

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 لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

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

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

المقدمة

لا يمكن فهم الموضة دون التصميم. في الواقع، التصميم هو الذي يشكل الموضة وينسق المجموعة الجمالية الكاملة للملابس. بالتالي، فمن المستحسن أن يكون لديك مؤهل محدد في هذا المجال إذا كنت تريد النجاح في هذا التخصص الفني. تم تصميم هذا المؤهل العلمي بهدف تزويد الطلاب بكل المعرفة اللازمة في التصميم والصورة والتواصل حتى يتمكنوا من إنشاء تصاميم جذابة للجمهور وإدارتها، في نفس الوقت، لمنحهم النشر المناسب. بهذه الطريقة، سيحققون مكانة كبيرة في مجال الموضة العالمية.





تخصص في تصميم الأزياء وإيصال
أفكارك للجمهور بطريقة جذابة"



تحتوي درجة الماجستير الخاص في تصميم الأزياء على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية التي يقدمها خبراء الموضة
- ♦ تجمع المحتويات الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي صممت بها معلومات علمية وعملية حول التخصصات الضرورية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها بشكل خاص على المنهجيات المبتكرة في التصميم والصورة والتواصل الموضة
- ♦ 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

الموضة والصورة جانبان لا ينفصلان ويجب أن يتبعنا نفس الخط لجذب الجمهور وكسب ولاءهم. لهذا السبب، لا يتعين على محترفي تصميم الأزياء أن يكونوا قادرين على إنشاء أزياء مبتكرة وجذابة للجمهور فحسب، بل يتعين عليهم أيضاً أن يكونوا قادرين على توصيل أفكارهم وإلهاماتهم من خلال تصميماتهم. إنها عملية معقدة تتطلب تخصصاً واسع النطاق، ولكنها ضرورية لتحقيق النجاح.

بهذا المعنى، لا ينبغي أن تكون تصميمات الأزياء ملابس فضفاضة، ولكن يجب أن تُفهم على أنها أسلوب عالمي قادر على جذب الجمهور والمؤثرين (Influencers) الذين يعملون كمروجين للعلامات التجارية، وينشرون التصميمات التي تكون في متناول الجميع، ولكن في القرن الحادي والعشرين. القرن يصلون إلى المستهلكين من خلال الشبكات الاجتماعية. لزيادة تدريب المهنيين في هذا المجال، تم تصميم الماجستير الخاص في تصميم الأزياء، والذي يتضمن المعلومات الأكثر صلة بتاريخ الفن المعاصر أو الملابس أو تصميمات الأزياء أو التصوير الفوتوغرافي أو التصميم أو تسويق الأزياء، بحيث يكتسب الطالب في برنامج واحد التدريب اللازم للتطوير في هذا المجال.

مع كل هذا، تهدف TECH الجامعة التكنولوجية إلى تحقيق هدف التخصص العالي الذي يطلبه مصممو الأزياء، الذين يبحثون عن برامج عالية الجودة لزيادة تدريبهم وتقديم الملابس للمستخدمين التي تصبح ضرورية لخزانة ملابسهم. لتحقيق هذا الهدف، فإنه يقدم برنامجاً متطوراً يتكيف مع أحدث التطورات في هذا القطاع، مع منهج دراسي حديث تماماً ويتم تنفيذه بواسطة محترفين ذوي خبرة، على استعداد لوضع كل معارفهم في متناول طلابهم. تجدر الإشارة إلى أنه نظراً لأن درجة الماجستير الخاص 100% عبر الإنترنت، فلن يكون الطلاب مشروطين بجدول زمنية محددة أو الحاجة إلى السفر إلى موقع فعلي آخر، ولكن سيكون بمقدورهم الوصول إلى المحتوى بأكمله في أي وقت من اليوم، تحقيق التوازن بين حياتهم العملية والشخصية مع الأكاديميين.



حقق التميز المهني في قطاع تنافسي مثل صناعة الأزياء، وذلك بفضل المؤهلات المتفوقة التي تقدمها لك TECH"

برنامج كامل جدًا سيكون ضروريًا لتطويرك المهني في قطاع الأزياء.

يمكنك الوصول إلى العديد من الحالات العملية والتخصص في العمل في قطاع متطور.

سيكون التنسيق عبر الإنترنت لدرجة الماجستير الخاص هذه ضروريًا حتى تتمكن من دمجه مع بقية التزاماتك اليومية"

يضم في أعضاء هيئة تدريسه محترفين في مجال الموضة، قادرًا على الأنظمة الإلكترونية يصبون في هذا البرنامج خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الجمعيات المرجعية والجامعات المرموقة. بفضل محتوى البرنامج من الوسائط المتعددة المُعد بأحدث التقنيات التعليمية، سوف يسمحون للمهني بتعلم سياقي، أي بيئة محاكاة ستوفر دراسة غامرة مبرمجة للتدريب في مواقف حقيقية. يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهنية من خلاله محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، المحترف سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

الأهداف

تهدف درجة الماجستير الخاص في تصميم الأزياء إلى تسهيل تصرفات المحترفين حتى يكتسبوا ويعرفوا التطورات الرئيسية في هذا المجال، مما سيسمح لهم بالقيام بعملهم اليومي بأعلى جودة واحترافية. بهذه الطريقة، سيكونون أكثر قدرة على التطور بنجاح في قطاع مزدهر مثل صناعة الأزياء، التي تتطلب بشكل متزايد المزيد من المهنيين المؤهلين تأهيلا عاليا القادرين على التكيف بسرعة مع التغييرات.



اكتسب المعرفة الأكثر تحديداً حول تصميم الأزياء
وتحقيق النجاح المهني"





الأهداف المحددة

- ♦ الحصول على معرفة تفصيلية حول تاريخ الموضة، والتي ستكون ذات صلة بعمل المحترفين الذين يرغبون في التطوير في هذا القطاع اليوم
- ♦ التعرف على العلاقة بين تاريخ الفن والموضة
- ♦ القدرة على تصميم مشاريع الأزياء الناجحة
- ♦ الحصول على تدريب متميز في تصميم الأزياء والصورة والتواصل الذي يسمح للمحترفين بالتميز في هذا القطاع



إذا كنت تتطلع إلى توسيع تدريبك في هذا المجال، فلا تفكر مرتين. لدى TECH كل ما تحتاجه لمساعدتك في تحقيق ذلك"



الأهداف المحددة

الوحدة 1. قياس الألوان

- ♦ معرفة وفهم ظاهرة اللون في مناطقها نظرياً وعملياً
- ♦ التعرف على الأدوات والموارد المحدثة المختلفة لاستخدام الألوان في التصميم والتعامل مع الوسائل المختلفة لتطبيق الألوان، اليدوية والرقمية، في عمليات التصميم.
- ♦ فهم كيفية تطبيق الألوان مع الاستفادة من الموارد اللونية والأبعاد القياسية الدولية لتحقيق أهداف محددة في مشاريع التصميم
- ♦ تحليل وتمييز القوانين الرئيسية للإدراك البصري مع تسمية ولغة التخصص
- ♦ فهم مخططات الترتيب التركيبي الأساسية في التصميم

الوحدة 2. تاريخ الفن المعاصر

- ♦ تطوير منهجية تاريخ الفن المعاصر من حيث التصنيف والتحليل
- ♦ معرفة المصطلحات المحددة حول تاريخ الفن المعاصر واستخدامها بشكل مناسب
- ♦ تحليل وفهم المعنى التاريخي للفن المعاصر وتأثيره على المجتمع
- ♦ إدارة الموارد والمصادر
- ♦ فهم تاريخ الفن كمصدر للإلهام والإبداع والجودة في إنتاج التصميم



الوحدة 3. التصوير

- ♦ الفهم الأساسي للكاميرات الفوتوغرافية
- ♦ التعرف على برامج تطوير وتحريير الصور
- ♦ إدارة وفهم المفردات والمفاهيم الأساسية للغة البصرية والسمعية والبصرية
- ♦ تحليل نقدي للصور من أنواع مختلفة
- ♦ إدارة المصادر والمصادر المتعلقة بالموضوع

الوحدة 4. تاريخ الملابس

- ♦ التعرف على اللغة والموارد التعبيرية فيما يتعلق بالمحتويات
- ♦ اختيار موارد البحث والابتكار لحل الأسئلة المطروحة ضمن وظائف الملابس واحتياجاتها وموادها
- ♦ جمع الاستراتيجيات المنهجية والجمالية التي تساعد في تأسيس وتطوير العمليات الإبداعية
- ♦ 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 5. نظرية علم الجمال والفنون

- ♦ القدرة على مناقشة الآراء بدقة ودقة، باستخدام المصطلحات والمفردات الخاصة بالتخصص
- ♦ مناقشة الأسس الجمالية لمشاريع التصميم
- ♦ التعرف على الخصائص الشكلية والتواصلية لأعمال التصميم للأزياء
- ♦ فهم العلاقات بين الحركات الفنية والتصميم
- ♦ تحليل أعمال التصميم بتطبيق المعايير الرسمية والتواصلية والرمزية

الوحدة 6. تاريخ الموضة

- ♦ جمع الاستراتيجيات المنهجية والجمالية التي تساعد في تأسيس وتطوير العمليات الإبداعية
- ♦ ربط اللغة الرسمية والرمزية بالوظائف في مجال الموضة
- ♦ تبرير التناقضات بين الموضة 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 الموضة إلى بناء الخيالات
- ♦ التعرف على كيفية أداء قراءات دلالية ودلالية صحيحة لصور الموضة

الوحدة 9. المجلات

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

الوحدة 10. قنوات الاتصال في الموضة

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

الوحدة 7. التصميم

- ♦ تحديد وتفسير ملفات تعريف المستهلكين المختلفة للتكيف مع احتياجات العميل والقدرة على تلبيةها في أنواع مختلفة من مشاريع التصميم.
- ♦ إدارة وتنظيم العمل المهني لمصمم الأزياء للسياق التحريري
- ♦ التحقيق في الاتجاهات الجمالية الجديدة وتحليلها وإعادة تفسيرها
- ♦ إدارة وتنظيم العمل المهني لمصمم الأزياء في سياق التجارة الإلكترونية (e-commerce)
- ♦ الدراية بمعرفة البيئة البصرية والإبداعية التي تحيط بك

الوحدة 8. تسويق الأزياء

- ♦ فهم مفهوم التسويق
- ♦ التعلّم كيف تضع نفسك في سوق الأزياء وبيئته
- ♦ فهم كيفية وضع سياسة التسعير والمنتجات
- ♦ التعرف على إجراءات توزيع المنتج
- ♦ إيصال الأفكار والمشاريع إلى العملاء، والتجادل بشكل عقلائي، وتقييم المقترحات، وتوجيه الحوار

الكفاءات

تم تصميم برنامج TECH الجامعة التكنولوجية لغرض رئيسي: تقديم أفضل تدريب في الوقت الحالي لمحترفي الموضة. بالتالي، بعد اجتياز تقييمات درجة الماجستير الخاص في تصميم الأزياء، سيكون المحترفون قد اكتسبوا المهارات اللازمة لتنفيذ ممارسات الجودة، وتحديثها بناءً على المنهجية التعليمية الأكثر ابتكارًا. بهذه الطريقة، سيكونون أكثر قدرة على التطوير بنجاح وإنشاء مشاريع مبتكرة ذات ذوق عام في صناعة الأزياء، وهو قطاع عالي الطلب والقدرة التنافسية.



برنامج متطور للمهنيين الذين يرغبون في التخصص
في قطاع شديد التنافسية"





الكفاءات العامة

- ♦ إنشاء تصاميم جذابة لتصبحت ضرورية (must) لهذا الموسم
- ♦ تطبيق المعايير التاريخية لصناعة الأزياء على التصاميم الحالية، بحيث تصبح ملابس أساسية في أي خزانة ملابس
- ♦ تطوير اتصالات فعالة حول أعمال الموضة



اكتسب المهارات اللازمة للتطور بنجاح في
صناعة الأزياء"

FASHION BLOG

YOUR GUIDE TO THE WORLD OF STYLE

12th MAR by Ingrid



YOU DON'T KNOW YOURSELF

You buy. Style is what you do with it. Fashion changes, Fashion is everyone, style is you.

11th MAR by Erika



I DON'T GIVE A

Be happy. It drives people crazy.

9th MAR by Mike



SHHHHHH... IT'S A SECRET...

Life is too short to wear shitty underwear. Wear fabulous underwear, even if you are the only person who's going to see it.

الكفاءات المحددة الكفاءات المحددة



- ♦ امتلاك معرفة عميقة بالألوان وتطبيق الألوان الأكثر ملاءمة لكل تصميم
- ♦ فهم تأثير الفن المعاصر على الموضة
- ♦ إتقان مجال التصوير الفوتوغرافي
- ♦ خلق تصميمات أزياء تعتمد على رسم الملابس والتماثيل
- ♦ التعرف على تطور الملابس وعملية إنشائها
- ♦ إتقان الحركات الفنية المتعلقة بالموضة
- ♦ التعرف على كل مراحل تصميم الأزياء
- ♦ تطبيق معايير مبتكرة في تصميم وإنشاء الملابس
- ♦ تكييف إنشاء مجموعات الأزياء مع احتياجات الجمهور
- ♦ تطبيق أدوات التسويق على قطاع الأزياء لجعل العلامة التجارية معروفة لعامة الناس



الهيكل والمحتوى

يغطي محتوى هذا الماجستير الخاص بطريقة منظمة جميع مجالات المعرفة التي يحتاج محترفو الأزياء إلى معرفتها بعمق، بما في ذلك الأخبار والتحديثات الأكثر إثارة للاهتمام في هذا القطاع. دراسة عالية الجودة من شأنها أن تسمح للطلاب بالتنافس مع الملاءة والقدرة الكافية في صناعة ذات قدرة تنافسية عالية. لتحقيق هذه الغاية، تم تصميم المنهج الدراسي من قبل متخصصين ذوي خبرة واسعة، والذين وضعوا كل خبراتهم في برنامج لا غنى عنه في مناهج المحترفين في القرن الحادي والعشرين.



Office
462 comments

Apr
20

Today I want to show you a
simply casual look to go office
everyday...
read more

منهج دراسي كامل للغاية، منظم بشكل جيد للغاية،
مصمم لتوفير جولة فعالة لأحدث المفاهيم في
تصميم الأزياء"



الوحدة 1. قياس الألوان

- 1.1. نظرية اللون
 - 1.1.1. إدراك الشكل والفضاء
 - 2.1.1. اللون التعريف
 - 3.1.1. إدراك اللون
 - 4.1.1. خصائص أو أبعاد اللون
 - 5.1.1. تصنيف اللون
- 2.1. إدراك اللون
 - 1.2.1. العين البشرية
 - 2.2.1. رؤية الألوان
 - 3.2.1. المتغيرات في إدراك اللون
 - 4.2.1. إدراك الألوان غير البصرية
- 3.1. النماذج وتطبيق الألوان
 - 1.3.1. تاريخ اللون
 - 1.1.3.1. النظريات الأولى
 - Leonardo Da Vinci 2.1.3.1.
 - Isaac Newton 3.1.3.1.
 - Moses Harris 4.1.3.1.
 - Goethe 5.1.3.1.
 - Runge 6.1.3.1.
 - Chevreul 7.1.3.1.
 - Rood 8.1.3.1.
 - Munsell 9.1.3.1.
 - Ostwald 10.1.3.1.
 - 2.3.1. الإدراك البصري
 - 1.2.3.1. الاستيعاب والانعكاس
 - 2.2.3.1. جزيئات الصباغ
 - 3.3.1. سمات اللون
 - 1.3.3.1. النغمة
 - 2.3.3.1. الانارة
 - 3.3.3.1. التشبع
 - 4.3.1. الألوان الدافئة والباردة
 - 5.3.1. التناغم في الألوان
- 4.1. السيميائيات والدلالات الملونة
 - 1.4.1. سيميائية اللون
 - 2.4.1. وصف اللون
 - 3.4.1. الألوان: المادة، الضوء، التصورات، الأحاسيس
 - 4.4.1. اللون والمادة
 - 5.4.1. حقيقة اللون
 - 6.4.1. إدراك اللون
 - 7.4.1. وزن اللون
 - 8.4.1. قاموس اللون
- 5.1. اللون في التصميم
 - 1.5.1. اتجاهات اللون
 - 2.5.1. التصميم الجرافيكي
 - 3.5.1. التصميم الداخلي
 - 4.5.1. البنيات
 - 5.5.1. تصميم المناظر الطبيعية
 - 6.5.1. تصميم الأزياء
- 6.1. التشكيل
 - 1.6.1. لمحة عامة
 - 1.1.6.1. الرموز المستخدمة
 - 2.1.6.1. درجة الأصالة والابتدال
 - 3.1.6.1. درجة الأيقونية والتجريد
 - 2.6.1. التنظيم التكويني للصورة: العلاقة بين الخلفية والشكل
 - 3.6.1. التنظيم التكويني للصورة: قوانين الجشطالت
 - 4.6.1. التنظيم التكويني للصورة: أنظمة التنظيم المكاني
 - 1.4.6.1. التوازن: ثابت أو ديناميكي. النظام البؤري أو المتعاقد
 - 2.4.6.1. التناسب
 - 3.4.6.1. التطابق
 - 4.4.6.1. الحركة والإيقاع
 - 5.6.1. دراسة ميدانية
- 6.3.1. الإختلاف
- 7.3.1. تأثيرات اللون
 - 1.7.3.1. الحجم
 - 2.7.3.1. الشفافية والوزن والكتلة

- 10.1 استخدام الألوان
 - 1.10.1 مصادر الأصباغ والمواد الملونة
 - 2.10.1 الإضاءة
 - 3.10.1 مزيج من الزيوت والأكريليك
 - 4.10.1 الخزف المزجج
 - 5.10.1 الزجاج الملون
 - 6.10.1 الطباعة بالألوان
 - 7.10.1 التصوير الفوتوغرافي الملون

الوحدة 2. تاريخ الفن المعاصر

- 1.2 الحوشية
 - 1.1.2 الأصل والتأثيرات
 - 2.1.2 الخصائص
 - 3.1.2 الأعمال
 - 4.1.2 الممثلين الرئيسيين
- 2.2 التعبير التجريدي
 - 1.2.2 الأصل والتأثيرات
 - 2.2.2 الخصائص
 - 3.2.2 الأعمال
 - 4.2.2 الممثلين الرئيسيين
- 3.2 المستقبلية
 - 1.3.2 الأصل والتأثيرات
 - 2.3.2 الخصائص
 - 3.3.2 الأعمال
 - 4.3.2 الممثلين الرئيسيين
- 4.2 الفن التجريدي
 - 1.4.2 الأصل والتأثيرات
 - 2.4.2 الخصائص
 - 3.4.2 الأعمال
 - 4.4.2 الممثلين الرئيسيين

- 7.1 وظائف الصورة
 - 1.7.1 العرض
 - 1.1.7.1 رسم الخرائط
 - 2.1.7.1 العلمية
 - 3.1.7.1 المعمارية
 - 4.1.7.1 الإسقاطية
- 2.7.1 الإقناعية
- 3.7.1 الفنية
- 8.1 سيكولوجية اللون
 - 1.8.1 الألوان الدافئة والباردة
 - 2.8.1 التأثيرات الفسيولوجية
 - 3.8.1 رمزية الألوان
 - 4.8.1 تفضيلات الألوان الشخصية
 - 5.8.1 التأثيرات العاطفية
 - 6.8.1 اللون المحلي والتعبيري
- 9.1 معنى اللون
 - 1.9.1 الأزرق
 - 2.9.1 الأحمر
 - 3.9.1 الأصفر
 - 4.9.1 الأخضر
 - 5.9.1 الأسود
 - 6.9.1 الأبيض
 - 7.9.1 البرتقالي
 - 8.9.1 البنفسجي
 - 9.9.1 الوردي
 - 10.9.1 الذهبي
 - 11.9.1 الفضي
 - 12.9.1 البنى
 - 13.9.1 الرمادي

- 10.2. مستجدات الفن ما بعد المفاهيمي
 - 1.10.2. فن البوب (Pop art)
 - 2.10.2. فن الأشياء
 - 3.10.2. فن الجسد (Body art)
 - 4.10.2. الأداء
 - 5.10.2. المنشآت

الوحدة 3. التصوير

- 1.3. تاريخ التصوير الفوتوغرافي
 - 1.1.3. خلفية التصوير الفوتوغرافي
 - 2.1.3. التصوير الفوتوغرافي الملون
 - 3.1.3. الفيلم الفوتوغرافي
 - 4.1.3. الكاميرا الرقمية
- 2.3. تشكيل الصورة
 - 1.2.3. الكاميرا الفوتوغرافية
 - 2.2.3. المعلومات الأساسية في الصورة
 - 3.2.3. القياس الضوئي
 - 4.2.3. الأهداف ويُعد التركيز
- 3.3. اللغة الفوتوغرافية.
 - 1.3.3. أنواع الخطط
 - 2.3.3. العناصر الرسمية والتركيبية والتفسيرية للصورة الفوتوغرافية
 - 3.3.3. التأطير
 - 4.3.3. تمثيل الوقت والحركة في التصوير الفوتوغرافي
 - 5.3.3. علاقة التصوير بالواقع والحقيقة
- 4.3. الكاميرا الفوتوغرافية
 - 1.4.3. كاميرات تناظرية ورقمية
 - 2.4.3. الكاميرات البسيطة
 - 3.4.3. كاميرات انعكاسية
 - 4.4.3. تقنيات التصوير الفوتوغرافي الأساسية
 - 5.4.3. التعرض وعدادات التعرض
 - 6.4.3. الكاميرا المنعكسة الرقمية المستشعر
 - 7.4.3. التعامل مع الكاميرا الرقمية مقابل الكاميرا التناظرية
 - 8.4.3. جوانب محددة من الاهتمام
 - 9.4.3. أوضاع العمل مع الكاميرا الرقمية

- 5.2. البنائي
 - 1.5.2. الأصل والتأثيرات
 - 2.5.2. الخصائص
 - 3.5.2. الأعمال
 - 4.5.2. الممثلين الرئيسيين
- 6.2. الدادية
 - 1.6.2. الأصل والتأثيرات
 - 2.6.2. الخصائص
 - 3.6.2. الأعمال
 - 4.6.2. الممثلين الرئيسيين
- 7.2. السريالية
 - 1.7.2. الأصل والتأثيرات
 - 2.7.2. الخصائص
 - 3.7.2. الأعمال
 - 4.7.2. الممثلين الرئيسيين
- 8.2. التيارات الفنية الأولى لفن ما بعد المفاهيم
 - 1.8.2. غير رسمية
 - 2.8.2. الشكل الجديد
 - 3.8.2. الفن الحركي
 - 4.8.2. فن البوب (Pop art)
 - 5.8.2. الواقعية الجديدة
 - 6.8.2. فن الحركة
- 9.2. التيارات الفنية الثاني لفن ما بعد المفاهيم
 - 1.9.2. فن البساطة
 - 2.9.2. الواقعية المفرطة
 - 3.9.2. الفن التصويري
 - 4.9.2. ما بعد الحداثة
 - 5.9.2. فن الشارع
 - 6.9.2. فن الأرض

- 8.3 برامج التحرير
 - 1.8.3 Adobe Lightroom
 - 2.8.3 Adobe Photoshop
 - 3.8.3 Plugins
- 9.3 تحرير الصور الفوتوغرافية وتطويرها
 - 1.9.3 التطوير في كاميرا RAW
 - 2.9.3 الضوضاء والتركيز
 - 3.9.3 تعديلات التعرض والتباين والتشبع. المستويات والمنحنيات
- 10.3 المراجع والتطبيقات
 - 1.10.3 أهم المصورين في التاريخ
 - 2.10.3 التصوير الفوتوغرافي في التصميم الداخلي
 - 3.10.3 التصوير الفوتوغرافي في تصميم المنتجات
 - 4.10.3 التصوير الفوتوغرافي في تصميم الأزياء
 - 5.10.3 التصوير الفوتوغرافي في التصميم الجرافيكي

الوحدة 4. تاريخ الملابس

- 1.4 عصور ما قبل التاريخ
 - 1.1.4 المقدمة
 - 2.1.4 حضارات ما قبل التاريخ
 - 3.1.4 التجارة منذ عصور ما قبل التاريخ
 - 4.1.4 بذلة ما قبل التاريخ
 - 5.1.4 الجلود والفراء
 - 6.1.4 الأقمشة والتقنيات
 - 7.1.4 التوافق الزمني وأوجه التشابه في زي ما قبل التاريخ
- 2.4 العصر القديم: مصر وبلاد الرافدين
 - 1.2.4 مصر
 - 2.2.4 الشعب الآشوري
 - 3.2.4 الشعب الفارسي

- 5.3 الصورة الرقمية
 - 1.5.3 تنسيقات الملفات
 - 2.5.3 توازن اللون الأبيض
 - 3.5.3 درجة حرارة اللون
 - 4.5.3 الرسم البياني معرض التصوير الرقمي
 - 5.5.3 النطاق الديناميكي
- 6.3 سلوك الضوء
 - 1.6.3 الفوتون
 - 2.6.3 الانعكاس والامتصاص
 - 3.6.3 كمية ونوعية الضوء
 - 1.3.6.3 الضوء الصلب والضوء الناعم
 - 2.3.6.3 الضوء المباشر والمنتشر
- 7.3 التعبير وجماليات الإضاءة
 - 1.7.3 الظلال والمعدلات والعمق
 - 2.7.3 زوايا الإضاءة
 - 3.7.3 مخططات الإضاءة
 - 4.7.3 قياس الضوء
 - 1.4.7.3 مقياس الضوء
 - 2.4.7.3 الضوء الحادث
 - 3.4.7.3 الضوء المنعكس
 - 4.4.7.3 القياس على عدة نقاط
 - 5.4.7.3 الاختلاف
 - 6.4.7.3 الرمادي المتوسط
 - 5.7.3 إضاءة النهار
 - 1.5.7.3 الموزعات
 - 2.5.7.3 العاكسات
 - 6.7.3 الإضاءة بالضوء الاصطناعي
 - 1.6.7.3 استوديو الصور
 - 2.6.7.3 مصادر الإضاءة
 - 3.6.7.3 الضوء البارد
 - 4.6.7.3 فلاشات الاستوديو والفلاش المدمج
 - 5.6.7.3 الاكسسوارات



- 3.4. العصر القديم: اليونان الكلاسيكية
 - 1.3.4. البدلة الكريتية
 - 2.3.4. الأقمشة المستخدمة في اليونان القديمة
 - 3.3.4. الملابس اليونانية القديمة
 - 4.3.4. الملابس الداخلية اليونانية القديمة
 - 5.3.4. الأحذية اليونانية القديمة
 - 6.3.4. القبعات وأغطية الرأس من اليونان القديمة
 - 7.3.4. الألوان والطي اليونانية القديمة
 - 8.3.4. مكملات اليونان القديمة
- 4.4. العصر القديم: الإمبراطورية الرومانية
 - 1.4.4. أقمشة روما القديمة
 - 2.4.4. الملابس الرومانية القديم
 - 3.4.4. الملابس الداخلية الرومانية القديم
 - 4.4.4. الأحذية الرومانية القديم
 - 5.4.4. القبعات وأغطية الرأس من روما القديمة
 - 6.4.4. علاقة الوضع الاجتماعي واللباس في روما القديمة
 - 7.4.4. الطراز البيزنطي
- 5.4. العصور الوسطى العليا وأواخر العصور الوسطى
 - 1.5.4. السمات التاريخية العامة لفترة العصور الوسطى
 - 2.5.4. الزي في بداية العصور الوسطى
 - 3.5.4. الزي في العصر الكارولنجي
 - 4.5.4. الزي في العصر الروماني
 - 5.5.4. الزي القوطي
- 6.4. العصر الحديث: عصر النهضة والباروك والروكوكو
 - 1.6.4. القرنان الخامس عشر والسادس عشر: عصر النهضة
 - 2.6.4. القرن السابع عشر: الباروك
 - 3.6.4. القرن الثامن عشر: الروكوكو
- 7.4. العصر المعاصر: الكلاسيكية الجديدة والرومانسية
 - 1.7.4. صناعة الملابس
 - 2.7.4. Charles Fréderick Worht
 - 3.7.4. Jaquet Doucet
 - 4.7.4. الملابس النسائية
 - 5.7.4. Josefina Bonaparte: الطراز الإمبراطوري

- 2.6. الملابس الحديثة
 - 1.2.6. الملابس الحديثة
 - 2.2.6. صعود المصممين الأمريكيين
 - 3.2.6. مشهد لندن
 - 4.2.6. نيويورك في السبعينيات
 - 5.2.6. موضة الثمانينيات
 - 6.2.6. المجموعات الفاخرة المتعددة العلامات التجارية
 - 7.2.6. الموضة الوظيفية
 - 8.2.6. الملابس الرياضية (Activewear)
 - 9.2.6. الموضة والفن وثقافة البوب
 - 10.2.6. المشاهير
 - 11.2.6. التصوير الفوتوغرافي والإنترنت
- 3.6. سادة الموضة العظماء
 - 1.3.6. Jeanne Lanvin
 - 2.3.6. Jeanne Paquin
 - 3.3.6. Emilie Flöge
 - 4.3.6. Madeleine Vionnet
 - 5.3.6. Gabrielle Chanel
 - 6.3.6. Elsa Schiaparelli
 - 7.3.6. Carolina Herrera
- 4.6. سادة الموضة العظماء
 - 1.4.6. Charles Fréderick Worht
 - 2.4.6. Jacquet Doucet
 - 3.4.6. Paul Poiret
 - 4.4.6. Cristóbal Balenciaga
 - 5.4.6. Christian Dior
 - 6.4.6. Karl Lagerfeld
 - 7.4.6. Alexander McQueen
- 5.6. تصميم الأزياء الراقية (Haute couture)
 - 6.5.1. تاريخ تصميم الأزياء الراقية (Haute couture)
 - 2.5.6. اتحاد الأزياء الراقية والموضة
 - 3.5.6. أعضاء الاتحاد
 - 4.5.6. من الأزياء الراقية (Haute couture) إلى الملابس الجاهزة (Prêt-à-porter)

- 8.5. الجماليات والذوق
 - 1.8.5. التذوق الجمالي نظام نظري مصور
 - 2.8.5. الاستمتاع بما هو مدهش
 - 3.8.5. جمالية الذوق
- 9.5. الجماليات المعاصرة
 - 1.9.5. الشكالية
 - 2.9.5. علم الرموز والأيقونات
 - 3.9.5. المثالية الجديدة
 - 4.9.5. الماركسية
 - 5.9.5. البراغمية
 - 6.9.5. جيل 4191 (Noucentisme)
 - 7.9.5. نظرية المنطق
 - 8.9.5. التجريبية المنطقية
 - 9.9.5. السيميائية
 - 10.9.5. علم الظواهر
 - 11.9.5. الوجودية
 - 12.9.5. جمالية ما بعد الحداثة
- 10.5. الفئات الجمالية
 - 1.10.5. الجمال
 - 2.10.5. القبح
 - 3.10.5. السامية
 - 4.10.5. المساوية
 - 5.10.5. الكوميدي
 - 6.10.5. البشاعة

الوحدة 6. تاريخ الموضة

- 1.6. من الملابس إلى الموضة
 - 1.1.6. السياق الجديد والتغير الاجتماعي
 - 2.1.6. تحرير المرأة
 - 3.1.6. المفهوم الجديد لمصمم الأزياء
 - 4.1.6. بداية القرن العشرين

2.7	تصميم المنصة
1.2.7	ما هو العرض
2.2.7	أهداف العرض
3.2.7	المنصات العالمية الرئيسية
4.2.7	الاستعدادات السابقة
5.2.7	الفريق
6.2.7	المناسب (Fitting)
7.2.7	النماذج
8.2.7	النظرات (looks)
9.2.7	الموسيقى
10.2.7	المكان
11.2.7	ما بعد الحدث
3.7	التصميم السمعي البصري
1.3.7	السينما
2.3.7	فيلم الموضة (Fashion film)
3.3.7	showrooming و Showroom
4.3.7	التجارة الإلكترونية
4.7	البروتوكول في الملابس
1.4.7	الزي الرسمي
2.4.7	الملابس الغير رسمية
4.4.7	الملابس الرياضية
5.4.7	أنواع الملصقات
5.7	مورفولوجيا الجسم وقياس الألوان
1.5.7	أنماط الجسم
2.5.7	الصور الظلية للجسم
3.5.7	نظرية الألوان المطبقة على الاستشارة
4.5.7	نظرية فصول السنة
5.5.7	تصنيف الألوان
6.7	الماكياج
1.6.7	مقدمة للمكياج
2.6.7	مواد المكياج
3.6.7	تطبيق المكياج
4.6.7	أنماط المكياج

6.6	الحرف
1.6.6	المنسوجات كفن
2.6.6	الحرف اليدوية التي تكمل الفستان
3.6.6	الفنانون والحرفيون المرتبطون بالموضة
7.6	الموضة السريعة (Fast-Fashion)
1.7.6	تاريخ وأصل الموضة السريعة (Fast-Fashion)
2.7.6	نموذج أعمال الموضة السريعة (Fast-Fashion)
3.7.6	تأثير الموضة السريعة (Fast-Fashion) على العالم
8.6	الإعلان والتصوير الفوتوغرافي في الموضة
1.8.6	النماذج الأولية والقوالب النمطية
2.8.6	صورة الموضة
3.8.6	التواصل البصري للموضة
4.8.6	مصورى الأزياء العظماء
9.6	تأثير الموضة
1.9.6	صناعة النسيج
2.9.6	العلاقة بين الفن والموضة
3.9.6	الموضة والمجتمع
10.6	نظرية الموضة ونقدها
1.10.6	المصممون الحاليون وتأثيرهم
2.10.6	الاتجاهات الحالية
3.10.6	تفاهة الموضة

الوحدة 7. التصميم

1.7	مقدمة في التصميم
1.1.7	الجماليات والأسلوب والتصميم
2.1.7	التحليل ومعرفة مجالات التصميم
3.1.7	دور المصمم
4.1.7	التواصل في الموضة
5.1.7	التواصل الرقمي
1.5.1.7	وسائل التواصل الاجتماعي
2.5.1.7	المؤثرون T.(Influencers)
3.5.1.7	المدونين (Bloggers)
6.1.7	الأساليب التنظيمية والإنتاجية للتصميم

- 7.7 المتسوق الشخصي (Personal shopper)
- 1.7.7 ما هو المتسوق الشخصي (Personal shopper) ؟
- 2.7.7 عملية إسداء المشورة بشأن الملابس والإكسسوارات
- 3.7.7 ميزات مستشار الصورة
- 4.7.7 كيفية التعامل مع عملية استشارات الصورة
- 5.7.7 تطوير العملية: الوثائق التقنية
- 6.7.7 دراسة وتقييم صورة العميل
- 7.7.7 اقتراح على العميل بشأن اعتماد نماذج جمالية جديدة في اللباس
- 8.7.7 طرق اعتماد نماذج جمالية في اللباس
- 9.7.7 طرائق تدريب العملاء
- 10.7.7 إسداء المشورة بشأن شراء الأزياء والملحقات
- 8.7 أسلوب خلع الملابس
- 1.8.7 عصور ما قبل التاريخ والعصر القديم
- 1.1.8.7 عصور ما قبل التاريخ
- 2.1.8.7 بلاد ما بين النهرين: السومريون والبابليون والآشوريون والفرس والميديون
- 3.1.8.7 مصر
- 4.1.8.7 كريت: الحضارة المينوية
- 5.1.8.7 غريتا
- 6.1.8.7 إتروريا
- 7.1.8.7 روما
- 8.1.8.7 الإمبراطورية البيزنطية
- 2.8.7 تاريخ الملابس: العصور الوسطى وعصر النهضة
- 1.2.8.7 متوسط العمر
- 2.2.8.7 عصر النهضة
- 3.8.7 تاريخ الملابس: الباروك والروكوكو
- 1.3.8.7 القرن السابع عشر
- 2.3.8.7 القرن الثامن عشر
- 4.8.7 تاريخ الملابس: القرن التاسع عشر
- 1.4.8.7 السياق التاريخي
- 2.4.8.7 الملابس النسائية
- 3.4.8.7 الملابس الرجالية
- 5.8.7 تاريخ الملابس: القرن العشرين
- 1.5.8.7 السياق التاريخي
- 2.5.8.7 الملابس من 0091 إلى 0591
- 3.5.8.7 الملابس من 0591 إلى 0002
- 9.7 قاموس الملابس
- 1.9.7 القبعات والطاقيّة والقلنسوة
- 2.9.7 المعاطف والسترات
- 3.9.7 بدلات الرجال
- 4.9.7 عقدة ربطة العنق
- 5.9.7 الأقمصة
- 6.9.7 السترات
- 7.9.7 الياقات وخطوط العنق والأعناق
- 8.9.7 الأكمام
- 9.9.7 السراويل
- 10.9.7 الفساتين
- 11.9.7 الأحذية
- 12.9.7 التنانير
- 13.9.7 المُكَلِّلات
- 10.7 الأنماط الأساسية في الملابس
- 1.10.7 التوجهات
- 2.10.7 صيد الموضة (Coolhunter)
- 3.10.7 النمط الكلاسيكي
- 4.10.7 النمط الطليعي
- 5.10.7 النمط الغير رسمي أو غير النظامي
- 6.10.7 النمط البوهيمي
- 7.10.7 نمط الحد الأدنى
- 8.10.7 النمط الرجعي أو العتيق (Vintage)
- 9.10.7 النمط المتضخم (Oversized)
- 10.10.7 نمط القبط أو الملابس الداخلية (Lingerie)
- 11.10.7 نمط الجرونج (Grunge)
- 12.10.7 النمط العرقي

- 3.5.8 هوية العلامة التجارية
- 6.8 سياسة الأسعار في الموضة
 - 1.6.8 السعر
 - 2.6.8 التكاليف
 - 3.6.8 تحديد الأسعار
 - 7.8 اتصالات الموضة
 - 1.7.8 التواصل والترويج للمنتج
 - 2.7.8 المنصة
 - 3.7.8 الاتجاهات
 - 4.7.8 مراقبة الجودة في العملية
 - 8.8 توزيع الأزياء
 - 1.8.8 التوزيع
 - 2.8.8 الخدمات اللوجستية
 - 3.8.8 مساحة المبيعات
 - 4.8.8 البضائع
 - 9.8 تسويق الأزياء
 - 1.9.8 التسويق الاستراتيجي
 - 2.9.8 التخطيط والتسويق
 - 3.9.8 التسويق عبر الإنترنت
 - 10.8 مسؤولية شركات الأزياء
 - 1.10.8 المسؤولية الاجتماعية للشركة
 - 2.10.8 العوامل الاجتماعية
 - 3.10.8 الملف الشخصي للتسويق المهني

الوحدة 9. المجلات

- 1.9 ما هي المجلة
 - 1.1.9 المقدمة
 - 2.1.9 ما هي المجلة، خصوماتها وسوق النشر
 - 3.1.9 مواصفات المجلة
 - 4.1.9 سوق المجلات: قضايا عامة
 - 5.1.9 مجموعات نشر المجلات الكبيرة

- 13.10.7 النمط الهبي (hippie)
- 14.10.7 نمط البانك (punk)
- 15.10.7 النمط التنفيذي
- 16.10.7 النمط القوطي
- 17.10.7 نمط السفاري
- 18.10.7 النمط العسكري
- 19.10.7 النمط الشعبي
- 20.10.7 نمط تحت الأرض (Underground)
- 21.10.7 أنماط أخرى

الوحدة 8. تسويق الأزياء

- 1.8 التسويق في الموضة
 - 1.1.8 مقدمة في تسويق الأزياء
 - 2.1.8 تعريف التسويق
 - 3.1.8 التسويق والمتغيرات
 - 2.8 دراسة السوق في الموضة
 - 1.2.8 بيئة سوق الأزياء
 - 2.2.8 بنية السوق
 - 3.2.8 وكلاء العمليات الصناعية
 - 4.2.8 السوق الدولية
 - 3.8 استراتيجيات في أسواق الأزياء
 - 1.3.8 تجزئة السوق
 - 2.3.8 تحديد موضع المنتج
 - 3.3.8 البحث عن المتجر
 - 4.8 مستهلك الموضة
 - 1.4.8 مستهلك الموضة
 - 2.4.8 سلوكيات الشراء
 - 3.4.8 عملية اتخاذ قرار الشراء
 - 5.8 منتج الموضة
 - 1.5.8 منتج الموضة
 - 2.5.8 إدارة دورة حياة المنتج

- 2.9 قارئ المجلة
 - 1.2.9 المقدمة
 - 2.2.9 قارئ المجلة
 - 3.2.9 البحث عن القارئ والاحتفاظ به
 - 4.2.9 قارئ المجلات المطبوعة
 - 5.2.9 قارئ المجلة الرقمية
 - 6.2.9 القراء والإعلان
 - 3.9 إنشاء وحياة المجلة
 - 1.3.9 المقدمة
 - 2.3.9 إنشاء المجلة
 - 3.3.9 الاسم
 - 4.3.9 دورة حياة المجلة
 - 4.9 تجزئة المجلات وتخصصها
 - 1.4.9 المقدمة
 - 2.4.9 تجزئة المجلات وتخصصها
 - 3.4.9 أنواع المجلات
 - 1.3.4.9 المجلات الثقافية
 - 2.3.4.9 مجلات القلب
 - 3.3.4.9 المكملات
 - 5.9 هيكل المجلات ومحتوياتها
 - 1.5.9 المقدمة
 - 2.5.9 البقعة
 - 3.5.9 الهيكل
 - 4.5.9 المحتوى
- 6.9 ولادة المجلات وتطويرها في أوروبا والولايات المتحدة
 - 1.6.9 المقدمة
 - 2.6.9 البدايات: بين القرنين السادس عشر والثامن عشر. من العلاقات إلى الجرائد
 - 3.6.9 القرن التاسع عشر في أوروبا
 - 4.6.9 توازن القرن التاسع عشر
 - 7.9 القرن العشرين: توحيد المجلة الحديثة
 - 1.7.9 المقدمة
 - 2.7.9 العقود الأولى من القرن العشرين في المجلات الأوروبية
 - 3.7.9 الولايات المتحدة بين عشرينيات وستينيات القرن العشرين: طفرة المجلات الثانية
 - 4.7.9 أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية: مجلات من الأربعينيات
 - 5.7.9 من الستينيات فصاعدا: المجلة المتجددة
 - 8.9 معالم في تاريخ المجلة الأمريكية
 - 1.8.9 المقدمة
 - 2.8.9 National Geographic، علامة فارقة في المجلات الشعبية
 - 3.8.9 الوقت، علامة فارقة في المعلومات الأسبوعية أو المجلات الإخبارية (Newsmagazines)
 - 4.8.9 مجلة Reader's Digest، علامة فارقة في مجلات المجلات
 - 5.8.9 The New Yorker، علامة فارقة في مجلات الرأي والثقافة
 - 9.9 المجلات في أوروبا
 - 1.9.9 المقدمة
 - 2.9.9 الترويج
 - 3.9.9 المجلات الرئيسية حسب البلد
 - 10.9 المجلات في أمريكا اللاتينية
 - 1.10.9 المقدمة
 - 2.10.9 الأصل
 - 3.10.9 المجلات الرئيسية حسب البلد

- 8.10. تسييس Twitter
- 1.8.10. التواصل المتسرع والمتعدد الاتجاهات
- 2.8.10. الرسالة المباشرة وإنشاء المحتوى في 02 حرفاً
- 3.8.10. تأثير العناوين: من العمق إلى الخفة
- 9.10. TikTok، ما وراء الجيل Z
- 1.9.10. الثورة السمعية والبصرية وتسارع التغييرات في المظهر في سياق الموضة البطيء (Slow fashion)
- 2.9.10. إضفاء الطابع الديمقراطي على صناعة المحتوى السمعي البصري
- 3.9.10. الموضة كحدث إخباري وجدير بالاهتمام
- 10.10. Youtube، كأساس للمحتوى السمعي البصري
- 1.10.10. إدارة التوقعات فيما يتعلق بإنشاء المحتوى السمعي البصري
- 01.01.2. خريطة المحتوى على Youtube عن الموضة والجمال والرفاهية
- 01.01.3. الاتجاهات الجديدة في الرأي العام: أصحاب النفوذ الجزئي

برنامج فريد من نوعه سيعطيك مفاتيح
التطور بنجاح في صناعة الأزياء"



الوحدة 10. قنوات الاتصال في الموضة

- 1.10. التأثير واستراتيجيات القوة الأخرى في القنوات الرقمية الجديدة
 - 1.1.10. استراتيجيات القوة المرتبطة باتصالات الموضة
 - 2.1.10. ممارسة التأثير في مجال الشبكات الاجتماعية
 - 3.1.10. إدارة القادة الرقميين الجدد: مؤثرو (Influencers) الموضة
 - 2.10. اختيار قناة الاتصال: نظرية أبحاث فورريستر
 - 1.2.10. الرأي العام الجديد: قيادة الجماهير واحدة تلو الأخرى
 - 2.2.10. ما هي نظرية Forrester؟
 - 3.2.10. تطبيق نظرية أبحاث Forrester على صناعة الأزياء
 - 3.10. قوة اللغة السمعية البصرية والتواصل غير اللفظي
 - 1.3.10. تزايد حصة السوق من الاتصالات غير اللفظية
 - 2.3.10. تأثير الرسالة السمعية البصرية على الموضة
 - 3.3.10. تكوين الخطاب الفوتوغرافي على شبكات التواصل الاجتماعي
 - 4.10. تطور وتشغيل الشبكات الاجتماعية في صناعة الأزياء
 - 1.4.10. مراحل ظهور وتطور الإنترنت
 - 2.4.10. استراتيجية متعددة القنوات داخل الشبكات الاجتماعية للأزياء
 - 3.4.10. ما هي الشبكة الاجتماعية؟ الاختلافات مع القنوات التقليدية
 - 5.10. Facebook، قاعدة البيانات الكبيرة
 - 1.5.10. التواصل العرضي
 - 2.5.10. مصلحة المجتمع
 - 3.5.10. نماذج الوجود على Facebook
 - 6.10. Instagram، أكثر بكثير من صور الموضة
 - 1.6.10. الرسائل العاطفية وإدارة التعاطف
 - 2.6.10. العلاقة الحميمة للصور اليومية
 - 3.6.10. التآلق في الشبكة الاجتماعية الأكثر أهمية للأزياء
 - 7.10. المحتوى المهني لـ LinkedIn
 - 1.7.10. إنشاء العلامة التجارية الشخصية
 - 2.7.10. رسائل معرفية في علامة تجارية للأزياء
 - 3.7.10. إدارة العلاقات مع المنافسة

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

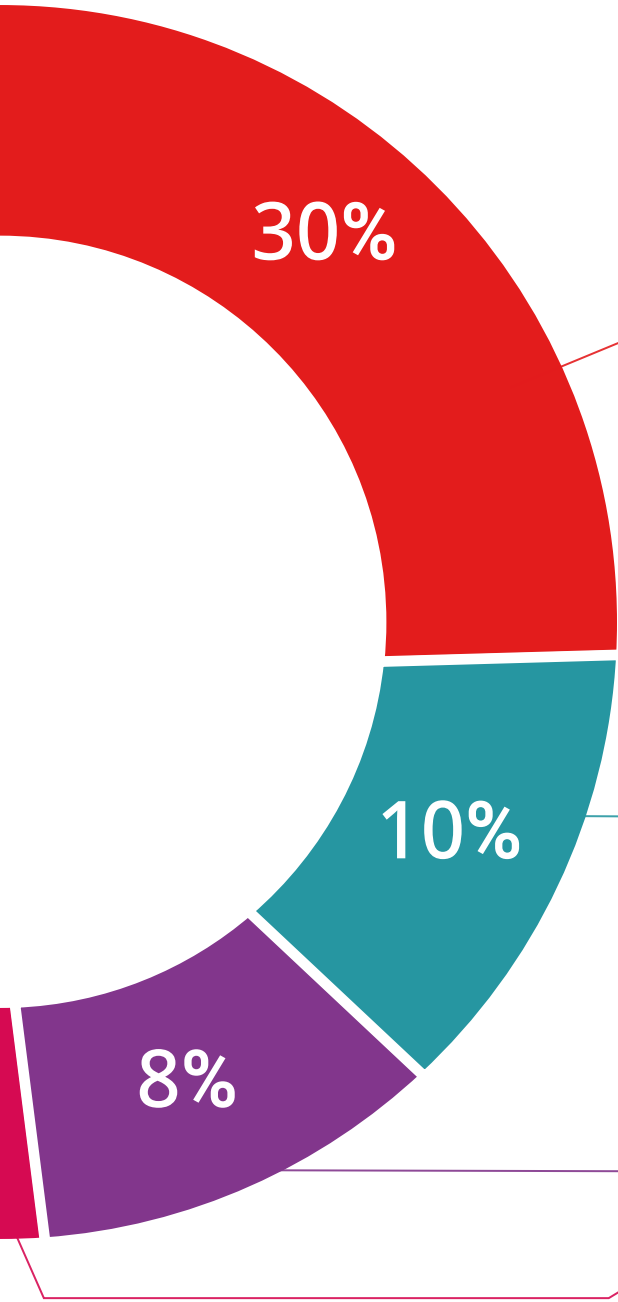


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

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.



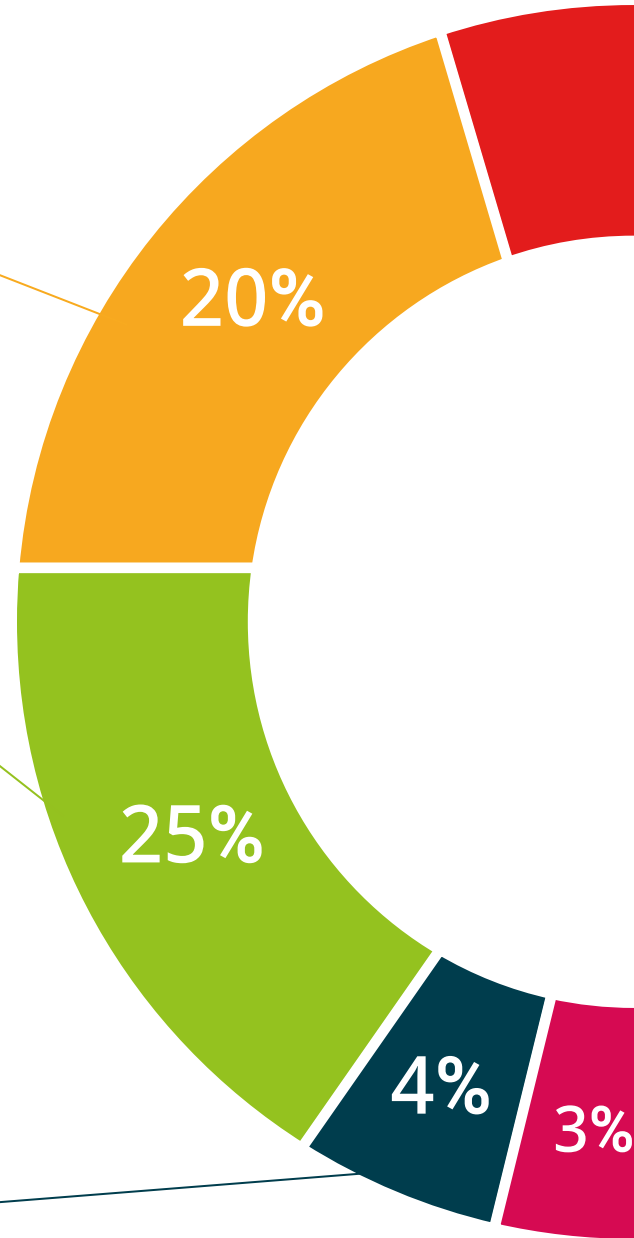
ملخصات تفاعلية

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 تصميم الأزياء، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وتحديثاً، الوصول إلى درجة الماجستير الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي درجة الماجستير الخاص في تصميم الأزياء على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

إن المؤهل الصادر عن **TECH** الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج الماجستير الخاص وسوف يفي بالمطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم

الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: **ماجستير خاص في تصميم الأزياء**

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: **1500 ساعة**

ماجستير خاص في تصميم الأزياء

التوزيع العام للخطة الدراسية			التوزيع العام للخطة الدراسية		
الدرجة	المادة	عدد الساعات	الدرجة	المادة	عدد الساعات
1 ^o	فهم الآون	150	1 ^o	فهم الآون	150
1 ^o	تاريخ الفن المعاصر	150	1 ^o	تاريخ الفن المعاصر	150
1 ^o	التصوير	150	1 ^o	التصوير	150
1 ^o	تاريخ الملبس	150	1 ^o	تاريخ الملبس	150
1 ^o	نظرية علم الجمال والفنون	150	1 ^o	نظرية علم الجمال والفنون	150
1 ^o	تاريخ الموضة	150	1 ^o	تاريخ الموضة	150
1 ^o	التصميم	150	1 ^o	التصميم	150
1 ^o	تسويق الأزياء	150	1 ^o	تسويق الأزياء	150
1 ^o	التقنيات	150	1 ^o	التقنيات	150
1 ^o	فنون الأبحاث في الموضة	150	1 ^o	فنون الأبحاث في الموضة	150

tech الجامعة التكنولوجية

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

tech الجامعة التكنولوجية

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

لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج
ماجستير خاص
في
تصميم 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
Tere Guevara Navarro / د.أ.
رئيس الجامعة

TECH APW0238_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
تصميم الأزياء

المعرفة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

التطور

- « 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

الفصول الافتراضية

لغات

ماجستير خاص تصميم الأزياء