

# محاضرة جامعية استراتيجية التسويق الرقمي

**tech** الجامعة  
التكنولوجية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## محاضرة جامعية استراتيجية التسويق الرقمي

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtute.com/ae/design/postgraduate-certificate/digital-marketing-strategy](http://www.techtute.com/ae/design/postgraduate-certificate/digital-marketing-strategy)

# الفهرس

01

المقدمة

صفحة 4

02

الأهداف

صفحة 8

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 16

05

المنهجية

صفحة 20

06

المؤهل العلمي

صفحة 28

# 01 المقدمة

من المستحيل فهم السوق الحديث دون وجود استراتيجية تسويقية جيدة، مما يجعل من غير المرجح أن تفكر الشركة في تأسيسها دون أساس جيد في التسويق الرقمي. الاستهلاك الرقمي على قدم وساق، مع فقدان المزيد والمزيد من الأشخاص للتحيزات والمخاوف عندما يتعلق الأمر بالبدء في الشراء عبر الإنترنت، ولهذا السبب يزداد الطلب على الملفات الشخصية ذات التخصص العالي في التسويق الرقمي.

من خلال هذا التدريس، يضمن الطالب تخصيص معرفتهم بالتصميم من خلال مكمل رقمي يضمن استراتيجية جيدة للسوق عبر الإنترنت.



لديك الكثير من المواهب، كل ما عليك فعله هو أن تتعلم حتى يعرفك العالم ويقدر ذلك"



تحتوي درجة محاضرة جامعية في استراتيجية التسويق الرقمي على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحدثة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ◆ اكتساب مهارات أبحاث السوق والرؤية الإستراتيجية والمنهجيات الرقمية والإبداع المشترك
- ◆ الحصول على المعرفة اللازمة لإدارة أي حملة أو إجراء تسويق عبر الإنترنت بشكل فعال
- ◆ حالات عملية ترى فيها بشكل واقعي كيفية تطبيق المعرفة المكتسبة
- ◆ القدرة على تنظيم وتخطيط المهام باستخدام الموارد المتاحة للتعامل معها في مساحات مؤقتة دقيقة
- ◆ تطبيق الإبداع في عالم التسويق لتمييز نفسك عن المنافسة
- ◆ امتلاك أدوات لتحليل الواقع الاقتصادي والاجتماعي والثقافي الذي تتطور فيه الصناعات الإبداعية وتتحول اليوم

لقد أصبح من الشائع وبشكل متزايد إجراء أي نوع من عمليات الشراء أو المعاملات عبر الإنترنت. أصبح الجمهور أكثر دراية بمنصات المبيعات عبر الإنترنت، وقد أدى ظهور *Start-ups* (شركات ناشئة) جديدة تعمل على تبسيط هذه العمليات إلى تسريع القبول العام لهذه الطريقة الأكثر راحة والأسرع للشراء.

وفي هذا السياق، هناك العديد من الشركات التي بدأت على استحياء في بناء صورتها ومنصات مبيعاتها عبر الإنترنت، في حين يرى كثيرون آخرون الحاجة إلى تحديث منصاتهم وتكييفها مع التقنيات الجديدة. وهنا يأتي دور فني استراتيجية التسويق الرقمي، الذي يرشد الشركات في هذه المهمة ويساعدها على تطوير استراتيجية فعالة للانفتاح على البيئة الرقمية الجديدة.

سيكون الطالب قادرًا، بعد التعلم في هذا الدبلوم في استراتيجية التسويق الرقمي، على تحديد الجماهير والجماهير المستهدفة؛ فهم التحليلات والمقاييس المستخدمة في التسويق الرقمي؛ تعرف على الإمكانيات المختلفة للترويج للعلامة التجارية وقياس ربحية الإجراءات التي يتم تنفيذها، بالإضافة إلى الأدوات والمهارات الأساسية الأخرى لجميع الخبراء في التسويق الرقمي.

هناك طلب اليوم على سلسلة كاملة من المهارات من قبل أي قطاع من قطاعات الابتكار والتصميم، حيث يصبح التخطيط الجيد عبر الإنترنت الذي يعرف كيفية إبراز المواهب العظيمة وإبداع المصممين أكثر أهمية.



كن الشخص المسؤول عن تطوير استراتيجيات المبيعات  
عبر الإنترنت في شركتك وتعلم كيفية الوصول إلى الجمهور  
الذي طالما أردت الوصول إليه”



ومن خلال تطبيق كل إبداعك على المعرفة التي ستكتسبها في هذه المحاضرة الجامعية، ستتمكن من أن تصبح معروفًا في جميع أنحاء قطاع التصميم.

إذا كنت تعتقد أن موهبتك لا تحظى بالجمهور الذي تطمح إليه، فسوف تعلمك *TECH* في هذه المحاضرة الجامعية كيفية توسيع حدودك والحصول على التقدير الذي تستحقه.

فكر في الحملات الإعلانية الرائعة التي شاهدتها على الإنترنت والتي ألهمتك. لقد حان الوقت لتبدأ في إنشائها”

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.

إن محتوى الوسائط المتعددة الخاص به، والذي تم إعداده بأحدث التقنيات التعليمية، سيسمح للمحترفين بالتعلم في مكانه وفي سياقه. وبعبارة أخرى، بيئة محاكاة ستوفر تدريبًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في مواقف 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



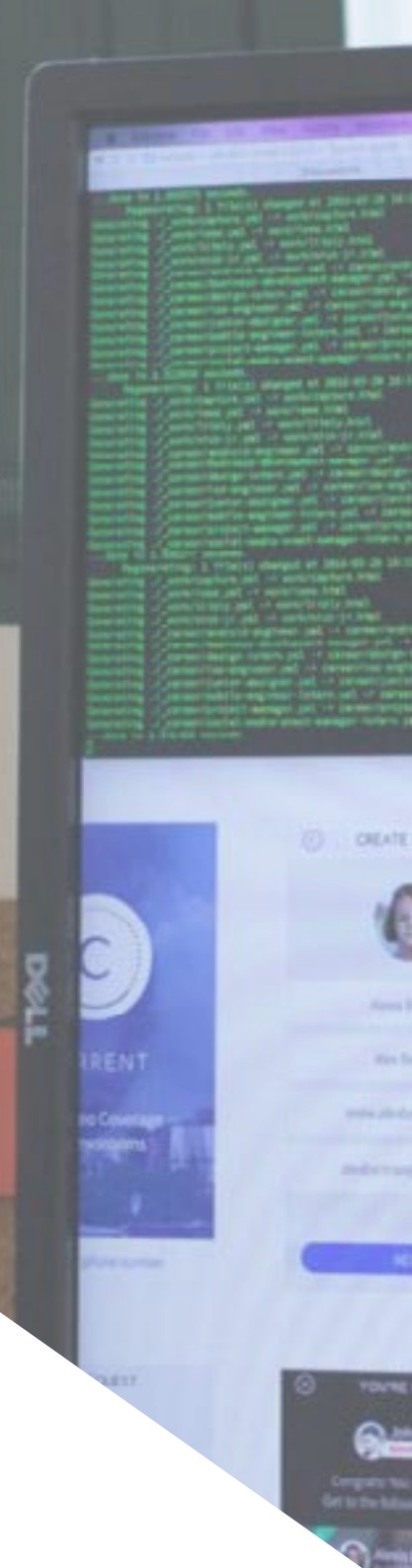
# 02 الأهداف


تسلط أهداف هذه المحاضرة الجامعية في استراتيجية التسويق الرقمي الضوء على المهارات والكفاءات التي سيكتسبها الطالب عند تناولها. تتراوح هذه المجموعة من الإمكانيات من تحديد الجمهور المستهدف وأدوات قياسه وتشخيص التحليلات إلى العملية النهائية لتجربة المستهلك أو أتمتة التسويق أو التحليل اللاحق للنتائج.





اضمن أفضل الفرص من خلال معرفة كيفية جذب شبكة من العملاء عبر الإنترنت في قطاع شديد التنافسية”



 Social Network



 DIGITAL  
MARKETING

الأهداف | 10 tech

الأهداف العامة



- ◆ تقديم المعرفة المفيدة لتدريب الطلاب، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتطوير وتطبيق الأفكار الأصلية في عملهم الشخصي والمهني.
- ◆ حل المشاكل في بيئات جديدة وفي سياقات متعددة التخصصات في مجال إدارة الإبداع لجذب العملاء
- ◆ اكتساب مهارات أبحاث السوق والرؤية الإستراتيجية والمنهجيات الرقمية والإبداع المشترك
- ◆ التعلم لمعرفة محددة لإدارة خطة المبيعات الرقمية للشركات والمؤسسات في السياق الجديد للصناعات الإبداعية
- ◆ إبراز أهمية العمليات الإبداعية في تطوير خطة التسويق الإستراتيجية
- ◆ فهم كيف أصبح الإبداع والابتكار محركين للاقتصاد العالمي وسبب أهميتهما في صناعة التصميم

### الأهداف المحددة



- ◆ التعرف على جمهورنا المستهدف من خلال الأدوات والتحليلات المختلفة التي تساعدنا على جذبهم كعملاء
- ◆ دراسة منصات البيع الجديدة عبر الإنترنت وفهم تأثير *E-commerce* (التجارة الإلكترونية) في صناعة الترفيه
- ◆ فهم ظهور *Influencers* (المؤثرين) في استراتيجيات التسويق الرقمي وكيف يمكن أن يصبحوا حلفاء أقوىاء لعلامتنا التجارية
- ◆ التعامل مع أدوات إدارة البيانات المختلفة ويمكن أن تكون مفيدة جداً في تحليل الإحصائيات

تميز من خلال تطبيق إبداعك على خطة تسويق رقمية كاملة،  
ومعرفة كيفية تخطيطها وتنفيذها وتحليلها في جميع خطواتها”





# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتمتع فريق التدريس وراء هذه المحاضرة الجامعية في استراتيجية التسويق الرقمي بخبرة واسعة في مجال التسويق الرقمي، حيث سيشعر الطالب بمساعدة أفضل المتخصصين في هذا القطاع. بعد الانتهاء من التدريس، سيتمكن الطلاب من البدء في تطبيق جميع المحتويات والمعرفة المكتسبة أثناء عملية التعلم.



مع فريق الخبراء في مجال التسويق الرقمي الذي قامت  
TECH بتجميعه، نضمن لك التعلم من الأفضل



### المدير الدولي المُستضاف



- ♦ أ. Mark Young هو خبير مشهور عالميًا ركز مسيرته البحثية على صناعة الترفيه. قد حصلت نتائجه على العديد من الجوائز، بما في ذلك جائزة لمسيرته في المحاسبة والإدارة لعام 2020، والتي تمنحها جمعية المحاسبة الأمريكية. بالمثل، فقد فاز ثلاث مرات لمساهماته في الأدب الأكاديمي في هذه المجالات.
- ♦ كان من أبرز المعالم في حياته المهنية نشر دراسة "الترجسية والمشاهير" بالتعاون مع الدكتور Drew Pinsky. قام هذا النص بتجميع بيانات مباشرة من شخصيات سينمائية أو تلفزيونية مشهورة. أصبح الكتاب الأكثر مبيعًا، حيث قام الخبير بتحليل السلوكيات الترجسية لنجوم السيلولويد وكيف تم تطبيقها في وسائل الإعلام الحديثة. في الوقت نفسه، تم تناول تأثير هذه الأمور على الشباب المعاصر.
- ♦ طوال حياته المهنية أيضًا، تعمق Young في التنظيم والتركيز في صناعة السينما. على وجه التحديد، فقد بحث في نماذج للتنبؤ بنجاح الأفلام الكبرى في شبك التذاكر. بالمثل، فقد قدم مساهمات فيما يتعلق بالمحاسبة على أساس النشاط وتصميم أنظمة التحكم. على وجه الخصوص، يبرز تأثيرها المعترف به في تنفيذ الإدارة الفعالة القائمة على بطاقة الأداء المتوازن.
- ♦ بالمثل، ميز العمل الأكاديمي أيضًا حياته المهنية، مما أدى إلى اختياره لقيادة كرسي أبحاث George Bozanic و Holman G. Hurt في مجال الرياضة والترفيه. بالمثل، فقد عقد مؤتمرات وشارك في برامج دراسية تتعلق بالمحاسبة والصحافة والدعاية. في الوقت نفسه، ربطته دراساته الجامعية والدراسات العليا بجامعة أمريكا الشمالية المرموقة مثل بيتسبرغ وأوهايو.



د. Young, S. Mark

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

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل المحترفين  
في العالم"



هيكـل الإدارة

د. Marga Velar

- ◆ مديرة تسويق الشركات في SGN Group (نيويورك)
- ◆ الإدارة في Forfashion Lab
- ◆ بكالوريوس في الاتصال السمعـي البصري مع دبلوم في الاتصالات وإدارة الأزياء من مركز جامعة Villanueva، جامعة كومبلوتسي
- ◆ دكتوراة في الاتصالات من جامعة Carlos III بمدريد
- ◆ MBA في إدارة أعمال الموضة من ISEM Fashion Business School
- ◆ أستاذة في مركز جامعة فيلانوفيا، وفي ISEM Fashion Business School وفي كلية الاتصالات بجامعة Navarra



الأستاذة

د. Patricia San Miguel

- ◆ مديرة ومنشئة مرصد تحليل التأثير الرقمي لماركات الأزياء Digital Fashion Brands
- ◆ أستاذة التسويق الرقمي في ISEM Fashion Business School وجامعة Navarra
- ◆ خريج في الإعلان والعلاقات العامة، السياسة العامة، من جامعة كومبلوتسي بمدريد
- ◆ دكتوراة من جامعة Navarra
- ◆ Executive Fashion MBA من ISEM
- ◆ مؤلفة كتاب Influencer Marketing

أ. Carlos Sanjosé

- ◆ Head of Digital في MURPH
- ◆ خريج في الإعلان والعلاقات العامة
- ◆ منشئ محتوى لأكثر من 8 سنوات في Liceo25، الشركة الأم لوسائل الإعلام عبر الإنترنت مثل Gramos 25 أو FleekMag أو Lenders Magazine أو Libra وغيرها
- ◆ متخصص في التسويق الرقمي والاستراتيجيات ووسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات الاجتماعية ومنصات التجارة الإلكترونية والتسويق عبر البريد الإلكتروني





# الهيكل والمحتوى

تتكون هذه المحاضرة الجامعية في استراتيجية التسويق الرقمي من وحدة واحدة، والتي تحتوي بدورها على 10 موضوعات متميزة بشكل جيد، حيث سيتمكن الطالب من متابعة جميع المواد التعليمية بطريقة ممتعة وواضحة. يتم تكييف المحتوى مع الحقائق الجديدة للتسويق الرقمي، بالإضافة إلى أحدث الاتجاهات في هذا القطاع، لذلك يضمن الطالب أيضًا تعلم المنهجية الأكثر ابتكارًا وحداثة.





سيعزز هذا المنهج الدراسي معرفتك في عالم التسويق الرقمي حتى  
تتمكن من نشر كل براعتك وتطبيقها على خطة المبيعات "

الوحدة 1. استراتيجيات التسويق الرقمي الجديدة

- 1.1. التكنولوجيا والجمهور
  - 1.1.1. الاستراتيجية الرقمية والاختلافات بين نوع المستخدم
  - 2.1.1. الجمهور المستهدف باستثناء العوامل والأجيال
  - 3.1.1. ملف تعريف العميل المثالي (ICP) وشخصية (المشتري) Buyer
- 2.1. التحليلات الرقمية للتشخيص
  - 1.2.1. التحليل قبل الاستراتيجية الرقمية
  - 2.2.1. اللحظة 0
  - 3.2.1. مؤشرات الأداء الرئيسية والمقاييس والأنواع والتصنيف وفقاً للمنهجيات
- 3.1. E-Entertainment (الترفيه الإلكتروني): تأثير التجارة الإلكترونية في صناعة الترفيه
  - 1.3.1. التجارة الإلكترونية والأنواع والمنصات
  - 2.3.1. أهمية تصميم المواقع: UX (تجربة المستخدم) وUI (واجهة المستخدم)
  - 3.3.1. تحسين المساحة على الإنترنت: الحد الأدنى من الاحتياجات
- 4.1. وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق المؤثر
  - 1.4.1. تأثير وتطور التسويق الشبكي
  - 2.4.1. الإقناع ومفاتيح المحتوى والإجراءات الفيروسية
  - 3.4.1. التخطيط للتسويق الاجتماعي وحملات التسويق المؤثرة
- 5.1. التسويق عبر الهاتف المحمول
  - 1.5.1. مستخدم المحمول
  - 2.5.1. الويب للجوال والتطبيقات
  - 3.5.1. إجراءات التسويق عبر الهاتف المحمول
- 6.1. الإعلان في بيئات الإنترنت
  - 1.6.1. الإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي وأهداف Social Ads (إعلانات الاجتماعية)
  - 2.6.1. مسار التحويل أو Purchase Funnel: الفئات
  - 3.6.1. منصات Social Ads (الإعلانات الاجتماعية)
- 7.1. منهجية التسويق الداخلي
  - 1.7.1. Social Selling (البيع الاجتماعي)، الركائز الأساسية والاستراتيجية
  - 2.7.1. منصة CRM في الإستراتيجية الرقمية
  - 3.7.1. Inbound Marketing (التسويق الداخلي) أو تسويق الجذب: الإجراءات وتحسين محركات البحث



- 8.1. أتمتة التسويق
  - 1.8.1. التسويق عبر البريد الإلكتروني وتصنيف البريد الإلكتروني
  - 2.8.1. أتمتة *Email Marketing* (التسويق عبر البريد الإلكتروني) والتطبيقات والمنصات والمزايا
  - 3.8.1. ظهور تسويق *Chatbot* و *Bot*: التصنيف والمنصات
- 9.1. أدوات إدارة البيانات
  - 1.9.1. CRM في الإستراتيجية الرقمية والأنواع والتطبيقات والمنصات والاتجاهات
  - 2.9.1. *Business Intelligence* و *Business Analytics* و *Big Data*
  - 3.9.1. *Big Data*, والذكاء الاصطناعي و *Data Science* (علوم البيانات)
- 10.1. مقياس الربحية
  - 1.10.1. عائد الاستثمار: تعريف عائد الاستثمار وعائد الاستثمار مقابل عائد النفقات الإعلانية ROAS
  - 2.10.1. تحسين عائد الاستثمار
  - 3.10.1. مقياس رئيسية

منهج دراسي يمكنك من خلاله أن تصبح خبيراً  
في التسويق الرقمي لتأخذ تصميماتك إلى حيث  
لم يكن من الممكن أن تذهب من قبل



# 05 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 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 مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح 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 ماتعلّمناه 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 بالبخ، 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

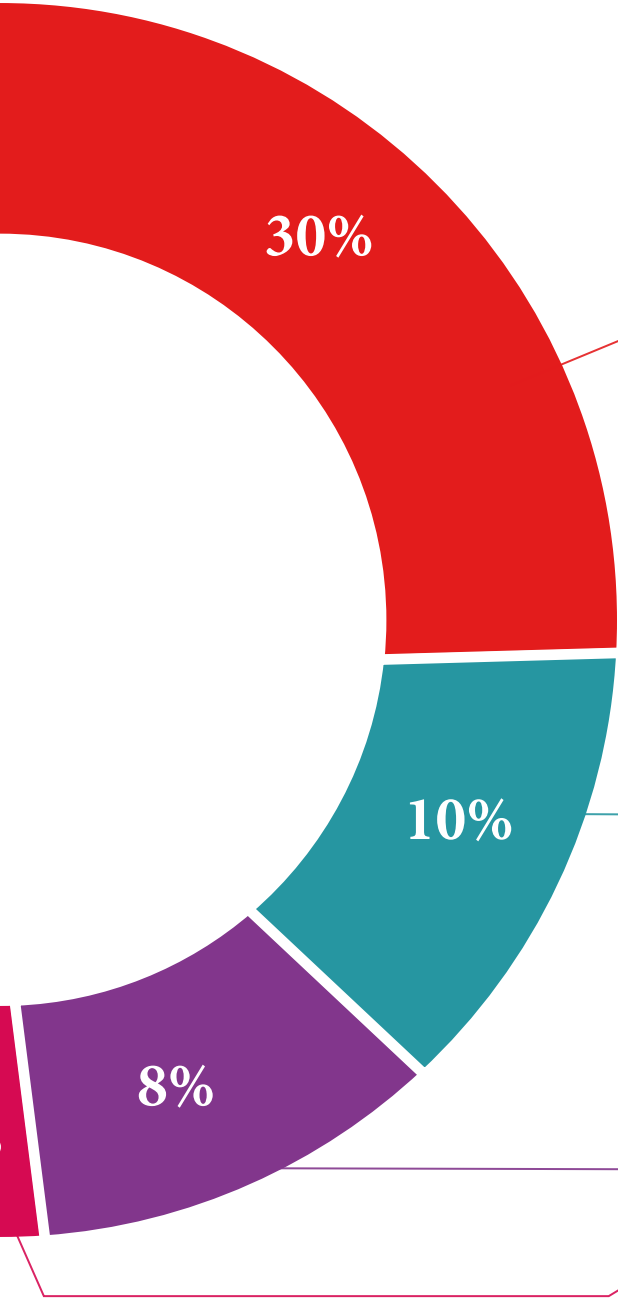


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

#### 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 تدريبيه.





#### 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.



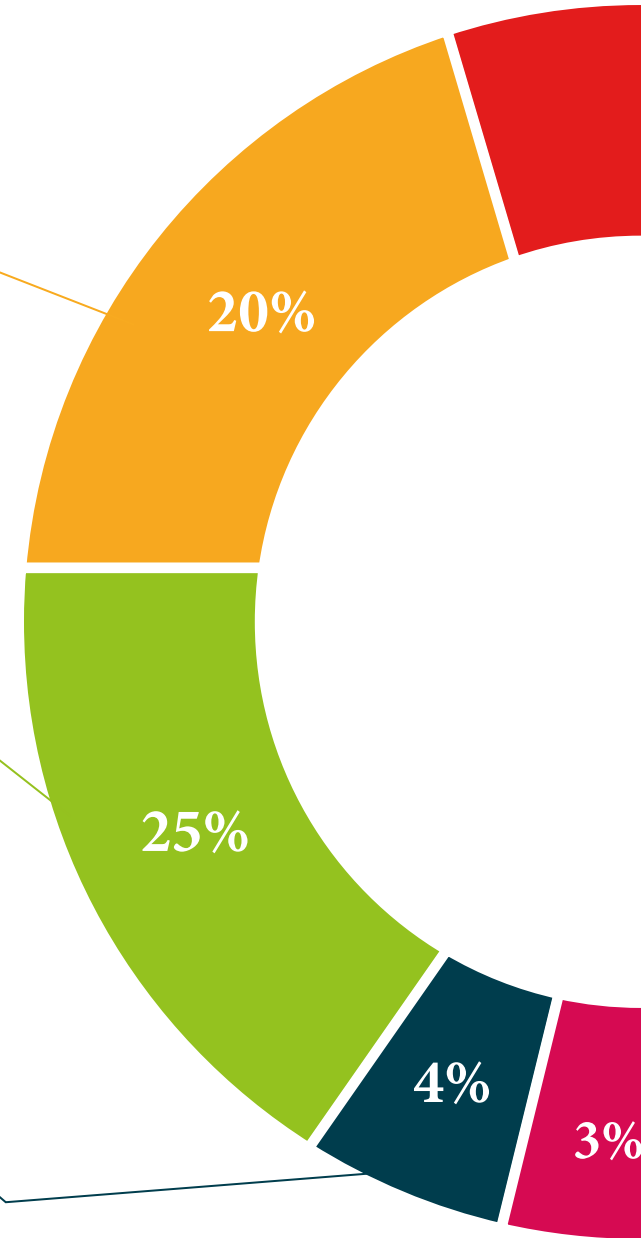
#### ملخصات تفاعلية

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

تضمن هذه المحاضرة الجامعية في (استراتيجية التسويق الرقمي) بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائق، الحصول على مؤهل المحاضرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.





أكمل هذا البرنامج بنجاح وحصل على مؤهلاتك الجامعية دون  
الحاجة إلى السفر أو ملء الأوراق الشاقة "



تحتوي درجة محاضرة جامعية في استراتيجية التسويق الرقمي على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق.

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

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

المؤهل العلمي: محاضرة جامعية في استراتيجية التسويق الرقمي

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 150 ساعة





المستقبل

الأشخاص

الثقة الصحة

التعليم

المعلومات

الأوصياء الأكاديميون

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

المجتمع

التقنية

الالتزام

التعلم

الإبتكار

الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

الرعاية

الحاضر

الجودة

محاضرة جامعية

استراتيجية التسويق الرقمي

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

محاضرة جامعية  
استراتيجية التسويق الرقمي