

ماجستير خاص
MBA الإدارة التقنية لعلوم
البيانات في الشركة



الجامعة
التكنولوجية **tech**

ماجستير خاص MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة

- « 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.techtitute.com/ae/information-technology/professional-master-degree/master-mba-corporate-technical-data-science-management

الفهرس

01

المقدمة

صفحة 4

02

الأهداف

صفحة 8

03

الكفاءات

صفحة 14

04

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 18

05

الهيكل والمحتوى

صفحة 40

06

المنهجية

صفحة 54

07

المؤهل العلمي

صفحة 32

المقدمة

يهدف هذا التخصص المكثف إلى الأشخاص المهتمين بتحقيق مستوى أعلى من المعرفة حول الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة. برنامجها التعليمي فريد من نوعه للاختيار الدقيق للتقنيات، بما في ذلك الدمج والمتطلبات الأحدث في مجال الأعمال. بالإضافة إلى ذلك، فإن دمج نماذج محددة لتحسين رؤية الأعمال وإدارة الفرق المتعددة التخصصات، ووضع برنامج مختلف وقادر على تغطية الكثير من الاحتياجات التعليمية لأي مهني يرغب في وضع نفسه كمرجع للمعرفة النظرية والعملية لأحدث التكنولوجيات.

بفضل أفضل أنظمة التعلم عن بُعد المطورة، سيتيح لك هذا MBA التعلم بطريقة سياقية وتعلم الجزء العملي الذي تحتاجه بالطريقة الصحيحة"



في عالم اليوم سريع التغير، يعد انتشار التقنيات الجديدة أمراً ثابتاً في عالم اليوم. في الوقت الحاضر، اعتدنا أن نرى كيف تصبح الأدوات أو المنصات أو التقنيات المتطورة عناصر قديمة مع انخفاض قابلية تطبيقها في بيئة الأعمال. بالمثل، من الطبيعي أن تصبح التقنيات غير الموجودة أو الناشئة في الأسواق المتخصصة اتجاهات في مجالات أكثر عمومية. لا شك في أن هذه عملية لا يمكن إيقافها وتتطور باستمرار، وهي أكبر دعامة للثورة التكنولوجية الحالية، والتي تجبر المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات على التخصص الدائم.

في ضوء هذا الوضع، يتم تقديم MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة كبرنامج تدريبي متكامل، بما في ذلك أحدث التقنيات المطلوبة في عالم الأعمال.

هكذا، في ممارسة للتوليف، من المنظور التقني والتجاري، تم اختيار مجموعة من المواضيع التي لا تغطيها عادةً البرامج التعليمية العامة، بهدف تزويد الطلاب بالمعرفة التكنولوجية اللازمة لمعالجة المشاكل التكنولوجية الحالية المتعددة من خلال استخدام التقنيات الأكثر ملاءمة وتقدماً.

بهذه الطريقة، فإن الجمع بين كل من المواد التقنية البحتة والمواد التجارية يجعل من درجة الماجستير هذه تخصصاً متطوراً يستهدف بشكل خاص المهنيين الذين يسعون إلى تعلم التقنيات الأكثر انتشاراً حالياً، أو مستوى أعلى من المعرفة بها.

الهدف الرئيسي هو تمكين الطالب من تطبيق المعرفة التي اكتسبها في هذا التدريب في العالم الحقيقي، في بيئة عمل تحاكي الظروف التي قد يواجهها في المستقبل، بطريقة صارمة وواقعية.

نظراً لأن هذا البرنامج متاح 100% عبر الإنترنت، فلا يتعين على الطلاب التخلي عن التزاماتهم الشخصية أو المهنية. في نهاية البرنامج، سيكون الطلاب قد حثّوا معارفهم وسيحصلون على مؤهل مرموق للغاية سيبيح لهم التقدم على الصعيدين الشخصي والمهني.

يحتوي ماجستير خاص في MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير دراسات الحالة التي يقدمها خبراء في تكنولوجيا المعلومات المتقدمة
- ♦ محتوياتها البيانية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها تجمع المعلومات العلمية والرعاية العملي حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزه على المنهجيات المبتكرة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت



برنامج نمو مهني مكثف يسمح لك بالتدخل
في قطاع يتزايد فيه الطلاب على المهنيين"

برنامج كامل ومتطور يتيح لك التقدم بشكل تدريجي وكامل في اكتساب المعرفة التي تحتاجها للتدخل في هذا القطاع.

على نطاق واسع ولكن محدد، سيأخذك هذا البرنامج إلى المعرفة الملموسة التي يحتاجها مهندس الكمبيوتر للتنافس بين الأفضل في هذا القطاع.

برنامج عالي الكفاءة يسمح للطالب بالتقدم بسرعة وثبات في اكتساب المعرفة، مع الدقة العلمية التي تتسم بجودة التعليم العالمي"

يتضمن البرنامج في هيئة تدريسه المهنيين من القطاع الذين يصبون في هذا التدريب خبرة في عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من جمعيات مرجعية وجامعات مرموقة.

سيحتج 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

الهدف من هذا التخصص هو تدريب المتخصصين في MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة، مع تزويدهم بالمعرفة والمهارات اللازمة للقيام بنشاطهم، باستخدام البروتوكولات والتقنيات الأكثر تقدماً في الوقت الحالي. من خلال نهج العمل الذي يتكيف تماماً مع الطالب، ستقوده هذا MBA تدريجياً إلى اكتساب المهارات التي ستدفعه إلى مستوى مهني أعلى. تدريب فريد من نوعه صممه محترفون من ذوي الخبرة الواسعة في هذا القطاع.



قم بتعميق معرفتك في مجال تقنيات الحاسوب
من خلال تضمين رصيدك المعرفي الجوانب الأكثر
تقدماً في هذا المجال من العمل"





الأهداف العامة

- ♦ تحليل أنظمة تخطيط موارد المؤسسات (ERP) وإدارة علاقات العملاء (CRM) والمساهمة والفوائد
- ♦ تصميم واختيار الأداة المناسبة لتخطيط موارد المؤسسة أو إدارة علاقات العملاء لكل شركة
- ♦ تطوير كل مرحلة من مراحل دورة حياة البيانات
- ♦ وضع الإطار التنظيمي المتعلق بإدارة البيانات
- ♦ فحص عملية التنقيب عن البيانات
- ♦ تحليل منصة ويب وتحسين تشغيلها
- ♦ تقييم الجلسات وحركة المرور لفهم الجمهور بشكل أفضل
- ♦ تحليل الإطار التنظيمي لحماية البيانات وعلاقاتها مع التنظيم المستقبلي للأنظمة القائمة على الذكاء الاصطناعي
- ♦ تطوير المعارف المتخصصة بشأن النظم القابلة للصيانة والقابلة للتطوير والموثوق بها
- ♦ تحليل نماذج البيانات المختلفة وتأثيرها على التطبيقات
- ♦ تحليل نماذج النظم الكلاسيكية وتحديد أوجه القصور في استخدامها في التطبيقات الموزعة
- ♦ فحص نموذج الحوسبة الموزعة وإنشاء نموذج الخدمات المصغرة
- ♦ إنشاء معرفة متخصصة في إنترنت الأشياء
- ♦ تطوير البنية المرجعية وframework التكنولوجي لإنترنت الأشياء
- ♦ تحليل مفهوم منهجية Agile لإدارة المشاريع وتطوير عناصر وعمليات إطار SCRUM ("إطار إدارة المشاريع المرنة")
- ♦ دراسة وتطوير عناصر منهجية KANBAN لإدارة المشاريع
- ♦ بناء تميز شركتنا على الموارد غير الملموسة
- ♦ تحديد فرص التحسين من خلال اليقظة والوعي
- ♦ تقديم نموذج عمل قائم على التدفق مع التغيير وعدم اليقين بدلاً من «الانهيار» من خلال معارضة المقاومة
- ♦ تنشيط الشركة باستخدام إدارة المشاعر كوسيلة للنجاح



الأهداف المحددة

الوحدة 1. نظم إدارة المعلومات الرئيسية

- ♦ تطوير استراتيجية عمل
- ♦ توليد المعرفة المتخصصة لاتخاذ القرارات التجارية
- ♦ تصميم نظام موحد ل reporting
- ♦ تحديد كيفية إقامة الاتصال وتبادل المعلومات بين إدارات الشركة والعملاء
- ♦ القدرة على تحويل المعلومات لاتخاذ القرارات
- ♦ وضع خطة تسويقية من أجل ولاء العملاء
- ♦ تصميم خطة تسويقية لزيادة المبيعات

الوحدة 2. أنواع البيانات ودورة حياتها

- ♦ توليد المعرفة المتخصصة لإجراء تحليل البيانات
- ♦ توحيد البيانات المتنوعة وتحقيق تناسق المعلومات
- ♦ إنتاج المعلومات ذات الصلة والفعالة لاتخاذ القرار
- ♦ وضع أفضل الممارسات لإدارة البيانات حسب نوعها واستخدامها
- ♦ تطوير سياسات الوصول إلى البيانات وإعادة استخدامها
- ♦ ضمان أمن وتوافر وسلامة وسرية المعلومات
- ♦ استخدام أدوات إدارة البيانات (مع R)

الوحدة 3. رقم التعلم الآلي

- ♦ تقييم المهارات المكتسبة في عملية الانتقال من المعلومات إلى المعرفة
- ♦ تطوير أنواع مختلفة من التعلم الآلي
- ♦ تحليل المقاييس وطرق التحقق من صحة الخوارزميات المختلفة للتعلم الآلي
- ♦ تجميع تطبيقات مختلفة لطرق التعلم الآلي المختلفة
- ♦ تحديد نماذج المنطق الاحتمالي
- ♦ فحص إمكانات التعلم العميق
- ♦ إظهار المعرفة بخوارزميات التعلم الآلي المختلفة

الوحدة 4. تحليلات الويب

- ♦ توليد المعرفة المتخصصة في استخدام تحليلات الويب
- ♦ فحص التطور والتطور من أصله إلى الوقت الحاضر
- ♦ إنشاء الاعدادات المثلى لتحليلات Google، وهي أداة عمل أساسية في التسويق عبر الإنترنت
- ♦ تحليل حركة مرور الويب لفهم سلوك المستخدم
- ♦ تطوير مقاييس أساسية ومقدمة تسمح لنا بتقييم الزيارات أو التفاعلات مع موقع الويب
- ♦ تحديد اعدادات التتبع: المقاييس والأبعاد
- ♦ إعداد أداة تحليلات Google واستخدام ملصقات التتبع في الويب
- ♦ التمييز بين الإصدارين الحاليين من Google Analytics: UA مقابل GA4
- ♦ تحديد تنظيم وبنية Universal Analytics: الحسابات والمواقع والملفات الشخصية:
- ♦ تحليل سلوك المستخدم من خلال تفسير التقارير المحددة مسبقاً و / أو المخصصة
- ♦ تقييم المجموعات الفرعية لحركة المرور لإجمالي البيانات التي نراها في التقارير باستخدام الشرائح
- ♦ تقييم التحولات لتحسين استراتيجية التسويق واتخاذ القرار بناءً على النتائج التي تم الحصول عليها

الوحدة 5. لوائح إدارة البيانات

- ♦ فحص لائحة حماية البيانات واللوائح ذات الصلة
- ♦ تحليل مختلف المبادئ التي تحكم معالجة البيانات الشخصية
- ♦ وضع الأسس التي تضي الشرعية على معالجة البيانات الشخصية
- ♦ عرض حقوق الأفراد من حيث حماية البيانات وممارستها والاهتمام بها
- ♦ تقييم المخاطر التي تسمح لنا بإعداد خطة معالجة المخاطر بشكل مناسب
- ♦ تحديد الممارسات المحتملة التي سيتم حظرها أو التي يمكن تقييمها على أنها عالية المخاطر مشتقة من التقنيات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي
- ♦ تطوير الأنشطة والمراحل التي تتم فيها هيكلية عملية تقييم تأثير حماية البيانات
- ♦ تحديد الإجراءات التي تسمح بتقديم حلول الامتثال التنظيمي
- ♦ دراسة مسؤوليات معالجة البيانات
- ♦ تحديد انتهاكات عدم الامتثال والجزاءات المرتبطة بها

الوحدة 6. أنظمة قابلة للتطوير وموثوق بها لاستخدام البيانات على نطاق واسع

- وضع مفاهيم الموثوقية وقابلية التوسع وقابلية الصيانة
- تقييم النماذج العلائقية والتوثيق والرسم البياني
- تحليل التخزين المنظم في شكل سجلات ، وأشجار B ، والهياكل الأخرى المستخدمة في محركات البيانات
- فحص نماذج التناسق وعلاقتها بمفهوم التكرار
- تقييم النماذج المتماثلة المختلفة والمشاكل المرتبطة بها
- تطوير المبادئ الأساسية للمعاملات الموزعة
- فحص تقسيم قاعدة البيانات والمفاتيح بحيث تكون متوازنة

الوحدة 7. إدارة الأنظمة لعمليات النشر الموزعة

- تطوير متطلبات التطبيق الموزعة
- استخدام الأدوات الأكثر تقدمًا لاستغلال التطبيقات الموزعة
- تحليل استخدام أدوات إدارة البنية التحتية
- فحص الأدوات الأكثر فائدة لتنفيذ نماذج PaaS و IaaS
- تطوير نموذج PaaS وبعض الأدوات المستخدمة حاليًا في تنفيذه
- تقييم أدوات المراقبة الموجهة للأنظمة الموزعة
- اقتراح تقنيات التحقق والاختبارات للمنصات الموزعة
- تحليل الخيارات الأكثر استخدامًا في تنفيذ الأنظمة الأساسية السحابية

الوحدة 8. إنترنت الأشياء

- تحديد ما هو (IoT (Internet of Things و (IIoT (Industrial Internet of Things
- تحليل اتحاد الإنترنت الصناعي
- تطوير ما هي البنية المرجعية لإنترنت الأشياء
- تصفح وتصنيف أجهزة استشعار وأجهزة إنترنت الأشياء
- إنشاء بروتوكولات وتقنيات الاتصال المستخدمة في إنترنت الأشياء
- تحليل الأنواع المختلفة لمنصات إنترنت الأشياء
- تطوير آليات إدارة البيانات المختلفة
- وضع متطلبات الأمان في إدارة بيانات إنترنت الأشياء
- تقديم مجالات التطبيق المختلفة لإنترنت الأشياء

الوحدة 9. إدارة المشاريع ومنهجيات Agile

- تقديم منهجية PMI لإدارة المشاريع
- تحديد الفرق بين المشروع والبرنامج وحافطة المشروعات
- تقييم تطور المنظمات التي تعمل مع المشاريع
- تحليل أصول العمليات في المنظمات
- فحص مصفوفة مجموعات العمليات ومجالات المعرفة وتحليل العمليات التي تولفها
- تقديم مجموعة أوراق اعتماد PMI لإدارة المشروعات
- تقييم سياق منهجيات Agile لإدارة المشاريع
- تطوير سياق VUCA (التقلب وعدم اليقين والتعقيد والغموض)
- تحديد قيم Agile
- عرض المبادئ الـ 12 لبيان Agile
- تحليل Agile SCRUM Framework لإدارة المشاريع
- تطوير ركائز Scrum
- تحديد وتعريف قيم Scrum
- حدد الأدوار في فرق Scrum
- تطوير الاحتفالات النموذجية في Scrum
- التقييمات المصنوعات اليدوية التي يستخدمها فريق Scrum
- تحليل اتفاقيات فريق Scrum
- فحص المقاييس لقياس أداء فريق Scrum.
- تقديم إطار عمل Agile KANBAN لإدارة المشاريع
- تحليل العناصر التي تتكون منها طريقة Kanban: القيم والمبادئ والممارسات العامة
- تحديد وتعريف قيم Kanban
- تطوير مبادئ طريقة Kanban
- تحليل الممارسات العامة المختلفة في طريقة Kanban
- فحص مقاييس قياس الأداء في Kanban
- تحديد وتحليل الاختلافات بين المنهجيات الثلاث: Scrum، PMI، و Kanban

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

- ♦ هيكل 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 التواصل المؤسسي وسمعة الرقمية للشركة

الوحدة 15. التسيير الإداري

- ♦ 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 التواصل بين الأشخاص ومهارات التحدث أمام الجمهور لتدريب المتحدثين الرسميين

الوحدة 10. التواصل والقيادة وإدارة الفريق

- ♦ تقديم المهارات الإدارية اللازمة لضمان النجاح في الشركة التكنولوجية
- ♦ اقتراح نموذج قيادة يتكيف مع التغيير
- ♦ إنشاء الذكاء العاطفي كأداة إدارية أساسية في الشركة
- ♦ تحليل فرص التحسين من خلال التوجيه والتدريب والاختلافات بينهما
- ♦ تعزيز حالة عالية من الوعي حول الاتصال
- ♦ تعزيز رضا الأشخاص في الشركة وتقليل مستويات التوتر وتحسين علاقات العمال مع الرؤساء أو الموظفين والعملاء وحتى في البيئة الشخصية
- ♦ تطوير استراتيجيات التفاوض وحل النزاعات في شركة التكنولوجيا

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
- ♦ هيكل استراتيجيات تنفيذ وتحسين الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات

الوحدة 12. قيادة الأفراد 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

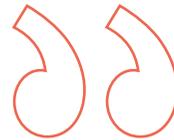


تدريب كامل ذو أهمية كبيرة لمحترفي علوم الحاسوب، والذي سيسمح لك بالمنافسة بين الأفضل في هذا القطاع"

الكفاءات

بعد اجتياز تقييمات MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة، سيكون الطالب قد اكتسب المهارات المهنية اللازمة للقيام بأعمال عالية الجودة في مجال الحاسب الآلي، وبالإضافة إلى ذلك، سيكون الطالب قد اكتسب مهارات وتقنيات جديدة تساعده على استكمال المعرفة التي كان يمتلكها سابقاً، مما يجعله في مرحلة التحديث القصوى.

من خلال برنامج تم إنشاؤه لتعزيز نموك المهني، بأسرع الطرق وأكثرها كثافة، ستزيد من قدرتك على التدخل في جميع مجالات تقنيات المعلومات المتقدمة"





الاستجابة للاحتياجات الحالية في مجال تقنيات الكمبيوتر المتقدمة

تجربة تدريبية فريدة ومهمة
وحاسمة لتعزيز تطور المهني



الكفاءات المحددة



- ♦ التخصص في نظم المعلومات الأكثر شيوعا
- ♦ استخدام الخوارزميات والأدوات والأنظمة الأساسية لتطبيق تقنيات التعلم الآلي
- ♦ التعرف على اللوائح الرئيسية المتعلقة بإدارة وحماية بيانات الأعمال
- ♦ إدارة البنى المحددة لمعالجة المعلومات كبيرة الحجم لاستغلال الأعمال
- ♦ الاستفادة من التقنيات الرئيسية المتعلقة بإنترنت الأشياء وإمكانية تطبيقها في بيئات حقيقية
- ♦ القيام بإجراء عمليات تحليل بيانات الإنترنت للتعرف على العميل المحتمل بشكل أفضل ، كأداة رئيسية لتوجيه الإجراءات الإستراتيجية
- ♦ إدارة المشاريع والأفراد بشكل أكثر فعالية



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

في مبدأها المتمثل في تقديم تعليم النخبة للجميع، تمتلك TECH مهنيين مشهورين بحيث يكتسب الطالب معرفة قوية في الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة. يحتوي هذا MBA على فريق مؤهل تأهيلا عاليا مع خبرة واسعة في هذا القطاع، والذي سيقدم أفضل الأدوات للطلاب في تطوير قدراتهم خلال الدورة. بهذه الطريقة، يحصل الطالب على الضمانات المطلوبة للتخصص على المستوى الدولي في قطاع مزدهر من شأنه أن يقوده إلى النجاح المهني.

انجح مع الأفضل واكتسب المعرفة والمهارات التي تحتاجها
للشروع في مجال تقنيات الكمبيوتر المتقدمة "



المديرة الدولية المستضافة

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

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

بفضل جامعة TECH ستتمكن من التعلم
مع أفضل المحترفين في العالم"



المدير الدولي المستضاف

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

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

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



أ. Rick Gauthier

- ♦ مدير تكنولوجيا المعلومات الإقليمي في Amazon, Seattle, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ رئيس قسم البرامج العليا في Amazon
- ♦ نائب رئيس شركة Wimmer Solutions
- ♦ المدير الأول لخدمات الهندسة 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 المجال 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، ودفعهم إلى الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية. وهكذا، قد ساعد شركات مثل Shell للطاقة على أن تصبح شركات رائدة حقيقية في السوق، مع التركيز على عملائها و العالم الرقمي.

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

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

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



أ. Arman, Romi

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



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

المدير الدولي المستضاف

Manuel Arens هو خبير متمرس في إدارة البيانات وقائد فريق عمل على درجة عالية من الكفاءة. في الواقع، يشغل Arens منصب مدير المشتريات العالمية في قسم البنية التحتية التقنية ومركز البيانات في Google، حيث قضى معظم حياته المهنية. وقد قدمت الشركة، التي يقع مقرها في Mountain View، حلولاً للتحديات التشغيلية التي تواجه عملاق التكنولوجيا، مثل تكامل البيانات الرئيسية، وتحديثات 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، و medición و القياس والإسناد. في الواقع، حصلت الشركة على العديد من الجوائز عن عملها، بما في ذلك جائزة الريادة في 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/التنظيمية التي تؤثر على تبني التكنولوجيا ونشرها.

وقد قاد أيضاً فرق عمل في شركات مثل Airbus، Siemens Eaton، 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 إيتون، 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 Calvin Klein، Dolce&Gabbana، Giorgio Armani، 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 وقدرته 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 هيكليّة، 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 Armani Exchange en Giorgio Armani، 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



ينتظر أكثر المتخصصين الدوليين تأهيلاً وخبرة في جامعة TECH ليقدّموا لك تعليماً 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. وقد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لمفهومه المهني، مما جعله رصيذاً مرغوباً فيه لدى العديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات و توليد إجراءات ملموسة بناءً عليها.

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

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



أ. Mick Gram

- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence والتحليلات في Red Bull, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مهندس حلول ذكاء الأعمال Business Intelligence في Walmart Data Cafe
- ♦ استشاري مستقل لذكاء الأعمال Business Intelligence وعلوم البيانات Data Science
- ♦ مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في Capgemini
- ♦ محلل أول في Nordea
- ♦ استشاري أول ذكاء الأعمال Business Intelligence في SAS
- ♦ التعليم التنفيذي في IA و Machine Learning في UC Berkeley Colleg of Engineering
- ♦ اجازة وماجستير في الرياضيات والإحصاء في جامعة Copenhagen
- ♦ اجازة وماجستير في التجارة الإلكترونية في جامعة Copenhagen



ادرس في أفضل جامعة أونلاين 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 عام 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. 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 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 التواصل 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/مدرب الشؤون التجارية/القانونية في الاتحاد الأمريكي لكرة القدم
- ♦ دكتوراه 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 هذه الشهادة الجامعية 100%،
ستتمكن من الجمع بين دراستك والتزاماتك
اليومية، بمساعدة كبار الخبراء الدوليين
في مجال اهتمامك. سجل الآن!

د. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ الرئيس التنفيذي ومدير التكنولوجيا في Prometeus Global Solutions
- ♦ مدير التكنولوجيا في Prometeus Global Solutions
- ♦ مدير قسم التكنولوجيا في AI Shepherds GmbH
- ♦ مستشار ومرشد الأعمال الاستراتيجية في Alliance Medical
- ♦ مدير التصميم والتطوير في DocPath
- ♦ دكتور في هندسة الحاسوب من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ دكتور في الاقتصاد والأعمال والتمويل من جامعة Camilo José Cela
- ♦ دكتور في علم النفس من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ الماجستير التنفيذي MBA من جامعة Isabel
- ♦ ماجستير في الإدارة التجارية والتسويق من جامعة Isabel
- ♦ ماجستير في Big Data من تدريب Hadoop
- ♦ ماجستير في تقنيات الكمبيوتر المتقدمة من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ عضو في مجموعة البحوث SMILE



الأساتذة

د. Montoro Montarroso, Andrés

- ♦ باحث في مجموعة SMILE بجامعة Castilla-La Mancha
- ♦ باحث في جامعة غرناطة
- ♦ عالم بيانات في Prometeus Global Solutions
- ♦ نائب الرئيس ومطور البرمجيات في CireBits
- ♦ دكتوراه في تقنيات الكمبيوتر المتقدمة من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ بكالوريوس في هندسة الكمبيوتر من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ ماجستير في علوم البيانات وهندسة الكمبيوتر من جامعة غرناطة
- ♦ أستاذ ضيف في موضوع النظم القائمة على المعرفة في المدرسة العليا للمعلوماتية في سيوداد ريال ، يلقي مؤتمر: تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة: بحث وتحليل الإمكانيات الجذرية في وسائل التواصل الاجتماعي
- ♦ أستاذ ضيف في موضوع التنقيب عن البيانات في المدرسة العليا للمعلوماتية في سيوداد ريال، يلقي مؤتمر: تطبيقات معالجة اللغات الطبيعية: المنطق الضبابي في تحليل الرسائل على شبكات التواصل الاجتماعي
- ♦ متحدث في ندوة حول الوقاية من الفساد في الإدارات العامة والذكاء الاصطناعي في كلية العلوم القانونية والاجتماعية في توليدو، حيث ألقى المحاضرة: تقنيات الذكاء الاصطناعي
- ♦ متحدث في الندوة الدولية الأولى حول القانون الإداري والذكاء الاصطناعي (DAIA). ينظمه مركز Luis Ortega Álvarez للدراسات الأوروبية ومعهد Recerca TransJus. مؤتمر بعنوان تحليل المشاعر للوقاية من رسائل الكراهية على شبكات التواصل الاجتماعي

أ. Palomino Dávila, Cristina

- ♦ مستشارة حماية البيانات وأمن المعلومات في مجموعة عيسية
- ♦ نائبة مدير المراجعة في الأمانة العامة للشركة اللوجستية للهيدروكربونات CLH
- ♦ مستشارة في العلاقات القانونية للشركات في Canal de Isabel II
- ♦ استشارية ومراجعة حسابات في شركة Helas Consultores SL
- ♦ مستشارة ومدققة حسابات في Alaro Avant
- ♦ محامية في مجال التقنيات الجديدة في Lorenzo Abogados
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ درجة الماجستير في الاستشارات القانونية للأعمال من معهد إمبريسا
- ♦ دورة عليا في إدارة الأمن الرقمي وإدارة الأزمات من قبل الجامعة الكالا والتحالف الإسباني للأمن والأزمات (AESYC)
- ♦ عضو في: الجمعية الإسبانية للخصوصية المهنية (APEP) ومنتدى نظم إدارة المعلومات الإدارية الدولية

أ. Peris Morillo, Luis Javier

- ♦ الرئيس التقني لشركة كايبتول للاستشارات في Inditex
- ♦ قائد تقني أول في مجال الدعم الفني ودعم التسليم الرئيسي في شركة HCL Technologies
- ♦ محرر تقني في Baeldung
- ♦ Agile Coach ومدير العمليات في Mirai Advisory
- ♦ مطور، Agile Coach، Team Lead، Scrum Master، Product Manager في DocPath
- ♦ تقني في ARCO
- ♦ بكالوريوس في هندسة متفوق في الكمبيوتر من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ دراسات عليا في إدارة المشاريع من قبل CEOE

أ. García La O, Marta

- ♦ متخصص في التسويق الرقمي والشبكات الاجتماعية
- ♦ الإدارة والشؤون Account Management الإدارية وإدارة الحسابات في فكر التخطيط والتطوير SI
- ♦ مدرسة تدريب كبار المديرين في شركة Think للتخطيط والتطوير SI
- ♦ أخصائي تسويق في Versas Consultores
- ♦ محاضرة جامعية في العلوم التجارية من جامعة Murcia
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال والتسويق من كلية إدارة الأعمال Fundesem

أ. García Niño, Pedro

- ♦ أخصائي تحديد تموضع الويب وSEO
- ♦ مدير مبيعات خدمات تكنولوجيا المعلومات في Camuñase و Electrocamuñas
- ♦ متخصص تقني في الأجهزة والبرمجيات في Camuñase و Electrocamuñas
- ♦ متخصص في PPC (Google Ads و SEM)
- ♦ أخصائي SEO على الصفحة و خارج الصفحة
- ♦ متخصص في تحليلات التسويق الرقمي وقياس النتائج

أ. Tato Sánchez, Rafael

- ♦ المدير الفني في Indra Sistemas SA
- ♦ مهندس النظم في ENA Traffic SAU
- ♦ ماجستير في الصناعة 4.0. من الجامعة على الإنترنت
- ♦ ماجستير في الهندسة الصناعية من جامعة الأوربية
- ♦ شهادة في هندسة الإلكترونيات الصناعية والأتمتة من الجامعة الأوربية
- ♦ مهندس التقنيات صناعي من جامعة البوليتكنيك في مدريد

أ. Díaz Díaz-Chirón, Tobías

- ♦ خبير استشاري في مجال الاندماج الاتصالات
- ♦ باحث في مجموعة SMILE بجامعة Castilla-La Mancha
- ♦ مستشار في شركة Blue Telecom
- ♦ يعمل مستقل متخصص بشكل أساسي لقطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية ، متخصص في شبكات 4G / 5G
- ♦ OpenStack: النشر والإدارة
- ♦ مهندس علوم كمبيوتر من جامعة كاستيلا لامانشا
- ♦ التخصص في هندسة الحاسوب والشبكات
- ♦ أستاذ مشارك في جامعة Cádiz
- ♦ المتحدث في دورة Sepecam على إدارة الشبكة

أ. Martínez Cerrato, Yésica

- ♦ متخصصة التعليم والأعمال والتسويق
- ♦ رئيسة التدريب التقني في Securitas Seguridad España
- ♦ Product Manager في الأمن الإلكتروني في Securitas Seguridad España
- ♦ محللة ذكاء الأعمال في Ricopia Technologies
- ♦ تقنية كمبيوتر ورئيسة فصول OTEC الحاسوبية في جامعة Alcalá de Henares
- ♦ معاونة في جمعية ASALUMA
- ♦ بكالوريوس في هندسة الاتصالات الإلكترونية من مؤسسة Escuela Politécnica Superior, جامعة Alcalá de Henares

أ. Fernández Meléndez, Galina

- ♦ متخصصة في Big Data
- ♦ محللة بيانات في شركة آرسبي لإدارة الأموال
- ♦ محلل بيانات في ADN Mobile Solution
- ♦ شهادة في إدارة الأعمال من جامعة بيسينتيناريا دي أرغوا. كاراكاس، فنزويلا
- ♦ دبلوم في التخطيط والمالية العامة من المدرسة الفنزويلية للتخطيط
- ♦ ماجستير في تحليل البيانات وذكاء الأعمال من جامعة أوفبيدو
- ♦ MBA في إدارة الأعمال والإدارة لكلية الأعمال الأوروبية في برشلونة
- ♦ ماجستير في البيانات الضخمة وذكاء الأعمال من كلية الأعمال الأوروبية في برشلونة

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



الهيكل والمحتوى

تم تصميم المنهج الدراسي على أساس الفعالية التعليمية، واختيار المحتويات بعناية لتقديم محاضرة دراسية كاملة، تشمل جميع مجالات الدراسة الضرورية لتحقيق المعرفة الحقيقية للموضوع. مع آخر التحديثات وجوانب القطاع. هكذا تم وضع منهج دراسي تقدم وحداته الدراسية منظورًا واسعًا للإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة. من الوحدة الأولى، يسير الطالب أن معرفته قد توسعت، مما يمكنه من التطور مهنيًا، مع العلم أنه يحظى أيضًا بدعم فريق من الخبراء.



تم تجميع جميع الموضوعات ومجالات المعرفة
في منهج دراسي كامل ومحدث، لنقل الطالب
إلى أعلى مستوى نظري وعملي"



الوحدة 1. نظم إدارة المعلومات الرئيسية

- 1.1. تخطيط موارد المؤسسات وإدارة علاقات العملاء (CRM و ERP)
 - 1.1.1. تخطيط موارد المؤسسات ERP
 - 2.1.1. إدارة علاقات العملاء CRM
 - 3.1.1. الاختلافات بين ERP و CRM. نقطة البيع
 - 4.1.1. نجاح الأعمال
- 2.1. تخطيط موارد المؤسسات ERP
 - 1.2.1. تخطيط موارد المؤسسات ERP
 - 2.2.1. أنواع ERP
 - 3.2.1. تطوير مشروع تنفيذ تخطيط موارد المؤسسات ERP
 - 4.2.1. تخطيط موارد المؤسسات ERP محسن الموارد
 - 5.2.1. هندسة نظام تخطيط موارد المؤسسات (ERP)
- 3.1. المعلومات المقدمة من تخطيط موارد المؤسسات
 - 1.3.1. المعلومات المقدمة من تخطيط موارد المؤسسات
 - 2.3.1. المميزات والعيوب
 - 3.3.1. البيانات
- 4.1. أنظمة ERP
 - 1.4.1. أنظمة وأدوات تخطيط موارد المؤسسات الحالية
 - 2.4.1. صناعة القرار
 - 3.4.1. يوما بعد يوم مع تخطيط موارد المؤسسات (ERP)
- 5.1. CRM إدارة العلاقة مع العملاء: مشروع التنفيذ
 - 1.5.1. إدارة علاقات العملاء CRM مشروع التنفيذ
 - 2.5.1. إدارة علاقات العملاء CRM كأداة عمل
 - 3.5.1. إستراتيجيات لنظام المعلومات
- 6.1. إدارة علاقات العملاء CRM ولاء العميل
 - 1.6.1. نقطة انطلاق
 - 2.6.1. البيع أو الولاء
 - 3.6.1. عوامل النجاح في نظام الولاء لدينا
 - 4.6.1. استراتيجيات متعددة القنوات
 - 5.6.1. تصميم إجراءات الولاء
 - 6.6.1. الولاء الإلكتروني

- 7.1. إدارة العلاقة مع العملاء (CRM): حملات التواصل
 - 1.7.1. إجراءات وخطط الاتصال
 - 2.7.1. أهمية العميل المطع
 - 3.7.1. الاستماع إلى العميل
- 8.1. إدارة العلاقة مع العملاء (CRM): تجنب عدم الرضا
 - 1.8.1. خسائر العميل
 - 2.8.1. الكشف عن الخطأ في الوقت المناسب
 - 3.8.1. عمليات التحسين
 - 4.8.1. التعافي فمن عدم رضا العملاء
- 9.1. إدارة العلاقة مع العملاء (CRM): إجراءات التواصل الخاصة
 - 1.9.1. الأهداف والتخطيط لحدث في الشركة
 - 2.9.1. تصميم وتنفيذ الحدث
 - 3.9.1. الإجراءات من القسم
 - 4.9.1. تحليل النتائج
- 10.1. التسويق عبر العلاقات
 - 1.10.1. الزرع، الاخطاء
 - 2.10.1. المنهجية والتقسيم والعمليات
 - 3.10.1. العمل حسب الدائرة
 - 4.10.1. أدوات CRM

الوحدة 2. أنواع البيانات ودورة حياتها

- 1.2. الإحصاء
 - 1.1.2. الإحصاءات: الإحصاءات الوصفية، والاستنتاجات الإحصائية
 - 2.1.2. المجموعة، العينة، الفرد
 - 3.1.2. المتغيرات: التعريف ومقاييس القياس
- 2.2. أنواع البيانات الإحصائية
 - 1.2.2. حسب النوع
 - 1.1.2.2. البيانات الكمية: بيانات مستمرة ومنفصلة
 - 2.1.2.2. النوعية: البيانات ذات الحدين والبيانات الاسمية والبيانات الترتيبية
 - 2.2.2. وفقا للشكل
 - 1.2.2.2. العدد
 - 2.2.2.2. النص
 - 3.2.2.2. المنطق

- 10.2. الجوانب التنظيمية
 - 1.10.2. قانون حماية البيانات
 - 2.10.2. الممارسات الجيدة
 - 3.10.2. الجوانب الأخرى المتعلقة بالسياسات

الوحدة 3. رقم التعلم الآلي

- 1.3 المعرفة في قواعد البيانات
 - 1.1.3. المعالجة المسبقة للبيانات
 - 2.1.3. التحليلات
 - 3.1.3. تفسير وتقييم النتائج
- 2.3 Machine Learning
 - 1.2.3. التعلم الخاضع للإشراف وغير الخاضع للإشراف
 - 2.2.3. التعليم المعزز
 - 3.2.3. التعلم شبه الخاضع للإشراف. نماذج التعلم الأخرى
- 3.3 التصنيف
 - 1.3.3. أشجار القرار والتعلم القائم على القواعد
 - 2.3.3. دعم آلات المتجهات (SVM) وخوارزميات الجوار الأقرب (KNN)
 - 3.3.3. مقاييس خوارزميات التصنيف
- 4.3 التراجع
 - 1.4.3. الانحدار الخطي والانحدار اللوجستي
 - 2.4.3. نماذج الانحدار غير الخطية
 - 3.4.3. تحليل السلاسل الزمنية
 - 4.4.3. مقاييس خوارزميات الانحدار
- 5.3 Clustering
 - 1.5.3. التجميع الهرمي
 - 2.5.3. تجميع جزئي
 - 3.5.3. مقاييس الخوارزميات العنقودية clustering
- 6.3 قواعد الرابطة
 - 1.6.3. مقاييس الفائدة
 - 2.6.3. طرق استخراج القواعد
 - 3.6.3. مقاييس خوارزميات قواعد الارتباط

- 3.2.2. حسب مصدرها
 - 1.3.2.2. الأولي
 - 2.3.2.2. الثانوي
- 3.2 دورة حياة البيانات
 - 1.3.2. مراحل الدورة
 - 2.3.2. معالم الدورة
 - 3.3.2. المبادئ FAIR
- 4.2 المراحل الأولية من الدورة
 - 1.4.2. تعريف الهدف
 - 2.4.2. تحديد الاحتياجات من الموارد
 - 3.4.2. مخطط Gantt
 - 4.4.2. هيكل البيانات
- 5.2 جمع البيانات
 - 1.5.2. منهجية التحصيل
 - 2.5.2. أدوات التحصيل
 - 3.5.2. قنوات التحصيل
- 6.2 تنظيف البيانات
 - 1.6.2. مراحل تطهير البيانات
 - 2.6.2. جودة البيانات
 - 3.6.2. معالجة البيانات (مع برنامج آر)
- 7.2 تحليل البيانات وتفسيرها وتقييم النتائج
 - 1.7.2. المقاييس الإحصائية
 - 2.7.2. مؤشرات العلاقة
 - 3.7.2. استخراج البيانات
- 8.2 مستودع البيانات (Datawarehouse)
 - 1.8.2. العناصر التي تتألف منها
 - 2.8.2. التصميم
 - 3.8.2. الجوانب التي ينبغي النظر فيها
- 9.2 توافر البيانات
 - 1.9.2. الدخول
 - 2.9.2. الوصول
 - 3.9.2. الأمان

4.4. أبعاد متكررة	7.3. المصفقات المتعددة
1.4.4. مصدر	1.7.3. "Bootstrap aggregation" او "bagging"
2.4.4. وسائط	2.7.3. خوارزمية الغابات العشوائية "Random Forests"
3.4.4. كلمة رئيسية	3.7.3. خوارزمية "Boosting"
4.4.4. الحملة الانتخابية	8.3. نماذج التفكير الاحتمالي
5.4.4. وضع العلامات المخصصة	1.8.3. المنطق الاحتمالي
5.4. إعدادات تحليلات جوجل	2.8.3. شبكات بايزي أو شبكات المعتقدات
1.5.4. تثبيت إنشاء حساب	3.8.3. "Hidden Markov Models"
2.5.4. إصدارات الأداة: 4UA / GA	9.3. إدراك متعدد الطبقات
3.5.4. علامة التتبع	1.9.3. شبكة عصبية
4.5.4. أهداف التحويل	2.9.3. التعلم الآلي بالشبكات العصبية
6.4. تنظيم تحليلات جوجل	3.9.3. هبوط التدرج، backpropagation والتنشيط
1.6.4. حساب	4.9.3. تنفيذ شبكة عصبية اصطناعية
2.6.4. ملكية	10.3. التعلم العميق
3.6.4. نظرة	1.10.3. الشبكات العصبية العميقة، المقدمة
7.4. معلومات تحليلات جوجل	2.10.3. الشبكات التلافيفية
1.7.4. في الوقت الحقيقي	3.10.3. النمذجة التسلسلية
2.7.4. الجمهور	4.10.3. منصة Tensorflow و (إطار عمل للتعلم الآلي مفتوح المصدر) Pytorch
3.7.4. اكتساب	
4.7.4. السلوك	
5.7.4. التحويلات	
6.7.4. التجارة الإلكترونية	
8.4. تقارير تحليلات جوجل المتقدمة	
1.8.4. تقارير مخصصة	
2.8.4. الألواح	
3.8.4. APIs	
9.4. المرشحات والقطاعات	
1.9.4. فلتر	
2.9.4. تجزئة	
3.9.4. أنواع القطاعات: محددة مسبقاً/مخصصة	
4.9.4. قوائم تجديد النشاط التسويقي	

الوحدة 4. تحليلات الويب

1.4. تحليلات الويب
1.1.4. المقدمة
2.1.4. تطور تحليلات الويب
3.1.4. عملية التحليل
2.4. Google Analytics
1.2.4. Google Analytics
2.2.4. الاستخدام
3.2.4. الأهداف
3.4. Hits. التفاعلات مع الموقع
1.3.4. المقاييس الأساسية
2.3.4. (KPI (Key Performance Indicators
3.3.4. معدلات التحويل المناسبة

- 6.5. تدابير المسؤولية الاستباقية
 - 1.6.5. تحديد التقنيات لضمان وإثبات الامتثال
 - 2.6.5. التدابير التنظيمية
 - 3.6.5. التدابير الفنية
 - 4.6.5. إدارة الانتهاكات الأمنية للبيانات الشخصية
 - 5.6.5. سجل أنشطة العلاج
- 7.5. تقييم الأثر المتعلق بحماية البيانات الشخصية (EIPD أو DPIA)
 - 1.7.5. الأنشطة التي تتطلب EIPD
 - 2.7.5. منهجيات التقييم
 - 3.7.5. تحديد المخاطر والتهديدات والتشاور مع سلطة الرقابة
- 8.5. التنظيم التعاقدية: المديرين والمديرين والموضوعات الأخرى
 - 1.8.5. عقود حماية البيانات
 - 2.8.5. توزيع المسؤوليات
 - 3.8.5. العقود بين المراقبين المشتركين
- 9.5. عمليات نقل البيانات الدولية
 - 1.9.5. التعريف والضمانات الواجب اعتمادها
 - 2.9.5. الشروط التعاقدية القياسية
 - 3.9.5. أدوات أخرى لتنظيم التحويلات
- 10.5. المخالفات والعقوبات
 - 1.10.5. المخالفات والعقوبات
 - 2.10.5. معايير التخرج في مسائل العقوبات
 - 3.10.5. مسؤول حماية البيانات
 - 4.10.5. وظائف سلطات الرقابة

الوحدة 6. أنظمة قابلة للتطوير وموثوق بها لاستخدام البيانات على نطاق واسع

- 1.6. قابلية التوسع والموثوقية وقابلية الصيانة
 - 1.1.6. قابلية التوسع
 - 2.1.6. المصدقية
 - 3.1.6. قابلية الصيانة
- 2.6. نماذج البيانات
 - 1.2.6. تطور نماذج البيانات
 - 2.2.6. مقارنة النموذج العلائقي مع نموذج NoSQL المستند إلى المستندات
 - 3.2.6. نموذج الرسم البياني

- 10.4. خطة التحليلات الرقمية
 - 1.10.4. وساطة
 - 2.10.4. التنفيذ في البيئة التكنولوجية
 - 3.10.4. الاستنتاجات

الوحدة 5. لوائح إدارة البيانات

- 1.5. الإطار التنظيمي
 - 1.1.5. الإطار التنظيمي والتعاريف
 - 2.1.5. مراقبو البيانات، المراقبون المشاركون والمعالجون
 - 3.1.5. الإطار التنظيمي التالي للذكاء الاصطناعي
- 2.5. المبادئ المتعلقة بتجهيز البيانات الشخصية
 - 1.2.5. الشرعية والولاء والشفافية وحدود الغرض
 - 2.2.5. التقليل من البيانات والدقة والحد من فترة الاحتفاظ
 - 3.2.5. النزاهة والسرية
 - 4.2.5. المسؤولية الاستباقية
- 3.5. التشريع والتأهيل للعلاج
 - 1.3.5. أسس الشرعية
 - 2.3.5. التأهيل لمعالجة فئات خاصة من البيانات
 - 3.3.5. الاتصال بالبيانات
- 4.5. حقوق الأفراد
 - 1.4.5. الشفافية والمعلومات
 - 2.4.5. الدخول
 - 3.4.5. التصحيح والحذف (الحق في النسيان) والتحديد وإمكانية النقل
 - 4.4.5. المعارضة والقرارات الفردية الآتية
 - 5.4.5. حدود الحقوق
- 5.5. تحليل وإدارة المخاطر
 - 1.5.5. تحديد المخاطر والتهديدات لحقوق وحريات الأشخاص الطبيعيين
 - 2.5.5. تقييم المخاطر
 - 3.5.5. خطة معالجة المخاطر

الوحدة 7. إدارة الأنظمة لعمليات النشر الموزعة

- 1.7. الإدارة الكلاسيكية. النموذج الأحادي
 - 1.1.7. التطبيقات الكلاسيكية. النموذج الأحادي
 - 2.1.7. متطلبات النظام للتطبيقات المتجانسة
 - 3.1.7. إدارة الأنظمة المتجانسة
 - 4.1.7. التشغيل التلقائي
- 2.7. التطبيقات الموزعة. الخدمة المصغرة
 - 1.2.7. نموذج الحوسبة الموزعة
 - 2.2.7. النماذج القائمة على الخدمات المصغرة
 - 3.2.7. متطلبات النظام للنماذج الموزعة
 - 4.2.7. التطبيقات المتجانسة مقابل التطبيقات الموزعة.
- 3.7. أدوات لاستغلال الموارد
 - 1.3.7. إدارة «الحديد»
 - 2.3.7. المحاكاة الافتراضية
 - 3.3.7. محاكاة
 - 4.3.7. للافتراضية
- 4.7. نماذج IaaS و PaaS و SaaS
 - 1.4.7. نموذج IaaS
 - 2.4.7. نموذج PaaS
 - 3.4.7. نموذج SaaS
 - 4.4.7. أنماط التصميم
- 5.7. حاويات
 - 1.5.7. الافتراضية مع Cgroups
 - 2.5.7. حاويات
 - 3.5.7. من التطبيق إلى الحاوية
 - 4.5.7. تنسيق الحاويات
- 6.7. التجميع
 - 1.6.7. أداء عالي وتوافر عالي
 - 2.6.7. نماذج عالية التوفر
 - 3.6.7. الكتلة كمنصة SaaS
 - 4.6.7. تأمين الكتل

- 3.6. محركات تخزين واسترجاع البيانات
 - 1.3.6. تخزين السجل المنظم
 - 2.3.6. التخزين في جداول قطاعية
 - 3.3.6. بي - تري
- 4.6. الخدمات وتمرير الرسائل وتنسيقات تشفير البيانات
 - 1.4.6. تدفق البيانات في خدمات REST
 - 2.4.6. تدفق البيانات في تمرير الرسائل
 - 3.4.6. تنسيقات تسليم الرسائل
- 5.6. النسخ
 - 1.5.6. نظرية CAP
 - 2.5.6. نماذج التناسق
 - 3.5.6. نماذج النسخ المتماثل على أساس مفاهيم القائد والمتابعين
- 6.6. المعاملات الموزعة
 - 1.6.6. عمليات ذرية
 - 2.6.6. المعاملات الموزعة من طرق مختلفة كالبن ، سبانر ،
 - 3.6.6. تسلسل
- 7.6. التقسيم
 - 1.7.6. أنواع التقسيم
 - 2.7.6. فهارس مقسمة
 - 3.7.6. إعادة موازنة الأقسام
- 8.6. تجهيز الدفعات
 - 1.8.6. تجهيز الدفعات
 - 2.8.6. MapReduce
 - 3.8.6. نهج بعد MapReduce
- 9.6. معالجة دفق البيانات
 - 1.9.6. نظم الرسائل
 - 2.9.6. استمرار تدفق البيانات
 - 3.9.6. الاستخدامات والعمليات مع تدفقات البيانات
- 10.6. حالات الاستخدام تويتر، فيسبوك، أوبر
 - 1.10.6. تويتر: استخدام ذاكرات التخزين المؤقت
 - 2.10.6. الفيسبوك: النماذج غير العلائقية
 - 3.10.6. أوبر: نماذج مختلفة لأغراض مختلفة

4.8	بروتوكولات الاتصال	7.7	الحوسبة السحابية (Cloud computing)
1.4.8	التصنيف	1.7.7	الكتل مقابل السحب
2.4.8	نموذج OSI	2.7.7	أنواع السحب
3.4.8	التقنيات	3.7.7	نماذج الخدمة السحابية
5.8	منصات إنترنت الأشياء IoT وإنترنت الأشياء الصناعي IIoT	4.7.7	زيادة في الاكتتاب
1.5.8	منصة إنترنت الأشياء	8.7	المراقبة والاختبار
2.5.8	المنصات السحابية للأغراض العامة	1.8.7	أنواع المراقبة
3.5.8	منصات صناعية	2.8.7	العرض
4.5.8	منصات مفتوحة المصدر	3.8.7	اختبار البنية التحتية
6.8	إدارة البيانات في منصات إنترنت الأشياء IoT	4.8.7	هندسة الفوضى
1.6.8	آليات الإدارة	9.7	دراسة الحالة: Kubernetes
2.6.8	البيانات المفتوحة	1.9.7	الهيكل
3.6.8	تبادل البيانات	2.9.7	الإدارة
4.6.8	تصوير البيانات	3.9.7	نشر الخدمات
7.8	الأمن في إنترنت الأشياء IoT	4.9.7	تطوير خدمات S8K
1.7.8	متطلبات الأمن	10.7	دراسة الحالة: OpenStack
2.7.8	مناطق امنة	1.10.7	الهيكل
3.7.8	استراتيجيات الأمان	2.10.7	الإدارة
4.7.8	أمن إنترنت الأشياء الصناعية	3.10.7	عمليات النشر
8.8	مجالات تطبيق أنظمة إنترنت الأشياء	4.10.7	تطوير خدمات OpenStack
1.8.8	المدن الذكية	الوحدة 8. إنترنت الأشياء	
2.8.8	الصحة و اللياقة		
3.8.8	المنزل الذكي		
4.8.8	التطبيقات الأخرى		
9.8	تطبيق إنترنت الأشياء الصناعية في مختلف القطاعات الصناعية		
1.9.8	التصنيع		
2.9.8	النقل		
3.9.8	طاقة		
4.9.8	الزراعة وتربية المواشي		
5.9.8	قطاعات أخرى		
10.8	تكامل إنترنت الأشياء الصناعية في نموذج الصناعة 4.0	1.8	إنترنت الأشياء
1.10.8	IIoT (إنترنت الأشياء الروبوتية)	1.1.8	إنترنت المستقبل
2.10.8	تصنيع المواد المضافة ثلاثية الأبعاد	2.1.8	إنترنت الأشياء وإنترنت الأشياء الصناعي
3.10.8	تحليلات البيانات الضخمة	3.1.8	اتحاد الإنترنت الصناعي
		2.8	الهندسة المعمارية المرجعية
		1.2.8	العمارة المرجعية
		2.2.8	الطبقات والمكونات
		3.8	أجهزة إنترنت الأشياء.
		1.3.8	التصنيف
		2.3.8	المكونات
		3.3.8	المجسات والمشغلات الميكانيكية

الوحدة 9. إدارة المشاريع ومنهجيات Agile

- 1.9 قيادة وإدارة المشاريع
 - 1.1.9 المشروع
 - 2.1.9 مراحل المشروع
 - 3.1.9 قيادة وإدارة المشاريع
- 2.9 منهجية PMI لإدارة المشاريع
 - 1.2.9 PMI (معهد إدارة المشاريع)
 - 2.2.9 PMBOK
 - 3.2.9 الفرق بين حافظة المشروع والبرنامج والمشاريع
 - 4.2.9 تطور المنظمات التي تعمل مع المشاريع
 - 5.2.9 أصول العملية في المنظمات
- 3.9 منهجية PMI لإدارة المشاريع: العمليات
 - 1.3.9 مجموعات العمليات
 - 2.3.9 مجالات المعرفة
 - 3.3.9 مصفوفة العملية
- 4.9 منهجيات Agile لإدارة المشاريع
 - 1.4.9 سياق VUCA (التقلب وعدم اليقين والتعقيد والغموض)
 - 2.4.9 قيم Agile
 - 3.4.9 مبادئ بيان Agile
- 5.9 إطار عمل منهجية Agile SCRUM لإدارة المشاريع.
 - 1.5.9 Scrum
 - 2.5.9 ركائز منهجية سكرم
 - 3.5.9 القيم في Scrum
- 6.9 إطار عمل منهجية Agile SCRUM لإدارة المشاريع: العملية
 - 1.6.9 عملية Scrum
 - 2.6.9 الأدوار الموضحة في عملية Scrum
 - 3.6.9 المراسم في Scrum
- 7.9 إطار عمل منهجية Agile SCRUM لإدارة المشاريع: الآثار
 - 1.7.9 النقص الأثرية في عملية Scrum
 - 2.7.9 فريق Scrum
 - 3.7.9 مقاييس لتقييم أداء فريق Scrum

- 8.9 إطار عمل منهجية KANBAN Agile لإدارة المشاريع: طريقة Kanban
 - 1.8.9 Kanban
 - 2.8.9 فوائد Kanban
 - 3.8.9 طريقة Kanban العوامل
- 9.9 إطار عمل منهجية KANBAN Agile لإدارة المشاريع: ممارسات طريقة Kanban
 - 1.9.9 قيم Kanban
 - 2.9.9 مبادئ طريقة كانبان
 - 3.9.9 ممارسات عامة لطريقة Kanban
 - 4.9.9 مقاييس تقييم أداء كانبان
- 10.9 مقارنة: PMI و SCRUM و KANBAN
 - 1.10.9 PMI-SCRUM
 - 2.10.9 PMI-KANBAN
 - 3.10.9 Scrum-Kanban

الوحدة 10. التواصل والقيادة وإدارة الفريق

- 1.10 التطوير التنظيمي في الشركة
 - 1.1.10 المناخ والثقافة والتطوير التنظيمي في الشركة
 - 2.1.10 إدارة الثروات البشرية
- 2.10 نماذج العنوان: صناعة القرار
 - 1.2.10 نقلة نوعية في نماذج الإدارة
 - 2.2.10 عملية إدارة شركة التكنولوجيا
 - 3.2.10 اتخاذ القرارات: أدوات التخطيط
- 3.10 القيادة: التفويض والتمكين
 - 1.3.10 القيادة
 - 2.3.10 التفويض والتمكين
 - 3.3.10 تقييم الأداء
- 4.10 القيادة: إدارة المواهب والالتزام
 - 1.4.10 إدارة المواهب في الشركة
 - 2.4.10 إدارة الالتزام في الشركة
 - 3.4.10 تحسين الاتصال في الشركة
- 5.10 التدريب المطبق على الشركة
 - 1.5.10 التدريب الإداري
 - 2.5.10 تدريب الفرق

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- 1.11. العولمة والحكامة
 - 1.1.11. الحكامة وإدارة 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. Cross Cultural Management
 - 1.3.11. مفهوم Cross Cultural Management
 - 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 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. زرع المسؤولية الاجتماعية للشركة
 - 3.7.11. التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات

- 6.10. تطبيق التوجيه على الشركة
 - 1.6.10. الملف الشخصي مینتور
 - 2.6.10. العمليات الأربع لبرنامج التوجيه
 - 3.6.10. الأدوات والتقنيات في عملية التوجيه
 - 4.6.10. فوائد التوجيه في بيئة الأعمال
 - 7.10. إدارة الفريق 1 العلاقات الشخصية
 - 1.7.10. العلاقات بين الأفراد
 - 1.1.7.10. الأنماط العلائقية: المنظور
 - 2.1.7.10. الاجتماعات الفعالة والاتفاقات في المواقف الصعبة
 - 8.10. إدارة الفريق 2 النزاعات
 - 1.8.10. الصراعات
 - 2.8.10. منع نشوب النزاعات ومعالجتها وحلها
 - 1.2.8.10. استراتيجيات منع نشوب الصراعات
 - 2.2.8.10. فض النزاعات. المبادئ الأساسية
 - 3.2.8.10. استراتيجيات حل المنازعات
 - 3.8.10. الضغوط والتحفيز في العمل
 - 9.10. إدارة الفريق 3. التفاوض
 - 1.9.10. التفاوض في المجال الإداري لشركات التكنولوجيا
 - 2.9.10. أنماط التفاوض
 - 3.9.10. مراحل التفاوض
 - 1.3.9.10. الحوار التي يتعين التغلب عليها في المفاوضات
 - 10.10. إدارة الفريق 4. تقنيات التفاوض
 - 1.10.10. تقنيات واستراتيجيات التفاوض
 - 1.1.10.10. أنواع التفاوض الرئيسية
 - 2.1.10.10. تكتيكات التفاوض والقضايا العملية
 - 2.10.10. شخصية المتفاوض

- 5.12. تحفيز
 - 1.5.12. طبيعة الدافع
 - 2.5.12. نظرية التوقعات
 - 3.5.12. نظريات الحاجيات
 - 4.5.12. الدافع والتعويض المالي
 - 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. التواصل الإداري
 - 1.9.12. التواصل الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية
 - 2.9.12. أقسام التواصل
 - 3.9.12. مدير الإعلانات في الشركة ملف تعريف مدير التواصل في الشركة
 - 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

- 8.11. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة
 - 1.8.11. المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 2.8.11. القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة
 - 3.8.11. خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 4.8.11. أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 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. الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان
 - 10.11. البيئة القانونية و Corporate Governance
 - 1.10.11. لوائح الاستيراد والتصدير الدولية
 - 2.10.11. الملكية الفكرية والصناعية
 - 3.10.11. قانون العمل الدولي

الوحدة 12. قيادة الأفراد 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. تحليل الكفاءة
 - 2.2.12. سياسة المكافآت
 - 3.2.12. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي
 - 3.12. تقييم الأداء وإدارة الأداء
 - 1.3.12. إدارة الأداء
 - 2.3.12. إدارة الأداء: الأهداف و العملية
 - 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

- 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. تحليل الربحية
- 10.13. تحليل وحل الحالات/ المشاكل
- 1.10.13. المعلومات المالية لشركة التصميم وصناعة النسيج (INDITEX) S.A.

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. مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية Ecommerce مقابل التجارة التقليدية

- 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
- 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 الرأسمالية
- 3.4.13. الميزانية التشغيلية
- 5.4.13. ميزانية الخزينة
- 6.4.13. 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. التخطيط 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 Cash Flow
- 5.6.13. الجدول الحالي
- 7.13. الاستراتيجية المالية للشركة
- 1.7.13. الاستراتيجية المؤسسية ومصادر التمويل
- 2.7.13. المنتجات المالية لتمويل الأعمال

- 5.14. التسويق الرقمي لتقوية العلامة التجارية
 - 1.5.14. استراتيجيات عبر الإنترنت لتحسين سمعة علامتك التجارية
 - 2.5.14. Branded Content & Storytelling
 - 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. ادارة الحملات الرقمية
 - 1.7.14. ما هي الحملة الاعلانية الرقمية؟
 - 2.7.14. خطوات اطلاق حملة تسويق عبر الإنترنت
 - 3.7.14. أخطاء في الحملات الاعلانية الرقمية
 - 8.14. استراتيجيات المبيعات
 - 1.8.14. استراتيجيات المبيعات
 - 2.8.14. طرق البيع
 - 9.14. التواصل المؤسسي
 - 1.9.14. المفهوم
 - 2.9.14. أهمية التواصل في المؤسسة
 - 3.9.14. نوع التواصل في المنظمة
 - 4.9.14. وظائف التواصل في المؤسسة
 - 5.9.14. عناصر التواصل
 - 6.9.14. مشاكل التواصل
 - 7.9.14. سيناريوهات التواصل
 - 10.14. التواصل 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

- 8.15. الذكاء العاطفي
 - 1.8.15. الذكاء العاطفي والتواصل
 - 2.8.15. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
 - 3.8.15. الثقة بالنفس والإعلام العاطفي
 - 9.15. خلق العلامات التجارية Branding الشخصية
 - 1.9.15. استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية
 - 2.9.15. قوانين العلامات التجارية الشخصية
 - 3.9.15. أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية
 - 10.15. القيادة وإدارة الفرق
 - 1.10.15. القيادة وأساليب القيادة
 - 2.10.15. قدرات القائد والتحديات
 - 3.10.15. إدارة عملية التغيير
 - 4.10.15. إدارة فرق متعددة الثقافات

تدريب فريد من نوعه يتميز بجودة محتواه وطاقمه التدريسي المتميز"



الوحدة 15. مدير إدارة

- 1.15. General Management
 - 1.1.15. مفهوم General Management
 - 2.1.15. عمل Manager General
 - 3.1.15. المدير العام ومهامه
 - 4.1.15. تحول عمل الإدارة
- 2.15. المدير ووظائفه: الثقافة التنظيمية ومقارباتها
 - 1.2.15. المدير ووظائفه: الثقافة التنظيمية ومقارباتها
 - 3.15. إدارة العمليات
 - 1.3.15. أهمية الإدارة
 - 2.3.15. سلسلة القيم
 - 3.3.15. إدارة الجودة
 - 4.15. الخطابة وتشكيل متحدثين رسميين
 - 1.4.15. التواصل بين الأشخاص
 - 2.4.15. مهارات التواصل والتأثير
 - 3.4.15. حواجز التواصل
 - 5.15. أدوات التواصل الشخصية والمؤسسية
 - 1.5.15. التواصل بين الأشخاص
 - 2.5.15. أدوات التواصل بين الأشخاص
 - 3.5.15. التواصل في المنظمات
 - 4.5.15. الأدوات في المنظمة
 - 6.15. التواصل في حالات الأزمات
 - 1.6.15. الأزمات
 - 2.6.15. مراحل الأزمات
 - 3.6.15. الرسائل: المحتويات واللحظات
 - 7.15. إعداد خطة للأزمات
 - 1.7.15. تحليل المشاكل المحتملة
 - 2.7.15. التخطيط
 - 3.7.15. تكيف الموظفين

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.

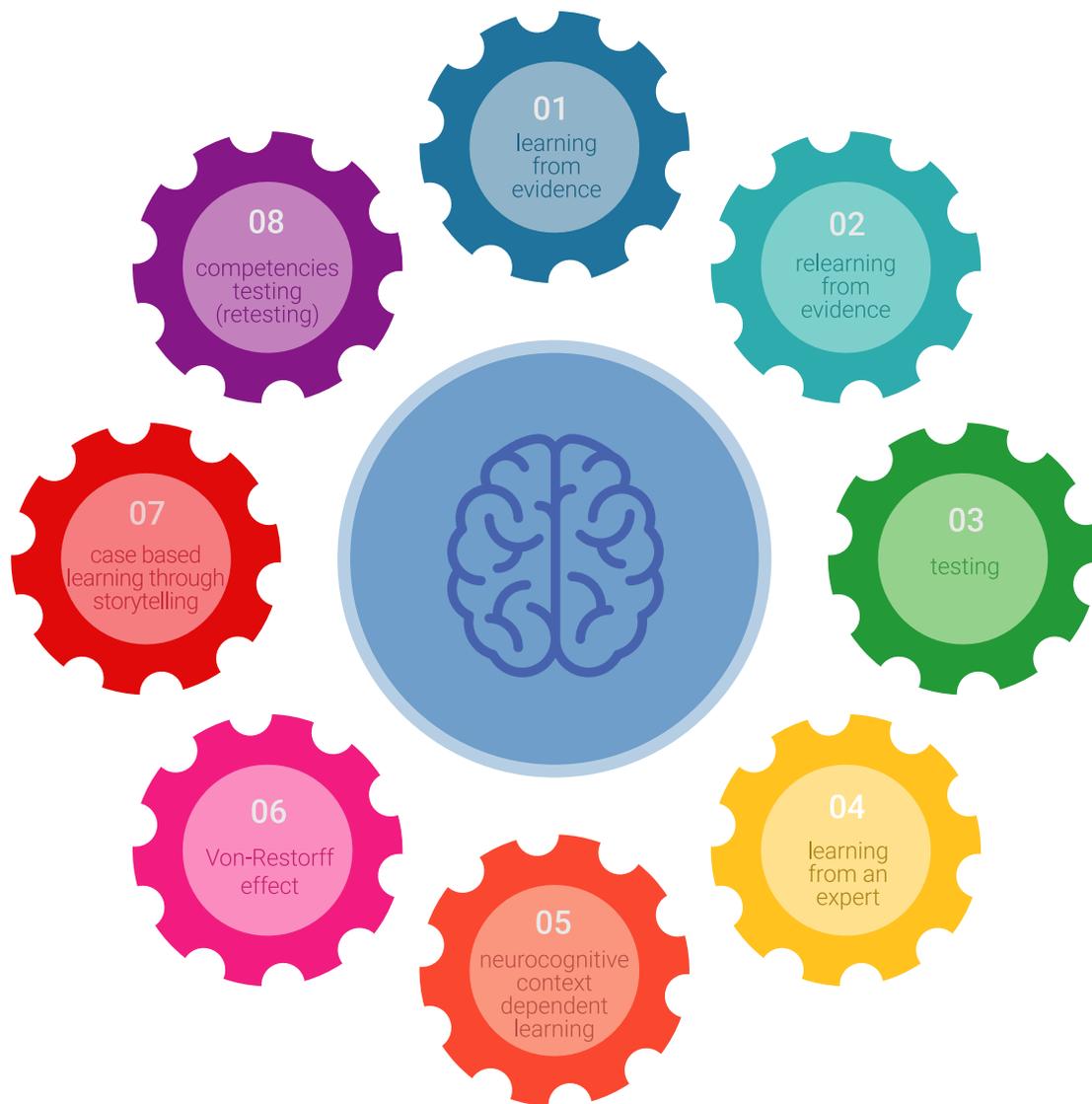
يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة
في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في
حياتك المهنية"

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 الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت 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 طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

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

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

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
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 بالمخ، 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، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموماً 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 والكفاءات

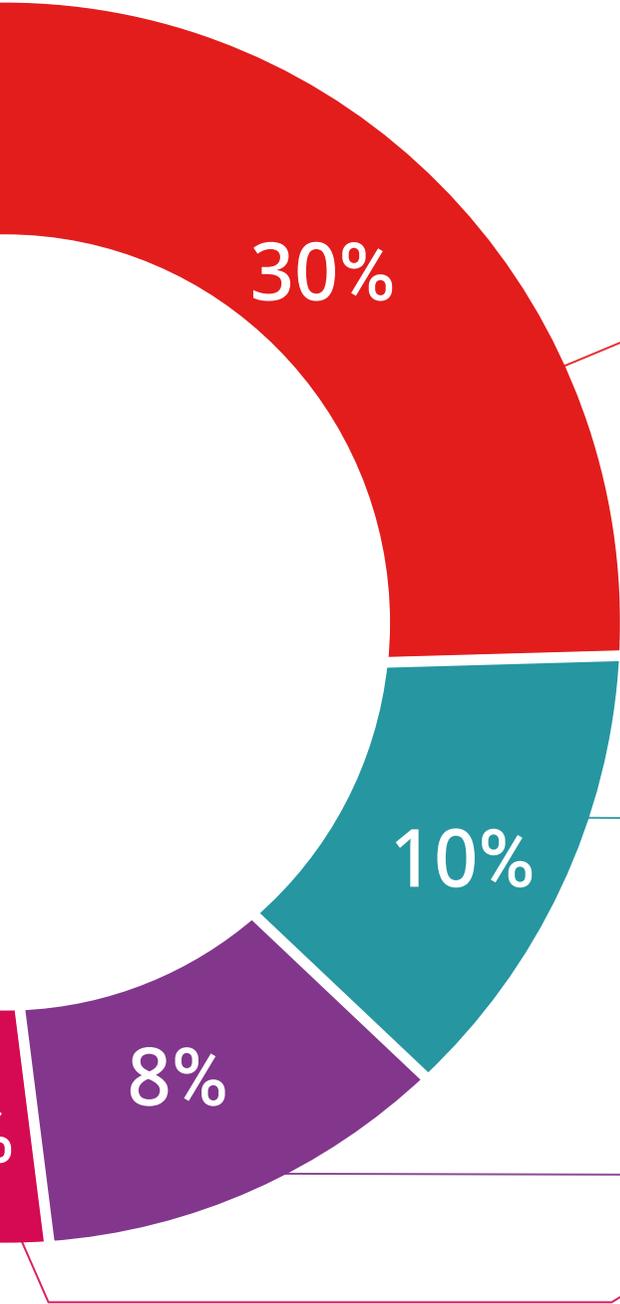


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

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.



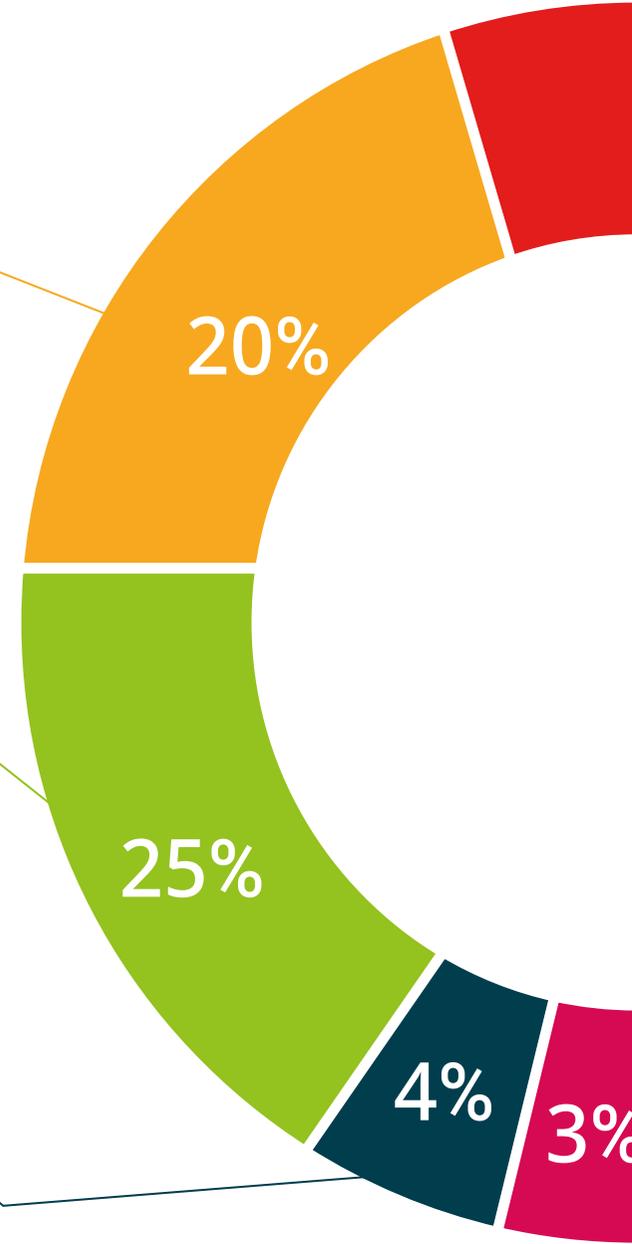
ملخصات تفاعلية

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

يضمن ماجستير خاص في MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وحدثاً الحصول على مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



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

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في **MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة**

اطريقة: عبر الإنترنت

مدة: 12 شهر

هذه ماجستير خاص في **MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل **ماجستير خاص** الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**

ماجستير خاص في MBA الإدارة التقنية لعلوم البيانات في الشركة

التوزيع العام للوحة الدراسية		التوزيع العام للوحة الدراسية	
نوع المادة	عدد الساعات	نوع المادة	عدد الساعات
نظم إدارة المعلومات الرئيسية	1*	نظم إدارة المعلومات الرئيسية	1*
أنواع البيانات وبنية بياناتها	1*	أنواع البيانات وبنية بياناتها	1*
رقم النظم الآلي	1*	رقم النظم الآلي	1*
تطبيقات الويب	1*	تطبيقات الويب	1*
توليد قاعدة البيانات	1*	توليد قاعدة البيانات	1*
المنطق خاتمة للتطوير ومولود بقا لاستخدام البيانات على نطاق واسع	1*	المنطق خاتمة للتطوير ومولود بقا لاستخدام البيانات على نطاق واسع	1*
إدارة الأنظمة لتعميل النشر الموزعة	1*	إدارة الأنظمة لتعميل النشر الموزعة	1*
التزوت الأمنية	1*	التزوت الأمنية	1*
إدارة المشاريع ومستخدمات مايو	1*	إدارة المشاريع ومستخدمات مايو	1*
التواصل والشبكات وإدارة الفريق	1*	التواصل والشبكات وإدارة الفريق	1*
القيادة والتحفيز والمسؤولية الاجتماعية للشركة	1*	القيادة والتحفيز والمسؤولية الاجتماعية للشركة	1*
مبادئ التمرد وإدارة الموهوب	1*	مبادئ التمرد وإدارة الموهوب	1*
القيادة الاقتصادية والمالية	1*	القيادة الاقتصادية والمالية	1*
القيادة التقنية والتسويق الاستراتيجي	1*	القيادة التقنية والتسويق الاستراتيجي	1*
مدير إدارة	1*	مدير إدارة	1*



 أ.د. / Tere Guevara Navarro
 رئيس الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة منوطة إلى

..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص

في

MBA الإدارة التقنية لعلوم
البيانات في الشركة

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

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018

في تاريخ 17 يونيو 2020


 أ.د. / Tere Guevara Navarro
 رئيس الجامعة

AFWOR235 tech@ute.com/certificates | الكود الفريد الخاص بجامعة

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

tech الجامعة
التكنولوجية

الحاضر

الابتكار

الحاضر

الجودة

ماجستير خاص

MBA الإدارة التقنية لعلوم

البيانات في الشركة

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات



ماجستير خاص
MBA الإدارة التقنية لعلوم
البيانات في الشركة