

شهادة الخبرة الجامعية العلامات التجارية (Branding)





الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية العلامات التجارية (Branding)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« 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.techitute.com/ae/design/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-branding

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المؤهل العلمي

صفحة 26

04

المنهجية

صفحة 18

03

الهيكل والمحتوى

صفحة 12

المقدمة

تعد العلامة التجارية أو تطوير العلامة التجارية واحدة من أكثر مجالات العمل المطلوبة في التصميم الجرافيكي. في هذا التدريب الذي تم إعداده خصيصًا للمهنيين في هذا القطاع، سيتم منحك المهارات اللازمة للعمل بأمان وموثوقية. ولتحقيق هذه الغاية، يتم توفير الفرصة لاكتساب مهارات مهنية متخصصة من خلال التدريب الذي يضمن النمو الوظيفي دون مشاكل في التوازن بين العمل والحياة. فرصة فريدة للتطوير والترقية.



جولة تعليمية عالية الكثافة ستتمكن من التطوير في مجال
العلامات التجارية (Branding) مع ملاءة أفضل المهنيين في
هذا القطاع"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في العلامات التجارية (Branding) على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائماً في السوق. ومن أبرز الميزات في هذا البرنامج:

- ♦ تطوير عدد كبير من دراسات الحالة المقدمة من قبل الخبراء
- ♦ محتوى بياني، تخطيطي وعملي بشكل بارز
- ♦ أحدث المستجدات والتطورات في هذا المجال
- ♦ تمارين عملية حيث يتم إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ منهجيات مبتكرة ذات كفاءة عالية
- ♦ دروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا الخلافية وأعمال التفكير الفردي
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

تم تصميم هذه شهادة الخبرة الجامعية في العلامات التجارية (Branding) لتقديم عملية مثيرة للاهتمام وتفاعلية، وقبل كل شيء، فعالة للغاية للتدريب في كل ما يتعلق بهذا القطاع. ولتحقيق ذلك، تقدم TECH مساراً واضحاً ومستمرّاً للنمو ومتوافقاً أيضاً بنسبة 100% مع المهن الأخرى.

من خلال منهجية حصرية، ستأخذك هذه شهادة الخبرة الجامعية إلى معرفة جميع أشكال العمل في مجال العلامات التجارية (Branding) التي يحتاجها المحترف للبقاء في المقدمة والتعرف على الظواهر المتغيرة لهذا الشكل من التواصل.

لذلك، سيتناول هذا التدريب الجوانب التي يحتاج المصمم إلى معرفتها لتخطيط العلامة التجارية وتطويرها ووضع اللمسات النهائية عليها. مسار تعليمي من شأنه أن يزيد من مهارات الطالب لمساعدته على تحقيق تحديات كبار المحترفين.

يتم تقديم برنامج شهادة الخبرة الجامعية في العلامات التجارية (Branding) كخيار قابل للتطبيق للمحترفين الذين يقررون العمل بشكل مستقل ولكن أيضاً أن يكونوا جزءاً من أي منظمة أو شركة. مسار مثير للاهتمام للتطوير المهني سيستفيد من المعرفة المحددة المتوفرة لك الآن في هذا التدريب.

سيسمح لك هذا البرنامج بتعزيز قدراتك وتحديث معرفتك في العلامات التجارية"



تعلم عملي ومكثف يمنحك كل الأدوات التي تحتاجها للعمل في هذا المجال، في خبرة جامعية محددة وملموسة.

تدريب تم إنشاؤه للسماح لك بتنفيذ المعرفة المكتسبة بطريقة شبه فورية في ممارستك اليومية.

إن كل المعرفة اللازمة لمهترفي التصميم الجرافيكي في هذا المجال، تم تجميعها بواسطة شهادة خبرة جامعية عالية الكفاءة التربوية والتي ستعمل على تحسين مجهودك للحصول على أفضل النتائج"

يركز تطوير البرنامج على ممارسة التعلم النظري المقترح. من خلال أنظمة التدريس الأكثر فاعلية والأساليب التي أثبتت جدواها المستوردة من أرقى الجامعات في العالم، سيتمكن الطالب من اكتساب معرفة جديدة بطريقة عملية بارزة. بهذه الطريقة السعي لتحويل جهودك إلى مهارات حقيقية وفورية.

يعد النظام عبر الإنترنت أحد نقاط القوة الأخرى في هذا الاقتراح التدريبي. من خلال منصة تفاعلية تتمتع بمزايا أحدث التطورات التكنولوجية نضع الأدوات الرقمية الأكثر تفاعلية في خدمتك. وبهذه الطريقة، تقديم شكل من أشكال التعلم قابل للتكيف تمامًا مع الاحتياجات، بحيث يمكن دمج هذا التدريب بشكل مثالي مع الحياة الشخصية أو العملية.



ND
ETING
EGY



LEADS



CUSTOMERS



PROMOTERS

02

الأهداف

إن الهدف من هذا شهادة الخبرة الجامعية هذه في العلامات التجارية (Branding) هو تقديم طريقة كاملة للمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات اللازمة للممارسة المهنية في هذا القطاع، مع ضمان التعلم من الأفضل وشكل من التعلم يعتمد على الممارسة التي ستسمح لك بإكمال التدريب بالمعرفة اللازمة لتنفيذ المهمة بأمان وكفاءة تامة.

INBOUND
MARKET
STRAT

هدفنا بسيط: مساعدتك في الحصول على التحديث الأكثر اكتمالاً
في خبرة جامعية متوافقة تمامًا مع عملك والتزاماتك الشخصية"





♦ التعرف على جميع جوانب إنشاء العلامة التجارية في أي من أنواع الدعم التي يمكن تطويرها من خلالها



فرصة سانحة للمهنيين الذين يبحثون عن
برنامج مكثف وفعال لاتخاذ خطوة مهمة
في ممارسة مهنتهم"



الأهداف المحددة

الوحدة 1. مقدمة عن اللون

- ♦ فهم أهمية اللون في البيئة البصرية
- ♦ اكتساب القدرة على ملاحظة الألوان وتنظيمها وتمييزها وإدارتها
- ♦ تطبيق الأسس النفسية والسيمائية للون في التصميم
- ♦ التقاط الألوان ومعالجتها وإعدادها للاستخدام على الوسائط المادية والافتراضية
- ♦ اكتساب القدرة على صياغة الأحكام المستقلة , من خلال الحجج
- ♦ التعرف على كيفية توثيق نفسك من خلال , تحليل وتفسير المصادر الوثائقية والأدبية وفقاً لمعاييرك الخاصة

الوحدة 2. صورة الشركة

- ♦ فهم المفاهيم الأساسية التي تشكل جزءاً من سياسة الاتصال الخاصة بالمنظمة: هويتها، ثقافتها، كيف تتواصل، ما هي صورتها، علامتها التجارية، سمعتها، ومسؤوليتها الاجتماعية
- ♦ فهم ما هي المجالات الاستراتيجية التي يجب على مدير الرسومات إدارتها في عملية الاتصال للهوية البصرية والمرئية للعلامات التجارية
- ♦ التعرف على الأدوات والاستراتيجيات النظرية والعملية التي تسهل إدارة اتصال الشركات والمؤسسات في المنظمات على اختلاف أنواعها
- ♦ معرفة كيفية الاختيار الصحيح لطريقة تنظيم المعلومات والتواصل من أجل الاستخدام الصحيح للعلامة التجارية
- ♦ التحقيق وتحديد أهم عناصر الشركة-العميل، بالإضافة إلى احتياجاتهم لإنشاء استراتيجيات ورسائل الاتصال
- ♦ تطوير نظام منظم لمعايير الرسوم الأساسية بناءً على عناصر الهوية المرئية / العلامة التجارية

الوحدة 3. إنشاء المستعرضة

- ♦ إنشاء روايات سمعية بصرية تطبيق بشكل صحيح معايير سهولة الاستخدام والتفاعل
- ♦ التعرف على شخصية المصمم في مشهد العمل
- ♦ معرفة التقنيات والأساليب والأدوات والشبكات لتعزيز العمل الشخصي
- ♦ فهم البروتوكول الأخلاقي الذي يجب اتباعه في الممارسة المهنية
- ♦ القدرة على تحديد نقاط القوة والضعف في الذات
- ♦ معرفة كيفية تقييم عمل الفرد اقتصادياً

الوحدة 4. فن صياغة الحروف

- ♦ معرفة المبادئ النحوية للغة الرسومية وتطبيق قواعدها لوصف الأشياء والأفكار بوضوح ودقة
- ♦ التعرف على أصل الحروف وأهميتها التاريخية
- ♦ التعرف على فن صياغة الحروف ودراسته وتطبيقه باستمرار على العمليات الرسومية
- ♦ معرفة وتطبيق الأساسيات الجمالية لفن صياغة الحروف
- ♦ معرفة كيفية تحليل ترتيب النصوص في كائن التصميم

الهيكل والمحتوى

تم تصميم هيكل المحتويات من قبل فريق من المتخصصين، على دراية بأهمية التدريب في أيامنا هذه لتكون قادراً على التقدم في سوق العمل بأمان وقدرة تنافسية، ومن أجل ممارسة مهنتك بالتميز الذي يسمح به فقط أفضل تدريب.

FOUND
MARKETING
STRATEGY



CUSTOMERS



PROMOTERS



INBOUND MARKETING STRATEGY

تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في العلامات التجارية
(Branding) على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائثاً في السوق"



الوحدة 1. مقدمة عن اللون

- 1.1 اللون والمبادئ والخصائص
 - 1.1.1 مقدمة عن اللون
 - 2.1.1 الضوء واللون: الحس المواكب اللوني
 - 3.1.1 سمات اللون
 - 4.1.1 الأصباغ والملونات
- 2.1 الألوان على عجلة الألوان
 - 1.2.1 عجلة الألوان
 - 2.2.1 الألوان الباردة والدافئة
 - 3.2.1 الألوان الأساسية والمشتقة
 - 4.2.1 علاقات الألوان: الانسجام والتباين
- 3.1 علم نفس اللون
 - 1.3.1 بناء معنى اللون
 - 2.3.1 العبء العاطفي
 - 3.3.1 القيمة الدلالية والضمنية
 - 4.3.1 التسويق العاطفي: شحنة اللون
- 4.1 نظرية اللون
 - 1.4.1 نظرية علمية: Isaac Newton
 - 2.4.1 نظرية الألوان عند Goethe
 - 3.4.1 الجمع في نظرية الألوان عند Goethe
 - 4.4.1 علم نفس الألوان عند Eva Heller
- 5.1 الإصرار على تصنيف الألوان
 - 1.5.1 المخروط المزدوج Guillermo Ostwald
 - 2.5.1 الصلبة ل Albert Munsell
 - 3.5.1 مكعب Alfredo Hicethier
 - 4.5.1 مثلث CIE (لجنة Eclairage الدولية)
- 6.1 الدراسة الفردية للألوان
 - 1.6.1 اسود و ابيض
 - 2.6.1 ألوان محايدة. المقياس الرمادي
 - 3.6.1 أحادية اللون، ثنائية اللون، متعددة الألوان
 - 4.6.1 الجوانب الرمزية والنفسية للألوان

- 7.1 نماذج الألوان
 - 1.7.1 نموذج طرشي. وضع CMYK
 - 2.7.1 نموذج المضافة. وضع RGB
 - 3.7.1 نموذج HSB
 - 4.7.1 نظام Pantone. نظام المضاهاة بانتون
- 8.1 من الباهاوس إلى Murakami
 - 1.8.1 الباهاوس وفنانيها
 - 2.8.1 نظرية الجشطالت في خدمة اللون
 - 3.8.1 Josef Albers. تفاعل اللون
 - 4.8.1 Murakami دلالات غياب اللون
- 9.1 اللون في مشروع التصميم
 - 1.9.1 ال pop art. لون الثقافات
 - 2.9.1 الإبداع واللون
 - 3.9.1 الفنانيين المعاصرين
 - 4.9.1 تحليل وجهات النظر ووجهات النظر المختلفة
- 10.1 إدارة الألوان في البيئة الرقمية
 - 1.10.1 مساحات اللون
 - 2.10.1 ملفات تعريف الألوان
 - 3.10.1 مراقبة المعايير
 - 4.10.1 ما يجب أن تأخذه بعين الاعتبار

الوحدة 2. صورة الشركة

- 1.2 الهوية
 - 1.1.2 فكرة الهوية
 - 2.1.2 لماذا يتم البحث عن الهوية؟
 - 3.1.2 أنواع الهوية
 - 4.1.2 الهوية الرقمية
- 2.2 هوية الشركة
 - 1.2.2 تعريف. لماذا يكون لديك هوية شركة؟
 - 2.2.2 العوامل التي تؤثر على هوية الشركة
 - 3.2.2 مكونات هوية الشركة
 - 4.2.2 اتصالات الهوية
 - 5.2.2 هوية الشركة، العلامات التجارية (Branding) وصورة الشركة

- 9.2 إعادة تصميم الهويات
 - 1.9.2 أساليب اختيار إعادة تصميم الهوية
 - 2.9.2 إدارة التغيير في هوية الشركة
 - 3.9.2 ممارسة جيدة. المراجع البصرية
 - 4.9.2 ممارسة سيئة. المراجع البصرية
- 10.2 مشروع هوية العلامة التجارية
 - 1.10.2 العرض التقديمي وشرح المشروع. المراجع
 - 2.10.2 العصف الذهني.. تحليل السوق
 - 3.10.2 الجمهور المستهدف، قيمة العلامة التجارية
 - 4.10.2 الأفكار الأولى والرسومات التقريبية. تقنيات إبداعية
 - 5.10.2 انشاء المشروع. التيبوغرافية والألوان
 - 6.10.2 تسليم وتصحيح المشاريع

الوحدة 3. إنشاء المستعرضة

- 1.3 المستعرضة
 - 1.1.3 المستعرضة هي خطاب التقديم الخاص بك
 - 2.1.3 أهمية المستعرضة الجيدة
 - 3.1.3 التوجيه والتحفيز
 - 4.1.3 نصائح عملية
 - 2.3 الميزات والعناصر
 - 1.2.3 الشكل المادي
 - 2.2.3 الشكل الرقمي
 - 3.2.3 استخدام النماذج بالحجم الطبيعي
 - 4.2.3 الأخطاء الشائعة
 - 3.3 العناصر الرقمية.
 - 1.3.3 مجتمعات التعلم المستمر
 - 2.3.3 شبكات التواصل الاجتماعية: Twitter, Facebook, Instagram
 - 3.3.3 الشبكات المهنية: LinkedIn, Infojobs
 - 4.3.3 المحافظ في السحابة: Behance
 - 4.3 المصمم في مخطط العمل
 - 1.4.3 فرص عمل لمصمم
 - 2.4.3 وكالات التصميم
 - 3.4.3 التصميم الجرافيكي للأعمال
 - 4.4.3 حالات النجاح

- 3.2 صورة الشركة
 - 1.3.2 خصائص صورة الشركة
 - 2.3.2 لماذا تصلح صورة الشركة؟
 - 3.3.2 أنواع صورة الشركة
 - 4.3.2 أمثلة
 - 4.2 علامات التعريف الأساسية
 - 1.4.2 الاسم أو التسمية
 - 2.4.2 الشعارات
 - 3.4.2 الرموز المكونة من حرفين أو أكثر
 - 5.2 عوامل حفظ الهوية
 - 1.5.2 الأصالة
 - 2.5.2 القيمة الرمزية
 - 3.5.2 الجذب
 - 4.5.2 التكرار
 - 6.2 منهجية عملية إنشاء علامة تجارية
 - 1.6.2 دراسة القطاع والمنافسة
 - 2.6.2 بيان موجز، للنماذج
 - 3.6.2 تحديد إستراتيجية العلامة التجارية وشخصيتها. القيم
 - 4.6.2 الجمهور المستهدف
 - 7.2 العميل
 - 1.7.2 الحدس كيف هو العميل
 - 2.7.2 أنواع العملاء
 - 3.7.2 عملية الاجتماع
 - 4.7.2 أهمية معرفة العميل
 - 5.7.2 ضبط الميزانية
 - 8.2 دليل هوية الشركة
 - 1.8.2 معايير البناء وتطبيق العلامة التجارية
 - 2.8.2 تيبوغرافية الشركة
 - 3.8.2 ألوان الشركة
 - 4.8.2 عناصر بيانية أخرى
 - 5.8.2 أمثلة على كتيبات الشركة

الوحدة 4. فن صياغة الحروف

- 1.4. مقدمة في فن صياغة الحروف
 - 1.1.4. ما معنى فن صياغة الحروف؟
 - 2.1.4. دور فن صياغة الحروف في التصميم الجرافيكي
 - 3.1.4. التسلسل والتباين والشكل والشكل المضاد
 - 4.1.4. العلاقة والاختلافات بين فن صياغة الحروف والخط و *lettering*
- 2.4. الأصل المتعدد للكتابة
 - 1.2.4. الكتابة الأيديوغرافية
 - 2.2.4. الأبجدية الفينيقية
 - 3.2.4. الأبجدية الرومانية
 - 4.2.4. الإصلاح الكارولنجي
 - 5.2.4. الأبجدية اللاتينية الحديثة
- 3.4. بدايات فن صياغة الأحرف
 - 1.3.4. الطباعة، عصر جديد. الخطاطون الأوائل
 - 2.3.4. الثورة الصناعية: الطباعة الحجرية
 - 3.3.4. الحداثة: بدايات الطباعة التجارية
 - 4.3.4. الطليعيون
 - 5.3.4. فترة ما بين الحربين
- 4.4. دور مدارس التصميم في الطباعة
 - 1.4.4. الباوهاوس
 - 2.4.4. Herbert Bayer
 - 3.4.4. علم نفس الجشطالت
 - 4.4.4. علم نفس الجشطالت
- 5.4. الطباعة الحالية
 - 1.5.4. 1970 - 1960، رواد الثورة
 - 2.5.4. ما بعد الحداثة والتفكيكية والتكنولوجيا
 - 3.5.4. إلى أين تتجه الطباعة؟
 - 4.5.4. الخطوط التي تحدد الاتجاهات

- 5.3. كيف أظهر نفسي بشكل احترافي؟
 - 1.5.3. البقاء على اطلاع دائم، والقيام بإعادة التدوير باستمرار
 - 2.5.3. السيرة الذاتية وأهميتها
 - 3.5.3. الأخطاء الشائعة في السيرة الذاتية
 - 4.5.3. كيفية إنشاء سيرة ذاتية جيدة؟
- 6.3. المستهلكين الجدد
 - 1.6.3. إدراك القيمة
 - 2.6.3. تحديد جمهورك المستهدف
 - 3.6.3. خريطة التعاطف
 - 4.6.3. العلاقات الشخصية
- 7.3. علامتي التجارية الشخصية
 - 1.7.3. الاستثمار: البحث عن المعنى
 - 2.7.3. حول شغفك إلى وظيفة
 - 3.7.3. النظام البيئي المحيط بنشاطك
 - 4.7.3. نموذج العمل التجاري Canvas
- 8.3. الهوية المرئية
 - 1.8.3. Naming
 - 2.8.3. قيم العلامة التجارية
 - 3.8.3. المواضيع الكبيرة
 - 4.8.3. Moodboard، استخدام نماذج Pinterest
 - 5.8.3. تحليل العوامل البصرية
 - 6.8.3. تحليل العوامل الزمنية
- 9.3. الأخلاق والمسؤولية
 - 1.9.3. الوصايا العشر الأخلاقية لممارسة التصميم
 - 2.9.3. حقوق النشر
 - 3.9.3. التصميم والاستنكاف الضميري
 - 4.9.3. التصميم "الجيد"
- 10.3. سعر عملي
 - 1.10.3. هل تحتاج المال لتعيش؟
 - 2.10.3. المحاسبة الأساسية لرواد الأعمال
 - 3.10.3. أنواع النفقات
 - 4.10.3. السعر الخاص بك / ساعة، سعر البيع للعامة

- 6.4. النموذج المطبوعي ا
 - 1.6.4. تشريح الحرف
 - 2.6.4. قياسات وسمات النوع
 - 3.6.4. عائلات الخطوط
 - 4.6.4. صندوق مرتفع، صندوق منخفض وقبعات صغيرة
 - 5.6.4. الفرق بين الطباعة والخط وعائلة الخطوط
 - 6.6.4. الشرائح والخطوط والعناصر الهندسية
- 7.4. النموذج المطبوعي ا
 - 1.7.4. التركيبة المطبوعية
 - 2.7.4. تنسيقات الخطوط (PostScript-TrueType-OpenType)
 - 3.7.4. التراخيص المطبوعية
 - 4.7.4. من يجب عليه شراء الترخيص، العميل أم المصمم؟
- 8.4. التصحيح المطبوعي، تكوين النص
 - 1.8.4. المسافة بين الحروف. *kerning* و *Tracking*
 - 2.8.4. المسافة بين الكلمات، متوازي السطوح للطباعة
 - 3.8.4. تباعد الأسطر
 - 4.8.4. جسم الحروف
 - 5.8.4. سمات النص
- 9.4. رسم الحروف
 - 1.9.4. العملية الإبداعية
 - 2.9.4. المواد التقليدية والرقمية
 - 3.9.4. استخدام تابلت الرسم والآيباد
 - 4.9.4. الطباعة الرقمية: الخطوط العريضة والصور النقطية
- 10.4. الملصقات المطبوعية
 - 1.10.4. الخط كأساس لرسم الحروف
 - 2.10.4. كيفية عمل تكوين مطبوعي يؤثر؟
 - 3.10.4. المراجع البصرية
 - 4.10.4. مرحلة الرسم
 - 5.10.4. مشروع



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 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 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.

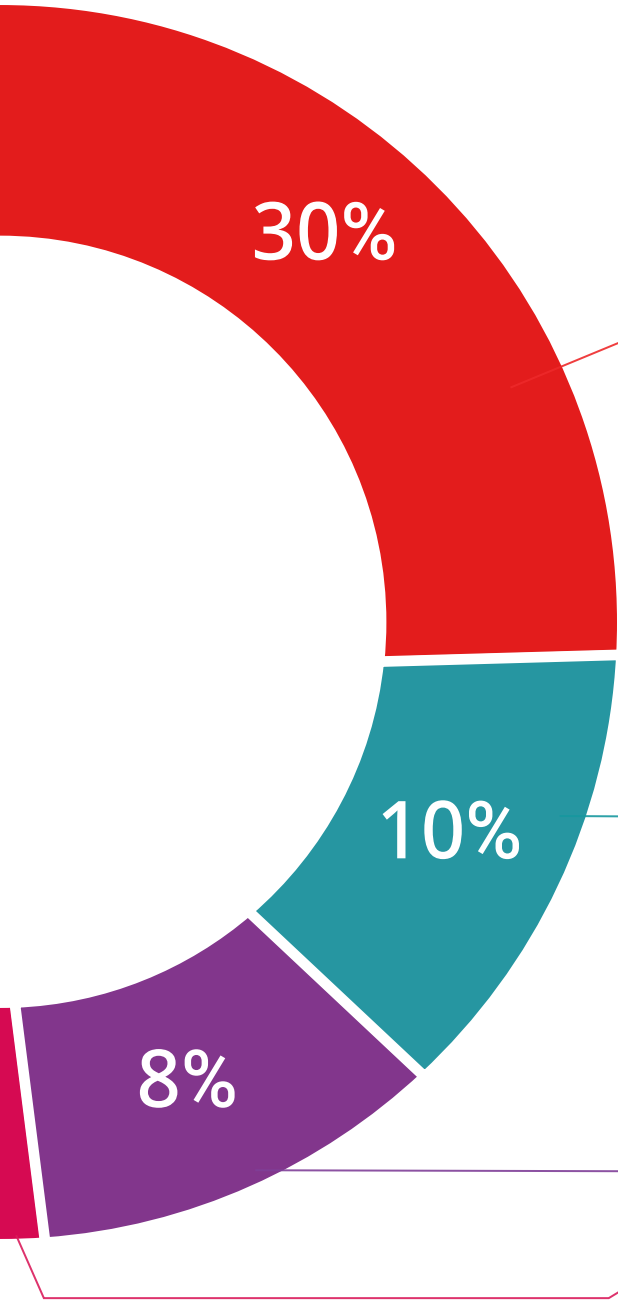
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 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.



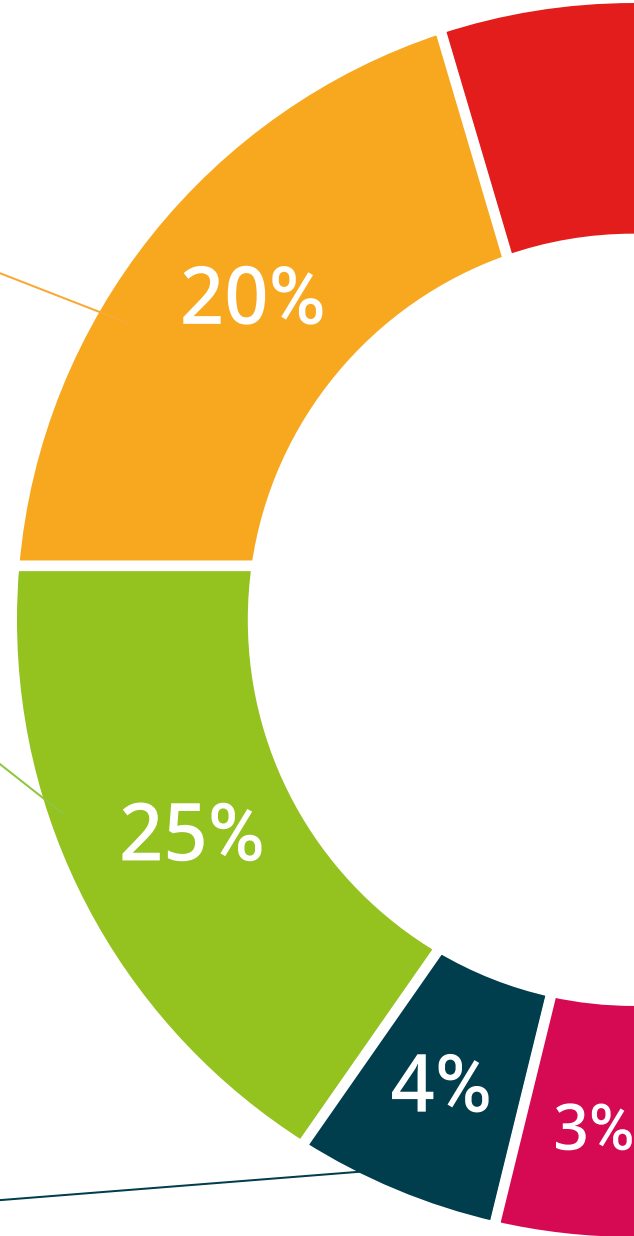
ملخصات تفاعلية

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 شهادة الخبرة الجامعية في العلامات التجارية (Branding)، بالإضافة إلى التحديثات الأكثر دقة وحداثة، الحصول على شهادة اجتياز شهادة الخبرة الجامعية الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في العلامات التجارية (Branding) على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائثاً في السوق.

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

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

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في العلامات التجارية (Branding)

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 600 ساعة



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

tech الجامعة
التيكنولوجية

الحاضر

الابتكار

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية العلامات التجارية (Branding)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية العلامات التجارية (Branding)

