

ماجستير متقدم
تصميم الأزياء الشامل



الجامعة
التكنولوجية **tech**

ماجستير متقدم تصميم الأزياء الشامل

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: سنتين

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitute.com/ae/design/advanced-master-degree/advanced-master-degree-integral-fashion-design

الفهرس

01	المقدمة	صفحة 4
02	الأهداف	صفحة 8
03	الكفاءات	صفحة 14
04	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	صفحة 18
05	الهيكل والمحتوى	صفحة 22
06	المنهجية	صفحة 44
07	المؤهل العلمي	صفحة 52

المقدمة

لقد حولت العادات الاجتماعية الجديدة الموضة إلى أحد أهم العناصر الثقافية في يومنا هذا. وبالتالي، فإن الجماليات المرئية هي جزء من هوية الأفراد وينعكس ذلك على المستوى التجاري، حيث أن تصميم هذه المنتجات يزداد أهمية بالنسبة لجميع أنواع الشركات. لهذا السبب، تبحث العلامات التجارية الكبرى عن المصممين الذين يمكنهم تزويدهم بوجهات نظر جديدة يفاجئونهم ويبرزون. يوفر هذا البرنامج للمحترفين فرصة الخوض في هذا المجال، والاستعداد لتصميم جميع أنواع الملابس، مع التركيز على أزياء النساء والرجال على حد سواء. كل هذا من نظام تعليمي عبر الإنترنت بنسبة 100%.



تحلم برؤية تصميماتك على منصات العرض في باريس أو ميلان أو نيويورك، سيوفر لك هذا البرنامج كل ما تحتاجه لتحقيق ذلك"



يحتوي الماجستير المتقدم في تصميم الأزياء الشامل على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً و حداثةً في السوق. ومن أبرز مميزاتنا:

- ◆ تطوير الحالات العملية التي يقدمها خبراء في التصميم و الموضة
- ◆ المحتويات البيانية، التخطيطية والعملية التي يتم تصورها بشكل بارز من خلالها، تجمع المعلومات العلمية و العملية حول تلك التخصصات الطبية التي لا غنى عنها في الممارسة المهنية
- ◆ التدريبات العملية حيث يتم إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعليم
- ◆ تركيزها الخاص على المنهجيات المبتكرة في تصميم الأزياء الشامل
- ◆ الدروس النظرية، أسئلة للخبراء، منتديات مناقشة حول موضوعات مثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردي
- ◆ توفر الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل إلى الإنترنت

تتطور الموضة باستمرار، مدفوعة بالعابرة المبدعين الذين يعرفون، منذ سنوات، ما هي الاتجاهات القادمة. وبالتالي، فإن تأثير هؤلاء الناس هائل، لأن أهمية التصميم والملابس والأقمشة تزداد أهمية على المستوى الاجتماعي والثقافي. باختصار، يعرف الملايين من الناس أنفسهم، إلى حد كبير، بناءً على مظهرهم، والملابس لها وزن هائل في هذا المجال.

لهذا السبب، تبحث شركات المنسوجات الكبرى وبيوت التصميم المرموقة باستمرار عن نجوم التصميم التاليين، الذين لا يعرفون فقط جميع تقنيات الخياطة وأساليب العمل، ولكن يمكنهم تقديم رؤية جديدة وأسلوب ثوري لملاصهم. لذلك، تم إعداد هذا الماجستير المتقدم مع وضع هذا المنظور في الاعتبار، لأنه سيوفر للطالب كل ما يحتاجه ليكون قادراً على التميز في هذا العالم التنافسي والمثير.

للقيام بذلك، سيوفر لك أفضل المعارف في أمور مثل تصميم الملابس وتصميم المجوهرات والإكسسوارات وتسويق مجموعة وأفضل تقنيات صنع النماذج والخياطة للذكور والإناث والرسم والموضة وتكنولوجيا النسيج أو تاريخ الملابس من بين أشياء أخرى كثيرة.

وبالتالي، سيتمكن المصمم من أن يصبح شخصية رائدة في هذا المجال بفضل هذا البرنامج، الذي تم تطويره من خلال نظام تعليمي عبر الإنترنت بنسبة 100% مصمم خصيصاً للمهنيين النشطين. وبالمثل، سيكون لديهم مرافقة أفضل أعضاء هيئة التدريس، الذين سيكونون مسؤولين عن توجيه الطالب باستخدام العديد من موارد الوسائط المتعددة: مقاطع الفيديو أو الفصول الدراسية الرئيسية أو الملخصات التفاعلية أو جميع أنواع القراءات التكميلية.

تبحث بيوت التصميم الكبيرة عن نجوم الموضة الجدد:

قد تكون واحدا منهم”



سيسمح لك نظام TECH عبر الإنترنت بنسبة 100% بالدراسة وفقاً لوتيرتك الخاصة، دون مقاطعة حياتك اليومية، دون تعريضك لجدول زمنية دقيقة.

سيكون لديك تحت تصرفك أفضل الموارد التعليمية، تدرس من قبل هيئة تدريس مرموقة للغاية في مجال الموضة.

لا يقدم هذا البرنامج رحلة عبر تاريخ وتقنيات تصميم الأزياء فحسب، بل سيوفر لك أيضاً رؤية إبداعية رائعة لتحسين تصاميمك”

تضم في هيئة التدريس متخصصين ينتمون إلى مجال التصميم، والذين يصبون خبراتهم العملية في هذا البرنامج، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من مجتمعات رائدة وجامعات مرموقة.

محتوى الوسائط المتعددة، المُعد بأحدث التقنيات التعليمية، سيتيح الدراسة المهني والسياقي، بما معناه، بيئة محاكاة ستوفر التعلم الغامر والمبرمج للتدريب في مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على الطالب من خلاله محاولة حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ خلال البرنامج. للقيام بذلك، سيحصل المتخصص على مساعدة من نظام جديد من مقاطع الفيديو التفاعلية التي أعدها خبراء معترف بهم.





02 الأهداف

الهدف الرئيسي لهذا الماجستير المتقدم في تصميم الأزياء الشامل هو تزويد المحترف بجميع الأدوات اللازمة ليصبح شخصية رائدة في هذا المجال الفني المهم. ولهذا، فقد جمعت فريقاً تعليمياً مرموقاً للغاية، والذي أعد المحتوى الأكثر اكتساباً وحدائثاً ويتيح للطالب طريقة تعلم مرنة من شأنها أن تتكيف لظروفك الشخصية.

يدمج هذا الماجستير المتقدم جميع المحتويات
الضرورية للتصميم على أعلى مستوى"





الأهداف العامة

- ◆ تطوير المهارات الافتراضية لبيئة المؤوضة الجديدة والتعامل مع الرموز الحالية وتعزيز الروح الإبداعية والفنية
- ◆ تطوير مشروع تصميم احترافي مع القدرة على التأثير العالمي بناءً على الفرص الجديدة
- ◆ التصميم الواعي في استخدام المواد، بفضل المعرفة العميقة في استخدام الأقمشة
- ◆ تمتع بالرشاقة والمرونة لمواجهة التغييرات من منظور متعدد التخصصات
- ◆ تجسيد العلاقة بين العالم الخيالي والعالم الحقيقي
- ◆ الحصول على معرفة مفصلة حول تصميم الأزياء وتطورها والتي ستكون ذات صلة بعمل المحترفين الذين يرغبون في التطور في هذا القطاع
- ◆ عمل تصميمات على الورق والتقنيات الرقمية التي تعكس التصميم المصمم
- ◆ استخدام تقنيات صنع الأقمشة والخياطة لصنع الملابس والإكسسوارات
- ◆ تصميم مشاريع أزياء ناجحة
- ◆ التعرف على تصوير الأزياء للحصول على أفضل النتائج من المجموعات التي تم إنشاؤها
- ◆ تطوير المهارات الدقيقة التي تسمح للطلاب بأن يصبحوا مصممين أزياء رجالية رائعين إما من خلال شركتهم الخاصة أو العمل في الشركات والعلامات التجارية الرائدة في هذا القطاع
- ◆ تصميم مشاريع الأزياء الرجالية التي تحظى باهتمام الجمهور



الأهداف المحددة

- ◆ الوحدة 1. تصميم هيكلية وشامل عصري
 - ◆ تصور الأفكار وتمثيلها بصرياً
 - ◆ التعرف بعمق على بنية الشكل البشري لتوصيل وظيفة الثوب
 - ◆ معرفة كيفية التعامل مع التقنيات التقليدية، جنباً إلى جنب مع تلك الأدوات التكنولوجية التي تسمح برسم نمط تقريباً دون وجود مفاهيم بيانية
- ◆ الوحدة 2. منتج النسيج
 - ◆ الخوض في هيكل الصورة الظلية والقياسات
 - ◆ التعرف على أساسيات تصميم الملابس والإكسسوارات
 - ◆ القيام باختبار المنتجات المصممة
- ◆ الوحدة 3. تصميم المجوهرات والاكسسوارات
 - ◆ تصور وتصميم مجموعة من المكونات الإضافية على المستوى المهني لضمان قابليتها للتطبيق
 - ◆ تطوير صناعة الأقمشة الفنية والحرفية مع إيلاء اهتمام خاص لاختيار المواد
 - ◆ اكتساب معرفة متخصصة حول الأحجار الكريمة ولكن أيضاً حول الأدوات الرقمية الخاصة بقطاع معين
- ◆ الوحدة 4. ثياب الملابس الخاصة
 - ◆ تعلم كيفية تصميم الأزياء للسينما والمسرح والتلفزيون
 - ◆ القدرة على إنشاء مجموعات رياضية جذابة للجمهور
 - ◆ التخصص في الملابس الراقية
- ◆ الوحدة 5. برنامج CLO Virtual Fashion Design
 - ◆ استخدام أدوات تصميم ثنائية وثلاثية الأبعاد مختلفة
 - ◆ المعرفة والقدرة على إدارة برنامج CLO Virtual Fashion
 - ◆ التعرف على كيفية تصميم الأزياء الرقمية لألعاب الفيديو

الوحدة 6. اتجاهات التصميم والموضة

- ◆ التعرف على كيفية إعداد تقرير الاتجاه التنبئي الذي يقلل من المخاطر ويحسن موارد المصمم
- ◆ التعرف على اتجاهات الموضة الجديدة وأنماط حياة المستهلك لإنشاء تصميمات تثير الاهتمام

الوحدة 7. الهوية المرئية = UX + branding

- ◆ تنمية الإبداع الفني من خلال التحليل العلمي للبيانات
- ◆ تعلم التفكير من طرح الأسئلة وتحليل المتغيرات المناسبة للموضة
- ◆ توقع اتجاهات الموضة من خلال تحديد أنماط السلوك وبناء تسلسل الأحداث وترجمتها إلى مخطط تمثيلي
- ◆ إتقان أدوات وبرامج *data science*، علوم البيانات الرئيسية، وفهم ما هو الذكاء الاصطناعي وما الغرض منه ومتى يتم تطبيقه
- ◆ فهم العملية والتعرف على لغات البرمجة
- ◆ تطوير استخدام وممارسة الأدوات التكنولوجية الرئيسية للتسويق الرقمي للأزياء وتطبيق مقاييس أساسية ومحددة تسمح بتقييم اتخاذ القرار من قسم الابتكار
- ◆ بناء هوية قابلة للتمثيل، من النمو المتسارع لعلامة تجارية للأزياء، وخلق قصة من الحياة
- ◆ تكرار تشغيل الأدوات التكنولوجية في معظم القطاعات التي تصنع الموضة: مستحضرات التجميل والمجوهرات والملابس والأحذية

الوحدة 8. تسويق المجموعة

- ◆ القدرة على عرض صورة مناسبة للعلامة التجارية أو المجموعة
- ◆ عرض المجموعات على الجمهور بطريقة جذابة ومتناسكة
- ◆ التعرف على كيفية تنسيق أحداث الموضة وتشجيع استخدام الملابس المستدامة

الوحدة 9. إدارة المشتريات للأزياء

- ◆ تعلم كيفية إدارة كل عملية من عمليات تسويق الملابس
- ◆ إجراء تحليل شامل يساعد على فهم نوايا الشراء لدى العميل
- ◆ تخزين المنتجات الأكثر مبيعاً قبل نهاية المخزون *stock*
- ◆ إتقان الأدوات التكنولوجية التي تشكل أساس البيانات الضخمة *big data* والتي ستتيح لك الحصول على ميزة على المنافسين من خلال تقليل الوقت

الوحدة 10. ورشة عمل ريادة الأعمال والتوجيه الإبداعي

- ◆ تصميم أفكار ناجحة ذات قيمة تفاضلية من خلال نماذج الأعمال المختلفة الموجودة في الموضة
- ◆ تطوير القدرة على التحليل ورؤية السوق القادرة على بناء نظام بيئي ثابت ودائم للعلامة التجارية
- ◆ تسويق القيمة التفاضلية لشركة أزياء وذلك بفضل تطوير موقف إبداعي ومبتكر
- ◆ جلب آفاق جديدة إلى سوق التصميم الدولي المستقبلي
- ◆ تطبيق التفكير الانعكاسي على الإجراءات الملموسة وجعل الإبداع قيمة تحويلية تقود التغيير الحالي

الوحدة 11. أساسيات ومقدمة للتصميم

- ◆ التعرف على أسس التصميم وكذلك المراجع والأساليب والحركات التي شكلته منذ بداياته وحتى يومنا هذا
- ◆ ربط ودمج مجالات التصميم المختلفة ومجالات التطبيق والفروع المهنية
- ◆ اختيار منهجيات المشروع المناسبة لكل حالة
- ◆ التعرف على عمليات التفكير والإبداع والتجريب ومعرفة كيفية تطبيقها على المشاريع
- ◆ دمج اللغة والدلالات في عمليات التفكير في المشروع، وربطها بأهدافه وقيم استخدامه

الوحدة 12. صنع الأنماط والملابس

- ◆ التعرف على تطور وتمثيل النمط
- ◆ تعلم كيفية إنشاء أي نوع من الأنماط بشكل مستقل
- ◆ تعلم أساسيات الخياطة
- ◆ التمييز بين أنواع الأدوات والآلات في صناعة الملابس الجاهزة
- ◆ التعرف على المواد النسيجية واستخداماتها الرئيسية
- ◆ تطوير طرق البحث العملي لإنشاء الإبداعي للملابس

الوحدة 13. التصوير

- ◆ فهم أساسيات الكاميرات
- ◆ التعرف على برامج تطوير وتحريير الصور
- ◆ إدارة وفهم المفردات والمفاهيم الأساسية للغة المرئية والسمعية البصرية
- ◆ تحليل نقدي للصور من أنواع مختلفة
- ◆ إدارة الموارد والمصادر المتعلقة بالموضوع

الوحدة 14. رسم الأزياء

- ◆ فهم التشريح البشري وخصائصه الرئيسية حتى يتمكن من تمثيله في مجسم الأزياء
- ◆ التعرف على قوانين جسم الإنسان للسماح بإضفاء طابع الموضة على الشكل
- ◆ تحليل وتمييز المناطق الأكثر أهمية في جسم الإنسان بدقة في تكوين شخصية الموضة
- ◆ التفريق بين تقنيات التمثيل الرسومي والبلستيكي في تصوير الأزياء
- ◆ البحث عن طريقته الشخصية في ملابس الموضة كعلامة مميزة لمصمم الأزياء

الوحدة 15. تكنولوجيا المنسوجات

- ◆ التعرف على أنواع مختلفة من ألياف النسيج
- ◆ اختيار مادة نسيجية لتصميم معين وفقاً لخصائصه
- ◆ التعرف على تقنيات التلوين
- ◆ إتقان الأريطة لمعرفة كيفية تطبيقها في العمل اليومي
- ◆ التعرف على خصائص المواد المختلفة وتقنيات معالجتها وتفصيلها
- ◆ التعرف على التقنيات الرئيسية لطباعة المنسوجات

الوحدة 16. نظم التمثيل المطبقة على الموضة

- ◆ التفريق بين السياقات المهنية لتطبيق الرسم الفني للأزياء وفهم فائدة خصائص هذا النوع من التمثيل
- ◆ التعرف على كيفية عمل رسومات مسطحة على الملابس
- ◆ فهم كيف يتم عمل الرسومات المسطحة للملابس التي تتواصل مع صانع النماذج والشركة المصنعة خصائص كل نموذج
- ◆ التعرف على كيفية تمثيل إكسسوارات الموضة المختلفة
- ◆ التعرف على كيفية عمل ورقة فنية وصفية للغاية

الوحدة 17. تصميم الأزياء

- ◆ فهم منهجيات العمل المختلفة المطبقة على تصميم الأزياء
- ◆ تطوير إجراءات إبداعية تساعد في عمل تصميم الأزياء
- ◆ تعريف الطالب بالإجراءات الفنية اللازمة للإدراك لمشروع أزياء
- ◆ التعرف على الوسائل المختلفة لنشر منتج الأزياء والتواصل معه
- ◆ فهم عملية تنفيذ مشاريع الأزياء في جميع مراحلها
- ◆ اكتساب الموارد للعرض المرئي والتواصل لمشروع الأزياء

الوحدة 18. الاستدامة في الموضة

- ◆ فهم أن نمط الحياة الحالي للبشر يجعلنا مستهلكون غير مستدامين
- ◆ اكتساب وإدماج المعايير البيئية والاستدامة في مرحلة تصور وتطوير التصميم
- ◆ معرفة الإجراءات الوقائية والمناسبة للحد من الأثر البيئي
- ◆ استخدام الاستدامة كشرط في منهجية التصميم
- ◆ تزويد الطلاب بمصادر طبيعية ومحترمة للإلهام مع البيئة

الوحدة 19. تاريخ الموضة

- ◆ جمع الاستراتيجيات المنهجية والجمالية التي تساعد على تأسيس العمليات الإبداعية وتطويرها
- ◆ ربط اللغة الرسمية والرمزية بالوظائف في مجال الموضة
- ◆ تبرير التناقضات بين الموضة الفخمة والقيم الأخلاقية
- ◆ التفكير في مدى تأثير الابتكار والجودة في إنتاج الأزياء prêt-à-porter والموضة low cost على جودة الحياة والبيئة
- ◆ معرفة وتقييم الاستخدامات والطرق التاريخية التي لجأت بها الموضة إلى بناء التخيلات
- ◆ التعرف على كيفية عمل قراءات صحيحة ودلالة على صور الموضة

الوحدة 20. تصميم الأزياء الشامل

- ◆ تطوير التفكير النقدي فيما يتعلق بممارسات واتجاهات ونتائج تصميم الأزياء، وتطوير حكم شخصي راسخ
- ◆ القدرة على فهم المعلومات وتوصيلها بصرياً وإتقان تقنيات عرض الرسوم لمشاريع التصميم
- ◆ التعرف على المستوى الأساسي لعمليات البناء وتكنولوجيا المواد وتقنيات الإنتاج والتخصصات المقابلة
- ◆ امتلاك القدرة على تطوير عملية تصميم متسقة تستجيب بشكل مناسب لمجموعة مرتبة من الاحتياجات والمتطلبات

الوحدة 21. تاريخ الملابس

- ◆ تحديد اللغة والموارد التعبيرية فيما يتعلق بالمحتوى
- ◆ تحديد موارد البحث والابتكار لحل المشكلات التي أثرت في وظائف واحتياجات ومواد الملابس
- ◆ تمييز العمليات النفسية في تطور القاطع في تاريخ الملابس
- ◆ ربط اللغة الرسمية والرمزية بالوظائف في مجال الملابس
- ◆ إظهار العلاقة المتبادلة بين عناصر الملابس والمجالات الإنسانية
- ◆ تبرير التناقضات بين الملابس الفخمة والقيم الأخلاقية
- ◆ التفكير في مدى تأثير الابتكار وجودة إنتاج الملابس على جودة الحياة والبيئة

الوحدة 22. النمط الذكوري

- ◆ التعرف على تاريخ أزياء الرجال
- ◆ امتلاك معايير الخاصة، بناءً على المعرفة، لتطوير أزياء الرجال
- ◆ فهم مورفولوجيا الذكور وخصائصها
- ◆ تعرف على الأنماط الأكثر استخدامًا في أزياء الرجال
- ◆ تعلم كيفية صنع بدلة الخياط

فرصة تم إنشاؤها للمهنيين الذين يبحثون عن برنامج مكثف
وفعال يمكنهم من خلاله اتخاذ خطوة مهمة في ممارسة
مهنهم



03 الكفاءات

خلال برنامج الماجستير المتقدم هذا، سيتمكن المصمم من تطوير سلسلة من المهارات التي تركز على العمل الاحترافي الذي سيجعله شخصية قادرة على العمل في قطاعات متعددة وبنهج مختلفة، لأن هذا البرنامج لا يركز على جانب واحد من التصميم. لذلك، تعد هذه الدرجة خياراً رائعاً للحصول على أفضل الفرص المهنية في صناعة تحتاج إلى عقول مبدعة جديدة.



تعرف على جميع تقنيات التصميم وصنع النماذج والخياطة بفضل هذا البرنامج، الذي يغطي منهج دراسي هـ وتركيزه عدداً كبيراً من القضايا ذات الصلة في هذا المجال الفني والثقافي



الكفاءات العامة



- ◆ تطوير المهارات اللازمة لتكون ناجحًا في تصميم الأزياء
- ◆ قيادة المشاريع الناجحة التي يطلبها الجمهور
- ◆ تصميم مجموعات تبرز على المنصات الدولية الرئيسية
- ◆ الحصول على نظرة عامة على القطاع الذي يتيح لك أن تكون أكثر قدرة على المنافسة
- ◆ خلق تصاميم جذابة أصبحت ضرورة *must* لهذا الموسم
- ◆ تطبيق المعايير التاريخية لصناعة الأزياء على التصميمات الحالية، بحيث تصبح ملابس أساسية في أي خزانة ملابس
- ◆ تطوير اتصالات فعالة حول أعمال الموضة
- ◆ استخدام البرامج وتطبيقات تحرير الصور

في هذا البرنامج سوف تكتسب جميع المهارات اللازمة لعمل
أفضل التصميمات للأزياء النسائية أو الرجالية "



الكفاءات المحددة



- ◆ التعرف بعمق على جميع مراحل تصميم الأزياء لضمان نجاح المنتج النهائي
- ◆ التفكير بشكل نقدي في ثقافة الموضة اليوم
- ◆ تطبيق التقنيات والمواد الأكثر استدامة لإنشاء تصميمات تتكيف مع متطلبات مجتمع اليوم
- ◆ استخدام تقنيات وتكنولوجيا النسيج الرئيسية لصنع ملابس عالية الجودة
- ◆ إتقان جميع مراحل تسويق الملابس
- ◆ تنسيق وتوجيه عروض الأزياء
- ◆ تطوير علامتك التجارية الخاصة بالأزياء التي تحقق النجاح في السوق
- ◆ تطبيق تقنيات التسويق التي تعزز تحديد المواقع وزيادة الوعي بالعلامة التجارية
- ◆ التعرف على الاتجاهات الحالية لقطاع الموضة وأنشئ تلك المجموعات التي أصبحت ضرورية *must* لهذا الموسم
- ◆ القيام بإدارة برنامج CLO Virtual Fashion بأمان، وهو ضروري لإنشاء ملابس لصناعة ألعاب الفيديو
- ◆ تصميم المجوهرات والإكسسوارات الأخرى التي تنال إعجاب الجمهور
- ◆ امتلاك معرفة حول تطور تاريخ الموضة
- ◆ صنع نمطاً وفقاً لجسد فتاة أو شاب أو امراً
- ◆ تطبيق المنهجية التي صممها دعاة الموضة الكبار لحل مشاكل التصميم
- ◆ تعلم كيفية صنع فط التنورة والسرراويل واللباس، والجمع بينهما لإنشاء ملابس عصرية جديدة
- ◆ استخدام مواد مختلفة لإعادة تكوين نسيج القماش في تصميمات الرسومات
- ◆ صنع محفظة من التصميم التي سيتم تقديمها على المنصة
- ◆ استخدام مراجع أساتذة الموضة العظماء لتطبيقها في التصميمات الحالية
- ◆ تطبيق أساسيات تصميم الأزياء في صناعة ملابس الرجال
- ◆ عمل رسومات فنية تنعكس فيها كل تفاصيل التصميم
- ◆ الإدارة الناجحة في مجال التصوير الفوتوغرافي، وتطبيق التقنيات الرئيسية لعمل صور بتفاصيل رائعة تظهر الملابس بأمانة
- ◆ عمل أي نوع من الأنماط اللازمة لإنشاء ملابس رجالية
- ◆ التعرف على تاريخ الملابس بعمق لتطبيق أكثر الموارد فائدة وابتكاراً في التصميمات
- ◆ صنع بدلات ذكورية تتكيف مع الاحتياجات والذوق من مجتمع اليوم
- ◆ عمل رسومات فنية توضح خصائص الملابس والإكسسوارات



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتطلب هذا النظام المثير والمعقد عناية فائقة في اختيار العناصر المختلفة التي يتكون منها البرنامج. لهذا السبب، حرصت TECH على أن أعضاء هيئة التدريس في هذا الماجستير المتقدم مكونون من الشخصيات المرموقة وذات الخبرة في عالم الموضة، مما يضمن حصول الطالب على أفضل تعليم، مع منظور عملي بارز يجعل ذلك ممكناً بالنسبة لهم لتطبيق كل ما تتعلمه مباشرة في وظيفتك.



ينتظرك أعظم المتخصصين في التصميم في هذا الماجستير المتقدم لينقلوا لك كل
مفاتيح النجاح في عالم الموضة "



د. Moyer, Susanna

- مديرة البرامج الدولية بـ Parsons The New School of Design في نيويورك، نيويورك، الولايات المتحدة
- أستاذة في Parsons The New School of Design
- أستاذة في Fashion Institute of Technology
- مديرة البرامج الدولية في Issachar Institute للدراسات المتقدمة
- مديرة البرامج الدولية في Career Gear
- مديرة في Fashion Institute of Technology
- مديرة في Parsons The New School of Design

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل
المحترفين في العالم"



هيكـل الإدارة

أ. García Barriga, María

- ♦ أكثر من 15 عاماً من الخبرة في إنشاء محتوى من مختلف الأنواع: اللوجستيات والتوزيع والأزياء والأدب أو الحفاظ على التراث الفني
- ♦ عملت في وسائل الإعلام الكبيرة مثل RTVE و Telemadrid
- ♦ بكالوريوس في علوم المعلومات من جامعة كومبلتينسي في مدريد
- ♦ دراسات عليا في التسويق والاتصال في شركات الأزياء والرفاهية من جامعة كومبلتينسي في مدريد
- ♦ MBA في إدارة الأعمال من ISEM Fashion Business School كلية إدارة المؤضة بجامعة Navarra
- ♦ مرشحة لنيل درجة داه في إنشاء اتجاهات المؤضة
- ♦ مؤلفة كتاب "El patrón de la eternidad: إنشاء هوية لولبية لأتمتة اتجاهات المؤضة"



الأستاذة

أ. Vela Covisa, Susana

- ♦ مديرة وكالة Polka Press Communication
- ♦ مؤسسة ومديرة منصة Atelier Couture
- ♦ مروجـة ومنسقة مساحة Sustainable Experience de MOMAD
- ♦ أستاذة ومعلمة في جامعات مختلفة وكليات إدارة الأعمال ومراكز تدريب، مثل IED وجامعة Francisco de Vitoria ومدرسة مدريد للتسويق ومدرسة ELLE للأزياء
- ♦ أكثر من 30 عاماً من الخبرة كرئيس لأقسام المؤضة المختلفة لا سيما الاتصال بمختلف العلامات التجارية والمكاتب الصحفية والوكالات ومشاريع الأزياء والمعارض والمنصات الدولية وكذلك في تنظيم الأحداث في القطاع
- ♦ الفني العالي للأزياء
- ♦ تدريب إضافي في الأزياء المستدامة، متخصصة في التصميم الإيكولوجي والأزياء والتواصل

أ. Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ♦ مستشارة صورة ومديرة إدارة وتنفيذ صالة العرض من متاجر المفاهيم
- ♦ منتجة ومحركة أزياء في ناشرين ووكالات وشركات مختلفة
- ♦ مؤلفة المشاهد للعديد من المسرحيات مع التركيز على رموز الصورة
- ♦ بكالوريوس في الفنون المسرحية من ESAD في Murcia
- ♦ متخصصة في الإبداع الفني وتحليل اتجاهات المؤضة
- ♦ محاضرة جامعية في العلاقات الدولية من ITC Sraffa في Milán
- ♦ ماجستير في إنتاج الأزياء التحريرية وتصميم الأزياء من المدرسة الأمريكية الحديثة للتصميم، في مقرها الرئيسي في بونيس آيرس، الأرجنتين

أ. Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ مصممة مستقلة في Petite Antoinette
- ◆ الشريكة المؤسسة للعلامة التجارية TheFraMare المتخصصة في تصميم الأوشحة والإكسسوارات
- ◆ مصممة على منصات عرض أزياء مختلفة
- ◆ إجازة جامعية في تصميم الأزياء من Barreira Arte y Diseño
- ◆ خريجة إجازة عليا في التصميم وتصميم الملابس في Barreira Arte y Diseño
- ◆ خريجة إجازة متوسطة في تصميم القبعات والإكسسوارات في Barreira Arte y Diseño
- ◆ محاضرة جامعية في تكنولوجيا الملابس
- ◆ محاضرة جامعية في صنع النماذج والقص وتصميم الملابس الفالنسية

أ. Anguiano, Daniela

- ◆ مصممة أزياء وجرافيك، ومنشئة محتوى
- ◆ مصممة جرافيك ومديرة مجتمع ومنشئة محتوى. رابطة بين Mujeres y Soulem. مدريد
- ◆ مصممة أزياء وجرافيك. Fasrev. International Team
- ◆ مصممة أزياء وجرافيك للمصمم Fernando Claro. مدريد
- ◆ المؤسسة والمديرة الفنية. Pipper s Design. مدريد
- ◆ مصممة منسوجات. Baby Zanell
- ◆ مصممة أزياء ونسيج. جامعة Palermo بوينس آيرس، الأرجنتين
- ◆ محاضرة جامعية في إنتاج الأزياء. EBA، بوينس آيرس، الأرجنتين
- ◆ محاضرة جامعية Elle Education في Branded Content Creator. Mindway, Madrid

أ. Holgueras, Javier

- ◆ مدير السوق والمحلل في المقر الرئيسي لشركة Apple في أيرلندا
- ◆ أستاذ نظام Marketing Mix Modeling الذي تم تنفيذه فعلياً في شركة Kellogg's في إسبانيا
- ◆ بكالوريوس اقتصاد
- ◆ ماجستير في البيانات الضخمة Big Data وتحليل الأعمال

أ. García Barriga, Elisa

- ◆ ميسرة ومديرة المجتمع في شركة مستحضرات التجميل التي تصنع صابون طبيعي
- ◆ مسؤولة عن تنفيذ الحملات المختلفة التي تقوم بها شركة Cosmética Natural El Sapo
- ◆ مستشارة الصور والتصوير للمدارس الخاصة في جميع أنحاء إسبانيا
- ◆ مصورة متخصصة في الطباعة ثلاثية الأبعاد لشبكات التواصل الاجتماعي، اللغة غير لفظية
- ◆ وخلق بيئات للتصوير المدرسي
- ◆ بكالوريوس في التدريس

أ. Pereira Paz, Juan Carlos

- ◆ مصمم ومدير مشروع تصميم ومؤلفون بوليفيون (DAB)
- ◆ مسؤول عن المجال الإبداعي وتدويل علامته التجارية، Juan de la Paz
- ◆ متخصص في التواصل وتسويق الأزياء
- ◆ ظهور في مجلات الموضة والثقافة حول العالم مثل: Vogue Italia, Vogue México, Elle China, L'Officiel Argentina وغيرها من الإصدارات الرقمية والمطبوعة
- ◆ Vogue Rusia, Harpers Bazaar Rusia, L'Officiel Italia, L'Officiel Arabia, Vogue Italia, Vogue

أ. Romero Monente, Begoña

- ◆ المدير العام لوكالة ترويج الشباب، مبتكرة خدمة المتسوق الشخصي في المطارات الإسبانية
- ◆ متخصصة في تنفيذ الحملات الإعلانية في الأسواق الحرة، مع حسابات مثل AENA و Dufry و L'Oréal و Philip Morris و Montblanc، إلخ.
- ◆ مذيعة ومحرة ورئيسة قسم الاتصال في وسائل الإعلام المختلفة وتقوم بإنشاء محتوى لأقسام الرياضة والسياسة والسياحة
- ◆ منسقة أنشطة اتحاد وكالات الترويج للمطارات، وهو كيان يجمع الوكالات الرائدة في أوروبا في مجال التسويق الميداني للمطارات
- ◆ محاضرة ومعلمة في مختلف دورات إدارة البيع بالتجزئة والتسويق الرقمي وإدارة الأفراد
- ◆ قائدة عمليات التوجيه والتدريب الشخصية لرواد الأعمال
- ◆ بكالوريوس في الصحافة من Málaga
- ◆ بكالوريوس في الدعاية والإعلان والعلاقات العامة من جامعة كاتالونيا المفتوحة
- ◆ MBA في إدارة الأعمال من ISEM Fashion Business School بجامعة Navarra
- ◆ مدربة معتمدة في المدرسة الأوروبية للتدريب

الهيكل والمحتوى

تم تنظيم هذه المحاضرة الجامعية في 22 وحدة متخصصة والتي من خلالها سيتمكن المحترف من الخوض في مختلف القضايا ذات الصلة مثل التصميم الهيكلي والمتكامل في الموضة والتوقف عند جوانب مثل الرسم أو التعبير أو التكوين ومنتجات وتقنيات النسيج المختلفة، أساسيات التصميم، البحث الإبداعي، تاريخ الملابس أو التصوير الفوتوغرافي الذي يستهدف مجال الموضة. مع هذا، سيكون الطالب قد حصل على المعرفة الكاملة التي ستسمح له بالتقدم في هذه الصناعة بسرعة وأمان.



لديك في متناول يدك أفضل محتوى لتطوير حياة مهنية ناجحة في
عالم الموضة "



الوحدة 1. تصميم هيكلية وشامل عصري

- 1.1 الرسم التعبيري
 - 1.1.1 التركيب التشريحي لجسم الإنسان
 - 2.1.1 الفضاء ثلاثي الأبعاد
 - 3.1.1 منظور المصفوفة والتحليل *Matrix*
- 2.1 السيميائية البصرية
 - 1.2.1 اللون والضوء بأشكال ثلاثية الأبعاد
 - 2.2.1 الخطوط العريضة والتظليل
 - 3.2.1 حركة الملابس في تشريح الأنثى والذكور
- 3.1 التركيب I
 - 1.3.1 الحجم
 - 2.3.1 صورة ظليلة أنثوية والصورة الظلية الذكرية
 - 3.3.1 الشكل والشكل السلبي
- 4.1 التركيب II
 - 1.4.1 التماثل وعدم التناسق
 - 2.4.1 البناء والتفكيك
 - 3.4.1 الزينة المكسوة بالجواهر
- 5.1 أدوات التقديم
 - 1.5.1 الرسم الهندسي
 - 2.5.1 تقنيات *rapid sketching* الرسم السريع والسم
 - 3.5.1 اللوحة القماشية
- 6.1 منهجية التصميم
 - 1.6.1 التصميم بمساعدة الكمبيوتر
 - 2.6.1 برامج CAD / CAM: النماذج الأولية
 - 3.6.1 المنتجات النهائية وعمليات الإنتاج
- 7.1 التخصيص وتحويل الملابس
 - 1.7.1 القطع والتجميع والتشطيب
 - 2.7.1 تكييفات النمط
 - 3.7.1 التخصيصات للملابس
- 8.1 التعبئة والتغليف
 - 1.8.1 التعبئة والتغليف كامتداد للعلامة التجارية *branding*
 - 2.8.1 تغليف مستدام
 - 3.8.1 التخصيص الآلي

9.1 التصميم الذري

- 1.9.1 مكونات النظام
- 2.9.1 القوالب
- 3.9.1 تصنيف مواقع المصممين
- 10.1 تطبيق التصميم
 - 1.10.1 تقنيات التوضيح المحمول
 - 2.10.1 أدوات التصميم الشاملة: *Procreate*
 - 3.10.1 أدوات الدعم: *Pantone Studio*

الوحدة 2. منتج النسيج

- 1.2 أنثروبولوجيا التصميم
 - 1.1.2 تحويل الفستان إلى لباس رياضي
 - 2.1.2 التفكير البصري: البلاغة واللغة
 - 3.1.2 تصنيع المنتجات في صناعة الأزياء
- 2.2 الجنس على في تصميم المنتج
 - 1.2.2 الفستان الأنثوي
 - 2.2.2 البدلة الرجالية
 - 3.2.2 تهجين ملابس الموضة
- 3.2 تصميم الإكسسوار
 - 1.3.2 الجلود والمواد الاصطناعية
 - 2.3.2 المجوهرات
 - 3.3.2 الأحذية
- 4.2 تصميم المنتج
 - 1.4.2 إنشاء النماذج
 - 2.4.2 بيئة موضة *tech* والأقمشة الصناعية الجديدة
 - 3.4.2 تحويل النموذج الأولي
- 5.2 صناعة ملابس الموضة
 - 1.5.2 ماكينة الخياطة
 - 2.5.2 حجم الجسم والقياسات
 - 3.5.2 تقنيات الخياطة وتجميع الملابس
- 6.2 الإنتاج الصناعي لملابس الموضة I
 - 1.6.2 صنع الأقمشة وتقنيات الإنتاج
 - 2.6.2 الطباعة
 - 3.6.2 *Moulage* وصناعة النماذج الصناعية

- 5.3. تصميم المجوهرات
 - 1.5.3. الجواهر والأحجار الكريمة
 - 2.5.3. الحلي والمواد البديلة
 - 3.5.3. نماذج المجوهرات مع الطباعة ثلاثية الأبعاد
- 6.3. *Rhinojewel*
 - 1.6.3. الأدوات المعدنية والأحجار الكريمة
 - 2.6.3. أدوات النمذجة
 - 3.6.3. أدوات حجرية معيارية
- 7.3. تطوير المنتج
 - 1.7.3. إبداع و جدوى الإكسسوار
 - 2.7.3. تطوير المجموعة: محاذاة العلامة التجارية
 - 3.7.3. منهجية العرض لمجموعة من الملحقات
- 8.3. الجلد
 - 1.8.3. جلد الحيوان وعلاجه
 - 2.8.3. مواد اصطناعية
 - 3.8.3. الاستدامة والبيئة
- 9.3. التخصيص وتحويل الملحقات
 - 1.9.3. التحويل اليدوي
 - 2.9.3. الخرز والحلي
 - 3.9.3. قطع المجوهرات: أحزمة وسحاب الحقايب وأغطية المجوهرات
- 10.3. الساعات والنظارات الشمسية
 - 1.10.3. صياغة وتشكيل الذهب
 - 2.10.3. مواد محددة
 - 3.10.3. التركيب

الوحدة 4. ثياب الملابس الخاصة

- 1.4. المجموعات الرياضية
 - 1.1.4. تطور الموضة الرياضية
 - 2.1.4. تصميم أسلوب غير رسمي والإبداع
 - 3.1.4. ملابس *activewear* و *sportswear*
- 2.4. صنع غمط وتصميم الملابس الرياضية
 - 1.2.4. بيئة العمل للرياضيين
 - 2.2.4. النمط الفني
 - 3.2.4. المواد التقنية: التبخر والتنح وعدم النفاذية

- 7.2. الإنتاج الصناعي لملاص الموضة II
 - 1.7.2. تقنيات التصميم
 - 2.7.2. تحجيم القياسات
 - 3.7.2. تحويل النمط
- 8.2. تصميم المنسوجات
 - 1.8.2. الأقمشة والمواد
 - 2.8.2. لوحة الشركات والموسمية
 - 3.8.2. تقنيات تطوير المنتج
- 9.2. لانجري ومشدات
 - 1.9.2. أقمشة خاصة للملابس الداخلية
 - 2.9.2. أنماط محددة
 - 3.9.2. تجميع الملابس
- 10.2. اختبار المنتج
 - 1.10.2. إنشاء كفاءات المنتج
 - 2.10.2. تقييم المنتج بالنسبة للسوق والمستهلك
 - 3.10.2. إعادة تصميم المنتج

الوحدة 3. تصميم المجوهرات والاكسسوارات

- 1.3. تشريح و غمط صنع الملحقات
 - 1.1.3. الأحذية
 - 2.1.3. الحقايب والأحزمة
 - 3.1.3. الحلي والمجوهرات
- 2.3. مواد خاصة لتصميم الملحقات
 - 1.2.3. الزركشة والتجهيزات
 - 2.2.3. أقمشة صناعية
 - 3.2.3. المواد التقنية
- 3.3. سير العمل
 - 1.3.3. العلاقة مع الموردين
 - 2.3.3. التصنيع حسب الطلب
 - 3.3.3. أسعار السوق
- 4.3. نماذج المنتج
 - 1.4.3. الرسم والتخطيط
 - 2.4.3. ورقة بيانات المنتج
 - 3.4.3. الإنتاج على نطاق واسع: INGA 3D

الوحدة 5. برنامج CLO Virtual Fashion Design

- 1.5 تقنيات التصميم الحالية
 - 1.1.5 التصميم في بُعْدَيْن
 - 2.1.5 التصميم في ثلاثة أبعاد
 - 3.1.5 برنامج CLO Virtual Fashion
- 2.5 الإبداع الرقمي والتصميم التجريبي
 - 1.2.5 الإبداع الرقمي والتصميم التجريبي
 - 2.2.5 واجهة المستخدم CLO Virtual Fashion
 - 3.2.5 الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد
- 3.5 تصميم ملابس افتراضية
 - 1.3.5 الخياطة المجزئة
 - 2.3.5 الخياطة الحرة
 - 3.3.5 هيكل الطبقة
- 4.5 مكتبة الأنسجة CLO Virtual Fashion
 - 1.4.5 الأقمشة شائعة الاستخدام
 - 2.4.5 الطلاءات
 - 3.4.5 تعديل الملابس
- 5.5 عملية streamline
 - 1.5.5 الألوان والنقوش
 - 2.5.5 تكوين التصميم
 - 3.5.5 عينات ثلاثية الأبعاد
- 6.5 خلق نسيج
 - 1.6.5 إعطاء وتعديل القوام
 - 2.6.5 العتامة والتفكير والموقف
 - 3.6.5 خريطة طبيعية وخريطة حركية
- 7.5 خلق الملابس I
 - 1.7.5 الملابس
 - 2.7.5 مطبوعات
 - 3.7.5 الاداءات
- 8.5 خلق الملابس II
 - 1.8.5 الطيات
 - 2.8.5 قيعان وشفرات
 - 3.8.5 Soleil وممطن

- 3.4 تصميم ملابس للسلسلات السينمائية والتلفزيونية
 - 1.3.4 تأثير الموضة في فنون الأداء
 - 2.3.4 قسم خزانة الملابس في فيلم ما
 - 3.3.4 مراجعة السيناريو لتصميم الملابس الخيالية
- 4.4 سير العمل في السينما
 - 1.4.4 توثيق الفترة والأفلام
 - 2.4.4 الإعداد السينمائي من خلال الأزياء
 - 3.4.4 الأقمشة والتقنيات المطبقة للتشطيب النهائي
- 5.4 ازياء للسينما
 - 1.5.4 زي للرسوم المتحركة
 - 2.5.4 زي أعجوبة
 - 3.5.4 زي المرحلة
- 6.4 عروض الأزياء ومهرجانات السينما
 - 1.6.4 النمط التجريبي
 - 2.6.4 تصميم أزياء للعارضات والممثلات
 - 3.6.4 إقامة الأزياء على السجادة الحمراء
- 7.4 الخيال المسرحي
 - 1.7.4 أزياء الأوبرا
 - 2.7.4 ازياء المسرح
 - 3.7.4 ملابس الرقص والسيرك
- 8.4 الخياطة المكلفة
 - 1.8.4 تصنيع الملابس الجاهزة حسب الطلب
 - 2.8.4 تقنيات التوضيح الإبداعي
 - 3.8.4 مجموعات الزفاف
- 9.4 الخياطة والتفصيل
 - 1.9.4 نمط البدلة عند الرجال والنساء
 - 2.9.4 أقمشة موسمية
 - 3.9.4 الاتجاهات المستقبلية في الخياطة
- 10.4 وضع المنتج
 - 1.10.4 التعاون مع العلامات التجارية المعروفة لخزانة ملابس المسلسلات التلفزيونية
 - 2.10.4 اقتراح وتقديم الاحتياجات
 - 3.10.4 اختيار الملابس وتكلفة التعاون

- 6.6. منهجية لتحليل الاتجاه
 - 1.6.6. فن وعلم التحليلات التنبؤية
 - 2.6.6. مصادر المعلومات في سوق الموضة
 - 3.6.6. استخراج *insights*
- 7.6. أسلوب حياة مستهلك الأزياء
 - 1.7.6. القيم والأولويات
 - 2.7.6. الفخامة الجديدة ومكانتها في سوق الموضة
 - 3.7.6. بين المتجر الفعلي والتجارة الإلكترونية *e-Commerce*
- 8.6. وضع تصور لسوق الموضة
 - 1.8.6. تجربة التسوق
 - 2.8.6. "Hotspots"
 - 3.8.6. Digital concept stores
- 9.6. تقرير الاتجاه
 - 1.9.6. الهيكل والتكوين
 - 2.9.6. المقدمة
 - 3.9.6. التقييم واتخاذ القرار
- 10.6. اتجاهات المستهلكين بعد الوباء
 - 1.10.6. تغييرات دائمة في عادات الاستهلاك
 - 2.10.6. مشتريات المستقبل
 - 3.10.6. التكنولوجيا والاستدامة: محاور التغيير

الوحدة 7. ال هوية المرئية = branding + UX

- 1.7. الاستخدام التكنولوجي للموضة
 - 1.1.7. الذكاء الاصطناعي
 - 2.1.7. تحقيق الميزة التنافسية
 - 3.1.7. Chatbot وطاقت العمل *shopper* الافتراضي
- 2.7. إدارة الهوية والتغيير
 - 1.2.7. تصميم هوية العلامة التجارية
 - 2.2.7. بناء هوية العلامة التجارية
 - 3.2.7. التأثيرات الاقتصادية

- 9.5. بيانات محاكاة
 - 1.9.5. تقنيات التمشيط
 - 2.9.5. عرض الملابس في أماكن البيع بالتجزئة
 - 3.9.5. الترويج للمجموعة الافتراضية
- 10.5. الأسواق الناشئة وتقنيات الدخول
 - 1.10.5. حساب التكلفة
 - 2.10.5. المزايدات
 - 3.10.5. صناعة ألعاب الفيديو

الوحدة 6. اتجاهات التصميم والموضة

- 1.6. المستهلك العالمي: الشرق و الغرب
 - 1.1.6. الموضة في سياق العولمة
 - 2.1.6. التباهي الآسيوي
 - 3.1.6. الإرث الغربي
- 2.6. احتياجات المستهلك اليوم
 - 1.2.6. ملفات تعريف المستهلك الجديدة
 - 2.2.6. المستهلك
 - 3.2.6. اتخاذ القرار أثناء عملية الشراء
- 3.6. التعبير البصري للون
 - 1.3.6. أهمية اللون في قرارات الشراء
 - 2.3.6. المشاعر اللونية
 - 3.3.6. اللون في نظام الموضة البيئي
- 4.6. تحليل الاتجاه والبحث
 - 1.4.6. صائد الاتجاه
 - 2.4.6. من الاتجاهات إلى الاستهلاك الشامل
 - 3.4.6. الوكالات المتخصصة
- 5.6. الإصدار الاستراتيجي
 - 1.5.6. الاتجاهات الكلية والاتجاهات الجزئية
 - 2.5.6. الحدائثة والاتجاه و"الضجيج" *"hype"*
 - 3.5.6. دورة نشر المنتج

الوحدة 8. تسويق المجموعة

- 1.8 ديناميات المؤوضة الحالية
 - 1.1.8 Fashion weeks وتصميم الأزياء الراقية
 - 2.1.8 تحقيق الأفكار و sketchbook
 - 3.1.8 تصور المجموعة
- 2.8 خلق مجموعة
 - 1.2.8 Moodboards والإلهام الدولي
 - 2.2.8 المصانع والموردين في العالم
 - 3.2.8 وضع العلامات و packaging
- 3.8 التحالفات والتعاون الاستراتيجي
 - 1.3.8 ال partners الاستراتيجيون
 - 2.3.8 بين المصممين ورجال الأعمال والفنانين
 - 3.3.8 مجموعات الكبسولة
- 4.8 التصميم
 - 1.4.8 المرئي merchandising
 - 2.4.8 تصميم الواجهة
 - 3.4.8 Shooting الرقمي: خزانة الجوال
- 5.8 عروض الأزياء وعواصم المؤوضة
 - 1.5.8 العرض
 - 2.5.8 باريس ولندن ونيويورك
 - 3.5.8 المهرات الافتراضية
- 6.8 المعارض وأحداث التصميم
 - 1.6.8 إدارة الأحداث في سوق المؤوضة
 - 3.6.8 بيئة B2B
- 7.8 التصميم الإيكولوجي والأثر البيئي
 - 1.7.8 الحرف اليدوية
 - 2.7.8 الفخامة الجديدة
 - 3.7.8 المؤوضة المستدامة بالأرقام
- 8.8 تسويق المجموعة
 - 1.8.8 الأوركسترا الشاملة
 - 2.8.8 تحسين القناة عبر الإنترنت
 - 3.8.8 المزايا المتبقية في وضع عدم الاتصال

- 3.7 Google Analytics و Google Ads
 - 1.3.7 تحديد المواقع الاستراتيجية لعلامة تجارية للأزياء
 - 2.3.7 إعلانات غوغل
 - 3.3.7 Google Analytics
- 4.7 Data driven marketing
 - 1.4.7 عملية توجيه البيانات
 - 2.4.7 جمع البيانات واختيارها
 - 3.4.7 الجدولة: إحصائيات البيانات
 - 5.7 إنشاء تسلسلات الأنماط
 - 1.5.7 إدارة المقاييس الرئيسية
 - 2.5.7 مقاييس خاصة بالمؤوضة
 - 3.5.7 تسلسل النمط
 - 6.7 محاكاة سيناريوهات الابتكار
 - 1.6.7 الابتكار والإبداع
 - 2.6.7 المحاكاة والتنمؤ
 - 3.6.7 Microsoft Power Bi
- 7.7 تجزئة وإدارة قواعد البيانات
 - 1.7.7 تجزئة السوق
 - 2.7.7 تجزئة الجمهور
 - 3.7.7 لغة SQL للبيانات الضخمة
- 8.7 الولاة & salesforce
 - 1.8.7 الملف الشخصي العاطفي لمستهلك المؤوضة
 - 2.8.7 اكتساب المستخدمين والاحتفاظ بالمستهلكين وعملاء السفراء
 - 3.8.7 CRM: Salesforce
- 9.7 تسويق المحتويات
 - 1.9.7 خلق تجربة مستخدم في البيئة الرقمية
 - 2.9.7 Customer engagement behaviour
 - 3.9.7 المحتويات داخل وخارج موقع الويب الخاص بي
 - 10.7 الإبداع مع Python
 - 1.10.7 تركيب وعناصر اللغة
 - 2.10.7 مهام Python
 - 3.10.7 الإبداع انطلاقا من استخدام البيانات

- 6.9. تقارير قاعدة البيانات
- 1.6.9. حفظ البيانات
- 2.6.9. قوالب قواعد البيانات مع Access
- 3.6.9. تحديث الاستعلام
- 7.9. البيانات الضخمة مع Tableau
- 1.7.9. تنظيم البيانات
- 2.7.9. تمثيل القيم العددية
- 3.7.9. استخدام مصادر البيانات المختلفة
- 8.9. إضفاء الطابع الشخصي على البيانات مع Tableau
- 1.8.9. استخدام الحسابات
- 2.8.9. حسابات جدول سريعة
- 3.8.9. خطوط مرجعية
- 9.9. Dashboard: تصور البيانات
- 1.9.9. رسم الخرائط الجغرافية
- 2.9.9. التصور ومقارنة القياسات
- 3.9.9. الإحصاء والتنبؤات
- 10.9. ادارة المشروع
- 1.10.9. Product owner
- 2.10.9. منهجية lean
- 3.10.9. منهجية agile

- 9.8. أحداث مخصصة
- 1.9.8. محاذاة الجمهور
- 2.9.8. خطة تواصل
- 3.9.8. التدريب
- 10.8. التقييم النهائي للمجموعة
- 1.10.8. الانطباعات بالأرقام
- 2.10.8. تحليلات ومؤشرات متقدمة
- 3.10.8. إعادة صياغة الثوب

الوحدة 9. إدارة المشتريات للأزياء

- 1.9. ديناميات مشتري الأزياء
- 1.1.9. دورة حياة منتج الموضة
- 2.1.9. الموسمية في قطاع الموضة
- 3.1.9. الواسطات التي تنشط قيمة العلامة التجارية
- 2.9. صياغة باستخدام Microsoft Excel
- 1.2.9. عمليات التشغيل
- 2.2.9. الحسابات
- 3.2.9. الصيغ
- 3.9. تطبيقات Excel
- 1.3.9. الرسومات البيانية
- 2.3.9. الجداول الديناميكية
- 3.3.9. النماذج
- 4.9. معالجة الأخطاء
- 1.4.9. شكل
- 2.4.9. رقم
- 3.4.9. النص
- 5.9. إنشاء قاعدة بيانات باستخدام Microsoft Access
- 1.5.9. البرمجة في Access
- 2.5.9. أنواع البيانات وخصائص الحقول
- 3.5.9. الاستعلامات ووحدات الماكرو

الوحدة 10. ورشة عمل ريادة الأعمال والتوجيه الإبداعي

- 1.10. الابتكار والإبداع في أسواق الموضة
- 1.1.10. إعادة ابتكار ما هو موجود بالفعل في تصميم الأزياء
- 2.1.10. إنشاء أنماط جديدة من لا شيء
- 3.1.10. براءات اختراع النسيج
- 2.10. التفكير التخريبي والتفكير التصميمي design thinking
- 1.2.10. التفكير التخريبي وتأثيره العالمي
- 2.2.10. المخطط البصري للتفكير التصميمي design thinking
- 3.2.10. حل المشكلة

الوحدة 11. أساسيات ومقدمة للتصميم

- 1.11. تاريخ التصميم
 - 1.1.11. الثورة الصناعية
 - 2.1.11. مراحل التصميم
 - 3.1.11. الهندسة المعمارية
 - 4.1.11. مدرسة شيكاغو
- 2.11. أنماط ومذاهب التصميم
 - 1.2.11. التصميم الزخرفي
 - 2.2.11. المذهب الحدائني
 - 3.2.11. مذهب الفن الزخرفي
 - 4.2.11. التصميم الصناعي
 - 5.2.11. الباوهاوس
 - 6.2.11. الحرب العالمية II
 - 7.2.11. تحول الطليعة
 - 8.2.11. التصميم المعاصر
- 3.11. المصممين والاتجاهات
 - 1.3.11. مصممي الديكور الداخلي
 - 2.3.11. مصممي الجرافيك
 - 3.3.11. المصممين الصناعيين أو مصممي المنتج
 - 4.3.11. مصممي الأزياء
- 4.11. منهجية مشروع التصميم
 - 1.4.11. *Bruno Munari*
 - 2.4.11. *Gui Bonsiepe*
 - 3.4.11. *J. Christopher Jones*
 - 4.4.11. *L. Bruce Archer*
 - 5.4.11. *Guillermo González Ruíz*
 - 6.4.11. *Jorge Frascara*
 - 7.4.11. *Bernd Löbach*
 - 8.4.11. *Joan Costa*
 - 9.4.11. *Norberto Cháves*

- 3.10. عقلية القيادة وريادة الأعمال
 - 1.3.10. الفريق
 - 2.3.10. العلامة التجارية الشخصية
 - 3.3.10. إدارة تطور الأعمال ونموها
- 4.10. سلسلة القيمة في صناعة الأزياء والرفاهية
 - 1.4.10. هيكل سوق الأزياء العالمي
 - 2.4.10. سلسلة القيمة التقليدية
 - 3.4.10. تطور الروابط في سلسلة قيمة الموضة
 - 5.10. بداية *start up* الموضة
 - 3.5.10. القفزة نحو التدويل
 - 6.10. التوجيه الإبداعي لشركات الموضة
 - 1.6.10. ديناميات الإبداع
 - 2.6.10. التشكيلات المهنية
 - 3.6.10. مهام المدير الإبداعي
 - 7.10. البيولوجيا العصبية للإبداع
 - 1.7.10. الذكاء
 - 2.7.10. التقدير الإبداعي
 - 3.7.10. وسائل التواصل الاجتماعي
 - 8.10. تقنيات الإبداع
 - 1.8.10. الحصار
 - 2.8.10. تقنيات توليد الأفكار
 - 3.8.10. CRE- IN
 - 9.10. مصادر الإلهام
 - 1.9.10. إتقان الموضة القديمة
 - 2.9.10. التطلعات: المستقبل
 - 3.9.10. التوازن التركيبي بين الماضي والمستقبل
 - 10.10. التدرج
 - 1.10.10. الإطار التكويني في مجموعة أزياء
 - 2.10.10. تصور المشاهد
 - 3.10.10. خيال ماركات الأزياء

- 8.11. التصميم والدلالات
 - 1.8.11. علم الدلالة
 - 2.8.11. المعنى
 - 3.8.11. المعنى الدلالي والمعنى الضمني
 - 4.8.11. المفردات
 - 5.8.11. المجال المعجمي والعائلة المعجمية
 - 6.8.11. العلاقات الدلالية
 - 7.8.11. التغيير الدلالي
 - 8.8.11. أسباب التغيرات الدلالية
 - 9.11. التصميم والبراغماتية
 - 1.9.11. العواقب العملية والإبعاد والسميائية
 - 2.9.11. الوساطة والجسد والعواطف
 - 3.9.11. التعلم والخبرة والاختتام
 - 4.9.11. الهوية والعلاقات الاجتماعية والأشياء
 - 10.11. سياق التصميم الحالي
 - 1.10.11. مشكلات التصميم الحالية
 - 2.10.11. مواضيع التصميم الحالية
 - 3.10.11. مساهمات في المنهجية

الوحدة 12. صنع الأقماع والملابس

- 1.12. مقدمة في صنع الأقماع
 - 1.1.12. مفاهيم أساسية في صنع الأقماع
 - 2.1.12. أدوات ومواد صنع الأقماع
 - 3.1.12. الحصول على القياسات التشريحية
 - 4.1.12. جداول القياس
 - 5.1.12. أنواع الأقماع
 - 6.1.12. تصنيع النماذج
 - 7.1.12. المعلومات التي يجب أن يحتوي عليها النمط
 - 2.12. النمط الأنثوي
 - 1.2.12. فمط التنورة الأساسي
 - 2.2.12. فمط الجسم الأساسي
 - 3.2.12. فمط السراويل الأساسي
 - 4.2.12. فمط الفستان الأساسي
 - 5.2.12. العنق
 - 6.2.12. الأكمام
 - 7.2.12. التفاصيل

- 5.11. اللغة في التصميم
 - 1.5.11. الأشياء والموضوع
 - 2.5.11. سيميائية الأشياء
 - 3.5.11. وضعية الشيء ودلالاته
 - 4.5.11. ع ومة الإشارات
 - 5.5.11. اقتراح
 - 6.11. التصميم وبعده الجمالي الشكلي
 - 1.6.11. العناصر البصرية
 - 1.1.6.11. الشكل
 - 2.1.6.11. القياس
 - 3.1.6.11. اللون
 - 4.1.6.11. القوام
 - 2.6.11. عناصر العلاقة
 - 1.2.6.11. الإدارة
 - 2.2.6.11. موضع
 - 3.2.6.11. مساحة
 - 4.2.6.11. جاذبية
 - 3.6.11. عناصر عملية
 - 1.3.6.11. التمثيل
 - 2.3.6.11. المعنى
 - 3.3.6.11. المهام
 - 4.6.11. إطار مرجعي
 - 7.11. طرق التصميم التحليلي
 - 1.7.11. التصميم البراغماتي
 - 2.7.11. التصميم التناظري
 - 3.7.11. التصميم الأيقوني
 - 4.7.11. التصميم الكنسي
 - 5.7.11. المؤلفون الرئيسيون ومنهجيتهم

- 8.12. أنواع الخياطة وتحويل الملابس
 - 1.8.12. خياطة مسطحة
 - 2.8.12. خياطة داخلية
 - 3.8.12. خياطة منحنية
 - 4.8.12. خياطة فرنسية
 - 5.8.12. خياطة تكساس
 - 6.8.12. خياطة زائدة
 - 7.8.12. خياطة محددة
- 9.12. السحابات والتشطيبات والتنميق النسيجي
 - 1.9.12. صباغة الأنسجة
 - 2.9.12. أزرار
 - 3.9.12. السحابات
 - 4.9.12. الشمعدانات
 - 5.9.12. تبطين القطعة
 - 6.9.12. المزاد
 - 7.9.12. الكي
- 10.12. Moulage
 - 1.10.12. إعداد مجسم أزياء
 - 2.10.12. استقصاء حول مجسم الأزياء
 - 3.10.12. من مجسم الأزياء إلى النمط
 - 4.10.12. نمذجة الثوب

الوحدة 13. التصوير

- 1.1.13. تاريخ التصوير
 - 1.1.13. خلفية التصوير
 - 2.1.13. التصوير الفوتوغرافي الملون
 - 3.1.13. فيلم فوتوغرافي
 - 4.1.13. الكاميرا الرقمية
- 2.13. تشكيل الصورة
 - 1.2.13. كاميرا التصوير الفوتوغرافي
 - 2.2.13. المعايير الأساسية في التصوير الفوتوغرافي
 - 3.2.13. قياس الضوء
 - 4.2.13. الأهداف والبعد البؤري

- 3.12. النمط الذكوري
 - 1.3.12. نمط الجسم الأساسي
 - 2.3.12. نمط السراويل الأساسي
 - 3.3.12. نمط المعطف الأساسي
 - 4.3.12. العنق
 - 5.3.12. الأكمام
 - 6.3.12. التفاصيل
- 4.12. النمط الطفولي
 - 1.4.12. نمط الجسم الأساسي
 - 2.4.12. نمط السراويل الأساسي
 - 3.4.12. نمط القصيف الأساسي
 - 4.4.12. نمط البنطلون الأساسي
 - 5.4.12. الأكمام
 - 6.4.12. العنق
 - 7.4.12. التفاصيل
- 5.12. تحويل الأماط وتطويرها وقياسها
 - 1.5.12. تحولات النمط
 - 2.5.12. تطوير النمط
 - 3.5.12. أماط الحجم والحجم الطبيعي
- 6.12. مقدمة في القص والخياطة
 - 1.6.12. مقدمة في الخياطة
 - 2.6.12. أدوات ومواد الخياطة
 - 3.6.12. القص
 - 4.6.12. الخياطة اليدوية
 - 5.6.12. الخياطة بآلة مسطحة
 - 6.6.12. أنواع مكائن الخياطة
- 7.12. تحديد المنسوجات
 - 1.7.12. أنسجة مسطحة
 - 2.7.12. أنسجة معقدة
 - 3.7.12. أنسجة تقنية
 - 4.7.12. أنسجة تريكو
 - 5.7.12. المواد

- 3.13. لغة التصوير
- 1.3.13. أنواع المجسمات
- 2.3.13. العناصر الرسمية والتكوينية والتفسيرية للصورة الفوتوغرافية
- 3.3.13. تأطير
- 4.3.13. تمثيل الوقت والحركة في التصوير الفوتوغرافي
- 5.3.13. علاقة التصوير بالواقع والحقيقة
- 4.13. كاميرا التصوير الفوتوغرافي
- 1.4.13. الكاميرات التناظرية والرقمية
- 2.4.13. الكاميرات البسيطة
- 3.4.13. كاميرات *réflex*
- 4.4.13. تقنيات التصوير الأساسية
- 5.4.13. العرض ومقاييس العرض
- 6.4.13. الكاميرا *réflex* الرقمية. المستشعر
- 7.4.13. التعامل مع الكاميرا الرقمية مقابل التناظرية
- 8.4.13. جوانب محددة ذات أهمية
- 9.4.13. طرق العمل بالكاميرا الرقمية
- 5.13. الصورة الرقمية
- 1.5.13. تنسيقات الملفات
- 2.5.13. توازن اللون الأبيض
- 3.5.13. الحرارة اللونية
- 4.5.13. الرسم البياني. العرض في التصوير الرقمي
- 5.5.13. النطاق الديناميكي
- 6.13. السلوك الضوئي
- 1.6.13. الفوتون / الجسم الضوئي
- 2.6.13. الانعكاس والامتصاص
- 3.6.13. كمية ونوعية الضوء
- 1.3.6.13. ضوء قوي وضوء خافت
- 2.3.6.13. ضوء مباشر ومنتشر
- 7.13. التعبيرية وجماليات الإضاءة
- 1.7.13. الظلال والمعدلات والعمق
- 2.7.13. زوايا الإضاءة
- 3.7.13. مخططات الإضاءة
- 4.7.13. قياس الضوء
- 1.4.7.13. مقياس الضوء
- 2.4.7.13. ضوء ساقط
- 3.4.7.13. الضوء المنعكس
- 4.4.7.13. القياس على عدة نقاط
- 5.4.7.13. التباين
- 6.4.7.13. رمادي متوسط
- 5.7.13. الإضاءة الطبيعية
- 1.5.7.13. ناشرات
- 2.5.7.13. عاكسات
- 6.7.13. إضاءة صناعية
- 1.6.7.13. أستوديو التصوير الفوتوغرافي
- 2.6.7.13. مصادر الإضاءة
- 3.6.7.13. ضوء بارد
- 4.6.7.13. ومضات الاستوديو وفلاش مضغوط
- 5.6.7.13. اكسسوارات
- 8.13. برنامج التحرير
- 1.8.13. *Adobe Lightroom*
- 2.8.13. *Adobe Photoshop*
- 3.8.13. *Plugins*
- 9.13. تحرير الصور وتطويرها
- 1.9.13. تحرير في كاميرا RAW
- 2.9.13. الضوضاء والتركيز
- 3.9.13. تعديلات التعرض والتباين والتشبع. المستويات والمنحنيات
- 10.13. المراجع والتطبيقات
- 1.10.13. أهم المصورين في التاريخ
- 2.10.13. التصوير في التصميم الداخلي
- 3.10.13. التصوير الفوتوغرافي في تصميم المنتج
- 4.10.13. التصوير الفوتوغرافي في تصميم الأزياء
- 5.10.13. التصوير الفوتوغرافي في التصميم الجرافيكي

الوحدة 14. رسم الأزياء

- 1.14. تاريخ الرسم التوضيحي
 - 1.1.14. تاريخ الرسم التوضيحي
 - 2.1.14. علم الأنواع
 - 3.1.14. الرسالة
 - 4.1.14. الرسامين
- 2.14. المواد والدعامات في الرسم التوضيحي
 - 1.2.14. المواد
 - 2.2.14. الدعام
 - 3.2.14. التقنيات الحديثة
- 3.14. التشريح الفني
 - 1.3.14. مقدمة في التشريح الفني
 - 2.3.14. الرأس والرقبة
 - 3.3.14. الجذع
 - 4.3.14. الطرف العلوي
 - 5.3.14. الطرف السفلي
 - 6.3.14. الحركة
- 4.14. نسب الجسد البشري
 - 1.4.14. الأنثروبومترية
 - 2.4.14. النسبة
 - 3.4.14. المعايير
 - 4.4.14. علم التشكل أو المورفولوجيا
 - 5.4.14. النسبة
- 5.14. التكوين الأساسي
 - 1.5.14. الأمامي
 - 2.5.14. الظهر
 - 3.5.14. الوجه
 - 4.5.14. التقصير
 - 5.5.14. حركة
- 6.14. وجه الإنسان
 - 1.6.14. الرأس
 - 2.6.14. العيون
 - 3.6.14. الأنف
 - 4.6.14. الفم
 - 5.6.14. الحواجب
 - 6.6.14. الأذنين
 - 7.6.14. الشعر
- 7.14. الشكل البشري
 - 1.7.14. توازن الجسد
 - 2.7.14. الذراع
 - 3.7.14. اليد
 - 4.7.14. القدم
 - 5.7.14. الفخذ
 - 6.7.14. الجزء العلوي
 - 7.7.14. الشكل البشري
- 8.14. تقنيات عرض الأزياء
 - 1.8.14. تقنية تقليدية
 - 2.8.14. تقنية رقمية
 - 3.8.14. تقنية مختلطة
 - 4.8.14. تقنية الكولاج
- 9.14. عرض المواد
 - 1.9.14. Tweed
 - 2.9.14. جلد
 - 3.9.14. صوف
 - 4.9.14. التتر
 - 5.9.14. الشفافية
 - 6.9.14. الحرير
 - 7.9.14. الدينيم
 - 8.9.14. جلد
 - 9.9.14. فرو حيواني
 - 10.9.14. مواد أخرى

- 4.15. منسوجات مخرمة
 - 1.4.15. أقمشة مخرمة
 - 2.4.15. الرباط المتعرج
 - 3.4.15. الأربطة في الأقمشة المنسوجة
 - 4.4.15. تصنيف الأربطة
 - 5.4.15. أنواع الأربطة
 - 6.4.15. أنواع أقمشة مخرمة
 - 7.4.15. نول التخريم
 - 8.4.15. نول خاص
- 5.15. تريكو
 - 1.5.15. تاريخ التريكو
 - 2.5.15. التصنيف
 - 3.5.15. علم الأنواع
 - 4.5.15. مقارنة بين القماش المسطح والمحبوك
 - 5.5.15. الخصائص والسلوك حسب بنائه
 - 6.5.15. التكنولوجيا والآلات للحصول عليها
- 6.15. التشطيبات النسيجية
 - 1.6.15. التشطيبات المادية
 - 2.6.15. التشطيبات الكيميائية
 - 3.6.15. مقاومة الأنسجة
 - 4.6.15. ال تقشير
 - 5.6.15. تغيير أبعاد الأنسجة
- 7.15. الأصباغ
 - 1.7.15. معالجات مسبقة
 - 2.7.15. الأصباغ
 - 3.7.15. الآلات
 - 4.7.15. لوازم
 - 5.7.15. التبييض البصري
 - 6.7.15. اللون

- 10.14. البحث عن النمط الشخصي
 - 1.10.14. شخصية الموضة
 - 2.10.14. أسلوب
 - 3.10.14. وضعيات الموضة
 - 4.10.14. تسريحات الشعر
 - 5.10.14. التصميم

الوحدة 15. تكنولوجيا المنسوجات

- 1.15. مقدمة في النسيج
 - 1.1.15. تاريخ المنسوجات
 - 2.1.15. المنسوجات بمرور الوقت
 - 3.1.15. آلات النسيج التقليدية
 - 4.1.15. آلات النسيج التقليدية
 - 5.1.15. الرموز المستخدمة في مواد النسيج
 - 6.1.15. ورقة البيانات للنسيج
- 2.15. مواد نسيجية
 - 1.2.15. تصنيف ألياف النسيج
 - 1.1.2.15. ألياف طبيعية
 - 2.1.2.15. ألياف صناعية
 - 3.1.2.15. ألياف تركيبية
 - 2.2.15. خصائص الألياف
 - 3.2.15. التعرف على ألياف النسيج
- 3.15. الخيوط
 - 1.3.15. الأربطة الأساسية
 - 2.3.15. الخصائص العامة للخيوط
 - 3.3.15. تصنيف الخيوط
 - 4.3.15. مراحل الغزل
 - 5.3.15. الآلات المستخدمة
 - 6.3.15. أنظمة ترقيم الخيوط

- 2.16. إعداد الوثيقة
 - 1.2.16. تحضير وثيقة الرسم الفني
 - 2.2.16. المجسم التشريحي الأساسي
 - 3.2.16. اللون والملمس والأتماط
 - 3.16. الملابس السفلية
 - 1.3.16. التنانير
 - 2.3.16. السراويل
 - 3.3.16. الجوارب
 - 4.16. الملابس العلوية
 - 1.4.16. القمصان
 - 2.4.16. الكنزات
 - 3.4.16. الصدري
 - 4.4.16. جاكيتات
 - 5.4.16. معاطف
 - 5.16. ملابس داخلية
 - 1.5.16. حمالة الصدر
 - 2.5.16. سراويل داخلية
 - 3.5.16. ملابس داخلية
 - 6.16. تفاصيل النموذج
 - 1.6.16. خطوط العنق
 - 2.6.16. العنق
 - 3.6.16. الأكمام
 - 4.6.16. القبضة
 - 5.6.16. الجيوب
 - 7.16. تفاصيل التصميم
 - 1.7.16. تفاصيل البناء
 - 2.7.16. تفاصيل التصميم الزخرفي
 - 3.7.16. الطيات
 - 4.7.16. الخياطات
 - 5.7.16. القطب
 - 6.7.16. أنبوبي

- 8.15. الطباعة
 - 1.8.15. الطباعة المباشرة
 - 1.1.8.15. الطباعة حسب الأقسام
 - 2.1.8.15. الطباعة بواسطة البكرة
 - 3.1.8.15. الطباعة الحرارية
 - 4.1.8.15. الطباعة بواسطة الشاشة
 - 5.1.8.15. طباعة السدى
 - 6.1.8.15. الطباعة المتناكلة
 - 2.8.15. الطباعة بالحجز
 - 1.2.8.15. باتيك
 - 2.2.8.15. الصباغة المربوطة
 - 3.8.15. أنواع أخرى للطباعة
 - 1.3.8.15. الطباعة التمييزية
 - 2.3.8.15. كهروستاتيكا متعددة الألوان
 - 9.15. أقمشة تقنية وذكية
 - 1.9.15. التعريف والتحليل
 - 2.9.15. تطبيقات النسيج
 - 3.9.15. مواد جديدة وتكنولوجية
 - 10.15. الجلد و مواد أخرى
 - 1.10.15. الجلد الطبيعي والصناعي
 - 2.10.15. تصنيف الجلود
 - 3.10.15. إجراء الدباغة
 - 4.10.15. علاج ما بعد الدباغة
 - 5.10.15. العملية التكنولوجية للدباغة
 - 6.10.15. طرق الحفظ
 - 7.10.15. الجلود الاصطناعية
 - 8.10.15. نقاش: جلد طبيعي أو جلد صناعي

الوحدة 16. نظم التمثيل المطبقة على الموضة

- 1.16. مقدمة في الرسم الفني في الموضة
 - 1.1.16. كيف ومتى يتم استخدام الرسومات الفنية؟
 - 2.1.16. كيف تصنع رسم تقني للموضة؟
 - 3.1.16. الرسم انطلاقاً من قطعة مادية
 - 4.1.16. قواعد فني الأزياء

- 2.17. الإجراءات الإبداعية المطبقة على تصميم الأزياء
 - 1.2.17. دفتر الميدان
 - 2.2.17. ال moodboard
 - 3.2.17. البحث الجرافيكي
 - 4.2.17. تقنيات إبداعية
- 3.17. المراجع
 - 1.3.17. أزياء تجارية
 - 2.3.17. أزياء إبداعية
 - 3.3.17. أزياء المسرح
 - 4.3.17. أزياء الشركات
- 4.17. مفهوم المجموعة
 - 1.4.17. وظائف الملابس
 - 2.4.17. الثوب كرسالة
 - 3.4.17. مفاهيم مريحة
- 5.17. الرموز الأسلوبية
 - 1.5.17. رموز أسلوبية دائمة
 - 2.5.17. رموز أسلوبية ثابتة
 - 3.5.17. البحث عن الطابع الشخصي
- 6.17. تطور المجموعة
 - 1.6.17. الإطار النظري
 - 2.6.17. السياق
 - 3.6.17. البحث
 - 4.6.17. المراجع
 - 5.6.17. الخلاصة
 - 6.6.17. تمثيل المجموعة
- 7.17. دراسة فنية
 - 1.7.17. مخطط النسيج
 - 2.7.17. مخطط لوني
 - 3.7.17. الصقيل
 - 4.7.17. ورقة البيانات
 - 5.7.17. النموذج
 - 6.7.17. الشاقول

- 8.16. السحاب والزر كشة
 - 1.8.16. السحابات
 - 2.8.16. أزرار
 - 3.8.16. كروشيه
 - 4.8.16. شرائط
 - 5.8.16. عقد
 - 6.8.16. عروات
 - 7.8.16. شريط فيلكرو
 - 8.8.16. الثقوب
 - 9.8.16. ربطات
 - 10.8.16. المسامير
 - 11.8.16. البراشيم
 - 12.8.16. خواتم
 - 13.8.16. بكالات
- 9.16. اكسسوارات
 - 1.9.16. حقائب اليد
 - 2.9.16. نظارات
 - 3.9.16. الأحذية
 - 4.9.16. الجواهر
 - 10.16. ورقة البيانات
 - 1.10.16. تصدير الرسم الفني
 - 2.10.16. معلومات ورقة البيانات
 - 3.10.16. نماذج وأنواع ورقة البيانات
 - 4.10.16. إعداد الورقة الفنية

الوحدة 17. تصميم الأزياء

- 1.17. منهجية تصميم الأزياء
 - 1.1.17. مفهوم مشروع الموضة
 - 2.1.17. منهجية التصميم المطبقة على الموضة
 - 3.1.17. طرق البحث في تصميم الأزياء
 - 4.1.17. ال إحاطة أو التصميم
 - 5.1.17. توثيق
 - 6.1.17. تحليل الموضة الحالية
 - 7.1.17. إضفاء الطابع الرسمي على الأفكار

- 4.18. التقادم المخطط له
 - 1.4.18. التقادم المخطط له ونفايات الأجهزة الكهربائية والإلكترونية
 - 2.4.18. استخراج الموارد
 - 3.4.18. جيل النفايات
 - 4.4.18. إعادة تدوير وإعادة استخدام المخلفات الإلكترونية
 - 5.4.18. استهلاك مسؤول
- 5.18. التصميم المستدام
 - 1.5.18. تصميم الملابس
 - 2.5.18. التصميم المتعاطف
 - 3.5.18. اختيار الأقمشة والمواد والتقنيات
 - 4.5.18. استخدام المواد الأحادية
- 6.18. الإنتاج المستدام
 - 1.6.18. صنع الأقمشة والنمذجة
 - 2.6.18. تقنيات النفايات من الصفر
 - 3.6.18. البناء
 - 4.6.18. تصميم للديمومة
- 7.18. التوزيع المستدام
 - 1.7.18. الموردن والمبتحن
 - 2.7.18. الالتزام تجاه المجتمعات المحلية
 - 3.7.18. الببع
 - 4.7.18. تصميم حسب الحاجة
 - 5.7.18. تصميم أزياء شامل
- 8.18. الاستخدام المستدام للملابس
 - 1.8.18. أتماط الاستخدام
 - 2.8.18. كيف تقلل من الغسيل؟
 - 3.8.18. الإصلاحات والصيانة
 - 4.8.18. تصمم للإصلاحات
 - 5.8.18. تصميم الملابس الجاهزة
- 9.18. إعادة التدوير
 - 1.9.18. إعادة الاستخدام وإعادة التصنع
 - 2.9.18. إعادة التقييم
 - 3.9.18. إعادة تدوير المواد
 - 4.9.18. إنتاج الحلقة المغلقة

- 8.17. مشاريع متعددة التخصصات
 - 1.8.17. الرسم
 - 2.8.17. الرعاية
 - 3.8.17. التماس
- 9.17. إنتاج مجموعة
 - 1.9.17. من الرسم التخطيطي إلى الرسم الفني
 - 2.9.17. ورش حرفية
 - 3.9.17. التقنيات الحديثة
- 10.17. استراتيجيات التواصل والعرض
 - 1.10.17. تصوير الأزياء: lookbook, دار النشر والحملة
 - 2.10.17. محفظة الملفات
 - 3.10.17. المنصة
 - 4.10.17. طرق أخرى لعرض المجموعة

الوحدة 18. الاستدامة في الموضة

- 1.18. أعد التفكير في تصميم الأزياء
 - 1.1.18. سلسلة الإمداد
 - 2.1.18. الجوانب الرئيسية
 - 3.1.18. تطوير الأزياء المستدامة
 - 4.1.18. مستقبل الموضة
- 2.18. دورة حياة الثوب
 - 1.2.18. التفكير في دورة الحياة
 - 2.2.18. الأنشطة والأثر
 - 3.2.18. أدوات ونماذج التقييم
- 4.2.18. استراتيجيات التصميم المستدام
 - 3.18. لوائح الجودة والسلامة في قطاع النسيج
 - 1.3.18. الجودة
 - 2.3.18. وضع الاتيكيتات
 - 3.3.18. أمن الملابس
 - 4.3.18. تفتيش الاستهلاك

4.19. كبار أساتذة الموضة

1.4.19. Charles Frederick Worth

2.4.19. Jacques Doucet

3.4.19. Paul Poiret

4.4.19. Cristóbal Balenciaga

5.4.19. Christian Dior

6.4.19. Karl Lagerfeld

7.4.19. Alexander McQueen

5.19. Haute Couture

1.5.19. تاريخ Haute Couture

2.5.19. اتحاد الأزياء الراقية

3.5.19. أعضاء الاتحاد

4.5.19. من Haute Couture إلى Prêt-à-porter

6.19. الحرف اليدوية

1.6.19. الأقمشة كفن

2.6.19. الحرف التي تكمل اللباس

3.6.19. الفنانون والحرفيون المرتبطون بالموضة

7.19. Fast-Fashion

1.7.19. تاريخ وأصل fast-fashion

2.7.19. نموذج عمل fast-fashion

3.7.19. مساهمات fast-fashion في العالم

8.19. الدعاية والتصوير الفوتوغرافي للموضة

1.8.19. النماذج والقوالب النمطية

2.8.19. صورة الموضة

3.8.19. التواصل المرئي للأزياء

4.8.19. مصوري الأزياء الرائعين

9.19. تأثير الموضة

1.9.19. صناعة النسيج

2.9.19. علاقة الفن والموضة

3.9.19. الموضة والمجتمع

10.18. مصمبات الأزياء المستدامة

1.10.18. Katharine Hamnett

2.10.18. Stella McCartney

3.10.18. Annika Matilda Wendelboe

4.10.18. Susan Dimasi

5.10.18. Isabell de Hillerin

الوحدة 19. تاريخ الموضة

1.19. من الملابس إلى الموضة

1.1.19. السياق الجديد والتغيير الاجتماعي

2.1.19. تحرر المرأ

3.1.19. مفهوم مصمم أزياء جديد

4.1.19. بدايات القرن العشرين

2.19. الزي المعاصر

1.2.19. الزي المعاصر

2.2.19. بروز المصممين الأمريكيين

3.2.19. المشهد اللندني

4.2.19. نيويورك في السبعينيات

5.2.19. أزياء الثمانينيات

6.2.19. مجموعات فاخرة متعددة العلامات التجارية

7.2.19. أزياء وظيفية

8.2.19. Activewear

9.2.19. الموضة والفن وثقافة البوب

10.2.19. المشاهير

11.2.19. التصوير والانترنت

3.19. كبار أساتذة الموضة

1.3.19. Jeanne Lanvin

2.3.19. Jeanne Paquin

3.3.19. Emilie Flöge

4.3.19. Madeleine Vionnet

5.3.19. Gabrielle Chanel

6.3.19. Elsa Schiaparelli

7.3.19. Carolina Herrera

10.19. نقد النظرية والموضة

1.10.19. المصممين الحاليين وتأثيرهم

2.10.19. الاتجاهات الحالية

3.10.19. التقليل من شأن الموضة

الوحدة 20. تصميم الأزياء الشامل

1.20. أسواق الموضة

1.1.20. الموضة النسائية

2.1.20. أسواق الموضة

3.1.20. أسواق متخصصة

2.20. المواسم

1.2.20. المواسم

2.2.20. دورة الموضة

3.2.20. اتجاهات الموضة

4.2.20. تحليل الاتجاه

5.2.20. تطوير المشروع

3.20. البحث الإبداعي

1.3.20. الإلهام

2.3.20. الدفتر الميداني

3.3.20. المواد

4.3.20. ال Moodboard

4.20. التطوير والتقنيات

1.4.20. استراتيجيات التنمية

2.4.20. عناصر التصميم

3.4.20. تقنيات البناء

4.4.20. تقنيات التطوير

5.4.20. حجة المجموعة

5.20. تصميم الأزياء

1.5.20. كيف هو تصميم الأزياء؟

2.5.20. التفصيل

3.5.20. صناعة الأزياء

4.5.20. مجموعة الأزياء

5.5.20. قص وتفصيل وتشطيبات

6.20. اكسسوارات الموضة

1.6.20. تعريف الإكسسوار

2.6.20. الإكسسوارات الأكثر استخداماً في المجموعات

3.6.20. الصناعة والاكسسوار

7.20. كيف تقدم المشروع؟

1.7.20. العرض في الموضة

2.7.20. عرض مجموعة

3.7.20. نموذج الموضة

8.20. أين ومتى يتم تقديم المشروع؟

1.8.20. تقويم الموضة

2.8.20. صحافة الموضة

3.8.20. افتتاحيات في الموضة

4.8.20. المعارض والفعاليات

9.20. استراتيجيات الاتصال بالمشروع

1.9.20. الخطوط الثانية

2.9.20. توسيع المجموعة

3.9.20. التطبيق العملي

10.20. التصميم والشركة

1.10.20. زيادة الأعمال في مجال الموضة

2.10.20. ال branding

3.10.20. التسويق كترويج

4.10.20. حقوق الناشر

الوحدة 21. تاريخ الملابس

1.21. عصور ما قبل التاريخ

1.1.21. مقدمة

2.1.21. حضارات ما قبل التاريخ

3.1.21. تجارة عصور ما قبل التاريخ

4.1.21. زي عصور ما قبل التاريخ

5.1.21. الجلود والفراء

6.1.21. الأقمشة والتقنيات

7.1.21. التناسق الزمني وأوجه التشابه في زي ما قبل التاريخ

- 2.21. العصر القديم: مصر وبلاد ما بين النهرين
- 1.2.21. مصر
- 2.2.21. الآشوريون
- 3.2.21. الفرس
- 3.21. العصر القديم: اليونان الكلاسيكية
- 1.3.21. زي الكريتان
- 2.3.21. الأقمشة المستخدمة في اليونان القديمة
- 3.3.21. ملابس اليونان القديمة
- 4.3.21. الملابس الداخلية اليونانية القديمة
- 5.3.21. الأحذية اليونانية القديمة
- 6.3.21. القبعات وأغطية الرأس في اليونان القديمة
- 7.3.21. ألوان وزخارف اليونان القديمة
- 8.3.21. الإكسسوارات اليونانية القديمة
- 4.21. العصر القديم: الإمبراطورية الرومانية
- 1.4.21. أقمشة روما القديمة
- 2.4.21. ملابس روما القديمة
- 3.4.21. الملابس الداخلية الرومانية القديمة
- 4.4.21. الأحذية في روما القديمة
- 5.4.21. القبعات وأغطية الرأس في روما القديمة
- 6.4.21. علاقة الطبقة الاجتماعية والملابس في روما القديمة
- 7.4.21. النمط البيزنطي
- 5.21. العصور الوسطى المرتفعة وأواخر العصور الوسطى
- 1.5.21. السمات التاريخية العامة لفترة العصور الوسطى
- 2.5.21. الزي في العصور الوسطى المبكرة
- 3.5.21. الزي في فترة كارولينجيان
- 4.5.21. اللباس في العصر الروماني
- 5.5.21. الزي القوطي
- 6.21. العصر الحديث: عصر النهضة والباروك والروكوكو
- 1.6.21. القرن الخامس عشر والسادس عشر: عصر النهضة
- 2.6.21. القرن السابع عشر: الباروك
- 3.6.21. القرن الثامن عشر: روكوكو
- 7.21. العصر المعاصر: الكلاسيكية الجديدة والرومانسية
- 1.7.21. صناعة الملابس
- 2.7.21. Charles Fréderick Worth
- 3.7.21. Jacquet Doucet
- 4.7.21. الملابس النسائية
- 5.7.21. Josefina Bonaparte: النمط الإمبراطوري
- 8.21. العصر المعاصر: العصر الفيكتوري و la Belle Époque
- 1.8.21. الملكة فيكتوريا
- 2.8.21. الملابس الرجالية
- 3.8.21. Dandy
- 4.8.21. Paul Poiret
- 5.8.21. Madeleine Vionnet
- 9.21. العصر المعاصر: من الملابس إلى الموضة
- 1.9.21. السياق الجديد والتغيير الاجتماعي
- 2.9.21. مصممي الأزياء
- 3.9.21. Coco Chanel
- 4.9.21. ال New look
- 10.21. العصر المعاصر: قرن المصممين والموضة
- 1.10.21. الزي المعاصر
- 2.10.21. بروز المصممين الأمريكيين
- 3.10.21. المشهد اللندني
- الوحدة 22. النمط الذكوري**
- 1.22. تطور الموضة الذكورية
- 1.1.22. السياق الاجتماعي والتاريخي لأزياء الرجال
- 2.1.22. التخلي عن الزخرفة واستعادة الحق في الموضة
- 3.1.22. تاريخ الخياطة
- 2.22. الملابس الرجالية
- 1.2.22. أنواع الملابس والاختلافات
- 2.2.22. الإكسسوارات الذكورية
- 3.2.22. تحليل العلامة التجارية والتواصل
- 4.2.22. الاتجاهات الحالية

- 3.22. دراسة مورفولوجيا الذكور
- 1.3.22. تطور الجسد الذكري
- 2.3.22. دراسة جسم الذكر
- 3.3.22. تصنيف الجسم الذكوري
- 4.22. نمط القميص
- 1.4.22. القياسات
- 2.4.22. تخطيط
- 3.4.22. الاختلافات
- 5.22. نمط السراويل
- 1.5.22. القياسات
- 2.5.22. تخطيط
- 3.5.22. الاختلافات
- 6.22. تصميم سترة
- 1.6.22. القياسات
- 2.6.22. تخطيط
- 3.6.22. الاختلافات
- 7.22. تصميمات طية صدر السترة
- 1.7.22. القياسات
- 2.7.22. تخطيط
- 3.7.22. الاختلافات
- 8.22. نمط السترة
- 1.8.22. القياسات
- 2.8.22. تخطيط
- 3.8.22. الاختلافات
- 9.22. المعطف الرجالي
- 1.9.22. القياسات
- 2.9.22. تخطيط
- 3.9.22. الاختلافات
- 10.22. الخياطة التقليدية للبدلة
- 1.10.22. المواد
- 2.10.22. مبطن
- 3.10.22. التركيب
- 4.10.22. الخياطة



إنها تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز
تطورك المهني"

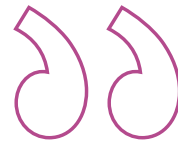


المنهجية

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 يربي 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”

كانت طريقة الحالة هي نظام التعلم الأكثر استخداماً من قبل أفضل الكليات في العالم. 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.



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 الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

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

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

في TECH ستتعلم منهجية 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.

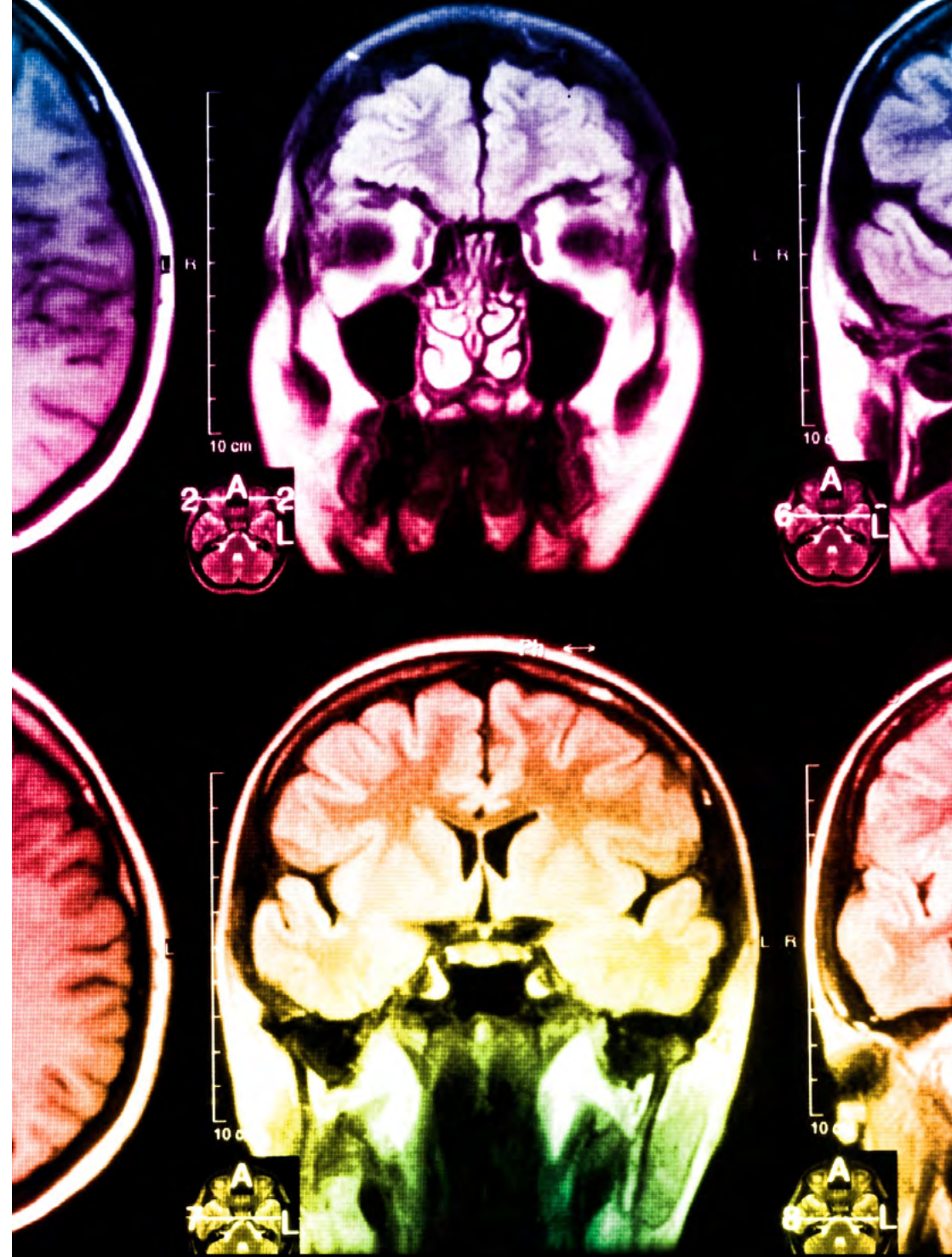


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ما تعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، 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 الحُصين بالمخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

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



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية



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

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

المحاضرات الرئيسية



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

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

التدريب العملي على المهارات 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.

30%

10%

8%



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.



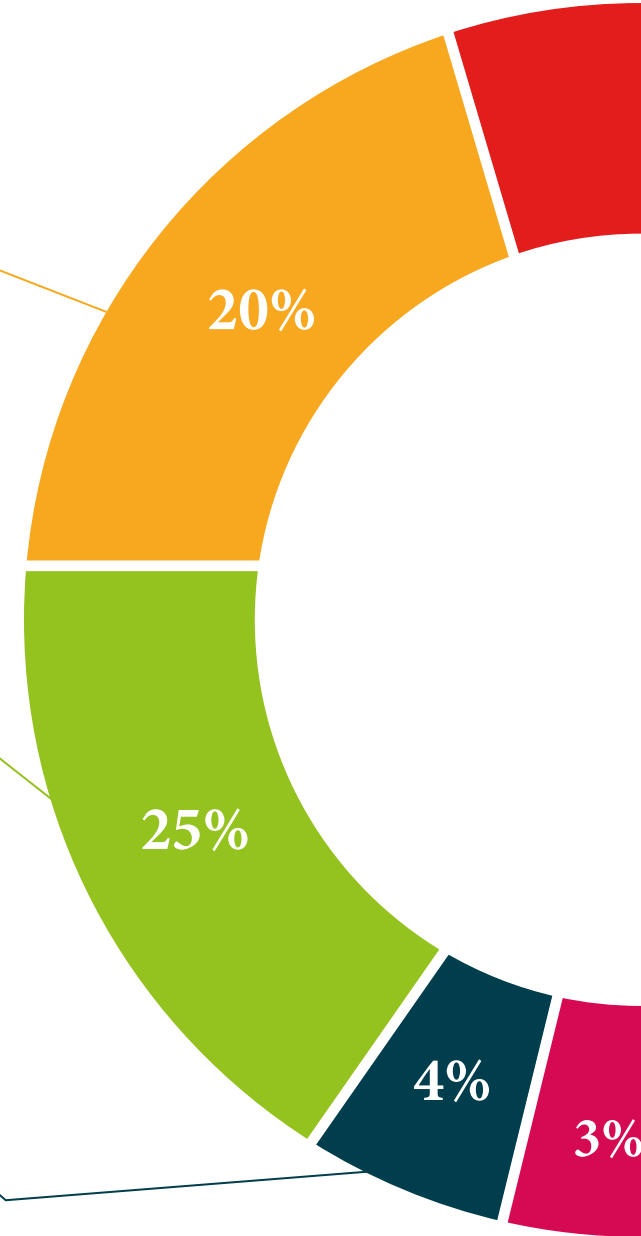
ملخصات تفاعلية

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 كفاءة تحقيق أهدافه.



المؤهل العلمي

يضمن الماجستير المتقدم في تصميم الأزياء الشامل، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وتحديثاً، الحصول على شهادة اجتياز الماجستير المتقدم الصادر عن
الجامعة التكنولوجية. TECH



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



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

يحتوي الماجستير المتقدم في تصميم الأزياء الشامل على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً و حداثةً في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي * مع إيصال استلام مؤهل الماجستير المتقدم ذا الصلة الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

المؤهل العلمي: ماجستير متقدم في تصميم الأزياء الشامل

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 3000 ساعة

ماجستير متقدم في تصميم الأزياء الشامل			
التوزيع العام للخطة الدراسية			
الطريقة	عدد الساعات	الدورة	المادة
إجمالي	150	2*	صنع الأقماع والملابس
إجمالي	150	2*	التصوير
إجمالي	150	2*	رسم الأزياء
إجمالي	150	2*	تكنولوجيا المنسوجات
إجمالي	150	2*	نظم التشغيل للمنطقة على الحوثة
إجمالي	150	2*	تصميم الأزياء
إجمالي	150	2*	الاستدامة في الحوثة
إجمالي	75	2*	تاريخ الحوثة
إجمالي	75	2*	تصميم الأزياء الشامل
إجمالي	75	2*	تاريخ الألبس
إجمالي	75	2*	النمط الأثوري
الطريقة	عدد الساعات	الدورة	المادة
إجمالي	150	2*	تصميم هيكل وشامل عصري
إجمالي	150	2*	منهج التسعير
إجمالي	150	2*	تصميم المجوهرات والاكسسوارات
إجمالي	150	2*	ثياب الملابس الخاصة
إجمالي	150	2*	برنامج CLO Virtual Fashion Design
إجمالي	150	2*	التعاملات التصنيع والحوثة
إجمالي	150	2*	ال هوية المرئية = branding + UX
إجمالي	150	2*	تسويق المجموعة
إجمالي	150	2*	إدارة المشتريات للأزياء
إجمالي	150	2*	ورشة عمل زيادة الأعمال والتوجيه الإبداعي
إجمالي	150	2*	أساسيات وعقدية للتصميم

tech الجامعة التكنولوجية		Tere Guevara Navarro / د. أ. رئيس الجامعة	
----------------------------	--	---	--

tech الجامعة التكنولوجية		Tere Guevara Navarro / د. أ. رئيس الجامعة	
فتح هذا الدبلوم			
المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم لاجتيازه/اجتيازها بنجاح والحصول على برنامج			
ماجستير متقدم في تصميم الأزياء الشامل			
وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 3.000 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/ساعة			
تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018 في تاريخ 17 يونيو 2020			

المستقبل

الأشخاص

الثقة الصحة

التعليم

المعلومات

الأوصياء الأكاديميون

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

المجتمع

التقنية

الالتزام

التعلم

tech الجامعة
التكنولوجية

الرعاية

الحاضر

الجودة

الابتكار

ماجستير متقدم

تصميم الأزياء الشامل

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: سنتين

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

المعرفة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

ماجستير متقدم
تصميم الأزياء الشامل