

برنامج تنمية إدارية  
التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات



الجامعة  
التكنولوجية **tech**

## برنامج تنمية إدارية التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 6 أشهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا
- « مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين
- « موجهة إلى: الخريجين والمهنيين ذوي الخبرة الواضحة في القطاع.

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtitute.com/ae/school-of-business/executive-development-program/marketing-business-institutional-strategy](http://www.techtitute.com/ae/school-of-business/executive-development-program/marketing-business-institutional-strategy)

# الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا برنامجنا هذا تحديدا؟	02	لماذا تدرس في جامعة TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	الملف الشخصي لطلابنا	06	المنهجية	05	الهيكل والمحتوى		
	صفحة 36		صفحة 28		صفحة 18		
10	المزايا لشركتك	09	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	08	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية		
	صفحة 48		صفحة 44		صفحة 40		
11	المؤهل العلمي						
	صفحة 52						

# كلمة الترحيب

يتطلب وضع أي استراتيجية تجارية ناجحة عملاً متخصصاً في مجال التسويق. يتم تنظيم مجال العمل هذا حول مجموعة كاملة من أدوات التسويق التي لا يمكن إلا للمحترفين الأكثر كفاءة إتقانها.

من خلال هذا البرنامج الشامل في التسويق والأعمال والاستراتيجية المؤسسية، ستتمكن من تضمين جميع معارف ومهارات خبير في هذا المجال الهام من التنمية: مجال دقيق لا يمكن أن يقدمه سوى الأفضل.



برنامج التنمية الإدارية في التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات.  
TECH الجامعة التكنولوجية

أتقن الاستراتيجيات الأكثر تقدماً في التسويق واستراتيجية الأعمال التجارية  
والمؤسسية في تدريب عالي التأثير على حياتك المهنية "



# لماذا تدرس في جامعة TECH؟

TECH هي أكبر مدرسة إدارة أعمال 100% عبر الانترنت في العالم. إنها كلية نخبة للأعمال، مع نموذج لأقصى قدر من المتطلبات الأكاديمية. مركز دولي عالي الأداء مع تدريب مكثف على المهارات الإدارية.



TECH هي جامعة تقنية حديثة تضع كل مواردها في متناول الطالب  
لمساعدته على تحقيق النجاح في بيئة الأعمال"



### الابتكار



تقدم لك الجامعة نموذجًا تعليميًا عبر الإنترنت يجمع بين أحدث التقنيات التعليمية وأعلى دقة تربوية. إنه منهج فريد من نوعه يتمتع بأكثر قدر من الاعتراف الدولي والذي سيوفر للطلاب مفاتيح التطور في عالم يتغير باستمرار، حيث يجب أن يكون الابتكار هو الرهان الأساسي لكل رائد أعمال.

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

### أعلى المعايير



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

من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

# 95%

### إقامة شبكة جيدة من العلاقات



يشارك المحترفون من جميع أنحاء العالم في جامعة TECH، بطريقة يمكن للطلاب من خلالها إنشاء شبكة كبيرة من الاتصالات المفيدة لمستقبله.

# +200

جنسية مختلفة

# +100.000

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

### التمكين



سينمو الطالب جنبًا إلى جنب مع أفضل الشركات والمهنيين ذوي المكانة والتأثير الكبير. طورت جامعة TECH تحالفات استراتيجية وشبكة قيمة من الاتصالات مع الممثلين الاقتصاديين الرئيسيين في القارات السبع.

اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات

# +500

### الموهبة



هذا البرنامج هو عرض فريد لإبراز موهبة الطالب في مجال الأعمال. إنها فرصة يمكنه من خلالها التعريف بمخاوفه ورؤيته عمله.

تساعد جامعة TECH الطالب على إظهار موهبته للعالم في نهاية هذا البرنامج.

### سياق متعدد الثقافات



عند الدراسة في جامعة TECH، سيتمكن الطالب من الاستمتاع بتجربة فريدة من نوعها. سوف يدرس في سياق متعدد الثقافات. في برنامج ذي رؤية عالمية، سيتمكن بفضل من تعلم كيفية العمل في أنحاء مختلفة من العالم، وتجميع أحدث المعلومات التي تناسب فكرة عمله.

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

# tech 09 | لماذا تدرس في TECH؟

تسعى جامعة TECH إلى التميز ولهذا لديها سلسلة من الخصائص التي تجعلها جامعة فريدة من نوعها:

## التحليلات



في جامعة TECH، يتم استكشاف الجانب النقدي للطلاب وقدرته على طرح الأسئلة ومهارات حل المشكلات ومهارات التعامل مع الآخرين.

## التميز الأكاديمي



في جامعة TECH يتم توفير أفضل منهجية تعلم عبر الإنترنت للطلاب. تجمع الجامعة بين طريقة إعادة التعلم *Relearning* (منهجية التعلم للدراسات العليا صاحبة أفضل تصنيف دولي) مع دراسة الحالة. التقاليد والريادة في توازن صعب، وفي سياق مسار الرحلة الأكاديمية الأكثر تطلبًا.

## الإقتصاد الكلي



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



## تعلم مع الأفضل



يشرح فريق تدريس جامعة TECH في الفصل ما أدى إلى النجاح في شركاتهم، والعمل من سياق حقيقي وحيوي وديناميكي. يقدم المعلمون المشاركون بشكل كامل تخصصًا عالي الجودة يسمح بالتقدم في حياته المهنية والتميز في عالم الأعمال.

في جامعة TECH، ستتمكن من الوصول إلى دراسات الحالة الأكثر صرامة وحدائثة في المشهد الأكاديمي”

# لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

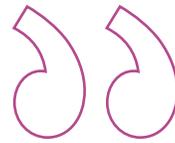
تعني دراسة برنامج TECH الجامعة التكنولوجية هذا زيادة فرص تحقيق النجاح المهني في إدارة الأعمال العليا.

إنه تحد يتطلب الجهد والتفاني، لكنه يفتح الباب لمستقبل واعد. سيتعلم الطلاب من أفضل أعضاء هيئة التدريس وباستخدام المنهجية التعليمية الأكثر مرونة وابتكاراً.





نحظى بمدرسين مؤهلين تأهيلاً عالياً ومناهج تعليمية كاملة في السوق، مما  
يتيح لنا أن نقدم لك تدريباً على أعلى مستوى أكاديمي



سيوفر هذا البرنامج للطلاب العديد من المزايا المهنية والشخصية، لا سيما ما يلي:

01

## إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

من خلال الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية، سيتمكن الطلاب من التحكم في مستقبلهم وتطوير إمكاناتهم الكاملة. من خلال إكمال هذا البرنامج، سيكتسب الطلاب المهارات المطلوبة لإحداث تغيير إيجابي في حياتهم المهنية في فترة زمنية قصيرة.

70% من المشاركين يحققون تطوراً وظيفياً إيجابياً في أقل من عامين.

02

## تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

تقدم TECH الجامعة التكنولوجية نظرة عامة متعمقة على الإدارة العامة لفهم كيفية تأثير كل قرار على كل مجال من المجالات الوظيفية المختلفة للشركة.

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين رؤيتك الإستراتيجية.

03

## تعزيز مهارات الإدارة العليا للطالب

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

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية عليا حقيقية.

04

## تحمل مسؤوليات جديدة

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

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

### تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

07

تساعد جامعة TECH الطالب على تطبيق وتطوير المعرفة المكتسبة وتحسين مهاراتك الشخصية ليصبح قائداً يُحدث فرقاً.

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

### كن جزءاً من مجتمع حصري

08

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

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من المعلمين المشهورين دولياً.

### الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

05

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

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون مفيدة للتطوير المهني.

### تطوير المشاريع التجارية بدقة

06

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

20% من طلابنا يطورون أفكارهم التجارية الخاصة.

# 04 الأهداف

تم تصميم هذا البرنامج لتعزيز مهاراتك في التسويق واستراتيجية الأعمال التجارية والمؤسسية، بالإضافة إلى تطوير المهارات والقدرات الجديدة التي ستكون ضرورية في التطوير المهني الخاص بك. بعد البرنامج، ستتمكن من اتخاذ قرارات ذات طبيعة عالمية بمنظور مبتكر ورؤية دولية.

امتلاك الخبرة الدولية والالتزام الأخلاقي والرؤية التجارية هي من أكثر السمات المطلوبة  
في مديري العصر الرقمي"



تتبنى TECH أهداف طلابها.

نحن نعمل معاً لتحقيقها.

برنامج التنمية الإدارية في التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات سيدرب الطالب على:

01

الاطلاع على سمات وخصائص الاستراتيجية الرقمية واستراتيجية الشركة والاستراتيجية التكنولوجية

04

دراسة تشغيل المزيج التسويقي

02

مراجعة كافة الجوانب الضرورية للتوجه الاستراتيجي للموارد البشرية



03

دراسة أساسيات التسويق

05

معرفة كيفية جعل استراتيجيات التسويق في التسويق الرقمي

التعرف على كيفية إدارة مجموعات التسويق والأعمال الاجتماعية

08

التعرف على ماهية التسويق الداخلي وكيف يعمل

06

إتقان أساسيات الاتصال الداخلي

09

تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي

10

تطوير خطة تسويق

07



# الهيكل والمحتوى

برنامج التنمية الادارية في التسويق واستراتيجية الأعمال التجارية والمؤسسية TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج مصمم خصيصاً يتم تدريسه 100% عبر الإنترنت بحيث تختار الوقت والمكان الأنسب لتوافرك وجداولك واهتماماتك.

برنامج يمتد على مدى 6 أشهر ويهدف إلى أن يكون تجربة فريدة ومحفزة تضع أسس نجاحك.



ما تدرسه مهم جدا. المهارات والكفاءات التي تحصل عليها ضرورية.  
لن تجد منهج أكثر اكتمالا من هذا"



### خطـط الدراسة

تم إنشاء برنامج التنمية الادارية هذا في التسويق والأعمال والاستراتيجية المؤسسية لتمكين الطلاب من اكتساب المعرفة اللازمة في هذا المجال، بطريقة مكثفة وفعالة. فرصة لتحسين تدريبك، مع راحة الطريقة الأكثر فعالية عبر الإنترنت في سوق التدريس. تمنح Tech الفرصة لدمج المعرفة بهذا المجال في مناهجك الأكاديمية. ولكن بالإضافة إلى ذلك ومع هذا البرنامج، سيتمكنون من الوصول إلى طريقة عمل مصممة لتكون متوافقة تمامًا مع حياتهم المهنية أو الشخصية.

إذا كنت ترغب في تحسين نفسك، وتحقيق تغيير إيجابي على المستوى المهني، والتفاعل مع الأفضل من خلال عالم مثير للاهتمام عبر الإنترنت وتنتهي إلى الجيل الجديد من المحترفين القادرين على تنفيذ عملهم في أي مكان في العالم، فقد يكون هذا هو طريقك.

خلال هذا التدريب، سيقوم الطالب بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي وفي فريق. وبالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

ويهدف محتوى برنامج التنمية الادارية في مجال التسويق والأعمال التجارية والاستراتيجية المؤسسية إلى تعزيز تطوير الكفاءات التي تسمح باتخاذ القرارات بمزيد من الدقة في البيئات غير المؤكدة.

تم إنشاء هذا البرنامج للسماح للطلاب بالحصول على المعرفة اللازمة في هذا المجال، بطريقة مكثفة وفعالة. فرصة لتحسين تدريبك، مع راحة الطريقة الأكثر فعالية عبر الإنترنت في سوق التدريس. تمنح Tech الفرصة لدمج المعرفة بهذا المجال في مناهجك الأكاديمية. ولكن بالإضافة إلى ذلك ومع هذا البرنامج، سيتمكنون من الوصول إلى طريقة عمل مصممة لتكون متوافقة تمامًا مع حياتهم المهنية أو الشخصية.

تم تطوير هذا البرنامج على مدى 6 أشهر وينقسم إلى 6 وحدة:

الوحدة 1	الإدارة واستراتيجية الشركات والمؤسسات
الوحدة 2	التسويق الاستراتيجي والتشغيلي
الوحدة 3	التواصل المؤسسي
الوحدة 4	المنظمات: إدارة الأزمات والمسؤولية الاجتماعية
الوحدة 5	التسويق والاتصال المؤسسي
الوحدة 6	القيادة والتواصل الشخصي

### أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

تقدم TECH إمكانية إجراء برنامج التنمية الإدارية هذا في التسويق واستراتيجية الأعمال التجارية والمؤسسية عبر الإنترنت بالكامل. خلال الـ 6 أشهر التي يستمر فيها التخصص، سيتمكن الطالب من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما سيتيح لهم إدارة وقت الدراسة بأنفسهم.

تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة  
لتعزيز تطويرك المهني واتخاذ القفزة  
الحاسمة.



الوحدة 1. الإدارة

<p>1.1. الإدارة العامة</p> <p>1.1.1. مفهوم الإدارة العامة</p> <p>2.1.1. عمل الرئيس التنفيذي</p> <p>3.1.1. الرئيس التنفيذي وواجباته</p> <p>4.1.1. تحويل عمل الإدارة</p>	<p>2.1. تطوير الإدارة والقيادة</p> <p>1.2.1. مفهوم التطوير الإداري</p> <p>2.2.1. مفهوم القيادة</p> <p>3.2.1. نظريات القيادة</p> <p>4.2.1. أساليب القيادة</p> <p>5.2.1. الذكاء في القيادة</p> <p>6.2.1. تحديات القائد اليوم</p>	<p>3.1. التخطيط والاستراتيجية</p> <p>1.3.1. الخطة في استراتيجية</p> <p>2.3.1. الموقع الاستراتيجي</p> <p>3.3.1. الاستراتيجية في الشركة</p> <p>4.3.1. تخطيط</p>	<p>4.1. الاتجاه الاستراتيجي</p> <p>1.4.1. مفهوم الإستراتيجية</p> <p>2.4.1. عملية الإدارة الإستراتيجية</p> <p>3.4.1. مناهج الإدارة الاستراتيجية</p>
<p>5.1. استراتيجية رقمية</p> <p>1.5.1. الاستراتيجية التكنولوجية وأثرها على الابتكار الرقمي</p> <p>2.5.1. التخطيط الاستراتيجي لتقنيات المعلومات</p> <p>3.5.1. الإستراتيجية والإنترنت</p>	<p>6.1. استراتيجية الشركة</p> <p>1.6.1. مفهوم استراتيجية الشركة</p> <p>2.6.1. أنواع استراتيجيات الشركات</p> <p>3.6.1. أدوات لتحديد استراتيجيات الشركة</p>	<p>7.1. استراتيجية الشركة واستراتيجية التكنولوجيا</p> <p>1.7.1. خلق القيمة للعملاء والمساهمين</p> <p>2.7.1. القرارات الإستراتيجية في النظام العالمي (SI) وتكنولوجيا المعلومات (TI)</p> <p>3.7.1. استراتيجية الشركة مقابل. التكنولوجيا والاستراتيجية الرقمية</p>	<p>8.1. تنفيذ الإستراتيجية</p> <p>1.8.1. نظم المؤشر ونهج العملية</p> <p>2.8.1. الخريطة الإستراتيجية</p> <p>3.8.1. التفاضل والمحاذاة</p>
<p>9.1. الإدارة المالية</p> <p>1.9.1. فرص وتهديدات القطاع</p> <p>2.9.1. مفهوم القيمة وسلسلة القيمة</p> <p>3.9.1. تحليل السيناريو واتخاذ القرار وخطط الطوارئ</p>	<p>10.1. إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية</p> <p>1.10.1. تصميم الوظائف والتوظيف والاختيار</p> <p>2.10.1. التدريب والتطوير الوظيفي</p> <p>3.10.1. النهج الاستراتيجي من إدارة الأفراد</p> <p>4.10.1. تصميم وتنفيذ السياسات والممارسات المتعلقة بشؤون الموظفين</p>		

<p>1.1.2 مفهوم التسويق</p> <p>2.1.2 عناصر الأساسية للتسويق</p> <p>3.1.2 أنشطة تسويق الشركة</p>	<p>1.2 أساسيات التسويق</p>	<p>1.2.2 مفهوم إدارة التسويق</p> <p>2.2.2 حقائق جديدة للتسويق</p> <p>3.2.2 سوق جديد: قدرات المستهلكين والشركات</p> <p>4.2.2 التوجه إلى التسويق الشمولي</p> <p>5.2.2 تحديث المزيج التسويقي «P4» للتسويق</p> <p>6.2.2 مهام إدارة التسويق</p>	<p>2.2 إدارة التسويق</p>	<p>1.3.2 مفهوم التسويق الاستراتيجي</p> <p>2.3.2 مفهوم تخطيط التسويق الاستراتيجي</p> <p>3.3.2 مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي</p>	<p>3.2 وظيفة التسويق الاستراتيجي</p>	<p>1.4.2 أعداد استراتيجية التسويق</p> <p>1.4.2 استراتيجيات التسويق</p> <p>2.4.2 أنواع استراتيجيات التسويق</p>	<p>4.2 أعداد استراتيجية التسويق</p>
<p>1.5.2 مفهوم المزيج التسويقي</p> <p>2.5.2 استراتيجيات المنتج</p> <p>3.5.2 استراتيجيات التسعير</p> <p>4.5.2 استراتيجيات التوزيع</p> <p>5.5.2 إستراتيجية التواصل</p>	<p>5.2 المزيج التسويقي</p>	<p>1.6.2 مفهوم التسويق الرقمي</p> <p>2.6.2 استراتيجيات التسويق في التسويق الرقمي</p>	<p>6.2 التسويق الرقمي</p>	<p>1.7.2 التسويق الداخلي الفعال</p> <p>2.7.2 فوائد التسويق الداخلي</p> <p>3.7.2 قياس نجاح التسويق الداخلي</p>	<p>7.2 التسويق الداخلي</p>	<p>1.8.2 مفهوم خطة التسويق</p> <p>2.8.2 تحليل وتشخيص الحالة</p> <p>3.8.2 قرارات التسويق الاستراتيجية</p> <p>4.8.2 القرارات التشغيلية للتسويق</p>	<p>8.2 تطوير خطة التسويق</p>
<p>1.9.2 مجموعات التسويق</p> <p>2.9.2 إنشاء مجموعات التسويق</p> <p>3.9.2 إرشادات إدارة مجموعة التسويق</p> <p>4.9.2 مستقبل مجموعات التسويق</p>	<p>9.2 إدارة مجموعات التسويق</p>	<p>1.10.2 الرؤية الإستراتيجية للويب 2.0 وتحدياته</p> <p>2.10.2 فرص التقارب واتجاهات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات</p> <p>3.10.2 كيفية تحقيق الدخل من الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية</p> <p>4.10.2 التنقل والأعمال الرقمية</p>	<p>10.2 العمل الاجتماعي</p>				

الوحدة 3. التواصل المؤسسي

<p>1.3. التواصل في المنظمات</p> <p>1.1.3. المنظمات والأفراد والمجتمع</p> <p>2.1.3. التطور التاريخي للسلوك التنظيمي</p> <p>3.1.3. اتصال ثنائي الاتجاه</p>	<p>2.3. الاتجاهات في الاتصالات التجارية</p> <p>1.2.3. توليد وتوزيع محتوى الشركات</p> <p>2.2.3. الاتصالات التجارية في Web 0.2</p> <p>3.2.3. تنفيذ المقاييس في عملية الاتصال</p>	<p>3.3. التواصل الاعلاني</p> <p>1.3.3. الاتصالات التسويقية المتكاملة</p> <p>2.3.3. خطة التواصل الاعلاني</p> <p>3.3.3. الاستراتيجية في الشركة</p> <p>4.3.3. التجارة كأسلوب الاتصالات</p>	<p>4.3. تأثيرات وسائل التواصل</p> <p>1.4.3. فاعلية الاتصال التجاري والإعلاني</p> <p>2.4.3. نظريات حول تأثيرات الوسائط</p> <p>3.4.3. النماذج الاجتماعية والإبداع المشترك</p>
<p>5.3. الوكالات ووسائل الإعلام والقنوات الإلكترونية</p> <p>1.5.3. وكالات شاملة ومبتكرة وعبر الإنترنت</p> <p>2.5.3. وسائل الإعلام التقليدية والوسائط الجديدة</p> <p>3.5.3. القنوات على الإنترنت</p> <p>4.5.3. مشغلات رقمية أخرى</p>	<p>6.3. التواصل في أوقات الأزمات</p> <p>1.6.3. تعريف الأزمات وأنواعها</p> <p>2.6.3. مراحل الأزمة</p> <p>3.6.3. الرسائل: المحتويات واللحظات المؤسسية</p>	<p>7.3. الاتصال والسمعة الرقمية</p> <p>1.7.3. تقرير السمعة عبر الإنترنت</p> <p>2.7.3. آداب التعامل والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية</p> <p>3.7.3. Branding y networking 2.0</p>	<p>8.3. الاتصال الداخلي</p> <p>1.8.3. برامج التحفيز والعمل الاجتماعي والمشاركة والتدريب مع الموارد البشرية</p> <p>2.8.3. أدوات الاتصال الداخلي والدعم</p> <p>3.8.3. خطة الاتصال الداخلي</p>
		<p>9.3. العلامة التجارية Branding</p> <p>1.9.3. العلامة التجارية ووظائفها</p> <p>2.9.3. إنشاء العلامة التجارية (العلامة التجارية)</p> <p>3.9.3. بنية العلامة التجارية</p>	<p>10.3. خطط اتصال شاملة</p> <p>1.10.3. التدقيق والتشخيص</p> <p>2.10.3. إعداد خطة الاتصال</p> <p>3.10.3. قياس النتائج: KPIs و ROI</p>

<p><b>4.4. المسؤولية الاجتماعية في المنظمات</b></p> <p>1.4.4 إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات في المنظمات</p> <p>2.4.4 المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين</p> <p>3.4.4 العمل المستدام</p>	<p><b>3.4. المسؤولية الاجتماعية للشركات</b></p> <p>1.3.4 الالتزام الاجتماعي</p> <p>2.3.4 المنظمات المستدامة</p> <p>3.3.4 الأخلاق في المنظمات</p>	<p><b>2.4. هيكل المنظمة</b></p> <p>1.2.4 آليات التنسيق الرئيسية</p> <p>2.2.4 الإدارات والفرع التنظيمية</p> <p>3.2.4 السلطة والمسؤولية</p> <p>4.2.4 التمكين</p>	<p><b>1.4. التصميم التنظيمي</b></p> <p>1.1.4 مفهوم التصميم التنظيمي</p> <p>2.1.4 الهياكل التنظيمية</p> <p>3.1.4 أنواع التصميم التنظيمية</p>
<p><b>8.4. Lobbies ومجموعات الضغط</b></p> <p>1.8.4 مجموعات الرأي وأدائها في الشركات والمؤسسات</p> <p>2.8.4 العلاقات المؤسسية وlobbying</p> <p>3.8.4 مجالات التدخل والأدوات التنظيمية والاستراتيجية ووسائل النشر</p>	<p><b>7.4. الصراعات في المنظمات</b></p> <p>1.7.4 النزاعات بين الأشخاص</p> <p>2.7.4 ظروف النزاع</p> <p>3.7.4 عواقب النزاعات</p>	<p><b>6.4. إدارة مخاطر السمعة والأزمات</b></p> <p>1.6.4 الاستماع وإدارة التصورات</p> <p>2.6.4 الإجراءات ودليل الأزمات وخطط الطوارئ</p> <p>3.6.4 تدريب المتحدثين الرسميين في حالات الطوارئ</p>	<p><b>5.4. إدارة السمعة</b></p> <p>1.5.4 إدارة سمعة الشركة</p> <p>2.5.4 نهج السمعة للعلامة التجارية</p> <p>3.5.4 إدارة السمعة القيادية</p>
		<p><b>10.4. إستراتيجية العلامة التجارية للشركة</b></p> <p>1.10.4 الصورة العامة وأصحاب المصلحة Stakeholders</p> <p>2.10.4 إستراتيجية العلامات التجارية للشركة وإدارتها</p> <p>3.10.4 استراتيجية الاتصال المؤسسي تماثلي مع هوية العلامة التجارية</p>	<p><b>9.4. التفاوض</b></p> <p>1.9.4 التفاوض بين الثقافات</p> <p>2.9.4 مناهج التفاوض</p> <p>3.9.4 تقنيات التداول الفعال</p> <p>4.9.4 إعادة الهيكلة</p>

الوحدة 5، التسويق والاتصال المؤسسي

1.5 . العمل السياسي في المؤسسات	2.5 . التسويق المؤسسي	3.5 . خطط التسويق في المؤسسات	4.5 . التواصل العام
1.1.5 . مفهوم المؤسسة	1.2.5 . الأسواق المؤسسية: المواطنين والكيانات	1.3.5 . تحليل البيئة المؤسسية	1.4.5 . وكلاء التواصل السياسيون
2.1.5 . أنواع المؤسسات والفئات الاجتماعية	2.2.5 . عرض مؤسسي	2.3.5 . أهداف المؤسسة	2.4.5 . وسائل الاتصال المعتمدة: الصحافة والمؤسسات
3.1.5 . الإجراءات المؤسسية	3.2.5 . رضا المواطن	3.3.5 . الإجراءات الاستراتيجية والتشغيلية	3.4.5 . وسائل الاتصال غير المعتمدة: الشبكات والمراجعين
5.5 . إستراتيجيات التواصل المؤسسي	6.5 . تخطيط الأجنحة السياسية المؤسسية	7.5 . التواصل الحكومي: الحكومة المفتوحة	8.5 . الاتصال السياسي في الديمقراطيات
1.5.5 . محتويات المعلومات المؤسسية	1.6.5 . إعداد جدول الأعمال المؤسسي	1.7.5 . مفهوم الحكومة المفتوحة	1.8.5 . الطلب على المعلومات في المجتمعات الديمقراطية
2.5.5 . أهداف التواصل المؤسسي	2.6.5 . تصميم الحملات المؤسسية	2.7.5 . وسائل الاتصال	2.8.5 . المؤسسات كمصادر للمعلومات
3.5.5 . إستراتيجيات التواصل الرئيسية	3.6.5 . الفئات المستهدفة من الحملات	3.7.5 . أنواع الرسائل	3.8.5 . وسائل الاعلام
9.5 . الديمقراطية الرقمية	10.5 . المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات		
1.9.5 . مفهوم الديمقراطية الرقمية	1.10.5 . حقوق الإنسان والمسؤولية الاجتماعية		
2.9.5 . الحوار المجتمعي عبر الإنترنت	2.10.5 . تغير المناخ والمسؤولية الاجتماعية		
3.9.5 . تحليل السيناريوهات، مع الأخذ بعناصر الاستخدام على الإنترنت	3.10.5 . الأخلاق المؤسسية		

1.6	التواصل والقيادة	2.6	التواصل بين الأشخاص	3.6	مهارات العاملين والتأثير	4.6	القيادة الاستراتيجية
1.1.6	القيادة وأساليب القيادة	1.2.6	لغة الجسد	1.3.6	مهارات العاملين والتأثير	1.4.6	نماذج القيادة
2.1.6	التحفيز	2.2.6	التواصل الحازم	2.3.6	إتقان الإجهاد	2.4.6	Coaching
3.1.6	إمكانيات وقدرات القائد 2.0	3.2.6	مقابلات	3.3.6	إدارة الوقت	3.4.6	Mentoring
5.6	خطابة وتشكيل متحدثين رسميين	6.6	السلطة في المنظمة	7.6	وظيفة الإدارة والمسؤولية الاجتماعية للشركات	4.4.6	القيادة التحويلية
1.5.6	التواصل بين الأشخاص	1.6.6	السلطة في المنظمات	1.7.6	الرؤية الاستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات	8.6	الذكاء العاطفي
2.5.6	مهارات الاتصال والتأثير	2.6.6	مصادر السلطة الهيكلية	2.7.6	أنظمة ونماذج تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات RSC	1.8.6	الذكاء العاطفي والتواصل
3.5.6	الحواجز التي تحول دون الاتصال الشخصي	3.6.6	تكتيكات سياسية	3.7.6	تنظيم المسؤولية الاجتماعية للشركات أدوار ومسؤوليات	2.8.6	الذكاء العاطفي والتواصل
9.6	الملف النفسي للمرشح	10.6	العلامة التجارية الشخصية			3.8.6	احترام الذات واللغة العاطفية
1.9.6	علم نفس القيادة	1.10.6	استراتيجيات تطوير العلامات التجارية الشخصية				
2.9.6	أنواع شخصيات السياسيين	2.10.6	قوانين العلامات التجارية الشخصية				
3.9.6	توقعات حول المرشح المثالي	3.10.6	أدوات لبناء العلامات التجارية الشخصية				

تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز تطويرك المهني واتخاذ  
القفزة النهائية”



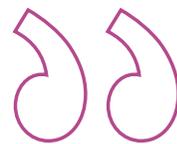
# المنهجية

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

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



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



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

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



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

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

## منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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



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

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

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

### منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

سيسمح لك نظامنا عبر الإنترنت بتنظيم وقتك ووتيرة التعلم،

وتكييفه مع جداولك. يمكنك الوصول إلى المحتويات من أي جهاز

ثابت أو محمول مع اتصال بالإنترنت.

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

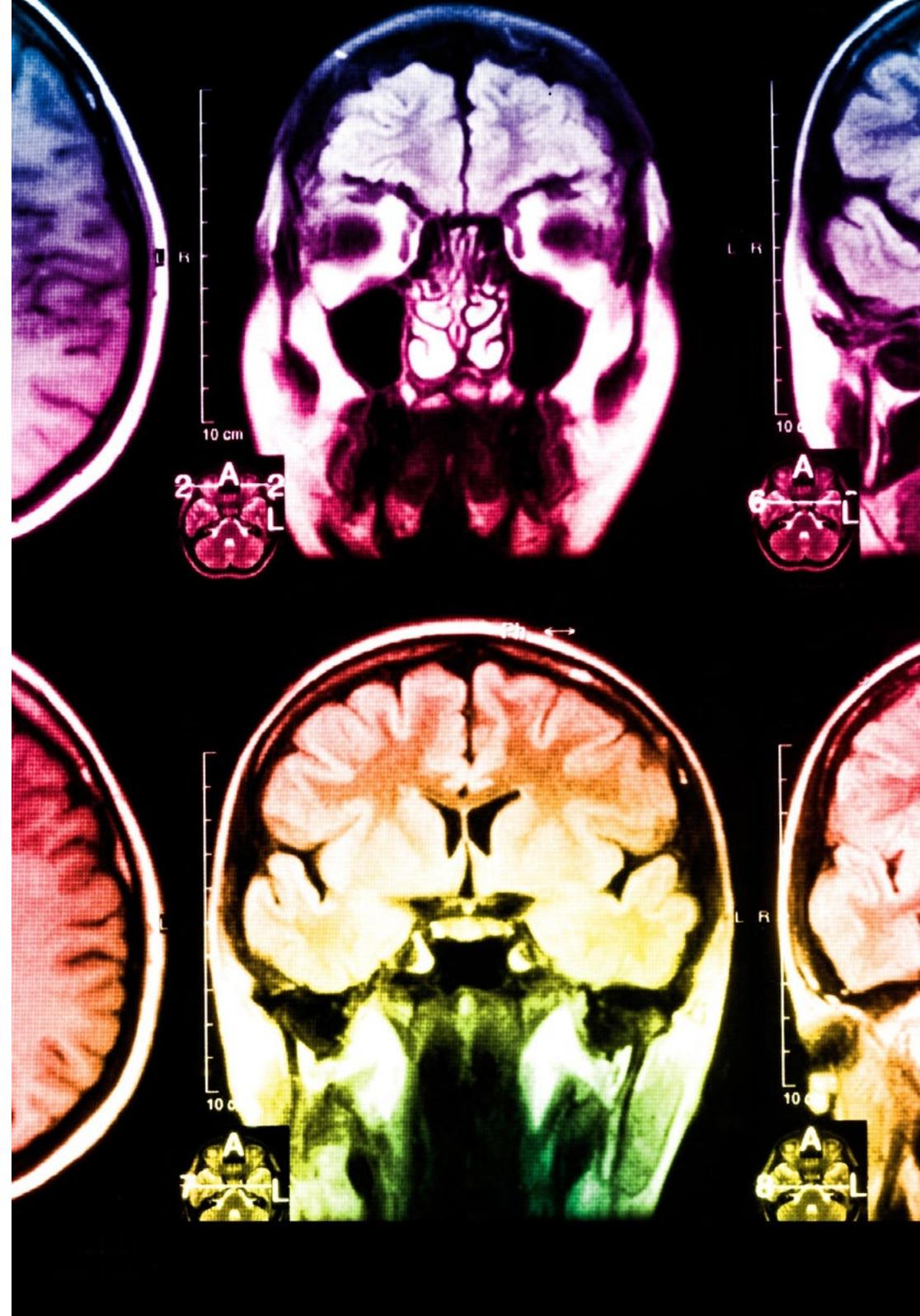
كلية إدارة الأعمال الخاصة بنا هي الكلية الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف..). فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.



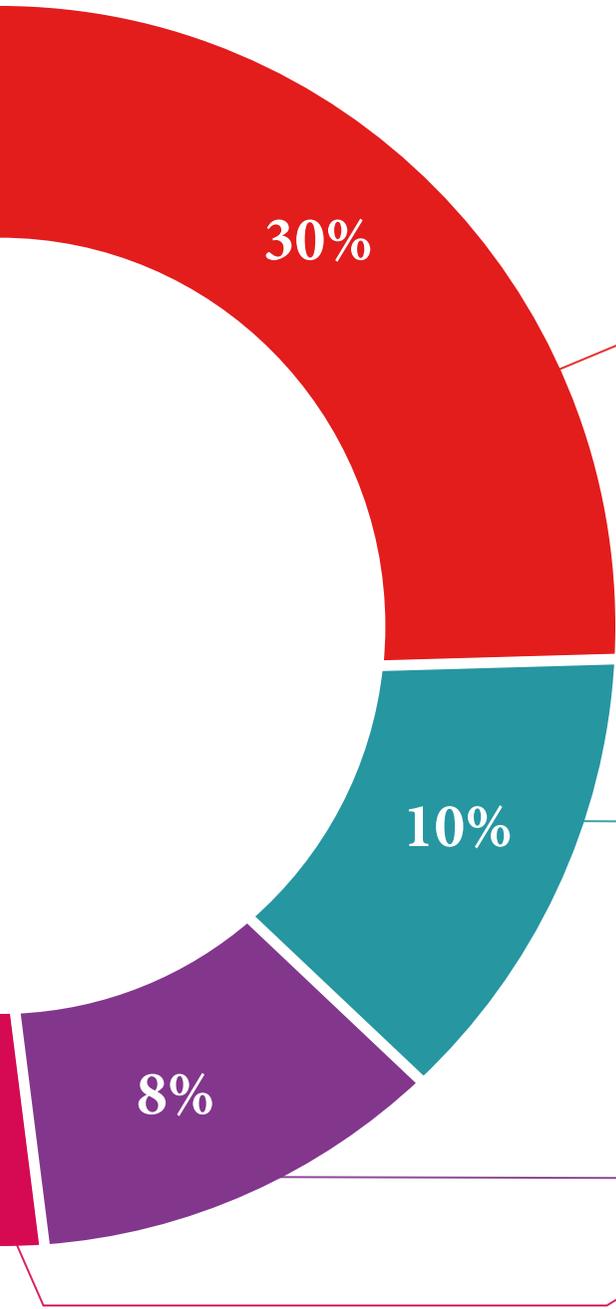
في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فنسأه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة،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

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

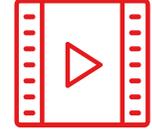
استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحُصين بالبخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى. بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



#### المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموساً 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 الإدارية



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

#### قراءات تكميلية



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



#### دراسات الحالة (Case studies)

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



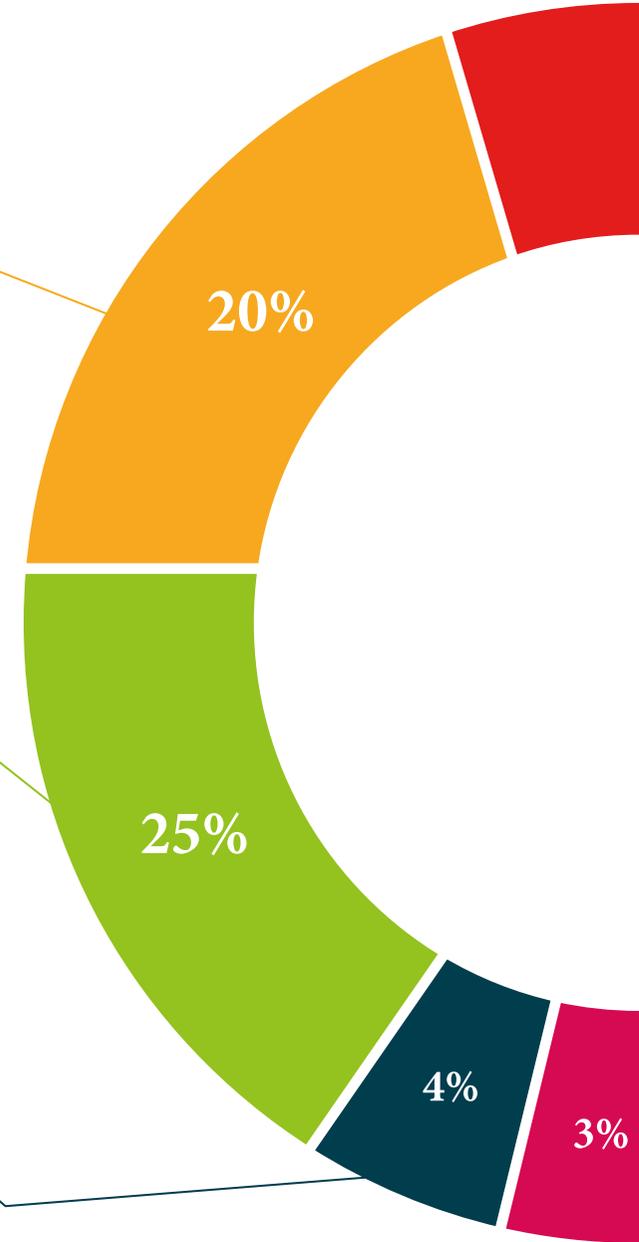
#### ملخصات تفاعلية

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



#### الاختبار وإعادة الاختبار

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



# الملف الشخصي لطلابنا

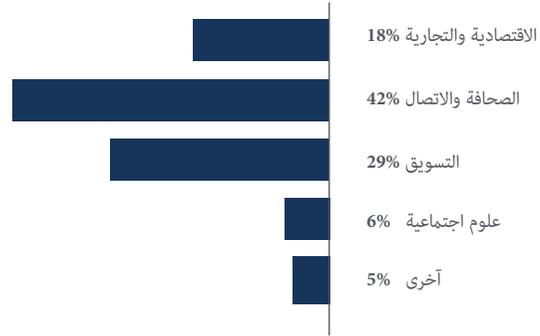
برنامج التنمية الادارية في التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات هو برنامج يستهدف المهنيين المتخصصين في الصحافة والاتصال، الذين يرغبون في تحديث معرفتهم والنهوض بمسيرتهم المهنية.



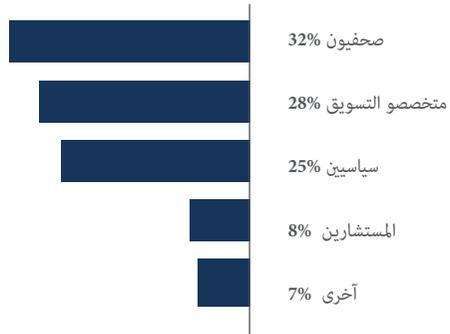
إذا كنت ترغب في تحقيق تحسين مثير للاهتمام في حياتك المهنية أثناء  
استمرارك في العمل، فهذا هو برنامجك"



المؤهل في المجال



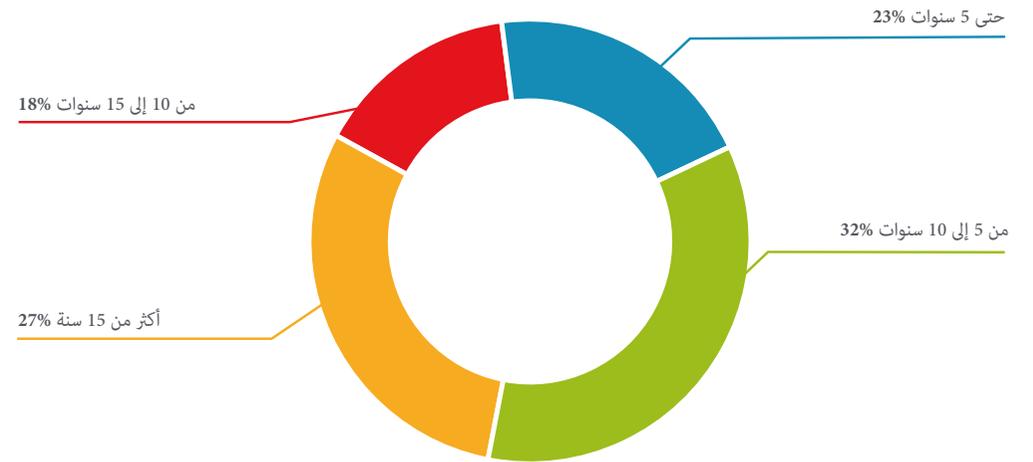
المؤهل الاكاديمي



متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة



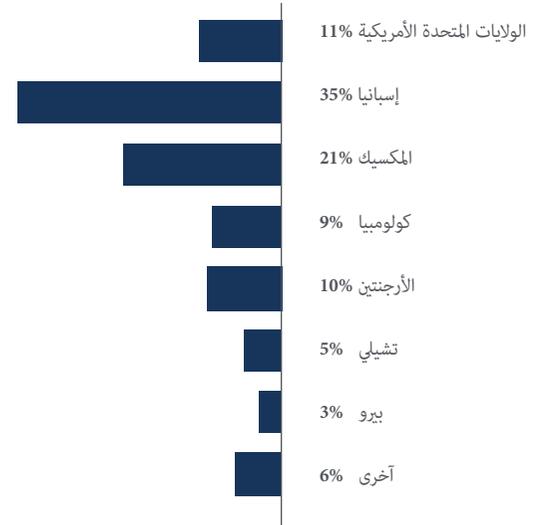


## Susana García Contreras

مديرة منطقة تطوير الأعمال

”لم أتمكن من القيام بالتخصص الذي أردته في التسويق لأنه كان من المستحيل بالنسبة لي دمجهم مع عملي. ومع ذلك، فقد كان برنامج التنمية الإدارية هذا سهلاً ومريحاً، مما سمح لي بإكماله بكفاءة“

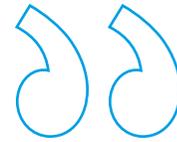
### التوزيع الجغرافي



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

في المحيط الأحمر المعمم مثل المحيط الموجود حالياً في مشهد الأعمال، يعد تنفيذ استراتيجية تسويقية مناسبة وصورة العلامة التجارية قضية حساسة للغاية. لهذا السبب استخدمت TECH هيئة تدريس متخصصة للغاية في أعلى إدارة أعمال. يُضمن للطالب الوصول إلى منهج دراسي مصاغ من تجربته التعليمية خاصة، مع رؤية عملية ونظرية حالية ومبتكرة.

استفد من معرفة أعضاء هيئة التدريس الخبراء في التسويق واستراتيجية الأعمال  
والمؤسسات، مما يعطي دفعة مميزة لعرض القيمة الخاص بك"



د. López Rausell. Adolfo

- ♦ مدير مدرسة Tech للأعمال
- ♦ الإدارة الفنية للمشاريع ودراسات السوق في Investgroup
- ♦ إدارة نادي الابتكار في نادي بلنسية
- ♦ بكالوريوس في العلوم الاقتصادية والتجارية من جامعة Valencia
- ♦ دبلوم في التسويق من مدرسة أعمال ESEM



# MARKETING STRATEGY

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



meeting  
3:30 PM  
me  
with John  
25 Feb



# مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

نحن ندرك أن الحصول على برنامج بهذه الخصائص يمثل استثماراً مالياً ومهنياً كبيراً، وبالطبع استثماراً شخصياً.

يجب أن يكون الهدف النهائي لتنفيذ هذا الجهد العظيم هو النمو مهنياً، وفعله بكفاءة مثبتة.

إحداث تغيير إيجابي في حياتك المهنية، هذا هو التحدي الذي نواجهه. نحن نشرك بشكل كامل لمساعدتك في تحقيق ذلك"



### هل أنت مستعد لاتخاذ خطوة للامام؟ تحسين مهني ممتاز في انتظارك

بفضل هذا البرنامج التدريبي، ستلقى عددًا كبيراً من عروض العمل التي يمكنك من خلالها بدء فموك المهني.

من خلال هذا التدريب، ستتمكن من التقدم بشكل كبير في مهنتك، على الرغم من أنه ليس هناك شك في أنه سيتعين عليك، من أجل ذلك، القيام باستثمار في مجالات مختلفة، مثل الاقتصادية والمهنية والشخصية. ومع ذلك، فإن الهدف هو تحسين حياتهم المهنية ولهذا، من الضروري الكفاح .

### لحظة التغيير



سيسمح لك إكمال برنامج التنمية الإدارية في التسويق والأعمال والاستراتيجية المؤسسية بالتقدم في مهنتك.

### نوع التغيير



تحقيق هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب بأكثر من 25.22%



# المزايا لشركتك

يسهم برنامج التنمية الادارية في مجال التسويق والأعمال التجارية والاستراتيجية المؤسسية في رفع مستوى مواهب المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تدريب القادة الرفيحي المستوى.

تعد المشاركة في برنامج التنمية الادارية هذا فرصة فريدة للوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال التي يمكن من خلالها العثور على شركاء أو عملاء أو موردين محترفين في المستقبل.

في العصر الرقمي، سيقدم المدير للشركة مفاهيم واستراتيجيات ووجهات نظر جديدة يمكن أن تسبب تغييرات جوهرية في المنظمة "



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

01

### نمو الموهبة ورأس المال الفكري

سيوفر المدير للشركة مفاهيم واستراتيجيات ووجهات نظر جديدة يمكن أن تسبب تغييرات ذات صلة في المنظمة.

02

### الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب هروب العقول

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

03

### بناء عوامل التغيير

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

04

### زيادة احتمالات التوسع الدولي

بفضل هذا البرنامج، ستتواصل الشركة مع الأسواق الرئيسية للاقتصاد العالمي.

تطوير المشاريع الخاصة

يمكن للمدير العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة.

05

زيادة القدرة التنافسية

سيتمكن برنامج تطوير الإدارة هذا مديريه من مواجهة التحديات الجديدة وبالتالي تعزيز المنظمة.

06



# المؤهل العلمي

يضمن برنامج التنمية الادارية في التسويق و إستراتيجية الأعمال، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وحدائق، الحصول على برنامج التنمية الادارية صادر عن الجامعة التكنولوجية.



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



يحتوي برنامج التنمية الإدارية في التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدائثاً في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي \* مصحوب بعلم وصول مؤهل برنامج التنمية الإدارية ذي الصلة الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

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

المؤهل العلمي: برنامج التنمية الإدارية في التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 750 ساعة





## برنامج التنمية الإدارية

### التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

برنامج التنمية الإدارية  
التسويق واستراتيجية الأعمال والمؤسسات