائق والأنظمة والتكنولوجيا

06

تطوير رؤية استراتيجية تسمح لك بقيادة عمليات التغيير لإدارة الابتكار والتحول الرقمي

07

إتقان الاتجاهات التكنولوجية المختلفة التي تحدث حتى تتمكن من الحصول على رؤية إستراتيجية وعالمية عند تطبيقها على مشاريعك

10

تعرف على الاتجاهات السلوكية المختلفة لدى المستخدمين وفكر فيها ، بالإضافة إلى الاتصالات الجديدة التي يتعين على جميع الشركات مواجهتها

08

وضع الإستراتيجية الرقمية ، وفهمها برؤية 360 درجة ، وتطبيقها على تجربة العميل وكذلك على التجربة الداخلية في الشركة

11

تنفيذ إدارة عمليات الأعمال بطريقة ناجحة وفي الوقت المناسب

09

اكتساب رؤية إستراتيجية والقدرة على تحديد خطة تسويق ، من خلال تحليل شامل للأدوات التي سيتم استخدامها في: الشبكات الاجتماعية ، والتسويق المؤثر ، والتسويق عبر البريد الإلكتروني ، وتحديد مواقع تحسين محركات البحث (SEO) ، والتسويق عبر الهاتف المحمول و ASO ، وحملات الوسائط المدفوعة ، والتسويق التابع ، الإعلان الآلي وبرامج الولاء وإجراءات العلامة التجارية المشتركة

12

إنشاء نماذج عملية مع مراعاة أنواع الترميز الأكثر استخدامًا ، ومعرفة جوانبها ذات الصلة ، من أجل اختيار النوع المناسب من النمذجة لكل سيناريو



تصميم العملية المطلوبة وتقييم أدائها وصياغة مؤشرات الإدارة
حسب مستوى المنظمة

13

تطوير هياكل متينة حول المواضيع القانونية الرئيسية المتعلقة
بعمليات التحول الرقمي، بحيث تحصل على رؤية نقدية لتأثير التكنولوجيا
على القانون والتحديات الرئيسية التي نشأت في المجال الرقمي"

14



الكفاءات

يتطلب التحول الرقمي من المديرين سلسلة من المهارات المحسنة ليس فقط في المجال التكنولوجي الواضح ، ولكن أيضاً في إدارة البيانات المتغيرة باستمرار ، أو تحليلات إجراءات العمل أو تحسين العمليات المذكورة والتحكم فيها. لهذا السبب ، سيجد المدبرون في هذا البرنامج محتوى عملياً بارزاً ، يركز على التحسين المباشر لمهاراتهم حتى قبل الانتهاء منها ، والقدرة على دمج أكثر المهارات تميزاً في منصب CDO في عملهم اليومي.



ستجعل عملك وجهدك وقدرتك القيادية مهمة بفضل تحسين
المهارات والإدارة الرقمية التي ستكتسبها في هذا البرنامج"



01

فهم تأثير التحول الرقمي على العملاء والعمليات ونماذج الأعمال
والمواهب البشرية وأدوات العمل

02

تطبيق استخدام الأدوات التكنولوجية الجديدة في مؤسستك

03

اكتساب رؤية استراتيجية لقيادة عمليات التغيير لإدارة الابتكار والتحول الرقمي

04

إنشاء فريق تحويل رقمي يفهم مجالات الشركة والملفات الشخصية التي
يجب أن تشارك فيها

05

تحليل تأثير استخدام التقنيات الحالية على الأعمال



تطوير الرؤية والقدرة الإستراتيجية لتحديد خطة التسويق ، وكذلك الأدوات المستخدمة حاليًا

08

قيادة التغييرات التي تعمل على تحويل العمليات التنظيمية

06

قيادة وإدارة مجال التسويق الرقمي على مستوى الأعمال

09

تحليل البيئة الرقمية: الانعكاسات والتحديات والفرص من منظور التسويق

07

إتقان التطورات في تنسيقات الإعلانات الجديدة ، وبالتالي امتلاك المعرفة اللازمة للمراهنة عليها في استراتيجيتك المستقبلية

10





قم بتطبيق إستراتيجية رقمية عند رؤية تأثيرها في مختلف قطاعات اليوم

11

التعرف على ما إذا كانت الشركة لديها العناصر اللازمة للتنفيذ الناجح
لمشروع إدارة العمليات التجارية (BPM)

12

قم بإنشاء نماذج عمليات الأعمال مع مراعاة أنواع التدوين الأكثر استخدامًا

13

تخطيط وتنظيم الموارد المتاحة لضمان الحماية القانونية الشاملة للشركة

14



الهيكل والمحتوى

باتباع منهجية إعادة التعلم التربوية Relearning، فإن جميع محتويات هذا البرنامج تفضل تعليمًا طبيعيًا وفعالاً، والذي لا يتطلب استثمارًا لساعات هائلة من الدراسة من أجل التفوق.. على العكس من ذلك، فإن موارد الوسائط المتعددة وملخصات الفيديو والحالات المحاكاة المستندة إلى أمثلة حقيقية تجعل التجربة الأكاديمية أكثر إثراء، حتى الوصول إلى دليل مرجعي مفيد للغاية في الحياة اليومية لا CDO الأكثر تقدماً.



عزز حياتك المهنية بشكل نهائي نحو أعلى مناصب
المسؤولية في المجال الرقمي من خلال MBA
التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين)"



خطة الدراسة

MBA التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين) من TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج مكثف يؤهلك لمواجهة التحديات وقرارات العمل في مجال إدارة المشاريع الشاملة. تم تصميم المحتوى لتعزيز تطوير المهارات الإدارية التي تسمح باتخاذ القرار بمزيد من الدقة في البيانات غير المؤكدة. طوال 2700 ساعة من الدراسة ، يقوم الطالب بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي ، مما سيسمح لهم بإجراء المزيد من التعلم السياقي ، مما يسهل فهمهم. بالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

يتعامل هذا البرنامج بعمق مع مجالات مختلفة من الشركة وهو مصمم لتخصص المديرين الذين يفهمون إدارة المشروع من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر. خطة مصممة للطالب تركز على التحسين المهني وتهيئهم لتحقيق التميز في مجال التنظيم وإدارة الأعمال. برنامج يفهم احتياجاتك واحتياجات الشركة من خلال محتوى مبتكر يعتمد على أحدث الاتجاهات، ويدعمه أفضل منهجية تعليمية وأعضاء هيئة تدريس استثنائيين، مما سيمنحك المهارات اللازمة لحل المواقف الحرجة بطريقة إبداعية وفعالة. تم تطوير هذا البرنامج على مدى 12 أشهر وينقسم إلى 14 وحدات:

| | |
|---|-----------|
| البيئة الرقمية في العمليات | الوحدة 1 |
| التحول الرقمي في الشركة | الوحدة 2 |
| العصر الرقمي الجديد: انترنت الأشياء | الوحدة 3 |
| التحول الرقمي كاستراتيجية 360 درجة | الوحدة 4 |
| قنوات التسويق في العصر الرقمي | الوحدة 5 |
| السلوكيات الجديدة في التحول الرقمي للشركات | الوحدة 6 |
| إدارة عملية الأعمال (BPM) | الوحدة 7 |
| نمذجة وتحليل العمليات | الوحدة 8 |
| مراقبة العمليات وتحسينها على النحو الأمثل | الوحدة 9 |
| الجوانب القانونية للتحول الرقمي | الوحدة 10 |
| القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة | الوحدة 11 |
| قيادة لأفراد وإدارة المواهب | الوحدة 12 |
| الإدارة الاقتصادية والمالية | الوحدة 13 |
| Management إداري | الوحدة 14 |

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية إجراء MBA التحول الرقمي (CDO) ، كبير المسؤولين الرقميين) عبر الإنترنت بالكامل. خلال 12 شهر من التخصص، ستتمكن من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما يتيح لك إدارة وقت الدراسة بنفسك.

إنها تجربة تعليمية فريدة
ومهمة وحاسمة لتعزيز تطورك
المهني وتحقيق قفزة حاسمة.



الوحدة 1. البيئة الرقمية في العمليات

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>4.1 التحسين الأمثل في إدارة العملية</p> <p>1.4.1 النهج القائم على العملية</p> <p>2.4.1 مراحل تحسين العملية</p> <p>3.4.1 التحسين المستمر والتنظيم</p> | <p>3.1 إدارة العمليات</p> <p>1.3.1 الإجراءات</p> <p>2.3.1 عملية ودورة Deming</p> <p>3.3.1 خريطة العمليات</p> <p>1.3.3.1 الإدارة الاستراتيجية</p> <p>2.3.3.1 سلسلة التشغيل أو القيمة</p> <p>3.3.3.1 الدعم أو المساندة</p> | <p>2.1 تأثير التحول الرقمي</p> <p>1.2.1 في الاتصالات الداخلية والخارجية</p> <p>2.2.1 في قنوات البيع والعملاء</p> <p>3.2.1 نماذج الأعمال الجديدة</p> | <p>1.1 العالم الرقمي</p> <p>1.1.1 الاتجاهات والفرص</p> <p>2.1.1 التحول الرقمي: الاختيار أو الحاجة</p> <p>3.1.1 تأثير العصر الرقمي على العملاء</p> |
| <p>8.1 تحليل البيانات وإدارتها</p> <p>1.8.1 تاريخ وتطور واتجاهات تحليلات الويب</p> <p>2.8.1 أهمية تحليلات البيانات</p> <p>3.8.1 البيانات الضخمة وذكاء الأعمال</p> <p>1.3.8.1 Big Data</p> <p>2.3.8.1 ذكاء الأعمال (BI)</p> | <p>7.1 البيئة التنظيمية</p> <p>1.7.1 إدارة التغيير</p> <p>2.7.1 استراتيجية إدارة التغيير</p> <p>3.7.1 تنفيذ التغيير التنظيمي</p> | <p>6.1 الإستراتيجية الرقمية في الشركة</p> <p>1.6.1 التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية</p> <p>2.6.1 دمج التسويق التقليدي والرقمي</p> <p>3.6.1 أدوات التسويق عبر الإنترنت</p> | <p>5.1 الابتكار في العمليات</p> <p>1.5.1 التفكير التصميمي</p> <p>2.5.1 النهج الرشيق (Agile)</p> <p>3.5.1 بدء تشغيل العجاف</p> |
| | | <p>10.1 تطبيقات الاستخدام وقصص النجاح</p> <p>1.10.1 مسار التحول الرقمي</p> <p>2.10.1 تصور التحول الرقمي</p> <p>3.10.1 كيف تنجح في التحول الرقمي</p> | <p>9.1 الابتكار والتكنولوجيا</p> <p>1.9.1 الشركات المبتكرة</p> <p>2.9.1 العوامل التنافسية، الإبداع والابتكار</p> <p>3.9.1 الابتكار وإدارة العمليات</p> |

الوحدة 2. التحول الرقمي في الشركة

| | | | |
|--|--|--|---|
| <p>4.2 أنواع التحول الرقمي</p> <p>1.4.2 التحول الرقمي حسب نوع الشركة</p> <p>2.4.2 التحول الرقمي من خلال نموذج الأعمال</p> <p>3.4.2 التحول الرقمي من خلال ملف تعريف المستخدم</p> | <p>3.2 التحولات الرقمية</p> <p>1.3.2 تحديات التحول الرقمي</p> <p>2.3.2 مزايا التحول الرقمي</p> <p>3.3.2 معوقات التحول الرقمي</p> | <p>2.2 الشركة الذكية (Smart Company) أو الشركة 4.0</p> <p>1.2.2 الفرق بين الشركة الذكية والشركة الرقمية والشركة التقليدية</p> <p>2.2.2 مفاتيح الإدارة في الشركات الرقمية الأصلية</p> <p>3.2.2 تصميم وتصنيع والخدمات اللوجستية والتوزيع للشركة 4.0</p> | <p>1.2 التحول الرقمي والتجاري</p> <p>1.1.2 الرقمنة مقابل التحولات الرقمية</p> <p>2.1.2 Social Business المنصات والعمليات والأشخاص</p> <p>3.1.2 النماذج التنظيمية</p> |
| <p>8.2 الاختلافات بين المنهجيات</p> <p>1.8.2 الاختلافات بين التفكير التصميمي (Design Thinking)، والشركة الناشئة اللينة (Lean Startup)، والمرونة (Agile)، واختراق النمو (Growth Hacking)</p> <p>2.8.2 التعمق في منهجية اختراق النمو (Growth Hacking)</p> <p>3.8.2 منهجيات أخرى: Kanban و Design Sprint و Six Sigma و g</p> | <p>7.2 إدارة مشاريع نظم المعلومات</p> <p>1.7.2 المتطلبات الوظيفية وغير الوظيفية</p> <p>2.7.2 أنواع نظم المعلومات</p> <p>3.7.2 نموذج الكيان والعلاقة</p> | <p>6.2 التخطيط الاستراتيجي لـ TI / SI</p> <p>1.6.2 خطة IT / IS</p> <p>2.6.2 هيكل خطة تكنولوجيا المعلومات / نظم المعلومات</p> <p>3.6.2 مراحل خطة تكنولوجيا المعلومات / نظم المعلومات</p> | <p>5.2 الملفات الشخصية التي تقود التحول الرقمي حسب المنطقة</p> <p>1.5.2 التقنيات</p> <p>2.5.2 التسويق والنمو (Growth)</p> <p>3.5.2 الموارد البشرية</p> <p>4.5.2 هيكل الإدارة</p> |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | | <p>9.2 المهارات الرقمية</p> <p>1.9.2 الرؤية الاستراتيجية والتواصلية والرشيقة</p> <p>2.9.2 تحليل البيانات</p> <p>3.9.2 إدارة الإبداع</p> <p>4.9.2 الأمان</p> | <p>10.2 عواقب التحول الرقمي</p> <p>1.10.2 رقمنة المجتمع</p> <p>2.10.2 الفجوة الرقمية</p> <p>3.10.2 العمل المرن والعمل حسب الأهداف والعمل عن بعد</p> |
| الوحدة 3. العصر الرقمي الجديد: انترنت الأشياء | | | |
| <p>4.3 تكنولوجيا البلوكتشين Blockchain</p> <p>1.4.3 Blockchain</p> <p>2.4.3 فوائد البلوكتشين</p> <p>3.4.3 تطبيقات البلوكتشين في عالم الأعمال</p> | <p>3.3 الإنتاجية السحابية</p> <p>1.3.3 الخصائص</p> <p>2.3.3 نماذج التنفيذ</p> <p>3.3.3 المستويات أو الطبقات</p> | <p>2.3 Big Data</p> <p>1.2.3 البيانات الضخمة والبيانات الصغيرة</p> <p>2.2.3 V 4 من البيانات الضخمة</p> <p>3.2.3 تحليلات تنبؤيه</p> <p>4.2.3 النهج القائم على البيانات</p> | <p>1.3 انترنت الأشياء</p> <p>1.1.3 تحليل انترنت الأشياء</p> <p>2.1.3 النطاق والتطور</p> <p>3.1.3 انعكاسات التحول على الشركات</p> |
| <p>8.3 طباعة ثلاثية الأبعاد</p> <p>1.8.3 تطور ونطاق الطباعة ثلاثية الأبعاد</p> <p>2.8.3 أنواع الطباعة ثلاثية الأبعاد</p> <p>3.8.3 تطبيقات الطباعة ثلاثية الأبعاد</p> | <p>7.3 زيادة البشر أو البشر 2.0</p> <p>1.7.3 تقنيات التعزيز البشري (HET)</p> <p>2.7.3 القرصنة البيولوجية</p> <p>3.7.3 التعلم المعجل</p> | <p>6.3 الواقع الممتد (RX)</p> <p>1.6.3 الواقع الممتد (RX)</p> <p>2.6.3 الواقع الافتراضي</p> <p>3.6.3 الواقع المعزز</p> <p>4.6.3 الواقع المختلط (MR)</p> | <p>5.3 الذكاء الاصطناعي</p> <p>1.5.3 الذكاء الاصطناعي</p> <p>2.5.3 أنواع الذكاء الاصطناعي</p> <p>3.5.3 تطبيقات الذكاء الاصطناعي</p> <p>4.5.3 تعلم الاله مقابل الذكاء الاصطناعي</p> |
| | | <p>10.3 تقنية الجيل الخامس</p> <p>1.10.3 الاتصال</p> <p>2.10.3 مزايا شبكة الجيل الخامس</p> <p>3.10.3 التطبيقات</p> | <p>9.3 الخدمات القائمة على التموضع (LBS)</p> <p>1.9.3 بلوتوث منخفض الطاقة (BLE): : منارات</p> <p>2.9.3 موقع GPS</p> <p>3.9.3 الموقع اللاسلكي: التصنيف الجغرافي والترميز الجغرافي (RFID و NFC , الباركود , ماسحات QR)</p> |

الوحدة 4. التحول الرقمي كاستراتيجية 360 درجة

| | | | |
|---|--|--|---|
| <p>4.4 التسويق العلائقي</p> <p>1.4.4 التسويق العلائقي 2.4.4 Inbound Marketing 3.4.4 الأدوات</p> | <p>3.4 HR marketing</p> <p>1.3.4 Recruitment Marketing 2.3.4 مراحل HR marketing 3.3.4 استراتيجية الاتصال: الداخلية والخارجية</p> | <p>2.4 تغيير العلامة التجارية</p> <p>1.2.4 تغيير العلامة التجارية 2.2.4 متى يتم تطبيق استراتيجية إعادة تغيير العلامة التجارية Rebranding؟ 3.2.4 متى يتم تطبيق استراتيجية إعادة تغيير العلامة التجارية Rebranding؟</p> | <p>1.4 استراتيجية 360 درجة</p> <p>1.1.4 Brand awareness 2.1.4 Customer Journey و Content mapping 3.1.4 استراتيجية Always On</p> |
| <p>8.4 Branded content والإعلانات المحلية</p> <p>1.8.4 Debranding و Branded content 2.8.4 Content Marketing مقابل Brand journalism 3.8.4 الإعلانات الأصلية</p> | <p>7.4 التسويق التجريبي</p> <p>1.7.4 التسويق التجريبي 2.7.4 الأهداف في حملة تسويق تجريبية 3.7.4 استخدام التكنولوجيا في التسويق التجريبي</p> | <p>6.4 Social Selling</p> <p>1.6.4 Social Selling 2.6.4 كيف تطبق استراتيجية البيع الاجتماعي؟ 3.6.4 الطلبات القائمة على Social Selling</p> | <p>5.4 مجتمعات الابتكار والنظم البيئية</p> <p>1.5.4 النظم البيئية للابتكار 2.5.4 أنواع الملفات الشخصية 3.5.4 مفاتيح وجود مجتمع داخلي وخارجي</p> |
| <p>10.4 مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في العصر الرقمي</p> <p>1.10.4 المؤشرات التنظيمية 2.10.4 مؤشرات الابتكار 3.10.4 مؤشرات التسويق</p> | | | <p>9.4 Real Time Marketing</p> <p>1.9.4 Real Time Marketing 2.9.4 إعداد حملة Real Time Marketing 3.9.4 التخصيص كمفهوم رئيسي 4.9.4 المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> |

الوحدة 5. قنوات التسويق في العصر الرقمي

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>4.5 الموقع و SEO</p> <p>1.4.5 صفحة الموقع الإلكتروني 2.4.5 SEO OnPage 3.4.5 SEO Off Page</p> | <p>3.5 التسويق عبر البريد الإلكتروني</p> <p>1.3.5 أهداف التسويق عبر البريد الإلكتروني 2.3.5 العوامل الرئيسية للتسويق عبر البريد الإلكتروني 3.3.5 أتمتة البريد الإلكتروني</p> | <p>2.5 التسويق المؤثر</p> <p>1.2.5 تصنيف المؤثر 2.2.5 تصميم الحملات مع المؤثرين 3.2.5 أنواع الحملات مع المؤثرين</p> | <p>1.5 الشبكات الاجتماعية</p> <p>1.1.5 علاقة 2.1.5 من الترفيه 3.1.5 المحترفين 4.1.5 من المتخصصة</p> |
| <p>8.5 الإعلان المبرمجة</p> <p>1.8.5 الإعلان المبرمجة 2.8.5 الأطراف الأساسية 3.8.5 فوائد الإعلان المبرمجة 4.8.5 تقديم العطاءات في الوقت الفعلي (RTB)</p> | <p>7.5 التسويق بالتبعية</p> <p>1.7.5 تحليل التسويق بالعمولة 2.7.5 أنواع التسويق بالعمولة 3.7.5 الجوانب الرئيسية</p> | <p>6.5 الحملات المدفوعة</p> <p>1.6.5 إستراتيجية وسائل الإعلام المدفوعة 2.6.5 إعلانات جوجل 3.6.5 إعلانات الفيسبوك</p> | <p>5.5 تطبيقات الهاتف المحمول و ASO</p> <p>1.5.5 أنواع التطبيقات 2.5.5 المفاهيم الرئيسية 3.5.5 تحديد المواقع ASO</p> |
| <p>10.5 علامة تجارية مشتركة</p> <p>1.10.5 حملة العلامات التجارية المشتركة 2.10.5 أنواع العلامات التجارية المشتركة 3.10.5 علامة تجارية مشتركة مقابل التسويق المشترك</p> | | | <p>9.5 برامج الولاء</p> <p>1.9.5 برنامج الولاء 2.9.5 أهمية التلعب 3.9.5 أنواع برامج الولاء</p> |

الوحدة 6. السلوكيات الجديدة في التحول الرقمي للشركات

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>4.6 تطور عمليات البحث</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.6 نية البحث 2.4.6 التسويق الصوتي 3.4.6 البحث المرئي 4.4.6 عمليات البحث التفاعلية | <p>3.6 تطور المحتوى</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.6 تطور المحتوى السريع 2.3.6 المحتوى الفوري 3.3.6 من رواية القصص إلى فعل القصة 4.3.6 ظهور المحتوى المتميز | <p>2.6 الاتجاهات في الاتصالات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.6 التسويق الشامل والاجتماعي 2.2.6 البيئة والقرب 3.2.6 الأنسنة 4.2.6 التفاضل | <p>1.6 سلوكيات جديدة تم تبنيتها</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.6 Social distancing 2.1.6 A-commerce 3.1.6 (P2Mentor to Protégé (M |
| <p>8.6 الاقتصاد السلوكي</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.6 الاقتصاد السلوكي 2.8.6 أنواع التحيزات والتنبيهات 3.8.6 CRO 4.8.6 UX مقابل. UI | <p>7.6 تطور التجارة الإلكترونية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.6 التطور ووجهات النظر 2.7.6 أنواع الأنظمة 3.7.6 أنواع التجارة الإلكترونية | <p>6.6 Customer Centric</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.6 Customer Centric مقابل Customer Experience 2.6.6 مقابل Product Centric 3.6.6 User Generated Content 4.6.6 إضفاء الطابع الشخصي | <p>5.6 دعم التقدم</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.6 الإعلان الرقمي OOH 2.5.6 تلفزيون متصل وفيديو Over-the-top OTT 3.5.6 audio online g Podcasting 4.5.6 Streaming |
| | | <p>10.6 القطاعات في البيئة الرقمية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.6 السياحة 2.10.6 إمكانية التنقل 3.10.6 الصحة | <p>9.6 التحولات الرقمية مادي + رقمي</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.6 العصر الرقمي 2.9.6 (Mobile (SoLoMo g Social, Location 3.9.6 تطور طرق الدفع 4.9.6 تحديات جديدة لتجارة التجزئة |

الوحدة 7. إدارة العمليات التجارية (BPM)

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>4.7 فوائد إدارة العمليات التجارية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.7 إدارة الأعمال 2.4.7 العملاء 3.4.7 الإدارة 4.4.7 Stakeholders 5.4.7 تطبيقات BPM 1.5.4.7 تحسين إجراءات العمل (BPI) 2.5.4.7 إدارة العمليات في المؤسسة (EPM) 3.5.4.7 التحسين المستمر (CR) | <p>3.7 مبادئ إدارة العمليات التجارية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.7 القدرة على التكيف مع السياق 2.3.7 الاستمرارية 3.3.7 تطوير المهارة 4.3.7 الشمولية 5.3.7 إضفاء الطابع المؤسسي 6.3.7 مشاركة الجهات الفاعلة الرئيسية 7.3.7 اللغة المشتركة 8.3.7 الغاية 9.3.7 البساطة 10.3.7 اعتماد التكنولوجيا | <p>2.7 تشخيص إدارة العمليات التجارية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.7 إدارة العمليات التجارية (Business Process Management) 2.2.7 محركات الأعمال 3.2.7 العناصر اللازمة لنجاح التنفيذ 4.2.7 دورة النضج | <p>1.7 بنية المؤسسة</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.7 نظرة شمولية لبنية المؤسسة 2.1.7 سلسلة القيمة 3.1.7 بنية العملية |
| <p>8.7 خطوات نجاح BPM</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.7 الاكتشاف والتبسيط 2.8.7 الالتقاط والتوثيق 3.8.7 النشر والتحرك 4.8.7 التصميم والتحسين 5.8.7 المحاكاة والتحسين 6.8.7 البناء والتشغيل 7.8.7 المراقبة والإدارة | <p>7.7 مركز التميز للعمليات (COE)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.7 وظائف وفوائد مركز التميز في العمليات 2.7.7 خطوات إنشاء نموذج المعدات المملوكة للوحدات والحوكمة | <p>6.7 نماذج المراجع العملية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.7 نموذج APQC 2.6.7 نموذج SCOR | <p>5.7 التطبيق القطاعي لإدارة العمليات التجارية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.7 المؤسسات المالية 2.5.7 الاتصالات 3.5.7 الصحة 4.5.7 التأمين 6.5.7 الصناعة التحويلية |
| | | <p>10.7 اعتبارات لبدء مشروع BPM</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.7 تحديد نقطة البداية الصحيحة 2.10.7 الانخراط مع المستخدمين 3.10.7 القياس من البداية | <p>9.7 تحديات Business Process Management</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.7 المخاطر حسب مرحلة العملية 2.9.7 استراتيجيات التغلب على المخاطر 3.9.7 الأخطاء في التنفيذ |

الوحدة 8. نمذجة وتحليل العمليات

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>4.8 نهج النمذجة العملية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.8 سلسلة القيمة 2.4.8 (Supplier Input Process Output Customer (SIPOC 3.4.8 System Dynamics | <p>3.8 أنواع أخرى من نمذجة العمليات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.8 Swim Lanes 2.3.8 Flow Charting 3.3.8 (Event Process Chain (EPC 4.3.8 (Unified Modeling Language (UML 5.3.8 (Integrated Definition Language (IDEF 6.3.8 Value Stream Mapping | <p>2.8 (Business Process Modelling Notation (BPMN</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.8 مكونات BPMN 2.2.8 أنواع الرسوم البيانية لـ BPMN 3.2.8 مزايا BPMN 4.2.8 عيوب BPMN | <p>1.8 نمذجة العمليات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.8 أغراض نمذجة العملية 2.1.8 فوائد استخدام نموذج ترميز موحد 3.1.8 اعتبارات اختيار نموذج التدوين |
| <p>8.8 تحليل العمليات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.8 مرحلة التنفيذ 2.8.8 الأدوار في التحليل 3.8.8 عوامل تحليل العمليات 4.8.8 تحليل إقتصادي 5.8.8 شجرة السبب والنتيجة 6.8.8 تحليل المخاطر 7.8.8 تحليل قدرة الموارد 8.8.8 تحليل المواهب البشرية | <p>7.8 برامج النمذجة (BPMS)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.8 AuraPortal 2.7.8 Bizagi Modeler 3.7.8 Trisotech 4.7.8 iGrafx 5.7.8 IBM Blueworks Live 6.7.8 OnBase by Hyland 7.7.8 Oracle BPM Suite 8.7.8 Signavio | <p>6.8 التقاط المعلومات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.8 الملاحظة المباشرة 2.6.8 المقابلات 3.6.8 الاستقصاءات 4.6.8 حلقات عمل منظمة 5.6.8 المؤتمرات عن طريق شبكة الإنترنت | <p>5.8 مستويات نمذجة العمليات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.8 منظور الشركات 2.5.8 المنظور التجاري 3.5.8 المنظور التنفيذي |
| | | <p>10.8 محاكاة العمليات التجارية</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.8 الاعتبارات الفنية والسياسية للمحاكاة 2.10.8 خطوة بخطوة لمحاكاة العمليات التجارية 3.10.8 أدوات المحاكاة | <p>9.8 اعتبارات لتحليل العمليات</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.8 القيادة على المستوى الإداري 2.9.8 نضج إدارة العملية 3.9.8 تجنب الإصلاح أثناء التحليل 4.9.8 التحليل الفعال 5.9.8 المقاومة المحتملة 6.9.8 إغفال الذنب في حالات عدم المطابقة 7.9.8 فهم الثقافة التنظيمية 8.9.8 التركيز على العملاء 9.9.8 توافر الموارد |

الوحدة 9. مراقبة العمليات وتحسينها على النحو الأمثل

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>4.9 طرق قياس وضبط الأداء</p> <p>1.4.9 خرائط قيمة التدفق (VSM)</p> <p>2.4.9 أنظمة التكلفة على أساس النشاط</p> <p>3.4.9 التحكم الإحصائي</p> | <p>3.9 قياس ومراقبة أداء العملية</p> <p>1.3.9 أهمية قياس العملية</p> <p>2.3.9 مؤشرات إدارة العمليات</p> <p>3.3.9 خطوات إنشاء مؤشرات الإدارة</p> | <p>2.9 نحو مراقبة أداء العملية</p> <p>1.2.9 مع مراعاة مستوى نضج العملية</p> <p>2.2.9 تفسيرات الأداء</p> <p>3.2.9 جوانب قابلة للقياس</p> <p>4.2.9 تصميم قياس الأداء</p> | <p>1.9 عملية التصميم</p> <p>1.1.9 الجوانب الأساسية لتصميم العملية</p> <p>2.1.9 الانتقال من 'AS IS' إلى 'TO BE'</p> <p>3.1.9 التحليل الاقتصادي لعملية "To Be".</p> |
| <p>8.9 إدارة التغيير</p> <p>1.8.9 مقاومة التغيير</p> <p>2.8.9 إدارة عدم اليقين من المواهب البشرية</p> <p>3.8.9 عملية إدارة التغيير</p> | <p>7.9 ذكاء العمليات</p> <p>1.7.9 ذكاء العمليات</p> <p>2.7.9 أدوات BAM (مراقبة نشاط الأعمال).</p> <p>3.7.9 لوحات التحكم (Dashboards)</p> | <p>6.9 عملية التعديين</p> <p>1.6.9 حالة من فن عملية التعديين</p> <p>2.6.9 منهجية عملية التعديين</p> <p>3.6.9 العوامل التي يجب مراعاتها عند التنفيذ</p> | <p>5.9 مراقبة العمليات الإحصائية</p> <p>1.5.9 المعلومات الإحصائية</p> <p>2.5.9 تحليل التباين</p> <p>3.5.9 بطاقات التحكم</p> <p>4.5.9 خطط أخذ العينات</p> |
| <p>10.9 الإدارة الجديدة من خلال العمليات التجارية</p> <p>1.10.9 جوانب التنظيم الموجه نحو العمليات</p> <p>2.10.9 تقييم النضج التنظيمي</p> <p>3.10.9 تنفيذ النموذج الحكومي</p> <p>4.10.9 تصميم خارطة طريق إدارة العمليات التجارية</p> | <p>9.9 التحول التنظيمي</p> <p>1.9.9 ما وراء التحسين</p> <p>2.9.9 تحويل المنظمة</p> <p>3.9.9 التحسين المستمر</p> | | |

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>4.10 تكنولوجيا المعلومات القانونية</p> <p>1.4.10 Blockchain</p> <p>2.4.10 التوقيع الرقمي والتوقيع الإلكتروني</p> <p>3.4.10 حوسبة الطب الشرعي</p> | <p>3.10 الملكية الفكرية</p> <p>1.3.10 حق المؤلف والحقوق المجاورة</p> <p>2.3.10 محتوى الوسائط المتعددة وتدابير الحماية في البيئة الرقمية</p> <p>3.3.10 نظام حق المؤلف الدولي</p> <p>4.3.10 العلامات المميزة (العلامات التجارية والأسماء والشعارات التجارية وتسميات المنشأ)</p> <p>5.3.10 براءات الاختراع (الاختراعات ونماذج المنفعة والتصميمات الصناعية)</p> <p>6.3.10 أسماء النطاقات</p> | <p>2.10 التعاقد المؤسسي</p> <p>1.2.10 وضع تصور للتوظيف في مجال الأعمال التجارية</p> <p>2.2.10 عقود نقل التكنولوجيا</p> <p>3.2.10 Smart contracts</p> <p>4.2.10 الحوسبة السحابية (Cloud computing)</p> <p>5.2.10 عقد العمل الرقمي</p> <p>6.2.10 العمل عن بعد</p> | <p>1.10 القانون في التحويل الرقمي</p> <p>1.1.10 العلاقة بين القانون والتكنولوجيا</p> <p>2.1.10 التحديات القانونية في العصر الرقمي</p> <p>3.1.10 أشكال الشراكة</p> <p>4.1.10 Big Data</p> <p>5.1.10 التحديات القانونية للذكاء الاصطناعي</p> <p>6.1.10 الجوانب الضريبية</p> |
| <p>8.10 حماية البيانات الشخصية</p> <p>1.8.10 المفاهيم القابلة للتطبيق</p> <p>2.8.10 قواعد البيانات</p> <p>3.8.10 Big Data</p> <p>4.8.10 حماية البيانات في الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة</p> | <p>7.10 تقييم الأصول غير المادية</p> <p>1.7.10 تصنيف الأصول غير المادية</p> <p>2.7.10 المعايير الدولية لتقييم الأصول</p> <p>3.7.10 الاتجاهات الحالية في اقتصاد الأصول غير المادية</p> | <p>6.10 اتفاقيات التجارة الحرة</p> <p>1.6.10 العناصر الأساسية لاتفاقيات التجارة الحرة</p> <p>2.6.10 المزايا التنافسية لإدارة اتفاقيات التجارة الحرة</p> <p>3.6.10 المزايا التنافسية لإدارة اتفاقيات التجارة الحرة</p> | <p>5.10 المنافسة/antitrust</p> <p>1.5.10 تحليل السوق: الاقتصاد الجزئي</p> <p>2.5.10 قانون المنافسة في العصر الرقمي</p> <p>3.5.10 استراتيجيات الدفاع والامتثال</p> |
| | | <p>10.10 Legal TECH</p> <p>1.10.10 Legal TECH for documents</p> <p>2.10.10 Legal TECH for contracts</p> <p>3.10.10 Legal TECH for finance</p> <p>4.10.10 Legal TECH for design</p> <p>5.10.10 Legal TECH for evidence</p> | <p>9.10 حماية حقوق المستهلك</p> <p>1.9.10 حقوق المستهلك</p> <p>2.9.10 التنظيم الدولي للتجارة الإلكترونية</p> <p>3.9.10 التحكيم الاستهلاكي</p> <p>4.9.10 الاتجاهات</p> |

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>4.11 التنمية الإدارية والقيادة</p> <p>1.4.11 مفهوم التنمية الإدارية</p> <p>2.4.11 مفهوم القيادة</p> <p>3.4.11 نظريات القيادة</p> <p>4.4.11 أساليب القيادة</p> <p>5.4.11 الذكاء في القيادة</p> <p>6.4.11 تحديات القائد اليوم</p> | <p>3.11 Cross Cultural Management</p> <p>1.3.11 مفهوم Cross Cultural Management</p> <p>2.3.11 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية</p> <p>3.3.11 إدارة التنوع</p> | <p>2.11 القيادة</p> <p>1.2.11 القيادة. النهج المفاهيمي</p> <p>2.2.11 القيادة في الشركات</p> <p>3.2.11 أهمية القائد في إدارة الأعمال</p> | <p>1.11 العولمة والحوكمة</p> <p>1.1.11 الحوكمة وحوكمة الشركات</p> <p>2.1.11 أساسيات حوكمة الشركات في الشركات</p> <p>3.1.11 دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات</p> |
| <p>8.11 أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة</p> <p>1.8.11 المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.8.11 القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة</p> <p>3.8.11 خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>4.8.11 أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> | <p>7.11 المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>1.7.11 البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات</p> <p>2.7.11 تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة</p> <p>3.7.11 التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p> | <p>6.11 الاستدامة</p> <p>1.6.11 الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة</p> <p>2.6.11 أجنحة 0302</p> <p>3.6.11 الشركات المستدامة</p> | <p>5.11 أخلاقيات العمل</p> <p>1.5.11 الأخلاق والأخلاقيات</p> <p>2.5.11 أخلاقيات الأعمال التجارية</p> <p>3.5.11 القيادة والأخلاقيات في الشركة</p> |
| | | <p>10.11 البيئة القانونية و Corporate Governance</p> <p>1.10.11 لوائح الاستيراد والتصدير الدولية</p> <p>2.10.11 الملكية الفكرية والصناعية</p> <p>3.10.11 قانون العمل الدولي</p> | <p>9.11 الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>1.9.11 العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان</p> <p>2.9.11 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي</p> <p>3.9.11 الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p> |

الوحدة 12. قيادة لأفراد وإدارة المواهب

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>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</p> | <p>3.12. تقييم الأداء وإدارة الأداء 1.3.12. إدارة الأداء 2.3.12. إدارة الأداء: عملية ونظام</p> | <p>2.12. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات 1.2.12. التحليل المحتمل 2.2.12. سياسة المكافآت 3.2.12. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p> | <p>1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية 1.1.12. الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية 2.1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية</p> |
| <p>8.12. التفاوض وإدارة النزاعات 1.8.12. التفاوض 2.8.12. إدارة النزاعات 3.8.12. إدارة الأزمات</p> | <p>7.12. إدارة التغيير 1.7.12. إدارة التغيير 2.7.12. أنواع عملية إدارة التغيير 3.7.12. فترات أو مراحل في إدارة التغيير</p> | <p>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</p> | <p>5.12. تحفيز 1.5.12. طبيعة الدافع 2.5.12. نظرية التوقعات 3.5.12. نظريات الحاجات 4.5.12. الدافع والتعويض المالي</p> |
| | | <p>10.12. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها 1.10.12. الإنتاجية 2.10.12. عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</p> | <p>9.12. الإعلام الإدارية 1.9.12. الإعلام الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية 2.9.12. أقسام الإعلام 3.9.12. مدير الإعلام في الشركة ملف تعريف ديركوم</p> |

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 الخزنة 6.4.13 تتبع الميزانية</p> | <p>3.13 أنظمة المعلومات و Business Intelligence (ذكاء الأعمال)</p> <p>1.3.13 الأساسيات والتصنيف 2.3.13 مراحل وطرق تقاسم التكلفة 3.3.13 اختيار 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 التدفق النقدي 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 S.A. INDITEX</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> |

الوحدة 14. Management الإدارة

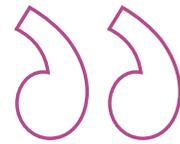
| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>4.14. خطابة وتشكيل متحدثين رسميين 1.4.14. الإعلام بين الأشخاص 2.4.14. مهارات الإعلام والتأثير 3.4.14. حواجز التواصل</p> | <p>3.14. إدارة العمليات 1.3.14. أهمية الإدارة 2.3.14. سلسلة القيمة 3.3.14. إدارة الجودة</p> | <p>2.14. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية وأساليبها 1.2.14. المدير ووظائفه، الثقافة التنظيمية ومقارباتها</p> | <p>1.1.14. General Management 1.1.14. مفهوم General Management 2.1.14. عمل Manager General 3.1.14. المدير العام ومهامه 4.1.14. تحويل عمل المديرية</p> |
| <p>8.14. الذكاء العاطفي 1.8.14. الذكاء العاطفي والإعلام 2.8.14. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال 3.8.14. الثقة بالنفس والإعلام العاطفي</p> | <p>7.14. إعداد خطة للأزمات 1.7.14. تحليل المشاكل المحتملة 2.7.14. التخطيط 3.7.14. تكيف الموظفين</p> | <p>6.14. الإعلانات في حالات الأزمات 1.6.14. أزمات 2.6.14. مراحل الأزمات 3.6.14. الرسائل: المحتويات واللاحظات</p> | <p>5.14. أدوات. الإعلام الشخصية والتنظيمية 1.5.14. الإعلام بين الأشخاص 2.5.14. أدوات الإعلام بين الأشخاص 3.5.14. الإعلام في المنظمات 4.5.14. الأدوات في المنظمة</p> |
| | | <p>10.14. القيادة وإدارة الفرق 1.10.14. القيادة وأساليب القيادة 2.10.14. قدرات القائد والتحديات 3.10.14. إدارة عملية التغيير 4.10.14. إدارة فرق متعددة الثقافات</p> | <p>9.14. خلق العلامات التجارية Branding الشخصية 1.9.14. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية 2.9.14. قوانين العلامات التجارية الشخصية 3.9.14. أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية</p> |

المنهجية

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

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

اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"





تستخدم كلية إدارة الأعمال TECH منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



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

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

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والعملية.

ستتعلم، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية،
حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية "



كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة
في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الإنترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

سيسمح لك نظامنا عبر الإنترنت بتنظيم وقتك ووتيرة التعلم، وتكييفه مع جداولك. يمكنك الوصول إلى المحتويات من أي جهاز ثابت أو محمول مع اتصال بالإنترنت.

في TECH ستتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

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

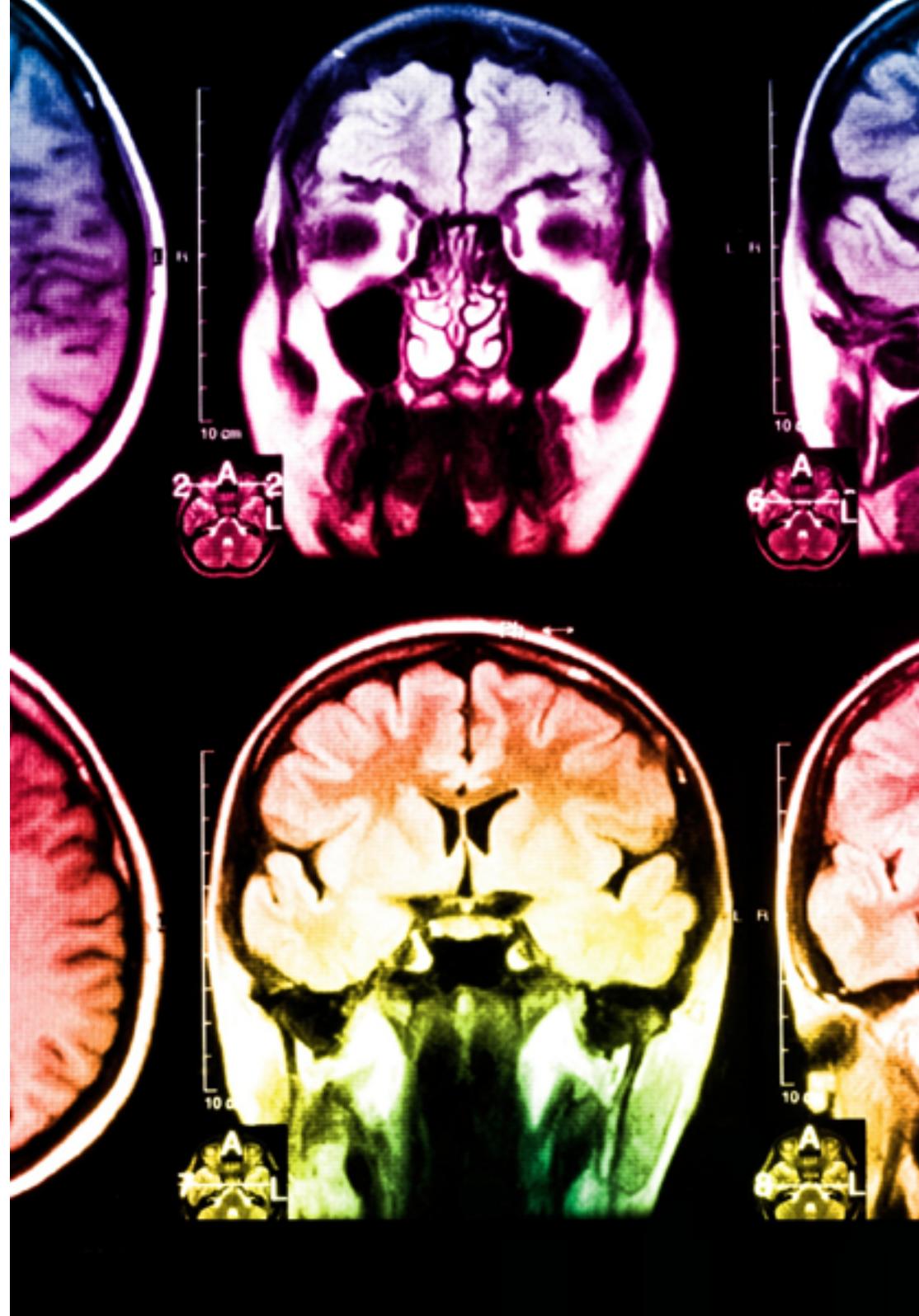


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة،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

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

استناداً إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضاً أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئاً هو ضرورياً لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحصين بالمخ، 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 وملموحًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

المحاضرات الرئيسية



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

التدريب العملي على المهارات الإدارية

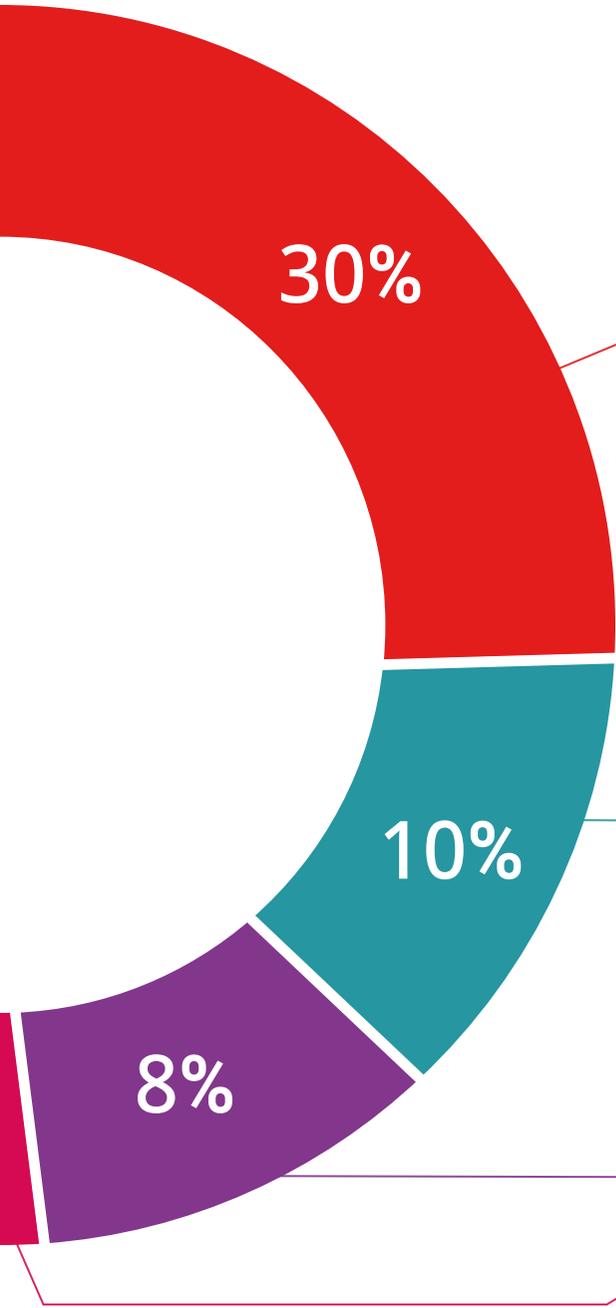


سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



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





دراسات الحالة (Case studies)

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



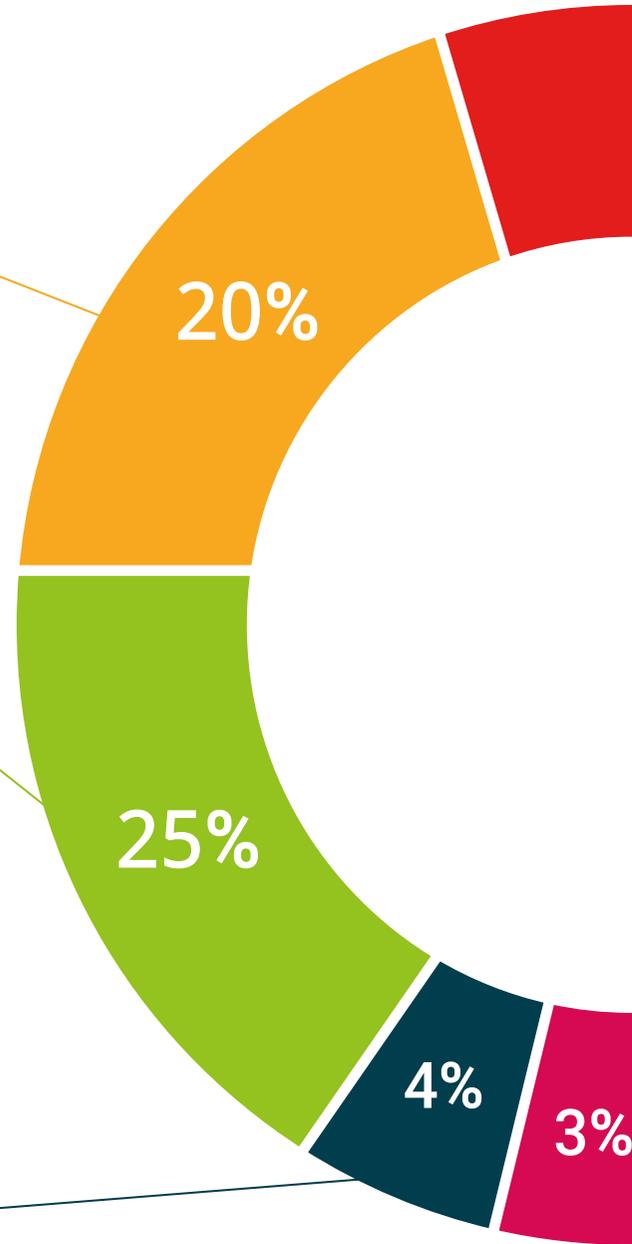
ملخصات تفاعلية

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



الاختبار وإعادة الاختبار

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



الملف الشخصي لطلابنا

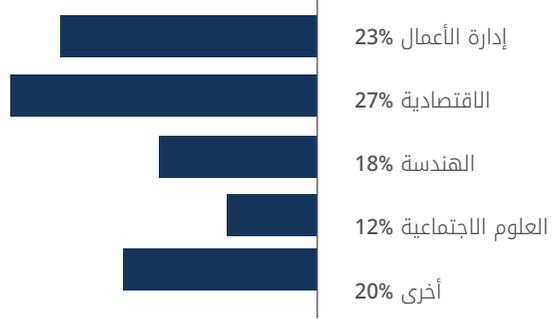
MBA التحول الرقمي (CDO) ، كبير الموظفين الرقميين) هو برنامج يوجه الى المهنيين في مجال الإدارة أو رواد الأعمال الذين يرغبون في تحديث معارفهم واكتشاف طرق جديدة للابتكار والتقدم في حياتهم المهنية. يشكل تنوع المشاركين الذين لديهم ملامح أكاديمية مختلفة ومن جنسيات متعددة النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج.



إذا كنت تبحث عن تحسين مثير للاهتمام في حياتك المهنية أثناء مواصلة العمل، فهذا هو برنامجك"



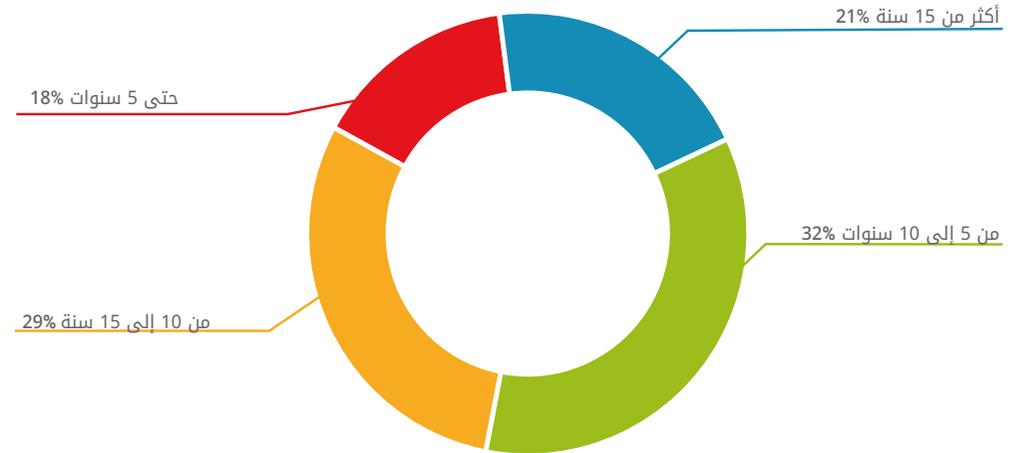
التدريب في مجال



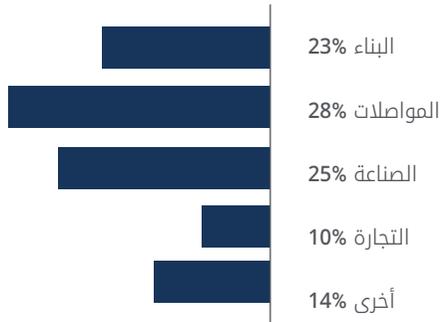
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة



المؤهل الأكاديمي



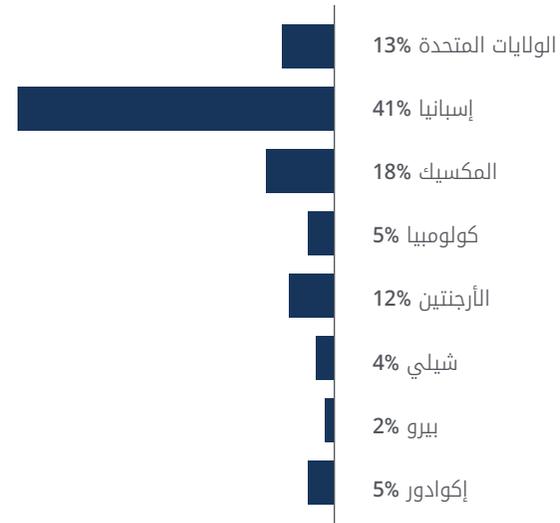


Ricardo Rodio

مدير المشروع

"لقد كنت أبحث عن برنامج منذ بعض الوقت يسمح لي بالتعمق في العالم الرقمي بشكل شامل، والتعرف على التطورات الرئيسية في هذا المجال المتعلق بالعمليات وإدارة المشاريع. لا شك أن TECH منحتني الفرصة لإكمال تخصصي في هذا المجال وتحقيق فوائد كبيرة على المستوى المهني."

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يضم البرنامج في هيئة التدريس فيه خبراء بارزين في إدارة المشاريع، الذين يصبون في هذا البرنامج خبرة سنوات عملهم. بالإضافة إلى ذلك، يشارك متخصصون آخرون من ذوي المكانة المرموقة في المجالات ذات الصلة في تصميمه وإعداده، وإكمال الماجستير بطريقة متعددة التخصصات، مما يجعله، بالتالي، تجربة فريدة ومغذية للغاية على المستوى الأكاديمي للطلاب.

فريق تعليمي رفيع المستوى ليعلّمك المفاتيح
التي يمكنك تطبيقها على ممارستك اليومية"



المدير الدولي المستضاف

بخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق عالمية لاستقطاب المواهب، Jennifer Dove هي خبيرة في التوظيف و استراتيجية التكنولوجيا. وقد شغلت طوال حياتها المهنية مناصب رفيعة في العديد من المؤسسات التكنولوجية في العديد من الشركات المدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك Comcast و NBCUniversal. وقد مكّنه سجله الحافل من التفوق في بيئات تنافسية وعالية النمو.

بصفتها نائبة رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتعاون مع قادة الأعمال ومسؤولي الموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. هي تهدف على وجه الخصوص إلى إنشاء فرق عمل متنوعة وشاملة وذات أداء عالٍ تدفع إلى الابتكار والنمو في منتجات الشركة وخدماتها. كما أنها خبيرة في استخدام الأدوات اللازمة لجذب أفضل المهنيين من جميع أنحاء العالم والاحتفاظ بهم. كما تتولى مسؤولية تعزيز علامة صاحب العمل التجارية والقيمة التي تقدمها Mastercard من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

أثبتت Jennifer Dove التزامها بالتطوير المهني المستمر، حيث شاركت بنشاط في شبكات المتخصصين في مجال الموارد البشرية وساهمت في توظيف العديد من الموظفين في شركات مختلفة. بعد حصولها على البكالوريوس في الإعلام التنظيمي من جامعة Miami، شغلت مناصب عليا في مجال التوظيف في شركات في مجالات متنوعة.

من جهة أخرى، قد اشتهرت بقدرتها على قيادة التحولات التنظيمية، ودمج التكنولوجيا في عمليات التوظيف، وتطوير برامج القيادة التي تُعد المؤسسات للتحديات المقبلة. قد نجحت أيضاً في تنفيذ برامج الرفاهية المهنية التي زادت بشكل كبير من رضا الموظفين والاحتفاظ بهم.



أ. Jennifer Dove

- ♦ نائب الرئيس، استقطاب المواهب، Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة استقطاب المواهب، NBCUniversal، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيسة قسم التوظيف Comcast
- ♦ رئيسة قسم التوظيف في شركة Rite Hire Advisory
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، قسم المبيعات في شركة Ardor NY Real Estate
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Valerie August وشركاه
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في شركة BNC
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في Vault
- ♦ خريجة في الإعلام المؤسسي من جامعة Miami

بفضل TECH ستتمكن من التعلم
مع أفضل المحترفين في العالم"



المدير الدولي المستضاف

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

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

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



أ. Rick Gauthier

- ♦ مدير تكنولوجيا المعلومات الإقليمي في Amazon, Seattle, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيس قسم البرامج العليا في Amazon
- ♦ نائب رئيس شركة Wimmer Solutions
- ♦ المدير الأول لخدمات هندسة الإنتاجية في Microsoft
- ♦ شهادة في الأمن السيبراني من Western Governors University
- ♦ شهادة تقنية في الغوص التجاري 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
في ممارستك اليومية"



المدير الدولي المستضاف

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

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

كما قام أيضاً برعاية وقيادة فرق عالية الأداء حصلت على جوائز تقديراً لإمكاناتها التحولية.. مع شركة Shell، بالتحديد، شرع المدير التنفيذي في التغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات من أجل إزالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم "إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" و إصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. وبالتالي، 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 شهادة الدراسات العليا من كلية لندن للأعمال. وفي الوقت نفسه، اكتسب خبرة متراكمة في مجال إنترنت الأشياء و Salesforce.

أ. Arman, Romi

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



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

المدير الدولي المستضاف

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

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

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

وقد قاد أيضاً فريق عمل في شركات مثل Siemens Eaton، Airbus، حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. وقد اشتهر بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة 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 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 جامعة ITECH! ستتمكن من الوصول إلى أفضل المواد التعليمية، في طليعة التكنولوجيا والتعليم، والتي ينفذها متخصصون مشهورون دوليًا في هذا المجال"

المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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

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



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 جامعة TECH ليقدموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً ومبنيًا على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟"



المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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

أ. Mick Gram

- ♦ 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
- ♦ اجازة وماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة Copenhagen



ادرس في أفضل جامعة أونلاين في العالم حسب مجلة فوربس! ستتمكن في MBA هذا من الوصول إلى مكتبة واسعة من موارد الوسائط المتعددة التي طورها أساتذة مشهورون عالمياً

المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



أ. Stevenson, Scott

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



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

المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



أ. Eric Nyquist

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



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

هيكل الإدارة

أ. Barrientos, Giancarlo

- ♦ مدير تكنولوجيا المعلومات في Assist-365
- ♦ مهندس نظم معلومات متخصص في هندسة البرمجيات من USAL في بوينس آيرس
- ♦ المؤسس المشارك والرئيس التنفيذي في LogTech
- ♦ مؤسس ورئيس قسم التكنولوجيا في Dash Core
- ♦ درجة الماجستير في إدارة العمليات والتحول الرقمي
- ♦ مهندس برمجيات من Universidad del Salvador



أ. Nieto-Sandoval González-Nicolás, David

- ♦ مهندس في كفاءة الطاقة واللاقتصاد الدائري في Aprofem
- ♦ مهندس تقني صناعي من مدرسة جامعة العلوم التطبيقية في Málaga
- ♦ مهندس صناعي من المدرسة التقنية العليا لهندسة المعلوماتية في Ciudad Real
- ♦ مسؤول حماية البيانات (DPO) من قبل جامعة Antonio Nebrija
- ♦ خبير في إدارة المشاريع ومستشار أعمال وموجه في منظمات مثل Youth Business Spain أو COGIT في Ciudad Real
- ♦ المدير التنفيذي لشركة GoWork الناشئة على إدارة المهارات والتطوير المهني وتوسيع الأعمال التجارية من خلال العلامات الفائقة
- ♦ محرر محتوى التدريب التكنولوجي للجهات العامة والخاصة
- ♦ أستاذ معتمد من EOI في مجالات الصناعة وريادة الأعمال والموارد البشرية والطاقة والتقنيات الجديدة والابتكار التكنولوجي



الأساتذة

أ. Gómez Morales, María Daniela

- متخصصة في الهندسة الصناعية
- مستشارة الطلبة في Universidad del Norte
- مطلة إنتاج في Smurfit Kappa
- مطلة الاستشارات والحياة الجامعية في أتلانتيكو
- بكالوريوس في الهندسة الصناعية من الجامعة الشمالية

أ. García Salvador, Laura

- رئيسة قسم التسويق - رئيسة قسم التسويق في زاكاتروس
- مديرة التسويق والنمو في فنادق Ruralka
- مديرة التسويق في تبني Adopta un Abuelo
- ماجستير في التسويق الرقمي في ESIC
- بكالوريوس في الدرجة المزدوجة في تنظيم والإدارة والإعلان والعلاقات العامة

أ. Goenaga Peña, Andrés

- محام وكاتب ومتخصص في الملكية الصناعية وحقوق التأليف والنشر والتقنيات الجديدة
- ماجستير في الملكية الصناعية وحق المؤلف والتكنولوجيات الجديدة من جامعة Externado في كولومبيا
- إجازة في القانون من الجامعة الشمالية

أ. Garrido, Stephanie

- TriNet في Scrum Master
- Lean Tech في Scrum Master
- مهندسة لوجستية مقيم في Marval
- منسقة العمليات في شركة Geotech Solutions
- دراسات عليا في التدريب والبرمجة وقيادة الفريق وإدارة العمليات اللوجستية من كلية الأعمال الأوروبية في برشلونة
- ماجستير في التحول الرقمي في الهندسة الصناعية من الجامعة الشمالية

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



مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

تدرك TECH أن دراسة برنامج بهذه الخصائص يمثل استثمارًا اقتصاديًا ومهنيًا كبيرًا وبالطبع استثمارًا شخصيًا. يجب أن يكون الهدف النهائي لهذا الجهد العظيم هو تحقيق النمو المهني. لهذا السبب يتم توفير كافة الجهود والأدوات حتى تكتسب المهارات والقدرات اللازمة لتحقيق هذا التغيير.



في TECH نحن نشارك بشكل كامل لمساعدتك
في تحقيق التغيير المهني الذي تريده"



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

MBA التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين) من TECH Global University هو برنامج مكثف يؤهلك لمواجهة التحديات وقرارات العمل في مجال التحولات الرقمية الهدف الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني. نساعدك على تحقيق النجاح. إذا كنت ترغب في تحسين نفسك وتحقيق التغيير الإيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل، فهذا هو مكانك.

فرصة فريدة لتحسين
توقعاتك الوظيفية.

وقت التغيير



حقق التغيير المهني
الذي تريده بعد الانتهاء
من برنامج التخصص هذا.

نوع التغيير



زيادة الرواتب

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



المزايا لشركتك

تساهم المحاضرة الجامعية في جغرافيا الموارد والوجهات السياحية في رفع موهبة المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تخصص قادة رفيعي المستوى.

تعد المشاركة في هذا البرنامج فريدة للوصول إلى شبكة اتصالات قوية التي يمكن من خلالها العثور على شركاء أو عملاء أو موردين محترفين في المستقبل.

الشخصية الخاص بك ضرورية لإجراء
بحث وثيق الصلة في مجال الأعمال"



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

01 رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

01

02 الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

02

03 وكلاء البناء للتغيير

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

03

04 زيادة إمكانيات التوسع الدولي

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

04

تطوير مشاريع شخصية

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

05

تعزيز القدرة التنافسية

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

06



المؤهل العلمي

يضمن الماجستير الخاص في MBA التحول الرقمي (CDO ، كبير الموظفين الرقميين) ، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وحداثة ، الحصول على مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في 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 التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين)

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 12 شهر

تحتوي درجة الماجستير الخاص في MBA التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين) على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدثة في السوق.

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

ماجستير خاص MBA في التحول الرقمي (كبير المسؤولين الرقميين ، CDO)

| التوزيع العام للخطة الدراسية | | التوزيع العام للخطة الدراسية | |
|------------------------------|---|------------------------------|---------------|
| النوع | المدة | نوع المادة | عدد الساعات |
| 1* | البرية الرسمية في العمليات | 1* | 1500 |
| 100 | التحول الرقمي في الشركة | 1* | 0 |
| 100 | العصر الرقمي الجديد: الترتيب القديم | 1* | 0 |
| 100 | التحول الرقمي: كاسترايدج 360 درجة | 1* | 0 |
| 100 | فوائد التسويق في العصر الرقمي | 1* | 0 |
| 100 | المسؤوليات الجديدة في التحول الرقمي للشركات | 1* | 0 |
| 100 | إدارة عملية الأعمال (BPM) | 1* | 1500 الإجمالي |
| 100 | تسويق وتخطيط العمليات | | |
| 100 | مراقبة العمليات وتحسينها على المدى الطويل | | |
| 100 | القراءة والتحليل والمسؤولية الاجتماعية للشركة | | |
| 100 | قيادة الفرق وإدارة المواضيع | | |
| 100 | القراءة المتخصصة والمالية | | |
| 200 | الاجتماعات | | |

الجامعة
التكنولوجية

أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

شهادة تخرج

هذه الشهادة ممنوحة إلى

..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

للاجتياز/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص

في

MBA التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين)

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

الجامعة
التكنولوجية

أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

AFW0R238 techinute.com/certificates



ماجستير خاص
MBA التحول الرقمي
(CDO , كبير المسؤولين الرقميين)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

A photograph of a person's hand pointing at a large computer monitor displaying a blue-toned interface. The person is wearing a beige long-sleeved shirt. Another person's hand is visible on a mouse. The background is a blurred office environment with a brick wall. The image is partially obscured by a white diagonal shape on the right side.

ماجستير خاص MBA التحول الرقمي (CDO ، كبير المسؤولين الرقميين)