

# ماجستير خاص الصحافة ونقد الأزياء

tech الجامعة  
التكنولوجية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير خاص الصحافة ونقد الأزياء

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtitude.com/ae/design/professional-master-degree/master-fashion-journalism-critique](http://www.techtitude.com/ae/design/professional-master-degree/master-fashion-journalism-critique)

# الفهرس

01

المقدمة

ص. 4

02

الأهداف

ص. 8

03

الكفاءات

ص. 14

04

الهيكل والمحتوى

ص. 18

05

المنهجية

ص. 32

06

المؤهل العلمي

ص. 40



# 01 المقدمة

عالم الأزياء معقد ومتغير، ويتطور بنفس وتيرة تطور المجتمع والثقافة المحيطة به. منذ العصور القديمة وحتى عروض الأزياء الحديثة العظيمة، تحولت الأزياء لتعكس التغيرات في الأشخاص والتقنيات والاتجاهات وما إلى ذلك. ولهذا السبب يجب أن يكون المحترف المسؤول عن اتصالات الأزياء ونقدها على دراية جيدة بالنموذج بأكمله الذي يحيط بهذا المجال، بالإضافة إلى أن يكون لديه تعليمات كافية في التاريخ والأشخاص ذوي الصلة والحركات الفنية للحصول على فهم كامل لما سيكون. أبلغت.

مع كل الإمكانيات المتوفرة لديك اليوم للتواصل مع عالم الأزياء، فإن الماجستير الخاص في صحافة ونقد الأزياء سيمنحك المفاتيح للقيام بذلك بطريقة صحيحة ومهنية ودقيقة"



تحتوي درجة الماجستير الخاص في الصحافة ونقد الأزياء على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحدائثة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير حالات عملية يقدمها خبراء الأزياء وتتمحور حول مجال الاتصال
- ♦ محتوياتها البيانية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها تجمع المعلومات النظرية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية.
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها بشكل خاص على تاريخ الأزياء وكيفية توصيله بشكل صحيح
- ♦ 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

تهدف درجة الماجستير الخاص في الصحافة ونقد الأزياء إلى تعليم طلابها كيفية التعامل مع عالم الأزياء بكل الدقة والكفاءة المهنية المطلوبة للصحافة، والقدرة على الحصول على المعرفة المناسبة لتقديم انتقادات قوية وشاملة لأي أسلوب. مما يثير الاهتمام بشكل خاص نطاق محتويات البرنامج، التي لا تغطي تاريخ الأزياء فحسب، بل تغطي أيضًا الشخصيات الأكثر تأثيرًا أو دورها الملزم في الفن.

بذلك يتعمق الطالب في مجموعة متنوعة من المواضيع التي تساعده على الاقتراب من عالم الأزياء بحيادية ومعرفة، ومعرفة تأثيره التاريخي في المجالات الإنسانية. طوال التدريس بأكمله، سيتم تغطية جميع المراحل التي عبر فيها المجتمع عن نفسه من خلال طريقة لبسه، بالإضافة إلى الأسس الصحفية الأكثر صلة لمعرفة كيفية توصيل جميع الجوانب الجوهرية للقطاع بأكثر الطرق فعالية. شاملة قدر الإمكان.

سيتم خلال التدريس تحليل أشكال التواصل الجديدة في القرن الحادي والعشرين فيما يتعلق بعالم الأزياء، ودراسة شخصية المؤثر (Influencer) كعمود محوري للنشر الحديث. ستلعب شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا دورًا رائدًا، بدءًا من أشهرها مثل YouTube أو Facebook إلى الشبكات الجديدة مثل Tik Tok، مع نمو سريع في عدد المستخدمين.

لقب الماجستير الخاص الذي يتيح أيضًا مرونة تناوله 100% عبر الإنترنت، والتكيف مع التزامات الطالب وجداوله الزمنية وليس العكس. سيكون كل المحتوى التعليمي متاحًا أثناء التدريس، ويمكن تنزيله من أي جهاز متصل بالإنترنت.



سوف تتعلم المفاتيح التي أدت إلى إشادة القطاع بأكمله  
بالمؤثرين والصحفيين ونقاد الأزياء بفضل التواصل السلس  
والصادق"

تعقّق في الأحداث والحقائق التي جعلت الأزياء قطاعًا مهقًا لمجتمعنا.

ادرس شخصيات مثل Coco Chanel أو Christian Dior واكتشف المفاتيح التي قادتهم إلى أن يكونوا ناقلات للتغيير في مجال في تطور مستمر.



تتطور المجتمعات والأزياء هي أعظم انعكاس لذلك. تعلم كيفية نقل شغفك للآخرين من خلال الماجستير الخاص في الصحافة ونقد الأزياء"

البرنامج يضم، في أعضاء هيئة تدريسه محترفين في مجال الطاقات المتجددة يصبون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

وسيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريبًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي المهني في 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.



# 02 الأهداف

ستمكن درجة الماجستير الخاص في الصحافة ونقد الأزياء الطالب من التواصل، بطريقة دقيقة، مع جميع جوانب وتقلبات الأزياء التي يرغبون في نقلها، مع ملف شخصي متعلم تعليماً عالياً في التاريخ والاتجاهات والجوانب الرئيسية والشخصيات ذات الصلة القطاع. . بالتالي، سيتم تطوير المهارات اللازمة لمعرفة كيفية توصيل بعض قضايا الأزياء، وأي جمهور يجب استهدافه وعلى أي منصات يمكن القيام بذلك بشكل أكثر فعالية.





هدفك واضح: أن تكون أفضل متصل في الأزياء.  
ستمحك TECH كل ما تحتاجه حتى لا يغيب عن  
ذهنك هذا الهدف»

## الأهداف المحددة



- ♦ تحليل السياق العالمي للأزياء وكيفية تأثيرها على المجتمع
- ♦ فهم كيف تطورت الأزياء على مر السنين
- ♦ التعرف على الشخصيات العظيمة في عالم الأزياء من الذكور والإناث، والتي لا تزال مرجعًا حتى اليوم
- ♦ وضع التواصل في سياق الأزياء ووسائل الإعلام الرئيسية: من المجلات إلى الشبكات الاجتماعية الحديثة
- ♦ التعرف على القيم الصحفية الرئيسية في عالم الأزياء
- ♦ التعمق في علم النفس التواصلي وكيفية تطبيقه في العمل اليومي



## الأهداف المحددة



### الوحدة 1. تاريخ الملابس

- ♦ التعرف على الموارد اللغوية والتعبيرية المتعلقة بصناعة الملابس
- ♦ اختيار موارد البحث والابتكار لحل الأسئلة المطروحة ضمن وظائف الملابس واحتياجاتها وموادها
- ♦ تمييز العمليات النفسية في تطور القطع في تاريخ الملابس
- ♦ ربط اللغة الرسمية والرمزية بالوظائف في مجال الملابس
- ♦ إظهار العلاقة المتبادلة بين عناصر الملابس والمجالات الإنسانية
- ♦ تبرير التناقضات بين الملابس الفاخرة والقيم الأخلاقية
- ♦ التفكير في أثر الابتكار ونوعية إنتاج الملابس على نوعية الحياة والبيئة

### الوحدة 2. تاريخ سادة الأزياء

- ♦ التعرف على المصممين الأكثر أهمية في القرن العشرين
- ♦ التعمق في عملهم وأسلوبهم لدراسة الخصائص التي جعلتهم معروفين في جميع أنحاء العالم
- ♦ دراسة الأعمال الأكثر صلة بكل منها وخصائصها الجوهرية
- ♦ مناقشة أعمال الأزياء التي تتجاوز المفهوم التقليدي لفهم أهميتها في سياق تحديد الاتجاهات

### الوحدة 3. تاريخ الأزياء

- ♦ ربط اللغة الرسمية والرمزية بالوظائف في مجال الأزياء
- ♦ تبرير التناقضات بين الأزياء الفاخرة والقيم الأخلاقية
- ♦ التفكير في تأثير الابتكار وجودة إنتاج الأزياء والملابس الجاهزة والأزياء منخفضة التكلفة (Low cost) على نوعية الحياة والبيئة
- ♦ معرفة وتقدير الاستخدامات والطرق التاريخية التي تلجأ بها الأزياء إلى بناء الخيالات
- ♦ التعرف على كيفية أداء قراءات دلالية ودلالية صحيحة لصور الأزياء

### الوحدة 4. علاقة الأزياء بالفن

- ♦ معرفة اللغة والموارد التعبيرية للموضوع
- ♦ تعلّم كيفية اختيار موارد البحث والابتكار الأكثر ملاءمة بناءً على مشروع التصميم الذي يتم تنفيذه
- ♦ جمع الاستراتيجيات المنهجية والجمالية التي تساعد في تأسيس وتطوير العمليات الإبداعية
- ♦ التمييز بين العمليات النفسية والاجتماعية في تطور قطع الملابس
- ♦ ربط اللغة الرسمية والرمزية بالوظيفة في مجال الملابس
- ♦ فهم أهمية عمليات الملابس عبر التاريخ

### الوحدة 5. تاريخ سادة الأزياء

- ♦ التعرف على المصممين الأكثر أهمية في القرن العشرين
- ♦ التعرف على تاريخ وأشكال التمييز التي استخدمها هؤلاء المصممون ليصنفوا أنفسهم كعظماء الأزياء.
- ♦ التعرف على الأعمال الأكثر صلة بالموضوع، بالإضافة إلى المساهمات التي قدمها مصممو الأزياء العظماء في مجال الأزياء.
- ♦ تحليل وتحديد أعمال الأزياء المهمة كمورد ودعم في الجدل وإضفاء الطابع الرسمي على مفهوم الأزياء

### الوحدة 6. أساسيات الصحافة

- ♦ إتقان التقليد الصحفي منذ بداياته وحتى الوقت الحاضر، مع الاهتمام بوسائل الإعلام الرئيسية والصحفيين والتغطية الإخبارية ذات الصلة
- ♦ تحليل أنواع الصحف الموجودة ومحتوياتها
- ♦ توثيق عمليات المعلومات وإدارة التقنيات الجديدة المتعلقة بمعالجة المستندات
- ♦ التعرف على الأدوات الصحفية الرئيسية ومعايير اختيارها
- ♦ التعبير عن الرأي العام والتصرف بناءً عليه، باستخدام جميع الأساليب واللغات والدعم التكنولوجي المتاح للصحافة اليوم (الصحافة والإذاعة والتلفزيون والشبكات)
- ♦ معرفة وتحليل عناصر الصحافة

### الوحدة 9. قنوات الاتصال في الأزياء

- ♦ توفير اتصالات مباشرة وشخصية وكافية قادرة على تحقيق الأهداف المحددة لكل شبكة اجتماعية
- ♦ امتلاك رؤية محددة لكل من قنوات الاتصال الرقمية الموجودة حالياً
- ♦ فهم كيفية ممارسة التأثير من قناة الاتصال واستراتيجيات القوة الجديدة التي تمارس من البيئة الرقمية
- ♦ تحديد ظهور القناة السمعية البصرية كوسيلة رائدة بين الرأي العام

### الوحدة 10. علم نفس التواصل

- ♦ التعرف على حالة العالم وتطوره التاريخي وخصائصه ومعالمه الأساسية (السياسية والاقتصادية والثقافية)
- ♦ تنظيم المعرفة التواصلية المعقدة بطريقة متماسكة وعلاقتها بالعلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى
- ♦ تحليل النماذج والمراحل في علم النفس
- ♦ التعرف على المعالجة التلقائية للمعلومات

### الوحدة 7. الصحافة المتخصصة في الأزياء والرفاهية

- ♦ فهم التواصل الاستراتيجي وتطبيقه بمسؤولية أخلاقية ومهنية
- ♦ إنشاء علاقات عامة تخدم غرض التواصل ومعرفة كيفية عملها في قطاع الأزياء.
- ♦ قيادة فريق قادر على إنشاء حدث بالإضافة إلى تجربة مستخدم فريدة، سواء في البيئة المادية أو الرقمية
- ♦ التكيف مع ديناميكية الصحافة المتخصصة في مجالات الأزياء والجمال
- ♦ معرفة تطور العلاقات العامة وأحدث اتجاهات السوق
- ♦ تنمية مهارات التفاوض لإبرام الاتفاقيات التي تشكل رابطة اجتماعية

### الوحدة 8. المجلات

- ♦ معرفة الخصائص التي تحدد المجلة كوسيلة للصحافة المكتوبة وتصنيفها وتجزئة سوقها
- ♦ التعرف على التقاليد والخلفية التاريخية لتكنولوجيا الاتصالات المكتوبة والتصميم الصحفي
- ♦ تحليل وتحديد المكونات المختلفة للمجلة
- ♦ التعرف على المجلة وخصائصها وسوق النشر



مع كل المعرفة التي ستكتسبها في هذا الماجستير الخاص، ستتمكن من إنشاء مكان لنفسك في مجلات مثل Elle Fair، أو إنشاء علامة تجارية خاصة بك في مجال الأزياء"

# 03 الكفاءات

الفكرة الرئيسية وراء درجة الماجستير الخاص في الصحافة ونقد الأزياء هي تزويد الطالب بالعديد من المهارات المحددة من عالم الأزياء والمهارات العامة من عالم الصحافة، من أجل نقل مهارات الاتصال لديهم إلى الحد الأقصى وجعلها محاور مرموق بين الجمهور والأزياء الراقية. بالتالي، سيكون الطالب قادرًا على تمييز ما هو الأكثر أهمية عند نقل معلومات الأزياء وما يتوقعه جمهوره منه، مما يؤدي إلى تعظيم إمكاناته الكاملة.





سوف تقابل أفضل المصممين في العالم وستكون المتحدث باسمهم أمام عامة الناس الذين ينتظرون بفارغ الصبر معرفة كل المستجدات التي سيتم سردها بأسلوبك وأناقتك"



### الكفاءات العامة

- ♦ التعرف بعمق على عالم الأزياء، من أصوله إلى معناه الحديث
- ♦ تطبيق الأساسيات الرئيسية للصحافة في سياق الأزياء
- ♦ التعرف على الأنماط المختلفة في عالم الأزياء
- ♦ تطوير التواصل الفعال لجذب جمهور كبير بأسلوب متطور وخاص



سيعني هذا المؤهل العلمي قفزة في الجودة التي تحتاجها حياتك المهنية لتأمين مكان بين أفضل العاملين في مجال التواصل في مجال الأزياء"



## الكفاءات المحددة الكفاءات المحددة



- ♦ تطوير استراتيجيات جمالية تعتمد على التاريخ والمفاهيم الأساسية للأزياء
- ♦ التمييز بين السمات الأكثر تميزاً للأزياء في كل عصر
- ♦ التعرف بعمق على أعمال ومساهمات مصممي الأزياء الرئيسيين
- ♦ التطور في مجموعة متنوعة من المجالات المتباينة جداً، بدءاً من الأزياء الراقية وحتى الأزياء التقليدية والحرفية.
- ♦ التعرف على كيفية استخدام الأدوات الصحفية الرئيسية التي تتكيف مع مجال الأزياء بشكل صحيح
- ♦ التخطيط بشكل فعال لإجراءات تواصل محددة موجهة نحو الأزياء والجمال
- ♦ التعرف على الوسيلة الأفضل للتواصل وفقاً لما يتطلبه الموقف والمحتوى نفسه
- ♦ فهم كل الأجزاء التي تشكل عملية الاتصال وكيفية استخدامها بفعالية لصالحك



# الهيكل والمحتوى

تتألف درجة الماجستير الخاص هذه من 10 وحدات، والتي تنقسم بدورها إلى العديد من المواضيع المحددة، وتجمع كل المعلومات الجوهرية والتكميلية بحيث يتعلم الطالب واقع عالم الأزياء من منظور واسع وواعي. هذه فرصة فريدة لعرض حياتك المهنية على مستويات احترافية عالية ومع جماهير واسعة، والتي ستطلب وتتطلب كل المعرفة المتخصصة التي يوفرها هذا البرنامج.



منهج دراسي يغطي العديد من المجالات المختلفة التي  
يمكنك من خلالها أن تصبح خبيراً في الأزياء والتواصل "



## الوحدة 1. تاريخ الملابس

- 1.1. عصور ما قبل التاريخ
  - 1.1.1. المقدمة
  - 1.1.2. حضارات ما قبل التاريخ
  - 1.1.3. التجارة منذ عصور ما قبل التاريخ
  - 1.1.4. بذلة ما قبل التاريخ
  - 1.1.5. الجلود والفراء
  - 1.1.6. الأقمشة والتقنيات
  - 1.1.7. التوافق الزمني وأوجه التشابه في زي ما قبل التاريخ
- 2.1. العصر القديم: مصر وبلاد الرافدين
  - 1.2.1. مصر
  - 2.2.1. الشعب الآشوري
  - 3.2.1. الشعب الفارسي
- 3.1. العصر القديم: اليونان الكلاسيكية
  - 1.3.1. الزي الكريتية
  - 2.3.1. الأقمشة المستخدمة في اليونان القديمة
  - 3.3.1. الملابس اليونانية القديمة
  - 4.3.1. الملابس الداخلية اليونانية القديمة
  - 5.3.1. الأحذية اليونانية القديمة
  - 6.3.1. القبعات وأغطية الرأس من اليونان القديمة
  - 7.3.1. الألوان والحلي اليونانية القديمة
  - 8.3.1. مكملات اليونان القديمة
- 4.1. العصر القديم: الإمبراطورية الرومانية
  - 1.4.1. أقمشة روما القديمة
  - 2.4.1. الملابس الرومانية القديمة
  - 3.4.1. الملابس الداخلية الرومانية القديمة
  - 4.4.1. الأحذية الرومانية القديمة
  - 5.4.1. القبعات وأغطية الرأس من روما القديمة
  - 6.4.1. علاقة الوضع الاجتماعي واللباس في روما القديمة
  - 7.4.1. الطراز البيزنطي



- 5.1 العصور الوسطى العليا وأواخر العصور الوسطى
  - 1.5.1 السمات التاريخية العامة لفترة العصور الوسطى
  - 2.5.1 الزي في بداية العصور الوسطى
  - 3.5.1 الزي في العصر الكارولنجي
  - 4.5.1 الزي في العصر الروماني
  - 5.5.1 الزي القوطي
- 6.1 العصر الحديث: عصر النهضة والباروك والروكوكو
  - 1.6.1 القرنان الخامس عشر والسادس عشر: عصر النهضة
  - 2.6.1 القرن السابع عشر: الباروك
  - 3.6.1 القرن الثامن عشر: الروكوكو
- 7.1 العصر المعاصر: الكلاسيكية الجديدة والرومانسية
  - 1.7.1 صناعة الملابس
  - 2.7.1 Charles Fréderick Worth
  - 3.7.1 Jacqu  Doucet
  - 4.7.1 الملابس النسائية
  - 5.7.1 Josefina Bonaparte: الطراز الإمبراطوري
- 8.1 العصر المعاصر: العصر الفيكتوري والعصر الجميل (Belle  poque)
  - 1.8.1 الملكة Victoria
  - 2.8.1 الملابس الرجالية
  - 3.8.1 Dandy
  - 4.8.1 Paul Poiret
  - 5.8.1 Madeleine Vionnet
- 9.1 العصر المعاصر: من الملابس إلى الأزياء
  - 1.9.1 السياق الجديد والتغير الاجتماعي
  - 2.9.1 مصممي الأزياء
  - 3.9.1 Coco Chanel
  - 4.9.1 المظهر الجديد (New look)
- 10.1 العصر المعاصر: قرن المصممين والأزياء
  - 1.10.1 الملابس الحديثة
  - 2.10.1 صعود المصممين الأمريكيين
  - 3.10.1 مشهد لندن



## الوحدة 2. تاريخ سادة الأزياء

- 1.2 .1. Jeanne Lanvin
- 1.1.2 .1.1.2 السيره الذاتية
- 2.1.2 .2.1.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.1.2 .3.1.2 العمل والمساهمات
- 2.2 .2.2. Jeanne Paquin
- 1.2.2 .1.2.2 السيره الذاتية
- 2.2.2 .2.2.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.2.2 .3.2.2 العمل والمساهمات
- 3.2 .3.2. Emilie Flöge
- 1.3.2 .1.3.2 السيره الذاتية
- 2.3.2 .2.3.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.3.2 .3.3.2 العمل والمساهمات
- 4.2 .4.2. Madeleine Vionnet
- 1.4.2 .1.4.2 السيره الذاتية
- 2.4.2 .2.4.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.4.2 .3.4.2 العمل والمساهمات
- 5.2 .5.2. Gabrielle Chanel
- 1.5.2 .1.5.2 السيره الذاتية
- 2.5.2 .2.5.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.5.2 .3.5.2 العمل والمساهمات
- 6.2 .6.2. Elsa Schiaparelli
- 1.6.2 .1.6.2 السيره الذاتية
- 2.6.2 .2.6.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.6.2 .3.6.2 العمل والمساهمات
- 7.2 .7.2. Carolina Herrera
- 1.7.2 .1.7.2 السيره الذاتية
- 2.7.2 .2.7.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.7.2 .3.7.2 العمل والمساهمات

## الوحدة 3. تاريخ الأزياء

- 8.2 .8.2. Miuccia Prada
- 1.8.2 .1.8.2 السيره الذاتية
- 2.8.2 .2.8.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.8.2 .3.8.2 العمل والمساهمات
- 9.2 .9.2. Donatella Versace
- 1.9.2 .1.9.2 السيره الذاتية
- 2.9.2 .2.9.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.9.2 .3.9.2 العمل والمساهمات
- 10.2 .10.2. Stella McCartney
- 1.10.2 .1.10.2 السيره الذاتية
- 2.10.2 .2.10.2 السياق الذي تطورت فيه
- 3.10.2 .3.10.2 العمل والمساهمات
- 1.3 .1.3. من الملابس إلى الأزياء
- 1.1.3 .1.1.3 السياق الجديد والتغير الاجتماعي
- 2.1.3 .2.1.3 تحرير المرأة
- 3.1.3 .3.1.3 المفهوم الجديد لمصمم الأزياء
- 4.1.3 .4.1.3 بداية القرن العشرين
- 2.3 .2.3. الملابس الحديثة
- 1.2.3 .1.2.3 الملابس الحديثة
- 2.2.3 .2.2.3 صعود المصممين الأمريكيين
- 3.2.3 .3.2.3 مشهد لندن
- 4.2.3 .4.2.3 نيويورك في السبعينيات
- 5.2.3 .5.2.3 موضة الثمانينيات
- 6.2.3 .6.2.3 المجموعات الفاخرة المتعددة العلامات التجارية
- 7.2.3 .7.2.3 الأزياء الوظيفية
- 8.2.3 .8.2.3 الملابس الرياضية (Activewear)
- 9.2.3 .9.2.3 الأزياء والفن وثقافة البوب
- 10.2.3 .10.2.3 المشاهير
- 11.2.3 .11.2.3 التصوير الفوتوغرافي والإنترنت

- 9.3 تأثير الأزياء
  - 1.9.3 صناعة النسيج
  - 2.9.3 العلاقة بين الفن والأزياء
  - 3.9.3 الأزياء والمجتمع
  - 10.3 نظرية الأزياء ونقدها
    - 1.10.3 المصممون الحاليون وتأثيرهم
    - 2.10.3 الاتجاهات الحالية
    - 3.10.3 تفاهة الأزياء

#### الوحدة 4. علاقة الأزياء بالفن

- 1.4 تصور وتحليل الأعمال الفنية
  - 1.1.4 العمل الفني في سياقه التاريخي
  - 2.1.4 Trecento الإيطالي
  - 3.1.4 Quattrocento الإيطالي
  - 2.4 أساسيات الملابس الحديثة
    - 1.2.4 الإقـلـاع الاقتصادي: ديناميكية وتخصـص تجارة الملابس
    - 2.2.4 تعزيز الأنظمة الملكية
      - 1.2.2.4 المحاكم الأميرية
      - 2.2.2.4 البرغندي
      - 3.2.2.4 تاج Aragón
    - 3.2.4 العوامل الثقافية والاجتماعية
      - 1.3.2.4 التنافس الطبقي
      - 2.3.2.4 علاقات الحب الجديدة
  - 3.4 ذروة التجارة
    - 1.3.4 Cinquecento الإيطالي
    - 2.3.4 السيطرة الأسبانية
    - 3.3.4 الازدهار التجاري: البرجوازية التجارية والمالية
    - 4.3.4 بدايات الثورة الصناعية (القرنان السابع عشر والثامن عشر)
  - 4.4 التصنيع
    - 1.4.4 الرسم والنحت الباروكي
    - 2.4.4 الرسم والنحت الروكوكو
    - 3.4.4 تنظيم ووضع أولى المصنوعات المملوكة للدولة في أوروبا
    - 4.4.4 وضع دول البحر الأبيض المتوسط في الأزمة الاقتصادية في القرن السابع عشر
    - 5.4.4 وضع الدول البروتستانتية في اقتصاد القرن السابع عشر

- 3.3 سادة الأزياء العظماء
  - 1.3.3 Jeanne Lanvin
  - 2.3.3 Jeanne Paquin
  - 3.3.3 Emilie Flöge
  - 4.3.3 Madeleine Vionnet
  - 5.3.3 Gabrielle Chanel
  - 6.3.3 Elsa Schiaparelli
  - 7.3.3 Carolina Herrera
  - 4.3 سادة الأزياء العظماء
    - 1.4.3 Charles Fréderick Worht
    - 2.4.3 Jacquet Doucet
    - 3.4.3 Paul Poiret
    - 4.4.3 Cristóbal Balenciaga
    - 5.4.3 Christian Dior
    - 6.4.3 Karl Lagerfeld
    - 7.4.3 Alexander McQueen
  - 5.3 تصميم الأزياء الراقية (Haute couture)
    - 1.5.3 تاريخ تصميم الأزياء الراقية (Haute couture)
    - 2.5.3 اتحاد الأزياء الراقية والأزياء
    - 3.5.3 أعضاء الاتحاد
    - 4.5.3 من الأزياء الراقية (Haute couture) إلى الملابس الجاهزة (Prêt-à-porter)
  - 6.3 الحرف
    - 1.6.3 المنسوجات كفن
    - 2.6.3 الحرف اليدوية التي تكمل الفستان
    - 3.6.3 الفنانون والحرفيون المرتبطون بالأزياء
  - 7.3 الأزياء السريعة (Fast-Fashion)
    - 1.7.3 تاريخ وأصل الأزياء السريعة (FastFashion)
    - 2.7.3 نموذج أعمال الأزياء السريعة (FastFashion)
    - 3.7.3 تأثير الأزياء السريعة (FastFashion) على العالم
  - 8.3 الإعلان والتصوير الفوتوغرافي في الأزياء
    - 1.8.3 النماذج الأولية والقوالب النمطية
    - 2.8.3 صورة الأزياء
    - 3.8.3 التواصل البصري للموضة
    - 4.8.3 مصوري الأزياء العظماء

5.4. التوضيحي

- 1.5.4. تطور وتأثيرات السياسة الفرنسية في أوروبا في القرن السابع عشر
- 2.5.4. العواقب السياسية والدينية للتتوير
- 3.5.4. التقدم التكنولوجي والعلمي في القرن الثامن عشر
- 1.3.5.4. التأثيرات على المجتمع والاقتصاد

6.4. بدايات تصميم الأزياء

- 1.6.4. المستهلكون الكبار في القرن التاسع عشر: الارتباك في الملابس
- 2.6.4. التقليد والتمايز التنافسي بين الطبقات الاجتماعية
- 3.6.4. لوحة رومانسية وواقعية
- 4.6.4. بدايات تصميم الأزياء
- 5.6.4. التجديد التصويري والزخرفي في النصف الثاني من القرن التاسع عشر

7.4. الثورة الصناعية

- 1.7.4. الانطباعيون وما بعد الانطباعيين
- 2.7.4. التغيير في الهياكل السياسية والاجتماعية منذ الثورة الفرنسية
- 3.7.4. التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي أنتجت مع الثورة الصناعية الأولى
- 4.7.4. الثورة الصناعية الأولى
- 5.7.4. الثورة الصناعية الثانية: الرأسمالية الكبرى
- 6.7.4. البرجوازية والبروليتاريا في القرن التاسع عشر

8.4. الفن الحديث

- 1.8.4. بداية القرن العشرين
- 2.8.4. التكعيبية
- 3.8.4. التعبير التجريدي
- 4.8.4. السريالية
- 5.8.4. التشكيلية الجديدة
- 6.8.4. البنائية الروسية
- 7.8.4. الحركة الحديثة
- 8.8.4. تصميم الأزياء
- 9.8.4. قرن مصممي الأزياء

9.4. ما بعد الحداثة

- 1.9.4. التجريد بعد التصويرية
- 2.9.4. الفن البصري
- 3.9.4. الحدوتية
- 4.9.4. فن البوب (Pop art)
- 5.9.4. تطوير التكنولوجيا
- 6.9.4. ما بعد الحداثة
- 7.9.4. حالة المرأة في الحرب العالمية الأولى
- 10.4. العولمة

- 1.10.4. التغييرات الثقافية والجنسية في عقود الخمسينيات والستينيات والسبعينيات من القرن العشرين
- 2.10.4. طريقة الحياة الأمريكية
- 3.10.4. التقدم التكنولوجي والعلمي بعد الحرب العالمية الثانية

الوحدة 5. تاريخ سادة الأزياء

1.5. Charles Fréderick Worht

- 1.1.5. السيره الذاتية
- 2.1.5. السياق الذي تطورت فيه
- 3.1.5. العمل والمساهمات

2.5. Jacquet Doucet

- 1.2.5. السيره الذاتية
- 2.2.5. السياق الذي تطورت فيه
- 3.2.5. العمل والمساهمات

3.5. Mariano Fortuny

- 1.3.5. السيره الذاتية
- 2.3.5. السياق الذي تطورت فيه
- 3.3.5. العمل والمساهمات

4.5. Paul Poiret

- 1.4.5. السيره الذاتية
- 2.4.5. السياق الذي تطورت فيه
- 3.4.5. العمل والمساهمات

5.5. Jean Patou

- 1.5.5. السيره الذاتية
- 2.5.5. السياق الذي تطورت فيه
- 3.5.5. العمل والمساهمات

- 2.6. الأدوات الصحفية الرئيسية
  - 1.2.6. المقدمة
  - 2.2.6. الأدوات الصحفية الرئيسية
  - 3.2.6. معايير الاختيار
  - 1.3.2.6. ما هم؟
  - 2.3.2.6. التصنيفات
  - 3.3.2.6. العلاقة مع الأحداث الجارية
- 3.6. عناصر الصحيفة
  - 1.3.6. المقدمة
  - 2.3.6. عناصر الصحيفة
  - 3.3.6. عناصر مختلفة
- 4.6. الصحفي وقدراته أو مهاراته الصحفية
  - 1.4.6. المقدمة
  - 2.4.6. الصحفي ومهاراته أو قدراته الصحفية
  - 3.4.6. مناقشة حول المهنة الصحفية
  - 4.4.6. السلوكيات
  - 1.4.4.6. المواقف العملية
  - 2.4.4.6. المواقف الفكرية والأخلاقية
- 5.6. تنظيم الصحيفة
  - 1.5.6. المقدمة
  - 2.5.6. هيكلان في واحد: الشركة ومكتب التحرير
  - 3.5.6. مبادئ التحرير
  - 4.5.6. اللوائح التحريرية
  - 1.4.5.6. أدوار التحرير
  - 5.5.6. الخاتمة: من النسخة الرقمية إلى النسخة الرقمية
- 6.6. العمل الصحفي
  - 1.6.6. المقدمة
  - 2.6.6. العمل الصحفي
  - 3.6.6. ما هو مكتب التحرير وكيف يتم تنظيمه؟
  - 4.6.6. يوميًا
  - 5.6.6. التخطيط على المدى الطويل

- 6.5. Cristóbal Balenciaga
  - 1.6.5. السيرة الذاتية
  - 2.6.5. السياق الذي تطورت فيه
  - 3.6.5. العمل والمساهمات
  - 7.5. Christian Dior
    - 1.7.5. السيرة الذاتية
    - 2.7.5. السياق الذي تطورت فيه
    - 3.7.5. العمل والمساهمات
  - 8.5. Karl Lagerfeld
    - 1.8.5. السيرة الذاتية
    - 2.8.5. السياق الذي تطورت فيه
    - 3.8.5. العمل والمساهمات
  - 9.5. Yves Saint Laurent
    - 1.9.5. السيرة الذاتية
    - 2.9.5. السياق الذي تطورت فيه
    - 3.9.5. العمل والمساهمات
  - 10.5. Alexander McQueen
    - 1.10.5. السيرة الذاتية
    - 2.10.5. السياق الذي تطورت فيه
    - 3.10.5. العمل والمساهمات

## الوحدة 6. أساسيات الصحافة

- 1.6. تعريف الصحف وأنواعها
  - 1.1.6. المقدمة: دراسة الاتصال كعلم اجتماعي
  - 2.1.6. المفاهيم الرئيسية: الاتصال والإعلام والصحافة
  - 3.1.6. وسائل الإعلام وعلاقتها بالمجتمع
  - 4.1.6. الصحف وعلاقتها بوسائل الإعلام الأخرى
  - 5.1.6. تعريف وخصائص المجلة
    - 1.5.1.6. التاريخ
    - 2.5.1.6. المواضيع
    - 3.5.1.6. سعر البيع
    - 4.5.1.6. الشكل
  - 6.1.6. محتويات اليوميات
    - 1.6.1.6. الأقسام



- 6.6.6 العمل الفردي والجماعي
- 1.6.6.6 الوظائف الفردية
- 2.6.6.6 الأعمال الجماعية
- 3.6.6.6 كتب النمط
- 7.6 الأخلاق الصحفية
- 1.7.6 المقدمة
- 2.7.6 الأصل والتطور التاريخي
- 1.2.7.6 تقرير Hutchins
- 2.2.7.6 تقرير McBride
- 3.7.6 طريقة لتنظيم المهنة
- 4.7.6 وظائف التنظيم الذاتي
- 5.7.6 قواعد الأخلاق
- 8.6 أنواع الصحافة
- 1.8.6 المقدمة
- 2.8.6 صحافة التحقيق
- 1.2.8.6 صفات الصحفي الاستقصائي
- 2.2.8.6 Williams مخطط
- 3.2.8.6 تقنيات البحث والابتكار
- 3.8.6 الصحافة الدقيقة
- 1.3.8.6 التخصصات الصحفية الدقيقة
- 4.8.6 صحافة الخدمة
- 1.4.8.6 الميزات الموضوعية
- 5.8.6 التخصص الصحفي
- 6.8.6 تطوير المعلومات المتخصصة
- 9.6 الصحافة والبلاغة
- 1.9.6 المقدمة
- 2.9.6 الفصل بين المعلومات والرأي
- 3.9.6 نظريات الأنواع الصحفية
- 4.9.6 مساهمات البلاغة
- 5.9.6 الكلام أو فن الخطابة

- 10.6. الصحافة كفاعل سياسي
  - 1.10.6. المقدمة
  - 2.10.6. الصحيفة حسب المنظرين
  - 3.10.6. الصحيفة فاعل في الصراع
  - 1.3.10.6. الصحيفة كوسيلة تواصل
  - 2.3.10.6. الصحيفة على المستويات الخارجية، المشتركة، الداخلية
  - 4.10.6. الصحيفة كصناعة للسلام
  - 1.4.10.6. آلية الإنذار
  - 2.4.10.6. خالق الأجواء، مُعبئ من أجل السلام
  - 5.10.6. الصحيفة كنظام معقد لخلق وحل المشكلات
  - 6.10.6. الصحيفة كمؤسسة تيشيرية
  - 7.10.6. الصحيفة هي قمة مثلث علاقات الحب والكراهية
  - 8.10.6. الصحيفة باعتبارها الراوي والمشارك في الصراعات
  - 11.6. الصحافة كفاعل اجتماعي
    - 1.11.6. المقدمة
    - 2.11.6. الصحيفة كمتبرمج ووسيط
    - 3.11.6. الصحيفة كعضو في النظام السياسي وكنظام شبه سياسي
    - 4.11.6. الصحيفة باعتبارها مخبرًا ومحاوَرًا سياسيًا زائفًا
    - 5.11.6. الصحيفة باعتبارها متلقية لسياسات الاتصال الخاصة بالجهات الاجتماعية الفاعلة الأخرى

## الوحدة 7. الصحافة المتخصصة في الأزياء والرفاهية

- 1.7. الاتصال في الصحافة المتخصصة
  - 1.1.7. وسائل الإعلام المتخصصة في الأزياء والجمال، الصحافة النسائية
  - 2.1.7. دور وكالة الاتصالات في الاتصال
  - 3.1.7. القيمة الحالية للصحافة دون اتصال
- 2.7. تطور نماذج الاتصال في العلاقات العامة
  - 1.2.7. مفهوم العلاقات العامة
  - 2.2.7. المنهج النظري لنماذج العلاقات العامة الكلاسيكية (Hunt و Grunig)
  - 3.2.7. نحو نهج جديد للعلاقات العامة، النموذج الخامس
- 3.7. التواصل المثني في العلاقات العامة
  - 1.3.7. عنصر مقنع وغني بالمعلومات في العلاقات العامة
  - 2.3.7. الفرق بين العلاقات العامة والنشاط الصحفي
  - 3.3.7. وظيفة العلاقات العامة مقابل وظيفة التسويق والإعلان



## الوحدة 8. المجلات

- 1.8. ما هي المجلة
  - 1.1.8. المقدمة
  - 2.1.8. ما هي المجلة. خصوماتها وسوق النشر
  - 3.1.8. مواصفات المجلة
  - 4.1.8. سوق المجلات: قضايا عامة
  - 5.1.8. مجموعات نشر المجلات الكبيرة
- 2.8. قارئ المجلة
  - 1.2.8. المقدمة
  - 2.2.8. قارئ المجلة
  - 3.2.8. البحث عن القارئ والاحتفاظ به
  - 4.2.8. قارئ المجلات المطبوعة
  - 5.2.8. قارئ المجلة الرقمية
  - 6.2.8. القراء والإعلان
- 3.8. إنشاء وحياتة المجلة
  - 1.3.8. المقدمة
  - 2.3.8. إنشاء المجلة
  - 3.3.8. الاسم
  - 4.3.8. دورة حياة المجلة
- 4.8. تجزئة المجلات وتخصصها
  - 1.4.8. المقدمة
  - 2.4.8. تجزئة المجلات وتخصصها
  - 3.4.8. أنواع المجلات
  - 1.3.4.8. المجلات الثقافية
  - 2.3.4.8. مجلات القلب
  - 3.3.4.8. المكملات
- 5.8. هيكل المجلات ومحتوياتها
  - 1.5.8. المقدمة
  - 2.5.8. البقعة
  - 3.5.8. الهيكل
  - 4.5.8. المحتوى

- 4.7. أدوات التواصل مع الصحافة
  - 1.4.7. المكتب الصحفي وعمله
  - 2.4.7. المواد المفيدة في الصحفية
  - 3.4.7. كيفية بناء بيان صحفي فعال
- 5.7. تخطيط واستراتيجية الاتصالات في الأزياء والجمال
  - 1.5.7. الدراسة السابقة: تحليل الإحاطة (Briefing)
  - 2.5.7. طريقة التواصل والتصرف والتحويل والجذب (RACE)
  - 3.5.7. خطة التواصل
- 6.7. إجراءات التواصل والأحداث للأزياء والجمال
  - 1.6.7. أنواع التواصل في خدمة العلامات التجارية
  - 2.6.7. معايير اختيار إجراءات التواصل
  - 3.6.7. تصميم الأنشطة و وضع جدول الأعمال في مجال التجميل و الأزياء
- 7.7. قياس النتائج
  - 1.7.7. الحاجة إلى مراقبة العلاقات العامة
  - 2.7.7. أدوات القياس الكمي الكلاسيكية: القص (Clipping) وقيمة الإعلان المكافئ (VPE)
  - 3.7.7. أهمية التقييم النوعي
- 8.7. أخطاء يجب تجنبها في الاتصال ومجال العلاقات العامة
  - 1.8.7. التقليل من أهمية وسائل الإعلام
  - 2.8.7. المحتوى الزائد وعدم الأهمية
  - 3.8.7. الارتجال مقابل التخطيط
- 9.7. الأخلاق والمنظور النفسي والاجتماعي
  - 1.9.7. العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: بين التقدم والرفاهية الاجتماعية
  - 2.9.7. المسؤولية الاجتماعية والعلاقات العامة
  - 3.9.7. أخلاقيات العلاقات العامة: الوعي الذاتي والاستقلال والالتزام
- 10.7. أحدث الاتجاهات والدراسات في العلاقات العامة
  - 1.10.7. العلاقات العامة الجديدة، أكثر «اجتماعية» من أي وقت مضى
  - 2.10.7. التواصل العاطفي والتسويق العصبي (Neuromarketing)
  - 3.10.7. اللحظات (Insights) الأساسية من المستهلكين اليوم

- 2.9 اختيار قناة الاتصال: نظرية أبحاث فورستر
  - 1.2.9 الرأي العام الجديد: قيادة الجماهير واحدة تلو الأخرى
  - 2.2.9 ما هي نظرية Forrester؟
  - 3.2.9 تطبيق نظرية أبحاث Forrester على صناعة الأزياء
- 3.9 قوة اللغة السمعية البصرية والتواصل غير اللفظي
  - 1.3.9 تزايد حصة السوق من الاتصالات غير اللفظية
  - 2.3.9 تأثير الرسالة السمعية البصرية على الأزياء
  - 3.3.9 تكوين الخطاب الفوتوغرافي على شبكات التواصل الاجتماعي
  - 4.9 تطور وتشغيل الشبكات الاجتماعية في صناعة الأزياء
    - 1.4.9 مراحل ظهور وتطور الإنترنت
    - 2.4.9 استراتيجية متعددة القنوات داخل الشبكات الاجتماعية للأزياء
    - 3.4.9 ما هي الشبكة الاجتماعية؟ الاختلافات مع القنوات التقليدية
    - 5.9 Facebook، قاعدة البيانات الكبيرة
      - 1.5.9 التواصل العرضي
      - 2.5.9 مصلحة المجتمع
      - 3.5.9 نماذج الوجود على Facebook
- 6.9 Instagram، أكثر بكثير من صور الأزياء
  - 1.6.9 الرسائل العاطفية وإدارة التعاطف
  - 2.6.9 العلاقة الحميمة للصور اليومية
  - 3.6.9 التآلق في الشبكة الاجتماعية الأكثر أهمية للأزياء
- 7.9 المحتوى المهني لـ LinkedIn
  - 1.7.9 إنشاء العلامة التجارية الشخصية
  - 2.7.9 رسائل معرفية في علامة تجارية للأزياء
  - 3.7.9 إدارة العلاقات مع المنافسة
- 8.9 تسييس Twitter
  - 1.8.9 التواصل المتسرع والمتعدد الاتجاهات
  - 2.8.9 الرسالة المباشرة وإنشاء المحتوى في 02 حرفاً
  - 3.8.9 تأثير العناوين: من العمق إلى الخفة
- 9.9 TikTok، ما وراء الجيل Z
  - 1.9.9 الثورة السمعية والبصرية وتسارع التغييرات في المظهر في سياق الأزياء البطيء (Slow fashion)
  - 2.9.9 إضفاء الطابع الديمقراطي على صناعة المحتوى السمعي البصري
  - 3.9.9 الأزياء كحدث إخباري وجدري بالاهتمام

- 6.8 ولادة المجلات وتطويرها في أوروبا والولايات المتحدة
  - 1.6.8 المقدمة
  - 2.6.8 البدايات: بين القرنين السادس عشر والثامن عشر. من العلاقات إلى الجرائد
  - 3.6.8 القرن التاسع عشر في أوروبا
  - 4.6.8 توازن القرن التاسع عشر
  - 7.8 القرن العشرين: توحيد المجلة الحديثة
    - 1.7.8 المقدمة
    - 2.7.8 العقود الأولى من القرن العشرين في المجلات الأوروبية
    - 3.7.8 الولايات المتحدة بين عشرينيات وستينيات القرن العشرين: طفرة المجلات الثانية
    - 4.7.8 أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية: مجلات من الأربعينيات
    - 5.7.8 من الستينيات فصاعداً: المجلة المتجددة
    - 8.8 معالم في تاريخ المجلة الأمريكية
      - 1.8.8 المقدمة
      - 2.8.8 National Geographic، علامة فارقة في المجلات الشعبية
      - 3.8.8 الوقت، علامة فارقة في المعلومات الأسبوعية أو المجلات الإخبارية (Magazine)
      - 4.8.8 مجلة Reader's Digest، علامة فارقة في مجلات المجلات
      - 5.8.8 The New Yorker، علامة فارقة في مجلات الرأي والثقافة
- 9.8 المجلات في أوروبا
  - 1.9.8 المقدمة
  - 2.9.8 الترويج
  - 3.9.8 المجلات الرئيسية حسب البلد
  - 10.8 المجلات في أمريكا اللاتينية
    - 1.10.8 المقدمة
    - 2.10.8 الأصل
    - 3.10.8 المجلات الرئيسية حسب البلد

## الوحدة 9. قنوات الاتصال في الأزياء

- 1.9 التأثير واستراتيجيات القوة الأخرى في القنوات الرقمية الجديدة
  - 1.1.9 استراتيجيات القوة المرتبطة باتصالات الأزياء
  - 2.1.9 ممارسة التأثير في مجال الشبكات الاجتماعية
  - 3.1.9 إدارة القادة الرقميين الجدد: مؤثرو (Influencers) الأزياء

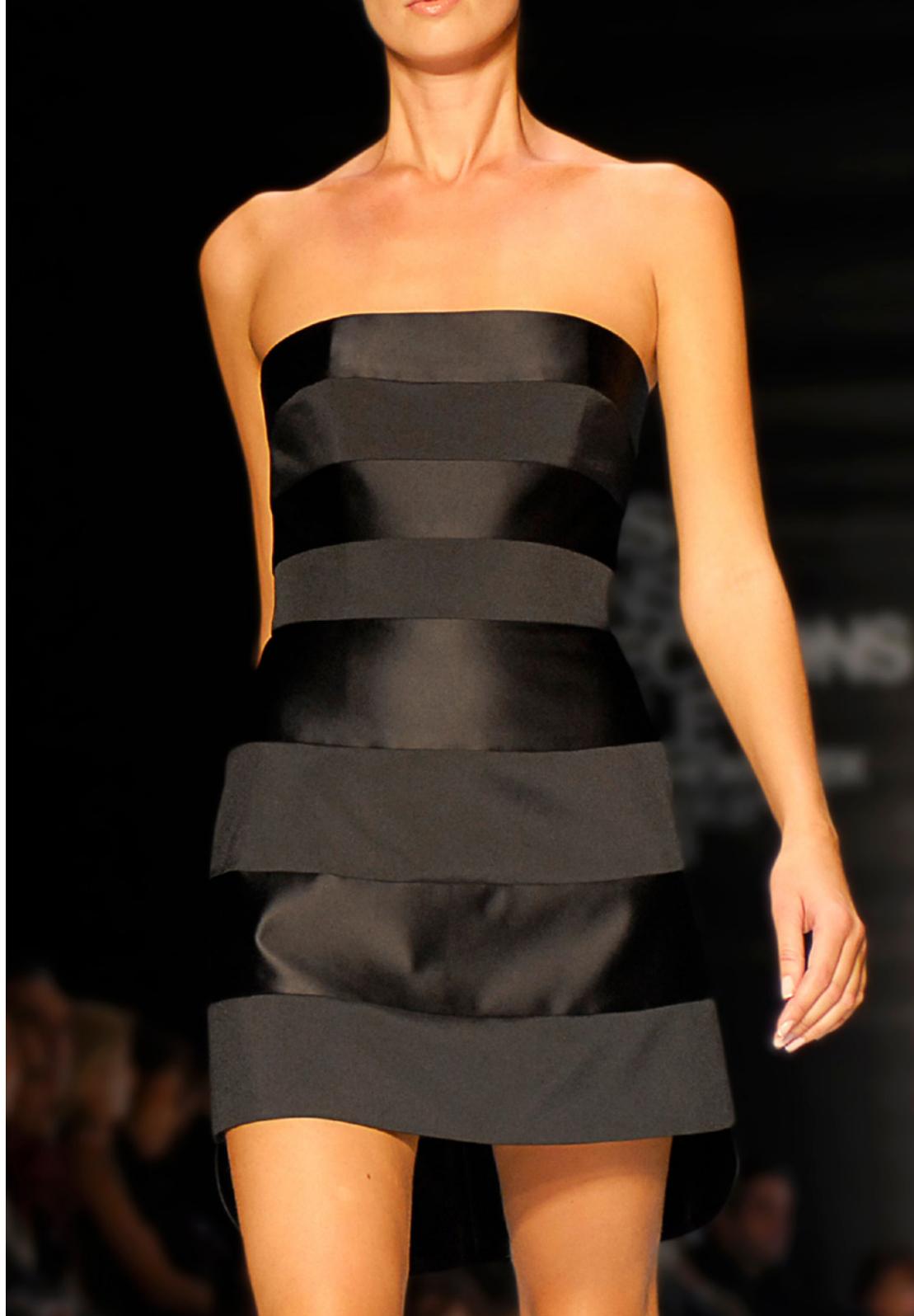
- 10.9 . Youtube, كأساس للمحتوى السمعي البصري  
 1.10.9 . إدارة التوقعات فيما يتعلق بإنشاء المحتوى السمعي البصري  
 2.10.9 . خريطة المحتوى على Youtube عن الأزياء والجمال والرفاهية  
 3.10.9 . الاتجاهات الجديدة في الرأي العام: أصحاب النفوذ الجزئي

## الوحدة 10. علم نفس التواصل

- 1.10 . تاريخ علم النفس  
 1.1.10 . المقدمة  
 2.1.10 . نبدأ بدراسة علم النفس  
 3.1.10 . العلم في التطور التغيرات التاريخية والنموذجية  
 4.1.10 . النماذج والمراحل في علم النفس  
 5.1.10 . العلوم المعرفية  
 2.10 . علم النفس الاجتماعي  
 1.2.10 . المقدمة  
 2.2.10 . البدء بدراسة علم النفس الاجتماعي: التأثير  
 3.2.10 . التعاطف والإيثار وسلوك المساعدة  
 3.10 . الإدراك الاجتماعي  
 1.3.10 . المقدمة  
 2.3.10 . التفكير والمعرفة، احتياجات حيوية  
 3.3.10 . الإدراك الاجتماعي  
 4.3.10 . تنظيم المعلومات  
 5.3.10 . الفكر: نموذجي أو قاطع  
 6.3.10 . الأخطاء التي نرتكبها عند التفكير: التحيزات الاستدلالية  
 7.3.10 . المعالجة التلقائية للمعلومات  
 4.10 . علم نفس الشخصية  
 1.4.10 . المقدمة  
 2.4.10 . ما هو الأنا؟ الهوية والشخصية  
 3.4.10 . الوعي الذاتي  
 4.4.10 . احترام الذات  
 5.4.10 . معرفة الذات  
 6.4.10 . المتغيرات الشخصية في تكوين الشخصية  
 7.4.10 . المتغيرات الاجتماعية الكلية في تكوين الشخصية  
 8.4.10 . منظور جديد في دراسة الشخصية. الشخصية الروائية
- 5.10 . المشاعر  
 1.5.10 . المقدمة  
 2.5.10 . ما الذي نتحدث عنه عندما نكون متحمسًا؟  
 3.5.10 . طبيعة العواطف  
 1.3.5.10 . العاطفة كتحضير للعمل  
 4.5.10 . العواطف والشخصية  
 5.5.10 . من منظور آخر. المشاعر الاجتماعية  
 6.10 . علم نفس التواصل. الإقناع وتغيير المواقف  
 1.6.10 . المقدمة  
 2.6.10 . الافعال  
 3.6.10 . النماذج التاريخية في دراسة الاتصال المقنع  
 4.6.10 . نموذج احتمال التفصيل  
 5.6.10 . عمليات الاتصال من خلال وسائل الإعلام  
 1.5.6.10 . منظور تاريخي  
 7.10 . المرسل  
 1.7.10 . المقدمة  
 2.7.10 . مصدر التواصل المقنع  
 3.7.10 . خصائص المصدر. المصدقية  
 4.7.10 . خصائص المصدر. الجاذبية  
 5.7.10 . خصائص المصدر. القوة  
 6.7.10 . عمليات التواصل المقنع. الآليات القائمة على الإدراك الأولي  
 7.7.10 . عمليات جديدة في الاتصال. الآليات القائمة على الإدراك الثانوي  
 8.10 . الرسالة  
 1.8.10 . المقدمة  
 2.8.10 . نبدأ بدراسة تكوين الرسالة  
 3.8.10 . أنواع الرسائل: الرسائل العقلانية مقابل الرسائل العاطفية  
 4.8.10 . الرسائل العاطفية والتواصل: الرسائل المسببة للخوف

- 9.10. المستقبل
  - 1.9.10. المقدمة
  - 2.9.10. دور المتلقي حسب النموذج الاحتمالي التفصيلي
  - 3.9.10. احتياجات ودوافع المتلقي: أثرها في تغيير اتجاهاته
  - 4.9.10. الحاجة إلى التقدير والتواصل
  - 10.10. مناهج جديدة لدراسة الاتصالات
    - 1.10.10. المقدمة
    - 2.10.10. المعالجة غير الواعية للمعلومات. العمليات التلقائية
    - 3.10.10. قياس العمليات التلقائية في الاتصالات
    - 4.10.10. الخطوات الأولى في النماذج الجديدة
    - 5.10.10. نظريات أنظمة المعالجة المزدوجة
    - 1.5.10.10 أوجه القصور الرئيسية لنظريات الأنظمة المزدوجة

لديك بالفعل السلوك والحماس اللازمين للنجاح في  
التواصل، والآن تحتاج فقط إلى المعرفة الصحيحة لتكون  
نجمًا في العالم الصحفي لنقد الأزياء"



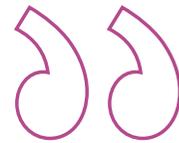
# المنهجية

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 تطلباً 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 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 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 (نتعلّم 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 بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

#### المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها 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

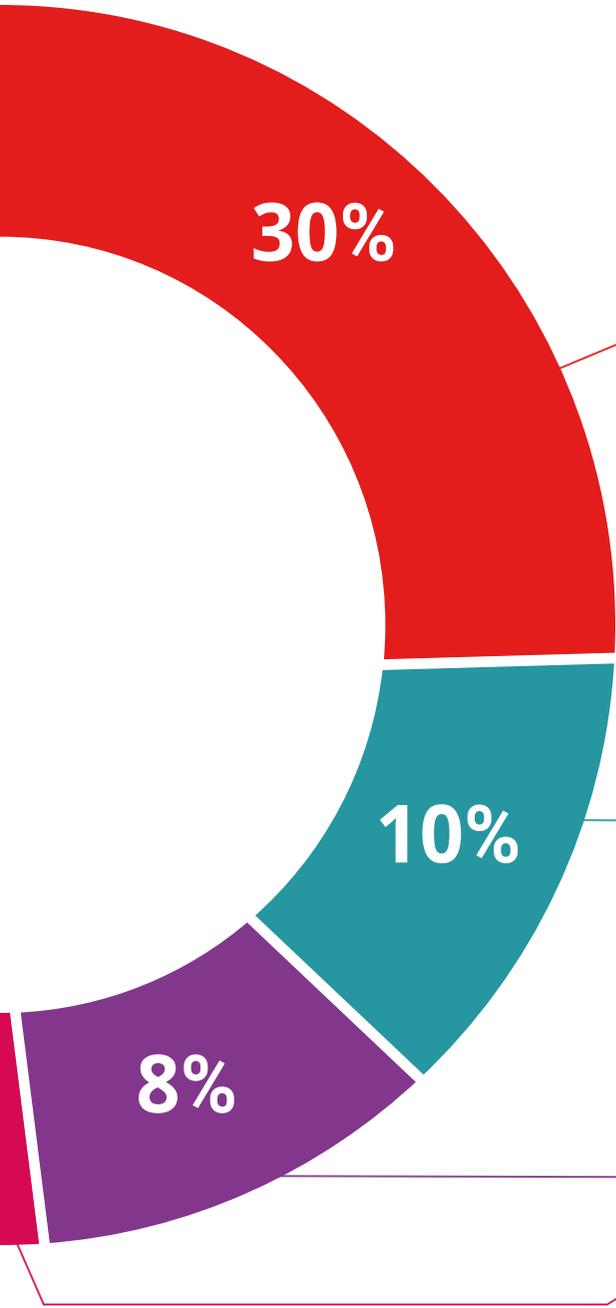


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

#### 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.



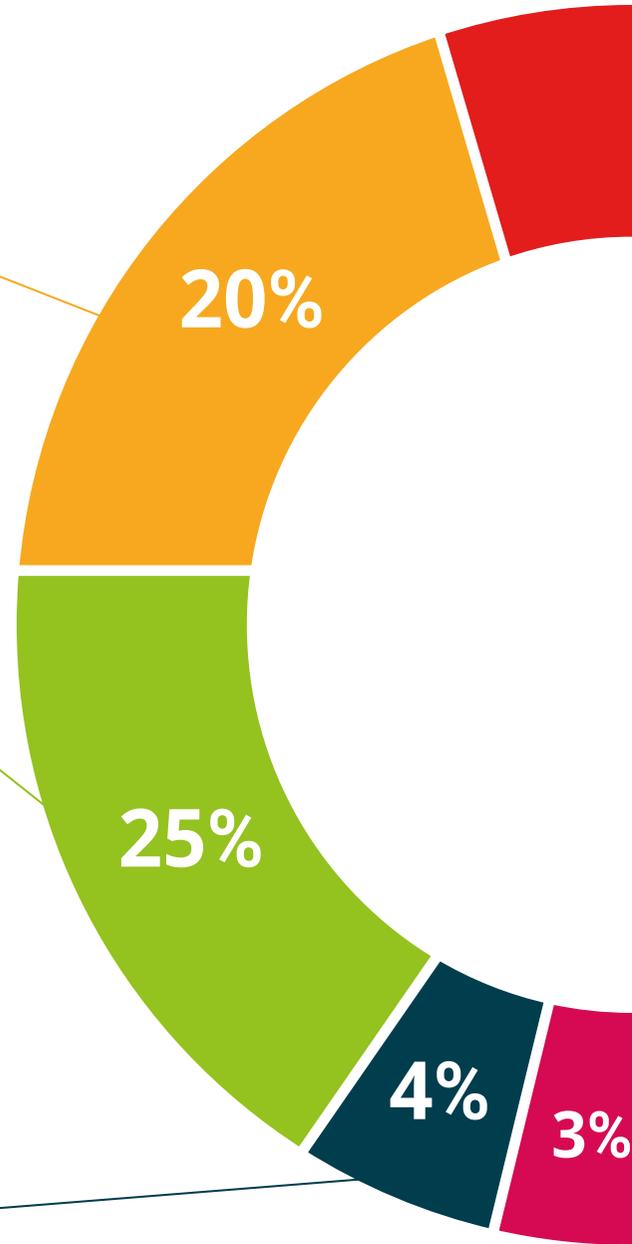
#### ملخصات تفاعلية

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

تضمن درجة الماجستير الخاص في الصحافة ونقد الأزياء، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وتحديثًا، الوصول إلى درجة الماجستير الخاص الصادرة 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 برنامج الماجستير الخاص وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: **ماجستير خاص في الصحافة ونقد الأزياء**

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: **1500 ساعة**

تحتوي درجة الماجستير الخاص في الصحافة ونقد الأزياء على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحدائث في السوق. بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب على درجة ماجستير خاص الصادرة عن **TECH الجامعة التكنولوجية** عن طريق البريد \* مع إشعار بالاستلام.

**ماجستير خاص في الصحافة ونقد الأزياء**

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
الدورة	المادة	نوع المادة	عدد الساعات
1 <sup>ة</sup>	التاريخ المعاصر	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	التاريخ معناه الأزياء	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	تاريخ الأزياء	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	عقبة الأزياء بالنص	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	تاريخ معناه الأزياء	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	الممارسات الصحفية	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	الصحافة المتخصصة في الأزياء وإعلامية	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	الصحافة	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	مقومات العمل في الأزياء	إجباري	150
1 <sup>ة</sup>	علم نفس التواصل	إجباري	150

نوع المادة	عدد الساعات
إجباري	1500
(OP) إختياري	0
(PR) الممارسات الخارجية	0
(TFM) مشروع تخرج الماجستير	0
<b>الإجمالي</b>	<b>1500</b>

**tech** الجامعة التكنولوجية

*Tere Guevara Navarro*  
رئيس الجامعة

**tech** الجامعة التكنولوجية

**شهادة تخرج**  
هذه الشهادة ممنوحة إلى  
ر  
المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....

لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج  
ماجستير خاص  
في  
الصحافة ونقد الأزياء

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

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

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

APWOR238\_techinstitute.com/certificates  
المؤهل العلمي الخاص بالجامعة

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الجامعة  
التكنولوجية  
tech

الحاضر

الابتكار

الحاضر

الجودة

ماجستير خاص

الصحافة ونقد الأزياء

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« فوايد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

لغات

# ماجستير خاص الصحافة ونقد الأزياء