

ماجستير خاص
MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات
(CTO, Chief Technical Officer)



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير خاص MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« موجهة إلى: الخريجين والمهنيين من ذوي الخبرة في المجالات التكنولوجية

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-it-management-cto-chief-technical-officer

الفهرس

04	الأهداف	14 صفحة
03	لماذا تدرس برنامجنا هذا؟	10 صفحة
02	لماذا تدرس في TECH؟	6 صفحة
01	كلمة الترحيب	4 صفحة
07	المنهجية	38 صفحة
06	الهيكل والمحتوى	24 صفحة
05	الكفاءات	20 صفحة
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	68 صفحة
09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	50 صفحة
08	ملف طلابنا الشخصي	46 صفحة
12	المؤهل العلمي	76 صفحة
11	المزايا لشركتك	72 صفحة

كلمة الترحيب

من المستحيل أن نفهم عالم الأعمال اليوم دون اعتبار الثورة الصناعية الرابعة أو "الصناعة 4.0". إن التعقيد الكبير للعمليات مثل التعلم الآلي (*machine learning*) أو القلق المتزايد بشأن نقاط الضعف في الأمن السيبراني يجعل شخصية *CTO*, *Chief Technical Officer*, ضرورية في أهم المؤسسات. يجب أن يتقن المدير رفيع المستوى كلاً من إدارة التكنولوجيا وإدارة مشاريع تكنولوجيا المعلومات على جميع المستويات. لهذا السبب، يجمع هذا البرنامج بين إدارة الفريق والمواهب الأكثر فاعلية والحكمة الرقمية الأكثر طموحاً وتحديثاً. سيتمكن المدير من الوصول إلى مواد محددة حول اختراق البيانات (*Data Hacking*) وإدارة المجتمع وإدارة عمليات الأعمال وعناصر أكثر أهمية في قيادة القرن الحادي والعشرين. كل هذا مع ميزة منهجية 100% عبر الإنترنت التي لا تتطلب أي تضيحية شخصية أو مهنية، حيث تم إلغاء الفصول الحضرية والجدول الزمني المحددة مسبقاً بحثاً عن المرونة التي يحتاجها المدبرون ذوو المسؤوليات الأكبر.



يعد CTO أو Chief Technical Officer شخصية أساسية للبقاء
في طليعة الأعمال. سيعطيك هذا البرنامج المفاتيح لتصبح
ركيزة استراتيجية أساسية"



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..

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 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، فخر 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 وحداثة في المشهد الأكاديمي "

لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

تعني دراسة برنامج TECH 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 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 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 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 *soft skills* 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 Global University

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دولياً.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

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

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

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

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

الأهداف

الهدف الرئيسي من هذا البرنامج هو تزويد المدير بالأدوات والمعرفة والاستراتيجيات اللازمة لقيادة المشاريع التكنولوجية بنجاح. وبالتالي، بفضل المواد التقنية الواسعة والمفصلة، يمكنك التخرج مع هذا المؤهل مع القدرة على تولي منصب CTO، Chief Technical Officer، في مؤسسات ذات مكانة وقوة اقتصادية أكبر.

سيضع الطالب نفسه كمدير متطور، ويتعمق في أحدث نماذج إدارة الأشخاص والبيانات والتكنولوجيا"



أهدافك هي أهدافنا.
نحن نعمل معًا لمساعدتك على تحقيقها.

الـ MBA في إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer). سوف يقوم بتدريب الطالب على:

01

تقييم الموقف وتحديد المواقع ونضج تقنيات المعلومات في بيئات الأعمال

03

اعتماد نماذج حوكمة إستراتيجية لتقنيات المعلومات , متكاملة ومتناسقة
في إستراتيجية الشركة وإدارتها

02

تطوير المهارات والمعرفة الإدارية اللازمة للقيادة التكنولوجية في المنظمة

04

تنفيذ طرق تنظيم عمليات الابتكار التكنولوجي المرتبطة باحتياجات الشركة

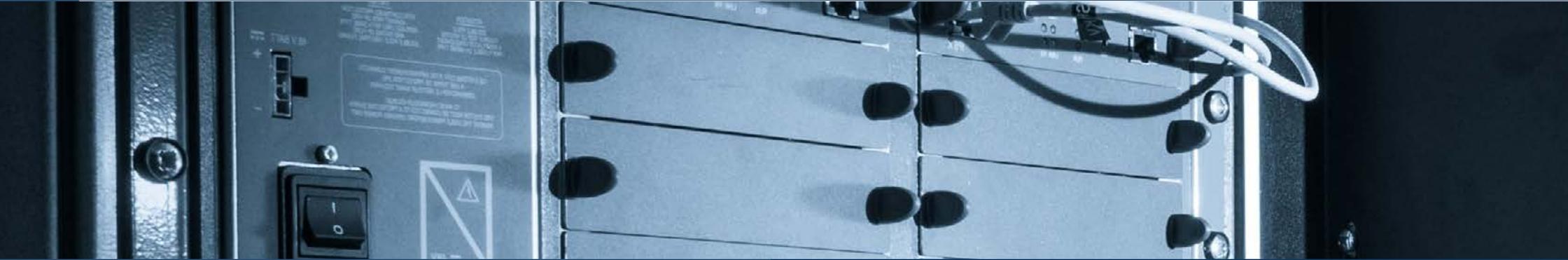


تحليل البيئة الاجتماعية والاقتصادية المحيطة بإدارة وابتكار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

07

تطوير أنشطة الإدارة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) وبيئات البحث والتطوير

05



تطبيق الإطار الأخلاقي والتشريعي والواجبي لمحترفي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

08

المشاركة في المشاريع المتعلقة بإدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطوير الابتكار والبحث

06



تطوير منهجيات إدارة مشروع تكنولوجيا المعلومات للتحكم في جودة العملية والمنتج

09

تنفيذ إدارة فرق صحية تمكن الموظفين من أداء أفضل، وبالتالي فوائد أكبر للشركة

10

القدرة على التعرف على المواهب في المنظمة

11

12 معرفة وتطوير وتقييم جميع عمليات التخطيط لمشروع تكنولوجيا المعلومات

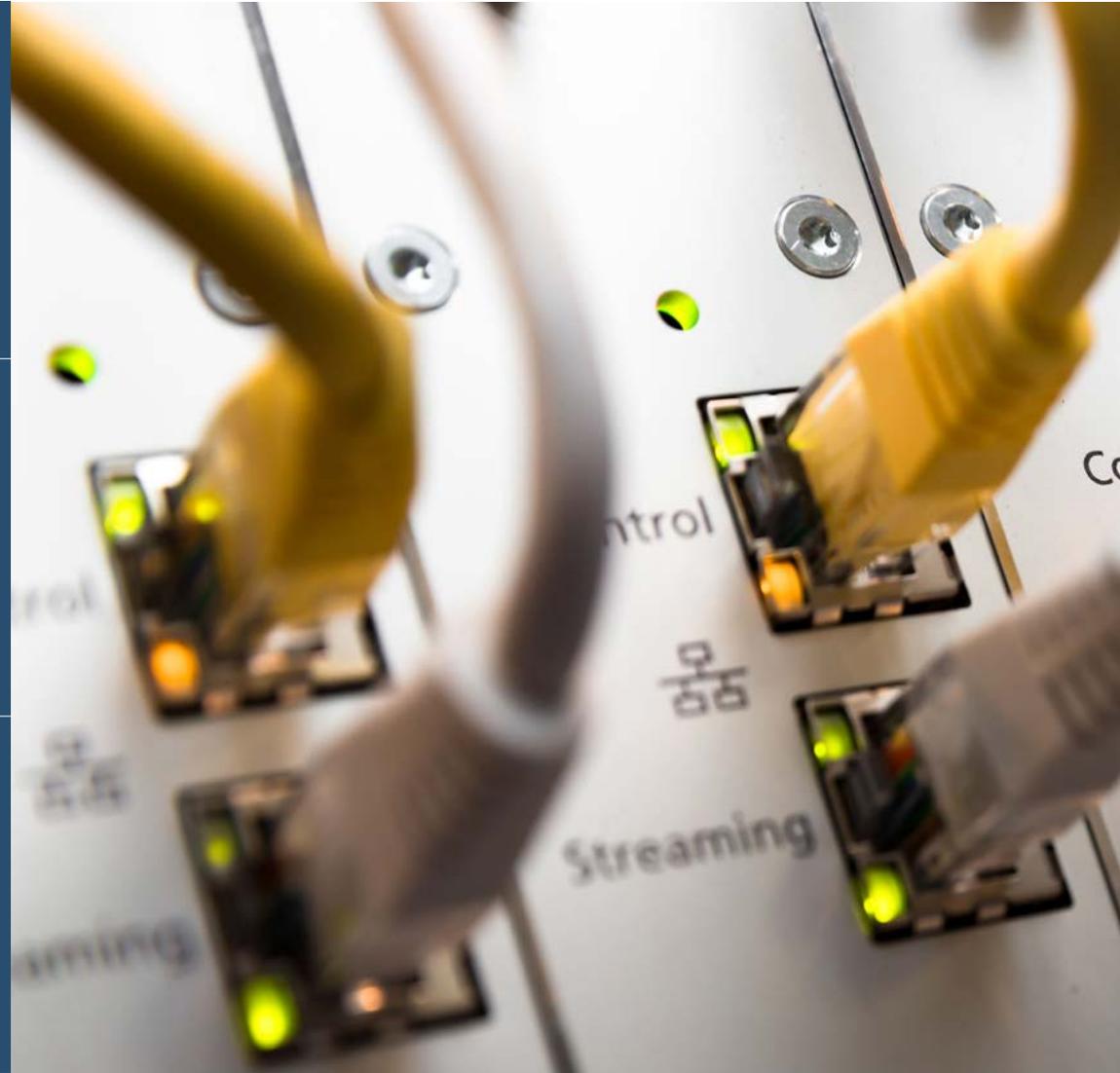
12

13 الرهان على البحث والتطوير كعنصر أساسي لتطوير مشاريع جديدة

13

14 فهم أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كأداة أساسية لحملات التسويق والإعلان للشركات

14



الكفاءات

لتطوير الكفاءات اللازمة في CTO, Chief Technical Officer الحديث، تتعمق هذه الدرجة في جميع الصفات التي يجب أن تمتلكها هذه الشخصية الإدارية رفيعة المستوى. وبالتالي، فإن المنهج بأكمله لا يشمل النظرية الاستراتيجية والتكنولوجية الأساسية فحسب، بل يشمل أيضا الحالات والأمثلة العملية التي يمكن بها تطويره ووضع سياقه في حالات حقيقية. سيتخرج المدير ولديه هيمنة كاملة على المهارات اللازمة لتطوير حياته المهنية في أكثر المجالات التكنولوجية طموحاً.





اكتسب المهارات اللازمة والتكميلية لتكون شخصية
قيادية مثالية في المجال التكنولوجي"



01

استخدام الاتجاهات الرقمية الجديدة في إطار تطوير منتجات جديدة

02

القيام بقيادة شركة متخصصة في مشاريع تكنولوجيا المعلومات، مع التركيز على إدارة الفريق والمشاريع

03

تطبيق أنسب نظم وتقنيات المعلومات في الشركة

04

تنفيذ تخطيط استراتيجي صحيح يسمح بتحقيق أهداف الشركة

05

تطبيق المبادئ الأساسية لـ Lean Management



تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير الشركة

08

التعرف على أهمية عمليات التدقيق والشهادات في مجال البحث والتطوير والابتكار

06

امتلاك معرفة واسعة بالبيانات الضخمة Big Data

09

البحث عن تجربة الاستخدام المثلى وتطويرها، من خلال تكنولوجيات المعلومات

07

تطبيق إستراتيجية مناسبة للتطوير السليم لشركة رقمية

10

الهيكل والمحتوى

لضمان أعلى جودة للمحتوى، جمعت TECH فريقا تعليميا متخصصا في هذا الموضوع، مع التركيز بشكل خاص على تلك المجالات التي يجب على CTO، Chief Technical Officer، تطويرها للنجاح في مكان عملهم. لذلك، يتم إثراء الوحدات العشر التي يتكون منها هذا البرنامج بمواد وسائط متعددة عالية الجودة، والتي تتضمن ملخصات فيديو وتحليلا مفصلا وقراءات تكميلية لتوسيع كل موضوع.

يتم تكييف المناهج الدراسية بأكملها مع سيناريوهات الأعمال الأكثر تطلبًا، مما يمنحك ضمان اكتساب مهارات المدير الفني على أعلى مستوى"



خطة الدراسة

الـ MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer)، من TECH Global University، هو برنامج مكثف يعد المديرين لمواجهة التحديات التكنولوجية وقرارات الأعمال، على الصعيدين الوطني والدولي. تم تصميم محتواها لتعزيز تطوير المهارات الإدارية، التي تسمح باتخاذ قرارات أكثر صرامة في بيئات غير مؤكدة.

أكثر من 2700 ساعة من الدراسة، سيتم تحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي، بطريقة يمكن من خلالها تحقيق تعلم عميق ومفيد للتطور المهني. وبالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

يتناول هذا البرنامج بعمق مختلف مجالات الشركة وهو مصمم لتخصص المديرين الذين يفهمون التطور التكنولوجي في المنظمة من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر.

خطة مصممة للطالب تركز على تحسينهم المهني وتهيئهم لتحقيق التميز في مجال الإدارة وإدارة الأعمال. برنامج يتفهم احتياجاتك واحتياجات شركتك، من خلال محتوى مبتكر مبني على أحدث الاتجاهات، ومدعم بأفضل منهجية تعليمية وهيئة تدريس استثنائية، مما يمنحك مهارات حل المواقف الحرجة بشكل خلاق وفعال.

يستمر هذا البرنامج لمدة 12 شهرًا وينقسم إلى قسمين رئيسيين:

إدارة المواهب ومهارات القيادة	الوحدة 1
الإدارة التكنولوجية	الوحدة 2
التخطيط الاستراتيجي وإدارة مشاريع تكنولوجيا المعلومات (IT)	الوحدة 3
إدارة الابتكار	الوحدة 4
نظم أمن المعلومات	الوحدة 5
اتجاهات رقمية جديدة	الوحدة 6
استراتيجية الأعمال الرقمية	الوحدة 7
Community Management و Social Media	الوحدة 8
Data Science and Big Data	الوحدة 9
التصميم وسهولة استخدام الشبكة وتجربة المستخدم	الوحدة 10
القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة	الوحدة 11
قيادة لأفراد وإدارة المواهب	الوحدة 12
الإدارة الاقتصادية والمالية	الوحدة 13
الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي	الوحدة 14
الإدارة Management	الوحدة 15

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية إجراء MBA هذا في إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer) 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. إدارة المواهب ومهارات القيادة

<p>4.1 النظم والتغييرات التنظيمية</p> <p>1.4.1 عملية التحول</p> <p>2.4.1 التوقع والعمل</p> <p>3.4.1 التعلّم المؤسسي</p> <p>4.4.1 مقاومة التغيير</p>	<p>3.1 إدارة الفرق</p> <p>1.3.1 تطوير فرق عالية الأداء</p> <p>2.3.1 أدوار الناس في المجموعات</p> <p>3.3.1 العوامل الشخصية والدافع للعمل الناجح</p> <p>4.3.1 دمج فريق عالي الأداء</p>	<p>2.1 إدارة المواهب كميزة تنافسية</p> <p>1.2.1 مفاتيح للإدارة الإيجابية</p> <p>2.2.1 خريطة المواهب في المنظمة</p> <p>3.2.1 التكلفة والقيمة المضافة</p>	<p>1.1 تطوير الكفاءة الإدارية</p> <p>1.1.1 القيادة</p> <p>2.1.1 الذكاء العاطفي</p> <p>3.1.1 المنظمة: المجالات والعمليات والمشاريع</p>
		<p>6.1 الابتكار في إدارة المواهب والأفراد</p> <p>1.6.1 نماذج إدارة المواهب الاستراتيجية</p> <p>2.6.1 تحديد المواهب وتعليمها وتنميتها</p> <p>3.6.1 الولاء والاحتفاظ</p> <p>4.6.1 المبادرة والابتكار</p>	<p>5.1 التوجيه والتحفيز</p> <p>1.5.1 طبيعة الدافع</p> <p>2.5.1 نظرية التوقعات</p> <p>3.5.1 نظريات الحاجيات</p> <p>4.5.1 الدافع والتعويض المالي</p>

الوحدة 2. الإدارة التكنولوجية

<p>4.2 القدرات العلائقية والسياسية</p> <p>1.4.2 اللجان الإدارية</p> <p>2.4.2 التأثير</p> <p>3.4.2 Stakeholders</p> <p>4.4.2 فض النزاعات</p>	<p>3.2 تنمية المهارات الإدارية</p> <p>1.3.2 وظيفة الإدارة والأدوار الإدارية</p> <p>2.3.2 دور رئيس قسم المعلومات في الشركة</p> <p>3.3.2 رؤية ومهمة مدير تكنولوجيا المعلومات</p> <p>4.3.2 القيادة الإلكترونية والإدارة الشاملة للابتكار</p>	<p>2.2 تحديد موقع الشركة في مجال تكنولوجيا المعلومات</p> <p>1.2.2 تصور القيمة المضافة للأعمال</p> <p>2.2.2 مستوى نضج الاستراتيجية</p> <p>3.2.2 حكمة تقنية المعلومات وحكمة الشركات</p>	<p>1.2 نظم وتكنولوجيا المعلومات في المؤسسات</p> <p>1.1.2 تطور نموذج تكنولوجيا المعلومات</p> <p>2.1.2 إدارة وتنظيم تكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.1.2 تكنولوجيا المعلومات والبيئة الاقتصادية</p>
		<p>6.2 نظم المعلومات لاتخاذ القرارات</p> <p>1.6.2 الذكاء التجاري Business Intelligence</p> <p>2.6.2 Data Warehouse</p> <p>3.6.2 BSC أو بطاقة الأداء المتوازنة</p>	<p>5.2 الاستراتيجية المؤسسية والاستراتيجية التكنولوجية</p> <p>1.5.2 خلق القيمة للعملاء والمساهمين</p> <p>2.5.2 القرارات الاستراتيجية لنظم المعلومات/تكنولوجيا المعلومات</p> <p>3.5.2 استراتيجية الشركة مقابل. الاستراتيجية التكنولوجية والرقمية</p>

الوحدة 3. التخطيط الاستراتيجي وإدارة مشاريع تكنولوجيا المعلومات (IT)

<p>4.3 صياغة الإستراتيجية</p> <p>1.4.3. التطلعات والموجهات الاستراتيجية للخطة</p> <p>2.4.3. نموذج نظم المعلومات/تكنولوجيا المعلومات المستهدف</p> <p>3.4.3. مبادرات استراتيجية</p> <p>4.4.3. الآثار المترتبة على الخطة</p>	<p>3.3 تحليل نظم المعلومات/تكنولوجيا المعلومات الحالية</p> <p>1.3.3. تحليل مستوى الموارد والإنفاق / الاستثمار</p> <p>2.3.3. تحليل الجودة المدركة</p> <p>3.3.3. تحليل التطبيقات والبنى التحتية</p> <p>4.3.3. تحليل البيئة والمنافسين</p>	<p>2.3 فهم إستراتيجية الأعمال</p> <p>1.2.3. الحاجة للمعلومات</p> <p>2.2.3. خريطة العمليات</p> <p>3.2.3. تطلعات أو أولويات العمل</p>	<p>1.3 عملية التخطيط الاستراتيجي</p> <p>1.1.3. مراحل الخطة</p> <p>2.1.3. الرؤية المفاهيمية</p> <p>3.1.3. تنظيم العمل</p>
<p>8.3 Lean IT</p> <p>1.8.3. Lean Thinking و Lean IT</p> <p>2.8.3. المبادئ الأساسية لـ Lean Management</p> <p>3.8.3. مجموعات التحسين وحل المشكلات</p> <p>4.8.3. أشكال الصيانة وإدارة الجودة</p>	<p>7.3 إدارة الموارد التكنولوجية</p> <p>1.7.3. العرض التكنولوجي</p> <p>2.7.3. إدارة الوقت والتكلفة</p> <p>3.7.3. إدارة مرنة للمشاريع والإنتاجية</p>	<p>6.3 مشاريع نظم المعلومات</p> <p>1.6.3. تخطيط مشروع تكنولوجيا المعلومات</p> <p>2.6.3. متابعة وإغلاق مشروع</p> <p>3.6.3. استراتيجيات إدارة المشاريع</p>	<p>5.3 خطة التنفيذ</p> <p>1.5.3. نهج التنفيذ</p> <p>2.5.3. خطط المشروع</p>

الوحدة 4. إدارة الابتكار

<p>4.4 أنظمة إدارة البحث والتطوير والابتكار</p> <p>1.4.4. متطلبات أنظمة إدارة البحث والتطوير والابتكار</p> <p>2.4.4. مسار العمل والنشاط والعملية والإجراءات</p> <p>3.4.4. الإطار الموصى به لإدارة البحث والتطوير والابتكار</p>	<p>3.4 إطلاق وتصنيع منتجات جديدة</p> <p>1.3.4. تصميم منتج جديد</p> <p>2.3.4. Lean Design</p> <p>3.3.4. تصنيع منتجات جديدة</p> <p>4.3.4. التصنيع والتجميع</p>	<p>2.4 هندسة العمليات وهندسة المنتجات</p> <p>1.2.4. استراتيجيات الابتكار</p> <p>2.2.4. الابتكار المفتوح</p> <p>3.2.4. المنظمات والثقافات المبتكرة</p> <p>4.2.4. معدات متعددة الوظائف</p>	<p>1.4 التفكير الإبداعي: الابتكار</p> <p>1.1.4. الابتكار في شركة التكنولوجيا</p> <p>2.1.4. تقنيات تحسين الإبداع</p> <p>3.1.4. عملية تصور الأفكار المبتكرة</p>
<p>3.7.4. منهجية عملية المقارنة المعيارية Benchmarking المطبقة على البحث والتطوير والابتكار</p> <p>4.7.4. مزايا المقارنة المعيارية Benchmarking</p>	<p>7.4 تطبيق المقارنة المعيارية Benchmarking على البحث والتطوير والابتكار</p> <p>1.7.4. أنواع المقارنة المعيارية Benchmarking</p> <p>2.7.4. عملية المقارنة المعيارية Benchmarking في مجال البحث والتطوير والابتكار</p>	<p>6.4 أدوات لإدارة البحث والتطوير والابتكار</p> <p>1.6.4. مخطط السبب والتأثير للبحث والتطوير والابتكار</p> <p>2.6.4. الاختيار المرجح للبحث والتطوير والابتكار</p> <p>3.6.4. مخطط Pareto للبحث والتطوير والابتكار</p> <p>4.6.4. مصفوفة أولويات البحث والتطوير والابتكار</p>	<p>5.4 تدقيق وإصدار الشهادات للبحث والتطوير والابتكار</p> <p>1.5.4. المبادئ الأساسية لعمليات تدقيق البحث والتطوير والابتكار</p> <p>2.5.4. مراحل تدقيق للبحث والتطوير والابتكار</p> <p>3.5.4. شهادات في مجال البحث والتطوير والابتكار</p> <p>4.5.4. شهادة في أنظمة إدارة البحث والتطوير والابتكار</p>
<p>10.4 إدارة الجودة في مشاريع البحث والتطوير والابتكار</p> <p>1.10.4. نظام إدارة الجودة في مشاريع البحث والتطوير والابتكار</p> <p>2.10.4. خطط الجودة في مشاريع البحث والتطوير والابتكار</p> <p>3.10.4. محتوى خطة الجودة لمشاريع البحث والتطوير والابتكار</p>	<p>9.4 توجيه وإدارة مشاريع البحث والتطوير والابتكار</p> <p>1.9.4. العناصر التي يتكون منها مشروع البحث والتطوير والابتكار</p> <p>2.9.4. أهم مراحل مشروع البحث والتطوير والابتكار</p> <p>3.9.4. عمليات إدارة مشاريع البحث والتطوير والابتكار</p>	<p>8.4 إعادة الهندسة من أجل الابتكار الجذري لإجراءات عمل الشركة</p> <p>1.8.4. أصول وتطور إعادة هندسة العمليات</p> <p>2.8.4. أهداف إعادة الهندسة</p> <p>3.8.4. النهج الصحيح لإعادة الهندسة</p>	

الوحدة 5. نظم أمن المعلومات

1.5 مقدمة في أمن المعلومات

- 1.1.5 أنواع الهجمات على نظام الكمبيوتر
- 2.1.5 تدابير لضمان أمن نظام الكمبيوتر
- 3.1.5 خطة المخاطر وخطة الأمن وخطة الطوارئ

2.5 أمن شبكات الحاسوب

- 1.2.5 التهديدات في الشبكة
- 2.2.5 فيروسات الحاسب
- 3.2.5 الهندسة الاجتماعية
- 4.2.5 قرصنة

3.5 القرصنة الأخلاقية Hacking

- 2.3.5 البحث عن نقاط الضعف
- 3.3.5 أدوات مفيدة

4.5 تصميم وإدارة الشبكات الآمنة وإدارة المخاطر

- 1.4.5 أنظمة تشغيل الخوادم
- 2.4.5 إعدادات الشبكة
- 3.4.5 حكمة تكنولوجيا المعلومات وإدارة المخاطر والامثال التنظيمي

5.5 تنفيذ نظام إدارة أمن المعلومات وفقاً لمعايير ISO 72000

- 1.5.5 أنظمة وفوائد إدارة أمن المعلومات
- 2.5.5 معايير إدارة أمن المعلومات
- 3.5.5 مراحل تنفيذ نظام إدارة أمن المعلومات

6.5 الملكية الصناعية والفكرية في المجال التكنولوجي

- 1.6.5 الملكية الصناعية
- 2.6.5 العلامات التجارية وأسماء النطاقات
- 3.6.5 الملكية الفكرية

7.5 العقود وقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- 1.7.5 أهم الاشكال التعاقدية المتعلقة بقطاع تكنولوجيا المعلومات

الوحدة 6. اتجاهات رقمية جديدة

1.6 إنترنت الأشياء

- 1.1.6 الرؤى والتحديات
- 2.1.6 التقنيات الرئيسية
- 3.1.6 المشاريع الرائدة

2.6 التلعيب

- 1.2.6 تقنيات التلعيب بالأعمال التجارية
- 2.2.6 إطار عمل تصميم التلعيب
- 3.2.6 آليات التشغيل والتحفيز
- 4.2.6 الاستحقاقات والعائد على الاستثمار

3.6 Big Data

- 1.3.6 التطبيق القطاعي
- 2.3.6 نماذج الأعمال التجارية
- 3.3.6 مهن جديدة

4.6 الذكاء الاصطناعي

- 1.4.6 الجوانب المنهجية في الذكاء الاصطناعي
- 2.4.6 البحث الارشادي
- 3.4.6 طرق الاستدلال في القواعد
- 4.4.6 الشبكات الدلالية

5.6 الروبوتات

- 1.5.6 مورفولوجيا الروبوت
- 2.5.6 الأدوات الرياضية للتوطين المكاني
- 3.5.6 التحكم الحركي
- 4.5.6 معايير زرع الروبوت الصناعي

6.6 النمذجة والمحاكاة

- 1.6.6 النمذجة باستخدام DEVS
- 2.6.6 نمذجة الإدخالات العشوائية
- 3.6.6 توليد الإدخالات العشوائية
- 4.6.6 تصميم التجارب والاستخدام الأمثل

7.6 زرع الترميز في المشاريع التكنولوجية

- 1.7.6 التوقيع الالكتروني
- 2.7.6 الشهادة الرقمية
- 3.7.6 تشفير البيانات
- 4.7.6 التطبيقات العملية للتشفير

8.6 الاتجاهات الأخرى

- 1.8.6 طابعات ثلاثية الأبعاد
- 2.8.6 الطائرات بدون طيار
- 3.8.6 الرؤية الاصطناعية
- 4.8.6 المواقع المعزز

الوحدة 7. استراتيجية الأعمال الرقمية

<p>4.7 التجارة في الشبكات الاجتماعية</p> <p>1.4.7 الرؤية الاستراتيجية للشبكة 2.0 والتحديات التي تواجهها</p> <p>2.4.7 فرص التقارب واتجاهات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات</p> <p>3.4.7 كيفية تحقيق الدخل من الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية</p> <p>4.4.7 التنقل والأعمال الرقمية</p>	<p>3.7 حكاية تكنولوجيا المعلومات</p> <p>1.3.7 تحليل الاتجاهات الحالية وأفضل الممارسات best practices في وظيفة تكنولوجيا المعلومات</p> <p>2.3.7 التحديات والقرارات الرئيسية في الإدارة</p> <p>3.3.7 إجراءات الإدارة والمطلوبات والاستراتيجيات ونماذج الاستعانة بمصادر خارجية outsourcing</p>	<p>2.7 استراتيجية التوريد</p> <p>1.2.7 أدوات لتطوير استراتيجية المصادر sourcing</p> <p>2.2.7 Cloud computing (الحوسبة السحابية)</p> <p>3.2.7 إدارة مصادر تكنولوجيا المعلومات IT sourcing management</p>	<p>1.7 الاستراتيجية الرقمية</p> <p>1.1.7 نماذج الأعمال القائمة على الإنترنت</p> <p>2.1.7 الاستراتيجية التكنولوجية وأثرها على الابتكار الرقمي</p> <p>3.1.7 التخطيط الاستراتيجي لتكنولوجيات المعلومات</p> <p>4.1.7 الاستراتيجية والإنترنت</p>
<p>8.7 التنظيم الفعال لوحدة النظم</p> <p>1.8.7 حكاية تكنولوجيا المعلومات</p> <p>2.8.7 مخاطر التنفيذ</p> <p>3.8.7 مخاطر الاستغلال</p>	<p>7.7 أنظمة لإدارة المعرفة والتعاون في الشركة</p> <p>1.7.7 إدارة المحتوى</p> <p>2.7.7 العمل التعاوني وبوابات الموظفين</p> <p>3.7.7 سياسات وعمليات إدارة المعارف</p>	<p>6.7 نظم الأعمال القائمة على التعاون عبر الإنترنت</p> <p>1.6.7 نظم إدارة العملاء: CRM</p> <p>2.6.7 نظم إدارة سلسلة الإمداد</p> <p>3.6.7 نظم التجارة الإلكترونية</p>	<p>5.7 إدارة العمليات التجارية</p> <p>1.5.7 إدارة الشركة من خلال العمليات</p> <p>2.5.7 إعادة هندسة العمليات</p> <p>3.5.7 أنظمة معلومات الشركة</p>
	<p>11.7 الخدمات اللوجستية الدولية</p> <p>1.11.7 أنماط الخدمات اللوجستية الدولية</p> <p>2.11.7 الخدمات اللوجستية مع اسواق marketplaces</p> <p>3.11.7 الخدمات اللوجستية في Dropshipping</p>	<p>10.7 الاستيعاب الداخلي للأعمال التجارية بين الشركات والمستهلكين</p> <p>1.10.7 أدوات المقارنة المعيارية Benchmarking الدولية</p> <p>2.10.7 استراتيجيات العولمة الرقمية بين الشركات والمستهلكين C2B</p> <p>3.10.7 مراقبة الأعمال التجارية بين الشركات والمستهلكين C2B</p>	<p>9.7 الاستيعاب الداخلي للأعمال بين الشركات B2B</p> <p>1.9.7 أدوات تحديد الهوية والاتصال</p> <p>2.9.7 استراتيجيات العولمة الرقمية بين الشركات B2B</p> <p>3.9.7 إدارة العلامات التجارية لأسواق B2B</p>

الوحدة 8. وسائل التواصل الاجتماعي و إدارة المجتمع

<p>4.8 منصات الفيديو والصور والتنقل</p> <p>1.4.8 يوتيوب</p> <p>2.4.8 Instagram</p> <p>3.4.8 Flickr</p> <p>4.4.8 Vimeo</p> <p>5.4.8 Pinterest</p>	<p>3.8 المنصات العامة والمهنية و المدونات الصغيرة</p> <p>1.3.8 Facebook</p> <p>2.3.8 LinkedIn</p> <p>3.3.8 Twitter</p>	<p>2.8 الإعلام والسمعة الرقمية</p> <p>1.2.8 إدارة الأزمات وسمعة الشركة على الإنترنت</p> <p>2.2.8 تقرير السمعة عبر الإنترنت</p> <p>3.2.8 آداب السلوك والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية</p> <p>4.2.8 العلامات التجارية وإقامة شبكة جيدة من العلاقات (Networking) 2.0</p>	<p>1.8 الويب 2.0 أو الويب الاجتماعي</p> <p>1.1.8 التنظيم في عصر المحادثة</p> <p>2.1.8 الويب 2.0 هم الناس</p> <p>3.1.8 بيانات جديدة، محتوى جديد</p>
<p>8.8 خطة وسائل التواصل الاجتماعي</p> <p>1.8.8 تصميم خطة وسائل التواصل الاجتماعي</p> <p>2.8.8 تحديد الإستراتيجية المتبعة في كل وسيط</p> <p>3.8.8 بروتوكول الطوارئ في حالة حدوث أزمة</p>	<p>7.8 Community Management</p> <p>1.7.8 وظائف ومهام ومسؤوليات مدير المجتمع</p> <p>2.7.8 Social Media Manager</p> <p>3.7.8 Social Media Strategist</p>	<p>6.8 استراتيجيات Social Medias (وسائل التواصل الاجتماعي)</p> <p>1.6.8 خطة اتصالات الشركة 2.0</p> <p>2.6.8 العلاقات العامة للشركات ووسائل التواصل الاجتماعي</p> <p>3.6.8 تحليل وتقييم النتائج</p>	<p>5.8 تدوين الشركات</p> <p>1.5.8 كيف تنشئ مدونة؟</p> <p>2.5.8 كيف تصنع خطة محتوى لمدونتك؟</p> <p>3.5.8 استراتيجية تنظيم المحتوى</p>

الوحدة 9. علوم البيانات والبيانات الكبيرة (Data Science and Big Data)

<p>4.9 التعلّم الآلي</p> <p>1.4.9 اختيار النموذج وتنظيمه</p> <p>2.4.9 الأشجار والغابات العشوائية</p> <p>3.4.9 معالجة اللغة الطبيعية</p>	<p>3.9 إحصائيات</p> <p>1.3.9 مقدمة في الإحصاء</p> <p>2.3.9 الانحدار الخطي واللوجستي</p> <p>3.3.9 تحليل المكونات الرئيسية و Clustering</p>	<p>2.9 لغات اختراق البيانات</p> <p>1.2.9 قواعد بيانات SQL</p> <p>2.2.9 مقدمة في Python</p> <p>3.2.9 البرمجة في R</p>	<p>1.9 علوم البيانات (Data Science) والبيانات الكبيرة (Big Data)</p> <p>1.1.9 تأثير البيانات الضخمة Big Data و Data Science على استراتيجية العمل</p> <p>2.1.9 مقدمة في سطر الأوامر</p> <p>3.1.9 مشاكل وحلول علوم البيانات</p>
<p>8.9 البيانات الضخمة في السحابة</p> <p>1.8.9 AWS: كينيسيس</p> <p>2.8.9 AWS: DynamoDB</p> <p>3.8.9 Google Cloud Computing</p> <p>4.8.9 Google BigQuery</p>	<p>7.9 البنى الهجينة في البيانات الضخمة</p> <p>1.7.9 هندسة Lambda</p> <p>2.7.9 هندسة Kappa</p> <p>3.7.9 Apache Flink والتطبيقات العملية</p> <p>4.7.9 خدمات أمازون على الويب</p>	<p>6.9 قصص نجاح في علم البيانات</p> <p>1.6.9 تقسيم العملاء باستخدام نموذج RFM</p> <p>2.6.9 تطبيق تصميم التجارب</p> <p>3.6.9 قيمة سلسلة التوريد: التوقع</p> <p>4.6.9 الذكاء التجاري Business Intelligence</p>	<p>5.9 Big Data</p> <p>1.5.9 Hadoop</p> <p>2.5.9 Spark</p> <p>3.5.9 أنظمة التوصية والتصفية التعاونية</p>

الوحدة 10. التصميم وسهولة استخدام الشبكة وتجربة المستخدم

<p>4.10 التصميم الرقمي</p> <p>1.4.10 النموذج الرقمي</p> <p>2.4.10 المحور والاستجابة</p> <p>3.4.10 التصميم التفاعلي والتصميم المرئي</p>	<p>3.10 التحقيق</p> <p>1.3.10 البحث في مشاريع تصميم الواجهة</p> <p>2.3.10 النهج النوعي والكمي</p> <p>3.3.10 توصيل نتائج البحث</p>	<p>2.10 الشروط الفنية لتصميم تجربة المستخدم</p> <p>1.2.10 الهيكل السلوكي Wireframe والمكونات</p> <p>2.2.10 نمط التفاعل وتدفق التنقل</p> <p>3.2.10 ملف تعريف المستخدم</p> <p>4.2.10 العملية وقمع العملية</p>	<p>1.10 تصميم تجربة المستخدم (UX)</p> <p>1.1.10 هندسة المعلومات</p> <p>2.1.10 تحسين محركات البحث والتحليلات ل UX</p> <p>3.1.10 الصفحات المقصودة (Landing pages)</p>
<p>8.10 Customer Value & Customer Experience Management</p> <p>1.8.10 استخدام السرد ورواية القصص Storytelling</p> <p>2.8.10 التسويق المشترك Co-Marketing كاستراتيجية</p> <p>3.8.10 إدارة تسويق المحتوى Content Marketing</p> <p>4.8.10 عائد استثمار إدارة تجربة العملاء</p>	<p>7.10 تقييم قابلية الاستخدام</p> <p>1.7.10 تقنيات تقييم قابلية الاستخدام</p> <p>2.7.10 تصوير البيانات</p> <p>3.7.10 عرض بيانات</p>	<p>6.10 تصميم استراتيجية تجربة المستخدم</p> <p>1.6.10 أشجار المحتوى</p> <p>2.6.10 إشارات سلوكية Wireframe عالية الولاة</p> <p>3.6.10 خرائط المكونات</p> <p>4.6.10 أدلة سهولة الاستخدام</p>	<p>5.10 تجربة المستخدم</p> <p>1.5.10 منهجية التصميم المتمحورة حول المستخدم</p> <p>2.5.10 تقنيات بحث المستخدم</p> <p>3.5.10 إشراك العميل في العملية</p> <p>4.5.10 إدارة تجربة التسوق</p>

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

<p>4.11 الاستدامة 1.4.11.1 الاستدامة والتنمية المستدامة 2.4.11.2 مذكرة 3.4.11.3 الشركات المستدامة</p>	<p>3.11 أخلاقيات العمل 1.3.11.1 الأخلاق والأخلاقيات 2.3.11.2 أخلاقيات الأعمال التجارية 3.3.11.3 القيادة والأخلاقيات في الشركة</p>	<p>2.11 Cross Cultural Management 1.2.11.1 مفهوم Cross Cultural Management 2.2.11.2 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية 3.2.11.3 إدارة التنوع</p>	<p>1.11 العولمة والحكامة 1.1.11.1 الحكامة وإدارة الشركات 2.1.11.2 أساسيات الحكامة المؤسسية في الشركات 3.1.11.3 دور مجلس الإدارة في إطار الحكامة المؤسسية</p>
<p>8.11 البيئة القانونية و Corporate Governance 1.8.11.1 لوائح الاستيراد والتصدير الدولية 2.8.11.2 الملكية الفكرية والصناعية 3.8.11.3 قانون العمل الدولي</p>	<p>7.11 الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان 1.7.11.1 العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان 2.7.11.2 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي 3.7.11.3 الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان</p>	<p>6.11 أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة 1.6.11.1 المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات 2.6.11.2 القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة 3.6.11.3 خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات 4.6.11.4 أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>	<p>5.11 المسؤولية الاجتماعية للشركة 1.5.11.1 البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات 2.5.11.2 زرع المسؤولية الاجتماعية للشركة 3.5.11.3 التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات</p>

الوحدة 12. قيادة الأفراد وإدارة المواهب

<p>4.12 تطوير فرق عالية الأداء 1.4.12.1 فرق العمل عالية الأداء: فرق ذاتية الإدارة 2.4.12.2 منهجيات إدارة الفريق ذاتية الإدارة عالي الأداء</p>	<p>3.12 تقييم الأداء وإدارة الأداء 1.3.12.1 إدارة الأداء 2.3.12.2 إدارة الأداء: الأهداف و العملية</p>	<p>2.12 إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات 1.2.12.1 تحليل الكفاءة 2.2.12.2 سياسة المكافآت 3.2.12.3 خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي</p>	<p>1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية 1.1.12.1 الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية 2.1.12.2 إدارة الأفراد الإستراتيجية</p>
<p>7.12 إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها 1.7.12.1 الإنتاجية 2.7.12.2 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها</p>	<p>6.12 التواصل الإداري 1.6.12.1 التواصل الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية 2.6.12.2 أقسام التواصل 3.6.12.3 مدير التواصل في الشركة ملف تعريف مدير التواصل في الشركة</p>	<p>5.12 التفاوض وإدارة النزاعات 1.5.12.1 التفاوض 2.5.12.2 إدارة النزاعات 3.5.12.3 إدارة الأزمات</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 الخزينة 6.4.13 تتبع الميزانية</p>	<p>3.13 نظم المعلومات وذكاء الأعمال Business Intelligence</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 التخطيط 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 تحليل الربحية</p>	

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

الوحدة 15. Management الإدارة

<p>4.15 الخطابة وتشكيل متحدثين رسميين</p> <p>1.4.15. التواصل بين الأشخاص</p> <p>2.4.15. مهارات التواصل والتأثير</p> <p>3.4.15. حواجز التواصل</p>	<p>3.15 إدارة العمليات</p> <p>1.3.15. أهمية الإدارة</p> <p>2.3.15. سلسلة القيم</p> <p>3.3.15. إدارة الجودة</p>	<p>2.15 المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية وأسايبها</p> <p>1.2.15. المدير ووظائفه. الثقافة التنظيمية ومقارباتها</p>	<p>1.15 General Management</p> <p>1.1.15. مفهوم General Management</p> <p>2.1.15. عمل Manager General</p> <p>3.1.15. المدير العام ومهامه</p> <p>4.1.15. تحول عمل الإدارة</p>
<p>8.15 خلق العلامات التجارية Branding الشخصية</p> <p>1.8.15. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية</p> <p>2.8.15. قوانين العلامات التجارية الشخصية</p> <p>3.8.15. أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية</p>	<p>7.15 إعداد خطة للأزمات</p> <p>1.7.15. تحليل المشاكل المحتملة</p> <p>2.7.15. التخطيط</p> <p>3.7.15. تكيف الموظفين</p>	<p>6.15 التواصل في حالات الأزمات</p> <p>1.6.15. الأزمات</p> <p>2.6.15. مراحل الأزمات</p> <p>3.6.15. الرسائل: المحتويات واللاحظات</p>	<p>5.15 أدوات التواصل الشخصية والمؤسسية</p> <p>1.5.15. التواصل بين الأشخاص</p> <p>2.5.15. أدوات التواصل بين الأشخاص</p> <p>3.5.15. التواصل في المنظمات</p> <p>4.5.15. الأدوات في المنظمة</p>

تجربة فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز تطورك
المهني واتخاذ القفزة الحاسمة"



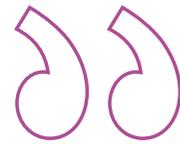


المنهجية

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

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

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



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

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



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



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

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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



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

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

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



منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

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

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

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

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

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

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

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



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية



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

المحاضرات الرئيسية



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

التدريب العملي على المهارات الإدارية

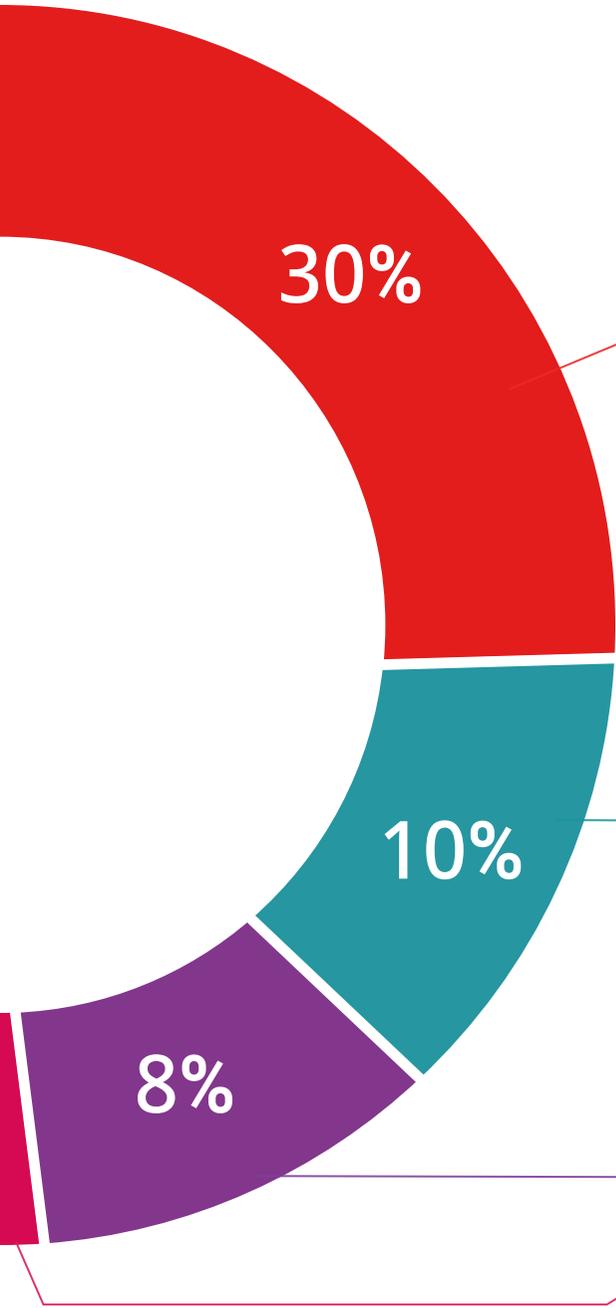


سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



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





دراسات الحالة (Case studies)

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



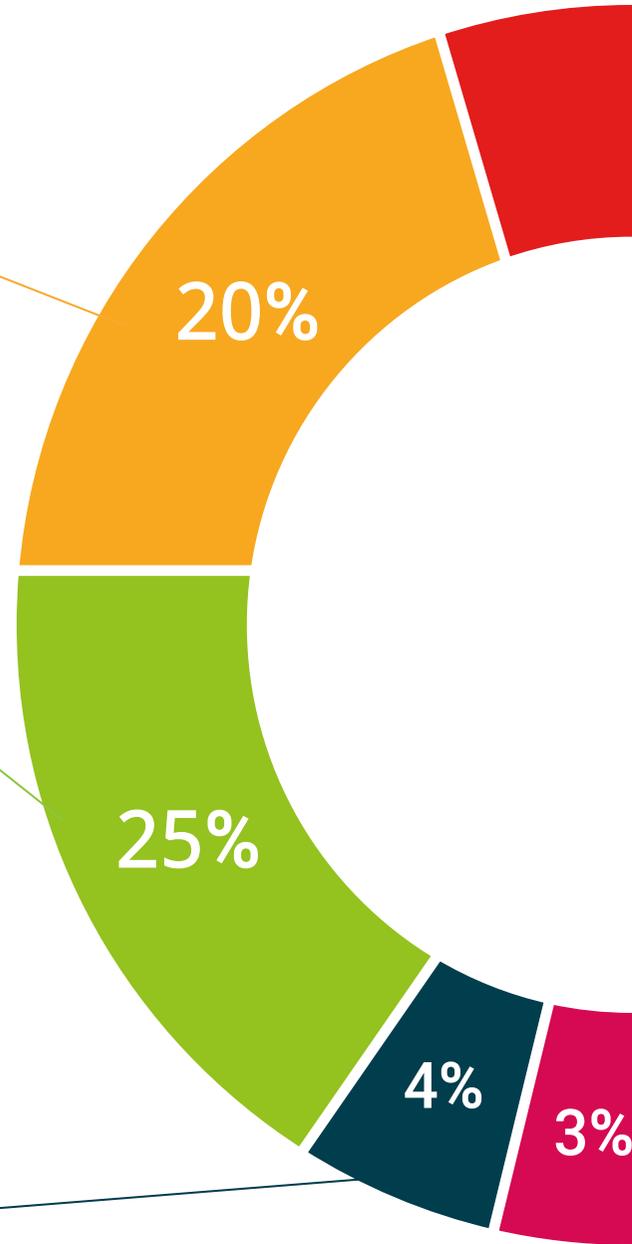
ملخصات تفاعلية

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



الاختبار وإعادة الاختبار

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



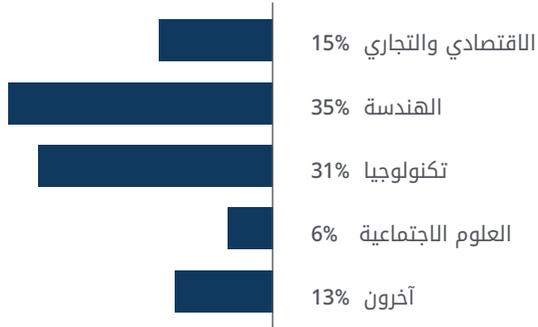
الملف الشخصي لطلابنا

الماجستير الخاص MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO، كبير المسؤولين الفنيين) هو برنامج يهدف إلى المتخصصين في التكنولوجيا الذين يرغبون في تحديث معرفتهم واكتشاف أشكال جديدة من إدارة التكنولوجيا وتعزيز حياتهم المهنية. بفضل المنهجية التربوية المتقدمة لجامعة TECH، سيتمكنون من الوصول إلى المحتوى التعليمي المصنوع صراحة بهدف جعلهم رئيسا تقنيا مرموقا.



إذا كانت لديك خبرة في قطاع تكنولوجيا المعلومات
وتبحث عن تحسن مثير للاهتمام في حياتك المهنية
بينما لا تزال تعمل، فهذا هو برنامجك"

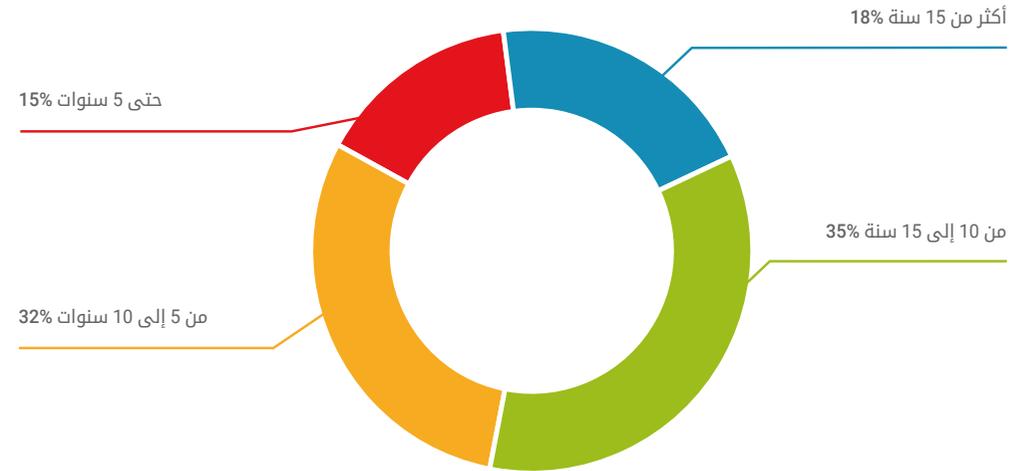
التدريب في مجال



متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة



المؤهل الأكاديمي



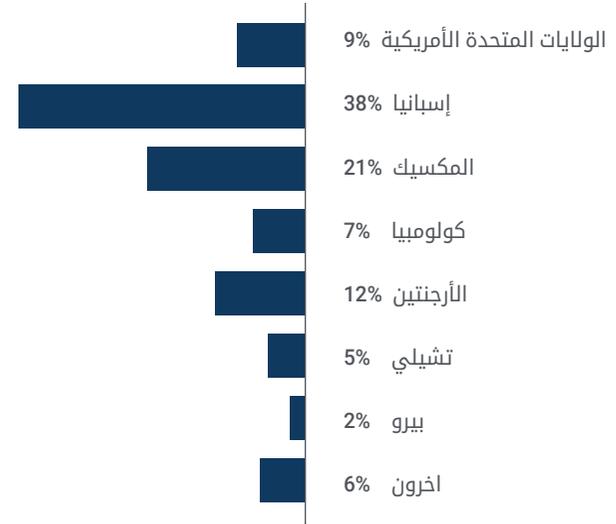


Ana Rubio

Chief Technical Officer

"أنا مهندسة كمبيوتر وبعد ست سنوات من العمل كمبرمجة ومحللة مشاريع، وجدت في هذا البرنامج فرصة لتغيير مسيرتي المهنية. كانت تجربتي إيجابية للغاية. تضع درجة الماجستير الخاص هذه أسس الإدارة في عالم الأعمال، والتي تعد الركائز الأساسية للعمل اليومي لـ CTO"

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

مع التركيز على ضمان أعلى مستويات الجودة في جميع محتويات البرنامج، اعتمدت الكلية على هيئة تدريس ذات تأثير دولي لتطوير هذا البرنامج. من خلال سلسلة من الصفوف الرئيسية المتقدمة *Masterclasses* رفيعة المستوى، سيتمكن الطالب من الاطلاع على مفاتيح القيادة في شركات شهيرة مثل أمازون أو مايكروسوفت، حيث يمتلك الرؤية الفريدة لمدير تنفيذي رائد في كلتا الشركتين.

تعمق في إدارة تكنولوجيا المعلومات على أعلى مستوى
من خلال منظور فريد من نوعه يقدمه مديرون دوليون
مرموقون على أعلى مستوى"



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
على ممارستك اليومية"





المديرة الدولية المستضافة

مع خبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق عالمية لاكتشاف المواهب، Jennifer Dove هي خبيرة في التوظيف واستراتيجية التكنولوجيا. قد شغلت طوال حياتها المهنية مناصب رفيعة في العديد من المؤسسات التكنولوجية في العديد من الشركات المدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك NBCUniversal و Comcast. قد مكّنتها سجلها الحافل من التفوق في بيئات تنافسية وعالية النمو.

بصفتها نائبة رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتتعاون 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 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 الاتصال التنظيمي من جامعة ميامي، 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 العافية 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
- ♦ بكالوريوس في الإعلام المؤسسي من جامعة Miami

بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم"



المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



أ. Arman, Romi

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



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

المدير الدولي المستضاف



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

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

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

قد قاد أيضاً فرق عمل في شركات مثل Siemens Eaton، Airbus، حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. قد اشتهر بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة مع العملاء 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، تحيلات وتكنولوجيا Google B2B, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google, أيرلندا
- ♦ كبير محلي الصناعة في Google, ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google, أيرلندا
- ♦ Accounts Payable في Eaton, المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في شركة Airbus, ألمانيا



راهن على TECH! ستتمكن من الوصول إلى أفضل المواد التعليمية، في 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. طوال مسيرته المهنية الناجحة قام بتطوير مجموعة متنوعة من المهام المتعلقة بالمنتجات، والتسويق و الإعلانات. كل هذا مرتبط بعلامات تجارية مرموقة مثل Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein، وغيرها.

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

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

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

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



أ. La Sala, Andrea

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



ينتظرك أكثر المتخصصين الدوليين تأهيلاً وخبرة
في TECH ليقدّموا لك تعليقاً من الدرجة الأولى
ومحدثاً ومبنيّاً 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. قد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لملفه المهني، مما جعله رصيلاً مرغوباً فيه لدى العديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات و توليد إجراءات ملموسة بناءً عليها.

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

أما بالنسبة إلى تعليمه، فقد حصل المدير التنفيذي على العديد من شهادات الماجستير والدراسات العليا في مراكز مرموقة مثل جامعة Berkeley، في الولايات المتحدة و جامعة Copenhagen، في الدنمارك. من خلال هذا التحديث المستمر، يكون الخبير قد حقق أحدث الكفاءات. على هذا النحو، فقد أصبح يُنظر إليه على أنه قائد مولود للاقتصاد العالمي الجديد، الذي يتمحور حول السعي وراء البيانات 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 وMachine Learning في UC Berkeley Colleg of Engineering
- ♦ MBA التنفيذي في التجارة الإلكترونية في جامعة Copenhagen
- ♦ الليسانس وماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة Copenhagen



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

المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



أ. Stevenson, Scott

- ♦ مدير التسويق الرقمي في Warner Bros. Discovery, Burbank, الولايات المتحدة
- ♦ مدير حركة المرور Warner Bros. ترفيه (Entertainment)
- ♦ ماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا
- ♦ إجازة في الإعلانات 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 Doctor Eric Nyquist هو خبير في مجال الرياضة العالمية، بنى مسيرة مهنية رائعة، وقد اشتهر بقيادته الاستراتيجية وقدرته على قيادة التغيير والابتكار في المؤسسات الرياضية بمستوى عالي.

في الواقع، لقد شغل مناصب رفيعة مثل مدير الإعلانات والتأثير في NASCAR، في Florida, Estados Unidos. مع سنوات عديدة من الخبرة، شغل الدكتور Nyquist أيضًا عددًا من المناصب القيادية، بما في ذلك نائب الرئيس الأول للتطوير الاستراتيجي والمدير 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. بصفته نائب الرئيس التنفيذي لامتيازات Chicago White Sox و Chicago Bulls فقد أثبت قدرته على قيادة الأعمال الناجحة و الاستراتيجية في عالم الرياضة الاحترافية.

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



أ. Eric Nyquist

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

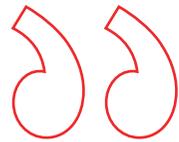


بفضل هذا المؤهل العلمي الجامعي 100% عبر الانترنت، ستتمكن من الجمع بين دراستك والتزاماتك اليومية، بمساعدة كبار الخبراء الدوليين في مجال اهتمامك. سجل الآن!

مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

تدرك TECH أن أخذ برنامج بهذه الخصائص ينطوي على استثمار مالي ومهني كبير وشخصي بالطبع. يجب أن يكون الهدف النهائي للقيام بهذا الجهد الكبير هو النمو مهنيًا. ولهذا السبب، تضع TECH جميع مواردها في متناول الطلاب، بحيث يتخصصون في قطاع يتزايد الطلب عليه، ويحققون فائدة لحياتهم المهنية دون الحاجة إلى بذل جهود كبيرة.

ستدير البنى التحتية في البيانات الضخمة (Big Data) وشهادات البحث والتطوير وتصميم الويب لمؤسستك بطريقة تصبح فيها ضرورية"



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

الـ MBA في إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer)، من TECH Global University، هو برنامج مكثف يعد المديرين لمواجهة التحديات التكنولوجية وقرارات الأعمال، على الصعيدين الوطني والدولي. هدفها الرئيسي هو تعزيز النمو الشخصي والمهني. المساعدة على تحقيق النجاح. إذا كنت ترغب في تحسين نفسك وتحقيق تغيير إيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل، فهذا هو مكانك.

في TECH، نحن ملتزمون بالتخصص الجيد، بحيث يحقق طلابنا نجاحًا مهنيًا. هذا البرنامج هو مثال على ذلك.

سيوفر لك هذا البرنامج الأدوات اللازمة لتطوير نفسك بشكل احترافي في إدارة تكنولوجيا المعلومات.

وقت التغيير

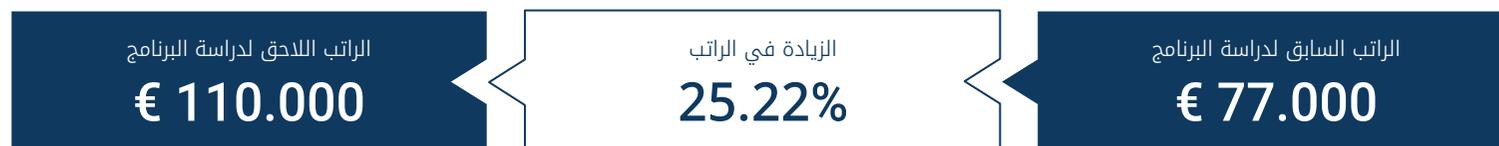


نوع التغيير



زيادة الرواتب

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 25%



المزايا لشركتك

الـ MBA في إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer) يساهم في رفع مواهب المنظمة إلى أقصى إمكاناتها، من خلال تخصص القادة رفيعي المستوى. لذلك، فإن المشاركة في هذا البرنامج الأكاديمي ستعني تحسناً ليس فقط على المستوى الشخصي ولكن قبل كل شيء، على المستوى المهني، وزيادة التدريب وتحسين المهارات الإدارية لدى الطالب. ولكن بالإضافة إلى ذلك، يعد دخول المجتمع التعليمي لـ TECHJ فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال التي يمكن من خلالها العثور على شركاء مهنيين أو عملاء أو موردين مستقبليين.



قدم لشركتك رؤية عالمية للقطاع،
وتحقيق فوائد قصيرة وطويلة الأجل"

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

رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

01

الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

02

وكلاء البناء للتغيير

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

03

زيادة إمكانيات التوسع الدولي

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

04

تطوير مشاريع شخصية

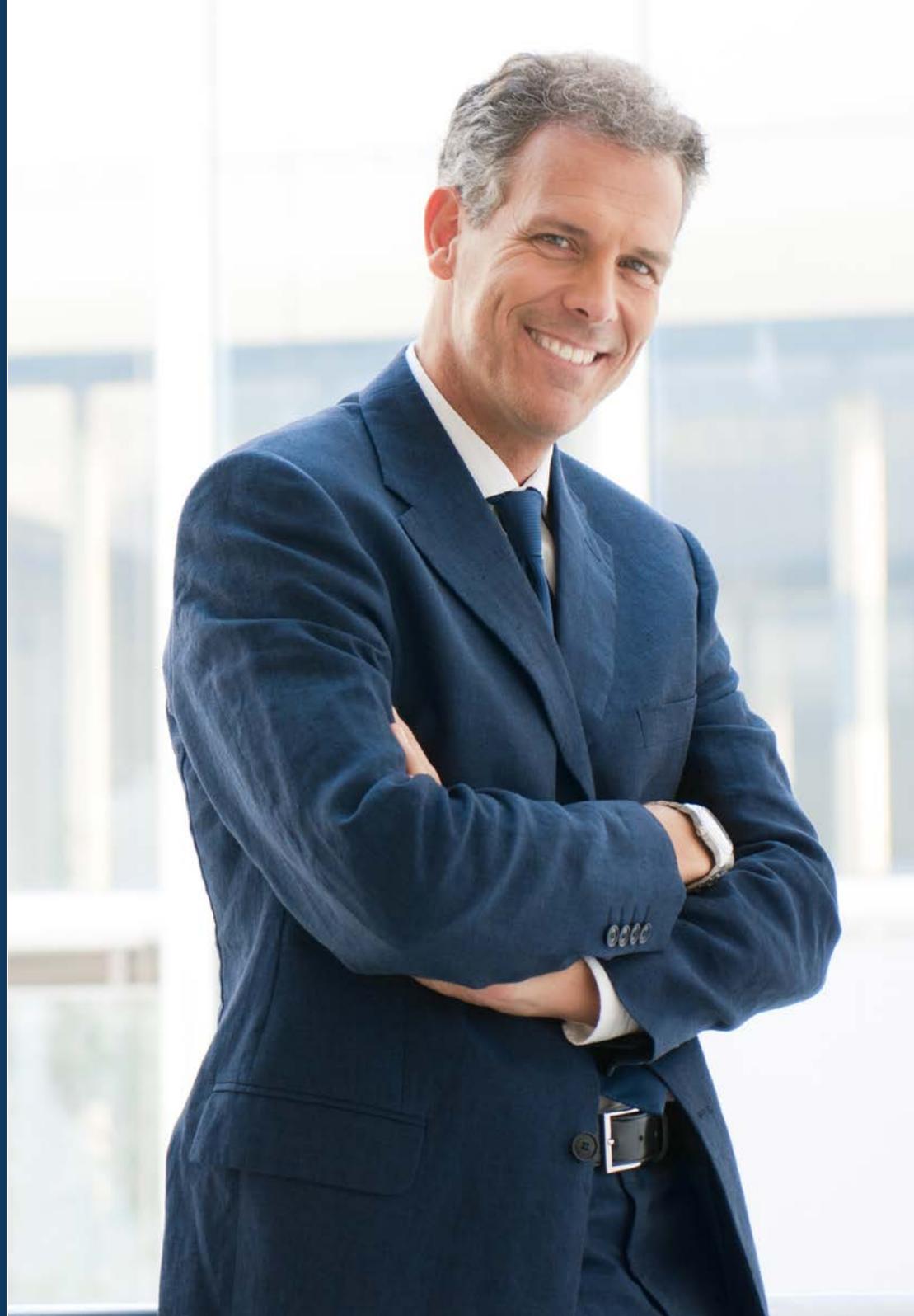
يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

تعزيز القدرة التنافسية

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

06



المؤهل العلمي

يضمن الـ MBA في إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer)، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وحداثة، الحصول على درجة الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.





اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على مؤهلك العلمي الجامعي دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"

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

المؤهل العلمي: **الماجستير التنفيذي في MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer)**

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 1500 ساعة

يحتوي هذا الماجستير التنفيذي في **MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer)** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدائثاً في السوق.

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

ماجستير خاص في MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات
(CTO, Chief Technical Officer)

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
المادة	الدرجة	نوع المادة	عدد الساعات
150	إداري	1*	القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة
150	إداري	1*	التوجيه الاستراتيجي والقيادة التنفيذية
150	إداري	1*	إدارة الموارد البشرية وإدارة المواهب
150	إداري	1*	إدارة العمليات والمالية
150	إداري	1*	إدارة الصناعات والتوسعات
150	إداري	1*	إدارة نظم المعلومات
150	إداري	1*	إدارة المبيعات والتسويق الاستراتيجي والتعلقات المؤسسية
150	إداري	1*	البنية السوق والتعلم والإدارة التجارية
150	إداري	1*	التفكير وإدارة المشاريع
150	إداري	1*	مدير إدارة

tech الجامعة التكنولوجية


أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوحة إلى
.....
المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم
لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج
ماجستير خاص
في
MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer)

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 ساعة، مع تاريخ بدء يوم /شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم /شهر/ سنة
تلك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018
في تاريخ 17 يونيو 2020


أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

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



ماجستير خاص MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات (CTO, Chief Technical Officer)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

ماجستير خاص
MBA إدارة تكنولوجيا المعلومات
(CTO, Chief Technical Officer)