

ماجستير نصف حضوري اتصالات الوسائط المتعددة



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير نصف حضوري اتصالات الوسائط المتعددة

طريقة التدريس: نصف حضوري (عبر الانترنت + التدريبات السريرية)

مدة الدراسة: 12 شهر

المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/journalism-communication/hybrid-professional-master-degree/hybrid-professional-master-degree-multimedia-communication

الفهرس

04	الكفاءات	03	الأهداف	02	لماذا تدرس هذا الماجستير النصف حضوري؟	01	المقدمة
	صفحة 18		صفحة 12		صفحة 8		صفحة 4
07	أين يمكنني القيام بالممارسات؟	06	التدريبات السريرية	05	الهيكل والمحتوى		
	صفحة 42		صفحة 36		صفحة 22		
09	المؤهل العلمي	08	منهجية الدراسة				
	صفحة 56		صفحة 46				

المقدمة

لم تكن مهنة الاتصالات في يوم من الأيام بنفس الأهمية التي هي عليها اليوم. مع تطور العصر الرقمي واستمرار الاتصال، أصبح المجتمع يطالب يوميًا بمعلومات ذات جودة، موثوقة، محدثة كل دقيقة، ومتكيفة مع المنصات المختلفة التي ظهرت مع تقدم التقنيات الحديثة. بالإضافة إلى ذلك، تفوق التنسيق المتعدد الوسائط على التنسيق التقليدي، والذي، رغم استمرار وجود مؤيدين له، شهد تراجعًا في الطلب عليه. لهذا السبب، يجب على المتواصل أن يشكل ملفه المهني بطريقة متعددة المهارات وقابلة للتكيف مع الأنواع المختلفة، مع معرفة خصائص كل منها وإتقان تقنياتها واستراتيجياتها الأكثر فعالية. يمكنه العمل على كل ذلك من خلال هذا البرنامج متعدد التخصصات، الذي يجمع بين النظرية والتطبيق في شهادة واحدة ذات كفاءة عالية، والتي ستؤثر بشكل إيجابي ومميز على تطوره المهني.



هل ترغب في التخصص في اتصالات الوسائط
المتعددة بطريقة نظرية وعملية؟ إذا كانت الإجابة
نعم، فأنت أمام أفضل فرصة لتحقيق ذلك مع TECH"



هذا الماجستير نصف الحضور في التواصل متعدد الوسائط يحتوي على البرنامج الأكثر شمولاً وتحديثاً في السوق. أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير أكثر من 100 حالة قدمها محترفون في مجال اتصالات الوسائط المتعددة والرقمي
- ♦ محتوياتها البيانية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها، تجمع المعلومات العلمية والرعاية الصحية حول تلك التخصصات الطبية الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ العمل استناداً إلى الهياكل الحالية للاتصال وصناعة الإعلان الجديدة، سواء في وسائل الإعلام عبر الإنترنت أو خارجها
- ♦ اكتساب معرفة واسعة وشاملة حول الفروع المختلفة للاتصال متعدد الوسائط، وأدواته، وتطبيقاته، وأفضل التوصيات لتطوير مشاريع ناجحة ومتكيفة مع متطلبات المجتمع الحالي
- ♦ 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
- ♦ بالإضافة إلى ذلك، ستتمكن من القيام بتدريب عملي في شركة كبيرة في قطاع الاتصال

التنوع والإبداع الذي ينبثق من اتصالات الوسائط المتعددة يسمح للشركات بإطلاق رسائل جذابة ومتكيفة خصيصاً مع متطلبات المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، أتاح تطوير القنوات الرقمية إمكانية إطلاق نفس الحملة الإعلانية أو الإعلامية بطرق مختلفة حسب الجمهور المستهدف لكل وسيلة وبما يتماشى مع خصائصها. لهذا السبب، أصبحت مهنة المتخصص في الاتصال متعددة المهارات، حيث لم يعد يكفي اليوم إتقان نظريات المعلومات فقط، بل أصبح من الضروري معرفة خفايا كل قناة لضمان وصول الرسالة وتحقيق النتائج المرجوة.

لهذا السبب، أصبح الحصول على شهادة مثل هذا الماجستير النصف حضوري في اتصالات الوسائط المتعددة شرطاً أساسياً لأي خريج في هذا المجال يسعى للتميز. يتعلق الأمر ببرنامج شامل للغاية يتناول الاتصال من منظور حديث، ديناميكي، معاصر ومرن، من خلال منهج دراسي 100% عبر الإنترنت مُصمم خصيصاً من قبل خبراء، ويُختتم بفترة تدريب عملي في شركة رائدة في هذا القطاع.

وذلك لأن هدف هذا البرنامج هو أن يوسع المحترف معارفه بشكل متخصص ويتعلم كل ما يحتاج معرفته لإتقان أساسيات وأدوات المعلومات. ولتحقيق ذلك، سيتوفر له أيضاً مواد إضافية عالية الجودة مقدمة بصيغ مختلفة، مما يتيح له إمكانية وضع المفاهيم في سياقها وتعميق فهمه في الموضوعات التي تهتمه.

عند اجتياز هذه المرحلة، ستتاح له فرصة الاستفادة من 120 ساعة من التدريب العملي في مركز مرموق في قطاع الاتصال، حيث يمكنه المشاركة بفاعلية في المهام والمشاريع المختلفة التي يتم تطويرها في ذلك الوقت. وبذلك، سيكمل هذه الشهادة الأكاديمية بتحسين مهاراته واكتساب تجربة غنية ومميزة يمكنه إضافتها إلى سيرته الذاتية.



ستتمكن من الوصول إلى محتوى الفصل الافتراضي على مدار 24 ساعة يوميًا وطوال أيام الأسبوع، مما يتيح لك تنظيم جدولك الزمني بناءً على وقتك المتاح"

تعرف بالتفصيل على استراتيجيات استثارة المشاعر وفقاً للمواد الإعلامية، وابتكر أعمالاً عالية الفعالية مع هذا الماجستير النصف حضوري.

ستتمكن من التعمق في خصائص الاتصال في البيئة الرقمية، بدءاً من كتابة SEO وصولاً إلى خفايا الويب 2.0.

سيكون لديك إمكانية الوصول إلى مواد إضافية عالية الجودة بتنسيقات مختلفة بحيث يمكنك وضع المعلومات التي تم تطويرها في المنهج في سياقها بشكل ديناميكي"

في هذا المقترح للماجستير، الذي يتميز بطابع مهني ونمط شبه حضوري، يُوجّه البرنامج لتحديث مهارات محترفي الصحافة والاتصال المرئي والمسموع الذين يتطلبون مستوى عالٍ من التأهيل. المحتويات مستندة إلى أحدث المستجدات في هذا المجال، وموجهة بطريقة تعليمية لدمج المعرفة النظرية في الممارسة التواصلية، وسُيَسَّهل العناصر النظرية والتطبيقية لتحديث المعرفة وتسمح باتخاذ القرارات في المشاركة وإدارة المشاريع الإعلامية بمختلف أنواعها.

بفضل محتواه المتعدد الوسائط المُعد باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، سيتمكن محترف الاتصال من اكتساب تعلم موضوعي ومرتبب بالسياق، أي في بيئة محاكاة توفر تعليماً غامراً مبرمجاً للتدريب على مواجهة مواقف واقعية. يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي 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.

لماذا تدرس هذا الماجستير النصف حضوري؟

لقد غيّر التقارب بين وسائل الإعلام المشهد الاتصالي بالكامل، لذلك يجب أن يكون لدى المحترف معرفة واسعة بوسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى المهارات العملية لجعل هذا العمل فعالاً حقاً. وهي مهمة معقدة في بعض الأحيان وتتطلب إتقان التقنية والمفاهيم النظرية. لهذا السبب، قامت TECH بإنشاء هذه الشهادة الجامعية التي تجمع بشكل مثالي بين منهج متقدم ومرن وفترة تدريب عملي في شركة بارزة في هذا القطاع. وبالتالي، سيتمكن المحترف من دراسة التواصل في البيئات الرقمية، وإدارة المعلومات وأساسيات التصميم الجرافيكي بعمق. كل هذا، محاطاً بخبراء محترفين وفي أفضل بيئة عمل. فرصة فريدة من نوعها لا يقدمها سوى جامعة TECH.

تفتحك TECH الفرصة للانضمام إلى شركة رائدة
في مجال الاتصالات متعددة الوسائط، بحيث يمكنك
تطوير مهاراتك جنباً إلى جنب مع أفضل المتخصصين"



1. التحديث من خلال أحدث التقنيات المتاحة

لقد غيرت التكنولوجيات الجديدة طرق وأشكال التواصل بين الناس والمعلومات الصحفية بشكل كامل. لهذا، تتيح TECH من خلال هذا الماجستير نصف الحضوري الوصول إلى أحدث المستجدات في المجال الرقمي، بالإضافة إلى العديد من الأدوات والبرامج المتاحة لممارسة مهنة الصحافة بنجاح.

2. التعمق في أحدث المستجدات من خلال خبرة أفضل المتخصصين

في هذا المسار الأكاديمي، استعانت TECH بفريق تدريس ممتاز ومتخصص في التواصل متعدد الوسائط، مما يضمن للطلاب الوصول إلى منهج متقدم ومحدث. بالإضافة إلى ذلك، واستكمالاً لعملية التعلم هذه، ستقوم أيضاً بإقامة عملية لمدة 3 أسابيع، حيث سيوضح لك أفضل الخبراء في هذا المجال التقنيات والأساليب والأدوات المستخدمة للقيام بهذه المهنة بفعالية. مجموعة رائعة من المتخصصين من الدرجة الأولى لمساعدة الخريجين على تحقيق أهدافهم.

3. الانغماس في بيئات من الدرجة الأولى

لا شك أن المحترف الذي يحصل على درجة الماجستير المدمجة هذه سيحصل على انغماس مكثف في بانوراما الاتصالات متعددة الوسائط. لهذا الغرض، صممت TECH برنامجاً يقودك إلى تطوير وتعزيز مهاراتك في التواصل في بيئة مهنية من الدرجة الأولى. وهكذا، وبتوجيهات ونصائح المتخصصين في هذا المجال من الاتصالات، سيتمكن الطلاب من دمج جميع المعلومات التي ستقودهم إلى النمو المهني.

4. الجمع بين أفضل نظرية والممارسة الأكثر تقدماً

في الوقت الحالي، يقدم السوق الأكاديمي برامج تعليمية لا تتكيف بشكل جيد مع الاحتياجات الحقيقية للمهنيين. لهذا السبب، أنشأت TECH هذه الشهادة التي يمكن للطلاب الوصول إليها في أي وقت ومن خلال جهاز إلكتروني متصل بالإنترنت. ستتيح لك هذه المرونة الجمع بين المسؤوليات الأكثر تطلباً والمؤهلات ذات الجودة العالية، بالإضافة إلى المرحلة العملية في شركة اتصالات متعددة الوسائط رفيعة المستوى، والتي تعد اللمسة النهائية لتعليم جامعي فريد من نوعه.

5. توسيع حدود المعرفة

بفضل المزيج المثالي بين النظرية والتطبيق، سيتمكن المحترف من الحصول على رؤية كاملة للبانوراما الحالية للاتصالات متعددة الوسائط. وبهذه الطريقة، سيتمكن أيضاً من توسيع آفاقك المهنية والسعي للوصول إلى أفضل الشركات في مجال الاتصالات متعددة الوسائط. سيوفر لك هذا المؤهل تدريباً حيوياً لأداء مهامك الصحفية في أكثر المجالات تطلباً.

ستنغمس بشكل عملي في المركز الذي تختاره بنفسك"



الأهداف

بالنسبة لأي محترف في مجال المعلومات، أصبح إتقان التواصل عبر الوسائط المتعددة شرطًا أساسيًا لمواكبة متطلبات السوق اليوم. لهذا السبب، فإن الهدف من درجة الماجستير المدمجة هذه هو تزويد الخريجين بأفضل الأدوات الأكاديمية التي تسمح لهم بالتعلم بالتفصيل عن تعقيدات نظريات واستراتيجيات الاتصال الحالية، مع تركيز نشاطهم على البيئة الرقمية وخصائصها المحددة.





سوف تعمل على تنمية الإبداع والإقناع من خلال دراسات حالة عملية ومحاكاة لمواقف واقعية، لتتمكن من تحسين مهاراتك قبل الدخول إلى سوق العمل"

الهدف العام



- تم تطوير هذا الماجستير نصف الحضوري من قبل TECH خصيصاً ليكتسب الخريج المعرفة اللازمة التي تمكنه من تحقيق توامل متعدد الوسائط بشكل مناسب، باستخدام أحدث الأدوات الرقمية في هذا المجال. بالإضافة إلى ذلك، ستكتسب أيضاً المهارات اللازمة للنجاح في مختلف فروع هذا المجال وستكتسب معرفة متعمقة في الإذاعة والتلفزيون والاتصالات الرقمية والمكتوبة

كلما كانت أهدافك أكثر طموحاً، زاد الأداء الذي يمكنك تحقيقه من هذا الماجستير نصف الحضوري، حيث ستوفر لك TECH كل المواد التي تحتاجها لتحقيق ذلك"

الأهداف المحددة



الوحدة 1. هيكل الاتصالات

- ♦ القدرة على فهم المفاهيم الأساسية والنماذج النظرية للتواصل البشري وعناصره وخصائصه وكذلك الدور الذي يلعبه في العمليات النفسية للإعلان والعلاقات العامة
- ♦ القدرة على وضع نظم وسائط الإعلام في سياقها الصحيح، ولا سيما هيكل الاتصالات العالمي
- ♦ معرفة كيفية وصف اتجاهات البحث الرئيسية في مجال الاتصال الاجتماعي، بالإضافة إلى نماذجه المختلفة: السلوكية والوظيفية والبنائية والبنوية
- ♦ معرفة كيفية تحديد إطار عمل المجموعات الإعلامية الكبيرة وعمليات تركيزها

الوحدة 2. نظرية التواصل الاجتماعي

- ♦ التعرف على مجالات الدعاية والعلاقات العامة وعملياتها وهيكلها التنظيمية
- ♦ تحديد الملامح المهنية لأخصائيي الإعلان والعلاقات العامة، وكذلك المهارات الرئيسية اللازمة لأداء ممارساتهم المهنية
- ♦ تحديد المبادئ الأساسية للإبداع البشري وتطبيقها في مظاهر الاتصال المقنع
- ♦ معرفة كيفية تطبيق العمليات الإبداعية في مجال الاتصال، ولا سيما في مجال الإعلان والعلاقات العامة
- ♦ فهم أنظمة تحليل حملات الإعلان والعلاقات العامة
- ♦ التعرف على كيفية وصف هيكل وكالات الإعلان
- ♦ تحديد كل وظيفة من وظائف إدارة شركة الإعلان والعلاقات العامة التي تسلط الضوء على تطبيقاتها الرئيسية

الوحدة 3. التكنولوجيا وإدارة المعلومات والمعرفة

- ♦ القدرة على تحليل الاتصالات الرقمية ومعالجتها وتفسيرها وتفصيلها وهيكلها
- ♦ تدريب الطلاب على تحليل قنوات الاتصال الجديدة واستراتيجيات الوسائط الرقمية واستخدامها على النحو الأمثل من قبل المتخصصين في مجال الإعلان والعلاقات العامة
- ♦ فهم أهمية الإنترنت في البحث عن المعلومات وإدارتها في مجال الإعلان والعلاقات العامة، في تطبيقها على افتراضات محددة



الوحدة 4. أساسيات الاتصال في البيئة الرقمية

- ♦ فهم أهمية الإنترنت في البحث عن المعلومات وإدارتها في مجال الإعلان والعلاقات العامة، في تطبيقها على افتراضات محددة
- ♦ امتلاك القدرة على تحليل الاتصالات الرقمية ومعالجتها وتفسيرها وصياغتها وهيكلتها
- ♦ تدريب الطلاب على تحليل قنوات الاتصال الجديدة واستراتيجيات الوسائط الرقمية واستخدامها على النحو الأمثل من قبل المتخصصين في مجال الإعلان والعلاقات العامة
- ♦ معرفة كيفية تحليل المعلومات الرقمية وتفسيرها وهيكلتها
- ♦ التعرف على كيفية تطوير أسلوب التواصل الافتراضي في مجتمع تعليمي متخصص في مجال الإعلان والعلاقات العامة
- ♦ إتقان استراتيجيات وأدوات البحث على الإنترنت لمعرفة مختلف الأشكال والوسائط ومواقع تخزين البيانات في خدمة الإعلان والعلاقات العامة

الوحدة 5. الاتصال الكتابي

- ♦ معرفة كيفية التعبير عن الذات بطلاقة وفعالية تواصلية شفوياً وكتابياً، ومعرفة كيفية الاستفادة من الموارد اللغوية والأدبية الأكثر ملائمة
- ♦ القدرة على تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين الكود الشفهي والرمز المكتوب
- ♦ القدرة على معرفة وإتقان استراتيجيات التماسك والتماسك والتكيف في إعداد النصوص
- ♦ التعرف على المراحل المختلفة لعملية الكتابة
- ♦ معرفة كيفية التمييز بين الخصائص البنيوية واللغوية الرئيسية للنماذج النصية المختلفة
- ♦ التمكن من إنتاج نصوص على أساس الاصطلاحات البنيوية واللغوية لكل نمط من أنماط النصوص، بالإضافة إلى احترام الخصائص النصية الأساسية والصواب اللغوي

الوحدة 6. الاتصالات التلفزيونية

- ♦ امتلاك القدرة والقدرة على استخدام تقنيات وتقنيات المعلومات والاتصالات، في مختلف الوسائط أو الأنظمة الإعلامية المدمجة والتفاعلية
- ♦ امتلاك القدرة والموهبة على الاستفادة من أنظمة وموارد الحاسب الآلي في مجال الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها التفاعلية
- ♦ التعرف على هيكل وتحول مجتمع اليوم في علاقته مع عناصر وأشكال وعمليات الإعلان والاتصالات والعلاقات العامة
- ♦ الاعتراف بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والقانونية التي تؤثر على الاتصالات الإعلانية وتنمية العلاقات العامة
- ♦ القدرة على ربط الإعلانات والعلاقات العامة بصورة متسقة مع العلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى
- ♦ تشجيع الإبداع والإقناع من خلال وسائط الإعلام المختلفة
- ♦ معرفة الأدوات الهامة والمناسبة لدراسة الإعلانات والعلاقات العامة

الوحدة 7. الاتصالات اللاسلكية

- ♦ تشجيع الإبداع والإقناع من خلال وسائط الإعلام المختلفة
- ♦ التعرف على عناصر وأشكال وعمليات لغات الإعلان وغيرها من أشكال التواصل المقنع
- ♦ معرفة كيفية تطوير التواصل اللفظي والكتابي الصحيح من أجل نقل الأفكار والقرارات بوضوح ودقة في العرض التقديمي
- ♦ القدرة على حل المشاكل التي تنشأ في الممارسة المهنية
- ♦ التدريب على إنشاء وتطوير العناصر السمعية والبصرية والمؤثرات الصوتية أو الموسيقية، من خلال استخدام أدوات تحرير الفيديو والصوت الرقمية بواسطة الكمبيوتر، مع خبرة عملية مع برامج الكمبيوتر
- ♦ معرفة كيفية التمييز بين الأنواع المختلفة من وسائل الإعلام والدعائم الإعلانية، بالإضافة إلى عناصرها الهيكلية والرسمية والمكونة لها

الوحدة 10. أساسيات التصميم الرسومي

- ♦ معرفة كيفية تحليل العناصر التي تؤلف الرسالة الإعلانية: العناصر الرسومية والعناصر السمعية البصرية والعناصر الموسيقية والصوتية
- ♦ فهم طبيعة الصور والتصميم الجرافيكي وإمكاناتها التواصلية
- ♦ معرفة كيفية استخدام تكنولوجيات وتقنيات المعلومات والاتصالات في مختلف وسائط الإعلام أو نظم وسائط الإعلام المشتركة والتفاعلية
- ♦ تشجيع الإبداع والإقناع من خلال وسائط الإعلام المختلفة
- ♦ معرفة عناصر وأشكال وعمليات لغات الإعلانات وغيرها من أشكال التواصل الإقناعي

الوحدة 8. إبداع التواصل

- ♦ التعرف على هيكل وتحول مجتمع اليوم في علاقته مع عناصر وأشكال وعمليات الإعلان والاتصالات والعلاقات العامة
- ♦ تشجيع الإبداع والإقناع من خلال وسائط الإعلام المختلفة
- ♦ معرفة عناصر وأشكال وعمليات اللغات الإعلانية وغيرها من أشكال الاتصالات المقنع
- ♦ معرفة الأدوات المهمة والمناسبة لدراسة الإعلان والعلاقات العامة
- ♦ التعرف على مجالات الدعاية والعلاقات العامة وعملياتها وهيكلها التنظيمية
- ♦ تحديد الملامح المهنية لأخصائيي الإعلان والعلاقات العامة، وكذلك المهارات الرئيسية اللازمة لأداء ممارساتهم المهنية
- ♦ تحديد المبادئ الأساسية للإبداع البشري وتطبيقها في مظاهر الاتصال المقنع

الوحدة 9. هوية الشركة

- ♦ معرفة أساسيات الإعلان والوكلاء الذين يشاركون في عملية تكوينه
- ♦ التعرف على الملفات الشخصية المهنية للمعلن وتحديد لها، بالإضافة إلى الوظائف والمتطلبات الرئيسية التي يجب الوفاء بها لتطويره المهني
- ♦ إدارة التواصل المؤسسي في جميع الظروف، بما في ذلك فترات الأزمات التي تتماشى فيها الرسالة مع مصالح مختلف أصحاب المصلحة stakeholders
- ♦ إدارة الاتصالات لأي حدث يتعلق بالاتصالات المؤسسية
- ♦ إنشاء الصورة المؤسسية لأي كيان من أي من سماته



قم بالتسجيل الآن وتقدم في مجالك من خلال برنامج شامل، والذي سيسمح لك بوضع كل ما تم تعلمه موضع التنفيذ"

الكفاءات

تم تطوير هذه الشهادة وفترة إقامتها العملية بهدف تمكين الخريجين ليس فقط من اكتساب معرفة واسعة وكاملة ومتخصصة في مجال الاتصالات متعددة الوسائط، ولكن أيضاً لإتقان مهاراتهم المهنية. وبهذه الطريقة، ستكون قادراً على تطوير مهاراتك المعلوماتية والعمل على تطويرها من أجل تكييفها مع المتطلبات الحالية للسوق والشركات في هذا القطاع.

ستتمكن من إتقان مهاراتك في التواصل في التلفزيون والإذاعة والصحافة ووسائل الإعلام 2.0 بطريقة شاملة، مما يضعك على قدم المساواة مع أفضل الصحفيين اليوم"





الكفاءات العامة

- ♦ اكتساب المهارات اللازمة للممارسة المهنية للاتصالات متعددة الوسائط مع معرفة جميع العوامل اللازمة لتنفيذها بجودة وملاءمة
- ♦ اكتساب معرفة متعمقة بالمنصات المختلفة التي يتم من خلالها تطوير الصحافة والتواصل

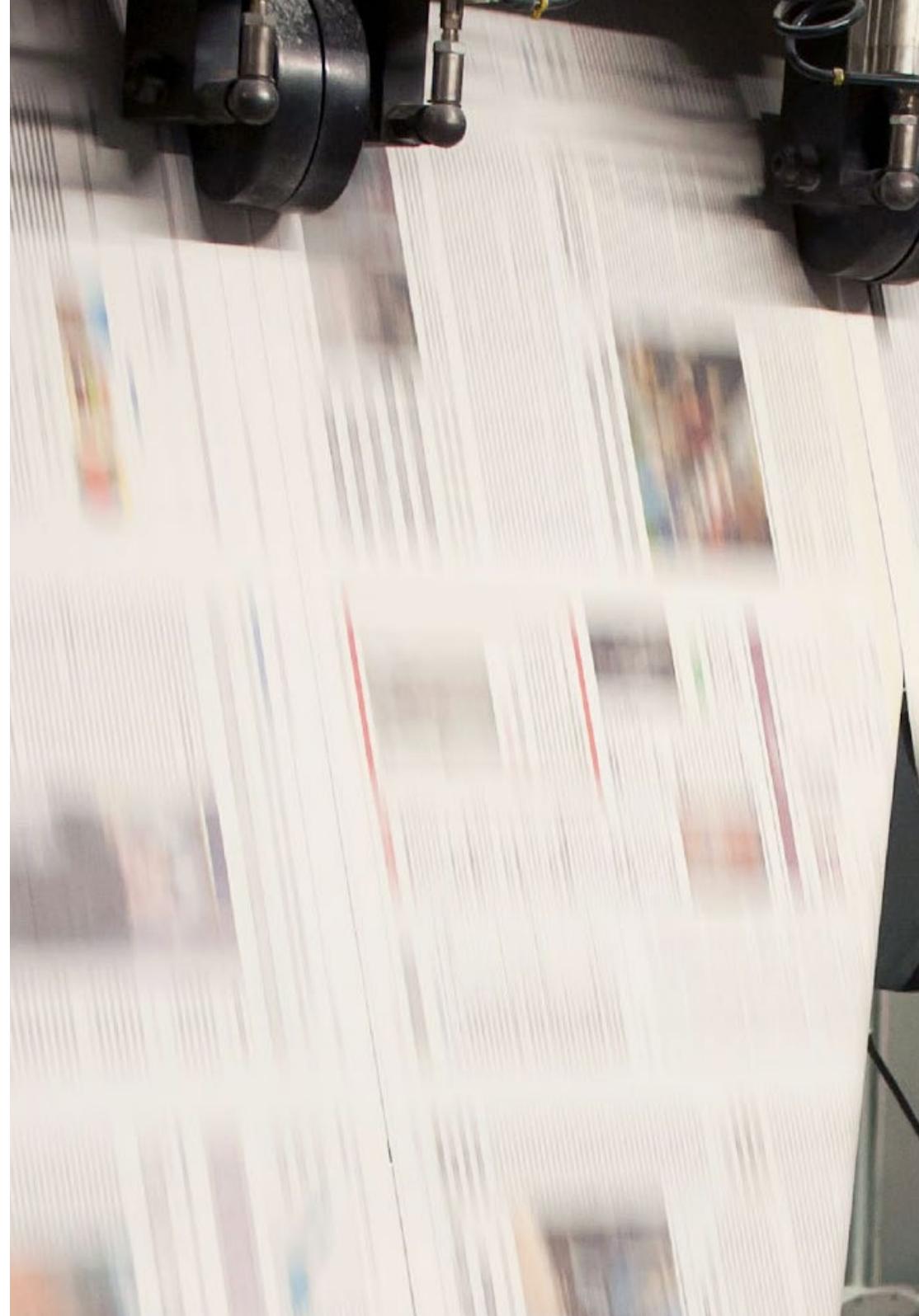


ستجد تحت تصرفك الأدوات التربوية الأكثر ابتكارًا
من أجل تعزيز مهاراتك وكفاءاتك في مجال
التصميم الجرافيكي الموجه نحو التواصل"

الكفاءات المحددة



- ♦ وصف خصائص وأساسيات الاتصال
- ♦ فهم التواصل الاجتماعي البشري كعلم اجتماعي
- ♦ معرفة كيفية استخدام منصات التواصل المختلفة عبر الإنترنت
- ♦ تطوير خطة إنشاء هوية الشركة
- ♦ خلق التواصل في البيئة الرقمية
- ♦ إتقان كيفية التواصل على الأجهزة المحمولة
- ♦ الكتابة بشكل صحيح في منطقة الإعلان
- ♦ استخدام لغات الوسائط المختلفة
- ♦ استخدام التعبير التلفزيوني
- ♦ استخدام التعبير الإذاعي
- ♦ استخدام التفكير الإبداعي المطبق على الإعلان والاتصال
- ♦ تطوير هوية مؤسسية للشركة
- ♦ استخدام أدوات التصميم الجرافيكي



الهيكل والمحتوى

في إعداد الخطة الدراسية لهذا الماجستير نصف الحضوري، اتبعت TECH توجيهات فريق من الخبراء في مجال الاتصال، حيث تم تكييف المعلومات المجمعة مع منهجية إعادة التعلم (Relearning) الفعالة التي يعد هذا المركز رائداً في استخدامها. بالإضافة إلى ذلك، تم أيضاً اختيار مجموعة متنوعة من المواد الإضافية بأشكال مختلفة، بما في ذلك مقاطع فيديو مفصلة وملخصات ديناميكية ومقالات بحثية ومحاكاة دراسة حالة وقراءات تكميلية، والتي سيتمكن الخريج من خلالها من وضع المنهج في سياقه والتعمق في تلك الجوانب التي يعتبرها الأكثر صلة. يتم تقديم كل هذا عبر الإنترنت 100% ويمكن تنزيله على أي جهاز متصل بالإنترنت.

شهادة تتضمن، بالإضافة إلى ذلك، وحدة مخصصة لتصميم الجرافيك واستخدام برنامج Adobe Lightroom، لتتعلم كيفية استخدام هذه الأداة متعددة الاستخدامات"



الوحدة 1. بنية الاتصال

- 1.1 نظرية ومفهوم وطريقة بنية الاتصال
 - 1.1.1 المقدمة
 - 2.1.1 استقلالية الانضباط والعلاقات مع المواضيع الأخرى
 - 3.1.1 الطريقة البنيوية
 - 4.1.1 تعريف والغرض من بنية الاتصال
 - 5.1.1 دليل لتحليل بنية الاتصال
- 2.1 النظام الدولي الجديد للاتصال
 - 1.2.1 المقدمة
 - 2.2.1 سيطرة الدولة: الاحتكارات
 - 3.2.1 تسويق الاتصال
 - 4.2.1 البعد الثقافي للاتصال
- 3.1 وكالات الأنباء الكبرى
 - 1.3.1 المقدمة
 - 2.3.1 ما هي وكالة الأنباء
 - 3.3.1 المعلومات والأخبار
 - 4.3.1 قبل الإنترنت
 - 5.3.1 يمكن رؤية وكالات الأنباء بفضل الإنترنت
 - 6.3.1 أكبر الوكالات العالمية
- 4.1 صناعة الإعلان وعلاقتها بالمنظومة الإعلامية
 - 1.4.1 المقدمة
 - 2.4.1 قطاع الإعلان
 - 3.4.1 ضرورة الإعلان في وسائل الإعلام
 - 4.4.1 هيكل صناعة الإعلان
 - 5.4.1 الإعلام وعلاقته بصناعة الإعلان
- 5.1 السينما والثقافة وسوق الترفيه
 - 1.5.1 المقدمة
 - 2.5.1 الطبيعة المعقدة للسينما
 - 3.5.1 أصل الصناعة
 - 4.5.1 هوليوود، عاصمة السينما العالمية

- 6.1 السلطة السياسية والإعلام
 - 1.6.1 المقدمة
 - 2.6.1 تأثير وسائل الإعلام في تكوين المجتمع
 - 3.6.1 وسائل الإعلام والسلطة السياسية
- 7.1 تركيز وسائل الإعلام
 - 1.7.1 المقدمة
 - 2.7.1 تركيز الوسائط
- 8.1 النظام الإعلامي في أمريكا اللاتينية ورقمنة الصحافة
 - 1.8.1 المقدمة
 - 2.8.1 التقريب التاريخي
 - 3.8.1 ثنائي القطبية لنظام الإعلام الإسباني الأمريكي
 - 4.8.1 وسائل الإعلام الإسبانية في الولايات المتحدة
- 9.1 الرقمنة ومستقبل الصحافة
 - 1.9.1 المقدمة
 - 2.9.1 الرقمنة والبنية الإعلامية الجديدة
 - 3.9.1 بنية الاتصال في الدول الديمقراطية

الوحدة 2. نظرية التواصل الاجتماعي

- 1.2 فن التواصل
 - 1.1.2 المقدمة: دراسة الاتصال كعلم اجتماعي
 - 2.1.2 المعرفة
 - 1.2.1.2 مصادر المعرفة
 - 3.1.2 المناهج العلمية
 - 1.3.1.2 الطريقة الاستنتاجية
 - 2.3.1.2 الطريقة الاستقرائية
 - 3.3.1.2 الطريقة الافتراضية الاستنتاجية
 - 4.1.2 المفاهيم الشائعة في البحث العلمي
 - 1.4.1.2 المتغيرات التابعة والمستقلة
 - 2.4.1.2 سيناريوهات
 - 3.4.1.2 التشغيل
 - 4.4.1.2 قانون أو نظرية التغطية

5.2	صفحة الاتصال	2.2	عناصر الاتصال
1.5.2	مقدمة: صفحة الاتصال	1.2.2	المقدمة
2.5.2	تحليل المعاملات	2.2.2	عناصر الاتصال
1.2.5.2	الانا الطفل	3.2.2	البحث التجريبي
2.2.5.2	الانا الاب	1.3.2.2	البحوث الأساسية مقابل البحوث التطبيقية
3.2.5.2	الانا البالغ	2.3.2.2	نماذج البحث
3.5.2	تصنيف المعاملات	3.3.2.2	القيم في البحث
6.2	الهوية ومفهوم الذات والاتصال	4.3.2.2	وحدة التحليل
1.6.2	المقدمة	5.3.2.2	دراسات مقطعية وطولية
2.6.2	الهوية ومفهوم الذات والاتصال	4.2.2	تعريف التواصل
1.2.6.2	السياسة الدقيقة للمعاملات والمفاهيم الذاتية: التفاعل كمفاوضات بشأن الهوية	3.2	مسارات البحث في التواصل الاجتماعي
2.2.6.2	استراتيجية المشاعر السلبية	1.3.2	مقدمة: الاتصال في العالم القديم
3.2.6.2	استراتيجية المشاعر الإيجابية	2.3.2	منظرو الاتصال
4.2.6.2	استراتيجية إثارة المشاعر لدى الآخرين	1.2.3.2	اليونان
5.2.6.2	استراتيجية الالتزام المتبادل	2.2.3.2	السفسطائيون، منظرو الاتصال الأوائل
6.2.6.2	استراتيجية الشفقة أو التفاهم	3.2.3.2	البلاغة الأرسطية
3.6.2	تقديم الذات في الطقوس اليومية	4.2.3.2	شيشيرون وشراخع البلاغة
1.3.6.2	التفاعلية الرمزية	5.2.3.2	كينتليانو: المؤسسة الخطابية
4.6.2	البنائية	3.3.2	العصر الحديث: نظرية الجدال
5.6.2	مفهوم الذات الدافع للتفاعل	1.3.3.2	الإنسانية المناهضة للبلاغة
1.5.6.2	نظرية الفعل العقلاني	2.3.3.2	التواصل في الباروك
6.6.2	البراغماتية الحوارية	3.3.3.2	من التنوير إلى المجتمع الجماهيري
7.2	الاتصال في مجموعات ومنظمات	4.3.2	القرن العشرين: بلاغة وسائل الإعلام
1.7.2	المقدمة: عملية الاتصال	1.4.3.2	الاتصال الإعلامي
2.7.2	السلوك التواصلية	4.2	السلوك التواصلية
1.2.7.2	أخلاقيات الحيوان ودراسة الاتصال البشري	1.4.2	المقدمة: عملية الاتصال
2.2.7.2	الخلفية البيولوجية للبلاغ	2.4.2	السلوك التواصلية
3.2.7.2	الاتصال بين الأشخاص	1.2.4.2	أخلاقيات الحيوان ودراسة الاتصال البشري
4.2.7.2	أنماط السلوك التواصلية	2.2.4.2	الخلفية البيولوجية للبلاغ
3.7.2	دراسة السلوك التواصلية غير اللفظي	3.2.4.2	الاتصال بين الأشخاص
1.3.7.2	حركة الجسم كنمط من العمل التواصلية	4.2.4.2	أنماط السلوك التواصلية
2.3.7.2	المحتوى الكامن للتواصل غير اللفظي: الخداع في حركات الجسم	3.4.2	دراسة السلوك التواصلية غير اللفظي
		1.3.4.2	حركة الجسم كنمط من العمل التواصلية
		2.3.4.2	المحتوى الكامن للتواصل غير اللفظي: الخداع في حركات الجسم

الوحدة 3. التكنولوجيا وإدارة المعلومات والمعرفة

- 1.3. الاتجاهات الجديدة في التواصل
 - 1.1.3. مقدمة عن معلوماتية
 - 2.1.3. ما هو الكمبيوتر؟
 - 1.2.1.3. عناصر الكمبيوتر
 - 3.1.3. الملفات
 - 1.3.1.3. ضغط الملفات
 - 4.1.3. تمثيل المعلومات وقياسها
 - 5.1.3. الدراسة عن بعد
 - 6.1.3. القواعد الأساسية للاتصال عبر الإنترنت
 - 7.1.3. كيف يتم تنزيل المعلومات من الإنترنت؟
 - 1.7.1.3. حفظ صورة
 - 8.1.3. المنتدى كمكان للتفاعل
- 2.3. تصميم الفصول الدراسية الافتراضية واستخداماتها للتعلم عن بُعد
 - 1.2.3. المقدمة
 - 2.2.3. التعليم عن بُعد
 - 1.2.2.3. الخصائص
 - 2.2.2.3. مزايا التعلم عن بُعد
 - 3.2.2.3. أجيال من التعلم عن بُعد
 - 3.2.3. الفصول الدراسية الافتراضية في التعليم عن بُعد
 - 1.3.2.3. تصميم فصول دراسية افتراضية للتعلم عن بُعد
 - 4.2.3. عوالم افتراضية والتعليم عن بعد
 - 1.4.2.3. حياة ثانية
- 3.3. تقنيات التخطيط والتنظيم
 - 1.3.3. المقدمة
 - 2.3.3. خرائط المعرفة
 - 1.2.3.3. الوظائف
 - 2.2.3.3. تصنيف خرائط المعرفة
 - 3.2.3.3. مفهوم الخريطة المعرفية وتعريفها
 - 4.2.3.3. تخطيط أو تطبيق المعرفة

- 8.2. الاتصالات الإعلامية 1
 - 1.8.2. المقدمة
 - 2.8.2. الاتصال الإعلامي
 - 3.8.2. خصائص وسائط الإعلام ورسائلها
 - 1.3.8.2. وسائل الإعلام الجماهيري
 - 2.3.8.2. وظائف وسائط الإعلام
 - 4.8.2. الآثار القوية لوسائط الإعلام
 - 1.4.8.2. تجربنا وسائل الإعلام بما يجب أن نفكر فيه وما لا ينبغي لنا أن نفكر فيه
- 9.2. الاتصالات الإعلامية 2
 - 1.9.2. المقدمة
 - 2.9.2. نظرية نموذج الحقنة تحت الجلد
 - 3.9.2. التأثيرات المحدودة لوسائل الإعلام
 - 4.9.2. استخدامات ومكافآت الاتصال الجماهيري
 - 1.4.9.2. نظرية الاستخدامات والمكافآت
 - 2.4.9.2. الأصول والمبادئ
 - 3.4.9.2. أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع
 - 4.4.9.2. نظرية التوقع
- 10.2. الاتصالات الإعلامية 3
 - 1.10.2. المقدمة
 - 2.10.2. الاتصالات الحاسوبية والواقع الافتراضي
 - 1.2.10.2. الاتصالات الحاسوبية: مشكلة تكاملها النظري
 - 2.2.10.2. تعريفات الاتصالات الحاسوبية
 - 3.10.2. تطور نظرية الاستخدامات والمكافآت
 - 1.3.10.2. تعزيز نظرية التبعية لوسائل الإعلام
 - 4.10.2. الواقع الافتراضي كموضوع ناشئ للدراسة
 - 1.4.10.2. الانغماس النفسي للمستخدم
 - 5.10.2. التواجد عن بعد

- 3.3.3 تخطيط المعرفة
- 4.3.3 أنواع الخرائط المعرفية
- 5.3.3 خرائط المعرفة التي تحمل اسمًا خاصًا بها
 - 1.5.3.3 خرائط المفاهيم
 - 2.5.3.3 خرائط العقل
 - 3.5.3.3 الصفحات الصفراء
- 4.3.3 بيانات العمل التعاونية: الأدوات والتطبيقات في السحابة
 - 1.4.3.3 المقدمة
 - 2.4.3 Benchmarking (القياس)
 - 1.2.4.3 المفاهيم
 - 3.4.3 Benchmark و benchmarking
 - 4.4.3 أنواع ومراحل benchmarking. مناهج وأساليب benchmarking
 - 5.4.3 تكاليف وفوائد benchmarking
 - 6.4.3 القضية Xerox
 - 7.4.3 التقارير المؤسسية
- 5.3.3 التواصل عبر الإنترنت والتواصل عبر الإنترنت للتعلم
 - 1.5.3.3 المقدمة
 - 2.5.3.3 الاتصال عبر الإنترنت
 - 1.2.5.3 ما هو الاتصال وكيف يتم؟
 - 2.2.5.3 ما هو الاتصال عبر الإنترنت؟
 - 3.2.5.3 الاتصال عبر الإنترنت من أجل التعلم
 - 4.2.5.3 الاتصال عبر الإنترنت للتعلم عن بعد والمتعلم عن بعد
 - 3.5.3.3 أدوات اتصال مجانية عبر الإنترنت
 - 1.3.5.3 البريد الإلكتروني
 - 2.3.5.3 أدوات المراسلة الفورية
 - 3.3.5.3 Google Talk
 - 4.3.5.3 Pidgin
 - 5.3.5.3 Facebook Messenger
 - 6.3.5.3 WhatsApp
- 6.3.3 إدارة المعرفة
 - 1.6.3.3 مقدمة في إدارة المعرفة
 - 2.6.3.3 مصفوفات الوثائق المزورة والوثائق الأصلية FADO
 - 3.6.3.3 ما هو التواصل وكيف يتم؟
 - 4.6.3.3 التعريف
 - 1.4.6.3.3 خطوات بناء مخطط السبب والنتيجة
- 7.3.3 أدوات معالجة البيانات. جداول البيانات
 - 1.7.3.3 مقدمة في جداول البيانات
 - 2.7.3.3 أصول
 - 3.7.3.3 خلايا
 - 4.7.3.3 العمليات الحسابية الأساسية في جداول البيانات
 - 1.4.7.3.3 العمليات الأساسية الأربع
 - 5.7.3.3 العمليات مع الثوابت
 - 6.7.3.3 العمليات مع المتغيرات. المزايا
 - 7.7.3.3 النسبية
- 8.3.3 أدوات العرض الرقمي
 - 1.8.3.3 المقدمة
 - 2.8.3.3 كيف تعد العروض التقديمية الأكاديمية الفعالة؟
 - 1.2.8.3.3 تخطيط العرض التقديمي ووضع الخطوط العريضة له
 - 3.8.3.3 الإنتاج
 - 4.8.3.3 SlideShare
 - 1.4.8.3.3 الميزات والوظائف الرئيسية
 - 2.4.8.3.3 كيف تستخدم SlideShare؟
- 9.3.3 مصادر المعلومات عبر الإنترنت
 - 1.9.3.3 مقدمة
 - 2.9.3.3 وسائل الإعلام التقليدية
 - 1.2.9.3.3 الراديو
 - 2.2.9.3.3 مطبوعة
 - 3.2.9.3.3 التلفزيون

- 4.4. أخصائي عام ومحترف و microblogging
 - 1.4.4. Facebook
 - 2.4.4. LinkedIn
 - 3.4.4. جوجل +
 - 4.4.4. Twitter
- 5.4. منصات الفيديو والصور والتنقل
 - 1.5.4. يوتيوب
 - 2.5.4. Instagram
 - 3.5.4. Flickr
 - 4.5.4. Vimeo
 - 5.5.4. Pinterest
- 6.4. استراتيجية المحتوى ورواية القصة
 - 1.6.4. التدوين (Blogging) المؤسسي
 - 2.6.4. استراتيجية تسويق المحتوى
 - 3.6.4. وضع خطة للمحتوى
 - 4.6.4. استراتيجية تنظيم المحتوى
- 7.4. استراتيجيات في وسائل الاتصال الاجتماعي
 - 1.7.4. العلاقات العامة للشركات ووسائل التواصل الاجتماعي
 - 2.7.4. تحديد الاستراتيجية الواجب اتباعها في كل وسيلة
 - 3.7.4. تحليل وتقييم النتائج
- 8.4. إدارة المجتمع
 - 1.8.4. مهام ومهام ومسؤوليات إدارة الجماعة
 - 2.8.4. مدير وسائل التواصل الاجتماعي
 - 3.8.4. استراتيجي وسائل التواصل الاجتماعي
- 9.4. خطة وسائل التواصل الاجتماعي
 - 1.9.4. تصميم خطة وسائل الاتصال الاجتماعي
 - 2.9.4. التقييم والميزانية والتوقعات والمتابعة
 - 3.9.4. بروتوكول الطوارئ في حالة حدوث أزمة
- 10.4. أدوات الرصد على الإنترنت
 - 1.10.4. أدوات الإدارة وتطبيقات سطح المكتب
 - 2.10.4. أدوات الرصد والدراسة

- 3.9.3. Blog
- 4.9.3. يوتيوب
- 5.9.3. الشبكات الاجتماعية
- 1.5.9.3. Facebook
- 2.5.9.3. Twitter
- 3.5.9.3. Instagram
- 4.5.9.3. Snapchat
- 6.9.3. إعلانات محرك البحث
- 7.9.3. النشرات الإخبارية Newsletters
- 10.3. تشيع المعلومات
 - 1.10.3. المقدمة
 - 2.10.3. تشيع المعلومات
 - 1.2.10.3. المعلومات في عالم اليوم
 - 2.2.10.3. مطبعة
 - 3.2.10.3. التلفزيون
 - 4.2.10.3. الراديو
 - 3.10.3. التلاعب في المعلومات

الوحدة 4. أساسيات الاتصال في البيئة الرقمية

- 1.4. الويب 2.0 أو الويب الاجتماعي
 - 1.1.4. التنظيم في عصر المحادثة
 - 2.1.4. الويب 2.0 هو الناس
 - 3.1.4. البيئة الرقمية وأشكال الاتصالات الجديدة
- 2.4. الاتصال والسمعة الرقمية
 - 1.2.4. تقرير السمعة عبر الإنترنت
 - 2.2.4. آداب السلوك والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية
 - 3.2.4. العلامة التجارية والشبكات 2.0
- 3.4. تصميم وتخطيط خطة سمعة عبر الإنترنت
 - 1.3.4. بانوراما لوسائل التواصل الاجتماعي الرئيسية
 - 2.3.4. خطة سمعة العلامة التجارية
 - 3.3.4. المقاييس العامة والعائد على الاستثمار ROI و social CRM
 - 4.3.4. الأزمات عبر الإنترنت وتحسين محركات البحث المتعلقة بالسمعة

الوحدة 5. الاتصال الكتابي

- 1.5. تاريخ الاتصال
 - 1.1.5. المقدمة
 - 2.1.5. الاتصال في العصور القديمة
 - 3.1.5. ثورة الاتصال
 - 4.1.5. الاتصال الحالي
- 2.5. الاتصال الشفهي والكتابي
 - 1.2.5. المقدمة
 - 2.2.5. النص ولغاته
 - 3.2.5. النص وخصائصه: التماسك والتماسك
 - 1.3.2.5. الاتساق
 - 2.3.2.5. التلاحم
 - 3.3.2.5. التكرار
- 3.5. التخطيط أو الكتابة المسبقة
 - 1.3.5. المقدمة
 - 2.3.5. عملية الكتابة
 - 3.3.5. التخطيط
 - 4.3.5. الوثائق
- 4.5. فعل الكتابة
 - 1.4.5. المقدمة
 - 2.4.5. أسلوب
 - 3.4.5. المعجم
 - 4.4.5. الجملة
 - 5.4.5. الفقرة
- 5.5. إعادة الكتابة
 - 1.5.5. المقدمة
 - 2.5.5. المراجعة
 - 3.5.5. كيف تستخدم الكمبيوتر لتحسين النص؟
 - 1.3.5.5. قاموس
 - 2.3.5.5. البحث/التغيير
 - 3.3.5.5. مرادفات



- 10.5. النماذج النصية: الحجاج
 - 1.10.5. المقدمة
 - 2.10.5. التعريف
 - 3.10.5. عناصر وهيكل الحجة
 - 4.10.5. أنواع الحجج
 - 5.10.5. المغالطات
 - 6.10.5. الهيكل
 - 7.10.5. الميزات اللغوية
 - 11.5. الكتابة الأكاديمية
 - 1.11.5. المقدمة
 - 2.11.5. العمل العلمي
 - 3.11.5. التلخيص
 - 4.11.5. المراجعة
 - 5.11.5. المقال
 - 6.11.5. الاقتباسات
 - 7.11.5. الكتابة على شبكة الإنترنت

- 4.3.5.5. الفقرة
- 5.3.5.5. الفروق الدقيقة
- 6.3.5.5. قص ولصق
- 7.3.5.5. التحكم في التغيير ومقارنة التغذية المرتدة والنسخ
- 6.5. المسائل الإملائية والنحوية
 - 1.6.5. المقدمة
 - 2.6.5. مشاكل التركيز الأكثر شيوعًا
 - 3.6.5. الحروف الكبيرة
 - 4.6.5. علامات الترقيم
 - 5.6.5. الاختصارات و الإقتصارات
 - 6.6.5. علامات أخرى
 - 7.6.5. بعض المشاكل
- 7.5. النماذج النصية: الوصف
 - 1.7.5. المقدمة
 - 2.7.5. التعريف
 - 3.7.5. أنواع الوصف
 - 4.7.5. فئات الوصف
 - 5.7.5. التقنيات
 - 6.7.5. العناصر اللغوية
 - 8.5. النماذج النصية: السرد
 - 1.8.5. المقدمة
 - 2.8.5. التعريف
 - 3.8.5. الخصائص
 - 4.8.5. العوامل
 - 5.8.5. الراوي
 - 6.8.5. العناصر اللغوية
 - 9.5. النماذج النصية: العرض والنوع الرسائلي
 - 1.9.5. المقدمة
 - 2.9.5. العرض
 - 3.9.5. النوع الرسائلي
 - 4.9.5. العوامل

الوحدة 6. الإعلام التلفزيوني

- 1.6. الرسالة على شاشة التلفزيون
 - 1.1.6. المقدمة
 - 2.1.6. الرسالة على شاشة التلفزيون
 - 3.1.6. التلفزيون كوسيلة تجمع بين الصورة الديناميكية والصوت
- 2.6. تاريخ وتطور الوسيلة التلفزيونية
 - 1.2.6. المقدمة
 - 2.2.6. أصل الوسيلة التلفزيونية
 - 3.2.6. التاريخ والتطور في عالم الإعلام التلفزيوني
- 3.6. الأنواع والأشكال في التلفزيون
 - 1.3.6. المقدمة
 - 2.3.6. الأنواع التلفزيونية
 - 3.3.6. التنسيقات التلفزيونية

الوحدة 7. الإعلام الإذاعي

- 1.7. تاريخ البث
 - 1.1.7. المقدمة
 - 2.1.7. أصول
 - 3.1.7. Orson Welles و«حرب العوالم»
 - 4.1.7. الراديو في العالم
 - 5.1.7. الراديو الجديد
- 2.7. لغة الراديو
 - 1.2.7. المقدمة
 - 2.2.7. خصائص الاتصال اللاسلكي
 - 3.2.7. العناصر التي تشكل لغة الراديو
 - 4.2.7. خصائص بناء النصوص الإذاعية
 - 5.2.7. خصائص كتابة النصوص الإذاعية
 - 6.2.7. مسرد المصطلحات المستخدمة في اللغة الإذاعية
- 3.7. السيناريو الإذاعي، الإبداع والتعبير
 - 1.3.7. المقدمة
 - 2.3.7. سيناريو الراديو
 - 3.3.7. المبادئ الأساسية في كتابة السيناريو
 - 4.7. الإنتاج والتنفيذ والتعليق الصوتي في البث الإذاعي
 - 1.4.7. المقدمة
 - 2.4.7. الإنتاج والتنفيذ
 - 3.4.7. صوت الراديو
 - 4.4.7. مميزات البث الإذاعي
 - 5.4.7. تمارين عملية للتنفس والكلام
 - 5.7. الارتجال في البث الإذاعي
 - 1.5.7. المقدمة
 - 2.5.7. مميزات الوسيلة الإذاعية
 - 3.5.7. ما هو الارتجال؟
 - 4.5.7. كيف يتم الارتجال؟
 - 5.5.7. المعلومات الرياضية على الراديو، الميزات واللغة
 - 6.5.7. التوصيات المعجمية

- 4.6. السيناريو على التلفزيون
 - 1.4.6. المقدمة
 - 2.4.6. أنواع النصوص
 - 3.4.6. دور السيناريو على التلفزيون
- 5.6. البرامج التلفزيونية
 - 1.5.6. المقدمة
 - 2.5.6. التاريخ
 - 3.5.6. برمجة الكتلة
 - 4.5.6. البرمجة المتقاطعة
 - 5.5.6. البرمجة المضادة
 - 6.6. اللغة والسرد على التلفزيون
 - 1.6.6. المقدمة
 - 2.6.6. اللغة في التلفزيون
 - 3.6.6. السرد على التلفزيون
- 7.6. تقنيات الكلام والتعبير
 - 1.7.6. المقدمة
 - 2.7.6. تقنيات التعليق الصوتي
 - 3.7.6. تقنيات التعبير
- 8.6. الإبداع في التلفاز
 - 1.8.6. المقدمة
 - 2.8.6. الإبداع في التلفاز
 - 3.8.6. مستقبل التلفاز
- 9.6. الإنتاج
 - 1.9.6. المقدمة
 - 2.9.6. الإنتاج التلفزيوني
 - 3.9.6. مرحلة ما قبل الإنتاج
 - 4.9.6. الإنتاج والتسجيل
 - 5.9.6. مرحلة ما بعد الإنتاج
 - 10.6. التكنولوجيا والتقنيات الرقمية في التلفزيون
 - 1.10.6. المقدمة
 - 2.10.6. دور التكنولوجيا في التلفزيون
 - 3.10.6. التقنيات الرقمية في التلفزيون

الوحدة 8. إبداع الإعلامي

- 1.8. الخلق هو التفكير
- 1.1.8. فن التفكير
- 2.1.8. التفكير الإبداعي والإبداع
- 3.1.8. الفكر والدماع
- 4.1.8. خطوط البحث في الإبداع: المنهجية
- 2.8. طبيعة العملية الإبداعية
- 1.2.8. طبيعة الإبداع
- 2.2.8. مفهوم الإبداع: الإبداع والإبداع
- 3.2.8. خلق أفكار للاتصال المقنع
- 4.2.8. طبيعة العملية الإبداعية في الإعلان
- 3.8. الاختراع
- 1.3.8. تطور عملية الإنشاء وتحليلها التاريخي
- 2.3.8. طبيعة القانون الكلاسيكي للابتكار
- 3.3.8. الرؤية الكلاسيكية للإلهام في أصل الأفكار
- 4.3.8. الاختراع والإلهام والإقناع
- 4.8. البلاغة والتواصل المقنع
- 1.4.8. البلاغة والدعاية
- 2.4.8. الأجزاء الخطابية للتواصل المقنع
- 3.4.8. الشخصيات البلاغية.
- 5.8. السلوك والشخصية الإبداعية
- 1.5.8. الإبداع كخاصية شخصية ومنتج وعملية
- 2.5.8. السلوك الإبداعي والتحفيز
- 3.5.8. الإدراك والتفكير الإبداعي
- 4.5.8. عناصر الإبداع
- 6.8. المهارات والقدرات الإبداعية
- 1.6.8. انظمة الفكر ونماذج الذكاء الإبداعي
- 2.6.8. نموذج Guilford ثلاثي الأبعاد لبنية العقل
- 3.6.8. التفاعل بين عوامل وقدرات العقل
- 4.6.8. مهارات إبداعية
- 5.6.8. القدرات الإبداعية

- 6.7. أنواع الراديو
- 1.6.7. المقدمة
- 2.6.7. أنواع الراديو
- 1.2.6.7. الاخبار
- 2.2.6.7. الوقائع
- 3.2.6.7. التقرير
- 4.2.6.7. المقابلة
- 3.7.7. المائدة المستديرة والمناقشة
- 7.7. البحث في جمهور الراديو
- 1.7.7. المقدمة
- 2.7.7. البحث الإذاعي والاستثمار الإعلاني
- 3.7.7. طرق البحث الرئيسية
- 4.7.7. دراسة عامة لوسائل الإعلام
- 5.7.7. ملخص الدراسة العامة لوسائل الإعلام
- 6.7.7. الراديو التقليدي مقابل الراديو عبر الإنترنت
- 8.7. الصوت الرقمي
- 1.8.7. المقدمة
- 2.8.7. المفاهيم الأساسية حول الصوت الرقمي
- 3.8.7. تاريخ التسجيل الصوتي
- 4.8.7. تنسيقات الصوت الرقمية الرئيسية
- 5.8.7. تحرير الصوت الرقمي. الجرأة (Audacity)
- 9.7. مشغل الراديو الجديد
- 1.9.7. المقدمة
- 2.9.7. مشغل الراديو الجديد
- 3.9.7. التنظيم الرسمي للمحطات
- 4.9.7. مهمة المحرر
- 5.9.7. جمع المحتوى
- 6.9.7. السرعة أم الجودة؟

- 7.8. مراحل العملية الإبداعية
- 1.7.8. الإبداع كعملية
- 2.7.8. مراحل العملية الإبداعية
- 3.7.8. مراحل العملية الإبداعية في الإعلان
- 8.8. حل المشاكل
- 1.8.8. الإبداع وحل المشاكل
- 2.8.8. الكتل الإدراكية والكتل العاطفية
- 3.8.8. منهجية الاختراع: البرامج والأساليب الإبداعية
- 9.8. أساليب الفكر الإبداعي
- 1.9.8. Brainstorming (العصف الذهني) كنموذج لخلق الأفكار
- 2.9.8. التفكير العمودي والتفكير الجانبي
- 3.9.8. منهجية الاختراع: البرامج والأساليب الإبداعية
- 10.8. الإبداع والاتصال الإعلاني
- 1.10.8. عملية الإنشاء كمنتج محدد للدعاية الإعلانية
- 2.10.8. طبيعة العملية الإبداعية في الإعلان: الإبداع وعملية إنشاء الإعلانات
- 3.10.8. المبادئ المنهجية وآثار إنشاء الإعلانات
- 4.10.8. إنشاء الإعلانات: من مشكلة إلى حل
- 5.10.8. الإبداع والتواصل المقنع
- 3.9. استراتيجيات مراجعة الحسابات والصورة
- 1.3.9. ما هو تدقيق الصورة
- 2.3.9. القواعد الإرشادية
- 3.3.9. منهجية مراجعة الحسابات
- 4.3.9. التخطيط الاستراتيجي
- 4.9. ثقافة المؤسسة
- 1.4.9. ما هي ثقافة الشركة؟
- 2.4.9. العوامل التي تنطوي عليها ثقافة الشركات
- 3.4.9. وظائف ثقافة الشركات
- 4.4.9. أنواع ثقافة الشركات
- 5.9. المسؤولية الاجتماعية للشركات وسمعة الشركة
- 1.5.9. مسؤولية الاجتماعية للشركات مفهوم الشركة وتطبيقها
- 2.5.9. مبادئ توجيهية لإدماج المسؤولية الاجتماعية للشركات في المشاريع
- 3.5.9. بلاغ المسؤولية الاجتماعية للشركات
- 4.5.9. السمعة المؤسسية
- 6.9. الهوية البصرية للشركة وتسمية (Naming)
- 1.6.9. استراتيجيات الهوية البصرية للشركات
- 2.6.9. العناصر الأساسية
- 3.6.9. المبادئ الأساسية
- 4.6.9. إعداد الدليل
- 5.6.9. التسمية (Naming)
- 7.9. صورة العلامات التجارية وتحديد موقعها
- 1.7.9. أصول العلامات التجارية
- 2.7.9. ما هي العلامة التجارية؟
- 3.7.9. الحاجة إلى بناء علامة تجارية
- 4.7.9. صورة العلامات التجارية وتحديد موقعها
- 5.7.9. قيمة العلامة التجارية
- 8.9. إدارة الصور من خلال الاتصالات المتعلقة بالأزمات
- 1.8.9. خطة الاتصالات الاستراتيجية
- 2.8.9. عندما يحدث كل شيء بشكل خاطئ: التواصل في الأزمات
- 3.8.9. الحالات
- 9.1. أهمية الصورة في الشركات
- 1.1.9. ما هي صورة الشركة؟
- 2.1.9. الاختلافات بين الهوية وصورة الشركة
- 3.1.9. أين يمكن إظهار صورة الشركة؟
- 4.1.9. حالات تغير صورة الشركة، لماذا تحصل على صورة جيدة للشركة؟
- 2.9. تقنيات البحث في صورة الشركة
- 1.2.9. المقدمة
- 2.2.9. دراسة صورة الشركة
- 3.2.9. تقنيات البحث عن الصور المؤسسية
- 4.2.9. التقنيات التوعوية لدراسة الصورة
- 5.2.9. أنواع التقنيات الكمية

الوحدة 9. هوية الشركة

- 9.9 تأثير العروض الترويجية على صورة الشركة
- 1.9.9 المشهد الجديد لقطاع الإعلان
- 2.9.9 التسويق الترويجي
- 3.9.9 الخصائص
- 4.9.9 المخاطر
- 5.9.9 أنواع وتقنيات الترويج
- 10.9 توزيع وصورة نقطة البيع
- 1.10.9 الأنصار الرئيسيون للتوزيع التجاري
- 2.10.9 صورة شركات التوزيع التجارية من خلال تحديد المواقع
- 3.10.9 من خلال اسمها وشعارها

الوحدة 10. أساسيات التصميم الرسومي

- 1.10 مقدمة في التصميم
- 1.1.10 مفهوم التصميم: الفن والتصميم
- 2.1.10 مجالات تطبيق التصميم
- 3.1.10 التصميم والإيكولوجيا: التصميم الإيكولوجي
- 4.1.10 تصميم ناشط
- 2.10 التصميم والتكوين
- 1.2.10 عملية التصميم
- 2.2.10 فكرة التقدم
- 3.2.10 الانقسام بين الحاجة والرغبة
- 3.10 مقدمة إلى Adobe Lightroom 1
- 1.3.10 جولة في الواجهة: الكتلوج والتفضيلات
- 2.3.10 هيكل وتصور البرنامج
- 3.3.10 هيكل المكتبة
- 4.3.10 استيراد الملفات
- 4.10 مقدمة إلى Adobe Lightroom 2
- 1.4.10 التطور السريع والكلمات الرئيسية والبيانات الوصفية
- 2.4.10 مجموعات بسيطة
- 3.4.10 المجموعات الذكية
- 4.4.10 الممارسة

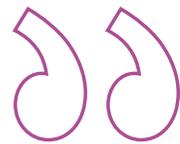
- 5.10 مكتبة في Adobe Lightroom
 - 1.5.10 طرائق التصنيف والهيكلية
 - 2.5.10 أكوام، نسخ افتراضية، ملفات لم يتم العثور عليها
 - 3.5.10 علامة مائية وشعارات
 - 4.5.10 التصدير
- 6.10 تم تطويره في برنامج Adobe Lightroom 1
 - 1.6.10 وحدة مكشوفة
 - 2.6.10 تصحيح العدسة وقصها
 - 3.6.10 الرسم البياني
 - 4.6.10 المعايرة والملف الشخصي
 - 7.10 الإعدادات المسبقة presets
 - 1.7.10 ما هم؟
 - 2.7.10 كيف يتم استخدامها؟
 - 3.7.10 ما نوع التعديلات المسبقة التي يتم حفظها في الإعدادات المسبقة (presets) في Lightroom؟
 - 4.7.10 موارد البحث
- 8.10 درجة اللون في Adobe Lightroom
 - 1.8.10 منحنى درجة اللون
 - 2.8.10 HSL
 - 3.8.10 تقسيم درجات اللون
 - 4.8.10 الممارسة
- 9.10 مطور في برنامج Adobe Lightroom 2
 - 1.9.10 الأقنعة
 - 2.9.10 مطور بفرشاة
 - 3.9.10 التركيز البؤري والحد من الضوضاء
 - 4.9.10 التظليل
 - 5.9.10 إزالة احمرار العينين والبقع
- 10.10 كشف في Adobe Lightroom 3
 - 1.10.10 تحويل صورة
 - 2.10.10 إنشاء صور بانورامية
 - 3.10.10 HDR، ما هو؟ كيف نصنعه؟
 - 4.10.10 تزامن الإعدادات



التدريبات السريرية

لا شك أن نقطة القوة في درجة الماجستير المدمجة هذه هي إمكانية الحصول على تدريب عملي في شركة مرموقة في قطاع الاتصالات. سيكون الخريج جزءًا من فريق من المتخصصين الذين يتمتعون بخبرة عملية واسعة وشاملة لمدة 3 أسابيع، وهي فترة يمكن استغلالها لإتقان مهارات العمل وتطبيق الاستراتيجيات والتقنيات المستخدمة في بيئة اليوم.

أفضل طريقة لتعلم كيفية استخدام تقنيات
الاتصال هي من خلال استخدامها. تمنحك TECH
إمكانية العمل معهم مع فريق من الخبراء"



تم تصميم هذا البرنامج بشكل أساسي من قبل TECH بهدف تمكين محترفي التواصل من تطوير مهاراتهم وكفاءاتهم المهنية في قطاع الوسائط المتعددة من خلال العمل النشط في شركة مرموقة. ستتم الإقامة على مدار 3 أسابيع، من الإثنين إلى الجمعة، على مدار 8 ساعات متتالية في اليوم الواحد، حيث سيرافقك في جميع الأوقات أخصائي مساعد، والذي سيرشدك خلال فترة الإقامة ويضمن اتباع الجدول الزمني المحدد مسبقاً.

في هذا الاقتراح للتدريب، تركز الأنشطة على تطوير وتحسين الكفاءات اللازمة لتقديم التواصل متعدد الوسائط، وهي موجهة نحو التدريب المحدد لممارسة النشاط في أي شركة من شركات قطاع المعلومات، سواء كانت على الإنترنت أو خارجها، والتي تتطلب إعدادًا مهنيًا ممتازًا.

بالتالي فإن هذه فرصة رائعة لزيادة معرفتك وإتقان مهاراتك في العمل من خلال المشاركة الفعالة في فرق التواصل التي تعمل حالياً على مشاريع كبيرة. علاوةً على ذلك، ستتمكن من الاستفادة من أحدث الأدوات والبرامج الحديثة والمتطورة في المنطقة، وستتمكن من اكتساب معرفة بها تسمح لك بالعمل بشكل فردي بعد انتهاء إقامتك.

سيتم تنفيذ التدريب العملي بمشاركة نشطة من الطالب من خلال أداء الأنشطة والإجراءات في كل مجال من مجالات الكفاءة (التعلم الذاتي والتعلم العملي)، مع مرافقة وتوجيه من المعلمين وزملاء التدريب الآخرين، مما يسهل العمل الجماعي والتكامل المتعدد التخصصات ككفاءات عبرية لضمان جودة الممارسة (التعلم الذاتي وتعلم كيفية التواصل).

ستكون الإجراءات الموضحة أدناه هي أساس الجزء العملي من التدريب، وسيكون تنفيذها خاضعاً لتوافر المركز وعبء العمل الخاص به، والأنشطة المقترحة هي كما يلي:



الوحدة	نشاط عملي
التواصل في البيئة الرقمية	تخطيط تحسين محركات البحث والكتابة التي تركز على الويب 2.0
	تطوير استراتيجية محتوى قائمة على سرد القصص، أو التدوين المؤسسي، أو استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى
	إدارة شبكات التواصل الاجتماعي بناءً على معايير سمعة الشركة على الإنترنت
	استخلاص المعلومات المفيدة من الوسائط مثل YouTube أو الشبكات الاجتماعية، لتطوير محتوى جديد
الإعلام المكتوب والتلفزيوني والإذاعي	تخطيط التوثيق والخطوات قبل الكتابة الفعلية للمحتوى
	تحسين النصوص المكتوبة من خلال استخدام أدوات محددة لهذا الغرض
	كتابة سيناريوهات بلغة تلفزيونية وسرد تلفزيوني
	إدارة تقنيات التعليق الصوتي والتعبير لقطع الوسائط المتعددة
	إنتاج قطع باستخدام تقنيات إذاعية تلفزيونية محددة
	استخدام النصوص واللغة الإذاعية في المقاطع الصوتية
	استخدام تقنيات الارتجال الإذاعي لإنشاء مقطوعات متعددة الوسائط
هوية الشركة	تعزيز صورة الشركة وهويتها من خلال الوسائط المتعددة التي تم إنشاؤها
	اتباع إرشادات الشركة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية والسمعة لإنتاج رجل أعمال متعددة الوسائط تتماشى مع فلسفة الشركة
	إدارة خطة استراتيجية للتواصل لمواجهة الحالات غير المتوقعة التي قد تحدث في العمل اليومي
	إنشاء قطع إعلانية متعددة الوسائط باستخدام المبادئ المنهجية للعملية الإبداعية
أساسيات التصميم الرسومي	تصميم الإبداعات المصاحبة لقطع الوسائط المتعددة التي سيتم إنتاجها
	استخدم البرامج أو الأدوات الرئيسية لتنقيح الرسومات وتحرير الصور
	المساعدة في تخطيط الحملات الإبداعية
	تقديم الدعم في تكوين الإبداعات التي تتكيف مع مختلف التنسيقات الرقمية



تأمين المسؤوليات المدنية

يتمثل الشاغل الرئيسي لهذه المؤسسة في ضمان سلامة كل من المتدربين والوكلاء المتعاونين الآخرين الضروريين في عمليات التدريب العملي في الشركة. من بين التدابير المخصصة لتحقيق ذلك، الاستجابة لأي حادث قد يحدث أثناء عملية التدريب والتعلم بأكملها.

للقيام بذلك، يتعهد هذا الكيان التعليمي بالتعاقد على تأمين المسؤولية المدنية الذي يغطي أي احتمال قد ينشأ أثناء تنفيذ الإقامة في مركز التدريب.

ستحظى سياسة المسؤولية المدنية للمتدربين بتغطية واسعة وسيتم الاشتراك فيها قبل بدء فترة التدريب العملي. بهذه الطريقة، لن يضطر المهني إلى القلق في حالة الاضطرار إلى مواجهة موقف غير متوقع وسيتم تغطيته حتى نهاية البرنامج العملي في المركز.

الشروط العامة للتدريب العملي

الشروط العامة لاتفاقية التدريب الداخلي للبرنامج ستكون على النحو التالي:

4. المؤهل العلمي: المؤهل العلمي: سيحصل الطالب الذي يجتاز الماجستير النصف حضوري على مؤهل يثبت الإقامة في المركز المعني.

5. علاقة العمل والإلتزام لمكان العمل: لن يشكل الماجستير نصف حضوري علاقة عمل من أي نوع.

6. الدراسات السابقة: قد تطلب بعض المراكز شهادة الدراسات السابقة لإجراء الماجستير النصف حضوري. في هذه الحالات سيكون من الضروري تقديمها إلى قسم التدريب في TECH حتى يمكن تأكيد تعيين المركز المختار للطالب.

7. لن يتضمن: الماجستير نصف حضوري أي عنصر غير مذكور في هذه الشروط. لذلك، لا يشمل ذلك الإقامة أو الانتقال إلى المدينة التي يتم فيها التدريب أو التأشيرات أو أي خدمة أخرى غير موصوفة.

مع ذلك، يجوز للطالب استشارة مرشده الأكاديمي في حالة وجود أي استفسار أو توصية بهذا الصدد. سيوفر له ذلك جميع المعلومات اللازمة لتسهيل الإجراءات.

1. الإرشاد الأكاديمي: أثناء الماجستير النصف حضوري، سيتم تعيين مدرسين للطالب يرافقونه طوال العملية الدراسية، وذلك للرد على أي استفسارات وحل أي قضايا قد تظهر للطالب. من ناحية، سيكون هناك مدرس محترف ينتمي إلى مركز التدريب الذي يهدف إلى توجيه ودعم الطالب في جميع الأوقات. ومن ناحية أخرى، سيتم أيضًا تعيين مدرس أكاديمي تتمثل مهمته في التنسيق ومساعدة الطالب طوال العملية الدراسية وحل الشكوك وتسهيل كل ما قد يحتاج إليه. بهذه الطريقة، سيرافق الطالب المدرس المحترف في جميع الأوقات وسيكون هو قادرًا على استشارة أي شكوك قد تظه، سواء ذات طبيعة عملية أو أكاديمية.

2. مدة الدراسة: سيستمر برنامج التدريب هذا لمدة ثلاثة أسابيع متواصلة من التدريب العملي، موزعة على دوام 8 ساعات وخمسة أيام في الأسبوع. ستكون أيام الحضور والجدول المواعيد مسؤولية المركز، وإبلاغ المهني على النحو الواجب بشكل سابق للتدريب، في وقت مبكر بما فيه الكفاية ليخدم بذلك أغراض التنظيم للتدريب.

3. عدم الحضور: في حال عدم الحضور في يوم بدء الماجستير النصف حضوري يفقد الطالب حقه في ذلك دون إمكانية الاسترداد أو تغيير المواعيد البرنامج. إن التغيب لأكثر من يومين عن الممارسات دون سبب طبي/أو مبرر، يعني استغناءه عن التدريب وبالتالي إنهاؤها تلقائيًا. يجب إبلاغ المرشد الأكاديمي على النحو الواجب وعلى وجه السرعة عن أي مشكلة تظهر أثناء فترة الإقامة.

أين يمكنني القيام بالتدريبات السريرية؟

في التزامها بالنمو الأكاديمي والمهني للخريجين، تختار TECH لأماكن التدريب العملي أفضل الشركات، مع التركيز على جودة عملها ومسيرتها المهنية. لذلك، سيكون للخريج الذي يختار دراسة هذا الماجستير نصف الحضور الفرصة لإجراء التدريب في مؤسسة كبيرة في قطاع الاتصال، حيث يمكنه ليس فقط المشاركة بشكل نشط، بل أيضًا إضافتها إلى سيرته الذاتية كتجربة عمل قابلة للإثبات.



سوف تكون قادراً على إضافة التدريب إلى سيرتك الذاتية
كخبرة عملية متميزة وواضحة في شركة اتصالات كبيرة"





الصحافة والاتصالات

V3rtice Comunicación

الدولة
إسبانيا

المدينة
مدريد

العنوان: C. de la Alameda, 22, 28014 Madrid

وكالة إعلانات واتصالات عبر الإنترنت وخارجها

التدريبات العملية ذات الصلة:
- اتصالات الوسائط المتعددة



الصحافة والاتصالات

Actitud de Comunicación

الدولة
إسبانيا

المدينة
مدريد

العنوان: Calle del Buen Suceso, 32, 28008 Madrid

وكالة اتصالات تأسست في عام 2004 على يد محترفين يتمتعون بخبرة تزيد عن ثلاثة عقود من الزمن.

التدريبات العملية ذات الصلة:
- الأبحاث في مجال الاتصالات
- المواضيع الجديدة ووسائل الإعلام الجماهير



الصحافة والاتصالات

Innercia

الدولة
إسبانيا

المدينة
مدريد

العنوان: Fuencarral 45, Planta 3, Oficina 10, 28004 Madrid

شركة اتصالات وإنتاج ثقافي متخصصة في الموسيقى

التدريبات العملية ذات الصلة:
- اتصالات الوسائط المتعددة



الصحافة والاتصالات

Bmovie Projects

الدولة
إسبانيا

المدينة
أليكانتي

العنوان: Calle Italia 33, Bajo IZQ, CP 03003, Alicante

خدمات الإعلانات والإنتاج السمعي البصري في مجال الأفلام والفن والثقافة، مع متخصصين متعددي التخصصات.

التدريبات العملية ذات الصلة:
- اتصالات الوسائط المتعددة التواصل الدعائي



سيتمكن الطالب من أخذ الجزء العملي من هذا الماجستير النصف الحضوري في المؤسسات التالية:



الصحافة والاتصالات

Grupo Fórmula

المدينة	الدولة
مكسيكو سيتي	المكسيك

العنوان: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc.
Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

شركة رائدة في مجال اتصالات الوسائط المتعددة
وتوليد المحتوى

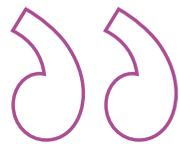
التدريبات العملية ذات الصلة:
التصميم الجرافيكي - إدارة الموظفين



منهجية الدراسة

TECH هي أول جامعة في العالم تجمع بين منهجية دراسات الحالة مع التعلم المتجدد، وهو نظام تعلم 100% عبر الإنترنت قائم على التكرار الموجهتم تصميم هذه الاستراتيجية التربوية المبتكرة لتوفير الفرصة للمهنيين لتحديث معارفهم وتطوير مهاراتهم بطريقة مكثفة ودقيقة. نموذج تعلم يضع الطالب في مركز العملية الأكاديمية ويمنحه كل الأهمية، متكيفاً مع احتياجاته ومتخلياً عن المناهج الأكثر تقليدية

TECH تُعدُّك لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مؤكدة
وتحقيق النجاح في مسيرتك المهنية"



الطالب: الأولوية في جميع برامج TECH

في منهجية الدراسة في TECH، يعتبر الطالب البطل المطلق.

تم اختيار الأدوات التربوية لكل برنامج مع مراعاة متطلبات الوقت والتوافر والدقة الأكاديمية التي، في الوقت الحاضر، لا يطلبها الطلاب فحسب، بل أيضًا أكثر المناصب تنافسية في السوق

مع نموذج TECH التعليمي غير المتزامن، يكون الطالب هو من يختار الوقت الذي يخصصه للدراسة، وكيف يقرر تنظيم روتينه، و كل ذلك من الجهاز الإلكتروني المفضّل لديه. لن يحتاج الطالب إلى حضور دروس مباشرة، والتي غالبًا ما لا يستطيع حضورها. سيقوم بأنشطة التعلم عندما يناسبه ذلك سيستطيع دائمًا تحديد متى وأين يدرس

في TECH لن تكون لديك دروس مباشرة (والتي لا يمكنك حضورها أبدًا لاحقًا)"



المناهج الدراسية الأكثر شمولاً على مستوى العالم

تتميز TECH بتقديم أكثر المسارات الأكاديمية اكتمالاً في المحيط الجامعي. يتم تحقيق هذه الشمولية من خلال إنشاء مناهج لا تغطي فقط المعارف الأساسية، بل تشمل أيضاً أحدث الابتكارات في كل مجال.

من خلال التحديث المستمر، تتيح هذه البرامج للطلاب البقاء على اطلاع دائم على تغييرات السوق واكتساب المهارات الأكثر قيمة لدى أصحاب العمل. وبهذه الطريقة، يحصل الذين ينهون دراساتهم في TECH الجامعة التكنولوجية على إعداد شامل يمنحهم ميزة تنافسية ملحوظة للتقدم في مساراتهم المهنية.

وبالإضافة إلى ذلك، سيتمكنون من القيام بذلك من أي جهاز، سواء كان حاسوباً شخصياً، أو جهازاً لوحياً، أو هاتفاً ذكياً.



نموذج TECH الجامعة التكنولوجية غير متزامن، مما يسمح لك بالدراسة باستخدام حاسوبك الشخصي، أو جهازك اللوحي، أو هاتفك الذكي أينما شئت، ومتى شئت، وللمدة التي تريدها"



Case studies أو دراسات الحالة

كانت طريقة الحالة هي نظام التعلم الأكثر استخداماً من قبل أفضل الكليات في العالم. قد كان منهج الحالة النظام التعليمي الأكثر استخداماً من قبل أفضل كليات الأعمال في العالم. تم تطويره في عام 1912 لكي لا يتعلم طلاب القانون القوانين فقط على أساس المحتوى النظري، بل كان دوره أيضاً تقديم مواقف حقيقية معقدة لهم. وهكذا، يمكنهم اتخاذ قرارات وإصدار أحكام قيمة مبنية على أسس حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة Harvard.

مع هذا النموذج التعليمي، يكون الطالب نفسه هو الذي يبني كفاءته المهنية من خلال استراتيجيات مثل التعلم بالممارسة أو التفكير التصميمي، والتي تستخدمها مؤسسات مرموقة أخرى مثل جامعة ييل أو ستانفورد. سيتم تطبيق هذه الطريقة، الموجهة نحو العمل، طوال المسار الأكاديمي الذي سيخوضه الطالب مع TECH الجامعة التكنولوجية.

سيتم تطبيق هذه الطريقة الموجهة نحو العمل على طول المسار الأكاديمي الكامل الذي سيخوضه الطالب مع TECH. وبهذه الطريقة سيواجه مواقف حقيقية متعددة، وعليه دمج المعارف والبحث والمجادلة والدفاع عن أفكاره وقراراته. كل ذلك مع فرضية الإجابة على التساؤل حول كيفية تصرفه عند مواجهته لأحداث معقدة محددة في عمله اليومي.





طريقة Relearning

في TECH، يتم تعزيز دراسات الحالة بأفضل طريقة تدريس عبر الإنترنت بنسبة 100%: إعادة التعلم.

هذه الطريقة تكسر الأساليب التقليدية للتدريس لوضع الطالب في مركز المعادلة، وتزويده بأفضل المحتويات في صيغ مختلفة. بهذه الطريقة، يتمكن من مراجعة وتكرار المفاهيم الأساسية لكل مادة وتعلم كيفية تطبيقها في بيئة حقيقية.

وفي هذا السياق، وبناء على العديد من الأبحاث العلمية، يعتبر التكرار أفضل وسيلة للتعلم. لهذا السبب، تقدم TECH بين 8 و16 تكرارًا لكل مفهوم أساسي داخل نفس الدرس، مقدمة بطرق مختلفة، بهدف ضمان ترسيخ المعرفة تمامًا خلال عملية الدراسة.

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

حرم جامعي افتراضي 100% عبر الإنترنت مع أفضل الموارد التعليمية.

من أجل تطبيق منهجيته بفعالية، يركز برنامج TECH على تزويد الخريجين بمواد تعليمية بأشكال مختلفة: نصوص، وفيديوهات تفاعلية، ورسوم توضيحية وخرائط معرفية وغيرها. تم تصميمها جميعاً من قبل مدرسين مؤهلين يركزون في عملهم على الجمع بين الحالات الحقيقية وحل المواقف المعقدة من خلال المحاكاة، ودراسة السياقات المطبقة على كل مهنة مهنية والتعلم القائم على التكرار من خلال الصوتيات والعروض التقديمية والرسوم المتحركة والصور وغيرها.

تشير أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب إلى أهمية مراعاة المكان والسياق الذي يتم فيه الوصول إلى المحتوى قبل البدء في عملية تعلم جديدة. إن القدرة على ضبط هذه المتغيرات بطريقة مخصصة تساعد الأشخاص على تذكر المعرفة وتخزينها في الحُصين من أجل الاحتفاظ بها على المدى الطويل. هذا هو نموذج التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي المعرفي العصبي، والذي يتم تطبيقه بوعي في هذه الدرجة الجامعية.

من ناحية أخرى، ومن أجل تفضيل الاتصال بين المرشد والمتدرب قدر الإمكان، يتم توفير مجموعة واسعة من إمكانيات الاتصال، سواء في الوقت الحقيقي أو المؤجل (الرسائل الداخلية، ومنتديات المناقشة، وخدمة الهاتف، والاتصال عبر البريد الإلكتروني مع مكتب السكرتير الفني، والدرشة ومؤتمرات الفيديو).

وبالمثل، سيسمح هذا الحرم الجامعي الافتراضي المتكامل للغاية لطلاب TECH بتنظيم جداولهم الدراسية وفقاً لتوافرهم الشخصي أو التزامات العمل. وبهذه الطريقة، سيتمكنون من التحكم الشامل في المحتويات الأكاديمية وأدواتهم التعليمية، وفقاً لتحديثهم المهني المتسارع.



ستسمح لك طريقة الدراسة عبر الإنترنت لهذا البرنامج بتنظيم وقتك ووتيرة تعلمك، وتكييفها مع جدولك الزمني“

تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. الطلاب الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.

2. يركز المنهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للطلاب بالاندماج بشكل أفضل في العالم الحقيقي.

3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.

4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

المنهجية الجامعية الأفضل تصنيفاً من قبل طلابها

نتائج هذا النموذج الأكاديمي المبتكر يمكن ملاحظته في مستويات الرضا العام لخريجي TECH. تقييم الطلاب لجودة التدريس، وجودة المواد، وهيكلة الدورة وأهدافها ممتاز. ليس من المستغرب أن تصبح الجامعة الأعلى تقييماً من قبل طلابها على منصة المراجعات Trustpilot، حيث حصلت على 4.9 من 5.

يمكنك الوصول إلى محتويات الدراسة من أي جهاز متصل بالإنترنت (كمبيوتر، جهاز لوحي، هاتف ذكي) بفضل كون TECH على اطلاع بأحدث التطورات التكنولوجية والتربوية.

"التعلم من خبير" ستتمكن من التعلم مع مزايا الوصول إلى بيئات تعليمية محاكاة ونهج التعلم بالملاحظة، أي "التعلم من خبير".

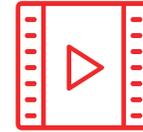


وهكذا، ستكون أفضل المواد التعليمية، المُعدّة بعناية فائقة، متاحة في هذا البرنامج:



المواد الدراسية

يتم خلق جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. يتم بعد ذلك تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق طريقتنا في العمل عبر الإنترنت، مع التقنيات الأكثر ابتكارًا التي تتيح لنا أن نقدم لك جودة عالية، في كل قطعة سنضعها في خدمتك.



التدريب العملي على المهارات والكفاءات

ستنفذ أنشطة لتطوير كفاءات ومهارات محددة في كل مجال من مجالات المواد الدراسية. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.



ملخصات تفاعلية

نقدم 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 من نوعه لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".



قراءات تكميلية

المقالات الحديثة والوثائق التوافقية والمبادئ التوجيهية الدولية... في مكتبة TECH الافتراضية، سيكون لديك وصول إلى كل ما تحتاجه لإكمال تدريبك.





دراسات الحالة (Case studies)

ستكمل مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة في المادة التي يتم توظيفها. حالات تم عرضها وتحليلها وتدريبها من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



الاختبار وإعادة الاختبار

نقوم بتقييم وإعادة تقييم معرفتك بشكل دوري طوال فترة البرنامج. نقوم بذلك على 3 من 4 مستويات من هرم ميلر.



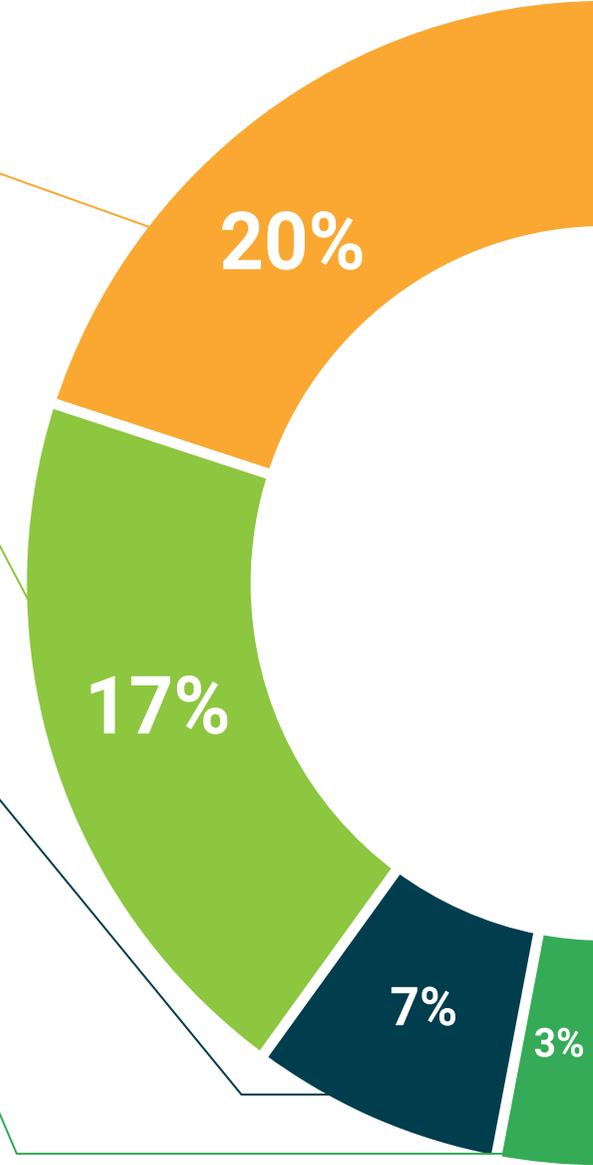
المحاضرات الرئيسية

هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن ما يسمى بالتعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة ، ويولد الأمان في قراراتنا الصعبة في المستقبل.



إرشادات توجيهية سريعة للعمل

تقدم TECH المحتويات الأكثر صلة بالدورة التدريبية في شكل أوراق عمل أو إرشادات توجيهية سريعة للعمل. إنها طريقة موجزة وعملية وفعالة لمساعدة الطلاب على التقدم في تعلمهم.



المؤهل العلمي

يضمن الماجستير النصف حضوري في اتصالات الوسائط المتعددة بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدثاً، الحصول على مؤهل الماجستير النصف حضوري الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



المؤهل العلمي: ماجستير نصف حضوري في اتصالات الوسائط المتعددة
طريقة الدراسة: نصف حضورية (أونلاين + التدريب العملي)
مدة الدراسة: 12 شهر

يحتوي الماجستير النصف حضوري في اتصالات الوسائط المتعددة على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائثا على الساحة المهنية والأكاديمية.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل برنامج الماجستير النصف حضوري ذا الصلة الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

بالإضافة إلى المؤهل، ستتمكن من الحصول على شهادة تشير لمحتوى البرنامج الذي قمت بدراسته. للقيام بذلك، يجب عليك الاتصال بمرشدك الأكاديمي، الذي سيوفر لك جميع المعلومات اللازمة.

ماجستير نصف حضوري في اتصالات الوسائط المتعددة

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
الدورة	المادة	عدد الساعات	نوع المادة
1*	مقدمة للتخصص	1500	إجباري (OB)
1*	نظرية التواصل الاجتماعي	0	إختياري (OP)
1*	التكنولوجيا وإدارة المعلومات والمعرفة	120	(PR) الممارسات الخارجية
1*	أساسيات الاتصال في البيئة الرقمية	0	(TFM) مشروع تخرج الماجستير
1*	الاتصال التكاملي		
1*	الاعتماد التكنولوجي		
1*	الإعلام الاجتماعي		
1*	إبداع الإنترنت		
1*	قوية الشركة		
1*	أساسيات للتخصص الرسومي		
150	إجمالي	1620	الإجمالي

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوعة إلى

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم
لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج
ماجستير نصف حضوري
في
اتصالات الوسائط المتعددة

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1620 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 Navarro / د. أ.
رئيس الجامعة

Tere Guevara Navarro / د. أ.
رئيس الجامعة

*تحديق الهاي أوبستيل، في حالة قيام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الوافية ويتصدق الهاي أوبستيل، ستتمخ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.

tech الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara Navarro / د. أ.
رئيس الجامعة

Tere Guevara Navarro / د. أ.
رئيس الجامعة

*تحديق الهاي أوبستيل، في حالة قيام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الوافية ويتصدق الهاي أوبستيل، ستتمخ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الحاضر المعرفة

الابتكار

tech الجامعة
التكنولوجية

الحاضر

الجودة

ماجستير نصف حضوري

اتصالات الوسائط المتعددة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

طريقة التدريس: نصف حضوري (عبر الانترنت + التدريبات السريرية)

مدة الدراسة: 12 شهر

المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

الفصول الافتراضية

اللغات

ماجستير نصف حضوري اتصالات الوسائط المتعددة