

ماجستير خاص MBA إدارة الشركات الإبداعية



الجامعة
التكنولوجية **tech**

ماجستير خاص MBA إدارة الشركات الإبداعية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« موجهة الى: لحاملي البكالوريوس والدورات والليسانس الذين سبق لهم أن أكملوا أيًا من المؤهلات في مجال إدارة الأعمال أو التسويق أو الاتصال أو التصميم

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitude.com/ae/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-creative-business-management

الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	ص. 14		ص. 10		ص. 6		ص. 4
07	المنهجية	06	الهيكل والمحتوى	05	الكفاءات		
	ص. 36		ص. 26		ص. 20		
10	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية	09	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	08	الملف الشخصي لطلابنا		
	ص. 56		ص. 48		ص. 44		
12	المؤهل العلمي	11	المزايا لشركتك				
	ص. 64		ص. 60				

كلمة الترحيب

على الرغم من أن انضباط إدارة الصناعات الإبداعية قد بدأ للتو في رؤية النور، إلا أن المزيد والمزيد من الشركات تلتزم بمنهجيتها لتعزيز النجاح في عملياتها. يتطلب تطويره محترفين على درجة عالية من المعرفة وقادرين على تحويل قيمة الإبداع إلى أصل اقتصادي للشركة. لهذا السبب، صممت TECH هذا البرنامج الذي سيتعلم فيه المهنيون من مختلف الفروع كيفية إدارة عملية التفكير وتنفيذ المقترحات الإبداعية بكفاءة وتعزيز النمو المالي والنقدي للمنظمة. خطة دراسية يتم تطويرها على مدار 12 شهرًا وستمثل ما قبل وبعد الحياة المهنية للطلاب ولديها مدير ضيف يتمتع بأعلى مكانة دولية.



كن قائدًا للشركات الإبداعية بفضل الدروس العشرة الشاملة التي
ساهم بها خبير دولي مرموق للغاية في هذا المؤهل العلمي"



لماذا تدرس في TECH؟

TECH هي أكبر كلية أعمال عبر الإنترنت بنسبة 100% في العالم. إنها مدرسة نخبة للأعمال، مع نموذج يعتمد على أعلى المعايير الأكاديمية. مركز عالمي المستوى لتعليم المهارات الإدارية المكثفة.



TECH هي جامعة في طليعة التكنولوجيا، وتضع
جميع مواردها تحت تصرف الطلاب لمساعدتهم
على تحقيق النجاح في ريادة الأعمال"



في TECH الجامعة التكنولوجية

الابتكار



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

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

أعلى المعايير



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

95% من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

إقامة شبكة جيدة من العلاقات



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 التعرف بمخاوفه ورؤية 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 ٦٠٠ 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 أوليادين في العالم. فتخر حاليًا بمحفظة تضم أكثر من 1000 برنامج دراسات عليا جامعي. وفي الإقتصاد الجديد، الحجم + التكنولوجيا = سعر مذهل.. بهذه الطريقة، تضمن TECH الجامعة التكنولوجية أن الدراسة ليست باهظة التكلفة للطلاب كما لو كانت في جامعة أخرى.



تعلم مع الأفضل

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



في جامعة TECH، ستتمكن من الوصول إلى دراسات الحالة الأكثر صرامة وحادثة في المشهد الأكاديمي"

لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

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

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



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



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

01

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

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

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

02

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

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

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين رؤيتك الإستراتيجية.

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

03

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

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية عليا حقيقية.

04

تحمل مسؤوليات جديدة

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

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

تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

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

07

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

كن جزءاً من مجتمع حصري

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

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دولياً.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

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

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

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

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

04 الأهداف

صممت TECH الماجستير الخاص MBA إدارة الشركات الإبداعية بهدف أساسي هو مساعدة الطلاب على اكتساب المهارات والأدوات والمعرفة التي تسمح لهم بالعمل في شركات من هذا النوع، وتشجيع توليد وتنفيذ الأفكار المبتكرة. لهذا الغرض، تم إعداد منهج دراسي كامل يتضمن جولة 360 درجة لجميع خصوصيات المهنة، ويقوم بتدريسه طاقم تدريس متميز.

الهدف النهائي الذي تقترحه TECH مع الماجستير الخاص
في MBA إدارة الشركات الإبداعية هو تخريج المهنيين الأكثر
كفاءة وإعدادًا في السوق"



أهدافها هي أهداف TECH
نحن نعمل معًا لمساعدتك على تحقيقها
MBA إدارة الشركات الإبداعية سوف يدريك على:

04

دمج معرفتهم المكتسبة مع معرفة الآخرين، وصياغة الأحكام والتفكير بناءً على المعلومات المتاحة في كل حالة

01

اكتساب وفهم المعرفة المفيدة لتدريب الطلاب، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتطوير وتطبيق الأفكار الأصلية في عملهم الشخصي والمهني.

02

فهم كيف أصبح الإبداع والابتكار محركات الاقتصاد

03

حل المشكلات في بيئات جديدة وفي سياقات متعددة التخصصات في مجال إدارة الإبداع



اكتساب معرفة محددة لإدارة الشركات والمنظمات في السياق الجديد للصناعات الإبداعية

06

معرفة كيفية إدارة عملية إنشاء الأفكار الجديدة ووضعها موضع التنفيذ حول قضية معينة

05

التحديث بشكل تدريجي ومستمر في بيئات التدريب المستقلة

07

امتلاك أدوات لتحليل الواقع الاقتصادي والاجتماعي والثقافي الذي تتطور فيه الصناعات الإبداعية وتتحول اليوم

08





09 مساعدة الطلاب على اكتساب المهارات اللازمة لتطوير وتطوير ملفهم المهني في بيئات الأعمال وريادة الأعمال

09

10 الحصول على المعرفة لتنفيذ إدارة الشركات والمنظمات في السياق الجديد للصناعات الإبداعية

10

11 تنظيم وتخطيط المهام باستخدام الموارد المتاحة لمواجهتها في مساحات مؤقتة دقيقة

11

استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة كأدوات
تدريبية وتبادل الخبرات في مجال الدراسة

12

تطوير مهارات الاتصال، المكتوبة والشفوية، بالإضافة
إلى تقديم عروض تقديمية احترافية فعالة في الممارسة
اليومية

13

اكتساب مهارات أبحاث السوق والرؤية الإستراتيجية
والمنهجيات الرقمية والإبداع المشترك

14



الكفاءات

بعد إكمال هذا البرنامج الكامل الذي صممه متخصصون في مجال التكنولوجيا، ستكون قد اكتسبت سلسلة من الكفاءات والمهارات التي ستمكنك من العمل في بيئة إدارة الصناعة الإبداعية بدرجة أكبر من المهارة والنجاح. تجربة أكاديمية، عندما يتم تدريسها عبر الإنترنت بالكامل، تسمح للمهنيين بمواصلة تطوير حياتهم المهنية، دون إهمال عملهم وبقية التزاماتهم اليومية. لذلك، ستحتاج فقط إلى جهاز إلكتروني متصل بالإنترنت للوصول إلى بنك المعرفة الأكثر اكتمالاً وفعالية في السوق.



تعرف على خصوصيات الماجستير الخاص في MBA إدارة
الشركات الإبداعية وطور المهارات اللازمة للنجاح في هذا
المجال"



01

الممارسة في شركات قطاع الإبداع مع العلم بتحقيق
إدارة ناجحة لنفسها

02

معرفة متعمقة الأداء والسياق العالمي للصناعات
الإبداعية الجديدة

03

التمتع بمعرفة متعمقة بكل ما يتعلق بحماية المنتجات
الإبداعية، بدءًا من الحماية الفكرية وحتى حقوق الإعلان

04

معرفة كيفية تنفيذ الإدارة الاقتصادية والمالية الصحيحة
للشركات في الصناعة الإبداعية



امتلاك كفاءات كاملة في منهجية Future Thinking (التفكير المستقبلي)، لتتمكن من تطبيق فوائدها في العمل اليومي

06

معرفة كيفية حساب الفائدة والربحية والتكاليف ضمن مشاريع الصناعة الإبداعية

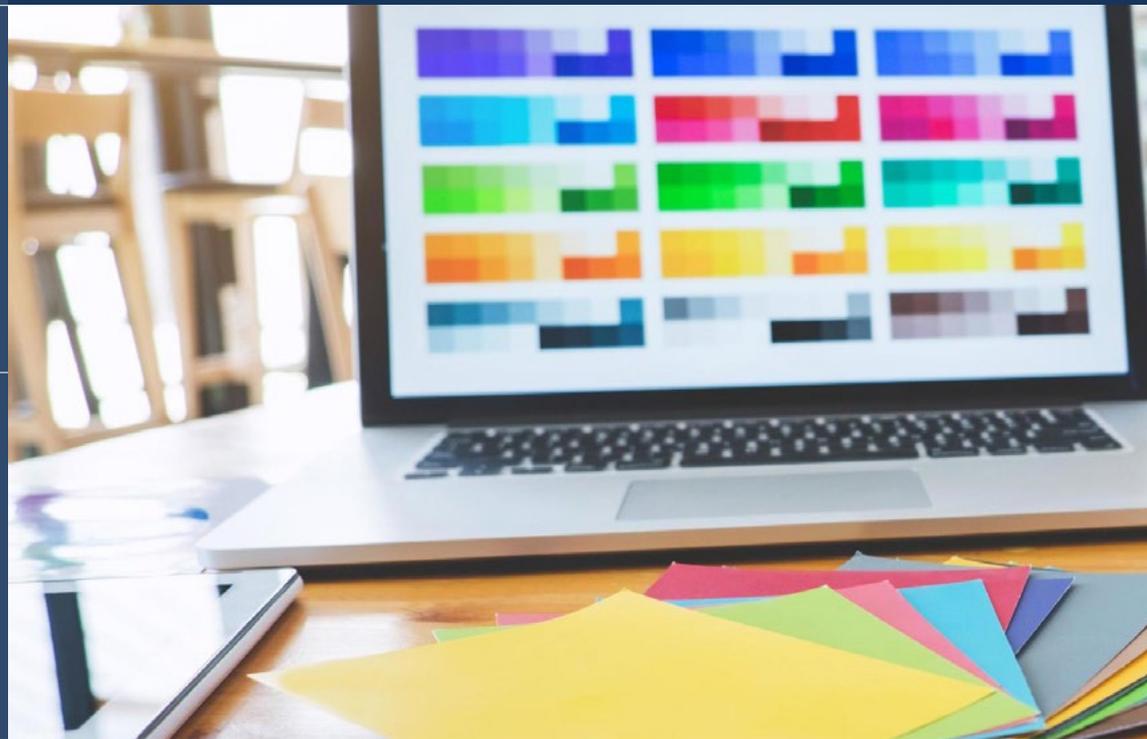
05

كيفية تنفيذ الإدارة الصحيحة للتغيرات والتنبؤ بمستقبل الشركات في الصناعة الإبداعية

07

القدرة على تنفيذ إدارة المستهلك الفعالة للشركات الإبداعية

08





معرفة كيفية إدارة الاتصالات على مستوى شامل
للشركات في الصناعة الإبداعية

09

القدرة على أن تكون جزءًا نشطًا من عملية Branding
(العلامة التجارية) في الشركات الإبداعية

10

امتلاك معرفة متعمقة تسمح للمحترفين بإدارة عملية
الرقمنة في الصناعات الإبداعية

11

12 التعرف على كيفية تطبيق استراتيجيات التسويق الرقمي
المبتكرة للشركات الإبداعية

13 تزويد الطالب بالمعرفة الكاملة التي تتيح له القيام
بالصناعة الإبداعية وتحقيق أقصى استفادة من فكرته
الأساسية.

14 مساعدة المحترفين على اكتساب الأدوات اللازمة لإدارة
القيادة في هذه الصناعات



الهيكل والمحتوى

لقد تم تصميم هيكل ومحتويات الماجستير الخاص في MBA إدارة الشركات الإبداعية من قبل مجموعة من المهنيين المرموقين للغاية في هذا المجال من المعرفة، والذين يصبون خبرة سنوات عملهم في برنامج التحديث هذا. بهذه الطريقة، تم تصميم المنهج الدراسي الذي تقدمه TECH لهذا البرنامج بتنسيق الوسائط المتعددة، لمساعدة الطالب على استيعاب المعرفة بأكثر الطرق راحة وسهولة ممكنة.



ما تدرسه مهم جدا. المهارات والكفاءات التي تكتسبها
أساسية. لن تجد منهج الدراسي أكمل من هذا، صدقنا"



خطة الدراسة

تقليديا، تم تصور الإبداع والإدارة على أنهما تخصصان متعارضين. ومع ذلك، في الوقت الحالي، أصبح الإبداع والابتكار المحركين الرئيسيين للتقدم الاقتصادي إلى جانب التكنولوجيا. يتطلب هذا الواقع تشكيلات مهنية جديدة قادرة على تطوير هذه الأدوات بطريقة متناغمة وفعالة في إدارة ما يسمى بالصناعات الإبداعية.

من خلال هذا البرنامج الكامل، يحصل الطالب على إتقان جميع المواضيع اللازمة لإدارة الشركات والمنظمات في السياق الجديد للصناعات الإبداعية. لا يركز البرنامج فقط على إدارة الفنون، بل يهدف إلى توفير الأدوات اللازمة لتحليل الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تتطور فيها الصناعات الإبداعية وتتحول اليوم.

وبالمثل، تم تصميم هذا البرنامج ليتم دراسته بمنهجية تعزز اكتساب المهارات في مجال أبحاث السوق والرؤية الاستراتيجية والأدوات الرقمية والإبداع المشترك.

من ناحية أخرى، فإن الوظائف في هذا القطاع تتطور باستمرار. لذلك، يهدف البرنامج إلى اكتساب الطالب المهارات اللازمة لتطوير وتطوير ملفه المهني في بيئات الأعمال وريادة الأعمال.

تم تكثيف كل هذا في برنامج أكاديمي مقسم إلى عشر وحدات تعليمية يتم تدريسها على مدار 12 شهرًا والتي تهدف إلى أن تصبح نقطة تحول في الحياة المهنية للطالب. بهذه الطريقة، وبعد الانتهاء من البرنامج، سيتمكن الطالب من بدء العمل في شركات الصناعة الإبداعية بنسبة نجاح أعلى.

تم تطوير هذا البرنامج على مدى 12 شهرًا وينقسم إلى 10 وحدات:

الوحدّة 1	الصناعات الإبداعية الجديدة
الوحدّة 2	حماية المنتجات الإبداعية وغير الملموسة في سوق اليوم
الوحدّة 3	الإدارة الاقتصادية والمالية للشركات الإبداعية
الوحدّة 4	Futures Thinking (التفكير المستقبلي): كيف يمكن تحويل اليوم من الغد؟
الوحدّة 5	إدارة المستهلك أو المستخدم في الشركات الإبداعية
الوحدّة 6	Creative Branding (العلامات التجارية الإبداعية) : التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية
الوحدّة 7	القيادة والابتكار في الصناعات الإبداعية
الوحدّة 8	التحول الرقمي في الصناعة الإبداعية
الوحدّة 9	استراتيجيات التسويق الرقمي الجديدة
الوحدّة 10	ريادة الأعمال في الصناعات الإبداعية

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

توفر TECH إمكانية تطوير الماجستير الخاص في MBA إدارة الشركات الإبداعية بالكامل عبر الإنترنت. خلال 12 شهر من التدريب، ستتمكن من الوصول إلى جميع محتويات هذا البرنامج في أي وقت، مما يتيح لك إدارة وقت الدراسة بنفسك.

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



الوحدة 1. الصناعات الإبداعية الجديدة

<p>4.1 التراث الطبيعي والثقافي</p> <p>1.4.1 التراث التاريخي والثقافي</p> <p>2.4.1 المنتجات والخدمات المشتقة من المتاحف والمواقع الأثرية والتاريخية والمناظر الطبيعية الثقافية</p> <p>3.4.1 التراث الثقافي غير المادي</p>	<p>3.1 السياق العالمي الجديد للصناعات الإبداعية</p> <p>1.3.1 صورة معمقة للصناعات الإبداعية في العالم</p> <p>2.3.1 مصادر تمويل الصناعات الإبداعية في كل دولة</p> <p>3.3.1 حالات عملية: نماذج الإدارة والسياسات العامة</p>	<p>2.1 الثقل الاقتصادي للصناعات الإبداعية اليوم</p> <p>1.2.1 المساهمة</p> <p>2.2.1 محركات النمو والتغيير</p> <p>3.2.1 آفاق العمل في الصناعات الإبداعية</p>	<p>1.1 الصناعات الإبداعية الجديدة</p> <p>1.1.1 من الصناعة الثقافية إلى الصناعة الإبداعية</p> <p>2.1.1 الصناعات الإبداعية اليوم</p> <p>3.1.1 الأنشطة والقطاعات التي تشكل الصناعات الإبداعية</p>
<p>8.1 المنشورات الحالية</p> <p>1.8.1 الأدب والمقال والشعر</p> <p>2.8.1 دور نشر</p> <p>3.8.1 الصحافة</p>	<p>7.1 الوسائط السمعية البصرية</p> <p>1.7.1 الأفلام والتلفزيون والمحتوى السمعي البصري</p> <p>2.7.1 الراديو و podcasts ومحتوى الاستماع</p> <p>3.7.1 ألعاب الفيديو</p>	<p>6.1 الفنون التمثيلية</p> <p>1.6.1 المسرح والرقص</p> <p>2.6.1 الموسيقى والمهرجانات</p> <p>3.6.1 المعارض والسيرك</p>	<p>5.1 الفنون البصرية</p> <p>1.5.1 الفنون التشكيلية</p> <p>2.5.1 التصوير</p> <p>3.5.1 الحرف</p>
		<p>01.1 اتصالات الاقتصاد الإبداعي أو الاقتصاد البرتقالي</p> <p>1.01.1 نمط التنافس دوائر متحدة المركز</p> <p>2.01.1 Spillovers (الأثار التبعية) الإبداعية والإنتاجية والمعرفة</p> <p>3.01.1 الثقافة في خدمة الاقتصاد الإبداعي</p>	<p>9.1 الخدمات الإبداعية</p> <p>1.9.1 التصميم والأزياء</p> <p>2.9.1 الهندسة المعمارية وتنسيق الحدائق</p> <p>3.9.1 الدعاية</p>

الوحدة 2. حماية المنتجات الإبداعية وغير الملموسة في سوق اليوم

<p>4.2 الملكية الفكرية 3</p>	<p>3.2 الملكية الفكرية 2</p>	<p>2.2 الملكية الفكرية 1</p>	<p>1.2 الحماية القانونية للأصول غير الملموسة</p>
<p>8.2 الملكية الفكرية والصناعية: الممارسة</p>	<p>7.2 الملكية الصناعية 3: براءات الاختراع ونماذج المنفعة</p>	<p>6.2 الملكية الصناعية 2: التصميم الصناعية</p>	<p>5.2 الملكية الصناعية 1: العلامات التجارية</p>
		<p>10.2 حقوق الإعلان 2</p>	<p>9.2 حقوق الإعلان 1</p>

الوحدة 3. الإدارة الاقتصادية والمالية للشركات الإبداعية

<p>1.3. الاستدامة الاقتصادية اللازمة</p> <p>1.1.3. الهيكل المالي للشركة الإبداعية</p> <p>2.1.3. المحاسبة في شركة إبداعية</p> <p>3.1.3. التوازن الثلاثي</p>	<p>2.3. دخل وتفقات شركة إبداعية حالية</p> <p>1.2.3. حساب التكلفة</p> <p>2.2.3. نوع التكاليف</p> <p>3.2.3. تخصيص التكاليف</p>	<p>3.3. أنواع الربح في الشركة</p> <p>1.3.3. هامش المساهمة</p> <p>2.3.3. نقطة التوازن</p> <p>3.3.3. تقييم البدائل</p>	<p>4.3. الاستثمار في القطاع الإبداعي</p> <p>1.4.3. الاستثمار في الصناعة الإبداعية</p> <p>2.4.3. تقييم الاستثمار</p> <p>3.4.3. طريقة VAN: صافي القيمة الحالية</p>
<p>5.3. الربحية في الصناعة الإبداعية</p> <p>1.5.3. المردودية الاقتصادية</p> <p>2.5.3. ربحية الوقت</p> <p>3.5.3. الربح المالي</p>	<p>6.3. الخزينة: السيولة والملاءة</p> <p>1.6.3. التدفق المالي</p> <p>2.6.3. الميزانية العمومية وقائمة الدخل</p> <p>3.6.3. التصفية والاستدانة</p>	<p>7.3. صيغ التمويل حاليا في السوق الإبداعي</p> <p>1.7.3. صناديق رأس المال الاستثماري</p> <p>2.7.3. Business Angels</p> <p>3.7.3. الاستدعاءات والمعونات</p>	<p>8.3. سعر المنتج في الصناعة الإبداعية</p> <p>1.8.3. تحديد الأسعار</p> <p>2.8.3. الربح مقابل المنافسة</p> <p>3.8.3. استراتيجية التسعير</p>
<p>9.3. استراتيجية التسعير في القطاع الإبداعي</p> <p>1.9.3. أنواع استراتيجيات التسعير</p> <p>2.9.3. المزايا</p> <p>3.9.3. السلبيات</p>	<p>01.3. الميزانيات التنفيذية</p> <p>1.01.3. أداة التخطيط الاستراتيجي</p> <p>2.01.3. البنود المدرجة في الميزانية التشغيلية</p> <p>3.01.3. تطوير وتنفيذ الموازنة التشغيلية</p>		

الوحدة 4. Futures Thinking (التفكير المستقبلي): كيف يمكن تحويل اليوم من الغد؟

<p>1.4. منهجية Futures Thinking (التفكير المستقبلي)</p> <p>1.1.4. Futures Thinking (التفكير المستقبلي)</p> <p>2.1.4. فوائد استخدام هذه المنهجية</p> <p>3.1.4. دور «المستقبلي» في المشروع الإبداعي</p>	<p>2.4. علامات التغيير</p> <p>1.2.4. علامات التغيير</p> <p>2.2.4. التعرف على علامات التغيير</p> <p>3.2.4. تفسير العلامات</p>	<p>3.4. أنواع المستقبل</p> <p>1.3.4. رحلة إلى الماضي</p> <p>2.3.4. الأنواع المستقبلات الأربعة</p> <p>3.3.4. تطبيق منهجية Futures Thinking (التفكير المستقبلي) في العمل</p>	<p>4.4. Future Forecasting (التنبؤ المستقبلي)</p> <p>1.4.4. البحث عن drivers</p> <p>2.4.4. كيفية إنشاء توقعات للمستقبل؟</p> <p>3.4.4. كيفية كتابة السيناريو المستقبلي؟</p>
<p>5.4. تقنيات التحفيز العقلي</p> <p>1.5.4. الماضي والمستقبل والتعاطف</p> <p>2.5.4. الحقائق مقابل الخبرة</p> <p>3.5.4. مسارات بديلة</p>	<p>6.4. التنبؤ التعاوني</p> <p>1.6.4. المستقبل كلعبة</p> <p>2.6.4. Future Wheel</p> <p>3.6.4. المستقبل من وجهات نظر مختلفة</p>	<p>7.4. انتصارات ملحمية</p> <p>1.7.4. من الاكتشاف إلى اقتراح الابتكار</p> <p>2.7.4. النصر الملحمي</p> <p>3.7.4. العدالة في لعبة المستقبل</p>	<p>8.4. المستقبلات المفضلة</p> <p>1.8.4. المستقبل المفضل</p> <p>2.8.4. تقنيات</p> <p>3.8.4. العمل من المستقبل إلى الوراثة</p>
<p>9.4. من التنبؤ إلى العمل</p> <p>1.9.4. صور المستقبل</p> <p>2.9.4. الأجهزة من المستقبل</p> <p>4.9.3. خريطة الطريق</p>	<p>4.10. أهداف التنمية المستدامة رؤية عالمية ومتعددة التخصصات للمستقبل</p> <p>4.10.1. التنمية المستدامة كهدف عالمي</p> <p>4.10.2. إدارة الإنسان في الطبيعة</p> <p>4.10.3. الاستدامة الاجتماعية</p>		

الوحدة 5. إدارة المستهلك أو المستخدم في الشركات الإبداعية

<p>5.1 المستخدم في السياق الحالي</p> <p>1.1.5 تغيير المستهلك في الآونة الأخيرة</p> <p>2.1.5 أهمية البحث</p> <p>3.1.5 تحليل التوجهات</p>	<p>2.5 استراتيجية مع الشخص في المركز</p> <p>1.2.5 استراتيجية Human Centric (محوها الإنسان)</p> <p>2.2.5 مفاتيح وفوائد كونها Human Centric (محوها الإنسان)</p> <p>3.2.5 الحالات الناجحة</p>	<p>3.5 البيانات في استراتيجية Human Centric (محوها الإنسان)</p> <p>1.3.5 البيانات في استراتيجية Human Centric (محوها الإنسان)</p> <p>2.3.5 قيمة البيانات</p> <p>3.3.5 نظرة 063° للعملاء</p>	<p>4.5 تنفيذ استراتيجية Human Centric (محوها الإنسان) في الصناعة الإبداعية</p> <p>1.4.5 تحويل المعلومات المتفرقة إلى معرفة العملاء</p> <p>2.4.5 تحليل الفرصة</p> <p>3.4.5 استراتيجيات ومبادرات التعظيم</p>
<p>5.5 منهجية Human Centric (محوها الإنسان)</p> <p>1.5.5 من البحث إلى النماذج الأولية</p> <p>2.5.5 نموذج الأملاس المزدوج: العملية والمراحل</p> <p>3.5.5 الأدوات</p>	<p>6.5 Design thinking (التفكير في التصميم)</p> <p>1.6.5 Design thinking (التفكير في التصميم)</p> <p>2.6.5 المنهجية</p> <p>3.6.5 تقنيات وأدوات Design thinking (التفكير في التصميم)</p>	<p>7.5 مكانة العلامة التجارية في ذهن المستخدم</p> <p>1.7.5 تحليل المواقع</p> <p>2.7.5 الأنماط</p> <p>3.7.5 المنهجية والأدوات</p>	<p>8.5 User Insights (أفكار المستخدم) في الشركات الإبداعية</p> <p>1.8.5 Insights (أفكار) وأهميتها</p> <p>2.8.5 Customer Journey (رحلة العميل) وأهمية Journey Map</p> <p>3.8.5 خريطة الرحلة (خريطة الرحلة)</p> <p>3.8.5 تقنيات البحث</p>
<p>9.5 ملف تعريف المستخدم (النماذج الأصلية وشخصية المشتري)</p> <p>1.9.5 النماذج الأولية</p> <p>2.9.5 شخصية المشتري</p> <p>3.9.5 منهجية التحليل</p>	<p>10.5 موارد وتقنيات البحث</p> <p>1.10.5 التقنيات في السياق</p> <p>2.10.5 تقنيات التصور والإبداع</p> <p>3.10.5 تقنيات التباين الصوتي</p>		

الوحدة 6. Creative Branding (العلامات التجارية الإبداعية) : التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية

<p>1.6 Brands and Branding (العلامات التجارية والعلامات التجارية)</p> <p>1.1.6 العلامات التجارية</p> <p>2.1.6 Branding (العلامة التجارية)</p> <p>3.1.6 تحديد المواقع، شخصية العلامة التجارية، الشهرة</p>	<p>2.6 بناء العلامة التجارية</p> <p>1.2.6 المزيج التسويقي</p> <p>2.2.6 هندسة العلامة التجارية</p> <p>3.2.6 هوية العلامة التجارية</p>	<p>3.6 التعبير عن العلامة التجارية</p> <p>1.3.6 الهوية الرسومية</p> <p>2.3.6 التعبير البصري</p> <p>3.3.6 العناصر الأخرى التي تعكس العلامة التجارية</p>	<p>4.6 التواصل</p> <p>1.4.6 المنظور</p> <p>2.4.6 Brand Touchpoints (نقاط اتصال العلامة التجارية)</p> <p>3.4.6 تقنيات وأدوات الاتصال</p>
<p>5.6 Brand Content (محتوى العلامة التجارية)</p> <p>1.5.6 من العلامات التجارية إلى منصات الترفيه</p> <p>2.5.6 ظهور المحتوى ذي العلامة التجارية</p> <p>3.5.6 التواصل مع الجمهور من خلال قصص فريدة من نوعها</p>	<p>6.6 Visual Storytelling (رواية القصص المرئية)</p> <p>1.6.6 تحليل العلامة التجارية</p> <p>2.6.6 مفاهيم إبداعية</p> <p>3.6.6 البيع الإبداعي</p>	<p>7.6 Customer Experience (تجربة الزبون)</p> <p>1.7.6 Customer Experience (تجربة الزبون) (CX)</p> <p>2.7.6 Customer Journey (رحلة الزبون)</p> <p>3.7.6 محاكاة العلامة التجارية و CX</p>	<p>8.6 التخطيط الاستراتيجي</p> <p>1.8.6 الأهداف</p> <p>2.8.6 تحديد الجماهير و Insights (الرؤى)</p> <p>3.8.6 تصميم الإستراتيجية</p>
<p>9.6 الأداء</p> <p>1.9.6 الإحاطة الإعلامية (briefing)</p> <p>2.9.6 التكتيكات</p> <p>3.9.6 خطة الإنتاج</p>	<p>10.6 التقييم</p> <p>1.10.6 ما الذي يجب تقييمه؟</p> <p>2.10.6 كيف نقيّمها ؟ (أدوات القياس)</p> <p>3.10.6 تقارير النتائج</p>		

الوحدة 7. القيادة والابتكار في الصناعات الإبداعية

1.7. الإبداع المطبق على الصناعة 1.1.7. التعبير الإبداعي 2.1.7. الموارد الإبداعية 3.1.7. التقنيات الإبداعية	2.7. الثقافة الابتكارية الجديدة 1.2.7. سياق الابتكار 2.2.7. لماذا يفشل الابتكار؟ 3.2.7. النظريات الأكاديمية	3.7. أبعاد وروافع الابتكار 1.3.7. خطط أو أبعاد الابتكار 2.3.7. المواقف تجاه الابتكار 3.3.7. ريادة الأعمال الداخلية والتكنولوجيا	4.7. معوقات وعقبات الابتكار في الصناعة الإبداعية 1.4.7. القيود الشخصية والجماعية 2.4.7. القيود الاجتماعية والمنظمات 3.4.7. القيود الصناعية والتكنولوجية
5.7. الابتكار المغلق والابتكار المفتوح 1.5.7. من الابتكار المغلق إلى الابتكار المفتوح 2.5.7. ممارسات تنفيذ الابتكار المفتوح 3.5.7. تجارب الابتكار المفتوحة في الشركات	6.7. نماذج الأعمال المبتكرة في IICC (تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) 1.6.7. اتجاهات الأعمال في الاقتصاد الإبداعي 2.6.7. حالات الدراسة 3.6.7. ثورة الصناعة	7.7. قيادة وإدارة استراتيجية الابتكار 1.7.7. دفع التنبؤ 2.7.7. قيادة العملية 3.7.7. Portfolio Maps	8.7. الابتكار المالي 1.8.7. CFO (المدير المالي): مستثمر رأس مال المجازفة 2.8.7. التمويل الديناميكي 3.8.7. الاستجابة للتحديات
9.7. التهجين: الابتكار في الاقتصاد الإبداعي 1.9.7. تقاطع القطاعات 2.9.7. توليد الحلول التخريبية 3.9.7. التأثير Medici	10.7. النظم البيئية الإبداعية والمبتكرة الجديدة 1.10.7. توليد البيئات المبتكرة 2.10.7. الإبداع كأسلوب حياة 3.10.7. المنظومة		

الوحدة 8. التحول الرقمي في الصناعة الإبداعية

1.8. Digital Future (المستقبل الرقمي) للصناعة الإبداعية 1.1.8. التحول الرقمي 2.1.8. وضع القطاع ومقارنته 3.1.8. تحديات مستقبلية	2.8. الثورة الصناعية الرابعة 1.2.8. الثورة الصناعية 2.2.8. التطبيق 3.2.8. التأثيرات	3.8. عوامل التمكين الرقمية للنمو 1.3.8. الفعالية التشغيلية والتسريع والتحسين 2.3.8. التحول الرقمي المستمر 3.3.8. حلول وخدمات للصناعات الإبداعية	4.8. تطبيق Big Data (البيانات الضخمة) على الشركة 1.4.8. قيمة البيانات 2.4.8. البيانات في اتخاذ القرار 3.4.8. Data Driven Company (الشركة التي تعتمد على البيانات)
5.8. التكنولوجيا المعرفية 1.5.8. الذكاء الاصطناعي والتفاعل الرقمي 2.5.8. إنترنت الأشياء والروبوتيات 3.5.8. ممارسات رقمية أخرى	6.8. استخدامات وتطبيقات تقنية Blockchain 1.6.8. Blockchain 2.6.8. القيمة بالنسبة لقطاع IICC 3.6.8. تنوع المعاملات	7.8. كل القنوات وتطور سرد القصص 1.7.8. التأثير على القطاع 2.7.8. تحليل التحدي 3.7.8. التطور	8.8. النظم البيئية لريادة الأعمال 1.8.8. دور الابتكار ورأس المال الاستثماري 2.8.8. النظام البيئي Start-up (الشركة الناشئة) والوكلاء الذين يتكئون منه 3.8.8. كيفية تعظيم العلاقة بين الوكيل الإبداعي و (الشركة الناشئة) Start-up؟
9.8. نماذج الأعمال الابتكارية الجديدة 1.9.8. بناءً على التسويق (المنصات و Marketplaces) 2.9.8. بناءً على تقديم الخدمات (نماذج Freemium أو Premium أو الاشتراك) 3.9.8. استناداً إلى المجتمعات (من Crowdfunding) التمويل الجماعي) أو الشبكات الاجتماعية أو المدونات)	10.8. منهجيات تعزيز ثقافة الابتكار في الصناعة الإبداعية 1.10.8. استراتيجية الابتكار في المحيط الأزرق 2.10.8. استراتيجية الابتكار في Lean Star-up 3.10.8. استراتيجية الابتكار الرشيق		

الوحدة 9. استراتيجيات التسويق الرقمي الجديدة

<p>4.9 وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق المؤثر</p> <p>1.4.9 تأثير وتطور التسويق الشبكي</p> <p>2.4.9 الإقناع ومفاتيح المحتوى والإجراءات الفيروسية</p> <p>3.4.9 التخطيط للتسويق الاجتماعي وحملات التسويق المؤثرة</p>	<p>3.9 E-Entertainment (الترفيه الإلكتروني): تأثير التجارة الإلكترونية في صناعة الترفيه</p> <p>1.3.9 التجارة الإلكترونية والأنواع والمنصات</p> <p>2.3.9 أهمية تصميم المواقع: UX (تجربة المستخدم) والواجهة (المستخدم)</p> <p>3.3.9 تحسين المساحة على الإنترنت: الحد الأدنى من الاحتياجات</p>	<p>2.9 التحليلات الرقمية للتشخيص</p> <p>1.2.9 التحليل قبل الاستراتيجية الرقمية</p> <p>2.2.9 اللحظة 0</p> <p>3.2.9 مؤشرات الأداء الرئيسية والمقاييس والأنواع والتصنيف وفقاً للمنهجيات</p>	<p>1.9 التكنولوجيا الجماهير</p> <p>1.1.9 الاستراتيجية الرقمية والاختلافات بين نوع المستخدم</p> <p>2.1.9 الجمهور المستهدف باستثناء العوامل والأجيال</p> <p>3.1.9 ملف تعريف العميل المثالي (ICP) وشخصية (المشتري) Buyer</p>
<p>8.9 أتمتة التسويق</p> <p>1.8.9 التسويق عبر البريد الإلكتروني وتصنيف البريد الإلكتروني</p> <p>2.8.9 أتمتة Email Marketing (التسويق عبر البريد الإلكتروني) والتطبيقات والمنصات والمزايا</p> <p>3.8.9 ظهور تسويق Bot & Chatbot: التصنيف والمنصات</p>	<p>7.9 منهجية التسويق الداخلي</p> <p>1.7.9 Social Selling (البيع الاجتماعي)، الركائز الأساسية والاستراتيجية</p> <p>2.7.9 منصة CRM في الإستراتيجية الرقمية</p> <p>3.7.9 Inbound Marketing (التسويق الداخلي) أو تسويق الجذب: الإجراءات وتحسين محركات البحث</p>	<p>6.9 الإعلان في بيئات الإنترنت</p> <p>1.6.9 الإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي وأهداف Social Ads (الإعلانات الاجتماعية)</p> <p>2.6.9 مسار التحويل أو Purchase Funnel: الفئات</p> <p>3.6.9 منصات Social Ads (الإعلانات الاجتماعية)</p>	<p>5.9 التسويق عبر الهاتف المحمول</p> <p>1.5.9 مستخدم المحمول</p> <p>2.5.9 الويب للجوال والتطبيقات</p> <p>3.5.9 إجراءات التسويق عبر الهاتف المحمول</p>
		<p>10.9 مقياس الربحية</p> <p>1.10.9 عائد الاستثمار: تعريف عائد الاستثمار وعائد الاستثمار مقابل عائد النفقات الإعلانية ROAS</p> <p>2.10.9 تحسين عائد الاستثمار</p> <p>3.10.9 مقاييس رئيسية</p>	<p>9.9 أدوات إدارة البيانات</p> <p>1.9.9 CRM في الإستراتيجية الرقمية والأنواع والتطبيقات والمنصات والاتجاهات</p> <p>2.9.9 Big Data البيانات الضخمة (Big Data) وتحليلات الأعمال (Business Analytics) وذكاء الأعمال (Business Intelligence)</p> <p>3.9.9 Big Data, والذكاء الاصطناعي و Data Science (علوم البيانات)</p>

الوحدة 10. ريادة الأعمال في الصناعات الإبداعية

<p>4.10 توليد الأفكار التجارية في الصناعة الإبداعية 1.4.10 أدوات توليد الأفكار: Brainstorming, الخرائط الذهنية, Drawstorming, الخ. 2.4.10 تصميم القيمة المقترحة: Canvas, 5 3.4.10 تطوير عرض القيمة</p>	<p>3.10 تحديد فرص الابتكار وريادة الأعمال 1.3.10 تحليل الاتجاهات الكبرى والقوى التنافسية 2.3.10 سلوك المستهلك وتقدير الطلب 3.3.10 تقييم الفرص التجارية</p>	<p>2.10 القيادة الشخصية 1.2.10 معرفة الذات 2.2.10 مهارات تنظيم المشاريع 3.2.10 تنمية المهارات والقدرات القيادية في مجال ريادة الأعمال</p>	<p>1.10 المشروع الريادي 1.1.10 ريادة الأعمال أنواعها ودورة حياتها 2.1.10 الملامح لرجل الأعمال 3.1.10 المواضيع ذات الاهتمام للقيام بها</p>
<p>8.10 الأسواق الثقافية 1.8.10 طبيعة الأسواق الثقافية 2.8.10 أنواع الأسواق الثقافية 3.8.10 تحديد الأسواق الثقافية المحلية</p>	<p>7.10 قيادة الفريق 1.7.10 ملامح الفريق وفقا للمزاج والشخصية 2.7.10 مهارات قائد الفريق 3.7.10 أساليب العمل الجماعي</p>	<p>6.10 تصميم نموذج الأعمال 1.6.10 نموذج العمل 2.6.10 منهجيات إنشاء نماذج الأعمال 3.6.10 تصميم نموذج العمل للفكرة المقترحة</p>	<p>5.10 النماذج الأولية والتحقق من صحتها 1.5.10 تطوير النموذج الأولي 2.5.10 المصادقة 3.5.10 إعدادات النماذج الأولية</p>
		<p>10.10 Pitch (خطاب تسويقي قصير) مبيعات 1.10.10 عرض المشروع على المستثمرين 2.10.10 إعداد العروض التقديمية الجذابة 3.10.10 تنمية مهارات الاتصال الفعال</p>	<p>9.10 خطة التسويق و Branding (العلامة التجارية) الشخصية 1.9.10 عرض المشروع الشخصي والريادي 2.9.10 الخطة الإستراتيجية المتوسطة والقصيرة المدى 3.9.10 متغيرات قياس النجاح</p>

المنهجية

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

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



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



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

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



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

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

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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



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

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

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

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

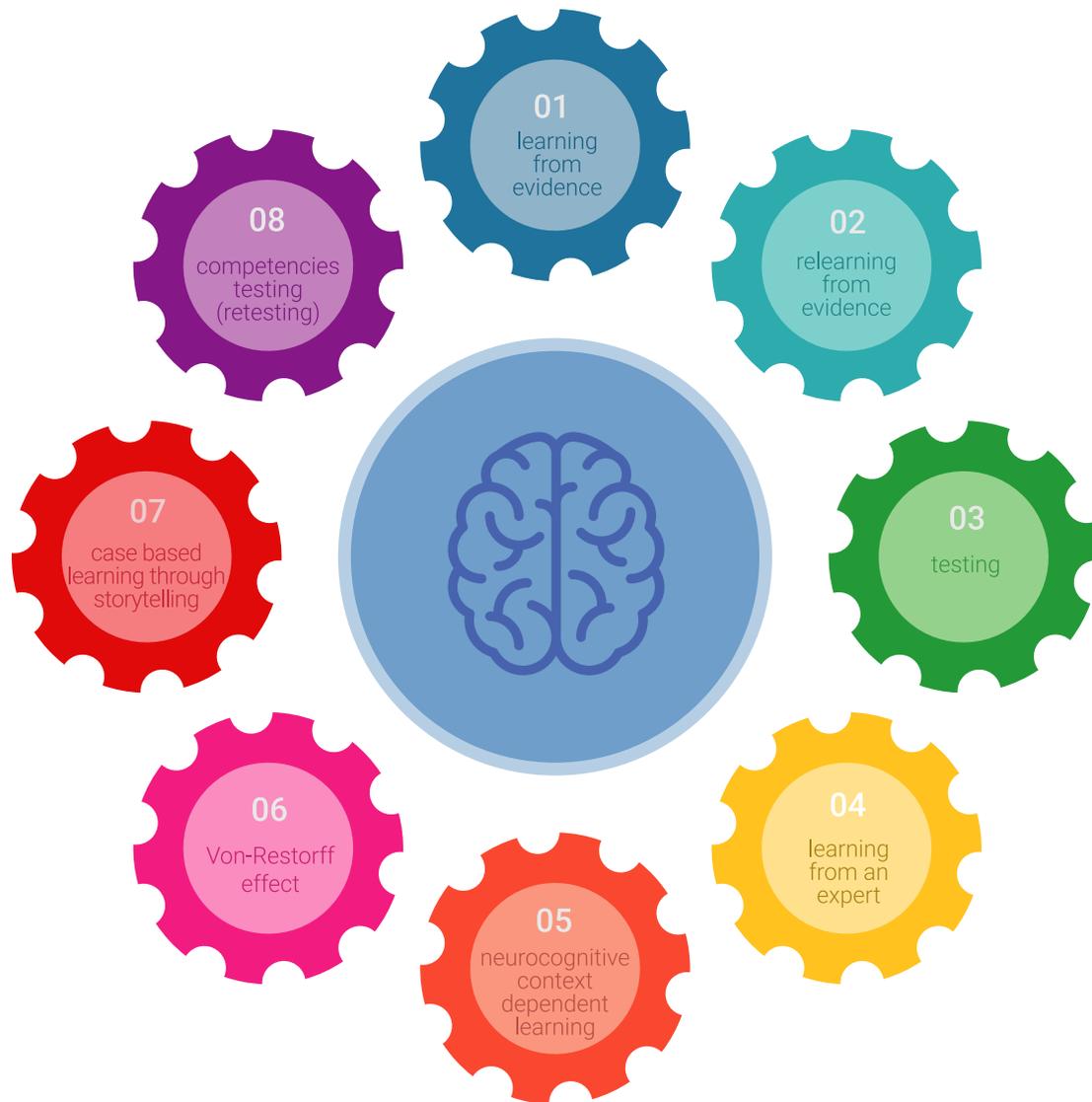
تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

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

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

في TECH ستتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب 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 فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

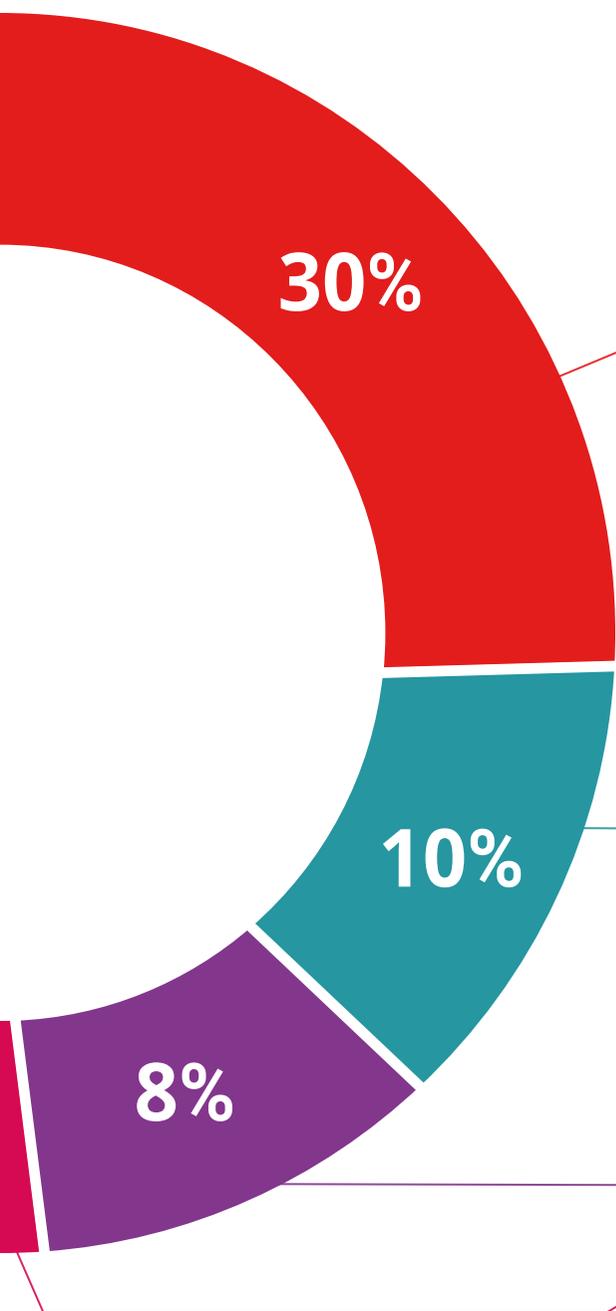
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 الذاكرة، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

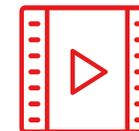
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا.

ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم.

إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات الإدارية



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

قراءات تكميلية



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



دراسات الحالة (Case studies)

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



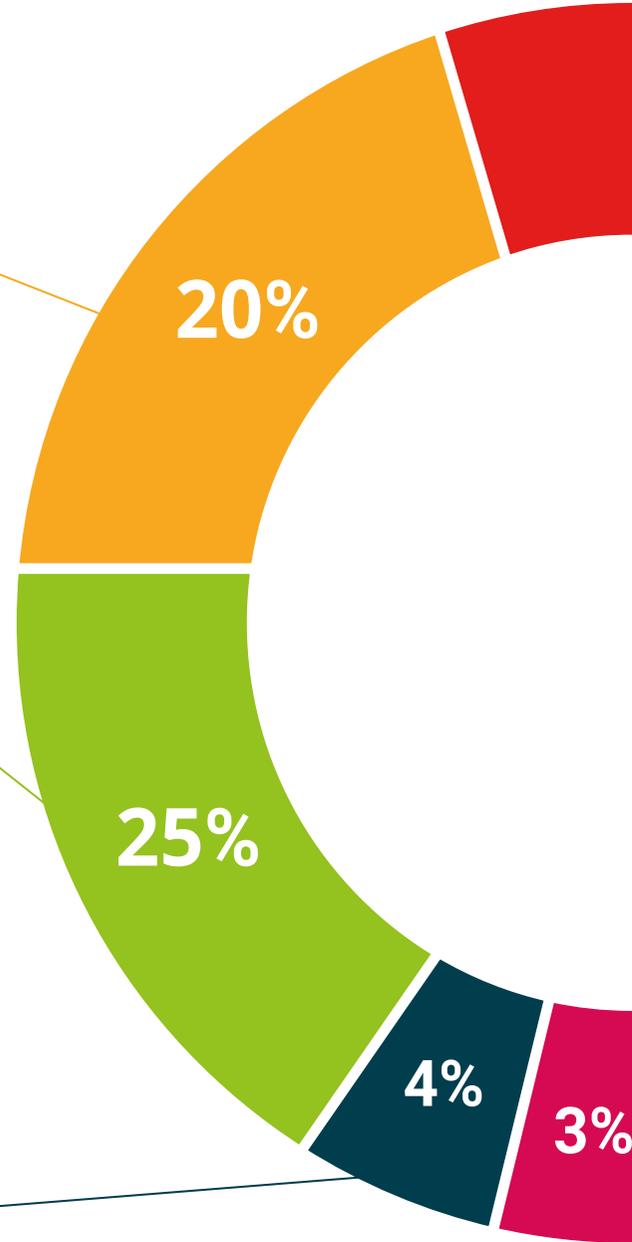
ملخصات تفاعلية

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



الاختبار وإعادة الاختبار

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



الملف الشخصي لطلابنا

يستهدف البرنامج املي البكالوريوس والمحاضرة الجامعية ولبسانس الذين أكملوا سابقاً أياً من الدرجات العلمية التالية في مجال إدارة الأعمال أو التسويق أو التصميم أو الاتصالات.

يشكل تنوع المشاركين الذين لديهم ملامح أكاديمية مختلفة ومن جنسيات متعددة النهج متعدد التخصصات لهذا البرنامج.

يمكن أيضاً للمهنيين الحاصلين على شهادات جامعية في أي مجال، ولديهم خبرة عمل لمدة عامين في مجال إدارة الأعمال الإبداعية، أن يأخذوا البرنامج أيضاً.



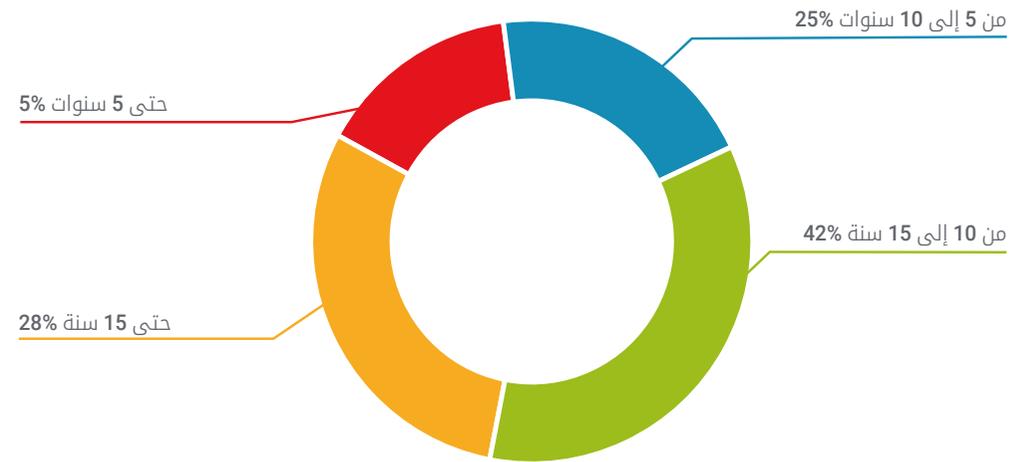
إذا كنت تريد أن تكون جزءًا من مجموعتنا المختارة من الخريجين، وتضاعف فرصك المهنية، فهذا البرنامج مناسب لك"



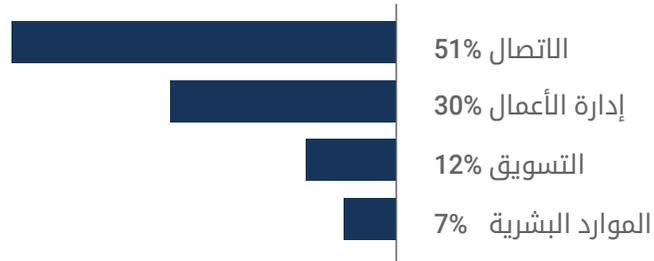
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

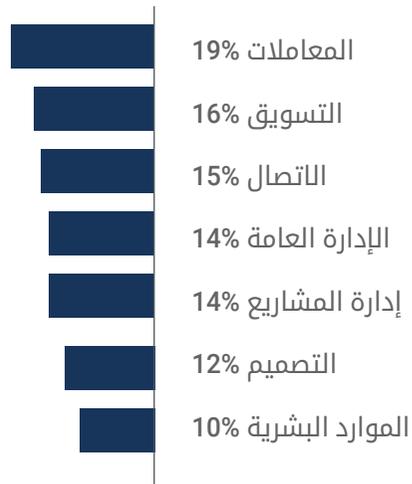
عدد سنوات الخبرة



التدريب في مجال



المؤهل الأكاديمي



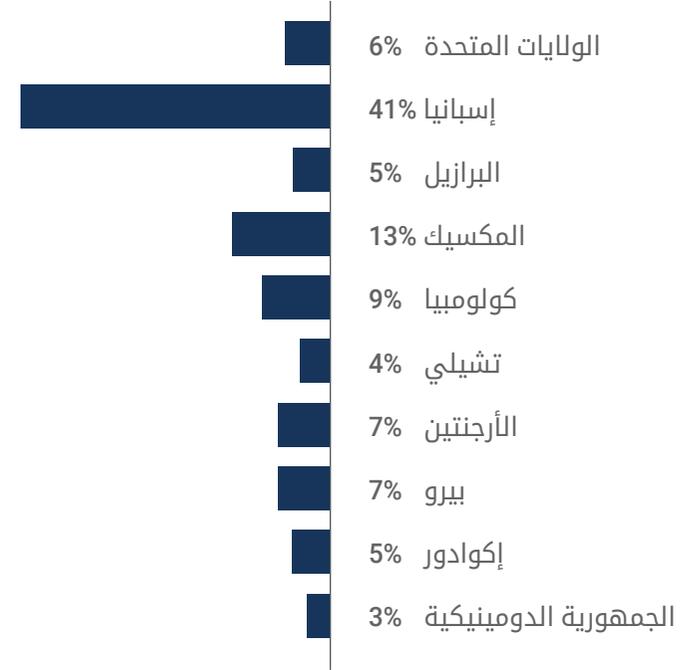


Ariadna González Suárez

الرئيس التنفيذي لشركة المنسوجات

"بالتأكيد كانت الدراسة في TECH اكتشافاً رائعاً بالنسبة لي. كنت أبحث عن برنامج لمساعدتي في تعزيز الإبداع في شركتي ومع هذا البرنامج حصلت عليه. بالإضافة إلى ذلك، آخذ معي جدول أعمال من الاتصالات الممتازة التي اكتسبتها خلال برنامج"

التوزيع الجغرافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

في بحثها عن التعليم الجيد الذي يضع أسس النمو المهني للطالب، جمعت TECH لهذا الماجستير المجموعة الأكثر اكتمالا وتخصصا من المهنيين النشطين على الساحة الدولية. سيضمن ذلك للطالب أنه من خلال تحديث معرفته في هذه الجامعة، سيكون متأكدًا من حصوله على المعرفة الأكثر اكتمالاً وفعالية في السوق، وبالتالي يكون قادرًا على تنفيذ عمله في صناعات القطاع الإبداعي بمعدل نجاح أعلى .

لدينا فريق تدريس يتمتع بخبرة واسعة سيساعدك على
التخصص في هذا القطاع“





المدرء الدوليون المستضافون

أ. Mark Young هو خبير مشهور عالميًا ركز مسيرته البحثية على الصناعة الترفيهية. قد حصلت نتائجه على العديد من الجوائز، بما في ذلك جائزة لمسيرته في المحاسبة والإدارة لعام 2020، والتي تمنحها جمعية المحاسبة الأمريكية. بالمثل، فقد فاز ثلاث مرات لمساهماته في الأدب الأكاديمي في هذه المجالات.

كان من أبرز المعالم في حياته المهنية نشر دراسة "الترجسية والمشاهير" بالتعاون مع الدكتور Drew Pinsky. قام هذا النص بتجميع بيانات مباشرة من شخصيات سينمائية أو تلفزيونية مشهورة. أصبح الكتاب الأكثر مبيعًا، حيث قام الخبير بتحليل السلوكيات الترجسية لنجوم السيولويد وكيف تم تطبيعها في وسائل الإعلام الحديثة. في الوقت نفسه، تم تناول تأثير هذه الأمور على الشباب المعاصر.

طوال حياته المهنية أيضًا، تعمق Young في التنظيم والتركيز في صناعة السينما. على وجه التحديد، فقد بحث في نماذج للتنبؤ بنجاح الأفلام الكبرى في شبك التذاكر. بالمثل، فقد قدم مساهمات فيما يتعلق بالمحاسبة على أساس النشاط وتصميم أنظمة التحكم. على وجه الخصوص، يبرز تأثيرها المعترف به في تنفيذ الإدارة الفعالة القائمة على بطاقة الأداء المتوازن.

بالمثل، ميز العمل الأكاديمي أيضًا حياته المهنية، مما أدى إلى اختياره لقيادة كرسي أبحاث George Holman G. Hurtg Bozanic في مجال الرياضة والترفيه. بالمثل، فقد عقد مؤتمرات وشارك في برامج دراسية تتعلق بالمحاسبة والصحافة والاتصالات. في الوقت نفسه، ربطته دراساته الجامعية والدراسات العليا بجامعة أمريكا الشمالية المرموقة مثل بيتسبرغ وأوهايو.

د. Young, S. Mark

- ♦ مدير كرسي **George Bozanic** و**Holman G. Hurt** في مجال الرياضة والترفيه
- ♦ المؤرخ الرسمي لفريق التنس للرجال بجامعة جنوب كاليفورنيا
- ♦ باحث أكاديمي متخصص في تطوير النماذج التنبؤية لصناعة السينما
- ♦ شارك في تأليف كتاب "الترجسية والمشاهير"
- ♦ دكتوراه في العلوم المحاسبية من جامعة **Pittsburgh**
- ♦ ماجستير في المحاسبة من جامعة ولاية أوهايو
- ♦ بكالوريوس في الاقتصاد من كلية **Oberlin**
- ♦ عضو مركز التميز في التدريس

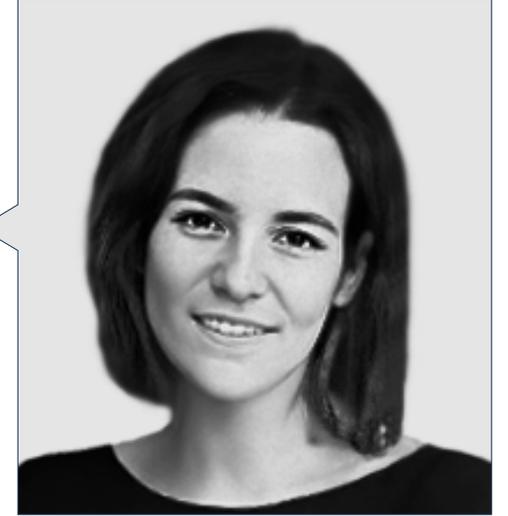
بفضل TECH، ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم"



هيكل الإدارة

د. Velar Lera, Margarita

- ♦ خبيرة استشارية في الاتصالات في مجال الموضة
- ♦ الرئيسة التنفيذية لشركة Forfashion Lab
- ♦ مديرة التسويق المؤسسي في SGNGroup
- ♦ مستشارة الاتصالات المؤسسية في LLYC
- ♦ مستشارة اتصالات والعلامة التجارية freelance
- ♦ مديرة الاتصالات بجامعة Villanueva
- ♦ مدرسة في الدراسات الجامعية المرتبطة بالتسويق
- ♦ دكتورة في الاتصالات من جامعة Carlos III بمدريد
- ♦ بكالوريوس الاتصال السمعي البصري من جامعة كومبلوتنسي بمدريد
- ♦ MBA الأزياء من ISEM Fashion Business School



الأساتذة

أ. Sanjosé, Carlos

- ♦ أخصائي التسويق الرقمي
- ♦ مدير التسويق الرقمي في Designable
- ♦ رئيس القسم التسويقي الرقمي في MURPH
- ♦ مدير التسويق الرقمي في Gramos 25
- ♦ رئيس المحتوى في Unánime Creativos
- ♦ بكالوريوس في الإعلان والعلاقات العامة من الجامعة CEU Cardenal Herrera

أ. Eyzaguirre Vilanova, Carolina

- ♦ مستشارة قانونية ومصممة خبيرة في الصناعة الإبداعية
- ♦ مستشارة قانونية بجمعية التنظيم الذاتي للاتصالات التجارية
- ♦ المستشارة القانونية للرئيس التنفيذي لشركة EleyHawk
- ♦ مصممة El Mueble g National Geographic
- ♦ مدرسة للدراسات العليا الجامعية
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة Pompeu Fabra
- ♦ بكالوريوس في التصميم من جامعة Pompeu Fabra
- ♦ درجة الماجستير الرسمية في الملكية الفكرية من جامعة Pontificia Comillas
- ♦ دورة حول الحق في الإعلان من قبل جمعية التنظيم الذاتي للاتصالات التجارية

د. San Miguel Arregui, Patricia

- ♦ باحثة خبيرة في التسويق الرقمي
- ♦ مؤسسة ومديرة Digital Fashion Brands
- ♦ باحثة ومشاركة في دراسات التسويق
- ♦ مؤلفة كتاب Influencer Marketing
- ♦ مؤلفة المنشورات الأكاديمية في المجلات المرموقة
- ♦ متحدثة منتظمة في الندوات والمؤتمرات الوطنية والدولية حول الاتصال والتسويق
- ♦ مدرسة في الدراسات الجامعية والدراسات العليا
- ♦ دكتوراه في التسويق الرقمي لشركة أزياء من جامعة Navarra
- ♦ بكالوريوس في الإعلان والعلاقات العامة من جامعة كومبلوتنسي بمدريد
- ♦ MBA في الأزياء التنفيذية من قبل ISEM

أ. Gallego Martínez, Ana Belén

- ♦ خبيرة استشارية في استراتيجيات الأعمال
- ♦ مستشارة مستقلة في Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة كومبلوتنسي في مدريد
- ♦ MBA ماجستير في إدارة الأعمال والإدارة، تخصص في الإدارة المالية من جامعة كاميلو خوسيه سيلا
- ♦ برنامج التحول الرقمي التنفيذي من قبل كلية التنظيم الصناعي

د. Bravo Durán, Sandra

- ♦ الرئيسة التنفيذية لتجربة المستخدم في Myme
- ♦ الرئيسة التنفيذية ومؤسسة شركة Ch2 Abroad & Events
- ♦ عالمة اجتماعية في المرصد السياحي ل Salamanca
- ♦ المستشارة الرقمية في Everis
- ♦ باحثة في Runroom
- ♦ أستاذة الماجستير في إدارة الأزياء والتسويق الفاخر والماجستير في إدارة العلامات التجارية الفاخرة في MSMK - كلية مدريد للتسويق
- ♦ دكتوراه في الإبداع التطبيقي من جامعة Navarra
- ♦ شهادة في علم الاجتماع من جامعة Salamanca
- ♦ درجة البكالوريوس في الاقتصاد من جامعة Salamanca
- ♦ ماجستير تنفيذي في إدارة أعمال الموضة من جامعة Navarra

أ. Justo Rey, Rumén

- ♦ منتج سمعي بصري وخبير إرشاد للشركات الناشئة
- ♦ منتج أفلام وثائقية وأفلام
- ♦ مستشار مالي وقانوني لشؤون الأفلام
- ♦ مستثمر في الشركات الناشئة الإبداعية
- ♦ مؤسس ومدبر مهرجان جزر الكناري الدولي المستقل والأفلام
- ♦ مستشار أعمال في CEOE Tenerife
- ♦ مرشد الشركات الناشئة في جمعية Afedes
- ♦ مرشد بدء التشغيل في Bridge for Billions
- ♦ بكالوريوس في إدارة الأعمال والإدارة من جامعة La Laguna
- ♦ ماجستير في الوقاية من المخاطر المهنية من SGS
- ♦ الدراسات العليا في المراقبة التكنولوجية
- ♦ خبير في إدارة الموارد البشرية من جامعة Vigo

أ. Arroyo Villoria, Cristina

- ♦ مستشارة تقنية ومنسقة مشاريع التدريب
- ♦ شريكة ومديرة المشاريع وريادة الأعمال في مصنع الصناعات الإبداعية
- ♦ منسقة في Acerca Cultura مدريد
- ♦ محررة محتوى التعلم الإلكتروني المستقل لـ LID للتحرير
- ♦ منسقة التدريب في Factoría Cultural مدريد
- ♦ درجة البكالوريوس في علوم العمل من جامعة بلد الوليد
- ♦ ماجستير في إدارة RR والنماذج وإدارة. البشرية وإدارتها من كلية San Pablo CEU للأعمال
- ♦ ماجستير في التعلم الإلكتروني وتكنولوجيا التعليم، التدريب على التعلم الإلكتروني
- ♦ تقنية أولى للوقاية من المخاطر، تخصص النظافة المهنية.
- ♦ تقنية أولى للوقاية من المخاطر، تخصص بيئة العمل وعلم النفس الاجتماعي في العمل في معهد التدريب الشامل

د. Paule Vianez, Jessica

- ♦ أخصائية في مجموعة أبحاث إدارة الأعمال والاقتصاد بجامعة Rey Juan Carlos
- ♦ مستشارة تجارية في DKV Seguros y Reaseguros
- ♦ مساعدة إدارية في مؤسسة التطوير الإداري في Cáceres
- ♦ دكتوراه في العلوم الاجتماعية والقانونية من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ درجة الماجستير في المعالجة الإحصائية للحاسوبية للمعلومات من جامعة كومبلوتنسي بمدريد
- ♦ شهادة في المالية والمحاسبة من جامعة Extremadura
- ♦ شهادة في إدارة الأعمال والإدارة من جامعة Extremadura
- ♦ عضو الأكاديمية الأوروبية للإدارة واقتصاديات الأعمال



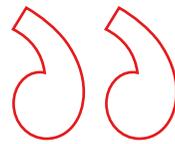
مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

تدرك TECH تمامًا أن الحصول على برنامج بهذا الحجم يمثل استثمارًا ماليًا ومهنيًا كبيرًا وبالطبع استثمارًا شخصيًا.

لذلك فإن الهدف النهائي للطلاب عند القيام بهذا الجهد الكبير يجب أن يكون تحقيق النمو المهني.



أحدث تغيير إيجابي في حياتك المهنية، هذا هو التحدي الذي
يواجهنا. نحن منخرطون بشكل كامل لمساعدتك في تحقيق ذلك“



هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟
فالتطوير المهني الممتاز في انتظارك

يعد MBA إدارة الشركات الإبداعية من TECH برنامجًا مكثفًا يؤهلك لمواجهة تحديات العمل والقرارات في مجال الفكرة والمشروع وإدارة العمل. هدفها الرئيسي هو تعزيز النمو الشخصي والمهني للطالب، وتطوير قدراته الإبداعية ومساعدته على أن يكون قادرًا على تعزيز قدرات الآخرين. بهذه الطريقة، تحفز TECH المحترفين على المضي قدمًا نحو النجاح. إذا كنت ترغب في تحسين نفسك وتحقيق التغيير الإيجابي على المستوى المهني والتفاعل مع الأفضل، فهذا هو مكانك.

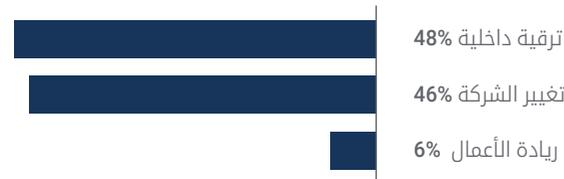
احصل على تحسينات الراتب التي تستحقها من خلال الحصول على هذا البرنامج الكامل مع TECH.

في عالم العمل التنافسي، يعد التخصص أفضل الأصول للمحترفين عندما يتعلق الأمر بإبراز ملفهم الشخصي عن الآخرين.

وقت التغيير



نوع التغيير



زيادة الرواتب

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



المزايا لشركتك

يساهم MBA إدارة الشركات الإبداعية في رفع مواهب المنظمة إلى أقصى إمكاناتها من خلال تدريب القادة رفيعي المستوى.

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



في وقت تشهد فيه التغييرات الاجتماعية والتكنولوجية المستمرة، تصبح
معرفة كيفية إدارة الإبداع بشكل صحيح عنصرا أساسيا في إبراز المنظمة“



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

01

رأس المال الفكري ونمو المواهب

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

02

الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

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

03

وكلاء البناء للتغيير

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

04

زيادة إمكانيات التوسع الدولي

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

تطوير مشاريع شخصية

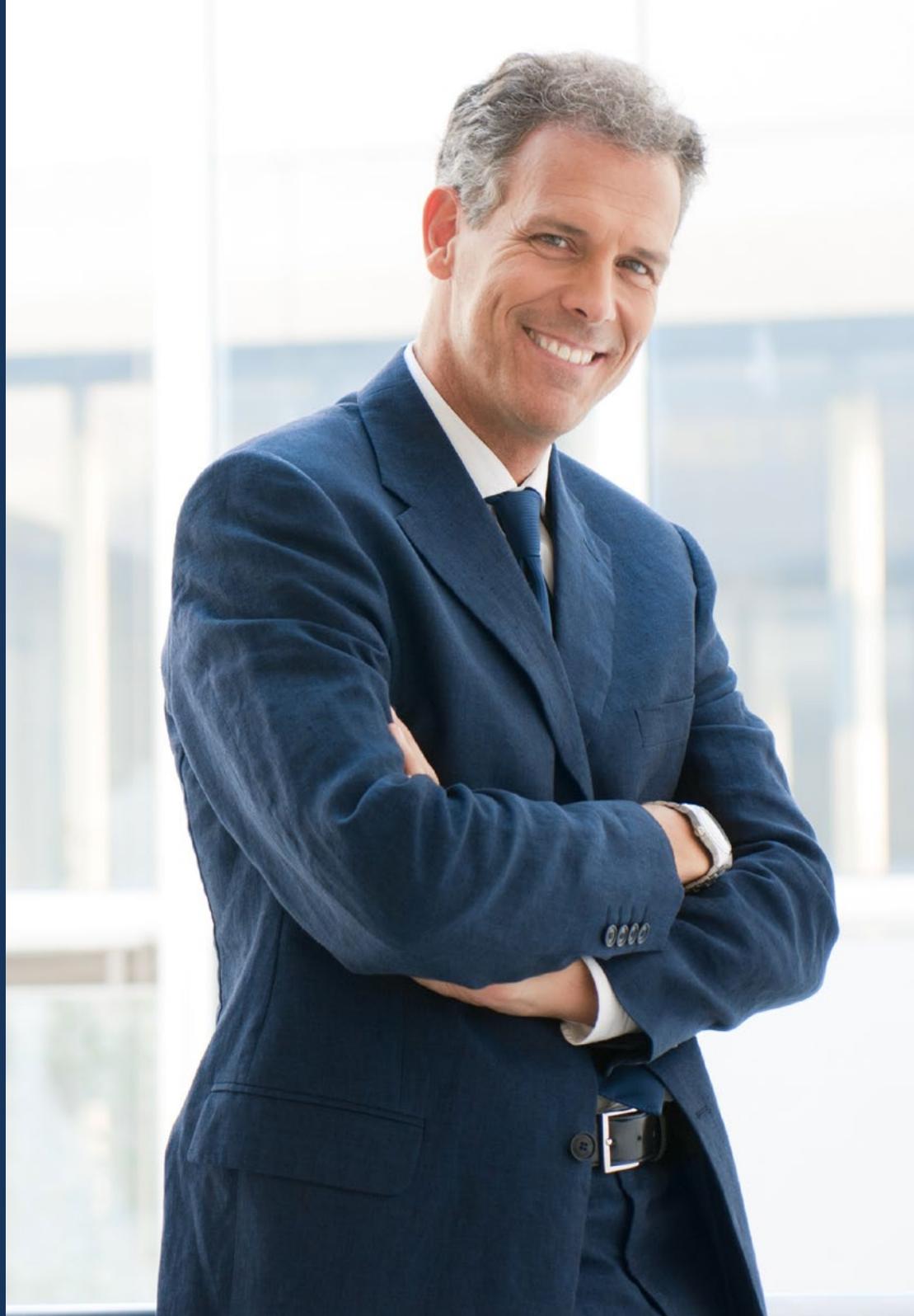
يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

تعزيز القدرة التنافسية

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

06



المؤهل العلمي

يضمن MBA إدارة الشركات الإبداعية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الوصول إلى درجة الماجستير المادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



أكمل هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية دون الحاجة إلى إجراءات معقدة“



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

المؤهل العلمي: ماجستير خاص MBA إدارة الشركات الإبداعية

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 1500 ساعة

يحتوي **MBA إدارة الشركات الإبداعية** على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق. بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**

ماجستير خاص في MBA إدارة الشركات الإبداعية

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
المادة	الدورة	نوع المادة	عدد الساعات
الماتلاب الحديثة الجديدة	1*	إجباري (OB)	1500
مقدمة المحاسبة الإدارية وميزان المدفوعات في مقرر المحرم	1*	إجباري (OP)	0
نظرة استباقية وإستراتيجية للتفكير الإبداعي	1*	المقررات الخارجية (PR)	0
Future Thinking التفكير الاستراتيجي، كيف يمكن تحوّل اليوم من الغدا	1*	مشروع تخرج الماجستير (TFM)	0
إدارة المبيعات أو المتخصص في الخدمات المالية	1*		
Customer Relationship Management المبيعات، التغطية التسويقية، الوصول بوزارة العلاقات الدولية للجامعة	1*		
القيادة والتفكير في المبيعات الإبداعية	1*		
التحول الرقمي في صناعة الخدمات	1*		
الاستراتيجيات التسويق الرقمي الجديدة	1*		
رؤية المستقبل في المبيعات الإبداعية	1*		
إجمالي			1500

tech الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara Navarro
أ.د. / رئيسة الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوحة إلى

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج ماجستير خاص في

MBA إدارة الشركات الإبداعية

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

تلك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018 في تاريخ 17 يونيو 2020

Tere Guevara Navarro
أ.د. / رئيسة الجامعة

TECH AFW023S_techfuture.com/certificates

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

tech الجامعة
التكنولوجية

الابتكار

الحاضر

الجودة

ماجستير خاص

MBA إدارة الشركات الإبداعية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

لغات

ماجستير خاص MBA إدارة الشركات الإبداعية