

ماجستير خاص  
MBA إدارة الأعمال المتقدمة  
للمشاريع التكنولوجية  
(CTO، رئيس قسم التكنولوجيا)



الجامعة  
التكنولوجية **tech**

ماجستير خاص  
MBA إدارة الأعمال المتقدمة  
للمشاريع التكنولوجية  
(CTO, رئيس قسم التكنولوجيا)

« 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.techtute.com/ae/information-technology/professional-master-degree/master-mba-advanced-technology-project-management-cto-chief-technology-officer](http://www.techtute.com/ae/information-technology/professional-master-degree/master-mba-advanced-technology-project-management-cto-chief-technology-officer)

# الفهرس

01	المقدمة	صفحة 4
02	الأهداف	صفحة 8
03	الكفاءات	صفحة 16
04	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	صفحة 20
05	الهيكل والمحتوى	صفحة 40
06	المنهجية	صفحة 54
07	المؤهل العلمي	صفحة 62

# المقدمة

يشهد قطاع التكنولوجيا تطوراً مستمراً بوتيرة مذهلة، لذا فإن الشركات ملزمة بدمج قادة ذوي مهارات عالية في القوى العاملة لديها. يجب أن يتمتع مديرو المشاريع وفرق العمل هؤلاء بصفات متنوعة، من بينها إدارة وتحليل البيانات المعقدة؛ وتحسين العمليات والموارد أو التنسيق بين الموظفين الذين يسعون إلى رفاة الفرد وأداء الفريق. يهدف هذا البرنامج إلى إرشاد الطلاب في هذا الواقع المعقد، وتزويدهم بجميع الأدوات والمنهجيات الحديثة لمواجهة تحدي قيادة المشاريع التكنولوجية واسعة النطاق دون تعقيدات.

لقد وصل Jeff Bezos إلى الفضاء. هل يمكنك تخيل إلى أين يمكنك الذهاب بالمهارات المناسبة؟ سجّل الآن في برنامج MBA هذا وابدأ في بناء مستقبلك كقائد تكنولوجي“



يحتوي هذا الماجستير الخاص في ماجستير خاص MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا) على البرنامج الأكثر اكتمالاً وتحدياً في السوق أبرز خصائصها هي

- ♦ دراسة مكثفة لجميع مجالات الإدارة، من إدارة الموارد إلى إدارة رأس المال البشري
- ♦ محتوى مكثف عن أحدث المنهجيات التحليلية في السوق، وتعليم الطالب كيفية تطبيقها في تطوير المشاريع
- ♦ كمية كبيرة من المواد السمعية والبصرية والعملية، مما يجعل العمل الدراسي أخف وطأة على الدارس
- ♦ معلومات محدثة عن كيفية إدارة فرق العمل في قطاع التكنولوجيا اليوم
- ♦ اهتمام خاص بالإطار القانوني الذي يحكم المشاريع التكنولوجية ذات البيانات الشخصية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

في هذا القطاع الذي يتطلب فنيين على درجة عالية من الكفاءة والتخصص، يجب أن يكون القادة أكثر كفاءة ويمتلكون مجموعة واسعة من المهارات التي تمكنهم من إدارة ليس فقط العمل اليومي بل أيضاً المشاكل المحتملة أو التغييرات الجذرية التي قد يتعرض لها المشروع بسبب الطبيعة المتغيرة للتكنولوجيا.

بالتالي، يركز MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا) على أساليب مثل إدارة المشاريع الرشيقية وكيفية تطبيقها في مجال تطوير البرمجيات، وإدارة الأعمال حول الموارد المتاحة والأهمية الخاصة لتحليل البيانات عند اتخاذ القرارات التي يمكن أن تفيد المشروع بشكل كبير. إن التحليلات بالتحديد هي الأكثر أهمية، حيث سيتم تناول حاضر ومستقبل التحليلات بتطبيقاتها المتعددة في جميع مجالات العمل خلال التدريب.

سيكتسب الطالب مجموعة من المعارف الأساسية عندما يتعلق الأمر بإدارة فرق العمل متعددة التخصصات، مما يجعل سيرته الذاتية أكثر جاذبية للشركات الأكثر تطوراً في هذا القطاع. من خلال فهم كل ما ينطوي عليه إدارة مشروع تكنولوجي وتعقيده، لن يزيد الطلاب من معرفتهم فحسب، بل سيزيدون من فرصهم الوظيفية أيضاً.

بالإضافة إلى ذلك، فإن MBA يتميز بكونه متاحاً عبر الإنترنت 100%، مما يسهل عمل الطالب في الدراسة حيث أنه يلغي الالتزام بالحضور إلى مركز فعلي وما يستلزمه ذلك من جداول زمنية ثابتة. يمكن الوصول إلى جميع المواد التعليمية من أي جهاز متصل بالإنترنت، مما يتيح المرونة اللازمة لتكييف المواد الدراسية مع وتيرة الطالب والتزاماته الخاصة.



لا تُسند شركات التكنولوجيا أفضل مشاريعها إلا للقادة الأكثر قدرة. احصل على إمكانية الوصول إلى أكثر المشاريع طموحاً من خلال التخصص في إدارة مشاريع التكنولوجيا المتقدمة (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا)

Apple, Microsoft, Google... تنتظر الشركات الكبرى محترفين مثلك. أظهريهم بسيرة ذاتية كاملة تُظهر أنك على قدر المهمة.

توقع مشاكل المستقبل من خلال التحليلات وتعلم كيفية إعادة تشكيل مشروع تكنولوجي لتكييفه مع الاحتياجات المتغيرة للسوق.

”  
لن يفاجئك أي شيء بالمعرفة التي ستكتسبها في MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا)“

البرنامج يضم في أعضاء هيئة تدريسه محترفين يصونون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.  
سيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتدريب في حالات حقيقية.  
يركز تصميم هذا البرنامج على التعلّم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



# الأهداف

مع النمو المستمر للسوق التكنولوجي المتزايد والمتطلبات المتزايدة من الجمهور، اضطرت الشركات في هذا القطاع إلى البحث عن قادة متخصصين في العديد من مجالات الإدارة. في مواجهة هذا الواقع، طوّر معهد التكنولوجيا التطبيقية هذا البرنامج الذي يهدف تحديداً إلى إرشاد الطلاب في مجموعة متنوعة من المعارف اللازمة لتولي إدارة فعالة ومتفوقة على المديرين الآخرين غير المتخصصين.



كان Steve Jobs رجلاً سابقاً لعصره، ويتمتع بمهارات قيادية عظيمة حتى في أسوأ الأوقات. من قال أنه لا يمكنك أن تكون Steve Jobs التالي؟ سجل الآن وتعلم كل ما تحتاج معرفته لتكون قائداً عظيماً



## الأهداف العامة



- ♦ التخصص في Frameworks الرئيسية لتسيير وإدارة مشاريع تكنولوجيا المعلومات
- ♦ التعامل مع التقنيات الأكثر ملاءمة لإدارة الأفراد وفرق العمل، بهدف تفضيل رفاهيتهم وإنتاجية العمل
- ♦ العمل على التقنيات التحليلية المختلفة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية
- ♦ استخدام الأدوات الرئيسية الموجودة في السوق لرصد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPI) للتحكم في تنفيذ المشروع وتقديمه فيما يتعلق بالاستراتيجية الموضوعية
- ♦ تطوير أنظمة إدارة معلومات الأعمال الأكثر شيوعاً
- ♦ تطوير نظم إدارة معلومات الأعمال الأكثر شيوعاً
- ♦ تحديد أهمية إدارة الجودة في إدارة مشاريع البرمجيات وتعلم كيفية تطبيق المعايير اللازمة لإنشائها والتحكم بها
- ♦ معالجة المشاكل التي تنطوي عليها إدارة البيانات من حيث حماية البيانات وأمنها وتعلم كيفية تطبيق اللوائح الحالية والامتثال لها

## الأهداف المحددة



### الوحدة 1. الإدارة والتوجيه المرن للمشاريع التكنولوجية

- ♦ تطوير الخبرة في إدارة المشاريع ومنهجية أجايل (Agile) لإدارة المشاريع
- ♦ تحليل سياق المنهجيات المرنة لإدارة المشاريع
- ♦ إنشاء إطار عمل Framework لإدارة Agile للمشاريع Scrum
- ♦ تحليل إطار عمل Framework لإدارة Agile للمشاريع Kanban

### الوحدة 2. إدارة المتطلبات وتحليل العمليات في مشاريع تطوير البرمجيات

- ♦ تحليل "الأدوار" والوظائف المختلفة لمحلل نظم المعلومات الجديدة
- ♦ فحص طرق جمع البيانات المختلفة
- ♦ تطوير أمثلة مخطط تدفق البيانات وأمثلة مخطط الكيانات والعلاقات لقواعد البيانات
- ♦ تطوير نماذج الأعمال العملية

### الوحدة 3. إدارة الأعمال: تقنيات لإدارة الموارد والعملاء

- ♦ تحديد استراتيجية العمل
- ♦ تطوير نظام تقارير موحد لكل عملية من عمليات الشركة
- ♦ إقامة اتصالات مباشرة بين أقسام الشركة والعملاء
- ♦ تحديد أنظمة تحكم وإدارة سهلة، يمكن الوصول إليها في الوقت الفعلي



#### الوحدة 4. إدارة ومراقبة مشاريع تكنولوجيا المعلومات من خلال ذكاء الأعمال

- ♦ تطوير أو تطبيق البيانات في سياقات متنوعة
- ♦ حل المشاكل في سياقات معقدة وبمعلومات غير كاملة
- ♦ تحديد حالات تطبيق تحليلات الأعمال للمشاكل المتكررة أو المعروفة أو الجديدة ، في الشركات
- ♦ اقتراح وتوصيل وتطوير نماذج تحويل الأعمال أو الأعمال التي تبرر فوائدها وفرصها للمؤسسات

#### الوحدة 5. الرصد والمراقبة الاستراتيجية للمشاريع الحاسوبية

- ♦ تحديد مراحل دورة حياة البيانات: البيانات والمعلومات والمعارف والقيمة
- ♦ فحص مستويات التحليل المختلفة: التحليلات الوصفية والتوجيهية والتنبؤية
- ♦ تحليل الاختلافات بين مختلف نماذج تخزين المعلومات: Data Lake, Data Warehouse و Data Mart
- ♦ تقييم مزايا مجموعة من الحلول التكنولوجية المستخدمة في مجال الذكاء التجاري

#### الوحدة 6. التحليلات الرقمية لاتخاذ القرارات في المشاريع التكنولوجية

- ♦ تحديد معنى التحليلات الرقمية ومعرفة مبادئها
- ♦ إعداد بشكل صحيح أداة Google Analytic
- ♦ تقييم النتائج وتحسين استراتيجية التسويق
- ♦ تحسين عملية اتخاذ القرارات في الأعمال الرقمية باستخدام البيانات التي تم الحصول عليها

#### الوحدة 7. تحسين المشاريع المعلوماتية والأعمال من خلال التقنيات التحليلية

- ♦ تحليل حملة التسويق الرقمي بحيث تتماشى مع استراتيجية الأعمال العالمية
- ♦ تطبيق تقنيات القيادة المقترحة لتحسين نتائج المؤسسة
- ♦ توليد معرفة متخصصة حول التسويق الرقمي مع التركيز بشكل خاص على الحملات الرقمية
- ♦ تحديد الأنواع المختلفة لاستعدادات الحملة والتحكم فيها وتطبيقها للتخفيف من المخاطر في تنفيذ حملات التسويق الرقمي

### الوحدة 8. الجودة في إدارة وتنفيذ مشاريع البرمجيات

- ♦ مراقبة عملية تطوير البرامج والمنتج النهائي الذي تم تطويره
- ♦ التأكد من أن مشروع التطوير يطبق إجراءات الجودة ومعايير الجودة المعمول بها
- ♦ إخطار أصحاب المصلحة بإجراءات الجودة المنفذة
- ♦ تحديد أوجه القصور في المنتج أو العملية أو المعايير وتصحيحها

### الوحدة 9. الامتثال التنظيمي لأمن المعلومات في المشاريع التكنولوجية

- ♦ دراسة لألحة حماية البيانات
- ♦ وضع الأسس التي تضيء الشرعية على معالجة البيانات الشخصية
- ♦ تطوير تقنيات لضمان الامتثال للوائح حماية البيانات
- ♦ وضع أطر تنظيمية للسلامة والشهادات الرئيسية المتاحة المتعلقة بالسلامة

### الوحدة 10. إدارة الفرق في مشاريع الحاسبات

- ♦ تطوير المهارات الإدارية لتحقيق أقصى قدر من الأداء في شركة التكنولوجيا
- ♦ تحديد القيادة كنموذج مصاحب فيما يتعلق بالمنهجية السلطوية التقليدية
- ♦ اعتبار الذكاء الانفعالي أداة أساسية لتحسين نتائج الشركة
- ♦ تطوير استراتيجيات لحل النزاعات المواتية وتقنيات التفاوض



## الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- ♦ تحليل تأثير العولمة على حوكمة الشركات وإدارة الشركات
- ♦ تقييم أهمية القيادة الفعالة في إدارة ونجاح الشركات
- ♦ تحديد استراتيجيات الإدارة متعددة الثقافات وأهميتها في بيئات الأعمال المتنوعة
- ♦ تطوير المهارات القيادية وفهم التحديات الحالية التي تواجه القادة
- ♦ تحديد مبادئ وممارسات أخلاقيات العمل وتطبيقها في عملية اتخاذ القرارات المؤسسية
- ♦ هيكلة استراتيجيات تنفيذ وتحسين الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات

## الوحدة 12. قيادة لأفراد وإدارة المواهب

- ♦ تحديد العلاقة بين التوجه الاستراتيجي وإدارة الموارد البشرية
- ♦ تعميق المهارات اللازمة لإدارة الموارد البشرية الفعالة القائمة على الكفاءة
- ♦ تعميق منهجيات تقييم الأداء وإدارة الأداء
- ♦ دمج ابتكارات إدارة المواهب وأثرها على الاحتفاظ بالموظفين وولائهم
- ♦ تطوير استراتيجيات لتحفيز وتطوير فرق العمل عالية الأداء
- ♦ اقتراح حلول فعالة لإدارة التغيير وحل النزاعات في المؤسسات

## الوحدة 13. الإدارة الاقتصادية والمالية

- ♦ تحليل بيئة الاقتصاد الكلي وتأثيرها على النظام المالي الوطني والدولي
- ♦ تحديد نظم المعلومات وذكاء الأعمال لاتخاذ القرارات المالية
- ♦ التفريق بين القرارات المالية الرئيسية وإدارة المخاطر في الإدارة المالية
- ♦ تقييم استراتيجيات التخطيط المالي وزيادة تمويل الأعمال التجارية

### الوحدة 14. الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي

- ♦ هيكلية الإطار المفاهيمي وأهمية إدارة الأعمال في الشركات
- ♦ الخوض في العناصر والأنشطة الرئيسية للتسويق وتأثيرها على المؤسسة
- ♦ تحديد مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي
- ♦ تقييم استراتيجيات تحسين الإعلام المؤسسي وسمعة الرقمية للشركة

### الوحدة 15. الإدارة التنفيذية

- ♦ تحديد مفهوم الإدارة العامة وصلتها بإدارة الأعمال
- ♦ تقييم أدوار ومسؤوليات المدير في الثقافة المؤسسية
- ♦ تحليل أهمية إدارة العمليات وإدارة الجودة في سلسلة القيمة
- ♦ تطوير مهارات الإعلام بين الأشخاص ومهارات التحدث أمام الجمهور لتدريب المتحدثين الرسميين



توفر لك جامعة TECH كل المعرفة التي تحتاجها لتكون أفضل قائد تكنولوجي ممكن. اتخذ الخطوة وابدأ في بناء مستقبلك"



# الكفاءات

سيتمكن محترف تكنولوجيا المعلومات الذي يحصل على MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا) من تولي دور مدير المشروع بمنظور عالمي لجميع التحديات والتعقيدات التي يمكن أن تنشأ في هذه العملية. هذا يجعل من الطالب رصيماً قيماً في هذا المجال، مع مجموعة فريدة من الكفاءات والقدرة على التعامل مع أكثر المشاريع جدية وتطلباً.





برنامج MBA هذا هو التعليم الذي كنت تبحث عنه لتعزيز مسيرتك المهنية في مجال تكنولوجيا المعلومات. كن رائداً وسجل الآن

## الكفاءات العامة



- ♦ فهم جميع الجوانب التي تؤثر على إدارة فريق العمل التكنولوجي
- ♦ معرفة منهجية العمل التي يجب استخدامها في كل جزء من أجزاء تطوير المشروع، وتعظيم النتائج
- ♦ الاستخدام الذكي لجميع البيانات التي يتم توليدها وجمعها من قبل فريق العمل لاتخاذ القرارات بأقصى قدر ممكن من المعلومات
- ♦ التعامل مع أي نوع من المشاكل داخل فريق العمل، سواء كانت شخصية أو مهنية



## الكفاءات المحددة

- ♦ إنشاء التقارير وإجراء التغييرات اللازمة لتحقيق الأهداف المحددة
- ♦ فحص دورة حياة العميل والإجراءات اللازمة لتنفيذها في كل مرحلة
- ♦ تحليل النتائج المتوقعة للمنتجات وفقاً للمواصفات المحددة
- ♦ مراجعة وتدقيق منتج تطوير البرمجيات الجديد والأنشطة المتعلقة به طوال دورة التطوير
- ♦ تحديد التدابير الأمنية الرئيسية التي يجب أخذها في الاعتبار أثناء تطوير المشروع
- ♦ تكييف المؤسسة التكنولوجية مع مجتمع التغيير

- ♦ تطوير منهجية معهد إدارة المشاريع لإدارة المشاريع
- ♦ تحليل منهجية Agile لإدارة المشاريع
- ♦ تطوير عناصر وعمليات Scrumg Framework ومنهجية Kanban
- ♦ دمج تحليل العملية والمتطلبات ضمن منهجيات إدارة المشروع
- ♦ وضع أفضل الممارسات في إدارة البيانات التي تضمن سلامة نظم المعلومات المصممة
- ♦ دراسة مراحل دورة حياة البيانات وعلاقتها باستراتيجية إدارة المشروع والجودة
- ♦ تحديد وتصميم نظم Enterprise Eesource Elanning و Customer Relationship Management بشكل جيد للشركة
- ♦ إدارة نظم Customer Relationship Management و Enterprise Resource Planning بنجاح من خلال مهارات محددة في تخطيط الموارد المؤسسية وإدارة علاقات العملاء
- ♦ فحص مراقبة ومراقبة المشاريع والعمليات
- ♦ استراتيجيات التحكم في التصميم
- ♦ اقتراح حلول متقدمة للمشاكل التي قد تنشأ في الشركات، ودمج التقنيات والأساليب المدروسة
- ♦ تحديد المراحل التي تتكون منها دورة حياة البيانات
- ♦ تطوير الاتجاهات التكنولوجية للتحكم في المشاريع والعمليات ومراقبتها
- ♦ تحليل موقع ويب أو نظام أساسي رقمي وتحسين الطريقة التي يتفاعل بها المستخدم مع وظائفه المختلفة



لن تكون هناك شركة لا ترغب في توظيف شخص يتمتع بجميع المهارات التي ستكتسبها في MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا).

# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

من أجل تدريس طلابها بأفضل طريقة ممكنة، تسعى TECH جاهدةً لإيجاد أكثر المهنيين والخبراء المؤهلين في كل مجال لتدريس وإدارة شهاداتهم. ولهذا السبب، فإن هذا الماجستير الخاص يحتوي على طاقم تدريس مؤهل تأهيلاً عالياً في مجال الإدارة التكنولوجية، ويتمتع بخبرة واسعة في قيادة فرق العمل في العديد من المواقع. هذا يضمن حصول الطلاب على مواد تدريبية عالية الجودة، ومواكبة للمتطلبات والواقع الجديد في قطاع التكنولوجيا.

قم بالوصول إلى قمة أفضل شركات  
التكنولوجيا بدعم من فريق من المحترفين  
الذين سيساعدونك على طول الطريق“



## المدير الدولي المستضاف



بـخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق عالمية لاستقطاب المواهب، Jennifer Dove هي خبيرة في التوظيف و استراتيجـية التكنولوجيا. وقد شغلت طوال حياتها المهنية مناصب عليا في العديد من المؤسسات التكنولوجية في العديد من الشركات المدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك Comcast و NBCUniversal. وقد مكّنها سجلها 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 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 اجازة في التواصل 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 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 شركة Vault
- خريجة في الإعلام المؤسسي من جامعة Miami



تضم جامعة TECH مجموعة متميزة ومتخصصة من المديرين الدوليين المستضافيين الذين يشغلون مناصب قيادية مهمة في أكثر الشركات تطوراً في السوق العالمية"

## 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 ازالة 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. Romi Arman

- ♦ 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 فرق 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 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. 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، والإعلانات 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 للمرافة 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 وإمكانياتها 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 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. 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

### د. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ الرئيس التنفيذي ومدير التكنولوجيا في Prometeus Global Solutions
- ♦ مدير قسم التكنولوجيا في تقنيات الشركات في Korporate Technologies
- ♦ مدير التكنولوجيا في AI Shepherds GmbH
- ♦ دكتور في هندسة الحاسوب من جامعة CastillaLa Mancha
- ♦ دكتور في الاقتصاد والأعمال والتمويل من جامعة Camilo José Cela. جائزة الامتياز في الدكتوراه
- ♦ دكتور في علم النفس من جامعة CastillaLa Mancha
- ♦ ماجستير في تقنيات الكمبيوتر المتقدمة من جامعة CastillaLa Mancha
- ♦ MBA+E (ماجستير في إدارة الأعمال والهندسة التنظيمية) من جامعة Castilla la Mancha
- ♦ أستاذ مشارك، حاصل على درجة الماجستير في هندسة الحاسوب، من جامعة Castilla la Mancha
- ♦ أستاذ الماجستير في علوم البيانات الضخمة والبيانات في جامعة Valencia الدولية
- ♦ أستاذ ماجستير في الصناعة 4.0 وماجستير في التصميم الصناعي وتطوير المنتجات
- ♦ عضو فريق أبحاث SMILe التابع لجامعة Castilla la Mancha



## الأساتذة

### د. Gómez Esteban, Enrique

- ♦ خبير تكنولوجيا المعلومات ومسؤول إدارة قواعد بيانات أوراكل DBA في منظمة حلف شمال الأطلسي، و Alten، و ViewNext، و Everis، ومجموعة Psa (بيجو)
- ♦ مدير مشروعات في Telefónica
- ♦ رئيس الأمن في المصنع الوطني لطباعة الأموال والطوابع FNMT
- ♦ مستشار تقني في IBM Aspera و IBM Sterling
- ♦ مهندس برمجيات في شركة NCR
- ♦ الخبرة في مجال تكنولوجيا المعلومات في المجالات التجارية والمدنية والجنائية وخارج نطاق القضاء في مجتمع مدريد
- ♦ مهندس حاسبات من جامعة البوليتكنيك بمدريد
- ♦ ماجستير دراسات عليا في أمن الحاسوب والاتصالات من جامعة البوليتكنيك بمدريد

#### أ. García La O, Marta

- ♦ الإدارة والشؤون الإدارية وإدارة الحسابات في فكر التخطيط والتطوير
- ♦ التنظيم والإشراف والدروس لدورات تدريبية لكبار المديرين في فكر التخطيط والتطوير
- ♦ محاسبة إدارية في تاباكوس سانتياغو وزاريش ستان رولر
- ♦ أخصائي تسويق في Versas Consultores
- ♦ دبلوم في علوم الأعمال من جامعة مورسيا
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال والتسويق من كلية إدارة الأعمال Fundesem

#### أ. Palomino Dávila, Cristina

- ♦ مستشارة ومدققة أولى في مجال الحوكمة والمخاطر والامتثال في شركة Oesía Networks
- ♦ المديرية الفرعية للتدقيق - الأمانة العامة بشركة النقل والإمداد الهيدروكربونات CLH
- ♦ مستشارة ومدققة أولى في مجال حماية البيانات الشخصية وخدمات مجتمع المعلومات في شركة Helas Consultores
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة كاستيلا لامانشا
- ♦ ماجستير في الاستشارات القانونية للأعمال من معهد إمبريسا
- ♦ دورة عليا في إدارة الأمن الرقمي وإدارة الأزمات من قبل الجامعة الكالا والتحالف الإسباني للأمن والأزمات (AESYC)

#### أ. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ مديرة مشروع في مجال إدماج الحسابات الكبيرة في البريد والتلغراف
- ♦ تقنية كمبيوتر - مسؤولة عن فصول الكمبيوتر OTEC في جامعة Alcalá
- ♦ تقنية في منتجات الأمن الإلكتروني في Securitas Seguridad España
- ♦ رئيسة قسم التحول الرقمي ومحللة ذكاء الأعمال في شركة Ricopia Technologies
- ♦ مدرسة كمبيوتر في جمعية ASALUMA
- ♦ إجازة في هندسة الاتصالات الإلكترونية في جامعة Alcalá

#### د. Fondón Alcalde, Rubén

- ♦ محفل أعمال في إدارة قيمة العملاء في فودافون إسبانيا
- ♦ رئيس تكامل الخدمات في Entelgy for Telefónica Global Solutions
- ♦ مدير الحساب عبر الإنترنت لخوادم Clone في EDM Electronics
- ♦ محفل أعمال لجنوب أوروبا في مؤسسة فودافون العالمية
- ♦ مهندس اتصالات من الجامعة الأوروبية بمدريد
- ♦ ماجستير في البيانات الضخمة والتحليلات من جامعة فالنسيا الدولية

#### أ. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ إدارة المشاريع والمدير الفني في Indra Sistemas
- ♦ رئيس مركز مراقبة وإدارة المرور التابع للمديرية العامة للمرور بمدريد
- ♦ مهندس النظم في ENA Traffic
- ♦ شهادة في الإلكترونيات الصناعية وهندسة الأتمتة من جامعة مدريد الأوروبية
- ♦ مهندس تقني صناعي في الكهرباء من جامعة البوليتكنيك بمدريد
- ♦ ماجستير في الصناعة 4.0 . من جامعة لاريوخا الدولية

#### د. García Niño, Pedro

- ♦ أخصائي تحديد موضع الويب و SEO/Google
- ♦ أخصائي SEO على الصفحة/خارج الصفحة
- ♦ متخصص معتمد رسميًا في إعلانات (SEM / PPC) (Google)
- ♦ متخصصة في تحليلات جوجل / تحليلات التسويق الرقمي وقياس النتائج
- ♦ متخصص في التسويق الرقمي و RRSS
- ♦ مدير مبيعات خدمات تكنولوجيا المعلومات
- ♦ فني معدات كمبيوتر أخصائي أجهزة/برمجيات الحاسوب

# الهيكل والمحتوى

يتضمن المنهج الدراسي لـ MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا) جميع المعارف والمنهجيات اللازمة للطلاب لمواجهة أي نوع من مشاريع تطوير التكنولوجيا. بالإضافة إلى ذلك، فإن المحتوى مكتوب بطريقة واضحة ودقيقة ومدعوم بالعديد من الأمثلة العملية لتسهيل القراءة والتعلم. هو منظم في 10 وحدات مقسمة بدورها إلى 10 مواضيع. كل موضوع من هذه الموضوعات محددة ومنظمة بشكل جيد، مما يساعد الطالب على الرجوع إلى أي نوع من الشكوك بسرعة.

من إعداد أفضل الخبراء الذين تمكنت جامعة TECH من جمعهم معًا،  
ستجد جميع المفاتيح لتصبح قائدًا ناجحًا في برنامج الـ MBA في إدارة  
الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا)



## الوحدة 1. الإدارة والتوجيه المرين للمشاريع التكنولوجية

- 1.1. إدارة مشروع
  - 1.1.1. التوجيه وإدارة المشاريع
  - 2.1.1. مراحل المشروع
  - 2.1. إدارة المشاريع حسب معهد إدارة المشاريع Project Management Institute
    - 1.2.1. PMI و PMBOK
    - 2.2.1. المشروع والبرنامج وحفاظة المشاريع
    - 3.2.1. تطور وأصول عمليات المؤسسات التي تعمل مع المشاريع
  - 3.1. إدارة العمليات حسب معهد إدارة المشاريع
    - 1.3.1. مجموعات العمليات ومجالات المعرفة
    - 2.3.1. مصفوفة العملية
  - 4.1. منهجيات Agile لإدارة المشاريع
    - 1.4.1. الدافع لتطبيقه
    - 2.4.1. قيم Agile ومبادئ بيانها
    - 3.4.1. سيناريوهات التطبيق
  - 5.1. سكروم لإدارة Agile للمشاريع: وصف إطار العمل Framework
    - 1.5.1. Framework لإدارة Agile
    - 2.5.1. ركائز وقيم Scrum
  - 6.1. سكروم لإدارة Agile للمشاريع: تطبيق النموذج
    - 1.6.1. تطبيق إطار العمل Framework
    - 2.6.1. الأشخاص والأدوار والمسؤوليات في Scrum
    - 3.6.1. Sprint Planning و Sprint Review و Sprint Retrospective و Sprint Refinement
  - 7.1. Scrum لإدارة المشاريع بطريقة Agile
    - 1.7.1. Product Backlog و Sprint Backlog والزيادة
    - 2.7.1. الاتفاقيات في فريق Scrum
    - 3.7.1. تقييم الأداء
  - 8.1. Kanban لإدارة Agile للمشاريع
    - 1.8.1. النموذج
    - 2.8.1. طريقة Kanban وعناصرها وفوائدها
    - 3.8.1. سيناريوهات الاستخدام النموذجية

- 9.1. Kanban لإدارة Agile للمشاريع: تطبيق النموذج
  - 1.9.1. Fundame
  - 2.9.1. التطبيق
  - 3.9.1. تقييم الأداء
- 10.1. اختيار نموذج لإدارة المشاريع
  - 1.10.1. معايير اختيار نوع نموذج الإدارة
  - 2.10.1. الطرق التقليدية مقابل طرق eliA
  - 3.10.1. الاستنتاجات

## الوحدة 2. إدارة المتطلبات وتحليل العمليات في مشاريع تطوير البرمجيات

- 1.2. تحليل الأنظمة
  - 1.1.2. وظائف محال النظم
  - 2.1.2. دورة تطوير البرمجيات: SDLC, OO, AGILE
  - 3.1.2. SDLC و OO و Agile
- 2.2. أهمية تحليل وتصميم النظم
  - 1.2.2. نظم المعلومات
  - 2.2.2. تكامل تكنولوجيا المعلومات: الأجهزة HW Software
  - 3.2.2. اختيار المنهجية
- 3.2. دورة حياة تطوير البرمجيات
  - 1.3.2. الحملات وأنواعها
  - 2.3.2. الخلاص والتشغيل
  - 3.3.2. أنواع الاستراتيجيات
  - 4.3.2. خطة التسويق الرقمي
- 4.2. نموذج وتصميم النظم، الدمج
  - 1.4.2. التبعيات مع نظم التشغيل الأخرى في المنظمة
  - 2.4.2. التكامل مع منهجيات إدارة المشاريع مثل PMBOOK
  - 3.4.2. التكامل مع منهجيات مرنة
- 5.2. اتخاذ المتطلبات
  - 1.5.2. الأساليب التفاعلية: المقابلات وتطوير التطبيقات المشتركة والاستبيانات.
  - 2.5.2. طرق غير تفاعلية: الملاحظة ومراجعة الوثائق
  - 3.5.2. أساليب أخذ العينات: أخذ العينات

4.3	Management Customer Relationship Management
1.4.3	مساهمة Customer Relationship Management في الشركة
2.4.3	تصميم نظام المعلومات
3.4.3	Management Customer Relationship Management لعمليات التحسين
5.3	Management Customer Relationship Management لتصميمات المشاريع
1.5.3	الوضع الحالي للبيئة
2.5.3	البيع أو الولاء
3.5.3	ربحية ولاء العملاء
6.3	Management Customer Relationship Management. العمل مع المعلومات
1.6.3	التسويق وإدارة المشاريع
2.6.3	عوامل النجاح
3.6.3	الاستراتيجيات
7.3	Management Customer Relationship Management. اداة التواصل
1.7.3	التواصل
2.7.3	المعلومة
3.7.3	الاستماع الفعال
4.7.3	استراتيجيات الاستثمار في نظم المعلومات
8.3	Management Customer Relationship Management. استعادة العملاء غير الراضين
1.8.3	الكشف عن الخطأ في الوقت المناسب
2.8.3	تصحيح وتصحيح الأخطاء
3.8.3	استعادة العملاء وتصميم عمليات التحسين المستمر
9.3	مشاريع تكنولوجيا المعلومات
1.9.3	الأهداف
2.9.3	Management Customer Relationship Management و Enterprise Resource Planning لجذب العملاء
3.9.3	تصميم مشروعات
4.9.3	تقييم وتسجيل النتائج
10.3	تطوير مشروع تكنولوجيا المعلومات
1.10.3	أخطاء متكررة
2.10.3	المنهجية
3.10.3	التقسيم والعمليات
4.10.3	التدريب في مجال
5.10.3	تصميم الإجراءات المطبقة على Management Customer Relationship Management و Enterprise Resource Planning

6.2	تحليل العمليات تدفق البيانات
1.6.2	تطوير DFD بعدة مستويات
2.6.2	أنواع تدفق البيانات: المادية والمنطقية، بناءً على الأحداث
3.6.2	تقسيم تدفق البيانات
7.2	تحليل العمليات قاموس البيانات
1.7.2	إنشاء قاموس البيانات على أساس تدفق البيانات السابقة
2.7.2	مصطلحات قاموس البيانات
3.7.2	إنشاء لغة ترميز قابلة للتوسيع (XML) لتبادل البيانات مع الأنظمة الأخرى
8.2	تحليل العمليات مواصفات العمليات
1.8.2	القرارات المهيكلة وشبه المهيكلة
2.8.2	If-The-Else
3.8.2	جداول وأشجار القرار
9.2	أهمية التصميم
1.9.2	تصميم المخرجات
2.9.2	تصميم المدخلات
3.9.2	التحقق من صحة التصميم
10.2	تصميم قاعدة البيانات
1.10.2	تطبيق البيانات
2.10.2	مخططات الكيان-العلاقة: علاقات واحد إلى كثير وعلاقات كثير إلى كثير
3.10.2	عدم إضفاء الطابع الطبيعي

### الوحدة 3. إدارة الأعمال: تقنيات إدارة الموارد والعملاء

1.3	نظم تخزين وإدارة المعلومات في المؤسسة
1.1.3	تخطيط موارد المشاريع
2.1.3	إدارة علاقات العملاء
3.1.3	Enterprise Resource Planning مقابل Management Customer Relationship Management
4.1.3	Enterprise Resource Planning و Management Customer Relationship Management في مجال الأعمال
2.3	تخطيط موارد المشاريع Enterprise Resource Planning
1.2.3	مساهمة Enterprise Resource Planning في الشركة
2.2.3	التنفيذ والإدارة
3.2.3	يوماً بعد يوم لتخطيط موارد المؤسسة Enterprise Resource Planning
3.3	Enterprise Resource Planning وإدارتها
1.3.3	وحدات ERO
2.3.3	أنواع أنظمة Enterprise Resource Planning
3.3.3	أدوات في السوق

## الوحدة 4. إدارة ومراقبة مشاريع تكنولوجيا المعلومات من خلال ذكاء الأعمال

- 7.4. استهلاك المعلومات التجارية
  - 1.7.4. لوحة القيادة
  - 2.7.4. تصميم واستخراج مؤشرات الأداء الرئيسية
  - 3.7.4. المعلومات الجغرافية
- 8.4. الأمن والحكم
  - 1.8.4. الأمان
  - 2.8.4. الحكم
- 9.4. تطبيقات حقيقية لمشاريع تكنولوجيا المعلومات
  - 1.9.4. من التجميع إلى المعالجة
  - 2.9.4. من التحليل إلى التصور
- 10.4. ادارة مشروع
  - 1.10.4. المشروع
  - 2.10.4. أخذ المتطلبات والأهداف
  - 3.10.4. التكليف والتنفيذ

## الوحدة 5. الرصد والمراقبة الاستراتيجية للمشاريع الحاسوبية

- 1.5. البيانات والمعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات وإدارة المشاريع
  - 1.1.5. ذكاء الأعمال
  - 2.1.5. تطور مفهوم ذكاء الأعمال
    - 3.1.5. دورة حياة البيانات
- 2.5. تقنيات تحليل المعلومات
  - 1.2.5. التحليل الوصفي
  - 2.2.5. التحليل الإرشادي
  - 3.2.5. تحليلات تنبؤية
  - 4.2.5. تحليل الانماط والتوصية
  - 5.2.5. مساهمات التحليل في المشاريع المعلوماتية
- 3.5. أنواع البيانات
  - 1.3.5. البيانات الهيكلية
  - 2.3.5. بيانات شبه منظمة
  - 3.3.5. البيانات غير المهيكلة

- 1.4. ذكاء الأعمال
  - 1.1.4. ذكاء الأعمال
  - 2.1.4. إدارة البيانات
  - 3.1.4. دورة حياة البيانات
  - 4.1.4. البنيات
  - 5.1.4. التطبيقات
- 2.4. إدارة مشاريع تكنولوجيا المعلومات باستخدام التقنيات التحليلية
  - 1.2.4. اختيار ذكاء الأعمال
  - 2.2.4. مزايا ذكاء الأعمال للمشاريع
  - 3.2.4. أمثلة وتطبيقات
- 3.4. التجميع والتخزين
  - 1.3.4. نماذج الأعمال ونماذج البيانات
  - 2.3.4. أنواع التخزين
  - 3.3.4. تخزين big data في السحابة
- 4.4. المعالجة الضخمة للبيانات والمعلومات
  - 1.4.4. أنواع معالجة البيانات
  - 2.4.4. تقنيات لتبسيط المعالجة الجماعية
  - 3.4.4. المعالجة السحابية
- 5.4. التقنيات التحليلية
  - 1.5.4. التقنيات التحليلية
  - 2.5.4. التحليل التنبؤي
  - 3.5.4. تحليل الأنماط والتوصية
  - 4.5.4. التعلم الآلي القابل للتطوير
  - 6.4. التصور لاتخاذ القرار
    - 1.6.4. تصور البيانات وتحليلها
    - 2.6.4. الأدوات
    - 3.6.4. التصور لتحليل البيانات
    - 4.6.4. تصميم التقرير

- 4.5. التخزين والإدارة
  - 1.4.5 Data Mart و Data Lake, Data Warehouse
  - 2.4.5 مراحل إدارة البيانات: الاستخراج والتحويل والتحميل
  - 3.4.5 نموذج ETL و ELT
- 5.5 إدارة البيانات لتنفيذ المشروع
  - 1.5.5 استخدام البيانات في تصميم المشروع
  - 2.5.5 صناعة القرار
  - 3.5.5 مساهمات
- 6.5 حلول ذكاء الأعمال: Power BI
  - 1.6.5 المنظومة البيئية
  - 2.6.5 نقاط القوة والضعف المحتملة
- 7.5 حلول ذكاء الأعمال: Tableau
  - 1.7.5 المنظومة
  - 2.7.5 نقاط القوة والضعف
- 8.5 حلول ذكاء الأعمال: Qlik
  - 1.8.5 المنظومة
  - 2.8.5 نقاط القوة والضعف المحتملة
- 9.5 حلول ذكاء الأعمال: Prometheus
  - 1.9.5 المنظومة البيئية
  - 2.9.5 نقاط القوة والضعف المحتملة
- 10.5 مستقبل ذكاء الأعمال
  - 1.10.5 التطبيقات السحابية
  - 2.10.5 ذكاء الأعمال للاستهلاك الذاتي
  - 3.10.5 التكامل مع علم البيانات. توليد القيمة



## الوحدة 6. التحليلات الرقمية لاتخاذ القرارات في المشاريع التكنولوجية

- 1.6 التحليلات الرقمية
  - 1.1.6 التحليلات الرقمية
  - 2.1.6 طريقة عمل
  - 2.6 Google Analytics أدوات التحليل
  - 1.2.6 Google Analytics
  - 2.2.6 القياس الكمي والتأهيل: المقاييس والأبعاد
  - 3.2.6 أهداف التحليل
  - 3.6 المقاييس
    - 1.3.6 المقاييس الأساسية
    - 2.3.6 KPI (مؤشرات الأداء الرئيسية) أو المقاييس المتقدمة
    - 3.3.6 الهدف: التحويل
    - 4.6 الأبعاد
      - 1.4.6 الحملة / Keyword
      - 2.4.6 المصدر / الوسيط
      - 3.4.6 محتوى
      - 5.6 Google Analytics
        - 1.5.6 تثبيت الأداة وإعدادها
        - 2.5.6 الإصدارات الموجودة حاليًا: GA / 4UA
        - 3.5.6 أهداف التحويل مسارات التحويل
        - 6.6 هيكل Google Analytics: مجالات العمل
          - 1.6.6 حسابات
          - 2.6.6 الخصائص
          - 3.6.6 المشاهدات
          - 7.6 معلومات Google Analytics
            - 1.7.6 في الوقت الحقيقي
            - 2.7.6 الجمهور
            - 3.7.6 اكتساب
            - 4.7.6 السلوك
            - 5.7.6 التحويلات

- 8.6 التقارير المتقدمة Google Analytics
  - 1.8.6 تقارير مخصصة
  - 2.8.6 الأنواع
  - 3.8.6 واجهة برمجة التطبيقات
  - 9.6 المرشحات
    - 1.9.6 التصفية والتقسيم، قابلية الاستخدام
    - 2.9.6 شرائح محددة مسبقًا وشرائح مخصصة
    - 3.9.6 قوائم تجديد النشاط التسويقي
    - 10.6 خطة التحليلات الرقمية
      - 1.10.6 وساطة
      - 2.10.6 التنفيذ في البيئة التكنولوجية
      - 3.10.6 الاستنتاجات

## الوحدة 7. تحسين مشاريع وأعمال تكنولوجيا المعلومات من خلال التقنيات التحليلية

- 1.7 تحليلات البيانات في الشركات
  - 1.1.7 تحليلات البيانات في الشركات
    - 2.1.7 القيمة
    - 3.1.7 إدارة المشاريع القائمة على القيمة
  - 2.7 التسويق الرقمي
    - 1.2.7 التسويق الرقمي
    - 2.2.7 فوائد التسويق الرقمي
    - 3.7 التسويق الرقمي تحضير
      - 1.3.7 الحملة الانتخابية
      - 2.3.7 التنفيذ والقياس
      - 3.3.7 متغيرات الإستراتيجية الرقمية
      - 4.3.7 التخطيط
      - 4.7 التسويق الرقمي التنفيذ
        - 1.4.7 التطبيقات
        - 2.4.7 الاندماج في بيئات الويب
        - 5.7 دورة الحياة
        - 1.5.7 Customer Journey مقابل. الحملة الانتخابية
        - 2.5.7 وساطة

- 3.8. جودة البيانات من خلال التحقق من صحة الإدخال
  - 1.3.8. التقاط البيانات بكفاءة
  - 2.3.8. طرق إدخال البيانات "Data-Entry": التعرف الضوئي على الحروف و Keyboard والتعرف بالإشارات الراديوية، وما إلى ذلك.
  - 3.3.8. اختبار وتجارب التحقق من صحة البيانات
- 4.8. إدارة الجودة الشاملة: Six Sigma
  - 1.4.8. TQM
  - 2.4.8. Six Sigma: المنهجية والثقافة
  - 3.4.8. تصميم الأنظمة "Top Down" والبرمجة المعيارية
  - 4.4.8. توثيق طريقة التوثيق Folklore
- 5.8. الاختبار والصيانة والتدقيق
  - 1.5.8. عمليات الاختبار
  - 2.5.8. استخدام بيانات الاختبار
  - 3.5.8. التدقيق والمراجعين الخارجيين
- 6.8. جودة المنتجات المنفذة في الشبكات
  - 1.6.8. تكنولوجيا "Client-Server"
  - 2.6.8. تكنولوجيا "Cloud Computing"
- 7.8. تدريب المستخدمين
  - 1.7.8. إستراتيجيات تدريب المستخدمين
  - 2.7.8. إرشادات التدريب
- 8.8. استراتيجيات التحويل والتحويل إلى أنظمة جديدة
  - 1.8.8. استراتيجيات الهجرة: متوازي وتدرجي
  - 2.8.8. خطة الهجرة والتحويل
  - 3.8.8. إدارة أصحاب البيانات
- 9.8. الأمان
  - 1.9.8. الأمان المادي والمنطقي: إتلاف الوثائق
  - 2.9.8. التجارة الإلكترونية
  - 3.9.8. خطة "Disaster-Recovery"
- 10.8. التقييم
  - 1.10.8. تقنيات تقييم الجودة
  - 2.10.8. التقييم في بيئات الويب

- 6.7. إدارة البيانات
  - 1.6.7. مستودع البيانات و Datalab
  - 2.6.7. تطبيقات لتوليد قواعد الحملة
  - 3.6.7. خيارات القيادة
- 7.7. استثناءات الحملة
  - 1.7.7. الأنواع
  - 2.7.7. Robinson و GDPR
  - 3.7.7. إخفاء هوية البيانات
- 8.7. لوحات القيادة
  - 1.8.7. الجمهور
  - 2.8.7. سرد القصص Story-Telling
  - 3.8.7. التطبيقات
- 9.7. استنتاجات القيمة في تحليل البيانات
  - 1.9.7. نظرة عامة على العميل
  - 2.9.7. استراتيجية التحليل وأنواعها
  - 3.9.7. التطبيقات
- 10.7. التطبيق في سيناريوهات الأعمال
  - 1.10.7. Clustering المحفظة
  - 2.10.7. نماذج المخاطر التنبؤية
  - 3.10.7. توصيف عملاء المحفظة
  - 4.10.7. معالجة الصور
  - 5.10.7. نماذج العرض المقترح

## الوحدة 8. الجودة في إدارة وتنفيذ مشاريع البرمجيات

- 1.8. جودة البرمجيات
  - 1.1.8. المنهجيات واللوائح
  - 2.1.8. تقارير جودة البرمجيات: تقرير Standish Group.Chaos
  - 3.1.8. شهادات جودة البرمجيات: ISO, AENOR
- 2.8. الترميز الآمن
  - 1.2.8. الترميز: أسباب وأنواع الرموز
  - 2.2.8. قواعد الترميز

## الوحدة 9. الامتثال التنظيمي لأمن المعلومات في مشاريع التكنولوجيا

- 1.9. لوائح حماية البيانات
    - 1.1.9. الإطار التنظيمي
    - 2.1.9. الأشخاص الملامون بالامتثال للوائح التنظيمية
    - 1.2.1.9. مراقبو البيانات، المراقبون المشاركون والمعالجون
    - 3.1.9. شخصية مندوب حماية البيانات
  - 2.9. معالجة البيانات الشخصية
    - 1.2.9. الشفعية والولاء والشفافية
    - 2.2.9. تحديد الغرض
    - 3.2.9. التقليل من البيانات والدقة والحد من فترة الاحتفاظ
    - 4.2.9. النزاهة والسرية
    - 5.2.9. المسؤولية الاستباقية
  - 3.9. حماية البيانات حسب التصميم وبشكل تلقائي
    - 1.3.9. تجهيل البيانات باسم مستعار
    - 2.3.9. تقليل البيانات
    - 3.3.9. تدابير تنظيمية تتماشى مع الغرض من المعالجة
  - 4.9. أسس الشرعية أو الشرعية ومؤهلات المعالجة. اتصال البيانات
    - 1.4.9. موافقة
    - 2.4.9. العلاقة التعاقدية أو التدابير السابقة للتعاقد
    - 3.4.9. الوفاء بالتزام قانوني
    - 4.4.9. حماية المصالح الحيوية لصاحب البيانات أو أي شخص آخر
    - 5.4.9. المصلحة العامة أو ممارسة السلطات العامة
    - 6.4.9. المصلحة المشروعة، ترجيح المصالح
  - 5.9. حقوق الأفراد
    - 1.5.9. الشفافية والمعلومات
    - 2.5.9. الدخول
    - 3.5.9. التصحيح والحذف (الحق في النسيان) والتحديد وإمكانية النقل
    - 4.5.9. المعارضة والقرارات الفردية الآلية
    - 5.5.9. القيود المفروضة على الحقوق
- 6.9. تحليل وإدارة مخاطر معالجة البيانات الشخصية
    - 1.6.9. تحديد المخاطر والتهديدات لحقوق الأشخاص الطبيعيين
    - 2.6.9. تقييم المخاطر
    - 3.6.9. خطة معالجة المخاطر
  - 7.9. تقنيات لضمان الامتثال للوائح حماية البيانات
    - 1.7.9. تحديد تدابير المسؤولية الاستباقية
    - 2.7.9. سجل أنشطة المعالجة
    - 3.7.9. إدارة الثغرات الأمنية
    - 4.7.9. مدونات قواعد السلوك والشهادات
  - 8.9. تقييم الأثر المتعلق بحماية البيانات الشخصية (DPIA)
    - 1.8.9. دراسة حاجة تقييم تأثير حماية البيانات
    - 2.8.9. منهجيات التقييم
    - 3.8.9. تحديد المخاطر والتهديدات
    - 4.8.9. التشاور المسبق مع السلطة الإشرافية
  - 9.9. أمن المعلومات
    - 1.9.9. الأطر التنظيمية للسلامة
    - 2.9.9. تقييم وإصدار الشهادات لمنتجات أمن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
    - 3.9.9. قائمة المنتجات والخدمات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأمنية
    - 10.9. سلطات الرقابة. المخالفات والعقوبات
      - 1.10.9. المخالفات
      - 2.10.9. العقوبات
      - 3.10.9. إجراء تديبي
      - 4.10.9. سلطات الرقابة وآليات التعاون

## الوحدة 10. إدارة الفرق في مشاريع تكنولوجيا المعلومات

- 1.10. إدارة الفرق
  - 1.1.10. المهارات الإدارية
  - 2.1.10. إدارة رأس المال البشري والوظائف الإدارية
  - 3.1.10. تصنيف وأنواع المهارات الإدارية
  - 4.1.10. إدارة القيادة الجماعية في الشركات
- 2.10. بناء الفريق
  - 1.2.10. إدارة الفرق
  - 2.2.10. تقييم الأداء
  - 3.2.10. التفويض والتمكين
  - 4.2.10. إدارة الالتزامات
- 3.10. فريق العمل
  - 1.3.10. ثقافة المهمة والرؤية والقيم
  - 2.3.10. التخطيط والاستراتيجية
  - 3.3.10. التنظيم والمتابعة
  - 4.3.10. Feedback و feedforwark
  - 5.3.10. تقييم النتائج
- 4.10. مراحل بناء الفريق
  - 1.4.10. مرحلة الاعتماد
  - 2.4.10. مرحلة الاعتماد المضاد
  - 3.4.10. مرحلة الاستقلال
  - 4.4.10. مرحلة الاعتماد المتبادل
- 5.10. تنظيم المشاريع المعلوماتية
  - 1.5.10. التخطيط في الشركة
  - 2.5.10. تخطيط الوقت
  - 3.5.10. تخطيط الموارد
  - 4.5.10. تخطيط التكاليف
- 6.10. إدارة المواهب Management Talent في الشركة
  - 1.6.10. الموهبة
  - 2.6.10. إدارة الموهبة
  - 3.6.10. أبعاد الموهبة
  - 4.6.10. جذب المواهب



## الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- 1.11. العولمة والحوكمة
  - 1.1.11. الحوكمة وحوكمة الشركات
  - 2.1.11. أساسيات حوكمة الشركات في الشركات
  - 3.1.11. دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات
- 2.11. القيادة
  - 1.2.11. القيادة. النهج المفاهيمي
  - 2.2.11. القيادة في الشركات
  - 3.2.11. أهمية القائد في إدارة الأعمال
  - 3.11. Management Cultural Cross
  - 1.3.11. مفهوم Management Cultural Cross
  - 2.3.11. مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية
  - 3.3.11. إدارة التنوع
  - 4.11. التنمية الإدارية والقيادة
    - 1.4.11. مفهوم التنمية الإدارية
    - 2.4.11. مفهوم القيادة
    - 3.4.11. نظريات القيادة
    - 4.4.11. أساليب القيادة
    - 5.4.11. الذكاء في القيادة
    - 6.4.11. تحديات القائد اليوم
  - 5.11. أخلاقيات العمل
    - 1.5.11. الأخلاق والأخلاقيات
    - 2.5.11. أخلاقيات الأعمال التجارية
    - 3.5.11. القيادة والأخلاقيات في الشركة
  - 6.11. الاستدامة
    - 1.6.11. الاستدامة التجارية والتنمية المستدامة
    - 2.6.11. أجندة 2030
    - 3.6.11. الشركات المستدامة
    - 7.11. المسؤولية الاجتماعية للشركة
      - 1.7.11. البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات
      - 2.7.11. تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة
      - 3.7.11. التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات

- 7.10. التواصل داخل الشركة
  - 1.7.10. عملية التواصل في الشركة
    - 1.1.7.10. العلاقات والتواصل الداخلي للشركة
    - 2.1.7.10. العلاقة بين التنظيم والاتصال في الشركة: المركزية أو اللامركزية
    - 3.1.7.10. أدوات الاتصال الداخلي والخارجي
    - 2.7.10. العلاقات الشخصية في الشركة
      - 1.2.7.10. التواصل والصراع بين الأشخاص
      - 2.2.7.10. مرشحات وجواز التواصل
      - 3.2.7.10. النقد والاستماع الفعال
      - 4.2.7.10. تقنيات الاستماع الفعال
    - 8.10. تقنيات التفاوض في الشركة
      - 1.8.10. التفاوض في المجال الإداري لشركات التكنولوجيا
        - 1.1.8.10. التفاوض
        - 2.1.8.10. أنماط التفاوض
        - 3.1.8.10. مراحل التفاوض
      - 2.8.10. تقنيات التفاوض
        - 1.2.8.10. استراتيجيات وتكتيكات التفاوض
        - 2.2.8.10. أنواع التفاوض
        - 3.8.10. شخصية المتفاوض
          - 1.3.8.10. خصائص المفاوض
          - 2.3.8.10. فئات المفاوضين
          - 3.3.8.10. علم النفس في التفاوض
        - 9.10. التدريب الإرشادي Coaching وإدارة الأعمال
          - 1.9.10. التدريب الإرشادي Coaching للأعمال
          - 2.9.10. ممارسة التدريب الإرشادي Coaching
          - 3.9.10. التدريب في المنظمات
        - 10.10. التوجيه وإدارة الأعمال
          - 1.10.10. المراقبة Mentoring
          - 2.10.10. العمليات الأربع لبرنامج المراقبة Mentoring
            - 1.2.10.10. الإجراءات
            - 2.2.10.10. شخصية المرشد في الشركة
            - 3.2.10.10. شكل المحمي في شركة التكنولوجيا
            - 3.10.10. فوائد Mentoring في الشركة
            - 1.3.10.10. الفوائد التي تعود على المنظمة: المرشد والموجه
            - 4.10.10. الاختلافات بين Coaching و Mentoring

- 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
- 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
- 8.12 التفاوض وإدارة النزاعات
- 1.8.12 التفاوض
- 2.8.12 إدارة النزاعات
- 3.8.12 إدارة الأزمات
- 9.12 الإتصالات الإدارية
- 1.9.12 الإتصالات الداخلية والخارجية في الأعمال التجارية
- 2.9.12 أقسام الإتصالات
- 3.9.12 مدير الإتصالات في الشركة ملف تعريف مدير الإتصالات
- 10.12 إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها
- 1.10.12 الإنتاجية
- 2.10.12 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها

## الوحدة 13. الإدارة الاقتصادية والمالية

- 1.13 البيئة الاقتصادية
- 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
- 2.13 المحاسبة الإدارية
- 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

- 8.11 أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة
- 1.8.11 المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات
- 2.8.11 الجوانب الأساسية لتنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة
- 3.8.11 خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات
- 4.8.11 أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات
- 9.11 الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
- 1.9.11 العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
- 2.9.11 الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي
- 3.9.11 الصوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان
- 10.11 البيئة القانونية و ecananrevoG etaroproC
- 1.10.11 لوائح الاستيراد والتصدير الدولية
- 2.10.11 الملكية الفكرية والصناعية
- 3.10.11 قانون العمل الدولي

## الوحدة 12. قيادة لأفراد وإدارة المواهب

- 1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية
- 1.1.12 الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية
- 2.1.12 إدارة الأفراد الإستراتيجية
- 2.12 إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات
- 1.2.12 التحليل المحتمل
- 2.2.12 سياسة المكافآت
- 3.2.12 خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي
- 3.12 تقييم الأداء وإدارة الأداء
- 1.3.12 ادارة الأداء
- 2.3.12 إدارة الأداء: عملية ونظام
- 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
- 5.12 تحفيز
- 1.5.12 طبيعة الدافع
- 2.5.12 نظرية التوقعات
- 3.5.12 نظريات الحاجات
- 4.5.12 الدافع والتعويض المالي

## الوحدة 14. الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي

- 1.14. الإدارة التجارية
  - 1.1.14. الإطار المفاهيمي للإدارة التجارية
  - 2.1.14. استراتيجية الأعمال والتخطيط
  - 3.1.14. دور المديرين التجاريين
- 2.14. Marketing
  - 1.2.14. مفهوم التسويق
  - 2.2.14. عناصر التسويق الأساسية
  - 3.2.14. الأنشطة التسويقية للشركة
  - 3.14. إدارة التسويق الاستراتيجي
    - 1.3.14. مفهوم التسويق الاستراتيجي
    - 2.3.14. مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق
    - 3.3.14. مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي
  - 4.14. التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية
    - 1.4.14. أهداف التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية
    - 2.4.14. التسويق الرقمي والوسائط المستخدمة
    - 3.4.14. التجارة الإلكترونية. السياق العام
    - 4.4.14. فئات التجارة الإلكترونية
    - 5.4.14. مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce مقارنة بالتجارة التقليدية
    - 5.14. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية
      - 1.5.14. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية
      - 2.5.14. Storytelling & Content Branded
    - 6.14. التسويق الرقمي لجذب العملاء والاحتفاظ بهم
      - 1.6.14. استراتيجيات الولاء والمشاركة عبر الإنترنت
      - 2.6.14. إدارة علاقات الزوار
      - 3.6.14. التجزئة المفردة
    - 7.14. إدارة الحملات الرقمية
      - 1.7.14. ما هي الحملة الإعلانية الرقمية؟
      - 2.7.14. خطوات إطلاق حملة تسويق عبر الإنترنت
      - 3.7.14. أخطاء في الحملات الإعلانية الرقمية

- 3.13. أنظمة المعلومات و Business Intelligence (ذكاء الأعمال)
  - 1.3.13. الأساسيات والتصنيف
  - 2.3.13. مراحل وطرق تقاسم التكلفة
  - 3.3.13. اختيار مركز التكلفة والتأثير
- 4.13. مراقبة الميزانية والإدارة
  - 1.4.13. نموذج الميزانية
  - 2.4.13. الميزانية الرأس مالية
  - 3.4.13. الميزانية التشغيلية
  - 4.4.13. ميزانية الخزائن
  - 5.4.13. تتبع الميزانية
  - 5.13. الإدارة المالية
    - 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
  - 6.13. والتخطيط المالي
    - 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 Flow Cash
    - 5.6.13. الجدول الحالي
    - 7.13. الاستراتيجية المالية للشركة
      - 1.7.13. الاستراتيجية المؤسسية ومصادر التمويل
      - 2.7.13. المنتجات المالية لتمويل الأعمال
    - 8.13. التمويل الاستراتيجي
      - 1.8.13. التمويل الذاتي
      - 2.8.13. زيادة الأموال الخاصة
      - 3.8.13. الموارد الهجينة
      - 4.8.13. التمويل عن طريق الوسطاء
    - 9.13. التحليل المالي والتخطيط
      - 1.9.13. تحليل الميزانية العمومية
      - 2.9.13. تحليل قائمة الدخل
      - 3.9.13. التحليل الربحي
      - 10.13. تحليل وحل الحالات/ المشاكل

- 4.15. إعداد خطة للأزمات
- 1.4.15. تحليل المشاكل المحتملة
- 2.4.15. التخطيط
- 3.4.15. تكيف الموظفين
- 5.15. الذكاء العاطفي
- 1.5.15. الذكاء العاطفي والإعلام
- 2.5.15. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
- 3.5.15. الثقة بالنفس والإعلام العاطفي
- 6.15. خلق العلامات التجارية gndnarB الشخصية
- 1.6.15. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية
- 2.6.15. قوانين العلامات التجارية الشخصية
- 3.6.15. أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية
- 7.15. القيادة وإدارة الفرق
- 1.7.15. القيادة وأساليب القيادة
- 2.7.15. قدرات القائد والتحديات
- 3.7.15. إدارة عملية التغيير
- 4.7.15. إدارة فرق متعددة الثقافات

- 8.14. استراتيجية المبيعات
- 1.8.14. استراتيجية المبيعات
- 2.8.14. طرق البيع
- 9.14. شركات الإتصال
- 1.9.14. المفهوم
- 2.9.14. أهمية الإتصالات في المؤسسة
- 3.9.14. نوع الإتصالات في المنظمة
- 4.9.14. وظائف الإتصالات في المؤسسة
- 5.9.14. عناصر الإتصالات
- 6.9.14. مشاكل الإتصالات
- 7.9.14. سيناريوهات الإتصالات
- 10.14. الإتصالات والسمعة الرقمية
- 1.10.14. السمعة عبر الانترنت
- 2.10.14. كيفية قياس السمعة الرقمية؟
- 3.10.14. أدوات السمعة عبر الإنترنت
- 4.10.14. تقرير السمعة عبر الإنترنت
- 5.10.14. Branding عبر الإنترنت

## الوحدة 15. الإدارة التنفيذية

- 1.15. General Management
- 1.1.15. مفهوم General Management
- 2.1.15. عمل General Management
- 3.1.15. المدير العام ومهامه
- 4.1.15. تحويل عمل الإدارة
- 2.15. إدارة العمليات
- 1.2.15. أهمية الإدارة
- 2.2.15. سلسلة القيمة
- 3.2.15. إدارة الجودة
- 3.15. الإعلام في حالات الأزمات
- 1.3.15. أزمات
- 2.3.15. مراحل الأزمات
- 3.3.15. الرسائل: المحتويات واللحظات



الهدف من هذا البرنامج هو مساعدتك على تحقيق حلمك في قيادة المشاريع الكبيرة. سجّل ولا تفوّت فرصة تحقيق قفزة نوعية في حياتك المهنية"

# 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"

## 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"

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

## 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 والمهنية.

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

كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات الحاسبات 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 سنواجهك بها في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال المحاضرة الجامعية، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية  
والحالات الحقيقية، حل المواقف المعقدة في  
بيئات الأعمال الحقيقية.



## 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*.

في عام 2019، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية متفوقين بذلك على جميع الجامعات الافتراضية الناطقة باللغة الإسبانية في العالم.

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

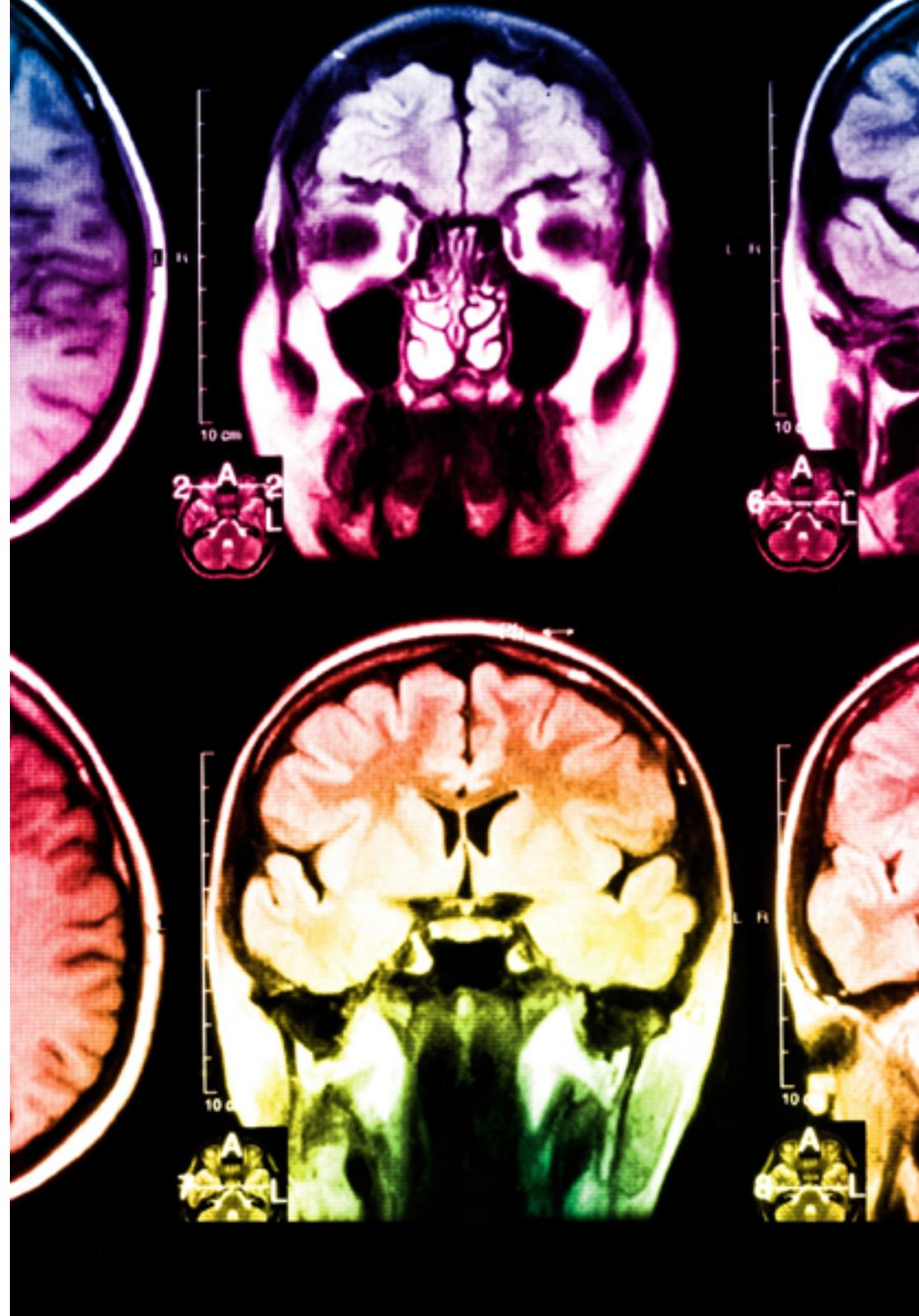
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصممة لهذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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

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

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

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي تطور 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، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموماً حقاً.

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 والكفاءات

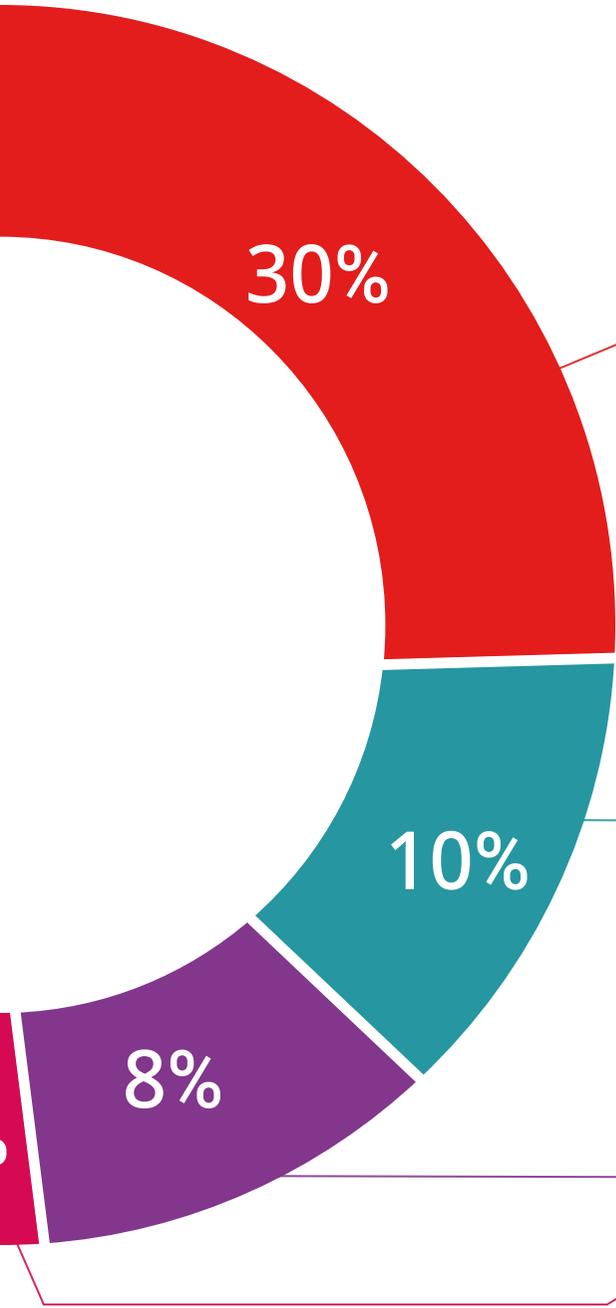


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

### 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 على الساحة الدولية.



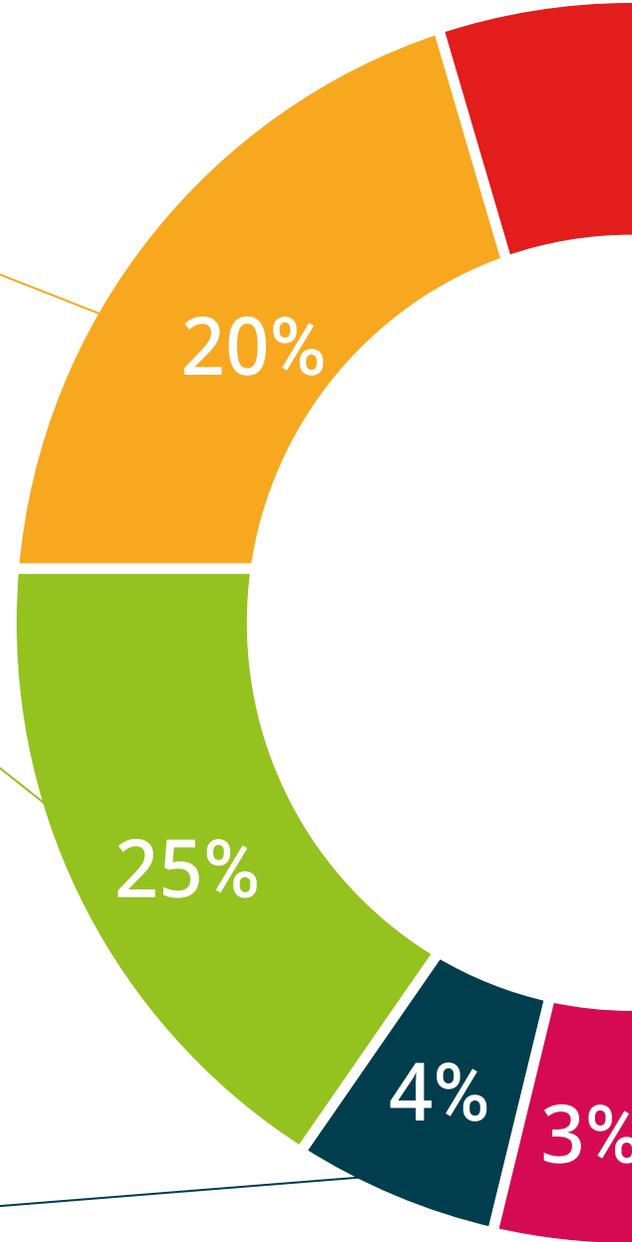
#### ملخصات تفاعلية

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.



# المؤهل العلمي

الماجستير الخاص في MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائقة، الحصول على مؤهل علمي لاجتياز الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



يحتوي هذا ماجستير نصف حضوري في MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا) على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائثه في السوق.

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

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

المؤهل العلمي: ماجستير نصف حضوري في MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية (CTO، رئيس قسم التكنولوجيا)

اطريقة: عبر الإنترنت

مدة: 12 شهر

**ماجستير خاص في إدارة الأعمال المتقدمة MBA  
للمشاريع التكنولوجية (رئيس قسم التكنولوجيا، CTO)**

التوزيع العام للوحة الدراسية		التوزيع العام للوحة الدراسية	
المادة	عدد الساعات	نوع المادة	عدد الساعات
١٣	100	إدارة والتوجه العملي للمشاريع التكنولوجية	1500
١٤	100	إدارة العمليات وتحليل العمليات في مشاريع تطوير المنتجات	0
١٥	100	إدارة الأعمال: تحليلات لوائح المواد والمنتجات	0
١٦	100	إدارة ومراقبة مشاريع تكنولوجيا المعلومات من خلال الاتصال	0
١٧	100	الرمز والمرونة الاستراتيجية للمشاريع التكنولوجية	0
١٨	100	التحديات الرئيسية للتحذير في المشاريع التكنولوجية	0
١٩	100	تحسين المشاريع التكنولوجية المتعددة والمتكامل من خلال التقنيات التحليلية	0
٢٠	100	الحوادث في إدارة وتنظيم مشاريع المنتجات	0
٢١	100	الامتثال التنظيمي للمشاريع التكنولوجية	1500
٢٢	100	إدارة الفرق في مشاريع المنتجات	
٢٣	100	التمويل والتخطيط والمشاركة الاستراتيجية للشركة	
٢٤	100	قيادة الفرق وإدارة الموظفين	
٢٥	100	الفرز التفاضلية والتعلم	
٢٦	100	الفرز التفاضلية والتسويق الاستراتيجي	
٢٧	100	الفرز التفاضلية	

**tech** الجامعة التكنولوجية

*Tere Guevara*  
أ.د. / Tere Guevara Navarro  
رئيس الجامعة

**tech** الجامعة التكنولوجية

**شهادة تخرج**  
هذه الشهادة ممنوحة إلى  
J  
المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....  
للاجتياز/الاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج  
ماجستير خاص  
في  
MBA إدارة الأعمال المتقدمة للمشاريع التكنولوجية  
(CTO، رئيس قسم التكنولوجيا)

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

*Tere Guevara*  
أ.د. / Tere Guevara Navarro  
رئيس الجامعة

TECH AFNOR235 technote.com/certificates

tech الجامعة  
التكنولوجية

ماجستير خاص  
MBA إدارة الأعمال المتقدمة  
للمشاريع التكنولوجية  
(CTO, رئيس قسم التكنولوجيا)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

ماجستير خاص  
MBA إدارة الأعمال المتقدمة  
للمشاريع التكنولوجية  
(CTO، رئيس قسم التكنولوجيا)