

ماجستير نصف حضوري تصميم المنتج



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير نصف حضوري تصميم المنتج

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH global university
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/design/hybrid-professional-master-degree/hybrid-professional-master-degree-product-design

الفهرس

04	الكفاءات	صفحة 18
03	الأهداف	صفحة 12
02	لماذا تدرس برنامج الماجستير النصف حضوري هذا؟	صفحة 8
01	المقدمة	صفحة 4
07	أين يمكنني القيام بالممارسات؟	صفحة 40
06	الممارسة	صفحة 34
05	الهيكل والمحتوى	صفحة 22
09	المؤهل العلمي	صفحة 52
08	المنهجية	صفحة 44

المقدمة

أدى تطور المبيعات عبر الإنترنت إلى زيادة أهمية التصميم الجيد للمنتج. يوجد اليوم سوق مادي ورقمي يتسم بالمنافسة بين الشركات التي تبيع الأشياء. في هذا المجال، فإن أولئك الذين يهتمون بصورتهم ويكيفون مظهرهم حسب طلب الصناعة، بصرف النظر عن تقديم الجودة وسهولة الاستخدام، هم من يصنعون الفارق. لهذا السبب أصبح مصمم المنتج مهنة ذات قيمة. كل ما يحتاج الخريج إلى معرفته عنه سيتم العثور عليه في برنامج كامل للغاية حيث يتم تجميع أحدث المحتوى النظري معًا. بالإضافة إلى ذلك، يتم دعمه من خلال إقامة عملية رفيعة المستوى في شركة ذات مكانة دولية حيث سيتعامل الطالب مع أفضل المتخصصين في تصميم المنتج.



إذا كان ما تبحث عنه هو مؤهل علمي يوفر لك أفضل محتوى نظري وضمان إكمال الإقامة العملية في شركة رائدة في قطاع التصميم والتسويق، فلديك أفضل فرصة"



تحتوي ماجستير النصف حضوري في تصميم المنتج على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائثه في السوق. أبرز خصائصها هي:

- تطوير أكثر من 100 حالة عملية مقدمة من محترفي التصميم وأساتذة الجامعات ذوي الخبرة الواسعة في الصناعة الإبداعية
- تجمع محتوياتها الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي تم تصميمها بها معلومات علمية وشاملة عن تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- استخدام الأدوات الأكثر تطوراً في هذا القطاع، مع التركيز بشكل خاص على إتقان الاستراتيجيات الأكثر حداثة والتقنيات الأكثر نجاحاً
- تحليل ومناقشة الأمثلة الحقيقية من الممارسات اليومية لفهم المواد الجديدة الممكنة لتصميم المنتج
- تقييم عمليات التفكير والإبداع والتجريب في تصميم المنتج ومعرفة كيفية تطبيقها على المشاريع المختلفة
- أدلة عملية لتطوير رؤية عالمية لتصميم الحاويات والتغليف والملصقات، وفهمها كنشاط يجب أن تؤخذ فيه العديد من العوامل في الاعتبار، بدءاً من المنتج المصاحب له وحتى سياقه المادي والاجتماعي والاقتصادي
- 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
- بالإضافة إلى ذلك، يمكنك إجراء تدريب داخلي في شركة مرجعية
- في اقتراح الماجستير هذا ذو الطبيعة المهنية والطريقة المختلطة، يهدف البرنامج إلى تحديث محترفي التصميم الذين يحتاجون إلى مستوى عالٍ من التأهيل. تعتمد المحتويات على أحدث الأدلة من القطاع، وموجهة بطريقة تعليمية لدمج المعرفة النظرية في الممارسة الإبداعية، وستسهل العناصر النظرية العملية تحديث المعرفة وتسمح باتخاذ القرار في الإنشاء والإدارة والمشاركة وإدارة المشاريع
- بفضل محتوى الوسائط المتعددة الذي تم إعداده باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، سيسمحون لمحترفي التصميم بالحصول على تعلم موقعي وسياقي، أي بيئة محاكاة توفر تعليماً غامراً مبرمجاً للتدريب في مواقف حقيقية. يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب أن تحاول من خلاله حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ من خلاله. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين

لقد أظهر تاريخ التسويق أنه في العديد من المناسبات، ان الحصول على منتج عالي الجودة يلبي التوقعات التي تم إنشاؤه من أجلها لا يكفي إذا لم يتم الاهتمام بتصميمه. واضطرت الشركات الكبرى متعددة الجنسيات مثل LG أو Apple أو Coca Cola أو McDonald's إلى سحب منتجاتها من السوق بسبب رفض السكان للرسالة التي أطلقتها أو بسبب الفشل الذريع في إطلاقها. الاهتمام بالعلامة التجارية، المرتبطة باستراتيجية تسويقية جيدة وتصميم مثالي يعتمد على الاتجاهات الحالية في المجتمع، أمر ضروري إذا كان ما تبحث عنه هو النجاح.

علوة على ذلك، فإن تطور التجارة عبر الإنترنت، حيث يستطيع العميل رؤية صورة فقط، قد شجع أيضاً على الحاجة إلى الاهتمام بها، وتقدير الإبداع والذوق فوق سهولة الاستخدام نفسها. يجب على أي محترف يرغب في تكريس نفسه بنجاح لهذا القطاع أن يدرك ذلك ويدرك أنه من الضروري أن يكون مستعداً ويعرف خصوصيات وعموميات الصناعة بالتفصيل. لهذا السبب قررت TECH إطلاق الماجستير النصف حضوري الكامل في تصميم المنتج، وهو برنامج متعدد التخصصات سيوفر لك معرفة واسعة وشاملة حول الأحداث الجارية في المنطقة.

هذا تدريب تم تطويره على مدى 12 شهرًا حيث سيتمكن الخريج في البداية من الوصول إلى 1500 ساعة من أفضل المحتوى النظري والإضافي 100% عبر الإنترنت. في هذا القسم، ستعمل على أساسيات التصميم والإبداع والتكنولوجيا الرقمية والتسويق وتفاصيل صورة الشركة وتصميمها للتصنيع والاستدامة وأفضل المواد لكل مشروع.

بمجرد اجتياز المنهج الدراسي، ستتاح لك الفرصة للحصول على إقامة عملية لمدة 120 ساعة في شركة رائدة في قطاع التسويق الرقمي والتصميم. في ذلك، ستتمكن من المشاركة بنشاط في المشاريع الرائدة والحديثة، واستخدام الأدوات الأكثر تطوراً وتحسين مهاراتك وكفاءاتك المهنية بمساعدة المتخصصين. لذلك، فهي فرصة فريدة لإضافة تجربة أكاديمية فريدة إلى سيرتك الذاتية والتي ستساعدك على التميز في أي عملية اختيار للموظفين.



إذا كنت مهتمًا بالبيئة، فستعمل على التصميم
المستدام للمنتجات من خلال المعرفة الشاملة
بالاستراتيجيات الأكثر فعالية والصديقة للبيئة"

سوف تتعمق في العناية بصورة الشركة من خلال تقنيات العلامة التجارية التواصلية والاستراتيجيات الأكثر فعالية لتحقيق الأهداف المحددة.

سيكون لديك إمكانية الوصول إلى كل المحتوى النظري والإضافي من بداية المؤهل العلمي وستتمكن من تنزيله على أي جهاز متصل بالإنترنت حتى تتمكن من الرجوع إليه متى احتجت إليه.

قد تم تصميم المنهج الدراسي من قبل فريق من خبراء التصميم بناءً على اتجاهات السوق الحالية وأحدث المعلومات في هذا القطاع"

يهدف هذا البرنامج المقترح للماجستير، ذو الطبيعة المهنية وطريقة التعلم المدمج، إلى تحديث المهنيين التربويين الذين يقومون بمهامهم في البيئة التعليمية الحالية عندما تنشأ حالات النزاع بين الطلاب. تستند المحتويات إلى أحدث الأدلة التقنية، وموجهة بطريقة تعليمية لدمج المعرفة النظرية في الممارسة التعليمية وفي حل المواقف المعقدة والتوسط فيها من خلال التعاطف والإدارة الفعالة للمشاعر وعدم التكيف.

تستند المحتويات إلى أحدث الأدلة التقنية، وموجهة بطريقة تعليمية لدمج المعرفة النظرية في الممارسة التعليمية وفي حل المواقف المعقدة والتوسط فيها من خلال التعاطف والإدارة الفعالة للمشاعر وعدم التكيف. يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب أن تحاول من خلاله حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ من خلاله. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



لماذا تدرس برنامج الماجستير النصف حضوري هذا؟

في قطاع تصميم المنتج، تتجدد الاتجاهات باستمرار. في الوقت نفسه، لا يكفي إتقان الاعتبارات النظرية لذلك الإطار المهني. مطلوب أيضًا المعرفة العملية التي توضح السهولة والقدرة في التعامل مع الأدوات الإبداعية المعقدة. في هذا السياق، قامت TECH بتطوير هذا البرنامج الذي يجمع بين الدراسة التعليمية والإقامة المكثفة في المراكز الكبيرة والمرموقة. من خلال هذا المؤهل العلمي، يحقق الخريجون مستوى عالٍ من الإتقان للتقنيات المتاحة لهم والتطبيقات الأكثر ابتكارًا لها. بهذه الطريقة، سيكونون قادرين على الوصول إلى وظائف وظيفية تنافسية ومتطلبية بشكل متزايد.



تشكل درجة الماجستير النصف حضوري هذه فرصة تعليمية
فريدة من نوعها حيث ستقوم TECH بترتيب تدريب
احترافي من شأنه توسيع خبراتك وإثراء سيرتك الذاتية"



1. تحديث للذات من خلال أحدث التقنيات المتاحة

بمساعدة هذا التدريب الأكاديمي، سوف يتقن الطلاب تطوير المنتجات الهجينة، حيث ترتبط الأساليب الإبداعية المختلفة. سوف يتخصصون أيضاً في البحث عن الوظائف المتعددة والتقنيات والأدوات الإنتاجية التي تسهل تنفيذها. بالمثل، سيساعدكم المنهج على التعرف على واجهاتهم والتقنيات المحددة لإدارتهم.

2. التعمق في أحدث المستجدات من خلال خبرة أفضل المتخصصين

يقدم برنامج الدراسة هذا للطلاب دعماً شخصياً في مرحلتين محددتين جيداً. في المرحلة الأولى ستكون هناك هيئة تدريسية مكونة من معلمين ذوي خبرة واسعة، سيتفاعلون معهم لتوضيح الشكوك والمفاهيم المثيرة للاهتمام. أما اللحظة الثانية، المخصصة للإقامة العملية، فسيتم دعمها من قبل مدرس مخصص سيكون مسؤولاً عن دمج الطالب في المشاريع المختلفة والروتينات الإنتاجية للشركة التي يقع فيها.

3. الدخول في بيئات مرموقة للغاية لتصميم المنتج

كان الاختيار الدقيق للمراكز التي يتم فيها التدريب العملي لهذا المؤهل العلمي من أولويات TECH. بفضل هذا، سيتمكن الطلاب من الانضمام إلى المؤسسات التي يسود فيها استخدام الموارد التكنولوجية، التي تعتبر الأحدث في السوق. في الوقت نفسه، سيكونون قادرين على التحقق من متطلبات المجال المهني الذي يعتبر من بين أكثر المجالات صرامة وشمولية في مجال التصميم.

4. الجمع بين أفضل نظرية والممارسة الأكثر تقدمًا

يحتوي هذا البرنامج على 1500 ساعة تعليمية تهدف إلى الإتيان النظري لقطاع تصميم المنتج. في الوقت نفسه، سيتمكن الطلاب من تطبيق كل ما تعلموه خلال إقامة عملية مدتها 3 أسابيع. بهذه الطريقة، سيكونون قادرين على تحقيق المهارات بسرعة ومرونة أكبر.

5. توسيع حدود المعرفة

تعتبر درجة الماجستير النصف حضوري هذه فريدة من نوعها في السوق التعليمي لأنها تسهل وصول الطلاب إلى مراكز مختارة مخصصة لتصميم المنتج والحوار مع أفضل المهنيين في هذا القطاع. هذا ممكن بفضل شبكة الاتفاقيات والاتصالات المتاحة لـ TECH J باعتبارها أكبر جامعة رقمية في الوقت الحالي.

ستنغمس بشكل عملي كلي في
المركز الذي تختاره بنفسك"



الأهداف

تتطلب متطلبات السوق الحالية وجود محترفي التصميم الذين يتقنون العمل الإبداعي للمنتج الذي يتكيف مع اتجاهات المجتمع. لهذا السبب، رأَت TECH أنه من الضروري إطلاق هذا البرنامج متعدد التخصصات الذي يهدف إلى أن يكون بمثابة دليل للخريجين في تأهيلهم المهني وتحسين مهاراتهم. للقيام بذلك، ستضع تحت تصرفك الأدوات الأكاديمية الأكثر ابتكارًا، والتي ستزودك بالمعرفة الشاملة التي يمكنك تطويرها لاحقًا أثناء إقامتك العملية.



سوف تتقن التكنولوجيا الرقمية المرتبطة
بالمور الرقمية والمتجهة، وتدير البرامج
الأكثر تطورًا وتعقيدًا في قطاع التصميم"

الهدف العام



- ♦ الهدف الرئيسي من هذا البرنامج هو أن يفهم الخريج عملية الإبداع والتحليل والدراسة لتنفيذ أي نوع من مشاريع التصميم. لهذا السبب، سيتم التركيز بشكل خاص على استراتيجيات السوق وتطبيقها في عمليات الاتصال والتسويق، فضلاً عن تطويرها. بالإضافة إلى ذلك، يهدف هذا البرنامج أيضاً إلى تقريب المصمم من المفاهيم الأساسية التي تشكل جزءاً من سياسة الاتصال الخاصة بالمنظمة: هويتها، وثقافتها، وما هي صورتها، وعلامتها التجارية، وسمعتها، ومسؤوليتها الاجتماعية. هكذا، وبعد الانتهاء من الإقامة، ستتعرف بالتفصيل على أسس التصميم وخصائصه وعموميته، بالإضافة إلى المراجع والأنماط والحركات التي شكلته منذ بداياته وحتى يومنا هذا



التغليف الجذاب ضروري أيضاً. لهذا السبب، يتضمن هذا البرنامج وحدة مكرسة خصيصاً لتصميم Packaging في العبوات والملصقات"

الأهداف المحددة



الوحدة 1. أساسيات التصميم

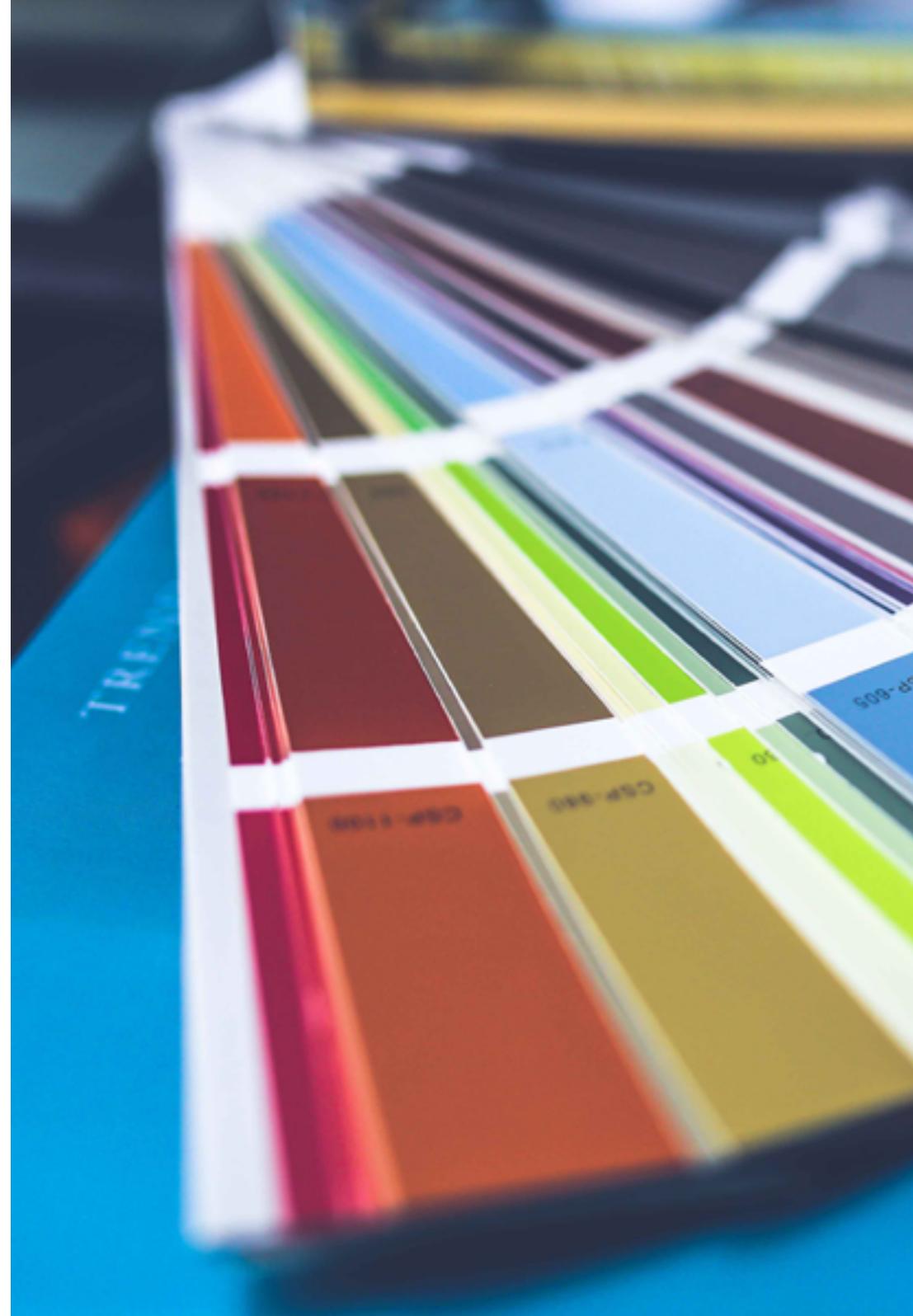
- ♦ توصيل وربط مجالات التصميم المختلفة ومجالات التطبيق والفروع المهنية
- ♦ التعرف على عمليات التفكير والإبداع والتجريب ومعرفة كيفية تطبيقها على المشاريع
- ♦ دمج اللغة والدلالات في عمليات التفكير في المشروع، وربطها بأهدافه وقيم الاستخدام

الوحدة 2. أساسيات الإبداع

- ♦ معرفة كيفية تجميع اهتماماتك من خلال الملاحظة والتفكير النقدي وترجمتها إلى إبداعات فنية
- ♦ التخلص من الخوف من الكتلة الفنية واستخدام التقنيات لمكافحتها
- ♦ للاستفسار عن الذات، والفضاء العاطفي الخاص بك وما هو حوله، بحيث يتم إجراء تحليل لهذه العناصر لاستخدامها لصالح إبداع الفرد

الوحدة 3. التقنية الرقمية

- ♦ إتقان المفردات والمنهجيات والمحتوى النظري والعملي على الصورة الرقمية
- ♦ إتقان المفردات والمنهجيات والمحتوى النظري والعملي حول الصورة المتجهة



الوحدة 4. أساسيات التسويق

- ♦ فهم الدور المركزي للاتصالات في فترة تاريخية تحدد نماذج مجتمع المعلومات والمعرفة
- ♦ معرفة عمليات الاتصال بكافة مظاهرها الاجتماعية (الشخصية والجماعية والإعلامية)
- ♦ تحليل المناهج والأساليب التأديبية والنظرية المختلفة حول الاتصال
- ♦ تطوير فهم المفردات التي تتكيف مع اللغة الأساسية للتسويق والاتصالات
- ♦ التعرف على خصائص وسائل التواصل الاجتماعي واختلافها عن وسائل الإعلام (Mass Media) وانعكاساتها والتغيرات التي أحدثتها في مجال التسويق وإدارة التصميم

الوحدة 5. الصورة المؤسسية

- ♦ فهم المجالات الاستراتيجية التي يجب على مدير الرسم إدارتها في عملية التواصل للهوية الرسومية والمرئية للعلامات التجارية

الوحدة 6. تصميم للتصنيع

- ♦ تحقيق مستوى كافٍ من المعرفة المتعلقة بالأهداف والتقنيات المحددة المتعلقة بمجال الإنتاج
- ♦ تحليل الإنتاج من منظور استراتيجي

الوحدة 7. المعدات

- ♦ تحليل وتقييم المواد المستخدمة في الهندسة بناءً على خصائصها
- ♦ معرفة وتحليل وتقييم عمليات التآكل وتدهور المواد
- ♦ تقييم وتحليل التقنيات المختلفة للاختبار غير المدمر للمواد

الوحدة 8. التصميم المستدام

- ♦ التعرف على بيئة الاستدامة والسياق البيئي
- ♦ التعرف على الأدوات الرئيسية لتحليل الأثر البيئي
- ♦ التعرف على أهمية الاستدامة في التصميم
- ♦ معرفة اللوائح البيئية ذات الصلة عند التصميم
- ♦ القدرة على تطوير استراتيجية تصميم المنتج المستدام

الوحدة 9. مواد للتصميم

- ♦ العمل باستخدام المواد الأكثر ملاءمة لكل حالة في مجال تصميم المنتج
- ♦ شرح ووصف المجموعات الرئيسية للمواد: تصنيعها، وأنواعها، وخصائصها، وما إلى ذلك
- ♦ الحصول على المعايير اللازمة لتحديد واختيار نطاقات المواد، وفقاً لإحاطة إعلامية (Briefing)

الوحدة 10. تصميم بناء الغلاف (Packaging)

- ♦ تعزيز الرؤية العالمية لدى الطلاب لتصميم الحاويات والتغليف والملصقات، وفهمها كنشاط يجب أن يأخذوا فيه العديد من العوامل في الاعتبار، بدءاً من المنتج المصاحب له إلى سياقه المادي والاجتماعي والاقتصادي
- ♦ تدريب الطلاب، من خلال الممارسة، على كفاءة التطوير المهني لمشاريع تصميم الحاويات والتغليف والملصقات



الكفاءات

بالإضافة إلى العمل كدليل في توسيع وتحديث معارفهم، تسعى درجة الماجستير النصف حضوري هذه إلى تحقيق هدف تزويد الخريجين بفرصة تحسين مهاراتهم المهنية. لهذا السبب، سيعمل المتخصص خلال فترة الدراسة على مهاراته وقدراته الإبداعية، وتوسيع تقنيات واستراتيجيات ممارسته وتنفيذ المفاهيم الأكثر ابتكارًا المتعلقة بتصميم المنتج.





ستدرس حالات النجاح والفشل، لتكتسب
من كل منها الاستنتاجات التي ستساعدك
على وضع استراتيجياتك الخاصة"

الكفاءات العامة



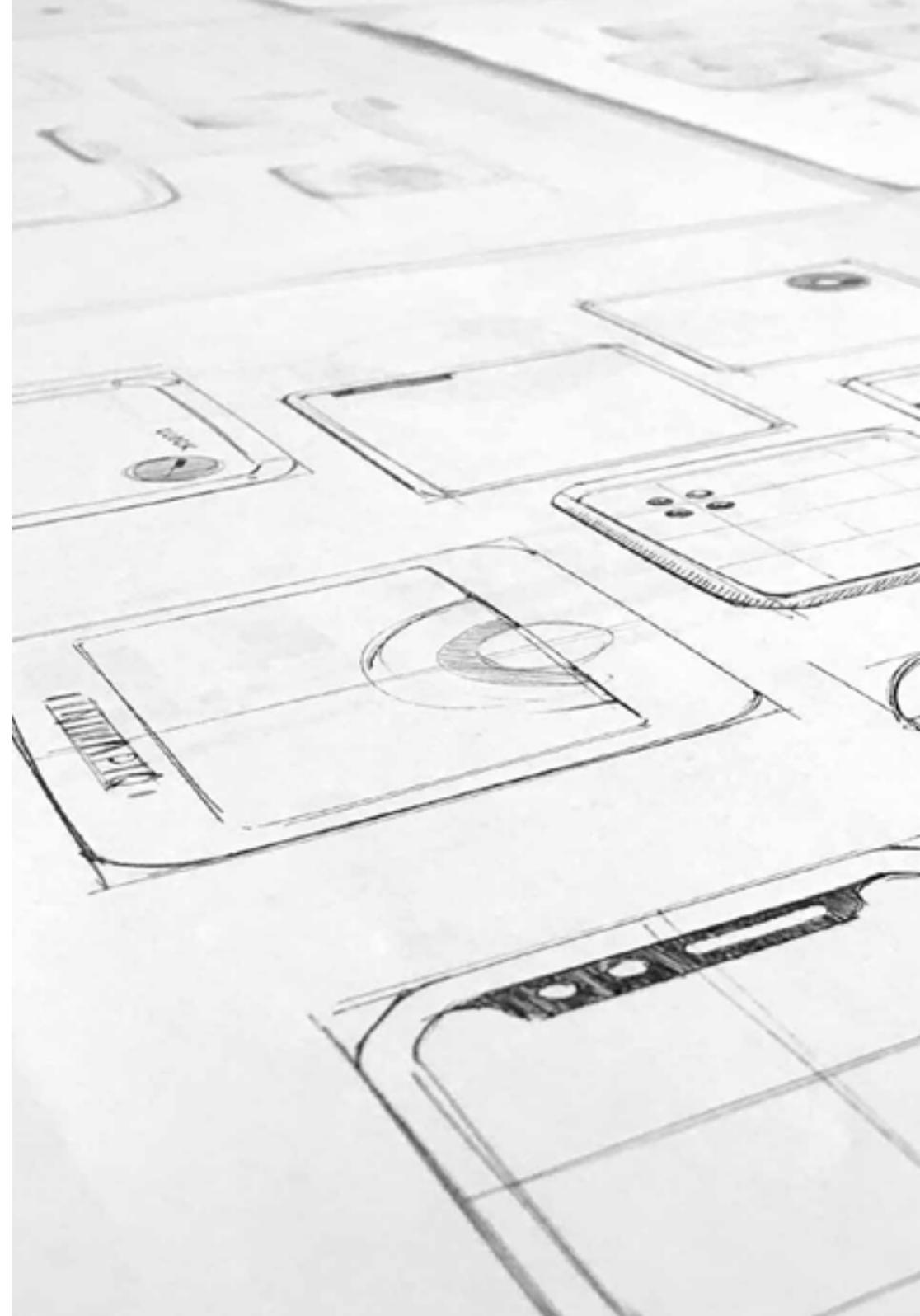
- ♦ تخطيط وتطوير وتقديم المنتجات الفنية بشكل ملائم، باستخدام استراتيجيات الإنتاج الفعالة وبمساهماتك الإبداعية
- ♦ إتقان برامج تنقيح الصور ومعالجتها وتطوير المهارات المطلوبة لاستخدامها
- ♦ معرفة الأدوات والاستراتيجيات النظرية والعملية التي تسهل إدارة الاتصال المؤسسي والشركات في المنظمات بجميع أنواعها
- ♦ التعرف على كيفية اختيار طريقة تنظيم المعلومات والاتصالات بشكل صحيح من أجل الاستخدام السليم للعلامة التجارية
- ♦ بحث وتحديد أهم عناصر الشركة - العميل، وكذلك احتياجاتها لوضع الاستراتيجيات ورسائل الاتصال
- ♦ التعرف على الأطوار والمراحل الإنتاجية للمشروع
- ♦ التعرف على مبادئ المواد النانوية
- ♦ اكتساب المعرفة وإتقان التقنيات والأشكال والعمليات والاتجاهات في التغليف والتغليف وتصميم الملصقات والتطبيقات الصناعية

الكفاءات المحددة



- ♦ استخدام برامج الرسم المتجه وتطوير المهارات المطلوبة لاستخدامها
- ♦ استخدام برامج التصميم التحريري والقيام بتطوير المهارات اللازمة لإنشاء الفن النهائي الخاص بك
- ♦ إتقان استراتيجيات التنسيق بين جوانب إنشاء المنتج وإنتاجه ووظائف التسويق والتسويق والاتصال
- ♦ تحليل وتقييم المواد المعدنية الحديدية وغير الحديدية
- ♦ تحليل وتقييم المواد البوليمرية والخزفية والمركبة
- ♦ تحليل وتقييم المواد المستخدمة في تصنيع المواد المضافة
- ♦ تطوير نظام منظم للمعايير الرسومية الأساسية بناءً على عناصر الهوية المرئية/العلامة التجارية
- ♦ الاختيار بحكمة، من بين مجموعة واسعة، عند تطوير مقترح تصميم للتصنيع الضخم
- ♦ تحديد أنسب المواد لتحقيق النماذج أو النماذج الأولية

وبمساعدة هذا البرنامج، سوف تتقن البرامج والتقنيات والعمليات الإبداعية التي تعد جزءاً من نظام تصميم المنتجات"



الهيكل والمحتوى

تقوم TECH بإعداد جميع مؤهلاتها العلمية بناءً على أحدث التطورات في القطاع الذي تم تطوير الدرجة فيه واتباع المعايير المهنية للخبراء النشطين. بهذه الطريقة، من الممكن إنشاء مناهج ديناميكية وحديثة وتدريبية عالية، مصحوبة بمئات الساعات من المواد الإضافية بتنسيقات مختلفة: مقاطع فيديو مفصلة وملخصات ديناميكية لكل وحدة ومقالات بحثية وقرارات تكميلية. بالتالي، فإن الخريج لديه إمكانية وضع المعلومات في سياقها والتعمق بطريقة شخصية في تلك الجوانب ذات الأهمية الأكبر.



بفضل هذا البرنامج، ستعرف بالتفصيل المعايير التي
يجب مراعاتها عند تطوير مقترح تصميم للتصنيع الشامل"



الوحدة 1. أساسيات التصميم

- 5.1. اللغة في التصميم
 - 1.5.1. الكائنات والموضوع
 - 2.5.1. سيميائية الأشياء
 - 3.5.1. التصرف في الكائن ودلالته
 - 4.5.1. عولمة العلامات
 - 5.5.1. المقترح
- 6.1. التصميم وأبعاده الجمالية الشكلية
 - 1.6.1. العناصر البصرية
 - 1.1.6.1. الشكل
 - 2.1.6.1. القياس
 - 3.1.6.1. اللون
 - 4.1.6.1. القوام
 - 2.6.1. عناصر العلاقة
 - 1.2.6.1. هيكل الإدارة
 - 2.2.6.1. الوضعية
 - 3.2.6.1. الفضاء
 - 4.2.6.1. الجاذبية
 - 3.6.1. عناصر عملية
 - 1.3.6.1. العرض
 - 2.3.6.1. المعنى
 - 3.3.6.1. الوظيفة
 - 4.6.1. الإطار المرجعي
- 7.1. الطرق التحليلية للتصميم
 - 1.7.1. التصميم العملي
 - 2.7.1. التصميم التناظري
 - 3.7.1. التصميم المبدع
 - 4.7.1. التصميم الكنسي
 - 5.7.1. المؤلفون الرئيسيون ومنهجيتهم

- 1.1. تاريخ التصميم
 - 1.1.1. الثورة الصناعية
 - 2.1.1. مراحل التصميم
 - 3.1.1. العمارة
 - 4.1.1. مدرسة شيكاغو
- 2.1. أنماط وحركات التصميم
 - 1.2.1. التصميم الزخرفي
 - 2.2.1. الحركة الحداثية
 - 3.2.1. فن الزخرفة
 - 4.2.1. التصميم الصناعي
 - 5.2.1. Bauhaus
 - 6.2.1. الحرب العالمية الثانية
 - 7.2.1. فن إيطاليا
 - 8.2.1. التصميم المعاصر
- 3.1. المصممين والاتجاهات
 - 1.3.1. مصممي الديكور الداخلي
 - 2.3.1. مصممي الجرافيك
 - 3.3.1. المصممين الصناعيين أو المنتجين
 - 4.3.1. مصممي الأزياء
- 4.1. منهجية تصميم المشروع
 - 1.4.1. Bruno Munari
 - 2.4.1. Gui Bonsiepe
 - 3.4.1. J. Christopher Jones
 - 4.4.1. L. Bruce Archer
 - 5.4.1. Guillermo González Ruiz
 - 6.4.1. Jorge Frascara
 - 7.4.1. Bernd Löbach
 - 8.4.1. Joan Costa
 - 9.4.1. Norberto Chaves

- 3.2. مواجهة الورقة الفارغة
- 1.3.2. الرسم بدون خوف
- 2.3.2. دفتر الملاحظات كأداة
- 3.3.2. كتاب الفنان، ما هو؟
- 4.3.2. المراجع
- 4.2. إنشاء كتاب الفنان لدينا
- 1.4.2. التحليل واللعبة: أقلام الرصاص والعلامات
- 2.4.2. حيل لتحرير يدك
- 3.4.2. الخطوط الأولى
- 4.4.2. القلم
- 5.2. إنشاء كتاب الفنان لدينا 2
- 1.5.2. البقعة
- 2.5.2. الشمع. التجريب
- 3.5.2. الصبغات الطبيعية
- 6.2. إنشاء كتاب الفنان لدينا 3
- 1.6.2. الكولاج وتركيب الصورة
- 2.6.2. الأدوات التقليدية
- 3.6.2. الأدوات عبر الإنترنت: Pinterest
- 4.6.2. تجربة تكوين الصورة
- 7.2. الفعل دون التفكير
- 1.7.2. ماذا نحقق من خلال العمل دون تفكير؟
- 2.7.2. الارتجال: Henri Michaux
- 3.7.2. الرسم العملي (Action Painting)
- 8.2. الناقد كفنان
- 1.8.2. النقد البناء
- 2.8.2. بيان حول النقد الإبداعي
- 9.2. الكتلة الإبداعية
- 1.9.2. ما هو الخطر؟
- 2.9.2. توسيع حدودك
- 3.9.2. دراسة حالة: اتساخ يديك
- 10.2. دراسة كتابنا الفني
- 1.10.2. العواطف وإدارتها في المجال الإبداعي
- 2.10.2. عالمك الخاص في دفتر الملاحظات
- 3.10.2. ماذا شعرت؟ التحليل الذاتي
- 4.10.2. دراسة الحالة النقد الذاتي

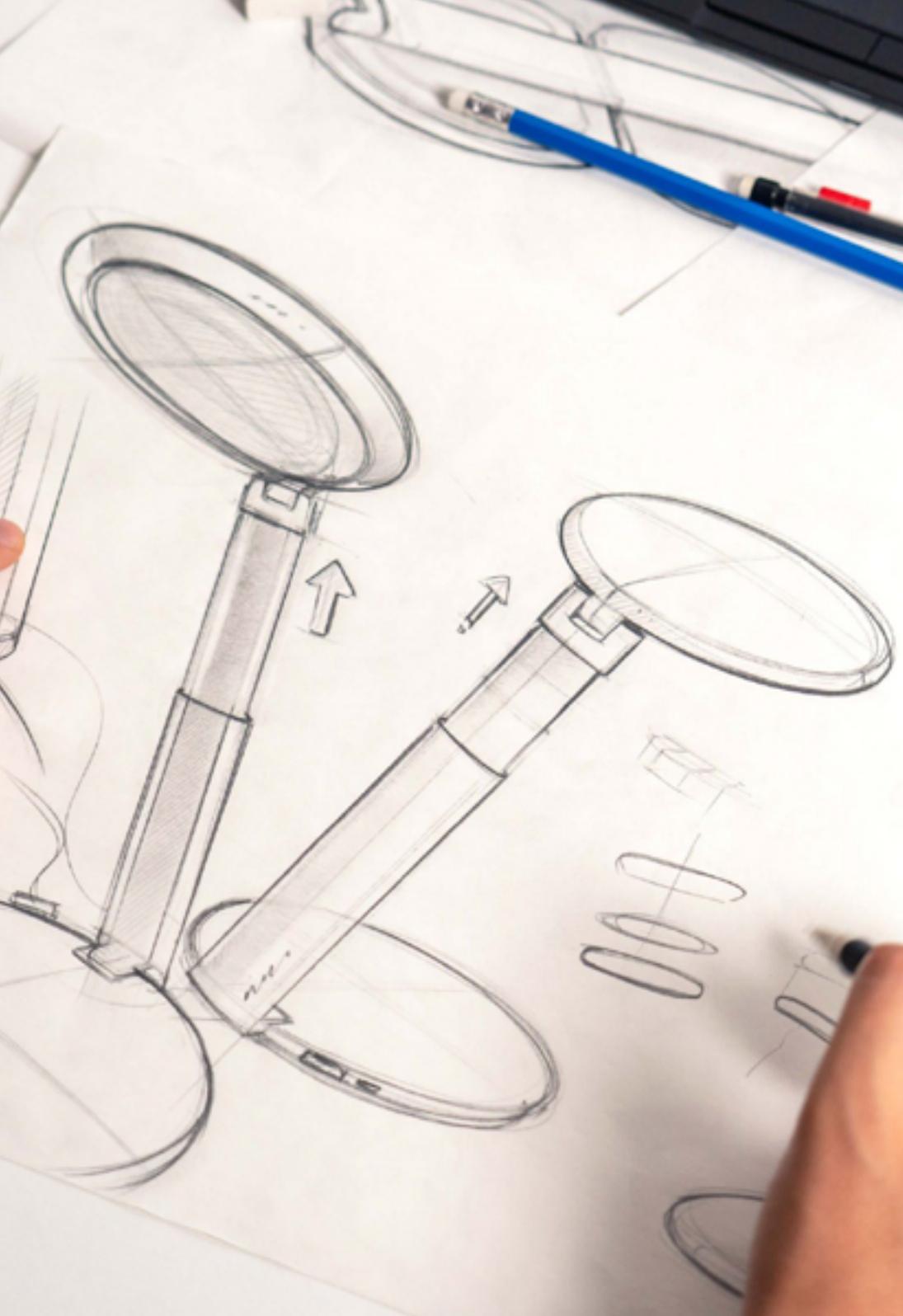
- 8.1. التصميم والدلالات
- 1.8.1. الدلالات
- 2.8.1. الأهمية
- 3.8.1. المعنى الدلالي والمعنى الاصطلاحي
- 4.8.1. المعجم
- 5.8.1. الحقل المعجمي والعائلة المعجمية
- 6.8.1. العلاقات الدلالية
- 7.8.1. التحول الدلالي
- 8.8.1. أسباب التغيرات الدلالية
- 9.1. التصميم والواقعية
- 1.9.1. النتائج العملية والاختطاف والسيمبائيات
- 2.9.1. الوساطة والجسد والعواطف
- 3.9.1. التعلم والخبرة والإغلاق
- 4.9.1. الهوية والعلاقات الاجتماعية والأغراض
- 10.1. السياق الحالي للتصميم
- 1.10.1. مشاكل التصميم الحالية
- 2.10.1. المواضيع الحالية للتصميم
- 3.10.1. المساهمات المتعلقة بالمنهجية

الوحدة 2. أساسيات الإبداع

- 1.2. مقدمة إبداعية
- 1.1.2. الأسلوب في الفن
- 2.1.2. تثقيف نظرك
- 3.1.2. هل يمكن لأي شخص أن يكون مبدعاً؟
- 4.1.2. اللغات المصورة
- 5.1.2. ما الذي أحتاجه؟ المعدات
- 2.2. الإدراك كأول عمل إبداعي
- 1.2.2. ماذا ترى؟ ماذا تسمع؟ بماذا تشعر؟
- 2.2.2. الإدراك والملاحظة والفحص بعناية
- 3.2.2. الصورة الشخصية والذاتية: Cristina Núñez
- 4.2.2. دراسة الحالة حوار الصور. الغوص في الذات

الوحدة 3. التقنية الرقمية

- 1.3 مقدمة في التصوير الرقمي
 - 1.1.3 تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
 - 2.1.3 وصف التقنيات
 - 3.1.3 الأوامر
- 2.3 صورة المتجهات. العمل مع الأشياء
 - 1.2.3 أدوات الاختيار
 - 2.2.3 التجمع
 - 3.2.3 المحاذاة والتوزيع
 - 4.2.3 الأدلة الذكية
 - 5.2.3 الرموز
 - 6.2.3 التحول
 - 7.2.3 التشويش
 - 8.2.3 المحيطة
 - 9.2.3 TraceFinder
 - 10.2.3 النماذج المركبة
 - 11.2.3 مسارات مركبة
 - 12.2.3 القطع والقسمة والفصل
- 3.3 صورة المتجهات. اللون
 - 1.3.3 أوضاع الألوان
 - 2.3.3 أداة القطارة
 - 3.3.3 نماذج
 - 4.3.3 التدرجات
 - 5.3.3 ملء النمط
 - 6.3.3 لوحة المظهر
 - 7.3.3 الخصائص
- 4.3 صورة المتجهات. التحرير المتقدم
 - 1.4.3 شبكة التدرج
 - 2.4.3 لوحة الشفافية
 - 3.4.3 أوضاع المزج
 - 4.4.3 التتبع التفاعلي
 - 5.4.3 أقنعة القطع
 - 6.4.3 النص



- 10.3. التخطيط والتصدير والطباعة
 - 1.10.3. نماذج
 - 1.1.10.3 اختيار الصور الفوتوغرافية وتحريرها
 - 2.1.10.3 الفحص الأولي
 - 3.1.10.3 التعبئة
 - 2.10.3. التصدير
 - 1.2.10.3 تصدير للوسائط الرقمية
 - 2.2.10.3 تصدير إلى الوسائط المادية
 - 3.10.3. الطباعة
 - 1.3.10.3 المطبعة التقليدية
 - 1.1.3.10.3 التجليد
 - 2.3.10.3 المطبعة الرقمية

الوحدة 4. أساسيات التسويق

- 1.4. مقدمة في التسويق
 - 1.1.4. مفهوم التسويق
 - 1.1.1.4. تعريف التسويق
 - 2.1.1.4. تطور وموضوعية التسويق
 - 2.1.4. مناهج مختلفة للتسويق
 - 2.4. التسويق في الشركة: استراتيجي وتشغيلي. خطة التسويق
 - 1.2.4. الإدارة التجارية
 - 2.2.4. أهمية الإدارة التجارية
 - 3.2.4. تنوع أشكال الإدارة
 - 4.2.4. التسويق الاستراتيجي
 - 5.2.4. استراتيجية تجارية
 - 6.2.4. مجالات التطبيق
 - 7.2.4. التخطيط التجاري
 - 8.2.4. خطة التسويق
 - 9.2.4. المفاهيم والتعاريف
 - 10.2.4. مراحل خطة التسويق
 - 11.2.4. أنواع خطط التسويق

- 5.3. خريطة الصورة من البتات (Bits) الطبقات
 - 1.5.3. الإنشاء
 - 2.5.3. الوصلة
 - 3.5.3. التحويل
 - 4.5.3. التجمع
 - 5.5.3. طبقات التعديل
- 6.3. خريطة الصورة من البتات (Bits) التحديدات والأقنعة والقنوات
 - 1.6.3. أداة اختيار الإطار
 - 2.6.3. أداة اختبار الحلقة
 - 3.6.3. أداة العصا السحرية
 - 4.6.3. قائمة الاختيارات، نطاق الألوان
 - 5.6.3. القنوات
 - 6.6.3. تنقيح القناة
 - 7.6.3. أقنعة القطع
 - 8.6.3. أقنعة المتجهات
- 7.3. خريطة الصورة من البتات (Bits) أوضاع المزج وأنماط الطبقة
 - 1.7.3. أنماط الطبقة
 - 2.7.3. العتامة
 - 3.7.3. خيارات نمط الطبقة
 - 4.7.3. أوضاع المزج
 - 5.7.3. أمثلة على أوضاع المزج
- 8.3. المشروع التحريري، الأنواع ولأشكال
 - 1.8.3. المشروع التحريري
 - 2.8.3. أنواع المشروع التحريري
 - 3.8.3. إنشاء المستندات وتكوينها
- 9.3. العناصر التركيبية للمشروع التحريري
 - 1.9.3. الصفحات الرئيسية
 - 2.9.3. التشابك
 - 3.9.3. تكامل النص وتكوينه
 - 4.9.3. تكامل الصورة

- 15.5.4. تجزئة السوق
- 16.5.4. المفهوم
- 17.5.4. أنواع التجزئة
- 18.5.4. تأثير التجزئة على الاستراتيجيات
- 19.5.4. أهمية التجزئة في الشركة
- 20.5.4. التخطيط الاستراتيجي القائم على التجزئة
- 6.4. معايير التجزئة للأسواق الاستهلاكية والصناعية
- 7.4. إجراءات التقسيم
- 1.7.4. ترسيم القطاع
- 2.7.4. تحديد الملف الشخصي
- 3.7.4. تقييم الإجراء
- 8.4. معايير التقسيم
- 1.8.4. الخصائص الجغرافية
- 2.8.4. الخصائص الاجتماعية والاقتصادية
- 3.8.4. معايير أخرى
- 4.8.4. استجابة المستهلك للتجزئة
- 9.4. سوق العرض والطلب. تقييم التجزئة
- 1.9.4. تحليل العرض
- 1.1.9.4. تصنيفات العرض
- 2.1.9.4. تحديد العرض
- 3.1.9.4. العوامل التي تؤثر على العرض
- 2.9.4. تحليل الطلب
- 1.2.9.4. تصنيفات الطلب
- 2.2.9.4. مناطق السوق
- 3.2.9.4. تقدير الطلب
- 3.9.4. تقييم التجزئة
- 1.3.9.4. أنظمة التقييم
- 2.3.9.4. طرق التتبع
- 3.3.9.4. ردود فعل

- 3.4. بيئة الأعمال التجارية وسوق المنظمات
- 1.3.4. البيئة
- 2.3.4. مفاهيم وحدود البيئة
- 3.3.4. البيئة الكلية
- 4.3.4. البيئة الدقيقة
- 5.3.4. السوق
- 6.3.4. مفاهيم وحدود السوق
- 7.3.4. تطور الأسواق
- 8.3.4. أنواع الأسواق
- 9.3.4. أهمية المنافسة
- 4.4. سلوك المستهلك
- 1.4.4. أهمية السلوك في الاستراتيجية
- 2.4.4. العوامل المؤثرة
- 3.4.4. فوائد للشركة
- 4.4.4. مزايا المستهلك
- 5.4.4. النهج المتبع إزاء سلوك المستهلكين
- 6.4.4. الخصائص والتعقيد
- 7.4.4. المتغيرات المعنية
- 8.4.4. أنواع مختلفة من النهج
- 5.4. مراحل عملية الشراء الاستهلاكية
- 1.5.4. النهج
- 2.5.4. النهج وفقا لمؤلفين مختلفين
- 3.5.4. تطور العملية في التاريخ
- 4.5.4. المراحل
- 5.5.4. التعرف على المشكلة
- 6.5.4. البحث عن المعلومات
- 7.5.4. تقييم البدائل
- 8.5.4. قرار الشراء
- 9.5.4. ما بعد الشراء
- 10.5.4. نماذج في اتخاذ القرار
- 11.5.4. النموذج الاقتصادي
- 11.5.4. النموذج النفسي
- 13.5.4. نماذج السلوكيات المختلطة
- 14.5.4. تجزئة السوق في استراتيجية المنظمة

الوحدة 5. الصورة المؤسسية

- 1.5. الهوية
 - 1.1.5. فكرة الهوية
 - 2.1.5. لماذا يتم البحث عن الهوية؟
 - 3.1.5. أنواع الهوية
 - 4.1.5. الهوية الرقمية
- 2.5. هوية الشركة
 - 1.2.5. التعريف لماذا الحصول على هوية الشركة؟
 - 2.2.5. العوامل المؤثرة على هوية الشركة
 - 3.2.5. مكونات هوية الشركة
 - 4.2.5. توصيل الهوية
 - 5.2.5. هوية الشركة وبناء العلامة التجارية (Branding) وصورة الشركة
- 3.5. الصورة المؤسسية
 - 1.3.5. سمة الصورة المؤسسية
 - 2.3.5. ما فائدة الصورة المؤسسية؟
 - 3.3.5. أنواع الصورة المؤسسية
 - 4.3.5. الأمثلة
- 4.5. علامات التعريف الأساسية
 - 1.4.5. الاسم أو التسمية Naming
 - 2.4.5. الشعارات
 - 3.4.5. المونوغرامات
 - 4.4.5. الصور المجسمة
- 5.5. عوامل حفظ الهوية
 - 1.5.5. الأصالة
 - 2.5.5. القيمة الرمزية
 - 3.5.5. البساطة
 - 4.5.5. التكرار
- 6.5. منهجية عملية إنشاء العلامة التجارية
 - 1.6.5. دراسة القطاع والمنافسة
 - 2.6.5. الإحاطة (Briefing)، والنموذج
 - 3.6.5. تحديد استراتيجية العلامة التجارية والشخصية، القيم
 - 4.6.5. الجمهور المستهدف

- 10.4. المزيج التسويقي
 - 1.10.4. تعريف التسويق المختلط
 - 1.1.10.4. المفهوم والتعريف
 - 2.1.10.4. التاريخ والتطور
 - 2.10.4. عناصر المزيج التسويقي
 - 1.2.10.4. المنتج
 - 2.2.10.4. السعر
 - 3.2.10.4. التوزيع
 - 4.2.10.4. الترويج
 - 3.10.4. p4 الجديد للتسويق
 - 1.3.10.4. إضفاء الطابع الشخصي
 - 2.3.10.4. المشاركة
 - 3.3.10.4. نظير إلى نظير (Peer To Peer)
 - 4.3.10.4. تنبؤات نموذجية
 - 4.10.4. استراتيجيات إدارة الحافظة الحالية، النمو واستراتيجيات التسويق التنافسية
 - 5.10.4. استراتيجيات الحافظة
 - 1.5.10.4. مصفوفة BCG
 - 2.5.10.4. مصفوفة Ansoff
 - 3.5.10.4. مصفوفة الوضع التنافسي
 - 6.10.4. الاستراتيجيات
 - 1.6.10.4. استراتيجية التجزئة
 - 2.6.10.4. استراتيجية تحديد المواقع
 - 3.6.10.4. استراتيجيات الولاء
 - 4.6.10.4. الاستراتيجية الوظيفية

- 4.6. التطابق بسبب فقدان المواد
 - 1.4.6. عن طريق التآكل
 - 2.4.6. عن طريق إزالة الرقاقة
- 5.6. المعالجات الحرارية
 - 1.5.6. التقسية
 - 2.5.6. التلطيف
 - 3.5.6. التلدين
 - 4.5.6. التطبيع
- 5.5.6. المعالجة الكيميائية الحرارية
 - 6.6. استخدام الدهانات والطلاء
- 1.6.6. العلاجات الكهروكيميائية
 - 2.6.6. المعالجات الالكتروليتيّة
 - 3.6.6. الدهانات والطلاء والصبغ
- 7.6. تشكيل البوليمرات ومواد الخزفية
- 8.6. تصنيع قطع من المواد المركبة
 - 9.6. تصنيع المواد المضافة
 - 1.9.6. Powder Bed Fusion
 - 2.9.6. ترسيب الطاقة المباشر
 - 3.9.6. Binder Jetting
 - 4.9.6. Bound poder extrusion
- 10.6. الهندسة المتينة
 - 1.10.6. تقنية ihcugaT
 - 2.10.6. تصميم التجارب
 - 3.10.6. مراقبة العمليات الإحصائية

الوحدة 7. المعدات

- 1.7. خصائص المواد
 - 1.1.7. خصائص ميكانيكية
 - 2.1.7. خصائص كهربائية
 - 3.1.7. خصائص بصرية
 - 4.1.7. خصائص مغناطيسية
- 2.7. المواد المعدنية 1. الحديدية
- 3.7. المواد الحديدية 2 غير حديدية
- 4.7. المواد البوليمرية
 - 1.4.7. اللدائن الحرارية
 - 2.4.7. لدائن صلبة بالحرارة

- 7.5. الزبون.
 - 1.7.5. استشر كيف هو العميل
 - 2.7.5. أنواع العملاء
 - 3.7.5. عملية الجمع
 - 4.7.5. أهمية معرفة العميل
 - 5.7.5. ضبط الميزانية
- 8.5. دليل الهوية المؤسسية
 - 1.8.5. قواعد البناء والتطبيق للعلامة التجارية
 - 2.8.5. الطباعة المؤسسية
 - 3.8.5. الألوان المؤسسية
 - 4.8.5. عناصر رسومية أخرى
 - 5.8.5. أمثلة على أدلة الشركات
- 9.5. إعادة تصميم الهوية
 - 1.9.5. أسباب اختبار إعادة تصميم الهوية
 - 2.9.5. إدارة التغيير في هوية الشركة
 - 3.9.5. الممارسة الجيدة. المراجع البصرية
 - 4.9.5. الممارسة السيئة المراجع البصرية
- 10.5. مشروع هوية العلامة التجارية
 - 1.10.5. عرض وشرح المشروع. المراجع
 - 2.10.5. العصف الذهني (gnimrotsniarB). تحليل السوق
 - 3.10.5. الجمهور المستهدف، وقيمة العلامة التجارية
 - 4.10.5. الأفكار والرسومات الأولى. التقنيات الإبداعية
 - 5.10.5. تأسيس المشروع. الخطوط والألوان
 - 6.10.5. تسليم المشروع وتحديثه

الوحدة 6. تصميم للتصنيع

- 1.6. تصميم التصنيع والتجميع
- 2.6. التشكيل بالقولبة
 - 1.2.6. الانصهار
 - 2.2.6. الضخ
- 3.6. التشكيل بالاعوجاج
 - 1.3.6. الاعوجاج البلاستيكي
 - 2.3.6. الطباعة
 - 3.3.6. الحدادة
 - 4.3.6. التواء

- 4.8. مقدمة التصميم الإيكولوجي
 - 1.4.8. التنمية المستدامة
 - 2.4.8. البيئة الصناعية
 - 3.4.8. الكفاءة البيئية
 - 4.4.8. مقدمة لمفهوم التصميم البيئي
- 5.8. منهجيات التصميم البيئي
 - 1.5.8. مقترحات منهجية لتنفيذ التصميم البيئي
 - 2.5.8. إعداد المشروع (القوى الدافعة والتشريعات)
 - 3.5.8. الجوانب البيئية
 - 6.8. تحليل دورة الحياة (ACV)
 - 1.6.8. الوحدة الوظيفية
 - 2.6.8. الجرد
 - 3.6.8. نسبة التأثير
 - 4.6.8. توليد الاستنتاجات والاستراتيجية
- 7.8. أفكار للتحسين (استراتيجيات التصميم البيئي)
 - 1.7.8. تقليل التأثير
 - 2.7.8. زيادة الوحدة الوظيفية
 - 3.7.8. التأثير الإيجابي
- 8.8. الاقتصاد الدائري
 - 1.8.8. التعريف
 - 2.8.8. التطور
 - 3.8.8. الحالات الناجحة
- 9.8. Cradle to Cradle
 - 1.9.8. التعريف
 - 2.9.8. التطور
 - 3.9.8. الحالات الناجحة
- 10.8. التنظيم البيئي
 - 1.10.8. لماذا نحتاج إلى اللوائح
 - 2.10.8. من يضع اللوائح
 - 3.10.8. الإطار البيئي للاتحاد الأوروبي
 - 4.10.8. اللوائح في عملية التطوير

- 5.7. المواد الخزفية
- 6.7. المواد المركبة
- 7.7. المواد الحيوية
- 8.7. المواد النانوية
- 9.7. تآكل وانهلال المعادن
 - 1.9.7. أنواع التآكل
 - 2.9.7. أكسدة المعادن
 - 3.9.7. التحكم في التآكل
- 10.7. الاختبارات الغير إتلافية
 - 1.10.7. الفحوصات البصرية والتنظير الداخلي
 - 2.10.7. الموجات فوق الصوتية
 - 3.10.7. الأشعة السينية
 - 4.10.7. تيارات الطفيلية (yddE) tluacuof
 - 5.10.7. الجزيئات المغناطيسية
 - 6.10.7. سوائيل مخترقة
 - 7.10.7. التصوير الحراري بالأشعة تحت الحمراء

الوحدة 8. التصميم المستدام

- 1.8. الوضع البيئي
 - 1.1.8. السياق البيئي
 - 2.1.8. الإدراك البيئي
 - 3.1.8. الاستهلاك والنزعة الاستهلاكية
- 2.8. الإنتاج المستدام
 - 1.2.8. البصمة البيئية
 - 2.2.8. القدرة البيولوجية
 - 3.2.8. العجز البيئي
- 3.8. الاستدامة والابتكار
 - 1.3.8. العمليات الإنتاجية
 - 2.3.8. إدارة العمليات
 - 3.3.8. بدء الإنتاج
 - 4.3.8. الإنتاجية من خلال التصميم

الوحدة 9. المواد للتصميم

- 1.9. المادة كمصدر إلهام
- 1.1.9. البحث عن المواد
- 2.1.9. التصنيف
- 3.1.9. المادة وسياقها
- 2.9. مواد للتصميم
- 1.2.9. الاستخدامات الشائعة
- 2.2.9. الموانع
- 3.2.9. مزيج من المواد
- 3.9. الفن + الابتكار
- 1.3.9. المواد في الفن
- 2.3.9. المواد الجديدة
- 3.3.9. المواد المركبة
- 4.9. الفيزياء
- 1.4.9. مفاهيم أساسية
- 2.4.9. مكونات المواد
- 3.4.9. اختبارات ميكانيكية
- 5.9. التقنيات
- 1.5.9. المواد الذكية
- 2.5.9. المواد ديناميكية
- 3.5.9. المستقبل في المواد
- 6.9. الاستدامة
- 1.6.9. الاكتساب
- 2.6.9. الاستخدام
- 3.6.9. الإدارة النهائية
- 7.9. تقليد الطبيعة
- 1.7.9. التفكير
- 2.7.9. الشفافية
- 3.7.9. تقنيات أخرى
- 8.9. الابتكار
- 1.8.9. الحالات الناجحة
- 2.8.9. البحث في المواد
- 3.8.9. مصادر الأبحاث

- 9.9. الوقاية من المخاطر
- 1.9.9. عامل الأمان
- 2.9.9. النار
- 3.9.9. التحطم
- 4.9.9. المخاطر الأخرى
- 10.9. الأنظمة والتشريعات
- 1.10.9. اللوائح وفقا للتطبيق
- 2.10.9. الأنظمة حسب القطاع
- 3.10.9. الأنظمة حسب الموقع

الوحدة 10. تصميم التغليف (packaging)

- 1.10. مدخل التغليف (packaging)
- 1.1.10. المنظور التاريخي
- 2.1.10. الميزات الوظيفية
- 3.1.10. وصف نظام المنتج ودورة الحياة
- 2.10. البحث في التغليف (packaging)
- 1.2.10. مصدر المعلومات
- 2.2.10. الأعمال الميدانية
- 3.2.10. المعايير والاستراتيجيات
- 3.10. التغليف (packaging) الهيكلي
- 1.3.10. تحليل الاحتياجات المحددة
- 2.3.10. الشكل واللون والرائحة والحجم والقوام
- 3.3.10. بيئة العمل في العبوة
- 4.10. تسويق التغليف (packaging)
- 1.4.10. علاقة العبوة (Pack) بالعلامة التجارية والمنتج
- 2.4.10. تطبيق صورة العلامة التجارية
- 3.4.10. الأمثلة
- 5.10. الاتصال في التغليف (packaging)
- 1.5.10. علاقة العبوة (Pack) بالمنتج والعميل والمستخدم
- 2.5.10. تصميم الحواس
- 3.5.10. تصميم التجربة

- 6.10. مواد وعمليات الإنتاج
 - 1.6.10. الزجاج
 - 2.6.10. الورق والكرتون
 - 3.6.10. المعدن
 - 4.6.10. البلاستيك
 - 5.6.10. المواد المكونة من مواد طبيعية
- 7.10. الاستفادة المطبقة على Packaging (التغليف)
 - 1.7.10. استراتيجيات التصميم الإيكولوجي
 - 2.7.10. تحليل دورة الحياة
 - 3.7.10. العبوة كنفائات
- 8.10. التشريع
 - 1.8.10. التشريعات المحددة: تحديد الهوية والتدوين
 - 2.8.10. تنظيم البلاستيك
 - 3.8.10. الاتجاهات في الأنظمة
- 9.10. الابتكار في Packaging (التغليف)
 - 1.9.10. التمايز مع التغليف (packaging)
 - 2.9.10. أحدث التوجهات
 - 3.9.10. تصميم للجميع (All For Design)
- 10.10. مشاريع التغليف (packaging)
 - 1.10.10. حالات الدراسة
 - 2.10.10. استراتيجية التغليف (packaging)
 - 3.10.10. الممارسة العملية

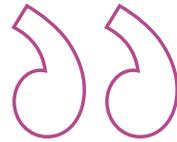
خطوة حاسمة في حياتك المهنية
ستساعدك على التطور كمحترف مؤهل
تأهيلاً عاليًا في قطاع تصميم المنتج"



الممارسة

بمجرد انتهاء الفترة النظرية، سيكون لدى المصمم إمكانية الوصول إلى إقامة عملية مدتها 120 ساعة موزعة على 3 أسابيع. من خلالها، ستتمكن من المشاركة بنشاط في المشاريع الصناعية والعمل مع فريق من المهنيين الذين يتمتعون بمهنة واسعة وواسعة النطاق في هذا القطاع. بهذه الطريقة، ستتمكن من تطبيق كل ما تعلمته في المرحلة الأولى، والتأثير على تحسين مهاراتك من خلال العمل وحل المواقف المعقدة والحقيقية.

سيقوم أحد المعلمين بإرشادك أثناء
الإقامة العملية، حتى تتمكن من تحقيق
أقصى استفادة منها في جميع الأوقات"



تم اقتراح هذا البرنامج في تصميم المنتج من قبل TECH بهدف أن يتمكن الخريج من الاعتماد على إقامة لمدة 3 أسابيع في مركز مرموق في قطاع التصميم والتسويق. سيتم عقده من الاثنين إلى الجمعة لمدة 8 ساعات متتالية، والعمل جنبًا إلى جنب مع المتخصصين الملحقين الذين سيرافقونك في جميع الأوقات ويرشدونك حتى تتمكن من تحقيق أقصى استفادة من هذه التجربة. ستسمح لك هذه الإقامة بالمشاركة بنشاط في مشاريع التصميم التي يتم تطويرها حاليًا في الشركة، وتطبيق أحدث الاستراتيجيات والتقنيات والتعامل مع الأدوات والأجهزة الأكثر تطورًا في هذا القطاع.

في هذا الاقتراح التدريبي، ذو الطبيعة العملية، تهدف الأنشطة إلى تطوير وتحسين المهارات اللازمة لتوفير التصميم والتخطيط وإنشاء المشاريع المتعلقة بأنواع مختلفة من المنتجات، وتهدف إلى تدريب محدد لـ ممارسة النشاط بأداء احترافي عالي.

إنها بلا شك فرصة فريدة لاكتساب معرفة واسعة ومتخصصة من خلال العمل في شركة رائدة وحديثة تتميز بجودتها المهنية وضمان نجاح مشاريعها. بالإضافة إلى ذلك، ستصبح تجربة أساسية ستساعد الخريج على إتقان مهاراته المهنية وإكمال سيرته الذاتية بتميز سيجعله متميزًا في أي عملية اختيار للموظفين.

ستسمح لك إقامتك المكثف في الشركة بإكمال الحد الأدنى من أنشطة التدريب في خدمات التصميم والإنشاء، وكذلك فيما يتعلق بمجالات أخرى في المركز: التسويق أو العلامات التجارية أو التوجيه الإبداعي أو التطوير التشغيلي أو التصميم البيئي، مما سيمنحك خيار وضع الإجراءات الإبداعية الأكثر ابتكارًا موضع التنفيذ بطريقة كاملة.

سيتم تنفيذ التدريب العملي بمشاركة نشطة من الطالب الذي يؤدي الأنشطة والإجراءات الخاصة بكل مجال من مجالات الاختصاص (تعلم كيفية التعلم وتعلم كيفية القيام به)، بمرافقة وتوجيه المعلمين وشركاء التدريب الآخرين الذين يسهلون العمل الجماعي. والاندماج متعدد التخصصات ككفاءات مستعرضة للممارسة التمريرية (تعلم أن تكون وتعلم الإرتباط بالمجموعة).

ستكون الإجراءات الموضحة أدناه هي أساس الجزء العملي من التدريب، وسيكون تنفيذها خاضعًا لتوافر المركز وحجم عمله، والأنشطة المقترحة هي كما يلي:



ستكون جزءًا من فريق من المصممين
المؤهلين تأهيلاً عاليًا، وسيتعين عليك العمل
معهم بنشاط لتنفيذ المشاريع من خلال
استخدام التقنيات والاستراتيجيات الأكثر ابتكارًا"

نشاط عملي	الوحدة
تصميم المنتج مع الأخذ في الاعتبار جميع عمليات التصنيع التي يجب أن تمر بها	تصميم لتصنيع المنتجات
تطبيق منهجية هندسية ملموسة قوية لتوقع حالات الفشل المحتملة في تصميم المنتج	
تطوير مشروع تصميم المنتج مع مراعاة التغليف الخاص به	
انشاء صور متجهة متقدمة بالأجسام والألوان	التقنيات الرقمية لتصميم المنتج
إنشاء صورة نقطية مناسبة باستخدام الأدوات الرقمية	
تخطيط وتصدير عملنا مع الأخذ بعين الاعتبار عملية الطباعة	
استخدام المواد المعدنية أو البوليمرية أو السيراميكية أو المركبة لتصميم المنتج	مواد تصميم المنتج واستخدامها المستدام
إجراء اختبارات غير مدمرة لتقييم خصائص ومتانة المنتج	
تطبيق عوامل السلامة مثل الحريق أو الكسر أو غيرها من المخاطر في عملية إنشاء المنتج	
استخدام منهجيات وتقنيات التصميم البيئي لإنتاج منتجات صديقة للبيئة	التسويق وصورة الشركة في تصميم المنتج
تصميم المنتج لعرض صورة شركتك وهوية علامتك التجارية	
تطبيق تقنيات التسويق الاستراتيجية والتشغيلية للشركة	
تطوير تجزئة المنتج لعمل تصميم وفقاً له	



تأمين المسؤوليات المدنية

يتمثل الشاغل الرئيسي لهذه المؤسسة في ضمان سلامة كل من المتدربين والوكلاء المتعاونين الآخرين الضروريين في عمليات التدريب العملي في الشركة. من بين التدابير المخصصة لتحقيق ذلك، الاستجابة لأي حادث قد يحدث أثناء عملية التدريب والتعلم بأكملها.

للقيام بذلك، يتعهد هذا الكيان التعليمي بالتعاقد على تأمين المسؤولية المدنية الذي يغطي أي احتمال قد ينشأ أثناء تنفيذ الإقامة في مركز التدريب.

ستحظى سياسة المسؤولية المدنية للمتدربين بتغطية واسعة وسيتم الاشتراك فيها قبل بدء فترة التدريب العملي. بهذه الطريقة، لن يضطر المهني إلى القلق في حالة الاضطرار إلى مواجهة موقف غير متوقع وسيتم تغطيته حتى نهاية البرنامج العملي في المركز.



الشروط العامة للتدريب العملي

الشروط العامة لاتفاقية التدريب الداخلي للبرنامج ستكون على النحو التالي:

1. الإرشاد الأكاديمي: أثناء الماجستير النصف حضوري، سيتم تعيين مدرسين للطلاب يرافقونه طوال العملية الدراسية، وذلك للرد على أي استفسارات وحل أي قضايا قد تظهر للطلاب. من ناحية، سيكون هناك مدرس محترف ينتمي إلى مركز التدريب الذي يهدف إلى توجيه ودعم الطالب في جميع الأوقات. ومن ناحية أخرى، سيتم أيضًا تعيين مدرس أكاديمي تتمثل مهمته في التنسيق ومساعدة الطالب طوال العملية الدراسية وحل الشكوك وتسهيل كل ما قد يحتاج إليه. وبهذه الطريقة، سيرافق الطالب المدرس المحترف في جميع الأوقات وسيكون هو قادرًا على استشارة أي شكوك قد تظه، سواء ذات طبيعة عملية أو أكاديمية.

2. مدة الدراسة: سيستمر برنامج التدريب هذا لمدة ثلاثة أسابيع متواصلة من التدريب العملي، موزعة على دوام 8 ساعات وخمسة أيام في الأسبوع. ستكون أيام الحضور والجدول المواعيد مسؤولية المركز، وإبلاغ المهني على النحو الواجب بشكل سابق للتدريب، في وقت مبكر بما فيه الكفاية ليخدم بذلك أغراض التنظيم للتدريب..

3. عدم الحضور: في حال عدم الحضور في يوم بدء الماجستير النصف حضوري يفقد الطالب حقه في ذلك دون إمكانية الاسترداد أو تغيير المواعيد البرنامج. إن التغيب لأكثر من يومين عن الممارسات دون سبب طبي/أو مبرر، يعني استغناءه عن التدريب وبالتالي إنهاؤها تلقائيًا. يجب إبلاغ المرشد الأكاديمي على النحو الواجب وعلى وجه السرعة عن أي مشكلة تظهر أثناء فترة الإقامة.

4. المؤهل العلمي: سيحصل الطالب الذي يجتاز درجة الماجستير النصف حضوري على شهادة تثبت إقامته في المركز المعني.

5. علاقة العمل والانتماء لمكان العمل: لن يشكل الماجستير النصف حضوري علاقة عمل من أي نوع.

6. الدراسات السابقة: قد تطلب بعض المراكز شهادة الدراسات السابقة لإجراء الماجستير النصف حضوري. في هذه الحالات سيكون من الضروري تقديمها إلى قسم التدريب في TECH حتى يمكن تأكيد تعيين المركز المختار للطالب.

7. لن يتضمن: الماجستير النصف حضوري أي عنصر غير مذكور في هذه الشروط. لذلك، لا يشمل ذلك الإقامة أو الانتقال إلى المدينة التي يتم فيها التدريب أو التأشيرات أو أي خدمة أخرى غير موصوفة.

ومع ذلك، يجوز للطالب استشارة مرشده الأكاديمي في حالة وجود أي استفسار أو توصية بهذا الصدد. سيوفر له ذلك جميع المعلومات اللازمة لتسهيل الإجراءات.

أين يمكنني القيام بالممارسات الإكلينيكية؟

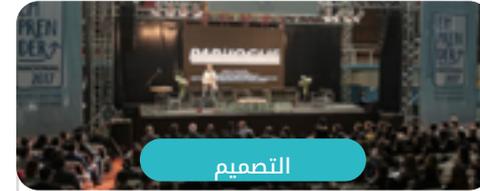
عند اختيار الإقامة، تُخضع الشركات لرقابة صارمة وصارمة على الجودة مما يضمن أن تجربة الخريج في مرافقها ستكون مجزية وتمكينية كما هو متوقع. بهذه الطريقة، ستتاح للمصمم الذي يحصل على هذا الماجستير النصف حضوري الفرصة لتنفيذ تدريبه الداخلي في كيان كبير في قطاع التصميم والتسويق الرقمي، الذي يتميز ليس فقط بمكانته الدولية، ولكن أيضًا بالجودة البشرية لفريقه. من المهنيين.



إن العمل بنشاط وجنبًا إلى جنب مع مصممين
متخصصين هو أفضل طريقة لإكمال مؤهل
علمي سيشكل علامة فارقة في حياتك المهنية"



سيتمكن الطالب من أخذ الجزء العملي من هذا الماجستير النصف الحضوري في المؤسسات التالية:



Piensamarketing

المدينة
Río Negro

الدولة
الأرجنتين

العنوان: Campichuelo 580 (8400)
Ciudad de Bariloche, Río Negro

وكالة التسويق والاتصالات الاجتماعية والرقمية

التدريبات العملية ذات الصلة:
الإبداع وريادة الأعمال في المؤسسة الرقمية
- MBA التسويق الرقمي

عزز مسارك الوظيفي من خلال تعلم شامل يسمح لك
بالتقدم على المستويين النظري والعملي"



المنهجية

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

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



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



منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

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



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



سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة
التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي
وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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



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 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 مدرء 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 فننساها 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 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، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها 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

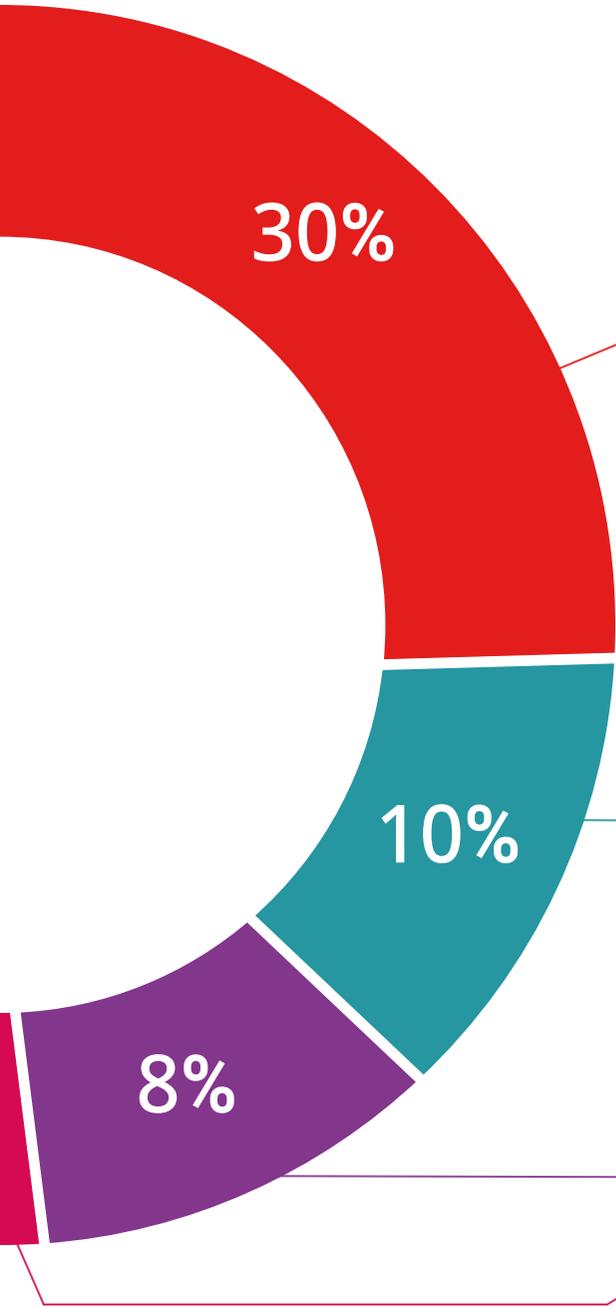


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

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.



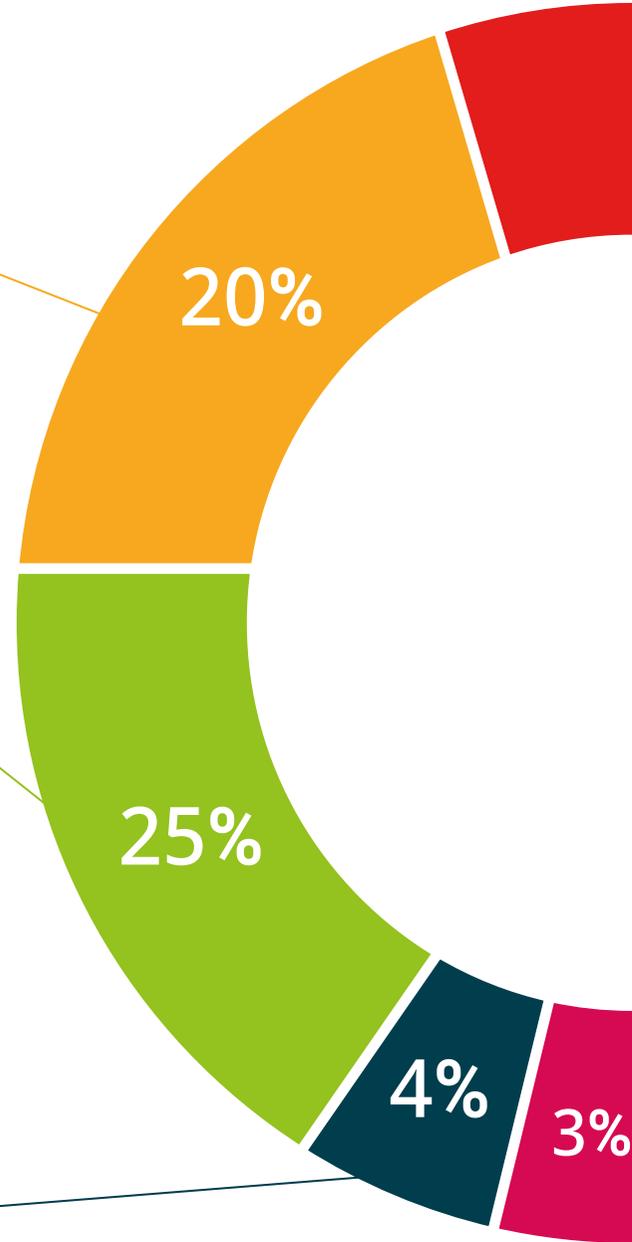
ملخصات تفاعلية

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 الماجستير النصف حضوري في تصميم المنتج بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائث، الحصول على مؤهل اجتياز المحاضرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على مؤهل علمي 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 البرنامج الأكاديمي وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: ماجستير نصف حضوري في تصميم المنتج

اطريقة: عبر الإنترنت

مدة: 12 شهر

يحتوي هذا ماجستير نصف حضوري في تصميم المنتج على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق. بعد اجتياز الطالب للقيّمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل ماجستير خاص ذا الصلة الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

ماجستير نصف حضوري في تصميم المنتج

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
الدورة	الطاقة	نوع المادة	عدد الساعات
1 ^o	أساسيات التصميم	(OB) إجباري	1500
1 ^o	أساسيات البرنامج	(OP) اختياري	0
1 ^o	التفكير الريمية	(PR) الممارسات الخارجية	120
1 ^o	أساسيات التسويق	(TFM) مشروع لخريج الماجستير	0
1 ^o	النموة المؤسسة	الإجمالي	1620
1 ^o	تصميم المنتج		
1 ^o	المعادن		
1 ^o	التصوير الهندس		
1 ^o	مواد التصنيع		
1 ^o	تصميم بناء الفرق (Packaging)		



الجامعة
التكنولوجية



أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة



شهادة تخرج

هذه الشهادة ممنوحة إلى

..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

للاجتياز/للاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير نصف حضوري

في

تصميم المنتج

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1620 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة

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

في تاريخ 17 يونيو 2020



أ.د. / Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

TECH: AFWOR235 technete.com/certificates

الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير نصف حضوري

تصميم المنتج

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

ماجستير نصف حضوري تصميم المنتج