

ماجستير خاص MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير خاص MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/videogames/professional-master-degree/master-mba-video-game-business-management

الفهرس

	02	01
	الأهداف	المقدمة
	صفحة 8	صفحة 4
05	04	03
الهيكل والمحتوى	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	الكفاءات
صفحة 38	صفحة 18	صفحة 14
07	06	
المؤهل العلمي	المنهجية	
صفحة 60	صفحة 52	

المقدمة

تنطوي إدارة شركة متخصصة في قطاع ألعاب الفيديو على العديد من المهام والأهداف التي يجب تحقيقها. هناك العديد من العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار، مثل تقنيات التسويق التي يجب استخدامها، أو معرفة برامج محددة أو المهارات اللازمة لقيادة فريق العمل. لهذا السبب، يهدف هذا البرنامج إلى تدريب الخريج على هذه المهام من خلال منهجية أكاديمية أكثر طليعية، بفضل ذلك، سيكتسب الطالب صفات قيّمة وأساسية لإدارة الشركات الرقمية أو شركات ألعاب الفيديو.

مع هذا الماجستير الخاص، سيكون الطريق إلى
النجاح أسهل بفضل الأدوات التي ستكتسبها
في الإدارة العليا لشركات ألعاب الفيديو"



يحتوي ماجستير خاص في MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً و حداثة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل خبراء في إدارة الأعمال لألعاب الفيديو
- ♦ 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
- ♦ تركيزها 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

تزدهر الشركات المخصصة لإنشاء ألعاب الفيديو. إنها سوق ناشئة تضم العديد من المشترين حول العالم، لذا فإن الطلبات داخلها في تزايد. تتطلب الإدارة داخل هذا النوع من الشركات سلسلة من المهارات التي يجب تطويرها من أجل جعل الشركة تنطلق نحو نجاح المبيعات.

لهذا السبب، فإن تولي مسؤولية إدارة الشركة مسؤولية كبيرة جداً فضلاً عن كونها مسؤولية جسيمة. من المهم معرفة جميع زوايا وأركان القطاع، من أجل التحقيق في جميع الجوانب وتحسينها باستمرار من أجل الحصول على نتائج نهائية عالية الجودة.

ضمم MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو ليكون بمثابة دليل للمهنيين الذين يرغبون في تطوير مسيرتهم المهنية في إدارة الشركات في مجال ألعاب الفيديو. من خلال محتويات واضحة وقوية، سيحقق الخريج الكفاءات اللازمة لتطوير مهام الوظيفة.

بفضل منهجية الدراسة عبر الإنترنت، يعد هذا البرنامج الخيار الأمثل لمن يرغبون في الجمع بين دراستهم وحياتهم العملية أو الشخصية. تطبق جامعة TECH منهج إعادة التعلم (المعروفة بـ Relearning) في هذا المؤهل العلمي، وهو أسلوب تعليمي أثبت فعاليته. يتمثل ذلك في تكرار المفاهيم الأساسية من قبل أعضاء هيئة التدريس، من أجل تطوير التعلم السلس.

كن معياراً في أحد أكثر القطاعات
تطوراً في الوقت الحالي"



يُعدّ تعليمك كيفية إدارة الشركات الناجحة
أحد الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج.

من خلال منهجيتنا عبر الإنترنت ستتمكن من
تنظيم وقت دراستك بطريقة عملية وفعالة.



تزدهر الشركات الرقمية وشركات ألعاب الفيديو
بسبب النمو السريع للتكنولوجيا. انضم إلى هذه
الثورة من خلال الدراسة في جامعة TECH

البرنامج يضم في أعضائه هيئة تدريسه محترفين يصونون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

سيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلّم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



الأهداف

الهدف من MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو من TECH هو إرشاد الخريج إلى الركائز الأساسية للإدارة الاستراتيجية للشركة. يحتوي هذا المؤهل العلمي على منهج دراسي يتضمن جميع المفاهيم الأساسية لفهم وتنفيذ الخطة الاستراتيجية التي تعمل كمرجع للتنسيق والتنفيذ السليم للعمل بين أعضاء الفريق. بالتالي، فإن المهني الذي يلتحق بهذا البرنامج سيصل في النهاية بسلسلة من المعارف المناسبة لتطوير دوره في مكان العمل.



قم بقيادة فريق بشري نحو هدف واحد: النجاح"



الأهداف العامة



- ♦ وضع استراتيجيات للصناعة
- ♦ الفهم المتعمق وتصميم مشاريع ألعاب الفيديو
- ♦ الحصول على فهم متعمق للتقنيات والابتكارات الناشئة في الصناعة
- ♦ تطوير استراتيجيات موجهة لألعاب الفيديو
- ♦ إتقان المجالات الوظيفية للشركات في قطاع ألعاب الفيديو
- ♦ التعلّم بالتفصيل كيفية تطوير استراتيجيات التسويق والمبيعات
- ♦ التعلم بطريقة شاملة كيفية إنشاء شركات موجهة لسوق ألعاب الفيديو
- ♦ التعرف بشكل متعمق على تأثير إدارة المشاريع وقيادة الفريق



ستساعدك أدواتنا وترافقك طوال
الطريق للوصول إلى أهدافك"

الأهداف المحددة



الوحدة 1. الاستراتيجية في الشركات الرقمية وألعاب الفيديو

- ♦ التعرف على سياق ومكونات استراتيجية الأعمال مع التركيز على صناعة ألعاب الفيديو

الوحدة 2. إدارة شركات ألعاب الفيديو

- ♦ التعلّم بالتفصيل هيكل سلسلة القيمة الكاملة للصناعة واكتساب المهارات اللازمة لإدارة المؤسسات المختلفة في القطاع

الوحدة 3. التسويق الرقمي والتحول الرقمي لألعاب الفيديو

- ♦ تحديد ومعرفة كيفية تطوير جميع تخصصات وتقنيات تسويق Gaming التي تسمح بتعزيز نماذج الأعمال في صناعة ألعاب الفيديو

الوحدة 4. إنشاء شركات ألعاب الفيديو

- ♦ امتلاك معرفة واسعة بالعناصر الرئيسية لإنشاء شركات يمكنها أن تحتل مكانة في سوق ألعاب الفيديو

الوحدة 5. إدارة المشاريع

- ♦ الاطلاع بالتفصيل على تشغيل وإدارة المشاريع

الوحدة 6. الابتكار

- ♦ إجراء دراسة شاملة للعناصر الرئيسية لتطوير حلول مبتكرة وقابلة للتطبيق لخدمات ومنتجات ألعاب الفيديو المختلفة

الوحدة 7. الإدارة المالية

- ♦ تحديد أهم جوانب الإدارة الاقتصادية والمالية والتعرف على أهم جوانب الإدارة الاقتصادية والمالية باعتبارها أحد الكفاءات الرئيسية لإدارة الأعمال

الوحدة 8. الإدارة التجارية

- ♦ تطوير كفاءات تجارية عالية في العمليات الرئيسية لزيادة قدرات المبيعات وتطوير الأعمال في شركات القطاع





الوحدة 9. إدارة eSports

- ♦ معرفة وتعلم ودراسة النظام الفرعي للرياضات الإلكترونية بالكامل، سواء الجهات الفاعلة الرئيسية ونماذج الأعمال التجارية من أجل التمكن من تطوير هذا السوق

الوحدة 10. القيادة وإدارة المواهب

- ♦ اكتساب الكفاءات والمهارات على الكفاءات الجديدة المطلوبة من الأشخاص لقيادة نماذج الأعمال والمشاريع في صناعة ألعاب الفيديو

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

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

الوحدة 12. قيادة لأفراد وإدارة المواهب

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

الوحدة 13. الإدارة الاقتصادية والمالية

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

الوحدة 14. الإدارة التجارية والتسويق الاستراتيجي

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

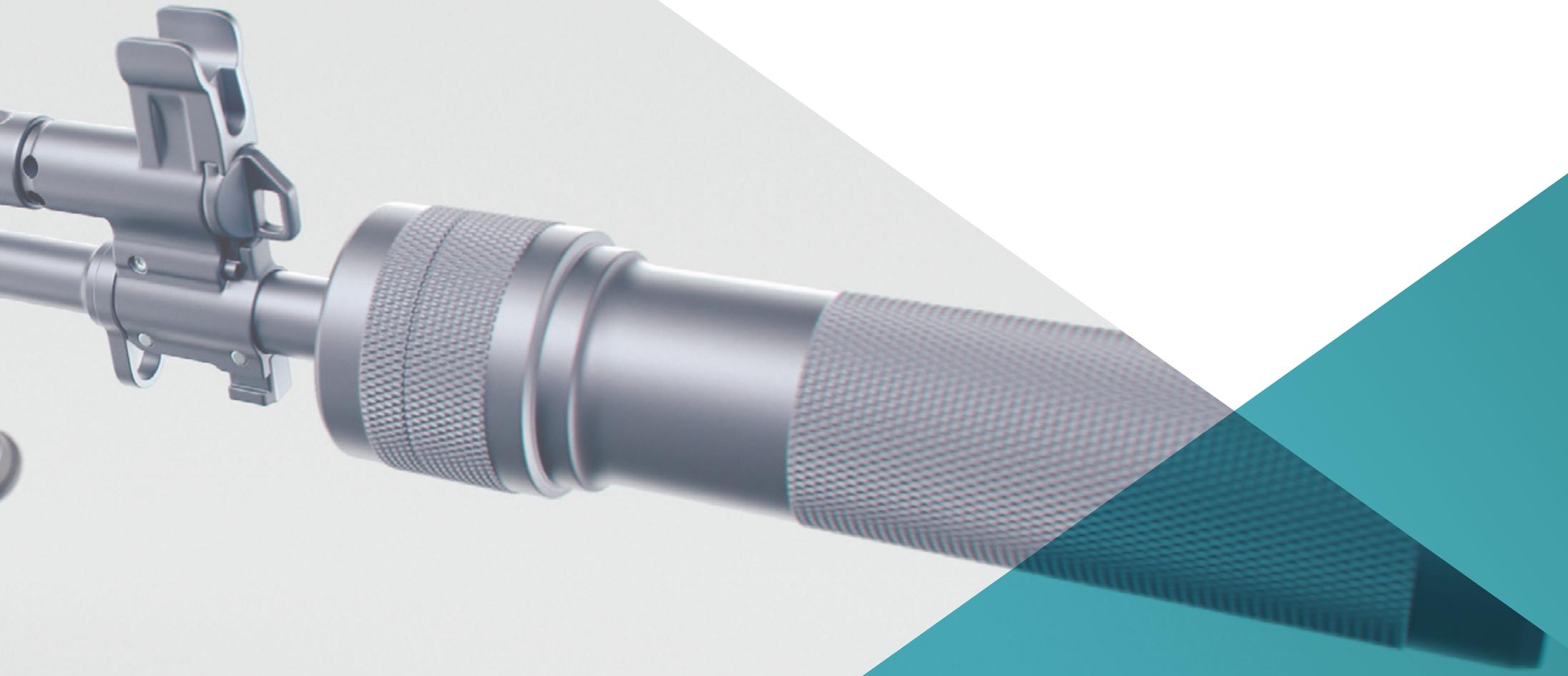
الوحدة 15. الإدارة التنفيذية

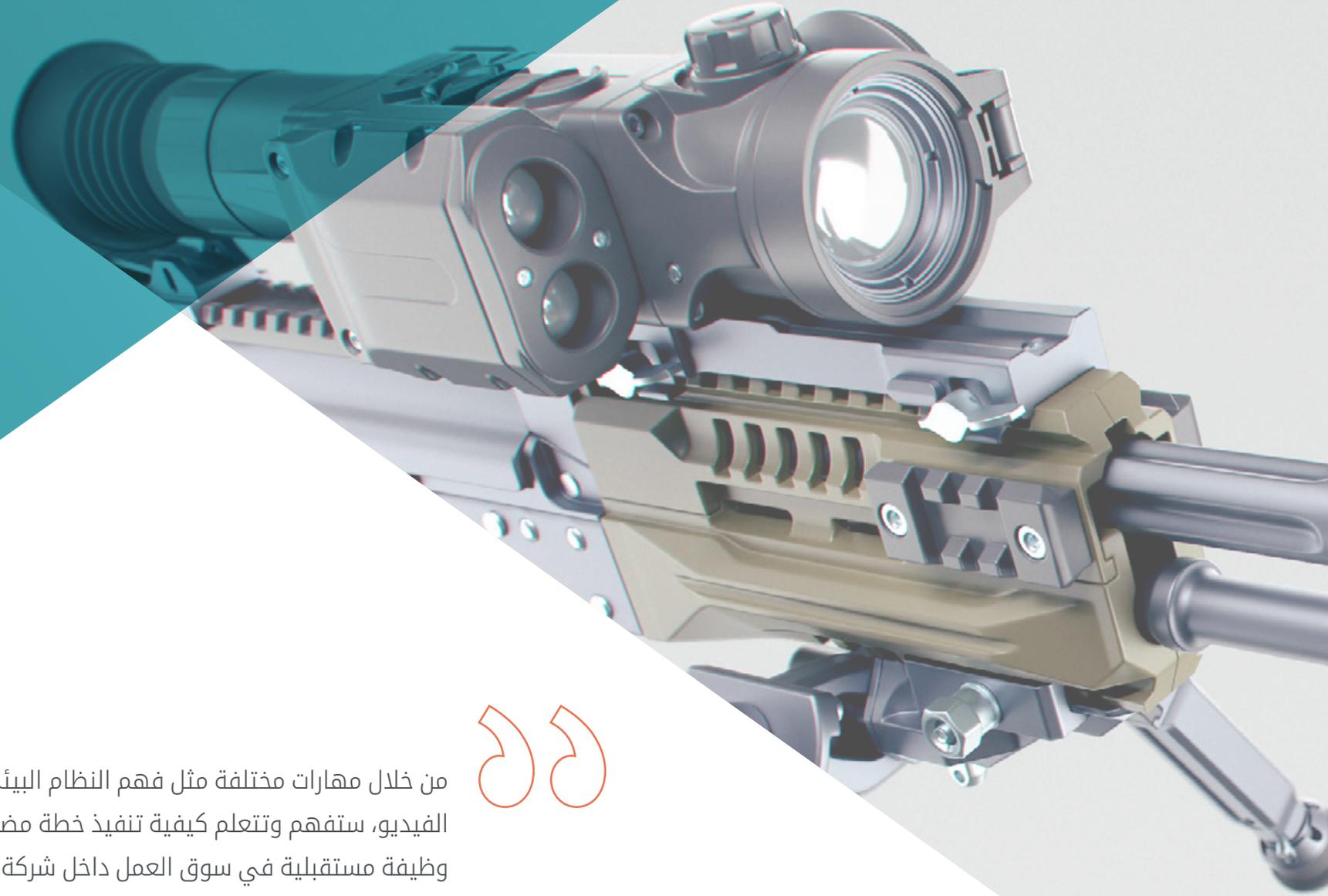
- ♦ تحديد مفهوم الإدارة العامة وصلتها بإدارة الأعمال
- ♦ تقييم أدوار ومسؤوليات المدير في الثقافة المؤسسية
- ♦ تحليل أهمية إدارة العمليات وإدارة الجودة في سلسلة القيمة
- ♦ تطوير مهارات الإعلام بين الأشخاص ومهارات التحدث أمام الجمهور لتدريب المتحدثين الرسميين



الكفاءات

ستكون جميع المهارات التي يكتسبها الطلاب خلال مسارهم التعليمي في MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو ذات فائدة كبيرة لهم في حياتهم المهنية المستقبلية. ستجد من خلال هذا البرنامج إجابات لاحتياجات الشركات في هذا القطاع وتفاصيل الأنشطة اللازمة لتطوير منصب إداري بنجاح داخل شركة في المجال الرقمي.





من خلال مهارات مختلفة مثل فهم النظام البيئي لصناعة ألعاب الفيديو، ستفهم وتتعلم كيفية تنفيذ خطة مضمونة للحصول على وظيفة مستقبلية في سوق العمل داخل شركة في هذا المجال"



الكفاءات المحددة



- مراجعة العناصر الرئيسية لخطة العمل واحتياجاتها الاستثمارية
- دراسة تفاصيل إنتاج لعبة فيديو وعمليات ما بعد إطلاقها في السوق
- تحليل كيفية عمل نماذج التوزيع الجديدة عبر الإنترنت
- اكتساب المعرفة بإدارة المشاريع
- فهم هياكل مشاريع ألعاب الفيديو
- العمل على دراسات حالة لمرحلة تصور وإطلاق وتنفيذ المشاريع
- معرفة كيفية دمج إدارة الإعلان والتسويق في المشروع
- مراجعة العناصر والمقومات المطلوبة للمحترف لتطوير المهارات والقدرات الابتكارية
- التعامل مع المواهب وإدارتها كجزء أساسي من رأس مال الشركة الرقمية وألعاب الفيديو.
- العمل مع نماذج الأعمال المبتكرة التي يتم تطويرها في هذه الصناعة واستعراضها بالتفصيل.
- معرفة المهارات والمعارف والكفاءات في التحليل الاقتصادي المالي.
- اكتساب مستوى عالٍ من المعرفة المالية حول الأعمال التجارية.
- العمل على الجوانب الأكثر صلة بالنظام المالي.
- الخوض في جميع الأقسام التي يتكون منها النظام الاقتصادي والمالي لشركة ألعاب رقمية وألعاب الفيديو.

الكفاءات العامة



- تطوير استراتيجيات الأعمال الموجهة للشركات الرقمية وشركات ألعاب الفيديو
- إتقان مجالات إدارة شركات الألعاب الرقمية وألعاب الفيديو
- تعلم بعمق كيفية تصميم مشاريع ألعاب الفيديو
- التعرف بالتفصيل على النظام البيئي لصناعة ألعاب الفيديو
- تعلم بالتفصيل التقنيات في خدمة ألعاب الفيديو، من وجهة نظر تجارية
- الحصول على فهم شامل لتأثير إجراءات التسويق و المبيعات
- تحليل الإدارة المالية والاقتصادية لشركة ألعاب فيديو
- فهم الجوانب الرئيسية لإنشاء شركات ألعاب الفيديو بالتفصيل
- اكتساب معايير عالية حول التقنيات الناشئة والابتكار في صناعة ألعاب الفيديو
- اكتساب المهارات والكفاءات الأكثر تعقيداً لقيادة نماذج الأعمال والمشاريع في مجال ألعاب الفيديو

- ♦ التعمق في النطاق الاستراتيجي لشركات الألعاب الرقمية وألعاب الفيديو
- ♦ تحليل جوانب مثل العملية الاستراتيجية والحاجة إلى تحليل المتغيرات المختلفة المطلوبة للصياغة الاستراتيجية
- ♦ معرفة أدوات الدراسة الخاصة بتحليل قطاع ألعاب الفيديو والموقف التنافسي والبيئة الاقتصادية
- ♦ إثبات أهداف ووظائف الإدارة الاستراتيجية في شركات الألعاب الرقمية وألعاب الفيديو
- ♦ النظر في العناصر التي تشكل هيكلية القطاع وسلسلة القيمة الخاصة
- ♦ مراجعة عناصر سلسلة قيمة ألعاب الفيديو وألعاب الفيديو
- ♦ إضافة قيمة على جوانب مثل التجارة الإلكترونية
- ♦ العمل على الملفات الشخصية الاحترافية في قطاع ألعاب الفيديو ونوادي الألعاب الإلكترونية الاحترافية eSports
- ♦ تعلم كيفية تصميم خطة التسويق الرقمي
- ♦ التركيز على تخصصات جذب الحركة والجمهور لتوزيع الرسائل التجارية
- ♦ العمل على تقنيات Display والإعلان المبرمج
- ♦ تعلم تخصصات التسويق الداخلي و التسويق القائم على الحساب
- ♦ استيعاب عمليات التسويق الرقمي والحلول الحالية لأتمتتها
- ♦ التعرف على الاحتياجات المطلوبة لإنشاء شركة وبحثها عن الاستدامة
- ♦ اكتساب المهارات التجارية
- ♦ تطوير الإجراءات التي تهدف إلى تسويق وبيع المنتجات أو الخدمات بشكل صحيح.
- ♦ ممارسة وتعلم كيفية عمل المبيعات والإدارة التجارية من أجل تطبيق أحدث التقنيات.
- ♦ تعلم وفهم كيفية إدارة الفعاليات والبطولات والمؤتمرات الخاصة بالرياضات الإلكترونية.
- ♦ فهم الكيانين الأكثر أهمية في الرياضات الإلكترونية: اللاعب والنادي.
- ♦ التعرف بعمق على نماذج الأعمال المختلفة التي يمكن تطويرها في إدارة الرياضات الإلكترونية، بالإضافة إلى الجوانب الأكثر صلة في تطوير الفعاليات والبطولات أو إدارة الرعاية والإعلانات.
- ♦ تخطيط استراتيجيات مبيعات Merchandising (الترويج التجاري)
- ♦ تطبيق التسويق عبر المؤثرين بطريقة مربحة
- ♦ اكتساب المهارات والكفاءات القيادية
- ♦ العمل على مهارات إدارة المواهب من خلال تحليل عمليات الموارد البشرية وتطويرها
- ♦ التعرف بالتفصيل على Soft Skills (المهارات الناعمة)
- ♦ تطوير القيادة العملية

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يمتلك هذا البرنامج طاقم تدريس مؤهل تأهيلاً عالياً من أجل اكتساب الطلاب المعرفة اللازمة لتطوير جودة إدارة شركات الألعاب الرقمية وألعاب الفيديو. بالتالي، فإنهم يتمتعون بمسار وظيفي مثير للاهتمام، حيث اكتسبوا خبرات متراكمة مفيدة للغاية لتطوير المواد التعليمية التي يحتوي عليها هذا البرنامج. لذلك فإن الطالب لديه ضمان الجودة العالية من المعلمين الذين سيوجهونه خلال رحلته الأكاديمية.



tech

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية | 19

تعلم مع أفضل المحترفين أسرار قيادة شركة
فنية وألعاب فيديو إلى النجاح"



المدير الدولي المستضاف



تتمتع Jennifer Dove بخبرة تزيد عن 20 عاماً في تصميم وقيادة فرق استقطاب المواهب العالمية، وهي خبيرة في مجال التوظيف والاستراتيجية التكنولوجية. وطوال مسيرتها المهنية، شغلت مناصب عليا في العديد من المؤسسات التكنولوجية داخل شركات مدرجة على قائمة Fortune 50، بما في ذلك Comcast و NBCUniversal. وقد أُنح لها سجلها الحافل التوفيق في بيئات تنافسية عالية النمو.

وبصفتها نائب رئيس قسم استقطاب المواهب في Mastercard، فهي تشرف على استراتيجية استقطاب المواهب وتنفيذها، وتتعاون مع قادة الأعمال والموارد البشرية لتحقيق أهداف التوظيف التشغيلية والاستراتيجية. وهي تهدف على وجه الخصوص إلى بناء فرق عمل متنوعة وشاملة وذات أداء عالٍ تدفع الابتكار والنمو في منتجات الشركة وخدماتها. بالإضافة إلى ذلك، فهي خبيرة في استخدام الأدوات اللازمة لجذب أفضل الأشخاص من جميع أنحاء العالم والاحتفاظ بهم. كما أنها مسؤولة أيضاً عن الترويج لعلامة Mastercard التجارية والقيمة التي تقدمها الشركة من خلال المنشورات والفعاليات ووسائل التواصل الاجتماعي.

أظهرت Jennifer Dove التزامها بالتطوير المهني المستمر، حيث شاركت بنشاط في شبكات المتخصصين في الموارد البشرية وساهمت في تأهيل 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. وقد اشتهرت بقدرتها على قيادة التحولات التنظيمية، ودمج التكنولوجيا في عمليات التوظيف، وتطوير برامج القيادة التي تُعد المؤسسات للتحديات المقبلة. كما نجحت أيضاً في تنفيذ برامج صحية للموظفين أدت إلى زيادة رضا الموظفين والاحتفاظ بهم بشكل كبير.

أ. Jennifer Dove

- ♦ نائب الرئيس، استقطاب المواهب، Mastercard، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة استقطاب المواهب في NBCUniversal، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مديرة التوظيف في كومكاست
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Rite Hire الاستشارية
- ♦ نائب الرئيس التنفيذي، قسم المبيعات في شركة أردور نيويورك للعقارات
- ♦ مديرة التوظيف في شركة Valerie August & Associates
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في BNC
- ♦ مديرة تنفيذية للحسابات في Vault
- ♦ بكالوريوس جامعة ميامي بشهادة في الاتصال التنظيمي

بفضل 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 هندسة الإنتاجية في Microsoft
- ♦ شهادة في الأمن السيبراني من Western Governors University
- ♦ شهادة تقنية في الغوص التجاري Commercial Diving من Divers Institute of Technology
- ♦ شهادة في الدراسات البيئية من The Evergreen State College



اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث التطورات في هذا الشأن لتطبيقها على ممارساتك 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. بفضل هذه الخبرة، عمل مع رؤساء تنفيذيين وشركات في جميع أنحاء العالم، ودفعهم إلى الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية. هكذا، قد ساعد شركات مثل Shell للطاقة على أن تصبح شركات رائدة حقيقية في السوق، مع التركيز على عملاتها 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 التحويلية.. مع شركة Shell، بالتحديد، شرع المدير التنفيذي في التغلب على ثلاثة تحديات: تلبية متطلبات من أجل إزالة الكربون المعقدة للعملاء، ودعم "إزالة الكربون الفعالة من حيث التكلفة" و إصلاح مشهد مجزأ للبيانات، والرقمية والتكنولوجيا. بالتالي، فقد أظهرت جهودهم أنه من أجل تحقيق النجاح المستدام، من الضروري البدء من احتياجات المستهلكين وإرساء أسس التحول في العمليات والبيانات والتكنولوجيا والثقافة.

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

أ. Arman, Romi

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



هل ترغب في تحديث معرفتك بأعلى جودة
تعليمية؟ تقدم لك TECH أحدث محتوى في
السوق الأكاديمي، صممه خبراء مشهورون 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. قد قدمت الشركة، التي يقع مقرها في Mountain View، حلولاً للتحديات التشغيلية التي تواجه عملاق التكنولوجيا، مثل تكامل البيانات الرئيسية، و تحديثات بيانات البائعين وتحديد أولويات بيانات البائعين. قد قاد عملية تخطيط سلسلة التوريد في مركز البيانات وتقييم مخاطر الموردين، مما أدى إلى تحسينات في العمليات وإدارة سير العمل أدت إلى تحقيق وفورات كبيرة في التكاليف.

مع أكثر من عشر سنوات من العمل في تقديم الحلول الرقمية والقيادة للشركات في مختلف الصناعات، يتمتع بخبرة واسعة في جميع جوانب تقديم الحلول الاستراتيجية، بما في ذلك التسويق، وتحليلات الوسائط، و medición و القياس والإسناد. في الواقع، حصلت الشركة على العديد من الجوائز عن عملها، بما في ذلك جائزة الريادة 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.

قد قاد أيضاً فرق عمل في شركات مثل Siemens Eaton، Airbus، حيث اكتسب خبرة قيّمة في إدارة الحسابات وسلسلة التوريد. قد اشتهر بشكل خاص بعمله على تجاوز التوقعات باستمرار من خلال بناء علاقات قيّمة مع العملاء و العمل بسلاسة مع الأشخاص على جميع مستويات المؤسسة، بما في ذلك أصحاب المصلحة والإدارة وأعضاء الفريق والعملاء. لقد جعله نهجه القائم على البيانات وقدرته على تطوير حلول مبتكرة وقابلة للتطوير لتحديات الصناعة رائداً بارزاً في مجاله.

أ. Arens, Manuel

- ♦ مدير المشتريات العالمية في Google, Mountain View, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير أول، تحليلات وتكنولوجيا Google B2B, الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ مدير مبيعات في Google, أيرلندا
- ♦ كبير محللي الصناعة في Google, ألمانيا
- ♦ مدير حساب في Google, أيرلندا
- ♦ Accounts Payable في Eaton, المملكة المتحدة
- ♦ مدير سلسلة التوريد في شركة Airbus, ألمانيا



راهن على ITECH! ستتمكن من الوصول إلى أفضل المواد التعليمية، في طليعة التكنولوجيا والتعليم، والتي ينفذها متخصصون مشهورون دوليًا في هذا المجال"

المدير الدولي المستضاف

Andrea La Sala هو مدير تنفيذي في مجال التسويق كان لمشاريعه معنى مؤثر في بيئة الأزياء. طوال مسيرته المهنية الناجحة قام بتطوير مجموعة متنوعة من المهام المتعلقة بالمنتجات، والتسويق و الإعلانات. كل هذا مرتبط بعلامات تجارية مرموقة مثل Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein، وغيرها.

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

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

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

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



أ. La Sala, Andrea

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



ينتظرك أكثر المتخصصين الدوليين تأهيلاً وخبرة في
TECH ليقدّموا لك تعليماً من الدرجة الأولى ومحدثاً
ومبتنئاً على أحدث الأدلة العلمية. ما الذي تنتظره بعد؟"

المدير الدولي المستضاف

Mick Gram مرادف للابتكار والتميز في مجال ذكاء الأعمال Inteligencia Empresarial لى المستوى الدولي. ترتبط مسيرته المهنية الناجحة بمناصب قيادية في شركات متعددة الجنسيات مثل Walmart و Red Bull. كما أنه معروف برؤيته في تحديد التقنيات الناشئة التي لها تأثير دائم على المدى الطويل على بيئة الشركات.

من ناحية أخرى، يُعتبر المدير التنفيذي رائداً في استخدام تقنيات تصور البيانات التي تبسط المجموعات المعقدة وتجعلها في متناول الجميع وتسهّل عملية اتخاذ القرار. قد أصبحت هذه المهارة الدعامة الأساسية لملفه المهني، مما جعله رصيداً مرغوباً فيه لدى العديد من المنظمات التي كانت ملتزمة بجمع المعلومات و توليد إجراءات ملموسة بناءً عليها.

من أبرز مشاريعها في السنوات الأخيرة منصة Walmart Data Cafe، وهي أكبر منصة من نوعها في العالم تعتمد على السحابة لتحليل البيانات الضخمة Big Data. قد شغل أيضاً منصب مدير ذكاء الأعمال Business Intelligence في شركة Red Bull، حيث غطى مجالات مثل المبيعات والتوزيع والتسويق وعمليات سلسلة التوريد. قد تم تكريم فريقه مؤخراً لابتكاراته المستمرة في استخدام واجهة برمجة تطبيقات Walmart 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. من خلال هذا التحديث المستمر، يكون الخبير قد حقق أحدث الكفاءات. على هذا النحو، فقد أصبح يُنظر إليه على أنه قائد مولود للاقتصاد العالمي الجديد، الذي يتمحور حول السعي وراء البيانات وإمكانياتها اللانهائية.



أ. Mick Gram

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



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

المدير الدولي المستضاف

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

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

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

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



أ. Stevenson, Scott

- ♦ مدير التسويق الرقمي في Warner Bros. Discovery, Burbank, الولايات المتحدة
- ♦ مدير حركة المرور Warner Bros. ترفيه (Entertainment)
- ♦ ماجستير في الكتابة الإبداعية من جامعة كاليفورنيا
- ♦ إجازة في الإعلانات السلكية 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 بصمة كبيرة على الامتيازات الرياضية الأكثر أهمية في شيكاغو. بصفته نائب الرئيس التنفيذي لامتيازات Chicago Bulls و Chicago White Sox فقد أثبت قدرته على قيادة الأعمال الناجحة و الاستراتيجية في عالم الرياضة الاحترافية..

أخيرًا، بدأ مسيرته المهنية فيمجال 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. Nyquist, Eric

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

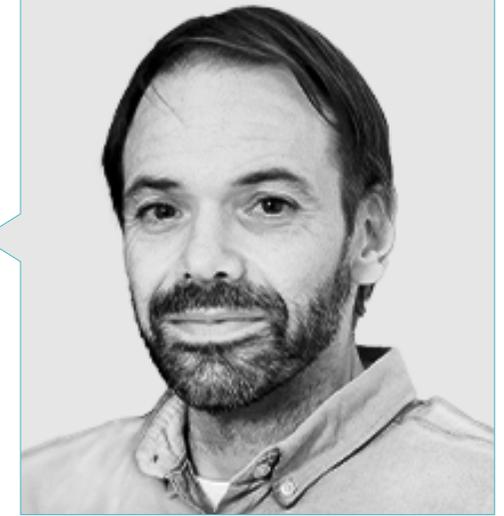


بفضل هذا المؤهل العلمي الجامعي 100%
عبر الانترنت، ستتمكن من الجمع بين دراستك
والتزاماتك اليومية، بمساعدة كبار الخبراء
الدوليين في مجال اهتمامك. سجل الآن!

هيكل الإدارة

أ. Sánchez Mateos, Daniel

- ♦ منتج تطبيقات ألعاب الفيديو والتطبيقات متعددة الأجهزة
- ♦ مدير العمليات وتطوير الأعمال والبحث والتطوير في شركة Gamera Nest
- ♦ مدير برنامج مواهب PS في PlayStation Iberia
- ♦ شريك/مدير الإنتاج والتسويق والعمليات في شركة ONE CLICK S.A. (مجموعة DIGITAL ONE GROUP, ش.م.م.)
- ♦ شريك/مدير الإنتاج والعمليات/مدير الإنتاج ومصمم المنتجات في مشروع DIGITAL JOKERS/مشروع MAYHEM
- ♦ الإدارة عبر الإنترنت في قسم التسويق في AURUM PRODUCCIONES
- ♦ عضو في قسم التصميم والترخيص في LA FACTORÍA DE IDEAS
- ♦ مساعد عمليات في شركة DISTRIMAGEN SL, مدريد (إسبانيا)
- ♦ بكالوريوس في علوم الاتصال من جامعة كومبلوتنسي في مدريد
- ♦ ماجستير معتمد في الإدارة والتسويق والاتصالات من جامعة كاميلو خوسيه سيللا, مدريد (إسبانيا)
- ♦ ماجستير في الإنتاج التلفزيوني من المعهد الدولي لتعليم التعليم والتدريب المهني والتقني بالتعاون مع الاتحاد الأوروبي



الأساتذة

أ. Espinosa de los Monteros Iglesias, Rafael

- ♦ الرئيس التنفيذي ومؤسس شركة Fluzo Studios
- ♦ مدير تمويل المشاريع التجارية ومشاريع البحث والتطوير في شركة Kaudal
- ♦ الرئيس التنفيذي في Reta al Alzheimer
- ♦ الرئيس التنفيذي في Pyxel Arts
- ♦ مدير المنتجات والخدمات في شركة Arquimea Ingeniería
- ♦ مدير الحسابات الرئيسية في شركة Cota Soluciones
- ♦ مدير جودة البرمجيات في شركة Recreativos Franco Gaming
- ♦ المدير الوطني لتكنولوجيا المعلومات في كريدي أجرينول شوفرو
- ♦ مدير مشروع ADSL ومستشار النشر في شركة تيليفونيك إسبانيا
- ♦ فني شبكات واتصالات هاتفية في جامعة كارلوس الثالث بمدريد
- ♦ مهندس تقني صناعي: مهندس إلكترونيات صناعية في جامعة كارلوس الثالث بمدريد
- ♦ ماجستير في استراتيجية الأعمال والشركات. الاتصالات في جامعة راي خوان كارلوس الأول في جامعة راي خوان كارلوس الأول
- ♦ ماجستير في الذكاء الاصطناعي والابتكار من جامعة فوندرز
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال الدولية من كلية لويس للأعمال من جامعة لويس للأعمال

أ. Ochoa Fernández, Carlos J.

- ♦ متخصص في الابتكار التكنولوجي والتسويق الرقمي وريادة الأعمال
- ♦ المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة ONE للاستشارات الرقمية
- ♦ مدير ومستشار في شركات مثل SIEMENS و Sagentia و Altran و Eptron
- ♦ خبير تقييم للمفوضية الأوروبية
- ♦ مُقَيِّم مستقلةً لمؤسسة ألبرتا تيتكر (كندا)
- ♦ موجه من المؤسسة الوطنية السويسرية للعلوم (SNSF)
- ♦ مهندس من جامعة مدريد السياسية (إسبانيا)

- ♦ MBA الدولية في ريادة الأعمال في كلية بابسون
- ♦ رئيس فرع مدريد/إسبانيا لرابطة الواقع الافتراضي/الواقع المعزز في إسبانيا
- ♦ رئيس مشاركة للجنة التعليم في مجال الواقع الافتراضي/الواقع المعزز
- ♦ عضوة في: التعلّم الغامر ومجموعة ICICLE X-Reality للتعلّم وتحسين الأداء منتدى معايير تحسين الأداء والمعايير الفوقية

أ. García Fernández, Juan Carlos

- ♦ مصمم ومنتج ألعاب الفيديو
- ♦ منتج ألعاب فيديو في PlayStation Talents
- ♦ مختبر ضمان جودة الألعاب الإلكترونية في PlayStation Talents
- ♦ إجازة علمية في تصميم وتطوير ألعاب الفيديو من جامعة UDIT التعليم الأكاديمي

أ. Montero García, José Carlos

- ♦ مؤسس ومدير إبداعي في شركة ريد ماونتن جيمز
- ♦ الممثل الدولي لمواهب PlayStation
- ♦ المدير الإبداعي ومؤسس مختبرات TRT، برلين
- ♦ حائز على جائزة ITB برلين، بفضل مشروع TimeRiftTours.
- ♦ فنان ثلاثي الأبعاد في Telvent Global Services
- ♦ فنان ثلاثي الأبعاد في Matchmind
- ♦ فنان ثلاثي الأبعاد في Nectar Estudio
- ♦ إجازة عليا في التحليل والتحكم من معهد البوليتكنيك في مونتني دي كونكسو سانتياغو دي كومبوستيلا
- ♦ ماجستير في CGMasterAcademy في تصميم الألعاب مع إمبليا شاتز من Naughty Dog
- ♦ ماجستير في CGMasterAcademy في تصميم الشخصيات للألعاب مع Epic Games
- ♦ ماجستير في التصوير ثلاثي الأبعاد والرسوم المتحركة والتكنولوجيا التفاعلية مع ترازوس
- ♦ ماجستير في التقديم باستخدام Vray في Infoarchitecture
- ♦ ماجستير في الرسوم المتحركة والمونتاج غير الخطي في مدرسة CICE للتقنيات الجديدة

الهيكل والمحتوى

يحتوي هذا البرنامج على منهج دراسي صممه أعضاء هيئة التدريس الذين يشكلون هذا المؤهل العلمي، مع مراعاة متطلبات الشركات. لذلك، فهو يتبع منهجاً دراسياً يقدم محتواه المعرفة والأدوات اللازمة للحصول على رؤية عالمية للإدارة والاستراتيجيات المختلفة من أجل التطوير الأمثل للمهام اللازمة في وظيفة داخل القطاع. في جميع الوحدات الدراسية، يكتسب الطالب المهارات التي يجب تطبيقها في إدارة الشركات الرقمية وألعاب الفيديو.



يتبع هذا الماجستير الخاص خطة دراسية مصممة خصيصاً
لك لتتعلم بطريقة فعالة كل ما تحتاج إلى معرفته عن
إدارة الشركات الرقمية وشركات ألعاب الفيديو"



الوحدة 1. الاستراتيجية في الشركات الرقمية وألعاب الفيديو

- 1.1 الشركات الرقمية وألعاب الفيديو
 - 1.1.1 مكونات الاستراتيجية
 - 2.1.1 النظام البيئي الرقمي وألعاب الفيديو
 - 3.1.1 التموضع الاستراتيجي
- 2.1 العملية الاستراتيجية
 - 1.2.1 التحليل الاستراتيجي
 - 2.2.1 اختيار البدائل الاستراتيجية
 - 3.2.1 تنفيذ الإستراتيجية
- 3.1 التحليل الاستراتيجي
 - 1.3.1 الداخلي
 - 2.3.1 الخارجي
 - 3.3.1 مصفوفة CAME و DAFO
- 4.1 التحليل القطاعي لألعاب الفيديو
 - 1.4.1 نموذج القوى الخمس لبورتر Porter
 - 2.4.1 التحليلات بسترل
 - 3.4.1 التجزئة القطاعية
- 5.1 تحليل الوضع التنافسي
 - 1.5.1 خلق القيمة الاستراتيجية واستثمارها
 - 2.5.1 البحث المتخصص مقابل تجزئة السوق
 - 3.5.1 استدامة الموقع التنافسي
- 6.1 تحليل البيئة الاقتصادية
 - 1.6.1 العولمة والتدويل
 - 2.6.1 الاستثمار والادخار
 - 3.6.1 مؤشرات الإنتاج والإنتاجية
- 7.1 الإدارة الاستراتيجية
 - 1.7.1 إطار عمل لتخطيط الاستراتيجية
 - 2.7.1 تحليل البيئة القطاعية والموارد والقدرات
 - 3.7.1 تنفيذ الاستراتيجية

- 8.1 صياغة الاستراتيجية
 - 1.8.1 الاستراتيجيات المؤسسية
 - 2.8.1 الاستراتيجيات العامة
 - 3.8.1 استراتيجيات العملاء
- 9.1 تنفيذ الإستراتيجية
 - 1.9.1 التخطيط الاستراتيجي
 - 2.9.1 مخطط التواصل والمشاركة
 - 3.9.1 إدارة التغيير
- 10.1 الأعمال الاستراتيجية الجديدة
 - 1.10.1 المحيطات الزرقاء
 - 2.10.1 استنفاد التحسين التدريجي على منحنى القيمة
 - 3.10.1 الأعمال ذات التكلفة الحدية الصفرية

الوحدة 2. إدارة شركات ألعاب الفيديو

- 1.2 القطاع وسلسلة القيمة
 - 1.1.2 القيمة في قطاع الترفيه
 - 2.1.2 عناصر سلسلة القيمة العوامل سلسلة القيمة
 - 3.1.2 العلاقة بين فرادى عناصر سلسلة القيمة
- 2.2 مطورو ألعاب الفيديو
 - 1.2.2 المقترح المفاهيمي
 - 2.2.2 التصميم الإبداعي وقصة لعبة الفيديو
 - 3.2.2 التقنيات المطبقة في تطوير لعبة الفيديو
- 3.2 الشركات المصنعة لوحدة التحكم
 - 1.3.2 المكونات
 - 2.3.2 التصنيف والمصنعون
 - 3.3.2 توليد وحدات التحكم
- 4.2 الناشرين (Publishers)
 - 1.4.2 الاختيار
 - 2.4.2 إدارة التنمية
 - 3.4.2 توليد المنتجات والخدمات

الوحدة 3. التسويق الرقمي والتحول الرقمي للألعاب الفيديو

- 1.3. استراتيجية التسويق الرقمي
 - 1.1.3 Customer Centric
 - 2.1.3 رحلة العميل و مسار التسويق
 - 3.1.3 تصميم وإنشاء خطة تسويق رقمي
 - 2.3. الأصول الرقمية
 - 1.2.3 هندسة وتصميم الويب
 - 2.2.3 تجربة المستخدم-التبادل التفاعلي
 - 3.2.3 التسويق عبر الهاتف المحمول
 - 3.3. الوسائط الرقمية
 - 1.3.3 الاستراتيجية والتخطيط الإعلامي
 - 2.3.3 Display والبرمجة الإعلانية
 - 3.3.3 التلفزيون الرقمي
 - 4.3. البحث
 - 1.4.3 تطوير وتنفيذ استراتيجية Search
 - 2.4.3 تحسين محركات البحث (Search Engine Optimization - SEO)
 - 3.4.3 التسويق عبر محركات البحث (Search Engine Marketing - SEM)
 - 5.3. مواقع التواصل الاجتماعي
 - 1.5.3 التصميم والتخطيط والتحليلات في استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي
 - 2.5.3 تقنيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي الأفقية
 - 3.5.3 تقنيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي العمودية
 - 6.3. التسويق الداخلي (Inbound Marketing)
 - 1.6.3 مسار التسويق الداخلي
 - 2.6.3 توليد المحتوى التسويقي
 - 3.6.3 اكتساب وإدارة العملاء المحتملين (Leads)
 - 7.3. التسويق القائم على الحساب (Account Based Marketing)
 - 1.7.3 استراتيجية التسويق بين الشركات B2B
 - 2.7.3 صانع القرار وخريطة الاتصال
 - 3.7.3 خطة التسويق القائم على الحساب
 - 8.3. البريد الإلكتروني التسويقي و الصفحات الهبوطية (Email Marketing y Landing Pages)
 - 1.8.3 خصائص التسويق عبر البريد الإلكتروني
 - 2.8.3 الإبداع و Landing Pages
 - 3.8.3 حملات وإجراءات التسويق عبر البريد الإلكتروني
- 5.2. الموزعون
 - 1.5.2 الاتفاقات مع الموزعين
 - 2.5.2 نماذج التوزيع
 - 3.5.2 لوجستيات التوزيع
 - 6.2. تجار التجزئة
 - 1.6.2 تجار التجزئة
 - 2.6.2 توجهات المستهلكين ومشاركتهم
 - 3.6.2 الخدمات الاستشارية
 - 7.2. الشركات المصنعة للملحقات
 - 1.7.2 ملحقات Gaming
 - 2.7.2 السوق
 - 3.7.2 الاتجاهات
 - 8.2. مطورو البرمجيات الوسيطة (Middleware)
 - 1.8.2 Middleware في صناعة ألعاب الفيديو
 - 2.8.2 مطورو Middleware
 - 3.8.2 Middleware: التصنيف
 - 9.2. الملامح المهنية في قطاع ألعاب الفيديو
 - 1.9.2 Game Designers والمبرمجون
 - 2.9.2 مصممو النماذج ومصممو النصوص
 - 3.9.2 مصممو الرسوم المتحركة والرسامون
 - 10.2. نوادي الرياضات الإلكترونية الاحترافية
 - 1.10.2 المجال الإداري
 - 2.10.2 المجال الرياضي
 - 3.10.2 مجال التواصل

9.3 أتمتة التسويق

1.9.3 التسويق الآلي

2.9.3 Big Data والذكاء الاصطناعي AI المطبق في التسويق

3.9.3 حلول أتمتة التسويق الرئيسية

10.3.10 المقاييس ومؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) والعائد على الاستثمار (ROI)

1.10.3 المقاييس ومؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للتسويق الرقمي

2.10.3 أدوات القياس والحلول

3.10.3 حساب ومراقبة العائد على الاستثمار (ROI)

الوحدة 4. إنشاء شركات ألعاب الفيديو

1.4 ريادة الأعمال

1.1.4 استراتيجية ريادة الأعمال

2.1.4 مشروع ريادة الأعمال

3.1.4 منهجيات ريادة الأعمال الرشيقة

2.4 الابتكارات التكنولوجية في لعبة الفيديو

1.2.4 الابتكارات في وحدات التحكم والأجهزة الطرفية

2.2.4 الابتكارات في التقاط الحركة و الموزع المباشر (Motion Capture y Live Dealer)

3.2.4 الابتكار في الرسومات والبرمجيات

3.4 خطة العمل

1.3.4 الشرائح والقيمة المقترحة

2.3.4 العمليات والموارد والتحالفات الرئيسية

3.3.4 علاقات العملاء وقنوات التفاعل

4.4 الاستثمار

1.4.4 الاستثمار في صناعة ألعاب الفيديو والاستثمارات في صناعة ألعاب الفيديو

2.4.4 الجوانب الحاسمة للاستحواذ على الاستثمارات

3.4.4 تمويل الشركات الناشئة (Startups)

5.4 المالية

1.5.4 الإيرادات والكفاءة

2.5.4 النفقات التشغيلية والرأسمالية

3.5.4 بيان الدخل والميزانية العمومية

6.4 إنتاج ألعاب الفيديو

1.6.4 أدوات محاكاة الإنتاج

2.6.4 إدارة الإنتاج المجدول

3.6.4 إدارة مراقبة الإنتاج

7.4 إدارة العمليات

1.7.4 التصميم والموقع والصيانة

2.7.4 إدارة الجودة

3.7.4 إدارة المخزون وسلسلة التوريد

8.4 نماذج التوزيع الجديدة عبر الإنترنت

1.8.4 النماذج اللوجستية عبر الإنترنت

2.8.4 التسليم المباشر عبر الإنترنت وخدمة SaaS

3.8.4 Dropshipping

9.4 الاستدامة

1.9.4 خلق قيمة مستدامة

2.9.4 البيئية والاجتماعية والحوكمة

3.9.4 الاستدامة في الإستراتيجية

10.4 الجوانب القانونية

1.10.4 الملكية الفكرية

2.10.4 الملكية الصناعية

3.10.4 الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي (Real Gross Domestic Product - RGDP)

الوحدة 5. إدارة المشاريع

1.5 دورة حياة المشروع لألعاب الفيديو

1.1.5 المرحلة المفاهيمية ومرحلة ما قبل الإنتاج

2.1.5 الإنتاج والمراحل النهائية

3.1.5 مرحلة ما بعد الإنتاج

2.5 مشاريع ألعاب الفيديو

1.2.5 الانواع

2.2.5 الألعاب الجادة (Serious Games)

3.2.5 الأنواع الفرعية والأنواع الجديدة

3.5 بنية المشروع لألعاب الفيديو

1.3.5 البنية الداخلية

2.3.5 العلاقة بين العناصر

3.3.5 نظرة شمولية للعبة الفيديو

4.5 ألعاب الفيديو.

1.4.5 جوانب اللعب في ألعاب الفيديو

2.4.5 تصميم ألعاب الفيديو

3.4.5 التلعيب

الوحدة 6. الابتكار

- 1.6. الاستراتيجية والابتكار
 - 1.1.6 الابتكار في ألعاب الفيديو
 - 2.1.6 إدارة الابتكار في ألعاب الفيديو
 - 3.1.6 نماذج الابتكار
- 2.6. المواهب الابتكارية
 - 1.2.6 تطبيق ثقافة الابتكار في المؤسسات
 - 2.2.6 الموهبة
 - 3.2.6 خريطة ثقافة الابتكار
- 3.6. القيادة وإدارة المواهب في الاقتصاد الرقمي
 - 1.3.6 دورة حياة المواهب
 - 2.3.6 التوظيف - قيود الأجيال
 - 3.3.6 الاحتفاظ المشاركة والولاء والمبشرين
- 4.6. نماذج الأعمال في ابتكار ألعاب الفيديو
 - 1.4.6 الابتكار في نماذج الأعمال
 - 2.4.6 أدوات الابتكار في الأعمال التجارية
 - 3.4.6 مستكشف نماذج الأعمال (Business Model Navigator)
- 5.6. إدارة المشاريع الابتكارية
 - 1.5.6 العمل وعملية الابتكار
 - 2.5.6 تصميم القيمة المقترحة
 - 3.5.6 المنظمات الأسية
- 6.6. المنهجيات الرشيقية في الابتكار
 - 1.6.6 منهجية التفكير التصميمي (Design Thinking) و الشركات الناشئة المرنة (Lean Startup)
 - 2.6.6 نماذج إدارة المشاريع الرشيقية: كانبان وسكروم
 - 3.6.6 اللوحة المرنة (Lean Canvas)
- 7.6. إدارة التحقق من صحة الابتكار
 - 1.7.6 النماذج الأولية (القيمة الحالية للسوق - PM) (Present Market Value - PM)
 - 2.7.6 التحقق من صحة العميل
 - 3.7.6 التمحور أو الحفظ
- 8.6. الابتكار في العمليات
 - 1.8.6 فرص ابتكار العمليات
 - 2.8.6 Time-to-Market, والحد المهام غير ذات القيمة وإزالة العيوب
 - 3.8.6 الأدوات المنهجية لابتكار العمليات

- 5.5. تقنية ألعاب الفيديو
 - 1.5.5 العناصر الداخلية
 - 2.5.5 محركات ألعاب الفيديو
 - 3.5.5 تأثير التكنولوجيا والتسويق على التصميم
- 6.5. تصور وإطلاق وتنفيذ المشاريع
 - 1.6.5 التطوير الأولي
 - 2.6.5 مراحل تطوير ألعاب الفيديو
 - 3.6.5 مشاركة المستهلك في التطوير
- 7.5. إدارة تنظيم مشروع ألعاب الفيديو
 - 1.7.5 فريق التطوير و الناشرون
 - 2.7.5 فريق العمليات
 - 3.7.5 فريق المبيعات والتسويق
- 8.5. كتيبات تطوير ألعاب الفيديو
 - 1.8.5 دليل تصميم وتقنية ألعاب الفيديو
 - 2.8.5 كتيب تطوير ألعاب الفيديو
 - 3.8.5 دليل المتطلبات والمواصفات الفنية
- 9.5. نشر وتسويق ألعاب الفيديو
 - 1.9.5 تحضير Kick Off للعبة الفيديو
 - 2.9.5 قنوات الاتصال الرقمية
 - 3.9.5 Delivery والتقدم ورصد النجاح
- 10.5. المنهجيات الرشيقية القابلة للتطبيق لمشاريع ألعاب الفيديو
 - 1.10.5 التصميم والتفكير البصري (Design and Visual Thinking)
 - 2.10.5 بدء التشغيل المرن (Lean Startup)
 - 3.10.5 سكروم للتطوير والمبيعات (Scrum Development and Sales)

- 9.6 التقنيات المؤثرة
- 1.9.6 تقنيات التهجين المادي - الرقمي
- 2.9.6 تقنيات الاتصالات ومعالجة البيانات
- 3.9.6 تقنيات تطبيقات الإدارة
- 10.6.10.6. عائد الاستثمار في الابتكار
- 1.10.6 استراتيجيات تحقيق الدخل من بيانات وأصول الابتكار
- 2.10.6 العائد الاستثماري للابتكار (ROI). النهج العام
- 3.10.6 مسارات التحولات

الوحدة 7. الإدارة المالية

- 1.7 المحاسبة
- 1.1.7 المحاسبة
- 2.1.7 الحسابات السنوية والتقارير الأخرى
- 3.1.7 الممتلكات والمنشآت والمعدات والممتلكات الاستثمارية والأصول غير الملموسة
- 2.7 الإدارة المالية
- 1.2.7 الأدوات المالية
- 2.2.7 تمويل الشركات والإدارة المالية
- 3.2.7 تمويل أصحاب المشاريع
- 3.7 تحليل القوائم المالية
- 1.3.7 تحليل القوائم المالية
- 2.3.7 تحليل السيولة والملاءة المالية
- 3.3.7 إدارة الخزينة
- 4.7 المعاملات المالية
- 1.4.7 المعاملات المالية
- 2.4.7 إدارة الاستثمار
- 3.4.7 معايير اختيار الاستثمارات المناسبة
- 5.7 النظام المالي
- 1.5.7 النظام المالي
- 2.5.7 هيكل النظام المالي وسير عمله
- 3.5.7 سوق الأوراق المالية
- 6.7 الرقابة الإدارية
- 1.6.7 الرقابة الإدارية
- 2.6.7 مراكز المسؤولية
- 3.6.7 نظم التكاليف

- .7.7 الرقابة على الموازنة
- 1.7.7 عملية الميزانية
- 2.7.7 تنظيم الميزانية وإدارتها
- 3.7.7 الرقابة على الموازنة
- .8.7 إدارة الخزينة
- 1.8.7 Cash Management والميزانية النقدية
- 2.8.7 التحصيل من المعاملات التجارية
- 3.8.7 سداد المعاملات التجارية
- .9.7 تمويل الشركة
- 1.9.7 المزايا والعيوب والآثار المترتبة على الديون
- 2.9.7 اختيار هيكل رأس المال في الشركة
- 3.9.7 التغييرات في هيكل رأس المال
- .10.7 تقييم الأعمال
- 1.10.7 طرق المحاسبة وقيمة الأعمال
- 2.10.7 الأصول والديون
- 3.10.7 تشخيص تقييم الشركة وعرضها على المستثمرين

الوحدة 8. الإدارة التجارية

- .1.8 نماذج التنظيم التجاري
- 1.1.8 القسم التجاري
- 2.1.8 أدوات قسم المبيعات
- 3.1.8 قوة المبيعات
- .2.8 أهداف المبيعات
- 1.2.8 التخطيط التجاري
- 2.2.8 التنبؤ والميزنة
- 3.2.8 الميزانية التجارية
- .3.8 توقعات تجارية
- 1.3.8 مردودية القسم التجاري
- 2.3.8 توقعات المبيعات
- 3.3.8 مراقبة النشاط التجاري
- .4.8 النماذج العلائقية الجديدة
- 1.4.8 التسويق في نماذج الأعمال الجديدة
- 2.4.8 التخصيص كمحرك رئيسي للعلاقات مع العملاء
- 3.4.8 تطوير تجربة العميل



الوحدة 9. إدارة eSports

- 1.9 صناعة eSports
 - 1.1.9 eSports
 - 2.1.9 الجهات الفاعلة في صناعة الرياضة الإلكترونية
 - 3.1.9 نموذج أعمال الرياضات الإلكترونية وسوق الرياضات الإلكترونية
- 2.9 إدارة أندية الرياضات الإلكترونية
 - 1.2.9 أهمية الأندية في الرياضات الإلكترونية
 - 2.2.9 إنشاء الأندية
 - 3.2.9 إدارة أندية الرياضات الإلكترونية
- 3.9 علاقة e-Gamers
 - 1.3.9 دور اللاعب
 - 2.3.9 مهارات وكفاءات اللاعب
 - 3.3.9 اللاعبون كسفراء للعلامة التجارية
- 4.9 المسابقات والفعاليات
 - 1.4.9 التسليم في الرياضات الإلكترونية: المسابقات والفعاليات
 - 2.4.9 إدارة الفعاليات والبطولات
 - 3.4.9 البطولات المحلية والإقليمية والوطنية والعالمية الكبرى.
- 5.9 إدارة الرعاية في الرياضات الإلكترونية
 - 1.5.9 إدارة الرعاية في الرياضات الإلكترونية
 - 2.5.9 أنواع الرعاية في الرياضات الإلكترونية
 - 3.5.9 اتفاقية رعاية الرياضات الإلكترونية
- 6.9 إدارة الإعلانات في الرياضات الإلكترونية
 - 1.6.9 Advergaming: شكل إعلاني جديد
 - 2.6.9 Branded Content في eSports
 - 3.6.9 الرياضة الإلكترونية كاستراتيجية اتصال
- 7.9 التسويق في إدارة الرياضة الإلكترونية
 - 1.7.9 إدارة وسائل الإعلام المملوكة (Owned Media)
 - 2.7.9 إدارة وسائل الإعلام المدفوعة (Paid Media)
 - 3.7.9 التركيز الخاص على Social Media

- 5.8 البيع الاستشاري
 - 1.5.8 سيكولوجية المبيعات
 - 2.5.8 التواصل المقنع
 - 3.5.8 مقدمة وتطور أساليب
- 6.8 أساليب البيع
 - 1.6.8 البيع بالتجزئة أو مبيعات (B2Business to Consumer)
 - 2.6.8 المبيعات الخارجية بين الشركات (B2Business to Busines)
 - 3.6.8 المبيعات عبر الإنترنت
- 7.8 Social Selling
 - 1.7.8 البيع الاجتماعي (Social Selling)
 - 2.7.8 الموقف الاجتماعي: إنشاء شبكة من العلاقات
 - 3.7.8 عملية جذب عميل جديد باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي
- 8.8 منهجيات المبيعات الرقمية
 - 1.8.8 المنهجيات الرئيسية الرشيفة في المبيعات الرقمية
 - 2.8.8 مبيعات سكروم، والبيع الأنيق، والبيع السريع.
 - 3.8.8 المبيعات الداخلية B2B و التسويق القائم على الحساب
- 9.8 دعم التسويق في المجال التجاري
 - 1.9.8 إدارة التسويق
 - 2.9.8 قيمة التسويق الرقمي (B2C/B2B)
 - 3.9.8 إدارة التسويق المختلط في المجال التجاري
- 10.8 تنظيم وتخطيط عمل مندوب المبيعات
 - 1.10.8 مناطق ومسارات المبيعات
 - 2.10.8 إدارة الوقت وإدارة الاجتماعات
 - 3.10.8 التحليل واتخاذ القرارات

- 6.10 Coaching و Mentoring (التدريب والتوجيه)
- 1.6.10 البرمجة اللغوية العصبية (PNL - Programming Neuro-Linguistic)
- 2.6.10 Coaching و Mentoring (التدريب والتوجيه)
- 3.6.10 الإجراءات
- 7.10 أشكال جديدة من القيادة في بيئات العمل المتغيرة والمتقلبة
- 1.7.10 إدارة التغيير الفردي
- 2.7.10 إدارة التغيير التنظيمي
- 3.7.10 الأدوات
- 8.10 إدارة التنوع
- 1.8.10 دمج الأجيال الجديدة في القيادة
- 2.8.10 القيادة النسائية
- 3.8.10 إدارة التعددية الثقافية
- 9.10 Lider coach (القائد المدرب)
- 1.9.10 مهارات المدرب القائد
- 2.9.10 التغذية الراجعة (Feedback) و التغذية الأمامية (Feedforward)
- 3.9.10 الاعتراف
- 10.10 التكيف مع التقنيات الجديدة
- 1.10.10 السلوك
- 2.10.10 معرفة
- 3.10.10 الأمان

الوحدة 11. القيادة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية للشركة

- 1.11. العولمة والحوكمة
- 1.1.11 الحوكمة وحوكمة الشركات
- 2.1.11 أساسيات حوكمة الشركات في الشركات
- 3.1.11 دور مجلس الإدارة في إطار حوكمة الشركات
- 2.11 القيادة
- 1.2.11 القيادة. النهج المفاهيمي
- 2.2.11 القيادة في الشركات
- 3.2.11 أهمية القائد في إدارة الأعمال
- 3.11 Cross Cultural Management
- 1.3.11 مفهوم Cross Cultural Management
- 2.3.11 مساهمات في معرفة الثقافات الوطنية
- 3.3.11 إدارة التنوع

- 8.9 التسويق عبر المؤثرين
- 1.8.9 التسويق عبر المؤثرين
- 2.8.9 إدارة الجمهور وتأثيره في الرياضات الإلكترونية
- 3.8.9 نماذج الأعمال في التسويق عبر المؤثرين
- 9.9 Merchant (التاجر)
- 1.9.9 بيع الخدمات والمنتجات المرتبطة بها
- 2.9.9 Merchandising (الترويج التجاري)
- 3.9.9 التجارة الإلكترونية و Marketplaces (الأسواق)
- 10.9. مقاييس ومؤشرات الأداء الرئيسية للرياضات الإلكترونية
- 1.10.9 المقاييس
- 2.10.9 مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للتقدم والنجاح
- 3.10.9 الخريطة الاستراتيجية للأهداف والمؤشرات

الوحدة 10. القيادة وإدارة المواهب

- 1.10 الشركة والمؤسسة والموارد البشرية
- 1.1.10 الهيكل التنظيمي والمؤسسي
- 2.1.10 الإدارة الاستراتيجية
- 3.1.10 تحليل والتنظيم العمل
- 2.10. إدارة الموارد البشرية في الشركة
- 1.2.10 التنظيم في الموارد البشرية
- 2.2.10 قنوات التوظيف
- 3.2.10 الترشيحات في قطاع ألعاب الفيديو
- 3.10 القيادة الشخصية والمهنية
- 1.3.10 القادة والعمليات القيادية
- 2.3.10 سلطة التواصل
- 3.3.10 التفاوض مع النجاح والفشل
- 4.10 إدارة المعرفة وإدارة المواهب
- 1.4.10 إدارة المواهب الاستراتيجية
- 2.4.10 التقنيات المطبقة على الموارد البشرية
- 3.4.10 نماذج الابتكار في الموارد البشرية
- 5.10 إدارة المعرفة كمفتاح لنمو الشركات
- 1.5.10 الأهداف العامة لإدارة المعرفة
- 2.5.10 هيكل إدارة المعرفة والتدفقات
- 3.5.10 العمليات في إدارة المعرفة

الوحدة 12. قيادة لأفراد وإدارة المواهب

- 1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية
 - 1.1.12. الإدارة الاستراتيجية والموارد البشرية
 - 2.1.12. إدارة الأفراد الإستراتيجية
- 2.12. إدارة الموارد البشرية حسب الكفاءات
 - 1.2.12. التحليل المحتمل
 - 2.2.12. سياسة المكافآت
 - 3.2.12. خطط التوظيف / التعاقب الوظيفي
 - 3.12. تقييم الأداء وإدارة الأداء
 - 1.3.12. إدارة الأداء
 - 2.3.12. إدارة الأداء: عملية ونظام
 - 4.12. الابتكار في إدارة المواهب والأفراد
 - 1.4.12. نماذج إدارة المواهب الإستراتيجية
 - 2.4.12. تحديد المواهب والتدريب والتطوير
 - 3.4.12. الولاء والاحتفاظ
 - 4.4.12. المبادرة والابتكار
- 5.12. تحفيز
 - 1.5.12. طبيعة الدافع
 - 2.5.12. نظرية التوقعات
 - 3.5.12. نظريات الحاجات
 - 4.5.12. الدافع والتعويض المالي
 - 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

- 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. المسؤولية الاجتماعية للشركة
 - 1.6.11. البعد الدولي للمسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 2.6.11. تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة
 - 3.6.11. التأثير وقياس درجة المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 7.11. أنظمة وأدوات الإدارة المسؤولة
 - 1.7.11. المسؤولية الاجتماعية للشركات: المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 2.7.11. القضايا الرئيسية في تنفيذ استراتيجية الإدارة المسؤولة
 - 3.7.11. خطوات تطبيق نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 4.7.11. أدوات ومعايير المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 8.11. الشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
 - 1.8.11. العولمة والشركات متعددة الجنسيات وحقوق الإنسان
 - 2.8.11. الشركات متعددة الجنسيات مقابل القانون الدولي
 - 3.8.11. الصكوك القانونية للشركات متعددة الجنسيات فيما يتعلق بحقوق الإنسان
 - 9.11. البيئة القانونية و Corporate Governance
 - 1.9.11. لوائح الاستيراد والتصدير الدولية
 - 2.9.11. الملكية الفكرية والصناعية
 - 3.9.11. قانون العمل الدولي

- 4.13 والتخطيط المالي
 - 1.4.13 تعريف التخطيط المالي
 - 2.4.13 الإجراءات الواجب اتخاذها في التخطيط المالي
 - 3.4.13 إنشاء استراتيجية العمل ووضعها
 - 4.4.13 جدول التدفق النقدي Cash Flow
 - 5.4.13 الجدول الحالي
 - 5.13 الاستراتيجية المالية للشركة
 - 1.5.13 الاستراتيجية المؤسسية ومصادر التمويل
 - 2.5.13 المنتجات المالية لتمويل الأعمال
 - 6.13 التمويل الاستراتيجي
 - 1.6.13 التمويل الذاتي
 - 2.6.13 زيادة الأموال الخاصة
 - 3.6.13 الموارد الهجينة
 - 4.6.13 التمويل عن طريق الوسطاء
 - 7.13 تحليل وحل الحالات/ المشاكل
 - 1.7.13 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

- 8.12 التفاوض وإدارة النزاعات
 - 1.8.12 التفاوض
 - 2.8.12 إدارة النزاعات
 - 3.8.12 إدارة الأزمات
- 9.12. الإعلانات الإدارية
 - 1.9.12 الإعلام الداخلي والخارجي في الأعمال التجارية
 - 2.9.12 أقسام الإعلام
 - 3.9.12 مدير الإعلانات في الشركة ملف تعريف ديركوم
 - 10.12. إنتاجية المواهب وجذبها والاحتفاظ بها وتفعيلها
 - 1.10.12 الإنتاجية
 - 2.10.12 عوامل جذب المواهب والاحتفاظ بها

الوحدة 13. الإدارة الاقتصادية والمالية

- 1.13. البيئة الاقتصادية
 - 1.1.13 بيئة الاقتصاد الكلي والنظام المالي الوطني
 - 2.1.13 المؤسسات المالية
 - 3.1.13 الأسواق المالية
 - 4.1.13 الأصول المالية
 - 5.1.13 الجهات الأخرى في القطاع المالي
- 2.13 أنظمة المعلومات و Business Intelligence (ذكاء الأعمال)
 - 1.2.13 الأساسيات والتصنيف
 - 2.2.13 مراحل وطرق تقاسم التكلفة
 - 3.2.13 اختيار مركز التكلفة والتأثير
- 3.13. الإدارة المالية
 - 1.3.13 القرارات المالية للشركة
 - 2.3.13 قسم المالية
 - 3.3.13 الفوائض النقدية
 - 4.3.13 المخاطر المرتبطة بالإدارة المالية
 - 5.3.13 إدارة مخاطر الإدارة المالية



- 4.14 . ادارة الحملات الرقمية
- 1.4.14 ما هي الحملة الاعلانية الرقمية؟
- 2.4.14 خطوات اطلاق حملة تسويق عبر الانترنت
- 3.4.14 اخطاء في الحملات الاعلانية الرقمية
- 5.14 . استراتيجيه المبيعات
- 1.5.14 استراتيجيه المبيعات
- 2.5.14 طرق البيع
- 6.14 . شركات الاعلام
- 1.6.14 المفهوم
- 2.6.14 اهمية الاعلام في المؤسسة
- 3.6.14 نوع الاعلام في المنظمه
- 4.6.14 وظائف الاعلام في المؤسسة
- 5.6.14 عناصر الاعلام
- 6.6.14 مشاكل الاعلام
- 7.6.14 سيناريوهات الاعلام
- 7.14 . الاعلام والسمعة الرقمية
- 1.7.14 السمعة عبر الانترنت
- 2.7.14 كيفية قياس السمعة الرقمية؟
- 3.7.14 أدوات السمعة عبر الانترنت
- 4.7.14 تقرير السمعة عبر الانترنت
- 5.7.14 Branding عبر الانترنت

- 8.15 . خلق العلامات التجارية Branding الشخصية
- 1.8.15 استراتيجيات لتطوير علامتك التجارية الشخصية
- 2.8.15 قوانين العلامات التجارية الشخصية
- 3.8.15 أدوات بناء العلامة التجارية الشخصية
- 9.15 . القيادة وإدارة الفرق
- 1.9.15 القيادة وأساليب القيادة
- 2.9.15 مهارات القيادة والتحديات
- 3.9.15 إدارة عملية التغيير
- 4.9.15 إدارة فرق متعددة الثقافات



برنامج كامل يحتوي على كل ما تحتاجه لتضع
نفسك بين أفضل الشركات في هذا القطاع"

الوحدة 15 . Management التوجيهية

- 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 تحويل عمل الإدارة
- 2.15 . المدير ووظائفه . الثقافة التنظيمية ومقارباتها
- 1.2.15 المدير ووظائفه . الثقافة التنظيمية ومقارباتها
- 3.15 . خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
- 1.3.15 الإعلام بين الأشخاص
- 2.3.15 مهارات الإعلام والتأثير
- 3.3.15 حواجز التواصل
- 4.15 . أدوات الاتصالات الشخصية والتنظيمية
- 1.4.15 الإعلام بين الأشخاص
- 2.4.15 أدوات الإعلام بين الأشخاص
- 3.4.15 الإعلام في المنظمات
- 4.4.15 الأدوات في المنظمة
- 5.15 . الإعلانات في حالات الأزمات
- 1.5.15 أزمات
- 2.5.15 مراحل الأزمات
- 3.5.15 الرسائل: المحتويات واللحظات
- 6.15 . إعداد خطة للأزمات
- 1.6.15 تحليل المشاكل المحتملة
- 2.6.15 التخطيط
- 3.6.15 تكيف الموظفين
- 7.15 . الذكاء العاطفي
- 1.7.15 الذكاء العاطفي والإعلام
- 2.7.15 الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
- 3.7.15 الثقة بالنفس والإعلام العاطفي

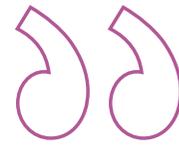
المنهجية

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 يبرسي الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

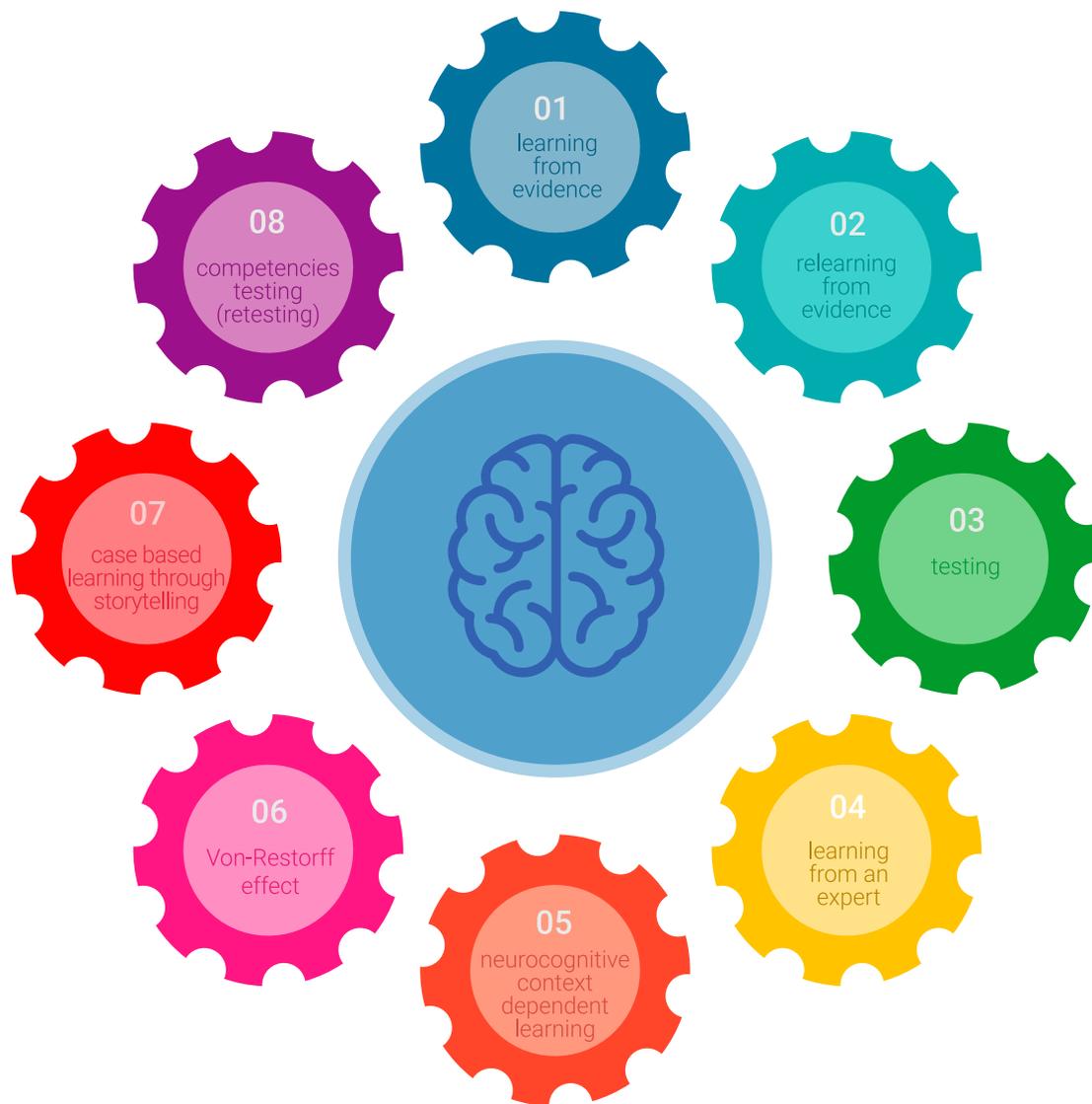
يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة
في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح
في حياتك المهنية "

كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات 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 سنواجهه بها في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال أربع سنوات البرنامج، ستواجه عدة حالات حقيقية. يجب عليك دمج كل معارفك والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارك وقراراتك.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية
والحالات الحقيقية، حل المواقف المعقدة
في بيئات العمل 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 8 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.

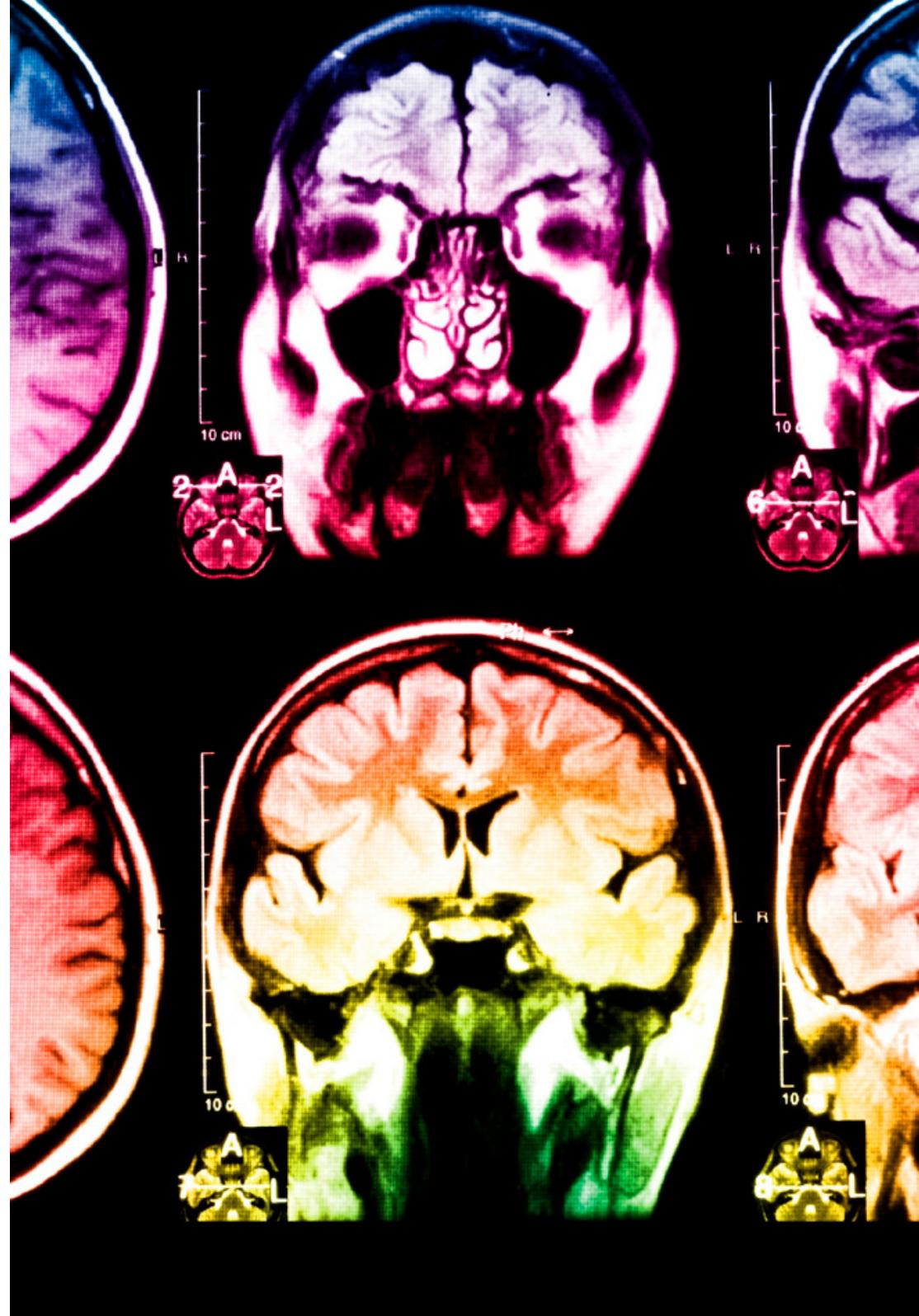
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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.

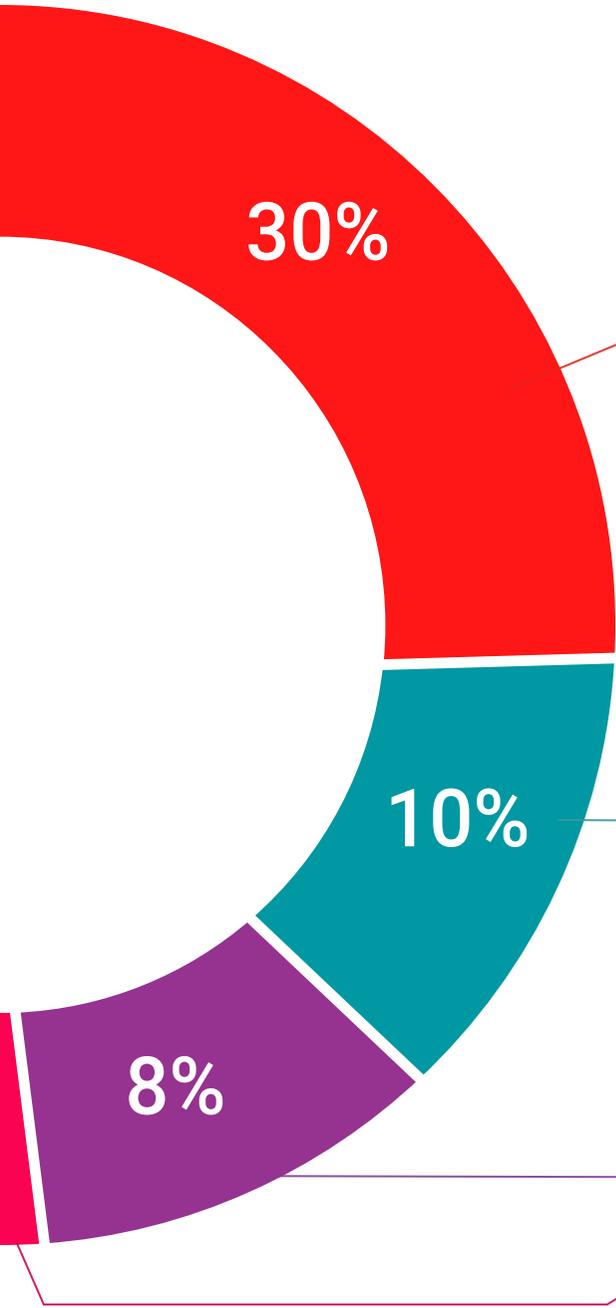
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 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 وملموشاً 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 للطالب.



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.



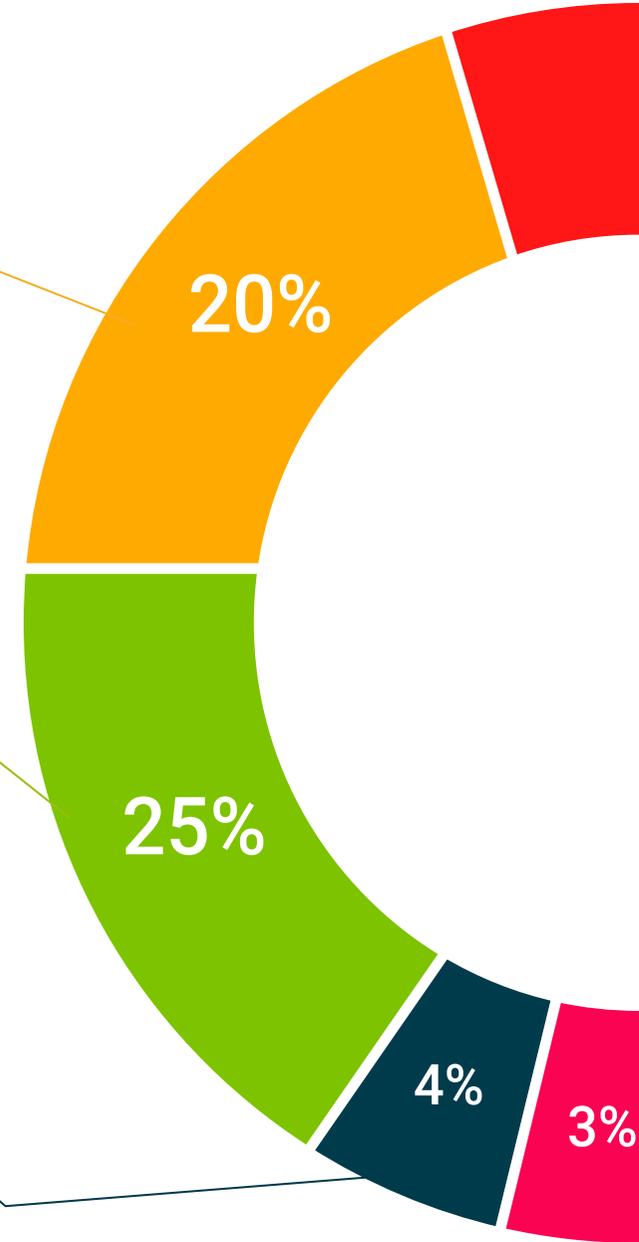
ملخصات تفاعلية

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 إدارة شركات ألعاب الفيديو، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وحداثة، الحصول على مؤهل علمي للماجستير الخاص الصادر عن TECH Global University.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل 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 الماجستير الخاص وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو

طريقة: عبر الإنترنت

مدة: 12 شهر

يحتوي هذا ماجستير خاص في **MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق.

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

ماجستير خاص في MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو

التوزيع العام للوحدة الدراسية		التوزيع العام للوحدة الدراسية	
الدرجة	المادة	عدد الساعات	نوع المادة
150	الاسمائية هي الشركات الرسمية وألعاب الفيديو	1500	إلخاري
150	إدارة شركات ألعاب الفيديو	0	إلخاري
150	التسويق الرقمي والتحول الرقمي للألعاب الفيديو	0	إلخاري
150	إنتاج شركات ألعاب الفيديو	0	إلخاري
150	إدارة التسويق	0	إلخاري
150	البيكر	0	إلخاري
150	إدارة المالية	0	إلخاري
150	إدارة المالية	0	إلخاري
150	إدارة e-commerce	0	إلخاري
150	القيادة وإدارة الموظفين	0	إلخاري
150	المسئولية الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية للشركة	0	إلخاري
150	إدارة الأداء وإدارة الموظفين	0	إلخاري
150	إدارة الأعمال والمالية	0	إلخاري
150	إدارة التغيير والتنسيق الاستراتيجي	0	إلخاري
150	إدارة التغيير	0	إلخاري

tech الجامعة التكنولوجية

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

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة منوطة إلى

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص

في

MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 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

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

AFW0K23S_tech@university.com/certificates

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

tech الجامعة
التيكنولوجية

الحاضر

الحاضر

الجودة

ماجستير خاص

MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

ماجستير خاص MBA إدارة شركات ألعاب الفيديو