

ماجستير خاص  
تصميم الأزياء



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

ماجستير خاص

تصميم الأزياء

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

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

# الفهرس

01	المقدمة	صفحة 4
02	الأهداف	صفحة 8
03	الكفاءات	صفحة 12
04	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	صفحة 16
05	الهيكل والمحتوى	صفحة 22
06	المنهجية	صفحة 32
07	المؤهل العلمي	صفحة 40

# 01 المقدمة

في مجتمع اليوم، تكتسب صناعة الأزياء أهمية متزايدة، وهي تؤثر بشكل كبير على أسلوب حياة الناس. عبادة الصورة وإمكانية الوصول إلى الملابس الجاهزة والحمالة ذات التكلفة المنخفضة أدت إلى زيادة الاستهلاك وبالتالي فإن ظهور مصممين جدد على استعداد للتكيف مع سوق دائم التطور أصبح الآن مطلوبًا أكثر من أي وقت مضى إنشاء اتجاهات مبتكرة تتكيف مع متطلبات العملاء. يهدف هذا البرنامج إلى تزويد الطلاب بالمعرفة المتخصصة حول تصميم الأزياء من أجل زيادة مهاراتهم ليصبحوا شخصيات رائدة في هذا المجال، والتي يمكن رؤية مجموعاتها على المنصات الوطنية والدولية الرئيسية.



أنت على بعد خطوة واحدة من عرض مجموعتك في لندن أو باريس أو نيويورك.  
سجل في هذا البرنامج وطور المهارات اللازمة لتحقيق ذلك"



يتضمن الماجستير الخاص في تصميم الأزياء البرنامج الأكاديمي الأكثر اكتمالاً وحدائثه في السوق. أبرز ميزاته هي:

- ◆ حالات عملية يعرضها خبراء في الموضة
- ◆ توفر المحتويات الرسومية والتخطيطية والعملية التي تم إنشاؤها باستخدامها، معلومات عملية حول التخصصات الضرورية للممارسة المهنية
- ◆ تمارين عملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ◆ التركيز بشكل خاص على المنهجيات المبتكرة في تصميم الأزياء
- ◆ دروس نظرية، أسئلة للخبراء ومنتديات للنقاش حول المواضيع المثيرة للجدل وتمرين للتفكير الفردي
- ◆ محتوى يمكن الوصول إليه من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

تطور تصميم الأزياء على قدم وساق في العقود الأخيرة. أدت التطورات التكنولوجية والوصول إلى مزيد من المعلومات والتغييرات في عادات المستهلك وأمط الحياة إلى زيادة طلب العملاء الذين يتوقعون ملابس وإكسسوارات عالية الجودة بأسعار معقولة. لكن هذه المتطلبات تشمل أيضًا الالتزام بالابتكار وخلق الاتجاهات وحتى استخدام المواد المستدامة بشكل متزايد.

علاوة على ذلك، انتقل المجتمع الحديث من بيئة موجهة رقميًا إلى التركيز الكامل على تطوير الأدوات والواقع الافتراضي البديل من منظور الاستدامة والابتكار. لم تعد تطبيقات الواقع المعزز وأنظمة التصميم ثلاثية الأبعاد خيارًا مرتبطًا بالألعاب بل أصبحت جزءًا من الحياة اليومية، لتصبح نموذج الأعمال المستقبلي لهذا المجال. كل هذا يعني أن مصممي الأزياء قد انتقلوا من كونهم مبتكرين للملابس إلى محترفين متعددي التخصصات الذين يجب أن يمتلكوا معرفة واسعة بصناعة الأزياء بشكل عام ويجب أن يكونوا قادرين على إدارة جميع مراحل العملية.

يهدف الماجستير الخاص في تصميم الأزياء إلى جميع أولئك الذين يرغبون في التطور في هذا التخصص من منظور رشيق وحالي، موجه نحو التكيف مع التغيير، سواء من مجال الهوية المرئية وإنتاج مجموعة، وكذلك في استخدام المواد والتقنيات الجديدة التي تغير العالم. برنامج مصمم بهدف أساسي هو تعزيز النمو المهني، وتوجيه الطلاب نحو التميز.

تتمثل إحدى المزايا الرئيسية لهذا البرنامج في أنه يتم تقديمه بتنسيق 100٪ عبر الإنترنت لذلك يخطط الطلاب أنفسهم لدراساتهم، واختيار المكان والوقت المناسبين لهم. بهذه الطريقة، يمكن للطلاب متابعة تدريبهم أثناء تنفيذ بقية التزاماتهم اليومية، سواء أكانت شخصية أم شخصية.



إذا كنت تريد أن يتم التعرف على مجموعتك مثل مجموعات جورجيو  
أرماني أو توم فورد، عليك فقط أن تسعى جاهدة لتحسين مهاراتك مع هذا  
البرنامج”

تتطور الموضة باستمرار، لذلك يجب أن تواكب تصميماتك التغييرات في المجتمع وأمط الحياة.

تمنحك **TECH** الجامعة التكنولوجية الفرصة لاكتساب مستوى أعلى من التخصص في تصميم الأزياء من خلال منهجية 100% عبر الإنترنت وهو أمر ضروري لتحقيق التوازن بين دراستك وبقية التزاماتك



هل حلمت دائماً بتصميم أزياء أفلام هوليوود الكبرى؟ بفضل هذا البرنامج، ستكون على بعد خطوة واحدة من تحقيقه.

يضم طاقم التدريس المتخصصين في مجال الموضة، الذين يجلبون إلى هذا البرنامج خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين مشهورين من المجتمعات الرائدة والجامعات المرموقة.

سيوفر محتوى الوسائط المتعددة الذي تم تطويره باستخدام أحدث التقنيات التعليمية للمهنيين التعلم الموضوعي والسياقي، أي بيئة محاكاة ستوفر برنامجاً تدريبياً غامراً للتدريب في مواقف حقيقية.

تم تصميم هذا البرنامج حول التعلم القائم على حل المشاكل، حيث يجب على الطالب محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة التي تنشأ خلال البرنامج. لهذا الغرض، سيتم مساعدة الطالب من خلال نظام فيديو تفاعلي مبتكر تم إنشاؤه بواسطة خبراء مشهورين ومتمرسين.



# 02 الأهداف

تصميم الأزياء هو قطاع مزدهر، وهذا هو السبب في أن البرامج الجديدة ومع ذلك، فإن هذا الماجستير الخاص في TECH الجامعة التكنولوجية يخطو خطوة إلى الأمام ويهدف إلى تحويل الطلاب إلى مصممين ناجحين قادرين على نقل مجموعاتهم إلى المنصات الدولية الرئيسية، وبالتالي التأثير على عادات الشراء لدى المستهلك.





ابتكر اتجاهات الموضة التالية وقم بالتأثير على أسلوب الأشخاص من خلال تصميماتك"



الأهداف العامة



- ◆ تطوير المهارات الافتراضية لبيئة الموازة الجديدة وإدارة الرموز الحالية وتعزيز الروح الإبداعية والفنية
- ◆ تطوير مشروع تصميم احترافي بقدرة تأثير عالمية بناءً على الفرص الجديدة
- ◆ صمم مع العلم باستخدام المواد بفضل المعرفة العميقة في استخدام الأقمشة
- ◆ تغير الوجه بخفة الحركة والمرونة من خلال منظور متعدد التخصصات
- ◆ تجسيد العلاقة بين العالم الخيالي والعالم الحقيقي

عائش أهم المصممين اليوم بفضل التخصص الذي تقدمه  
TECH الجامعة التكنولوجية في هذا البرنامج





### الوحدة 1. تصميم أزياء هيكلي ومتكامل

- ♦ تصور الأفكار وتمثيلها بصريًا
- ♦ اكتساب معرفة متعمقة بهيكل الشكل البشري لتوصيل وظيفة الملابس
- ♦ التعرف على كيفية التعامل مع التقنيات التقليدية، جنبًا إلى جنب مع الأدوات التكنولوجية لرسم نمط تقريبيًا بدون وجود مفاهيم رسومية

### الوحدة 2. منتجات المنسوجات

- ♦ إلقاء نظرة أعمق على هيكل الصورة الظلية والقياسات
- ♦ التعرف على أساسيات تصميم الملابس والإكسسوارات
- ♦ إجراء اختبار للمنتجات المصممة

### الوحدة 3. الإكسسوار وتصميم الجوهرة

- ♦ تصور وتصميم مجموعة من الملحقات على مستوى احترافي مع ضمان جدواها
- ♦ تطوير صناعة الأنماط الفنية والمصنوعة يدويًا، مع إيلاء اهتمام خاص لاختيار المواد
- ♦ اكتساب المعرفة المتخصصة في الأحجار الكريمة والأحجار الكريمة، ولكن أيضًا بالأدوات الرقمية الخاصة بالمجال

### الوحدة 4. أزياء للملابس الخاصة

- ♦ تعلم كيفية تصميم الأزياء للسينما والمسرح والتلفزيون
- ♦ إنشاء مجموعات رياضية تروق للجمهور
- ♦ التخصص في الملابس الراقية

### الوحدة 5. تصميم الأزياء الافتراضي (CLO)

- ♦ استخدام أدوات تصميم ثنائية وثلاثية الأبعاد مختلفة
- ♦ اكتساب معرفة متعمقة لإدارة برنامج CLO Virtual Fashion
- ♦ التعرف على كيفية تصميم الأزياء الرقمية لألعاب الفيديو

### الوحدة 6. اتجاهات التصميم والموضة

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

### الوحدة 7. الهوية المرئية = UX + العلامة التجارية

- ♦ تنمية الإبداع الفني من خلال تحليل البيانات العلمية
- ♦ تعلم التفكير النقدي وتحليل متغيرات الموضة الصحية
- ♦ توقع اتجاهات الموضة من خلال تحديد الأنماط السلوكية وبناء تسلسل للحقائق وترجمتها إلى مخططات تمثيلية
- ♦ إتقان أدوات وبرامج علوم البيانات الرئيسية، وفهم الذكاء الاصطناعي وما يتم استخدامه من أجله، وكذلك متى يتم تطبيقه
- ♦ فهم كيفية عمل لغات البرمجة والتعرف عليها
- ♦ تطوير استخدام وممارسة الأدوات التكنولوجية الرئيسية المستخدمة في تسويق الأزياء الرقمية، وتطبيق مقاييس أساسية ومحددة لتقييم عملية صنع القرار من قسم الابتكار
- ♦ بناء هوية قابلة للتمثيل ومتنامية بشكل كبير لعلامة تجارية للأزياء من خلال إنشاء قصة حية
- ♦ تكرار استخدام الأدوات التكنولوجية في معظم القطاعات التي تتكون منها صناعة الأزياء: مستحضرات التجميل، المجوهرات، الملابس والأحذية

### الوحدة 8. تسويق المقتنيات

- ♦ عرض صورة مناسبة للعلامة التجارية أو المجموعة
- ♦ تقديم المجموعات للجمهور بطريقة جذابة ومتناسكة
- ♦ التعرف على كيفية تنسيق أحداث الموضة والترويج لاستخدام الملابس المستدامة

### الوحدة 9. إدارة المشتريات للأزياء

- ♦ التعرف على كيفية إدارة كل عملية من العمليات المتضمنة في تسويق الملابس
- ♦ إجراء تحليلات شاملة لفهم نوايا الشراء لدى العميل
- ♦ الحصول على المنتجات الأكثر مبيعًا قبل نهاية المخزون
- ♦ إتقان الأدوات التكنولوجية التي تشكل أساس البيانات الضخمة والتي ستتيح لك الحصول على ميزة على منافسيك من خلال تقليل المهل الزمنية

### الوحدة 10. ورشة عمل ريادة الأعمال والتوجيه الإبداعي

- ♦ تصميم أفكار ناجحة ذات قيمة تفاضلية من خلال نماذج الأعمال المختلفة الموجودة في الموضة
- ♦ تطوير المهارات التحليلية ورؤية السوق القادرة على بناء نظام بيئي متسق ودائم للعلامة التجارية
- ♦ تسويق القيمة التفاضلية لشركة أزياء بفضل الموقف الإبداعي والمبتكر.
- ♦ جلب آفاق جديدة لسوق التصميم الدولي مع رؤية للمستقبل
- ♦ تطبيق التفكير الانعكاسي على الإجراءات الملموسة وجعل الإبداع قيمة تحويلية تقود التغيير الحالي

# 03 الكفاءات

عند الانتهاء من الماجستير الخاص في تصميم الأزياء في TECH الجامعة التكنولوجية، سيكتسب الطلاب مستوى أعلى من الكفاءة يسمح لهم بتصميم وإنشاء مجموعاتهم الخاصة بنجاح ويكونون قادرين على التعامل مع الأدوات الرقمية المختلفة المستخدمة في الصناعة، وتوظيف تقنيات لوضع علامتهم التجارية أو حتى التحكم في عملية التسويق الكاملة لمنتجاتهم. بدون شك، برنامج سيمثل نقطة تحول في تدريبك المهني.



يمكنك أن تكون الشخصية الرائدة التالية في مجال الموضة، ما عليك  
سوى بذل جهد لتعلم كل ما يتعلق بالمجال"



الكفاءات العامة



- ◆ تطوير المهارات اللازمة لإدارة تصميم الأزياء بنجاح
- ◆ قيادة المشاريع الناجحة التي أصبحت مطلبًا عامًا
- ◆ مجموعات التصميم التي يتم عرضها على المنصات الدولية الرئيسية
- ◆ الحصول على نظرة عامة على المجال لتصبح أكثر قدرة على المنافسة

عند الانتهاء من الماجستير الخاص في *TECH* الجامعة  
التكنولوجية، ستقوم بتطوير المهارات المطلوبة للنجاح في هذا  
القطاع المزدهر”



## الكفاءات المحددة



- ◆ اكتساب معرفة عميقة بجميع مراحل تصميم الأزياء لضمان منتج نهائي ناجح
- ◆ عرض التفكير النقدي في ثقافة المؤسسة الحالية
- ◆ تطبيق التقنيات والمواد الأكثر استدامة لإنشاء تصميمات تتكيف مع متطلبات مجتمع اليوم
- ◆ استخدام تقنيات وتقنيات النسيج الرئيسية لإنشاء ملابس عالية الجودة
- ◆ إدارة جميع مراحل تسويق الملابس
- ◆ تنسيق وإدارة عروض الأزياء
- ◆ تطوير علامة تجارية للأزياء تحقق نجاحًا في السوق
- ◆ تطبيق تقنيات التسويق التي تفضل تحديد المواقع وزيادة الوعي بالعلامة التجارية
- ◆ التعرف على الاتجاهات الحالية في صناعة الأزياء وأنشئ مجموعات ستصبح ضرورية لهذا الموسم
- ◆ التعامل بثقة مع برنامج CLO Virtual Fashion، وهو أمر ضروري لإنشاء ملابس لصناعة ألعاب الفيديو
- ◆ تصميم المجوهرات والإكسسوارات الأخرى التي ستحظى باهتمام الجمهور



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تم تطوير الماجستير الخاص في تصميم الأزياء في TECH الجامعة التكنولوجية من قبل فريق تدريس من الدرجة الأولى. وبالتحديد، المتخصصون النشطون في مجالات مختلفة من صناعة الأزياء الذين يدركون الحاجة إلى توفير معرفة متخصصة وعالية الجودة للطلاب لتحقيق مهنيين مؤهلين تأهيلاً عالياً قادرين على فهم الاتجاهات الحالية والتعامل مع التقنيات والمنهجيات الرئيسية المستخدمة في هذا المجال.





تعلم من أفضل المتخصصين في هذا المجال وابدأ  
في تصميم مجموعتك الخاصة”



أ. García Barriga, María

- ♦ أكثر من 15 عامًا من الخبرة في إنشاء المحتوى بمختلف أنواعه: اللوجستيات والتوزيع والأزياء والأدب أو الحفاظ على التراث الفني
- ♦ عملت في منافذ إعلامية كبرى مثل RTVE و Telemadrid
- ♦ خريجة في علوم المعلومات، UCM
- ♦ دراسات عليا في التسويق والاتصال في الأزياء والشركات الفاخرة، UCM
- ♦ حاصلة على ماجستير في إدارة الأعمال من ISEM Fashion Business School، وكلية Fashion Business School في جامعة نافارا
- ♦ مرشحة دكتوراه في ابتكار اتجاهات الموضة
- ♦ مؤلف كتاب (The Pattern of Eternals) إنشاء هوية لولبية لأتمتة اتجاهات الموضة اليوم (El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de totencias de moda en la realidad)



## الأساتذة

### أ. Romero Monente, Begoña

- ◆ مرشدة شخصية ومدربة لرواد الأعمال
- ◆ محاضرة وأستاذة في محاضرات جامعية مختلفة في إدارة البيع بالتجزئة والتسويق الرقمي وإدارة الأفراد
- ◆ المديرية الإدارية لوكالة الترويج للشباب، حيث أنشأت خدمة Personal Shopper في المطارات الإسبانية وتخصصت في تنفيذ الحملات الإعلانية في متاجر السوق الحرة، مع حسابات مثل حملات AENA و Dufry و L'Ortega في متاجر السوق الحرة، مع حسابات مثل AENA و Dufry و L'Oréal و Diageo و Philip Morris و Montblanc، إلخ.
- ◆ منسقة في اتحاد وكالات الترويج للمطارات
- ◆ المذيعة ومؤلفة الإعلانات ومديرة الاتصالات لوسائل تشغيل / إيقاف متنوعة
- ◆ حاصلة على إجازة في الصحافة، جامعة مالاغا
- ◆ حاصلة على إجازة في الدعاية والعلاقات العامة، جامعة أوبرتا دي كاتالونيا
- ◆ حاصلة على ماجستير في إدارة الأعمال ISEM Fashion Business School، جامعة نافارا
- ◆ مدرسة معتمدة، المدرسة الأوروبية للتدريب

### أ. Pereira Paz, Juan Carlos

- ◆ مصمم ومدير مشروع DAB (التصميم والمؤلفون البوليفيون)
- ◆ مسؤول عن المجال الإبداعي وتدويل علامته التجارية خوان دي لاباز
- ◆ متخصص في اتصال وتسويق الأزياء
- ◆ ظهور في مجلات الموضة والثقافة في جميع أنحاء العالم مثل Vogue Russia و Harpers Bazaar Russia و L'Oficiel Italy و L'Oficiel Arabia و Vogue Mexico و Elle China و L'Oficiel Argentina و Elle Mexico و Vogue Italy

### أ. Holgueras, Javier

- ◆ مدير السوق والمحلل في المقر الرئيسي لشركة Apple في أيرلندا
- ◆ مدرس نظام غذجة المزيج التسويقي في Kellogg's في إسبانيا
- ◆ حاصل على إجازة في الاقتصاد
- ◆ حاصل على ماجستير في البيانات الضخمة وتحليل الأعمال

### أ. García Barriga, María

- ◆ محررة ومديرة المجتمع لشركة مستحضرات تجميل مكرسة لصناعة الصابون الطبيعي
- ◆ مسؤولة عن تنفيذ الحملات المختلفة التي نفذتها شركة Cosmética Natural El Sapo
- ◆ مستشارة الصور والتصوير للمدارس الخاصة في جميع أنحاء إسبانيا
- ◆ مصورة متخصصة في الطباعة ثلاثية الأبعاد والشبكات الاجتماعية واللغة غير اللفظية وخلق بيئات للتصوير المدرسي
- ◆ متخرجة في التدريس

### أ. Vela Covisa, Susana

- ◆ مديرة وكالة Polka Press Comunicación
- ◆ مؤسسة ومديرة عرض أزياء Atelier Couture
- ◆ المروحة والمنسقة لمساحة التجربة المستدامة في موماد
- ◆ محاضرة ومدرسة في مختلف الجامعات وكليات إدارة الأعمال ومراكز التدريب، مثل IED وجامعة فرانسيكو دي فيتوريا ومدرسة مدريد للتسويق ومدرسة ELLE للأزياء
- ◆ أكثر من 30 عامًا من الخبرة المسؤولة عن أقسام الموضة المختلفة، وخاصة في أقسام الاتصال لمختلف العلامات التجارية والمكاتب الصحفية والوكالات ومشاريع الأزياء والمعارض الدولية ومنصات العرض، وكذلك في تنظيم الأحداث في هذا المجال
- ◆ فنية أزياء أول
- ◆ تدريب إضافي في الأزياء المستدامة، متخصصة في التصميم الإيكولوجي والأزياء والتواصل

### أ. Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ◆ مستشارة صور ومسؤولة عن إدارة صالة العرض وتنفيذ Concept Stores
- ◆ منتجة ومحررة أزياء في دور النشر والوكالات والشركات المختلفة
- ◆ منشئ مناظر مسرحيات مختلفة، مع التركيز على رمزية الصورة
- ◆ حاصلة على في الفنون المسرحية، ESAD من مورسيا
- ◆ متخصصة في الإبداع الفني وتحليل اتجاهات الموضة
- ◆ حاصلة على في العلاقات الدولية، ITC Sraffa، ميلانو
- ◆ حاصلة على ماجستير في الإنتاج التحريري للأزياء وتصميم الأزياء المدرسة الأمريكية الحديثة للتصميم، بوينس آيرس، الأرجنتين



## tech 20 | هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

### أ. Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ مصممة مستقلة في Petite Antoinette
- ◆ مؤسسة مشاركة للعلامة التجارية TheIraMare المتخصصة في تصميم الأوشحة والإكسسوارات
- ◆ مصممة لمنصات مختلفة
- ◆ حاصلة على شهادة جامعية في تصميم الأزياء Barreira Arte y Diseño
- ◆ تخرجت في تصميم الأزياء والتصميم، Barreira Arte y Diseño
- ◆ تخرجت في الدرجة المتوسطة في تصميم القبعة، والإكسسوارات Barreira Arte y Diseño
- ◆ محاضرة جامعية في تكنولوجيا الملابس
- ◆ محاضرة جامعية في صنع النماذج والقص والخياطة في ملابس فالنسيا

### أ. Anguiano, Daniela

- ◆ مصممة الأزياء والجرافيك وصانع المحتوى
- ◆ مصممة جرافيك ومديرة مجتمع ورابطة صانعي المحتوى بين نساء وسولم مدريد
- ◆ الأزياء وتصميم الجرافيك فريق Fasrev الدولي
- ◆ تصميم الأزياء والجرافيك للمصمم فرناندو كلارو مدريد
- ◆ المؤسسة والمديرة الفنية بيبير ديزاين مدريد
- ◆ تصميم منسوجات بيبير زانيل
- ◆ تصميم الأزياء والنسيج جامعة باليرمو، بوينس آيرس، الأرجنتين
- ◆ محاضرة جامعية في إنتاج الأزياء EBA، بوينس آيرس، الأرجنتين
- ◆ محاضرة جامعية في إيلي التعليمية حول منشئ المحتوى المرتبط بعلامات تجارية Mindway، مدريد

إنها تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز تطور المهني



# الهيكل والمحتوى

تم تنظيم الماجستير الخاص في تصميم الأزياء مع مراعاة الاحتياجات الأكاديمية للمهنيين في هذا المجال، الذين يسعون إلى تحسين مهاراتهم أثناء استمرارهم في الوفاء بالتزامات عملهم. وبالتالي، فإن التنسيق عبر الإنترنت بنسبة 100% يوفر لهم الفرصة للتعرف على مواضيع مختلفة، مثل منتجات المنسوجات، والإكسسوارات والمجوهرات، والملابس الخاصة، واتجاهات الموضة أو أحدث الأدوات الرقمية المستخدمة في الصناعة.





إنشاء ملابس وإكسسوارات مستدامة، والالتزام بصناعة أزياء تحمي البيئة "



الوحدة 1. تصميم أزياء هيكلي ومتكامل

- 1.1 الرسم التعبيري
  - 1.1.1 الهيكل التشريحي لجسم الإنسان
  - 2.1.1 مساحة ثلاثية الأبعاد
  - 3.1.1 المنظور وتحليل المصفوفة
- 2.1 السيمائية البصرية
  - 1.2.1 اللون والضوء بأشكال ثلاثية الأبعاد
  - 2.2.1 الكفاف والتظليل
  - 3.2.1 حركة الملابس في تشريح الإناث والذكور
- 3.1 التركيب 1
  - 1.3.1 الحجم
  - 2.3.1 الصورة الظلية للأثني والصورة الظلية للذكور
  - 3.3.1 الشكل والشكل السلبي
- 4.1 التركيب 2
  - 1.4.1 التماثل وعدم التناسق
  - 2.4.1 البناء والتفكيك
  - 3.4.1 زخارف الستائر والجواهر
- 5.1 أدوات التمثيل
  - 1.5.1 الرسم الهندسي
  - 2.5.1 تقنيات الرسم السريع والسموم
  - 3.5.1 CANVA
- 6.1 منهجية التصميم
  - 1.6.1 التصميم بمساعدة الحاسوب
  - 2.6.1 CAD/CAM: النماذج
  - 3.6.1 المنتجات النهائية وتشغيل الإنتاج
- 7.1 تخصيص الملابس وتحويلها
  - 1.7.1 القطع والتجميع والتشطيب
  - 2.7.1 تكييفات النمط
  - 3.7.1 تخصيص الملابس
- 8.1 التعبئة والتغليف
  - 1.8.1 التعبئة والتغليف كامتداد للعلامة التجارية
  - 2.8.1 التغليف المستدام
  - 3.8.1 التخصيص الآلي

9.1 التصميم الذري

- 1.9.1 مكونات النظام
- 2.9.1 القوالب
- 3.9.1 نماذج مصمم الويب
- 10.1 تصميم التطبيق
  - 1.10.1 تقنيات التوضيح المحمول
  - 2.10.1 أدوات التصميم الشاملة: الإيجاب
  - 3.10.1 أدوات الدعم: استوديو بانتون

الوحدة 2. منتجات المنسوجات

- 1.2 أنثروبولوجيا التصميم
  - 1.1.2 تحول الملابس إلى ملابس رياضية
  - 2.1.2 التفكير البصري: البلاغة واللغة
  - 3.1.2 فن المنتجات في صناعة الأزياء
- 2.2 الجنس في تصميم المنتج
  - 1.2.2 الملابس النسائية
  - 2.2.2 الدعاوى الذكور
  - 3.2.2 تهجين أزياء الملابس
- 3.2 تصميم الملحقات
  - 1.3.2 الجلود والمواد الاصطناعية
  - 2.3.2 الجواهر
  - 3.3.2 الأحذية
- 4.2 تصميم المنتج
  - 1.4.2 النماذج
  - 2.4.2 بيئة تكنولوجيا المواضع والأقمشة الصناعية الجديدة
  - 3.4.2 تحويل النماذج
- 5.2 صناعة الملابس الجاهزة
  - 1.5.2 ماكينة الخياطة
  - 2.5.2 حجم الجسم والقياسات
  - 3.5.2 تقنيات الخياطة وتجميع الملابس
- 6.2 الإنتاج الصناعي: أزياء الملابس 1
  - 1.6.2 تقنيات صنع الأقماع والإنتاج
  - 2.6.2 الطوابع
  - 3.6.2 الصب وصناعة الأقماع الصناعية



- 4.3 النماذج الأولية للمنتج
  - 1.4.3 الرسم والتخطيط
  - 2.4.3 ورقة بيانات المنتج
  - 3.4.3 الإنتاج على نطاق واسع: INGA 3D
- 5.3 تصميم المجوهرات
  - 1.5.3 الجواهر والأحجار الكريمة
  - 2.5.3 المجوهرات المقلدة والمواد البديلة
  - 3.5.3 نماذج المجوهرات باستخدام الطباعة ثلاثية الأبعاد
- 6.3 Rhinowewel
  - 1.6.3 أدوات المعادن والأحجار الكريمة
  - 2.6.3 أدوات النمذجة
  - 3.6.3 أدوات الحجر المعيارية
- 7.3 تطوير المنتج
  - 1.7.3 الإبداع وجدوى الإكسسوار
  - 2.7.3 تنمية المجموعات: محاذاة العلامة التجارية
  - 3.7.3 منهجية عرض مجموعات الإكسسوار
- 8.3 الجلد
  - 1.8.3 جلد الحيوان والعلاج
  - 2.8.3 المواد الاصطناعية
  - 3.8.3 الاستدامة والبيئة
- 9.3 تخصيص الملحقات والتحول
  - 1.9.3 التحول اليدوي
  - 2.9.3 الخرز والسحر
  - 3.9.3 الملابس المرصعة بالجواهر: أحزمة وحقائب مشابهة وفساتين مرصعة بالجواهر
- 10.3 الساعات والنظارات الشمسية
  - 1.10.3 المجوهرات والتكوين
  - 2.10.3 المواد المحددة
  - 3.10.3 التركيب

- 7.2 الإنتاج الصناعي: أزياء الملابس 2
  - 1.7.2 تقنيات التحجيم
  - 2.7.2 تحجيم الحجم
  - 3.7.2 تحويل النمط
- 8.2 تصميم المنسوجات
  - 1.8.2 الأقمشة والمواد
  - 2.8.2 لوحة الشركات والموسمية
  - 3.8.2 تقنيات تطوير المنتج
- 9.2 الملابس الداخلية والمشدات
  - 1.9.2 أقمشة خاصة للملابس الحميمة
  - 2.9.2 الأقمشة المحددة
  - 3.9.2 تجميع الملابس
- 10.2 اختبار المنتج
  - 1.10.2 إنشاء كفاءات المنتج
  - 2.10.2 إنشاء كفاءات المنتج
  - 3.10.2 إعادة تصميم المنتجات

### الوحدة 3. الإكسسوار وتصميم الجوهرة

- 1.3 تشريح الملحقات والزخرفة
  - 1.1.3 الأحذية
  - 2.1.3 الحقائب والأحزمة
  - 3.1.3 المجوهرات والمجوهرات المقلدة
- 2.3 مواد محددة لتصميم الملحقات
  - 1.2.3 التركيبات والأجهزة
  - 2.2.3 الأقمشة الصناعية
  - 3.2.3 المواد الفنية
- 3.3 سير العمل
  - 1.3.3 علاقات الموردين
  - 2.3.3 تصنيع العقد الصناعي
  - 3.3.3 أسعار السوق

#### الوحدة 4. أزياء للملابس الخاصة

- 1.4 المجموعات الرياضية
  - 1.1.4 تطور الموضة الرياضية
  - 2.1.4 تصميم أسلوب غير رسمي والإبداع
  - 3.1.4 الملابس الرياضية والملابس النشطة
- 2.4 النمط والتصميم في الملابس الرياضية
  - 1.2.4 بيئة عمل الرياضيين
  - 2.2.4 الزخرفة الفنية
  - 3.2.4 المواد التقنية: التبخر، التهوية والعزل المائي
- 3.4 تصميم الملابس للمسلسلات السينمائية والتلفزيونية
  - 1.3.4 تأثير الموضة على الفنون المسرحية
  - 2.3.4 قسم الأزياء في الأفلام
  - 3.3.4 مراجعة السيناريو لتصميم الأزياء الخيالية
- 4.4 سير العمل في السينما
  - 1.4.4 توثيق الفترة والأسلوب
  - 2.4.4 الجو السينمائي من خلال الأزياء
  - 3.4.4 الأقمشة والتقنيات المطبقة على التشطيب النهائي
- 5.4 أزياء للسينما
  - 1.5.4 أزياء للرسوم المتحركة
  - 2.5.4 أزياء مارفل
  - 3.5.4 أزياء الفترة
  - 6.4 المنصة والفيلم غلاس
  - 1.6.4 الزخرفة التجريبية
  - 2.6.4 تصويرية للنماذج والممثلات
  - 3.6.4 أزياء المسرح على السجادة الحمراء
- 7.4 الخيال المسرحي
  - 1.7.4 أزياء الأوبرا
  - 2.7.4 أزياء المسرح
  - 3.7.4 أزياء الرقص والسيرك
- 8.4 تصميم الأزياء الراقية
  - 1.8.4 ملابس مصممة حسب الطلب
  - 2.8.4 تقنيات التوضيح الإبداعي
  - 3.8.4 مجموعات الوفاف

#### 9.4 الخياطة

- 1.9.4 أنماط البدلة للرجال والنساء
- 2.9.4 الأقمشة الموسمية
- 3.9.4 الاتجاهات المستقبلية في الملابس المصنوعة حسب المقاس
- 10.4 وضع المنتج
  - 1.10.4 التعاون مع إنشاء علامات تجارية لخزائن المسلسلات التلفزيونية
  - 2.10.4 تحتاج الاقتراحات والعرض التقديمي
  - 3.10.4 تكلفة اختيار الملابس والتعاون

#### الوحدة 5. تصميم الأزياء الافتراضي (CLO)

- 1.5 تقنيات التصميم الحالية
  - 1.1.5 التصميم ثنائي الأبعاد
  - 2.1.5 التصميم ثلاثي الأبعاد
  - 3.1.5 برنامج الأزياء الافتراضية CLO
- 2.5 الإبداع الرقمي والتصميم التجريبي
  - 1.2.5 الإبداع الرقمي والتصميم التجريبي
  - 2.2.5 واجهة المستخدم الافتراضية للأزياء CLO
  - 3.2.5 D3 الرسوم المتحركة الرمزية
- 3.5 الخياطة الافتراضية
  - 1.3.5 الخياطة الجزئية
  - 2.3.5 الخياطة المجانية
  - 3.3.5 هيكل الطبقة
- 4.5 مكتبة أقمشة الأزياء الافتراضية CLO
  - 1.4.5 الأقمشة المستخدمة بكثرة
  - 2.4.5 الطلاءات
  - 3.4.5 تركيب الملابس
- 5.5 تبسيط العملية
  - 1.5.5 الألوان والأنماط
  - 2.5.5 تكوين التصميم
  - 3.5.5 عينات ثلاثية الأبعاد
- 6.5 خلق الملمس
  - 1.6.5 إعطاء وتحرير القوام
  - 2.6.5 العتامة، الانعكاس والموقف
  - 3.6.5 الخريطة العادية وخريطة الإزاحة

- 5.6. الانطلاق الاستراتيجي
  - 1.5.6. الاتجاهات الكبرى والاتجاهات الصغرى
  - 2.5.6. الجديد، الاتجاه والضجيج
  - 3.5.6. دورة نشر المنتج
  - 6.6. منهجية تحليل الاتجاه
    - 1.6.6. فن وعلم التحليلات التنبؤية
    - 2.6.6. مصادر المعلومات في سوق الموضة
    - 3.6.6. استخراج الرؤى
  - 7.6. نمط حياة مستهلكي الموضة
    - 1.7.6. القيم والأولويات
    - 2.7.6. الفخامة الجديدة ومكانها في سوق الأزياء
    - 3.7.6. بين المتجر الفعلي والتجارة الإلكترونية
- 8.6. تصور سوق الموضة
  - 1.8.6. تجربة الشراء
  - 2.8.6. نقاط الجذب
  - 3.8.6. متاجر المفاهيم الرقمية
- 9.6. تقارير الاتجاه
  - 1.9.6. الهيكل والتكوين
  - 2.9.6. المقدمة
  - 3.9.6. التقييم واتخاذ القرار
- 10.6. اتجاهات المستهلكين بعد الوباء
  - 1.10.6. التغييرات الدائمة في عادات المستهلك
  - 2.10.6. مشتريات المستقبل
  - 3.10.6. التكنولوجيا والاستدامة: محاور التغيير

#### الوحدة 7. الهوية المرئية = UX + العلامة التجارية

- 1.7. استخدام تكنولوجيا الموضة
  - 1.1.7. الذكاء الاصطناعي
  - 2.1.7. تجسيد الميزة التنافسية
  - 3.1.7. روبوتات المحادثة والمتسوقون الشخصيون الافتراضيون
- 2.7. إدارة الهوية والتغيير
  - 1.2.7. تصميم هوية العلامة التجارية
  - 2.2.7. بناء هوية العلامة التجارية
  - 3.2.7. الأثر الاقتصادي

- 7.5. صناعة الملابس 1
  - 1.7.5. الملابس
  - 2.7.5. الطوايح
  - 3.7.5. الأداء
- 8.5. صناعة الملابس 2
  - 1.8.5. الطيات
  - 2.8.5. القبعان والشفرات
  - 3.8.5. سولي (Soleil) والحشو
- 9.5. البيئات المحاكاة
  - 1.9.5. تقنيات التصميم
  - 2.9.5. تصور الملابس في بيئات البيع بالتجزئة
  - 3.9.5. ترويج المجموعة الافتراضية
- 10.5. الأسواق الناشئة وتقنيات الدخول
  - 1.10.5. قدر العملية الحسابية
  - 2.10.5. المراتدات
  - 3.10.5. صناعة ألعاب الفيديو

#### الوحدة 6. اتجاهات التصميم والموضة

- 1.6. المستهلك العالمي: الشرق والغرب
  - 1.1.6. الموضة في سياق العولمة
  - 2.1.6. التفاخر الآسيوي
  - 3.1.6. الإرث الغربي
- 2.6. احتياجات المستهلك اليوم
  - 1.2.6. ملفات تعريف المستهلك الجديدة
  - 2.2.6. المستهلك
  - 3.2.6. اتخاذ القرار أثناء عملية الشراء
- 3.6. التعبير البصري عن اللون
  - 1.3.6. أهمية اللون في قرارات الشراء
  - 2.3.6. العواطف اللونية
  - 3.3.6. اللون في نظام الموضة الإيكولوجي
- 4.6. تحليل الاتجاه والبحث
  - 1.4.6. صياد الاتجاه
  - 2.4.6. من الاتجاهات إلى الاستهلاك الشامل
  - 3.4.6. الوكالات المتخصصة

الوحدة 8. تسويق المقتنيات

- 1.8 ديناميات الموضة الحالية
  - 1.1.8 أسابيح الموضة والأزياء الراقية
  - 2.1.8 إدراك الفكرة ودليل الرسم
  - 3.1.8 تصور المجموعة
- 2.8 إنشاء مجموعة
  - 1.2.8 لوحات المزاج والإلهام الدولي
  - 2.2.8 المصانع العالمية والموردين
  - 3.2.8 الملصقات والتغليف
- 3.8 التحالفات والشراكات الاستراتيجية
  - 1.3.8 الشركاء الاستراتيجيين
  - 2.3.8 بين المصممين ورجال الأعمال والفنانين
  - 3.3.8 مجموعات الكبسولة
- 4.8 الأسلوب
  - 1.4.8 التسويق البصري
  - 2.4.8 تصميم الواجهة
  - 3.4.8 التصوير الرقمي: عرض الجوال
- 5.8 عروض الأزياء وعواصم الموضة
  - 1.5.8 عرض الأزياء
  - 2.5.8 باريس، لندن ونيويورك
  - 3.5.8 المنصات الافتراضية
- 6.8 معارض وأحداث التصميم
  - 1.6.8 إدارة الأحداث في سوق الأزياء
  - 2.6.8 بيئة B2B
- 7.8 التصميم البيئي والأثر البيئي
  - 1.7.8 الحرفية
  - 2.7.8 الفخامة الجديدة
  - 3.7.8 الأزياء المستدامة بالأرقام
- 8.8 تسويق المجموعة
  - 1.8.8 أوركسترا Omnichannel
  - 2.8.8 تحسين القنوات على الإنترنت
  - 3.8.8 المزايا المتبقية دون الاتصال بالإنترنت

- 3.7 تحليلات جوجل وإعلانات جوجل
  - 1.3.7 تحديد المواقع الاستراتيجية للعلامة التجارية للأزياء
  - 2.3.7 إعلانات جوجل
  - 3.3.7 تحليلات جوجل
- 4.7 التسويق القائم على البيانات
  - 1.4.7 عملية توجيه البيانات
  - 2.4.7 جمع واختيار البيانات
  - 3.4.7 الجدولة: إحصائيات البيانات
- 5.7 إنشاء تسلسل النمط
  - 1.5.7 إدارة المقاييس الرئيسية
  - 2.5.7 مقاييس خاصة بالموضة
  - 3.5.7 تسلسل النمط
- 6.7 محاكاة سيناريوهات الابتكار
  - 1.6.7 الابتكار والإبداع
  - 2.6.7 المحاكاة والتنمؤ
  - 3.6.7 Microsoft Power BI
- 7.7 تجزئة وإدارة قواعد البيانات
  - 1.7.7 تجزئة السوق
  - 2.7.7 تجزئة الجمهور
  - 3.7.7 SQL لأحجام البيانات الكبيرة
- 8.7 الولاء وقوة المبيعات
  - 1.8.7 الملف العاطفي لمستهلكي الموضة
  - 2.8.7 اكتساب المستخدمين والاحتفاظ بالمستهلكين وسفراء العملاء
  - 3.8.7 CRM: قوة المبيعات
- 9.7 تسويق المحتوى
  - 1.9.7 خلق تجربة مستخدم في البيئات الرقمية
  - 2.9.7 سلوك إشراك العملاء
  - 3.9.7 المحتوى داخل وخارج موقع الويب الخاص بي
- 10.7 الإبداع باستخدام بايثون
  - 1.10.7 بنية اللغة وعناصرها
  - 2.10.7 وظائف بايثون
  - 3.10.7 الإبداع باستخدام البيانات

- 6.9. تقارير قاعدة البيانات
- 1.6.9. مخزن البيانات
- 2.6.9. قوالب قاعدة بيانات Access
- 3.6.9. استعلامات التحديث
- 7.9. البيانات الضخمة باستخدام الجدول
- 1.7.9. تنظيم البيانات
- 2.7.9. تمثيل القيمة العددية
- 3.7.9. استخدام مصادر بيانات متعددة
- 8.9. تخصيص البيانات باستخدام الجدول
- 1.8.9. باستخدام الحسابات
- 2.8.9. حسابات الجدول السريعة
- 3.8.9. الخطوط المرجعية
- 9.9. لوحة القيادة: عرض مرئي للمعلومات
- 1.9.9. رسم الخرائط الجغرافية
- 2.9.9. تصور القياس والمقارنة
- 3.9.9. الإحصاء والتنبؤ
- 10.9. إدارة المشروع
- 1.10.9. مالك المنتج
- 2.10.9. منهجية العجاف
- 3.10.9. المنهجية الرشيقة

## الوحدة 10. ورشة عمل ريادة الأعمال والتوجيه الإبداعي

- 1.10. الابتكار والإبداع في أسواق الموضة
- 1.1.10. إعادة ابتكار ما هو موجود بالفعل في تصميم الأزياء
- 2.1.10. إنشاء أحماط جديدة من الصفر
- 3.1.10. براءات الاختراع على الأقمشة
- 2.10. التفكير التخريبي والتفكير التصميمي
- 1.2.10. التفكير التخريبي والتأثير العالمي
- 2.2.10. المخطط البصري للتفكير التصميمي
- 3.2.10. حل المشاكل

- 9.8. الأحداث الشخصية
- 1.9.8. محاذاة الجمهور
- 2.9.8. خطة التواصل
- 3.9.8. التنظيم
- 10.8. تقييم التحصيل النهائي
- 1.10.8. يطبخ في الأشكال
- 2.10.8. التحليلات والمؤشرات المتقدمة
- 3.10.8. إعادة صياغة الملابس

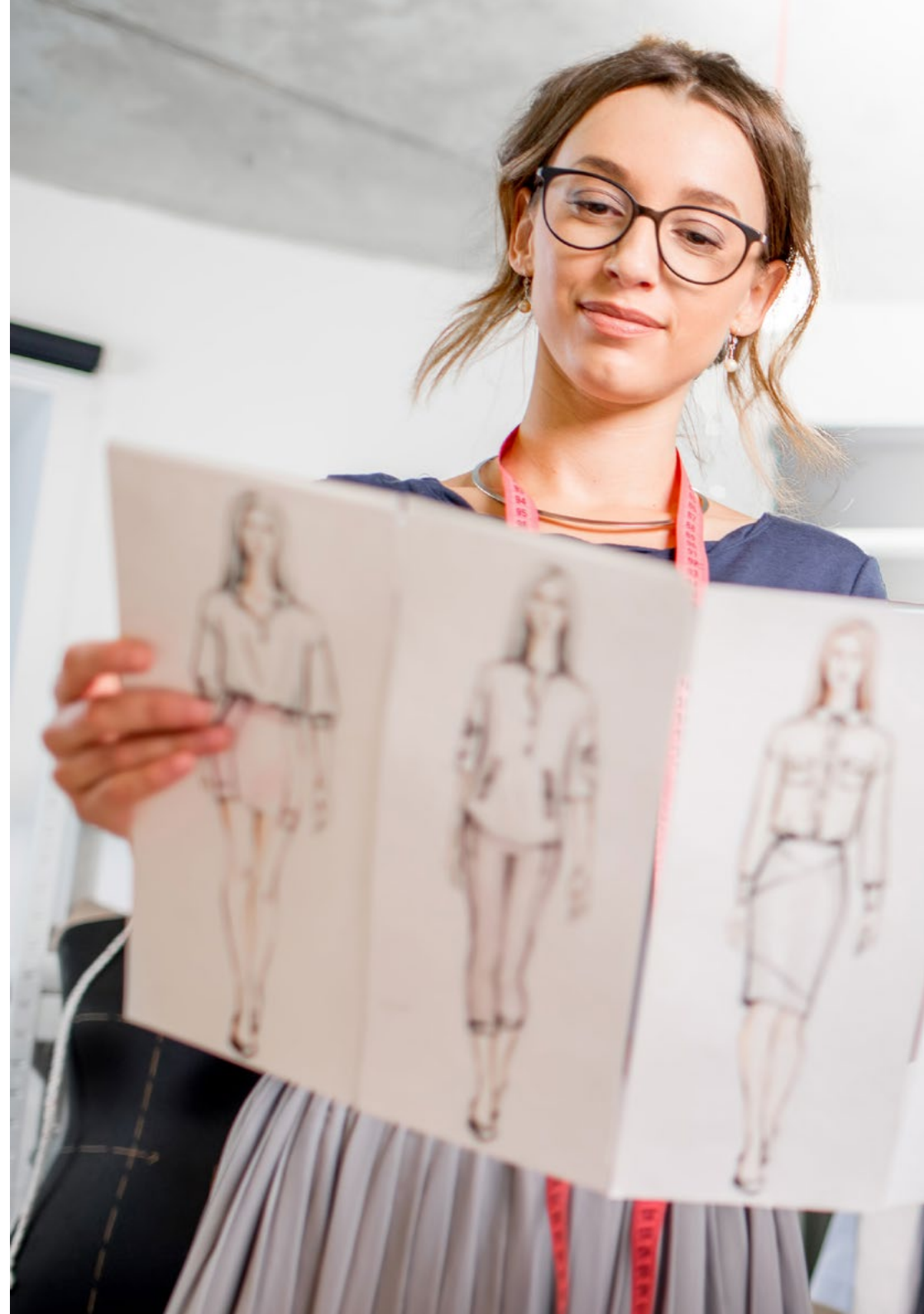
## الوحدة 9. إدارة المشتريات للأزياء

- 1.9. ديناميكية مستهلكي الموضة
- 1.1.9. دورة حياة منتج الموضة
- 2.1.9. الموسمية في صناعة الأزياء
- 3.1.9. أدوات تنشيط قيمة العلامة التجارية
- 2.9. صياغة Microsoft Excel
- 1.2.9. الجراحة
- 2.2.9. العمليات الحسابية
- 3.2.9. الصيغ
- 3.9. تطبيقات Excel
- 1.3.9. الرسم البياني
- 2.3.9. الجداول الديناميكية
- 3.3.9. النماذج.
- 4.9. إدارة الأخطاء
- 1.4.9. الشكل
- 2.4.9. العدد
- 3.4.9. النص.
- 5.9. النص
- 1.5.9. إدارة الأخطاء
- 2.5.9. أنواع البيانات وخصائص الحقول
- 3.5.9. الاستعلامات ووحدات الماكرو



- 3.10 القيادة والعقلية التجارية
  - 1.3.10 الفريق
  - 2.3.10 العلامات التجارية الشخصية
  - 3.3.10 إدارة تطور الأعمال والنمو
- 4.10 سلسلة القيمة في صناعة الأزياء والرفاهية
  - 1.4.10 هيكل سوق الأزياء العالمي
  - 2.4.10 سلسلة القيمة التقليدية
  - 3.4.10 تطور الروابط في سلسلة قيمة الأزياء
- 5.10 شركات الأزياء الناشئة
  - 1.5.10 جولات التمويل
  - 2.5.10 الفقرة نحو التدويل
  - 6.10 الاتجاه الإبداعي لأعمال الموضة
    - 1.6.10 ديناميات الإبداع
    - 2.6.10 التشكيلات المهنية
    - 3.6.10 أدوار المدير الإبداعي
  - 7.10 البيولوجيا العصبية للإبداع
    - 1.7.10 الذكاء
    - 2.7.10 القياس الإبداعي
    - 3.7.10 وسائل التواصل الاجتماعي
  - 8.10 تقنيات الإبداع
    - 1.8.10 الحصار
    - 2.8.10 تقنيات توليد الأفكار
    - 3.8.10 CRE- IN
  - 9.10 مصادر الإلهام
    - 1.9.10 إتقان ماضي الموضة
    - 2.9.10 التطلعات: المستقبل
    - 3.9.10 التوازن التركيبي بين الماضي والمستقبل
  - 10.10 التنظيم
    - 1.10.10 الإطار التكويني في مجموعة أزياء
    - 2.10.10 تصور المشاهد
    - 3.10.10 الخيال في ماركات الأزياء

سيساعدك تعلم الفروق الدقيقة في تصميم الأزياء على النمو بشكل احترافي  
في هذا القطاع وإنشاء مجموعات ستصبح موسمًا لا بد منه”



# المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. تم تطوير منهجيتنا من خلال وضع التعلم الدوري: إعادة التعلم. يُستخدم نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أرقى كليات الطب في العالم، وقد تم اعتباره من أكثر الكليات فعالية من خلال المنشورات ذات الأهمية الكبيرة مثل مجلة نيو إنجلاند الطبية.







اكتشف إعادة التعلم، وهو نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك من خلال أنظمة التدريس الدورية: طريقة تعلم أثبتت فعاليتها الهائلة، خاصة في الموضوعات التي تتطلب الحفظ”

### دراسة حالة لوضع جميع المحتويات في سياقها

يقدم برنامجنا طريقة ثورية لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز الكفاءات في سياق متغير وتنافسي وعالي الطلب.



مع تيك يمكنك تجربة طريقة للتعليم تعمل على تحريك  
أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم”

سوف تصل إلى نظام تعليمي قائم على التكرار ، مع تدريس  
طبيعي وتقدمي في جميع أنحاء المنهج الدراسي بأكمله.

### طريقة تعلم مبتكرة ومختلفة

برنامج تيك الحالي هو تعليم مكثف ، تم إنشاؤه من الصفر ، والذي يقترح التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. بفضل هذه المنهجية يتم تعزيز النمو الشخصي والمهني ، واتخاذ خطوة حاسمة نحو النجاح. طريقة الحالة ، تقنية تضع الأسس لهذا المحتوى ، تضمن اتباع أحدث واقع اقتصادي واجتماعي ومهني.

برنامجنا يعدك لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مؤكدة  
وتحقيق النجاح في حياتك المهنية”

كانت طريقة الحالة هي نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل الكليات في العالم. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب بل كانت طريقة القضية هي تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تأسيسها كطريقة معيارية للتدريس في جامعة هارفارد.

في موقف محدد ، ما الذي يجب أن يفعل المحترف؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في أسلوب الحالة ، وهو أسلوب التعلم العملي. خلال البرنامج ، سيواجه الطلاب حالات حقيقية متعددة. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والمناقشة والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية، حل  
المواقف المعقدة في بيئات الأعمال الحقيقية.

### منهجية إعادة التعلم

تجمع تيك بفعالية بين منهجية دراسة الحالة ونظام تعلم عبر الإنترنت بنسبة 100% استناداً إلى التكرار ، والذي يجمع بين 8 عناصر تعليمية مختلفة في كل درس.

نحن نشجع دراسة الحالة بأفضل طريقة تدريس بنسبة 100% عبر الإنترنت إعادة التعلم.



في عام 2019 ، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية لجميع الجامعات عبر الإنترنت باللغة الإسبانية في العالم.

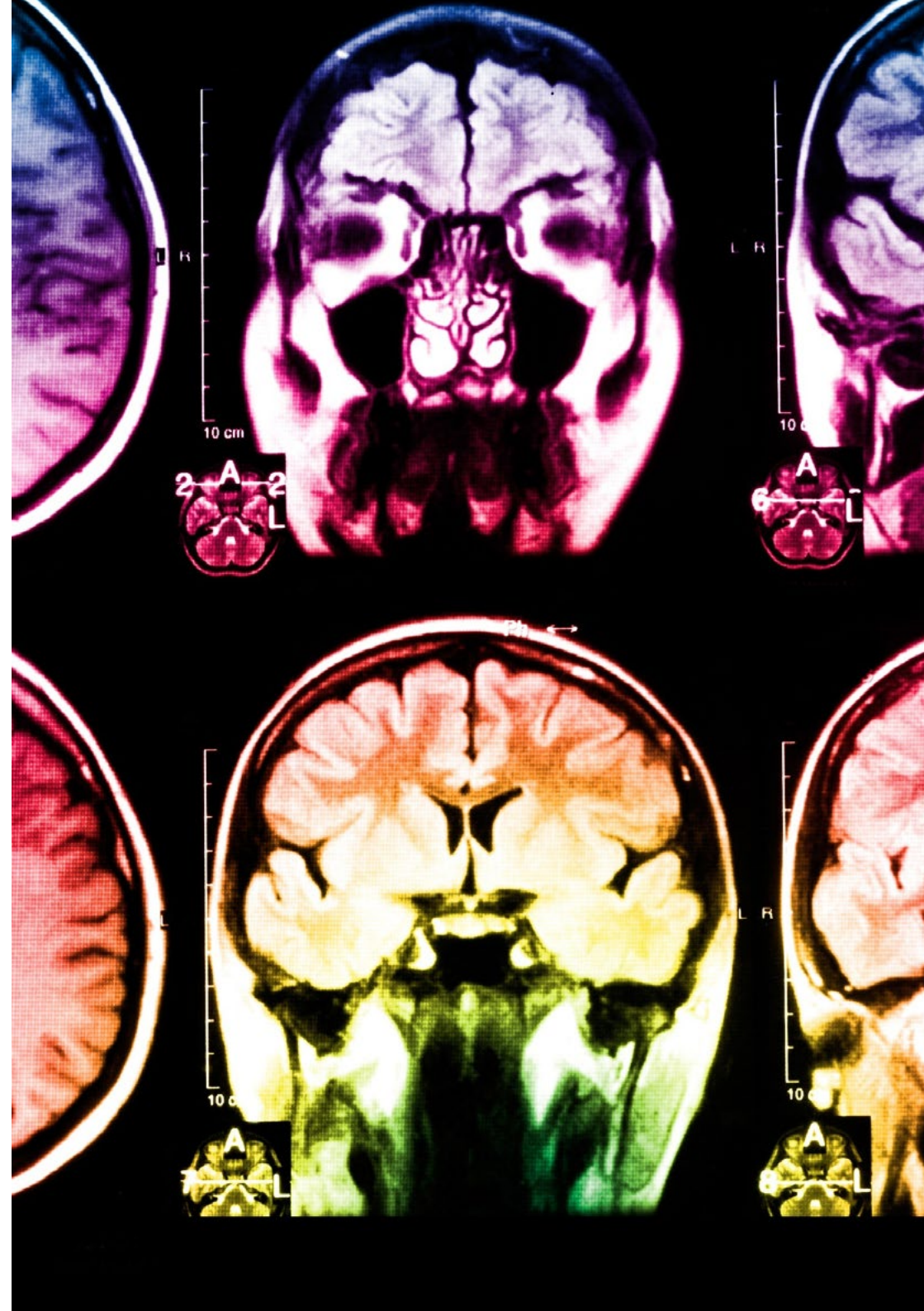
في تيك تتعلم بمنهجية طليعية مصممة لتدريب مديري المستقبل. هذه الطريقة ، في طليعة التعليم العالمي ، تسمى إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة بالإسبانية المرخصة لاستخدام هذه الطريقة الناجحة. في عام 2019 ، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا (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 دوامة (تعلم، وإلغاء التعلم، والنسيان، وإعادة التعلم). لذلك، يتم دمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركز. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650 ألف 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 هذا في بيئة يرتفع فيها، الطلب مع طالب جامعي يتمتع بمكانة اجتماعية واقتصادية عالية ومتوسط عمر 43.5 سنة.

ستسمح لك إعادة التعلم بالتعلم بجهد أقل وأداء أكبر، والمشاركة بشكل أكبر في تدريبك، وتنمية الروح النقدية، والدفاع عن الحجج والآراء المتناقضة: معادلة مباشرة 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 ضروريًا لنا لنكون قادرين على ذلك. تذكرها وتخزينها في قرن آمون، للاحتفاظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى. بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يتطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المعدة بعناية للمحترفين:

#### المواد الدراسية



تم إنشاء جميع المحتويات التعليمية من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس الدورة ، خاصةً له ، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموماً حقًا.

يتم تطبيق هذه المحتويات بعد ذلك على التنسيق السمعي البصري ، لإنشاء طريقة عمل تيك عبر الإنترنت. كل هذا ، مع أكثر التقنيات ابتكارًا التي نقدم قطعًا عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

#### فصول الماجستير



هناك أدلة علمية على فائدة ملاحظة طرف ثالث من الخبراء.

ما يسمى بالتعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة ، ويولد الأمان في القرارات الصعبة في المستقبل.

#### ممارسات المهارات والكفاءات

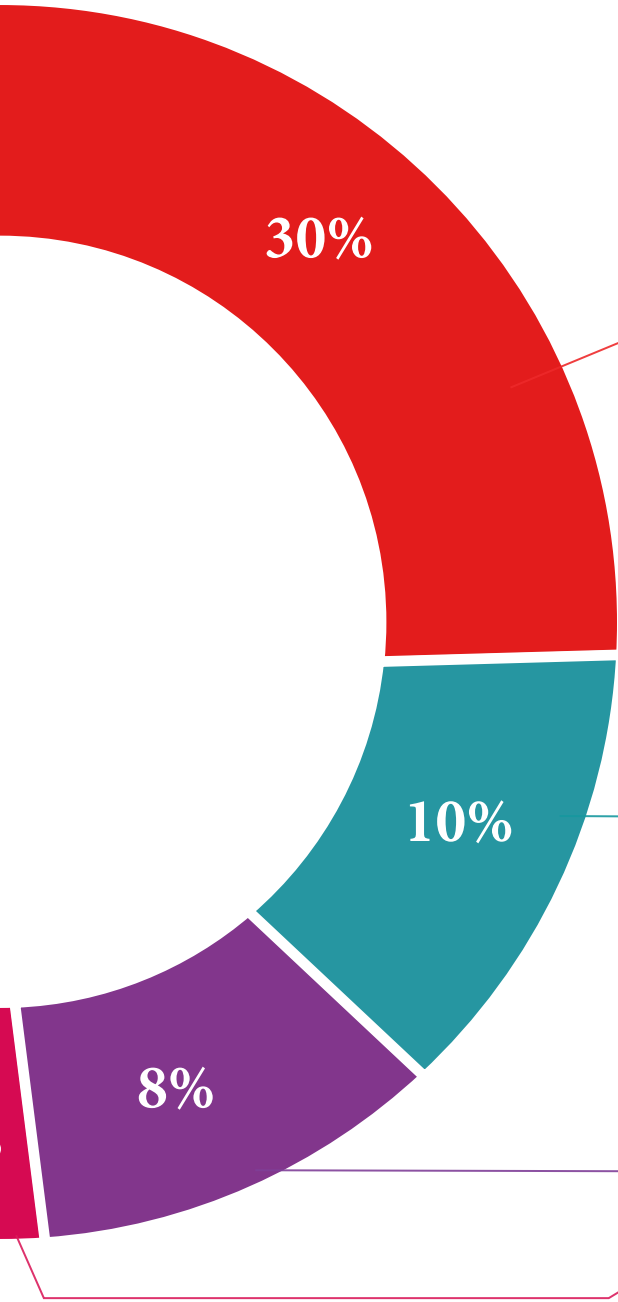


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال موضوعي. الممارسات والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاج المتخصص إلى تطويرها في إطار العولمة التي نعيشها.

#### قراءات تكميلية



مقالات حديثة ووثائق إجماع وإرشادات دولية ، من بين أمور أخرى. في مكتبة تيك الافتراضية ، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





#### دراسات الحالة

سوف يكملون مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة بالتحديد لهذا المؤهل. الحالات التي تم عرضها وتحليلها وتدريسها من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



#### ملخصات تفاعلية

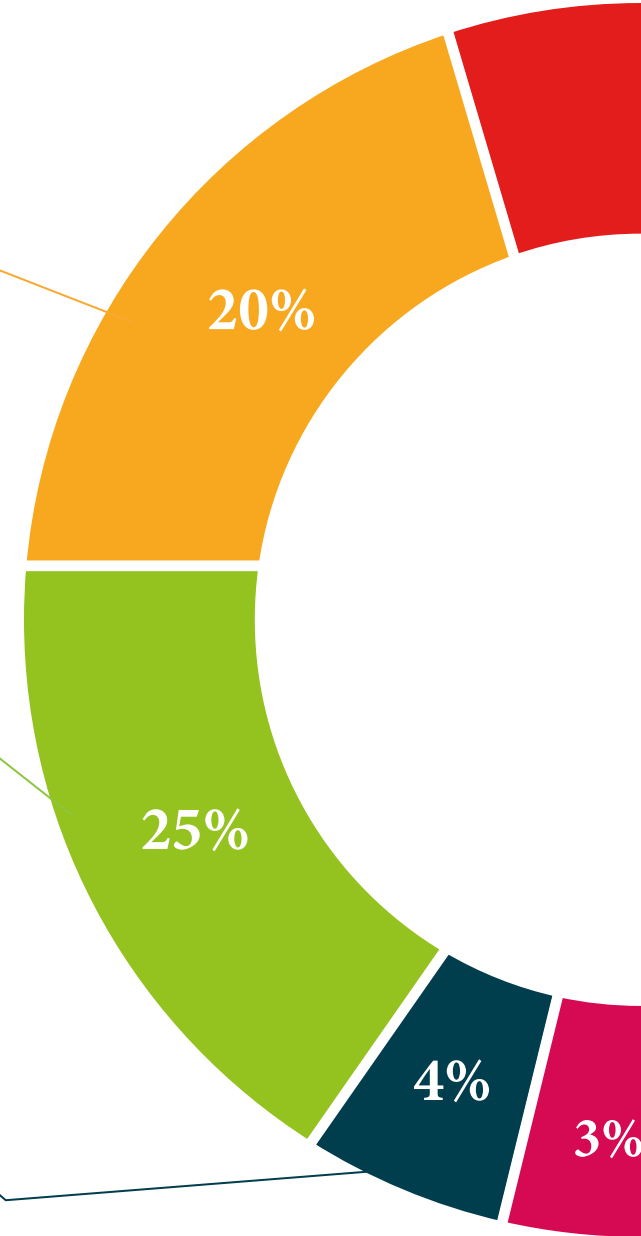
يقدم فريق تيك المحتوى بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص المحتوى بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الصوت والفيديو والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

تم منح هذا النظام التعليمي الحصري الخاص بتقديم محتوى الوسائط المتعددة من قبل شركة Microsoft كـ "حالة نجاح في أوروبا".



#### الاختبار وإعادة الاختبار

يتم تقييم معرفة الطالب بشكل دوري وإعادة تقييمها في جميع أنحاء البرنامج ، من خلال أنشطة وتمارين التقييم الذاتي والتقييم الذاتي بحيث يتحقق الطالب بهذه الطريقة من كيفية تحقيقه لأهدافه.



# المؤهل العلمي

يضمن الماجستير الخاص في تصميم الأزياء، للطلاب إضافةً إلى التعليم الأكثر صرامةً وحدائق، الحصول على ماجستير خاص صادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.





أكمل هذا البرنامج بنجاح واحصل على مؤهلك الجامعي دون  
الحاجة إلى السفر أو ملء الأوراق الشاقة "





المستقبل

الصحة

الثقة

الأشخاص

التعليم

المعلومات

الأوصياء الأكاديميون

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

المجتمع

التقنية

الالتزام

التعلم

**tech** الجامعة  
التكنولوجية

الرعاية

الحاضر

الجودة

الإبتكار

ماجستير خاص

تصميم الأزياء

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

المعرفة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

# ماجستير خاص تصميم الأزياء