ماجستير خاص
تصميم المنتج

tech الجامعة التيكنولوجية

الجامعة التيكنولوجية

ماجستير خاص
تصميم المنتج

- طريقة التدريس:**أونلاين**
- مدة الدراسة: **12 شهر**
- المؤهل العلمي: **TECH الجامعة التكنولوجية**
- عدد الساعات المخصصة للدراسة: **16 ساعة /أسبوعيًا**
- مواعيد الدراسة:**وفقًا لوتيرتك الخاصّة**
- الامتحانات: **أونلاين**

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitute.com/ae/design/professional-master-degree/master-product-design

الفهرس

01 المقدمة — صفحة 4

02 الأهداف — صفحة 8

03 الكفاءات — صفحة 12

04 الهيكل والمحتوى — صفحة 16

05 المنهجية — صفحة 26

06 المؤهل العلمي — صفحة 34

01

المقدمة

تصميم المنتج هو مفتاح التسويق والوظائف. بدون تصميم مناسب يمكن أن يتأثر مظهره وسهولة استخدامه وحتى إنتاجه، مما يتسبب في خسائر وتأخير لشركة الإنتاج. لهذا السبب، يتزايد الطلب على سمات المهنيين المتخصصين في هذا المجال، وتبحث الشركات الصناعية الكبيرة عن خبراء يمكنهم الاستجابة للتحديات المعاصرة للانضباط. من خلال هذا البرنامج، سيتمكن المصمم من معرفة جميع التطورات في هذا المجال، والاستعداد لتلبية توقعات سوق العمل الحالي المتطلب. ستفعل ذلك من أفضل منهجية تعلم عبر الإنترنت تناسب ظروفك الشخصية، مما يسمح لك باختيار الوقت والمكان للدراسة.

سيقوم هذا البرنامج بإعدادك للاستجابة للتحديات الحالية والمستقبلية لتصميم المنتجات، بناءً على منهجية 100% عبر الإنترنت والتي سيتم تكييفها بالكامل مع ظروفك المهنية والشخصية"

خلف الأدوات والأجهزة التي يستخدمها ملايين الأشخاص يوميًا، هناك أعمال تخطيط وتصميم واسعة النطاق. لقد تم تصميم كل عنصر من عناصر المكونات المادية والملموسة المستخدمة في أي جانب من جوانب الحياة، بدءًا من المركبات إلى أثاث المنزل وأثاث الشوارع، إلى الأقلام والهواتف الذكية، وفي النهاية أي شيء للاستخدام اليومي، بعناية فائقة.

يستجيب هذا الاهتمام بالتفاصيل للعديد من الحجج المقنعة: مع التصميم المناسب، يمكن تقليل التكاليف، ويمكن إنتاجه بشكل أكثر كفاءة وستكون النتيجة أكثر جاذبية من وجهة نظر تجارية. لهذا السبب، يتمتع هذا المجال المهني بأهمية متزايدة وهو أساسي للعديد من الشركات، سواء في المجالات الصناعية أو النسيجية أو القطاعات الأخرى ذات الصلة.

بالتالي، يمكن للمصممين الذين يركزون على هذا المجال حاليًا أن يطمحوا إلى الاستمتاع بفرص عمل رائعة، ولكن لتحقيق ذلك يحتاجون إلى أفضل المعرفة والمهارات في هذا التخصص. يوفر لهم هذا الماجستير الخاص في تصميم المنتج، من خلال دمج أحدث التطورات في هذا الموضوع عبر 10 وحدات متخصصة ومن خلال الخوض في القضايا ذات الصلة مثل التكنولوجيا الرقمية، وأساسيات التسويق، والتصميم للتصنيع أو التصميم المستدام.

كل هذا، من خلال نظام تعليم عبر الإنترنت تم إنشاؤه خصيصًا للمهنيين النشطين، لأنه يتكيف معهم، مما يسمح لهم بالدراسة أينما يريدون ومتى يريدون، دون رحلات غير مريحة أو جداول زمنية صارمة.

تحتوي هذه **ماجستير خاص في تصميم المنتج** على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحداثة في السوق. أبرز خصائصه هي:

- تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل خبراء في تصميم المنتج
- محتوياتها البيانية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها تجمع المعلومات العلمية والرعاية العملي حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- تركيزها على المنهجيات المبتكرة
- 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

> بفضل درجة الماجستير الخاص هذه، ستتمكن من التعمق في مفاتيح التصميم المستدام، وتحسين أعمال إنتاج إبداعاتك"

يحتوي هذا البرنامج على أفضل الموارد التعليمية: الأنشطة النظرية والعملية، ومقاطع الفيديو، والملخصات التفاعلية، والفصول الرئيسية، وما إلى ذلك. كل ما تحتاجه لتصبح خبيرًا رائعًا في تصميم المنتجات"

سوف تتعرف على أحدث المواد المستخدمة في التصميم وتطبيقاتها الممكنة، وبالتالي تحسين آفاقك المهنية على الفور.

سيسمح لك نظام التعلم عبر الإنترنت الخاص بـ TECH بالدراسة متى وكيف وأينما تريد، دون إخضاع نفسك لجداول زمنية صارمة أو سفر غير مريح.

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

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

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي المهني في يجب أن تحاول من خلاله حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ من خلاله. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

02

الأهداف

الهدف الرئيسي من هذا البرنامج هو تحويل الطالب إلى محترف مطلوب بشدة من قبل شركات التصميم الكبرى وأبرز الشركات الصناعية. بالتالي، فإن الماجستير الخاص في تصميم المنتج يحتوي على المحتوى الأكثر اكتمالا وعمقا في هذا المجال وستزود الطالب بجميع الأدوات التي يحتاجها للتميز في مكان العمل.

حقق، بفضل هذا البرنامج، تقدم مهني كبير في مجال تصميم المنتج"

الأهداف العامة

- فهم عملية الإبداع والتحليل والدراسة لإنشاء أي عمل
- التعمق في تقنيات تحليل السوق وتطبيقها على عمليات الاتصال والتسويق في تطوير المشروع
- فهم المفاهيم الأساسية التي تشكل جزءًا من سياسة الاتصال الخاصة بالمنظمة: هويتها، وثقافتها، وكيفية تواصلها، وما هي صورتها، وعلامتها التجارية، وسمعتها، ومسؤوليتها الاجتماعية
- التعرف على أسس التصميم، وكذلك المراجع والأساليب والحركات التي شكلته منذ بداياته وحتى الوقت الحاضر

"TECH ترافقك في طريقك لتحقيق النجاح الاحترافي

الأهداف المحددة

الوحدة 1. أساسيات التصميم

- توصيل وربط مجالات التصميم المختلفة ومجالات التطبيق والفروع المهنية
- التعرف على عمليات التفكير والإبداع والتجريب ومعرفة كيفية تطبيقها على المشاريع
- دمج اللغة والدلالات في عمليات التفكير في المشروع، وربطها بأهدافه وقيم الاستخدام

الوحدة 2. أساسيات الإبداع

- معرفة كيفية تجميع اهتماماتك من خلال الملاحظة والتفكير النقدي وترجمتها إلى إبداعات فنية
- التخلص من الخوف من الكتلة الفنية واستخدم التقنيات لمكافحتها
- للاستفسار عن الذات،، والفضاء العاطفي الخاص بك وما هو حوله، بحيث يتم إجراء تحليل لهذه العناصر لاستخدامها لصالح إبداع الفرد

الوحدة 3. التقنية الرقمية

- إتقان المفردات والمنهجيات والمحتوى النظري والعملي على الصورة الرقمية
- إتقان المفردات والمنهجيات والمحتوى النظري والعملي حول الصورة المتجهة

الوحدة 4. أساسيات التسويق

- فهم الدور المركزي للاتصالات في فترة تاريخية تحددها نماذج مجتمع المعلومات والمعرفة
- معرفة عمليات الاتصال بكافة مظاهرها الاجتماعية (الشخصية والجماعية والإعلامية)
- تحليل المناهج والأساليب التأديبية والنظرية المختلفة حول الاتصال
- تطوير فهم المفردات التي تتكيف مع اللغة الأساسية للتسويق والاتصالات
- التعرف على خصائص وسائل التواصل الاجتماعي واختلافها عن وسائل الإعلام (Mass Media) وانعكاساتها والتغيرات التي أحدثتها في مجال التسويق وإدارة التصميم

الوحدة 5. الصورة المؤسسية

- فهم المجالات الاستراتيجية التي يجب على مدير الرسم إدارتها في عملية التواصل للهوية الرسومية والمرئية للعلامات التجارية

الوحدة 6. تصميم للتصنيع

- تحقيق مستوى كافٍ من المعرفة المتعلقة بالأهداف والتقنيات المحددة المتعلقة بمجال الإنتاج
- تحليل الإنتاج من منظور استراتيجي

الوحدة 7. المعدات

- تحليل وتقييم المواد المستخدمة في الهندسة استناداً إلى خصائصها
- معرفة وتحليل وتقييم عمليات التآكل وتدهور المواد
- تقييم وتحليل التقنيات المختلفة للاختبار غير المدمر للمواد

الوحدة 8. التصميم المستدام

- التعرف على بيئة الاستدامة والسياق البيئي
- التعرف على الأدوات الرئيسية لتحليل الأثر البيئي
- التعرف على أهمية الاستدامة في التصميم
- معرفة اللوائح البيئية ذات الصلة عند التصميم
- القدرة على تطوير استراتيجية التصميم المستدام للمنتج

الوحدة 9. مواد للتصميم

- العمل باستخدام المواد الأكثر ملائمة لكل حالة في مجال تصميم المنتج
- شرح ووصف المجموعات الرئيسية للمواد: تصنيعها، وأنواعها، وخصائصها، وما إلى ذلك
- الحصول على المعايير اللازمة لتحديد واختيار مختلف نطاقات المواد، وفقًا لإحاطة إعلامية (Briefing)

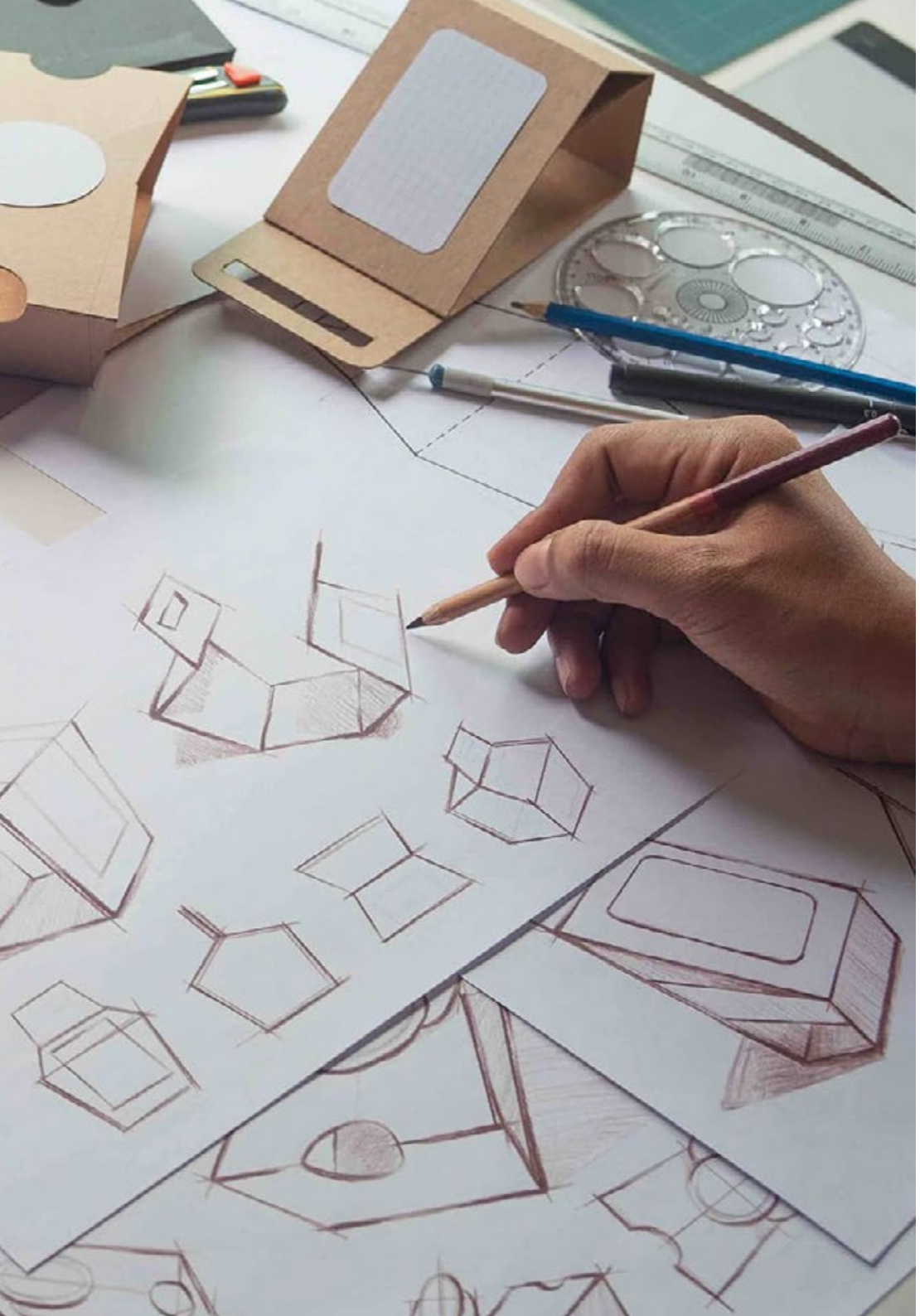
الوحدة 10. تصميم الغلاف (packaging)

- تعزيز الرؤية العالمية لدى الطلاب لتصميم الحاويات والتغليف والملصقات، وفهمها كنشاط يجب أن يأخذوا فيه العديد من العوامل في الاعتبار، بدءًا من المنتج المصاحب له إلى سياقه المادي والاجتماعي والاقتصادي
- تدريب الطلاب، من خلال الممارسة، على كفاءة التطوير المهني لمشاريع تصميم الحاويات والتغليف والملصقات

03
الكفاءات

سيسمح هذا الماجستير الخاص للطالب بتطوير سلسلة كاملة من المهارات المهنية الموجهة نحو مجال التصميم هذا. بالتالي، تم تطوير هذا البرنامج لتحويل الطالب إلى خبير كبير في تصميم المنتج، لأنه يوفر المعرفة والمهارات في مجالات مثل المواد أو التصميم المستدام أو التسويق أو تصميم التعبئة والتغليف (Packaging).

سوف تقوم بدمج أفضل المهارات في تصميم التعبئة والتغليف (Packaging) والتصميم المستدام في ممارستك المهنية بفضل درجة الماجستير هذه"



الكفاءات العامة

- تخطيط وتطوير وتقديم المنتجات الفنية بشكل ملائم، باستخدام استراتيجيات الإنتاج الفعالة وبمساهماتك الإبداعية
- إتقان برامج تنقيح الصور ومعالجتها وتطوير المهارات المطلوبة لاستخدامها
- معرفة الأدوات والاستراتيجيات النظرية والعملية التي تسهل إدارة الاتصال المؤسسي والشركات في المنظمات بجميع أنواعها
- التعرف على كيفية اختيار طريقة تنظيم المعلومات والاتصالات بشكل صحيح من أجل الاستخدام السليم للعلامة التجارية
- بحث وتحديد أهم عناصر الشركة - العميل، وكذلك احتياجاتها لوضع الاستراتيجيات ورسائل الاتصال
- التعرف على الأطوار والمراحل الإنتاجية للمشروع
- التعرف على مبادئ المواد النانوية
- اكتساب المعرفة وإتقان التقنيات والأشكال والعمليات والاتجاهات في التغليف والتغليف وتصميم الملصقات والتطبيقات الصناعية

الكفاءات المحددة

- استخدام برامج الرسم المتجه وتطوير المهارات المطلوبة لاستخدامها
- استخدام برامج التصميم التحريري والقيام بتطوير المهارات اللازمة لإنشاء الفن النهائي الخاص بك
- إتقان استراتيجيات التنسيق بين جوانب إنشاء المنتج وإنتاجه ووظائف التسويق والتسويق والاتصال
- تحليل وتقييم المواد المعدنية الحديدية وغير الحديدية
- تحليل وتقييم المواد البوليمرية والخزفية والمركبة
- تحليل وتقييم المواد المستخدمة في تصنيع المواد المضافة
- تطوير نظام منظم للمعايير الرسومية الأساسية بناءً على عناصر الهوية المرئية/العلامة التجارية
- الاختيار بحكمة، من بين مجموعة واسعة، عند تطوير مقترح تصميم للتصنيع الضخم
- تحديد أنسب المواد لتحقيق النماذج أو النماذج الأولية

يقدم لك هذا البرنامج أفضل تقنيات تصميم المنتج، بما يلبي الاحتياجات الحالية للسوق الاحترافية"

04

الهيكل والمحتوى

تم تنظيم هذا الماجستيرالخاص في تصميم المنتج إلى 10 وحدات متخصصة، والذي من خلاله سيتمكن المحترف من التعرف على أحدث التطورات في أساسيات التصميم ومواد التصميم المستدام وأساسيات التسويق وصورة الشركة، للحصول على المزيد من الرؤية العالمية لتصميم المنتج والتصنيع، والتي من خلالها سيكون لدى الطالب منظور صناعي أكثر لتنفيذ مشاريعه.

أحدث محتوى في تصميم المنتج هو الآن في متناول يدك.
سجل الآن واحصل على تحسين مهني فوري"

الوحدة 1. أساسيات التصميم

1.1. تاريخ التصميم
1.1.1. الثورة الصناعية
2.1.1. مراحل التصميم
3.1.1. الهندسة المعمارية
4.1.1. مدرسة Chicago
2.1. أنماط وحركات التصميم
1.2.1. التصميم الزخرفي
2.2.1. الحركة الحداثية
3.2.1. فن الزخرفة (Art Decó)
4.2.1. التصميم الصناعي
5.2.1. Bauhaus
6.2.1. الحرب العالمية الثانية
7.2.1. فن إيطاليا (Transvanguardia)
8.2.1. التصميم المعاصر
3.1. المصممين والاتجاهات
1.3.1. مصممي الديكور الداخلي
2.3.1. مصممي الجرافيك
3.3.1. المصممين الصناعيين أو المنتجين
4.3.1. مصممي الأزياء
4.1. منهجية تصميم المشروع
1.4.1. Bruno Munari
2.4.1. Gui Bonsiepe
3.4.1. J. Christopher Jones
4.4.1. L. Bruce Archer
5.4.1. Guillermo González Ruiz
6.4.1. Jorge Frascara
7.4.1. Bernd Löbach
8.4.1. Joan Costa
9.4.1. Norberto Chaves
5.1. اللغة في التصميم
1.5.1. الكائنات والموضوع
2.5.1. سيميائية الأشياء
3.5.1. التصرف في الكائن ودلالته
4.5.1. عولمة العلامات
5.5.1. المقترح
6.1. التصميم وأبعاده الجمالية الشكلية
1.6.1. العناصر البصرية
1.1.6.1. الشكل
2.1.6.1. القياس
3.1.6.1. اللون
4.1.6.1. القوام
2.6.1. عناصر العلاقة
1.2.6.1. هيكل الإدارة
2.2.6.1. الوضعية
3.2.6.1. الفضاء
4.2.6.1. الجاذبية
3.6.1. عناصر عملية
1.3.6.1. العرض
2.3.6.1. المعنى
3.3.6.1. الوظيفة
4.6.1. الإطار المرجعي
7.1. الطرق التحليلية للتصميم
1.7.1. التصميم العملي
2.7.1. التصميم التناظري
3.7.1. التصميم المبدع
4.7.1. التصميم الكنسي
5.7.1. المؤلفون الرئيسيون ومنهجيتهم
8.1. التصميم والدلالات
1.8.1. الدلالات
2.8.1. المعنى
3.8.1. المعنى الدلالي والمعنى الاصطلاحي
4.8.1. المعجم
5.8.1. الحقل المعجمي والعائلة المعجمية
6.8.1. العلاقات الدلالية
7.8.1. التحول الدلالي
8.8.1. أسباب التغيرات الدلالية
9.1. التصميم والواقعية
1.9.1. النتائج العملية والاختطاف والسيميائيات
2.9.1. الوساطة والجسد والعواطف
3.9.1. التعلم والخبرة والإغلاق
4.9.1. الهوية والعلاقات الاجتماعية والأغراض

10.1. السياق الحالي للتصميم
1.10.1. مشاكل التصميم الحالية
2.10.1. المواضيع الحالية للتصميم
3.10.1. المساهمات المتعلقة بالمنهجية

الوحدة 2. أساسيات الإبداع

1.2. مقدمة إبداعية
1.1.2. الأسلوب في الفن
2.1.2. تثقيف نظرك
3.1.2. هل يمكن لأي شخص أن يكون مبدعًا؟
4.1.2. اللغات المصورة
5.1.2. ما الذي أحتاجه؟ المعدات
2.2. الإدراك كأول عمل إبداعي
1.2.2. ماذا ترى؟ ماذا تسمع؟ بماذا تشعر؟
2.2.2. الإدراك والملاحظة والفحص بعناية
3.2.2. الصورة الشخصية والذاتية: Cristina Núñez
4.2.2. دراسة الحالة حوار الصور. الغوص في الذات
3.2. مواجهة الورقة الفارغة
1.3.2. الرسم بدون خوف
2.3.2. دفتر الملاحظات كأداة
3.3.2. كتاب الفنان، ما هو ؟
4.3.2. المراجع
4.2. إنشاء كتاب الفنان لدينا
1.4.2. التحليل واللعبة: أقلام الرصاص والعلامات
2.4.2. حيل لتحرير يدك
3.4.2. الخطوط الأولى
4.4.2. القلم
5.2. إنشاء كتاب الفنان لدينا 2
1.5.2. البقعة
2.5.2. الشمع. التجريب
3.5.2. الصبغات الطبيعية
6.2. إنشاء كتاب الفنان لدينا 3
1.6.2. الكولاج وتركيب الصورة
2.6.2. الأدوات التقليدية
3.6.2. الأدوات عبر الإنترنت: Pinterest
4.6.2. تجربة تكوين الصورة

7.2. الفعل دون التفكير
1.7.2. ماذا نحقق من خلال العمل دون تفكير؟
2.7.2. الارتجال: Henri Michaux
3.7.2. الرسم العملي (Action Painting)
8.2. الناقد كفنان
1.8.2. النقد البناء
2.8.2. بيان حول النقد الإبداعي
9.2. الكتلة الإبداعية
1.9.2. ما هو الحظر؟
2.9.2. توسيع حدودك
3.9.2. دراسة الحالة تلطيخ اليدين
10.2. دراسة كتابنا الفني
1.10.2. العواطف وإدارتها في المجال الإبداعي
2.10.2. عالمك الخاص في دفتر الملاحظات
3.10.2. ماذا شعرت ؟ التحليل الذاتي
4.10.2. دراسة حالة: انتقاد نفسي

الوحدة 3. التقنية الرقمية

1.3. مقدمة في التصوير الرقمي
1.1.3. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
2.1.3. وصف التقنيات
3.1.3. الأوامر
2.3. صورة المتجهات. العمل مع الأشياء
1.2.3. أدوات الاختيار
2.2.3. التجمع
3.2.3. المحاذاة والتوزيع
4.2.3. الأدلة الذكية
5.2.3. الرموز
6.2.3. التحول
7.2.3. التشويش
8.2.3. المحيطة
9.2.3. Buscatrazos
10.2.3. النماذج المركبة
11.2.3. مسارات مركبة
12.2.3. القطع والقسمة والفصل

3.3. صورة المتجهات. اللون
1.3.3. أوضاع الألوان
2.3.3. أداة القطارة
3.3.3. نماذج
4.3.3. التدرجات
5.3.3. ملء النمط
6.3.3. لوحة المظهر
7.3.3. الخصائص
4.3. صورة المتجهات. التحرير المتقدم
1.4.3. شبكة التدرج
2.4.3. لوحة الشفافية
3.4.3. أوضاع المزج
4.4.3. التتبع التفاعلي
5.4.3. أقنعة القطع
6.4.3. النص
5.3. خريطة الصورة من البتات (Bits). الطبقات
1.5.3. الإنشاء
2.5.3. الوصلة
3.5.3. التحويل
4.5.3. التجمع
5.5.3. طبقات التعديل
6.3. خريطة الصورة من البتات (Bits). التحديدات والأقنعة والقنوات
1.6.3. أداة اختيار الإطار
2.6.3. أداة اختيار الحلقة
3.6.3. أداة العصا السحرية
4.6.3. قائمة الاختيارات. نطاق الألوان
5.6.3. القنوات
6.6.3. تنقيح القناع
7.6.3. أقنعة القطع
8.6.3. أقنعة المتجهات
7.3. خريطة الصورة من البتات (Bits). أوضاع المزج وأنماط الطبقة
1.7.3. أنماط الطبقة
2.7.3. العتامة
3.7.3. خيارات نمط الطبقة
4.7.3. أوضاع المزج
5.7.3. أمثلة على أوضاع المزج
8.3. المشروع التحريري. الأنواع ولأشكال
1.8.3. المشروع التحريري
2.8.3. أنواع المشروع التحريري
3.8.3. إنشاء المستندات وتكوينها

9.3. العناصر التركيبية للمشروع التحريري
1.9.3. الصفحات الرئيسية
2.9.3. التشابك
3.9.3. تكامل النص وتكوينه
4.9.3. تكامل الصورة
10.3. التخطيط والتصدير والطباعة
1.10.3. نماذج
1.1.10.3. اختيار الصور الفوتوغرافية وتحريرها
2.1.10.3. الفحص الأولي
3.1.10.3. التعبئة
2.10.3. التصدير
1.2.10.3. تصدير للوسائط الرقمية
2.2.10.3. تصدير إلى الوسائط المادية
3.10.3. الطباعة
1.3.10.3. المطبعة التقليدية
1.1.3.10.3. التجليد
2.3.10.3. المطبعة الرقمية

الوحدة 4. أساسيات التسويق

1.4. مقدمة في التسويق
1.1.4. مفهوم التسويق
1.1.1.4. تعريف التسويق
2.1.1.4. تطور وموضوعية التسويق
2.1.4. مناهج مختلفة للتسويق
2.4. التسويق في الشركة: استراتيجي وتشغيلي. خطة التسويق
1.2.4. الإدارة التجارية
2.2.4. أهمية الإدارة التجارية
3.2.4. تنوع أشكال الإدارة
4.2.4. التسويق الاستراتيجي
5.2.4. الاستراتيجية التجارية
6.2.4. مجالات التطبيق
7.2.4. التخطيط التجاري
8.2.4. خطة التسويق
9.2.4. المفاهيم والتعاريف
10.2.4. مراحل خطة التسويق
11.2.4. أنواع خطط التسويق

3.4. بيئة الأعمال التجارية وسوق المنظمات
1.3.4. المحيط
2.3.4. مفاهيم وحدود البيئة
3.3.4. البيئة الكلية
4.3.4. البيئة الدقيقة
5.3.4. السوق
6.3.4. مفاهيم وحدود السوق
7.3.4. تطور الأسواق
8.3.4. أنواع الأسواق
9.3.4. أهمية المنافسة
4.4. سلوك المستهلك
1.4.4. أهمية السلوك في الاستراتيجية
2.4.4. العوامل المؤثرة
3.4.4. فوائد للشركة
4.4.4. مزايا المستهلك
5.4.4. النهج المتبع إزاء سلوك المستهلكين
6.4.4. الخصائص والتعقيد
7.4.4. المتغيرات المعنية
8.4.4. أنواع مختلفة من النهج
5.4. مراحل عملية الشراء الاستهلاكية
1.5.4. النهج
2.5.4. النهج وفقا لمؤلفين مختلفين
3.5.4. تطور العملية في التاريخ
4.5.4. المراحل
5.5.4. التعرف على المشكلة
6.5.4. البحث عن المعلومات
7.5.4. تقييم البدائل
8.5.4. قرار الشراء
9.5.4. ما بعد الشرائ
10.5.4. نماذج في اتخاذ القرار
11.5.4. النموذج الاقتصادي
12.5.4. النموذج النفسي
13.5.4. نماذج السلوكيات المختلطة
14.5.4. تجزئة السوق في استراتيجية المنظمة
15.5.4. تجزئة السوق
16.5.4. المفهوم
17.5.4. أنواع التجزئة
18.5.4. تأثير التجزئة على الاستراتيجيات
19.5.4. أهمية التجزئة في الشركة
20.5.4. التخطيط الاستراتيجي القائم على التجزئة

6.4. معايير التجزئة للأسواق الاستهلاكية والصناعية
7.4. إجراءات التقسيم
1.7.4. ترسيم القطاع
2.7.4. تحديد الملف الشخصي
3.7.4. تقييم الإجراء
8.4. معايير التقسيم
1.8.4. الخصائص الجغرافية
2.8.4. الخصائص الاجتماعية والاقتصادية
3.8.4. معايير أخرى
4.8.4. استجابة المستهلك للتجزئة
9.4. سوق العرض والطلب. تقييم التجزئة
1.9.4. تحليل العرض
1.1.9.4. تصنيفات العرض
2.1.9.4. تحديد العرض
3.1.9.4. العوامل التي تؤثر على العرض
2.9.4. تحليل الطلب
1.2.9.4. تصنيفات الطلب
2.2.9.4. مناطق السوق
3.2.9.4. تقدير الطلب
3.9.4. تقييم التجزئة
1.3.9.4. أنظمة التقييم
2.3.9.4. طرق التتبع
3.3.9.4. ردود فعل
10.4. المزيج التسويقي
1.10.4. تعريف التسويق المختلط
1.1.10.4. المفهوم والتعريف
2.1.10.4. التاريخ والتطور
2.10.4. عناصر المزيج التسويقي
1.2.10.4. المنتج
2.2.10.4. السعر
3.2.10.4. التوزيع
4.2.10.4. الترويج
3.10.4. p4 الجديد للتسويق
1.3.10.4. إضفاء الطابع الشخصي
2.3.10.4. المشاركة
3.3.10.4. نظير إلى نظير (Peer To Peer)
4.3.10.4. تنبؤات نموذجية
4.10.4. استراتيجيات إدارة الحافظة الحالية. النمو واستراتيجيات التسويق التنافسية

5.10.4. استراتيجيات الحافظة
1.5.10.4. مصفوفة BCG
2.5.10.4. مصفوفة Ansoff
3.5.10.4. مصفوفة الوضع التنافسي
6.10.4. الاستراتيجيات
1.6.10.4. استراتيجية التجزئة
2.6.10.4. استراتيجية تحديد المواقع
3.6.10.4. استراتيجيات الولاء
4.6.10.4. الاستراتيجية الوظيفية

الوحدة 5. الصورة المؤسسية

1.5. الهوية
1.1.5. فكرة الهوية
2.1.5. لماذا يتم البحث عن الهوية ؟
3.1.5. أنواع الهوية
4.1.5. الهوية الرقمية
2.5. هوية الشركة
1.2.5. التعريف لماذا الحصول على هوية الشركة؟
2.2.5. العوامل المؤثرة على هوية الشركة
3.2.5. مكونات هوية الشركة
4.2.5. توصيل الهوية
5.2.5. هوية الشركة والعلامة التجارية (Branding) وصورة الشركة
3.5. الصورة المؤسسية
1.3.5. سمة الصورة المؤسسية
2.3.5. ما فائدة الصورة المؤسسية ؟
3.3.5. أنواع الصورة المؤسسية
4.3.5. الأمثلة
4.5. علامات التعريف الأساسية
1.4.5. الاسم أو Naming
2.4.5. الشعارات
3.4.5. ذات حرف واحد
4.4.5. الصور المجسمة
5.5. عوامل حفظ الهوية
1.5.5. الأصالة
2.5.5. القيمة الرمزية
3.5.5. البساطة
4.5.5. التكرار

6.5. منهجية عملية إنشاء العلامة التجارية
1.6.5. دراسة القطاع والمنافسة
2.6.5. الإحاطة (Briefing)، والنموذج
3.6.5. تحديد استراتيجية العلامة التجارية والشخصية. القيم
4.6.5. الجمهور المستهدف
7.5. العميل
1.7.5. استشعر كيف هو العميل
2.7.5. أنواع العملاء
3.7.5. عملية الجمع
4.7.5. أهمية معرفة العميل
5.7.5. ضبط الميزانية
8.5. دليل الهوية المؤسسية
1.8.5. قواعد البناء والتطبيق للعلامة التجارية
2.8.5. الطباعة المؤسسية
3.8.5. الألوان المؤسسية
4.8.5. عناصر رسومية أخرى
5.8.5. أمثلة على أدلة الشركات
9.5. إعادة تصميم الهوية
1.9.5. أسباب اختيار إعادة تصميم الهوية
2.9.5. إدارة التغيير في هوية الشركة
3.9.5. الممارسة الجيدة. المراجع البصرية
4.9.5. الممارسة السيئة المراجع البصرية
10.5. مشروع هوية العلامة التجارية
1.10.5. عرض وشرح المشروع. المراجع
2.10.5. العصف الذهني (Brainstorming). تحليل السوق
3.10.5. الجمهور المستهدف، وقيمة العلامة التجارية
4.10.5. الأفكار والرسومات الأولى. التقنيات الإبداعية
5.10.5. تأسيس المشروع. الخطوط والألوان
6.10.5. تسليم المشروع وتصحيحه

الوحدة 6. تصميم للتصنيع

1.6. تصميم التصنيع والتجميع
2.6. التشكيل بالقولبة
1.2.6. الانصهار
2.2.6. الضخ
3.6. التشكيل بالاعوجاج
1.3.6. الاعوجاج البلاستيكي
2.3.6. الطباعة
3.3.6. الحدادة
4.3.6. النتوء

4.6. التطابق بسبب فقدان المواد
1.4.6. عن طريق التآكل
2.4.6. عن طريق إزالة الرقاقة
5.6. المعالجات الحرارية
1.5.6. التقسية
2.5.6. التلطيف
3.5.6. التلدين
4.5.6. التطبيع
5.5.6. المعالجة الكيميائية الحرارية
6.6. استخدام الدهانات والطلاء
1.6.6. العلاجات الكهروكيميائية
2.6.6. المعالجات الالكتروليتية
3.6.6. الدهانات والطلاء والصبغ
7.6. تشكيل البوليمرات ومواد الخزفية
8.6. تصنيع قطع من المواد المركبة
9.6. تصنيع المواد المضافة
1.9.6. Powder Bed Fusión
2.9.6. ترسيب الطاقة المباشر
3.9.6. Binder Jetting
4.9.6. Bound poder extrusion
10.6. الهندسة المتينة
1.10.6. تقنية Taguchi
2.10.6. تصميم التجارب
3.10.6. مراقبة العمليات الإحصائية

الوحدة 7. المعدات

1.7. خصائص المواد
1.1.7. خصائص ميكانيكية
2.1.7. خصائص كهربائية
3.1.7. خصائص بصرية
4.1.7. خصائص مغناطيسية
2.7. المواد المعدنية 1. الحديدية
3.7. المواد. الحديدية 2 غير حديدية
4.7. المواد البوليمرية
1.4.7. اللدائن الحرارية
2.4.7. لدائن صلبة بالحرارة
5.7. المواد الخزفية
6.7. المواد المركبة
7.7. المواد الحيوية
8.7. المواد النانوية
9.7. تآكل وانحلال المعدات
1.9.7. أنواع التآكل
2.9.7. أكسدة المعادن
3.9.7. التحكم في التآكل
10.7. الاختبارات الغير إتلافية
1.10.7. الفحوصات البصرية والتنظير الداخلي
2.10.7. الموجات فوق الصوتية
3.10.7. الأشعة السينية
4.10.7. تيارات الطفيلية (Eddy Foucault)
5.10.7. الجزيئات المغناطيسية
6.10.7. سوائل مخترقة
7.10.7. التصوير الحراري بالأشعة تحت الحمراء

الوحدة 8. التصميم المستدام

1.8. الوضع البيئي
1.1.8. السياق البيئي
2.1.8. الإدراك البيئي
3.1.8. الاستهلاك والنزعة الاستهلاكية
2.8. الإنتاج المستدام
1.2.8. البصمة البيئية
2.2.8. القدرة البيولوجية
3.2.8. العجز البيئي
3.8. الاستدامة والابتكار
1.3.8. العمليات الإنتاجية
2.3.8. إدارة العمليات
3.3.8. بدء الإنتاج
4.3.8. الإنتاجية من خلال التصميم
4.8. مقدمة التصميم الإيكولوجي
1.4.8. التنمية المستدامة
2.4.8. البيئة الصناعية
3.4.8. الكفاءة البيئية
4.4.8. مقدمة لمفهوم التصميم البيئي

5.8. منهجيات التصميم البيئي
1.5.8. مقترحات منهجية لتنفيذ التصميم البيئي
2.5.8. إعداد المشروع (القوى الدافعة والتشريعات)
3.5.8. الجوانب البيئية
6.8. تحليل دورة الحياة (ACV)
1.6.8. الوحدة الوظيفية
2.6.8. الجرد
3.6.8. نسبة التأثير
4.6.8. توليد الاستنتاجات والاستراتيجية
7.8. أفكار للتحسين (استراتيجيات التصميم البيئي)
1.7.8. تقليل التأثير
2.7.8. زيادة الوحدة الوظيفية
3.7.8. التأثير الإيجابي
8.8. الاقتصاد الدائري
1.8.8. التعريف
2.8.8. التطور
3.8.8. الحالات الناجحة
9.8. Cradle to Cradle
1.9.8. التعريف
2.9.8. التطور
3.9.8. الحالات الناجحة
10.8. التنظيم البيئي
1.10.8. لماذا نحتاج إلى اللوائح؟
2.10.8. من يضع اللوائح؟
3.10.8. الإطار البيئي للاتحاد الأوروبي
4.10.8. اللوائح في عملية التطوير

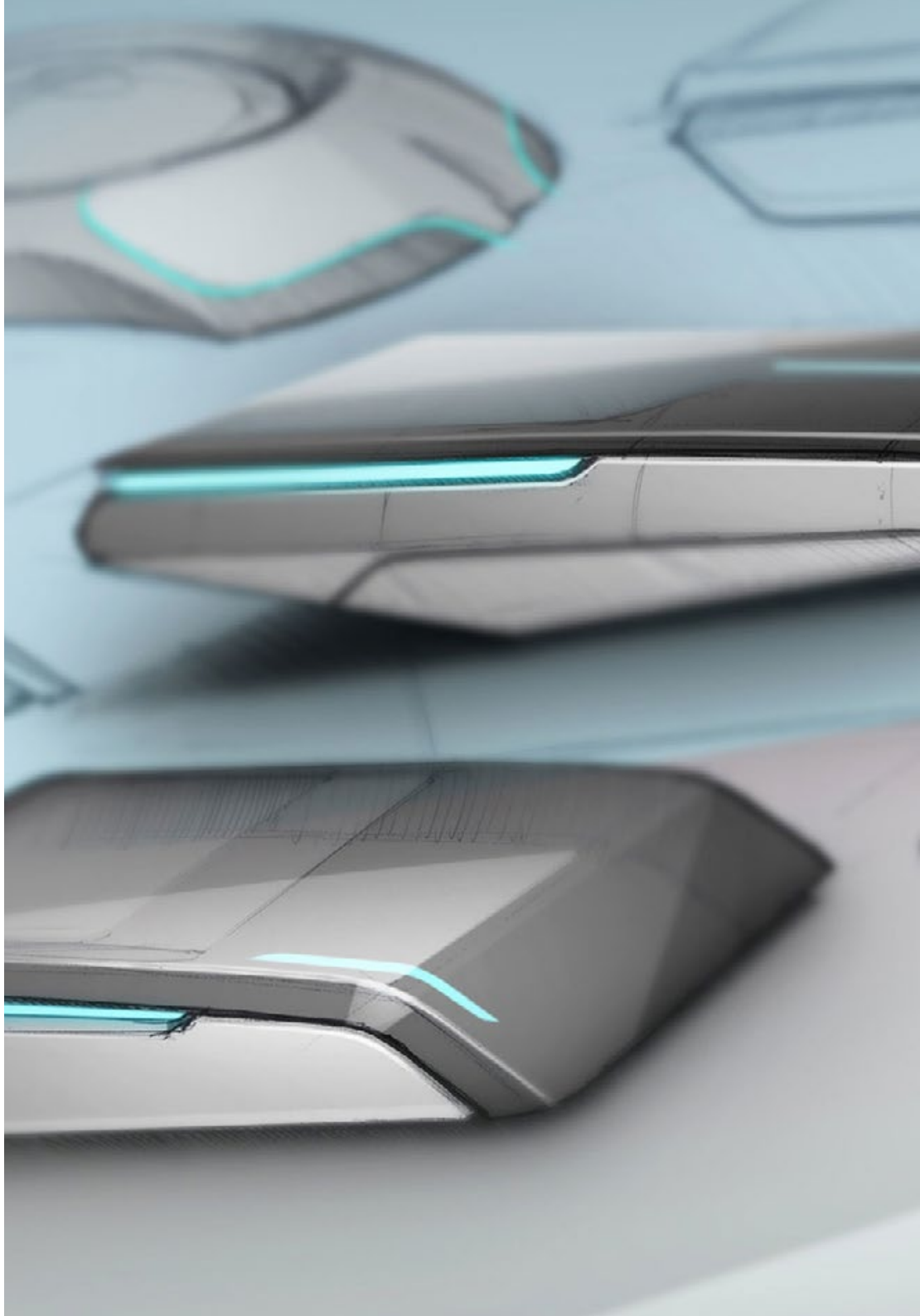
الوحدة 9. مواد للتصميم

1.9. المادة كمصدر إلهام
1.1.9. البحث عن المواد
2.1.9. التصنيف
3.1.9. المادة وسياقها
2.9. مواد للتصميم
1.2.9. الاستخدامات الشائعة
2.2.9. الموانع
3.2.9. مزيج من المواد
3.9. الفن + الابتكار
1.3.9. المواد في الفن
2.3.9. المواد الجديدة
3.3.9. المواد المركبة
4.9. الفيزياء
1.4.9. مفاهيم أساسية
2.4.9. مكونات المواد
3.4.9. اختبارات ميكانيكية
5.9. التقنيات
1.5.9. المواد الذكية
2.5.9. المواد ديناميكية
3.5.9. المستقبل في المواد
6.9. الاستدامة
1.6.9. الاكتساب
2.6.9. الاستخدام
3.6.9. الإدارة النهائية
7.9. تقليد الطبيعة
1.7.9. التفكير
2.7.9. الشفافية
3.7.9. تقنيات أخرى
8.9. الابتكار
1.8.9. الحالات الناجحة
2.8.9. البحث في المواد
3.8.9. مصادر الأبحاث
9.9. الوقاية من المخاطر
1.9.9. عامل الأمان
2.9.9. النار
3.9.9. التحطم
4.9.9. المخاطر الأخرى
10.9. الأنظمة والتشريعات
1.10.9. اللوائح وفقا للتطبيق
2.10.9. الأنظمة حسب القطاع
3.10.9. الأنظمة حسب الموقع

الوحدة 10. تصميم الغلاف (packaging)

1.10. مدخل إلىالغلاف (packaging)
1.1.10. المنظور التاريخي
2.1.10. الميزات الوظيفية
3.1.10. وصف نظام المنتج ودورة الحياة
2.10. البحث في الغلاف (packaging)
1.2.10. مصدر المعلومات
2.2.10. الأعمال الميدانية
3.2.10. المعايير والاستراتيجيات

3.10. الغلاف (packaging) الهيكلي
1.3.10. تحليل الاحتياجات المحددة
2.3.10. الشكل واللون والرائحة والحجم والقوام
3.3.10. بيئة العمل في العبوة
4.10. تسويق الغلاف (packaging)
1.4.10. علاقة العبوة بالعلامة التجارية والمنتج
2.4.10. تطبيق صورة العلامة التجارية
3.4.10. الأمثلة
5.10. الاتصال في الغلاف (packaging)
1.5.10. علاقة العبوة بالمنتج والعميل والمستخدم
2.5.10. تصميم الحواس
3.5.10. تصميم التجربة
6.10. مواد وعمليات الإنتاج
1.6.10. الزجاج
2.6.10. الورق والكرتون
3.6.10. المعدن
4.6.10. البلاستيك
5.6.10. المواد المكونة من مواد طبيعية
7.10. الاستدامة المطبقة على الغلاف (packaging)
1.7.10. استراتيجيات التصميم الإيكولوجي
2.7.10. تحليل دورة الحياة
3.7.10. العبوة كنفايات
8.10. التشريع
1.8.10. التشريعات المحددة: تحديد الهوية والتدوين
2.8.10. تنظيم البلاستيك
3.8.10. الاتجاهات في الأنظمة
9.10. الابتكار في الغلاف (packaging)
1.9.10. التمايز مع الغلاف (packaging)
2.9.10. أحدث التوجهات
3.9.10. تصميم للجميع (Design For All)
10.10. مشاريع للغلاف (packaging)
1.10.10. حالات الدراسة
2.10.10. استراتيجية الغلاف (packaging)
3.10.10. الممارسة العملية



05

المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية **(New England Journal of Medicine)**.

اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"

منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.

مع جامعة TECH يمكنك تجربة طريقة تعلم تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم"

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

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

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 يرسي 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.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100٪ عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100٪ عبر الانترنت 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 مدراء المستقبل. وهذا المنهج، في طليعة التعليم العالمي، يسمى Relearning أو إعادة التعلم.

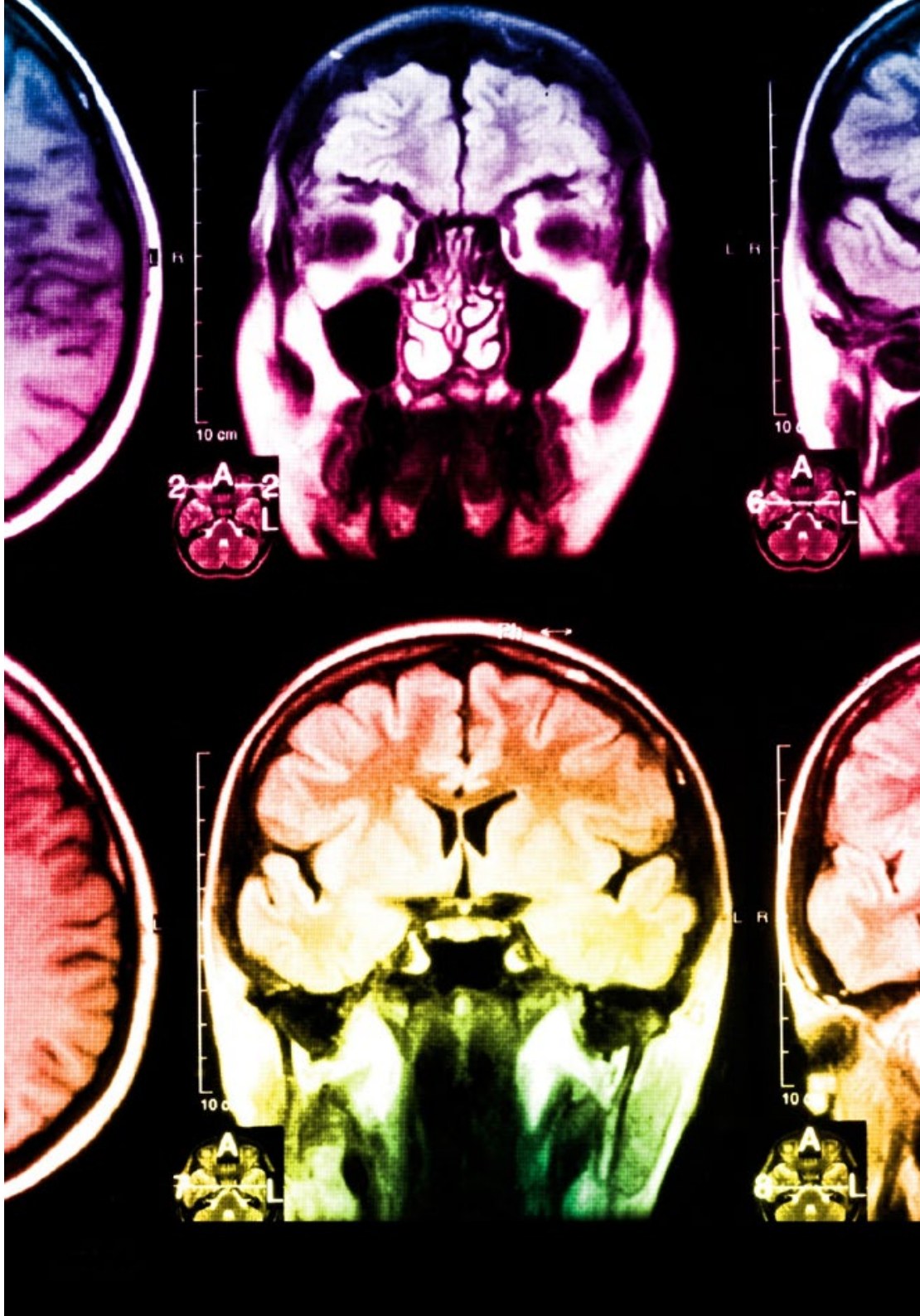
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف..) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

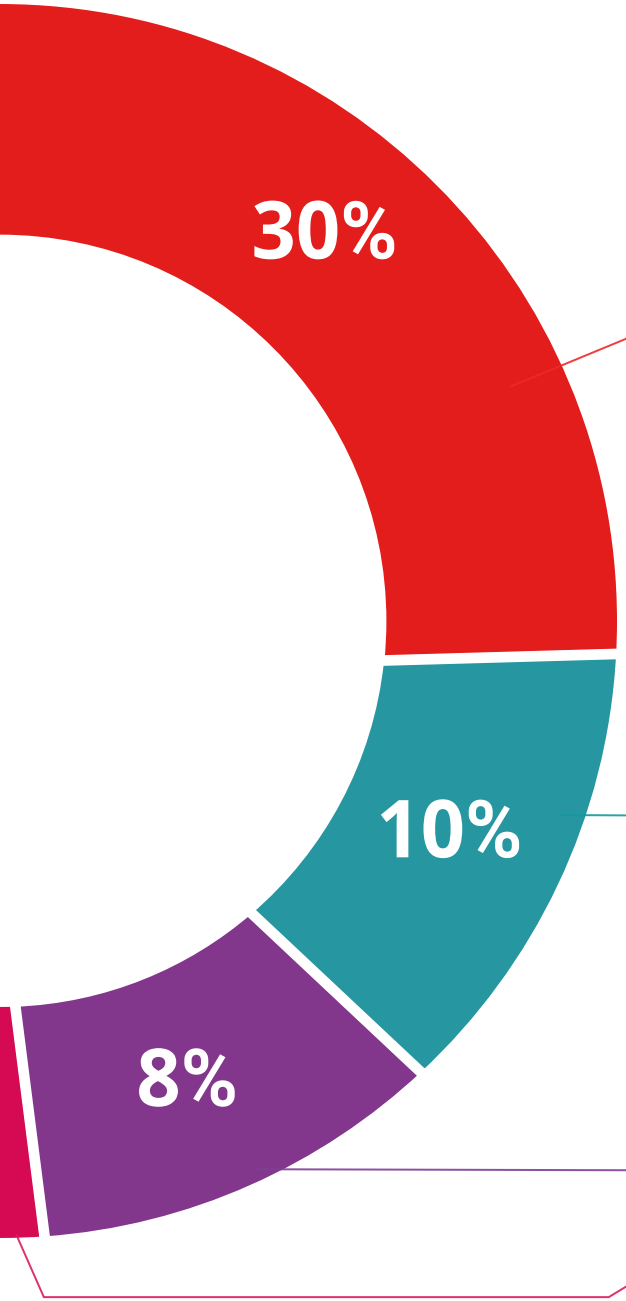
في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

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

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحُصين بالمخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.





يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعَدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية

يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموسًا 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.

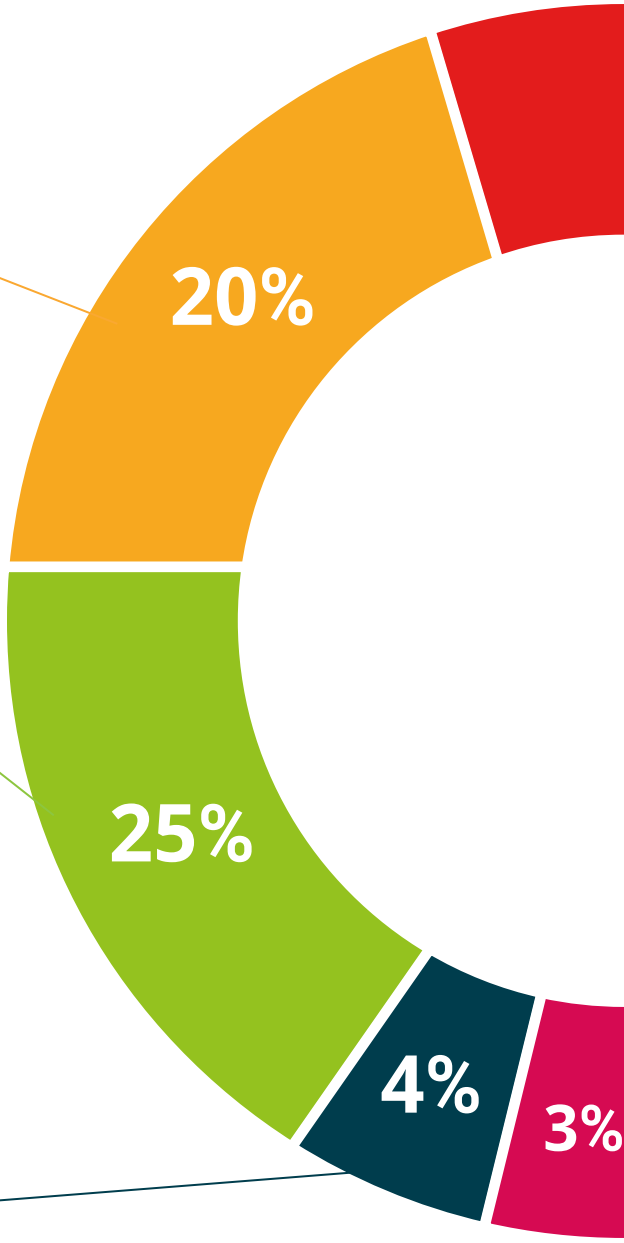
ملخصات تفاعلية

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 مايكروسوف 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.



06

المؤهل العلمي

تضمن درجة الماجستير الخاص في تصميم المنتج بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

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

تحتوي **ماجستير خاص في تصميم المنتج** على البرنامج الأكثر اكتمالا و حداثة في السوق.

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

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

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

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: **1500 ساعة**

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج

هذه الشهادة ممنوحة إلى

لـ

المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....

لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص

في

تصميم المنتج

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

أ. د./ Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

الكود الفريد الخاص بجامعة TECH: AFWOR23S techtitute.com/certificates

ماجستير خاص في تصميم المنتج

التوزيع العام للخطة الدراسية

نوع المادة	عدد الساعات
(OB) إجباري	1500
(OP) إختياري	0
(PR) الممارسات الخارجية	0
(TFM) مشروع تخرج الماجيستير	0
الإجمالي 1500	

التوزيع العام للخطة الدراسية

الدورة	المادة	الطريقة	عدد الساعات
1°	أساسيات التصميم	إجباري	150
1°	أساسيات الإبداع	إجباري	150
1°	التقنية الرقمية	إجباري	150
1°	أساسيات التسويق	إجباري	150
1°	الصورة المؤسسية	إجباري	150
1°	تصميم للتصنيع	إجباري	150
1°	المعدات	إجباري	150
1°	التصميم المستدام	إجباري	150
1°	مواد للتصميم	إجباري	150
1°	تصميم الغلاف (packaging)	إجباري	150

tech الجامعة التكنولوجية

أ. د./ Tere Guevara Navarro
رئيس الجامعة

الجامعة التيكنولوجية

ماجستير خاص
تصميم المنتج

- طريقة التدريس: **أونلاين**
- مدة الدراسة: **12 شهر**
- المؤهل العلمي: **TECH الجامعة التكنولوجية**
- عدد الساعات المخصصة للدراسة: **16 ساعة /أسبوعيًا**
- مواعيد الدراسة: **وفقًا لوتيرتك الخاصّة**
- الامتحانات: **أونلاين**

ماجستير خاص
تصميم المنتج

tech الجامعة التيكنولوجية