

محاضرة جامعية

المحتوى ذو العلامات التجارية
(Branded Content): العلامات
التجارية كناشرين (Publishers)



الجامعة
التكنولوجية **tech**

محاضرة جامعية

المحتوى ذو العلامات التجارية
(Branded Content): العلامات
التجارية كناشرين (Publishers)

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-certificate/branded-content-brands-publishers

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

منهجية الدراسة

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

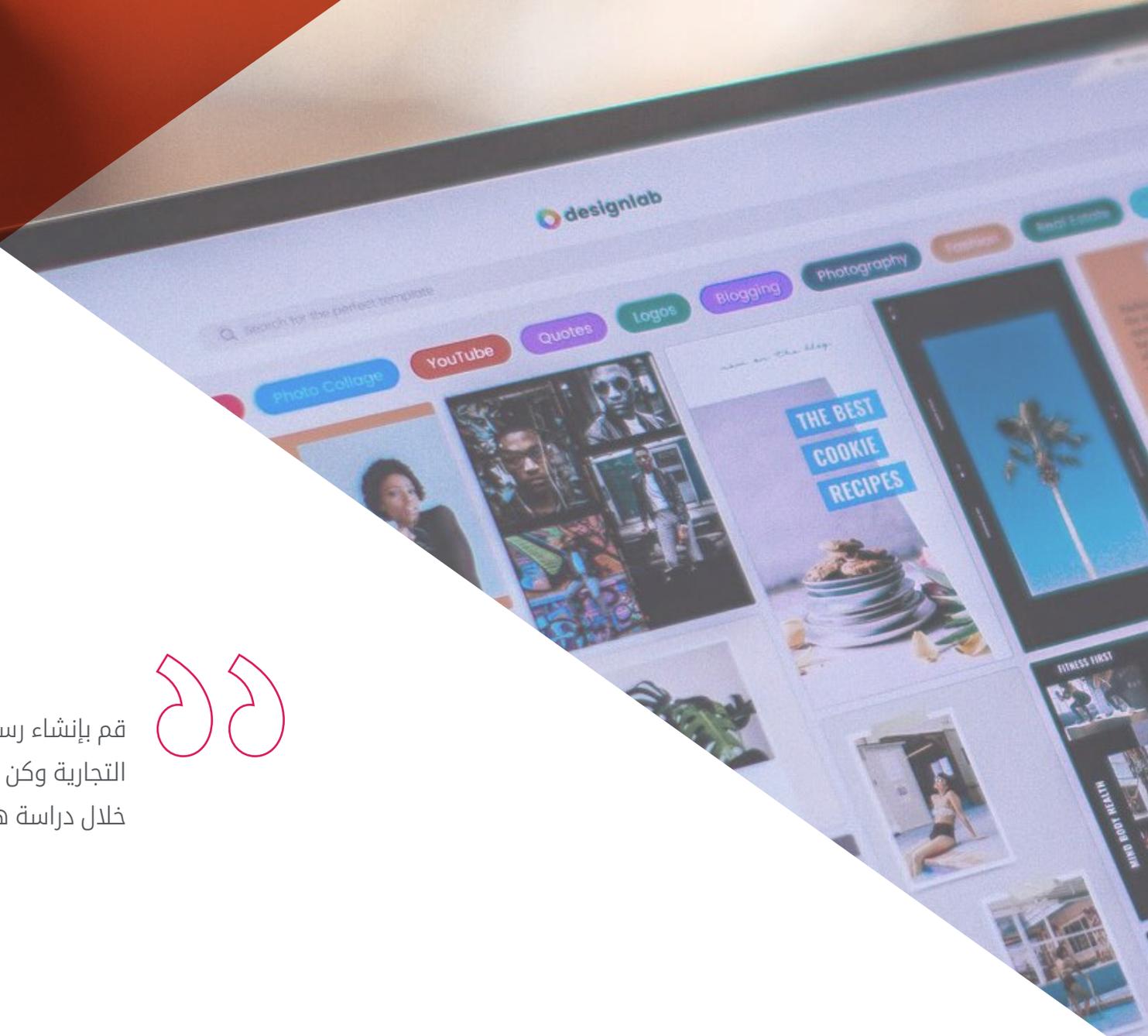
المؤهل العلمى

صفحة 32

المقدمة

في مجتمع مشبع بالإعلانات، يتعين على العلامات التجارية البحث عن طرق جديدة لإيصال رسائلها إلى جمهورها المحتمل. من هذا المنطلق، يُعد Branded Content الذي يحمل علامة تجارية حليقًا رائغًا للشركات، حيث يتيح لها تقديم محتوى مختلف للجمهور لا يُنظر إليه على أنه تجاري. بهذه الطريقة يقتربون أكثر من جمهورهم وبينون علاقة أفضل معهم. لذلك، يركز هذا البرنامج من TECH على تعليم المحترفين في مجال التواصل الاستراتيجيات الأكثر فعالية لإنشاء محتوى مرتبط بالعلامة التجارية يسمح بربط الشركة بمستهلكها. في نهاية الشهادة، سيكون الطالب قد اكتسب الكفاءات الرئيسية لهذا التخصص وسيكون قادراً على العمل بنجاح في هذه المهنة.

قم بإنشاء رسائل قوية مرتبطة بقيم العلامة التجارية وكن عنصرًا لا غنى عنه في المنظمة من خلال دراسة هذه المحاضرة الجامعية الشاملة"



تحتوي هذه المحاضرة الجامعية في المحتوى ذو العلامات التجارية (Branded Content): العلامات التجارية كناشرين (Publishers) على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق. أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية التي يقدمها خبراء في التواصل
- ♦ محتوياته الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصوره بها، تجمع المعلومات العلمية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ الجديد في محتوى العلامات التجارية Branded Content
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها على المنهجيات المبتكرة في مجال الاتصال المؤسسي
- ♦ نظام تعلم تفاعلي قائم على الخوارزميات لاتخاذ القرار بشأن الحالات المثارة
- ♦ دروس نظرية، أسئلة للخبير، منتديات نقاش حول مواضيع مثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردي
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

لا شك أن المحتوى الذي يحمل علامة تجارية Branded Content أصبح وسيلة فعالة للغاية للوصول إلى الجماهير المحتملة في سوق مشبعة بالإعلانات. هكذا، وبفضل قطع التواصل التي تحدد قيم العلامة التجارية، وتخلق حواراً مع الجمهور وتظهر القيمة المضافة للمنتج أو الخدمة، تتمكن الشركات من تغيير نظرة الجمهور لها، فلا يُنظر إليها على أنها مجرد كيان تجاري وتنتقل إلى خلق تواصل مع الناس.

فهذا لأهمية محتوى العلامة التجارية Branded Content، صممت TECH هذا البرنامج الذي سيتمكن فيه الطالب، في غضون 6 أسابيع فقط، من القيام بتقريب عميق من هذه التخصص المعقد. خلال مسار المحاضرة الجامعية، سيتم تناول مواضيع تتراوح بين تحليل الطريقة الإعلانية التقليدية، وصولاً إلى محتوى العلامة التجارية Branded Content في استراتيجيات المزيج التسويقي، مروراً بأكثر الطرق فعالية لإعادة إنتاج محتوى العلامة التجارية. بالإضافة إلى ذلك، ستحظى بإمكانية الوصول إلى محتوى حصري من خلال الدورة Masterclass التي يقدمها خبير دولي مشهور.

بذلك، عند الانتهاء من البرنامج، سيكون الطالب قد اكتسب المهارات اللازمة للعمل كمسؤول عن محتوى العلامة التجارية Branded Content في الشركات الكبيرة أو في مشروعه المهني الخاص، محققاً نتائج ممتازة. كل ذلك، دون مغادرة المنزل، بشكل 100% عبر الإنترنت، ومع الراحة التي يوفرها إمكانية الدراسة أينما ومتى وكيفما يشاء.



سوف تطبق أفضل محتوى ذي علامة تجارية ممتازة مع محتوى دقيق يقدمه المدير الدولي المُستضاف"

ادرس في TECH وطوّر حياتك المهنية من خلال منهجية التدريس عبر الإنترنت الأكثر حصولاً على الجوائز في السوق.

سوف تتعلم كيفية إنشاء رسائل قوية وتوليد التواصل الذي تحتاجه مع جمهورك.

”
بفضل هذه المحاضرة الجامعية، ستفهم كيف يتم دمج محتوى العلامة التجارية داخل استراتيجية التسويق والتواصل الخاصة بالعلامة التجارية“

يتضمن طاقم التدريس محترفين من مجال الاتصال، الذين يساهمون بخبراتهم العملية في هذا البرنامج، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من المجتمعات الرائدة والجامعات المرموقة.

بفضل محتوى هذا البرنامج العلمي من الوسائط المتعددة المُعد بأحدث التقنيات التعليمية، سوف يسمحون للمهني بتعلم سياقي، أي بيئة محاكاة ستوفر تعليماً غامرة مبرمجة للتدريب في مواقف حقيقية.

يركز هذا البرنامج مبني على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على الطالب من خلاله محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة التي تنشأ خلال البرنامج. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

الأهداف

انطلاقاً من إدراكنا أن مصطلح Branded Content جديد نسبياً، وأن العديد من المتخصصين في مجال التواصل ليسوا على دراية بهذا المجال بعد، صممت TECH هذا البرنامج الذي يهدف إلى وضع الأسس التي تحدد Branded Content وأساليب عملها الأكثر فعالية وكيفية قياس نتائجها. فرصة فريدة لتتعلم كل شيء عن منطقة مزدهرة وتضع نفسك في طليعة القطاع.



هل تريد أن تتعلم كيفية تصميم رسائل فريدة من نوعها وتحسين مفهوم علامتك التجارية؟ من خلال دراستك في TECH ستتمكن من تحقيق ذلك"

الهدف العام



♦ معرفة ما هو محتوى Branded Content وكيفية عمله وتكامله ضمن استراتيجية العمل



ستتعرف بعرق على الأشكال والأنواع وقنوات
الاتصال المختلفة للمحتوى ذي العلامات التجارية
وستصبح محترفاً أكثر كفاءة"



الأهداف المحددة



- ♦ تعميق المحتوى الذي يحمل علامة تجارية ضمن مزيج mix الاتصالات في سياق التشبع الإعلاني
- ♦ إجراء تحليل متعمق للاختلافات بين الإعلانات والمحتوى ذي Branded Content ونطاق المحتوى ذي العلامة التجارية (الإنشاء والتنسيقات والقياس)



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

لهذه المحاضرة الجامعية، قامت TECH بتجميع فريق من المحترفين ذوي المستوى العالي الذين سيعلمون الطلاب كل ما يتعلق بمحتوى العلامة التجارية، خبراء في إدارة الأعمال والتواصل والتسويق، الذين سيتمكنون من تقديم رؤية محدثة وجديدة تمامًا للطلاب حول مجالات عمل هذه التخصص. بهذه الطريقة، عند الانتهاء من المحاضرة الجامعية، سيكون الخريج قد اكتسب الأدوات اللازمة للعمل بنجاح في هذا المجال.

التعلم من تجربة أفضل الخبراء في القطاع هو ضمان للنجاح على المدى الطويل. هذا ممكن فقط من خلال الدراسة في TECH"



المدير الدولي

اسم Magda Romanska لا يُخطئ في مجال الفنون الأدائية ووسائل الإعلام على المستوى الدولي. إلى جانب مشاريع أخرى، عملت كباحثة رئيسية في مختبر metaLAB بجامعة هارفارد، وترأست ندوة الفنون عبر الوسائط المتعددة في مركز Mahindra Humanities Center لشهير للعلوم الإنسانية. كما أجرى العديد من الدراسات بالتعاون مع مؤسسات مثل مركز الدراسات الأوروبية ومركز Davis للدراسات الروسية والأوروبية الآسيوية.

تركز خطوط عملها على تقاطع الفن والعلوم الإنسانية والتكنولوجيا والسرد عبر وسائل الإعلام المتعددة.. في هذا الإطار الشامل، تشمل أيضاً الدراماتورجيا متعددة المنصات والميتافيرس، والتفاعل بين البشر والذكاء الاصطناعي في التفسير. استناداً إلى دراسات العميقة في هذه المجالات، أنشأت Drametrics، وهو تحليل كمي وحاسوبي للنصوص الدرامية.

كما أنها مؤسسة ومديرة تنفيذية ورئيسة تحرير لموقع TheTheatreTimes.com، أكبر بوابة رقمية للمسرح في العالم. كما أطلقت Performap.org، وهي خريطة رقمية تفاعلية لمهرجانات المسرح، تم تمويلها من خلال مختبر العلوم الإنسانية الرقمية في جامعة ييل ومنحة LMDA للابتكار. من جهة أخرى، تولت أيضاً تطوير مهرجان المسرح الدولي على الإنترنت (IOFT)، وهو مهرجان عالمي سنوي للمسرح يتم بثه عبر الإنترنت، وقد وصل حتى الآن إلى أكثر من مليون مشارك. بالإضافة إلى ذلك، حصلت هذه المبادرة على الجائزة الثانية في مهرجان Culture Online الدولي لأفضل مشروع عبر الإنترنت، الذي تم اختياره من بين 452 اقتراحاً من 20 دولة أخرى

من ناحية أخرى، تم الاعتراف بالدكتورة رومانسكا من خلال منح MacDowell، Apothetaeg، و Lark Theatre Playwriting من مسرح لارك التابعة لمؤسسة Time Warner. كما حصلت على جائزة PAHA Creative وجائزة Elliott Hayes للتميز في الدراماتورجيا.. في الوقت نفسه، حصلت على جوائز من الجمعية الأمريكية للبحث المسرحي والجمعية البولندية للدراسات.



د. Romanska, Magda

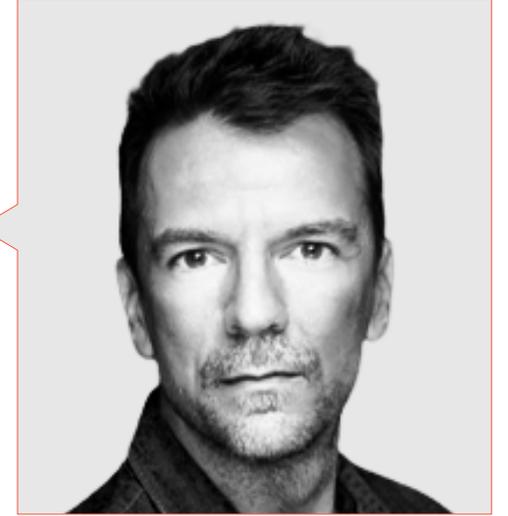
- ♦ باحثة رئيسية، هارفارد metaLAB، بوسطن، الولايات المتحدة الأمريكية
- ♦ المديرية التنفيذية ورئيسة تحرير موقع TheTheatreTimes.com
- ♦ باحثة مشاركة في مركز ميندا للدراسات الأوروبية في غونزبورغ
- ♦ باحث مشارك في مركز ديفيس للدراسات الروسية والأوروبية الآسيوية
- ♦ أستاذة الفنون المسرحية في كلية Emerson
- ♦ أستاذة مشاركة، مركز Berkman للإنترنت والمجتمع
- ♦ دكتوراه في المسرح والسينما والرقص من جامعة Cornell
- ♦ ماجستير في الفكر والأدب الحديث من جامعة Stanford
- ♦ بكالوريوس من مدرسة الفنون الدرامية في جامعة Yale وقسم الأدب المقارن
- ♦ رئيسة ندوة الفنون عبر وسائل الإعلام المتعددة في مركز Mahindra للعلوم الإنسانية
- ♦ عضوة في: مجلس استشاري في Digital Theatre+



بفضل TECH ستتمكن من التعلم
مع أفضل المحترفين في العالم"

د. Javier Beltrán

- ♦ خبير محتوى العلامات التجارية Branded Content
- ♦ مدير أول للعلامة التجارية (Brand Manager) ومسؤول عن الإنترنت في نيفيا
- ♦ مدير العلامة التجارية (Group Brand Manager) للمجموعة Imperial Tobacco
- ♦ مؤسس مشارك للجمعية الإسبانية ل Branded Content
- ♦ مؤسس مشارك ل Pop Up Brand Content
- ♦ مؤلف لعدة كتب حول التسويق Marketing وإدارة الأعمال
- ♦ مدير خدمات العملاء في Grey Publicidad
- ♦ متحدث في TED Talks
- ♦ دكتور في المحتوى المدعوم من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ بكالوريوس من كلية العلوم الاقتصادية والتجارية الأوروبية E4 ICADE



الأساتذة

أ. Ugidos Álvarez, Susana

- ♦ خبيرة تسويق المحتوى
- ♦ مسؤولة استراتيجية التسويق بالمحتوى في شركة El Corte Inglés
- ♦ مديرة تسويق المحتوى في El Corte Inglés
- ♦ مديرة العلامة التجارية في El Corte Inglés
- ♦ مديرة الاتصالات العالمية في Grupo Flex
- ♦ رئيسة قسم الإعلانات والعروض الترويجية في Grupo Flex
- ♦ بكالوريوس في إدارة المبيعات والتسويق من كلية ESIC للأعمال والتسويق
- ♦ الدراسات العليا في التطوير الإداري، والمحتوى ذي العلامات التجارية Branded Content، والوسائط المتعددة Transmedia، والتسويق الرقمي Marketing Digital، والتفكير التصميمي Design Thinking

د. Montoya Rubio, Alba

- ♦ مسؤولة الاتصال السمعي البصري في Punt Mèdia
- ♦ خبيرة الشبكات والاتصالات في شركة Punt Mèdia
- ♦ رئيسة قسم الإعلام والاتصالات في مؤسسة AIMS
- ♦ مخرجة وكاتبة سيناريو ومحرة مستقلة Freelance
- ♦ محاضرة في الدراسات الجامعية المتعلقة بالاتصالات
- ♦ دكتورة في الموسيقى والسينما من جامعة برشلونة
- ♦ بكالوريوس في الاتصالات السمعية والبصرية من جامعة Pompeu Fabra
- ♦ درجة الماجستير في الموسيقى كفن متعدد التخصصات من جامعة برشلونة



الهيكل والمحتوى

تم تصميم محتويات هذه المحاضرة الجامعية لتُقدم بشكل 100% عبر الإنترنت ومدة 6 أسابيع من الدراسة. من خلالها، سيتم استكشاف دور العلامات التجارية كناشرين والتنسيقات والأساليب والقنوات الترويجية المختلفة التي تجعل من المحتوى ذي العلامة التجارية Branded Content خيارًا فعالاً للغاية لبناء ولاء الجمهور للعلامة التجارية بشكل متعمق. فرصة فريدة لتتعلم كل ما تحتاجه للعمل بنجاح كمدير محتوى ذي علامة تجارية Branded Content.



ستدرس بالوتيرة التي تناسبك، دون الحاجة
للتنقل، وستصبح محترماً أفضل بفضل TECH"



الوحدة 1. المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content) العلامات التجارية كناشرين (Publishers)

- 1.1 نموذج الإعلانات التقليدية: push
 - 1.1.1 الجوانب الرئيسية لاستراتيجيات التواصل الدافعة push
 - 2.1.1 النشأة والتطور
 - 3.1.1 مستقبل استراتيجيات الدفع push
- 2.1 نموذج السحب الجديد pull
 - 1.2.1 الجوانب الرئيسية لاستراتيجيات اتصالات السحب pull
 - 2.2.1 الأصول والسياق الحالي
 - 3.2.1 مفاتيح النجاح
- 3.1 Branded content
 - 1.3.1 المحتوى ذو العلامات التجارية Branded Content تسويق المحتوى ذي العلامات التجارية و native advertising
 - 2.3.1 كيف يمكن تحديد المحتوى ذي العلامة التجارية ؟ branded content ?
- 4.1 العلامات التجارية كناشرين publishers: الأثر المترتبة
 - 1.4.1 سلسلة القيمة الجديدة
 - 2.4.1 تداعيات
 - 3.4.1 النماذج
- 5.1 المحتوى ذو العلامة التجارية Branded content ودوره في مزيج Mix الاتصالات
 - 1.5.1 السياق الحالي
 - 2.5.1 محتوى العلامة التجارية Branded content والهدف من العلامة التجارية
 - 3.5.1 حالات ملهمة
- 6.1 التعايش بين المحتوى والإعلان
 - 1.6.1 الاختلافات
 - 2.6.1 المساهمة في قيمة العلامة التجارية brand equity
 - 3.6.1 أمثلة على التعايش
- 7.1 Branded content: الأشكال والأنواع
 - 1.7.1 الانواع
 - 2.7.1 مناهج أخرى، وأنواع أخرى
 - 3.7.1 الأشكال

- 8.1 منهجية إنشاء محتوى branded content ذي علامة تجارية
 - 1.8.1 الإستراتيجية
 - 2.8.1 الأفكار
 - 3.8.1 الإنتاج
- 9.1 أهمية الترويج في محتوى العلامات التجارية
 - 1.9.1 المنهجية
 - 2.9.1 المراحل
 - 3.9.1 الأشكال
- 10.1 قياس فعالية المحتوى الذي يحمل branded content
 - 1.10.1 كيف يتم قياس مشروع BC branded content ؟
 - 2.10.1 القياس النوعي والكمي
 - 3.10.1 المقاييس ومؤشرات الأداء الرئيسية

إذا كنت ترغب في الإقلاع بحياتك المهنية، وأن تصبح محترف
تواصل أكثر اكتمالاً، فمرحباً بك، فأنت في المكان المناسب"



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.



سنسمح لك بطريقة 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

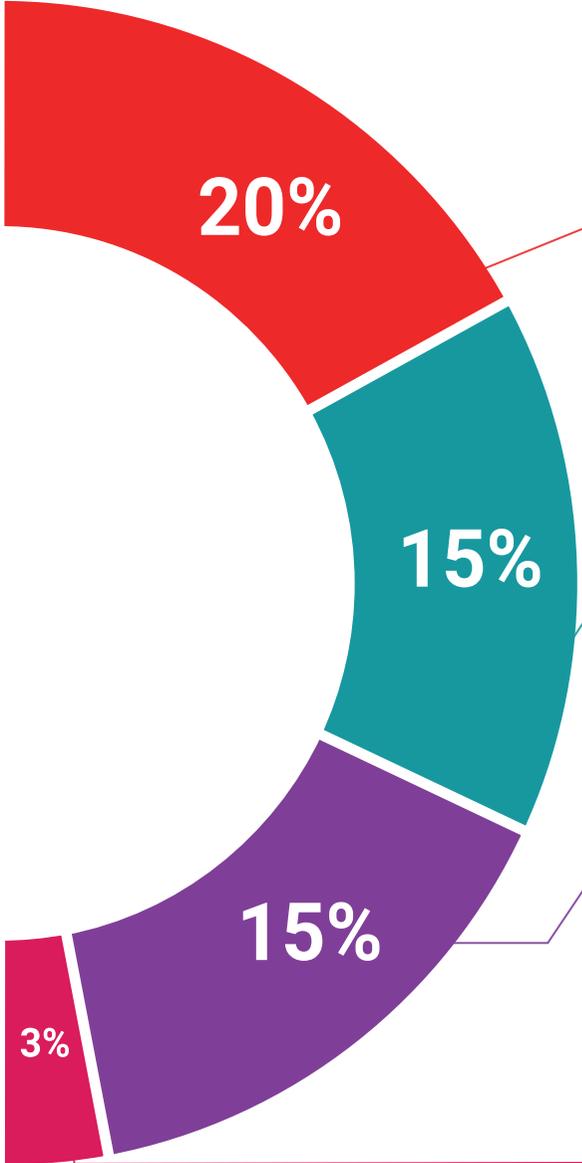
نتائج هذا النموذج الأكاديمي المبتكر يمكن ملاحظته في مستويات الرضا العام لخريجي TECH. تقييم الطلاب لجودة التدريس، وجودة المواد، وهيكلة الدورة وأهدافها ممتاز. ليس من المستغرب أن تصبح الجامعة الأعلى تقييماً من قبل طلابها على منصة المراجعات Trustpilot، حيث حصلت على 4.9 من 5.

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".

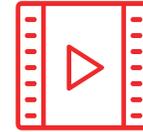


وهكذا، ستكون أفضل المواد التعليمية، المُعدّة بعناية فائقة، متاحة في هذا البرنامج:



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.



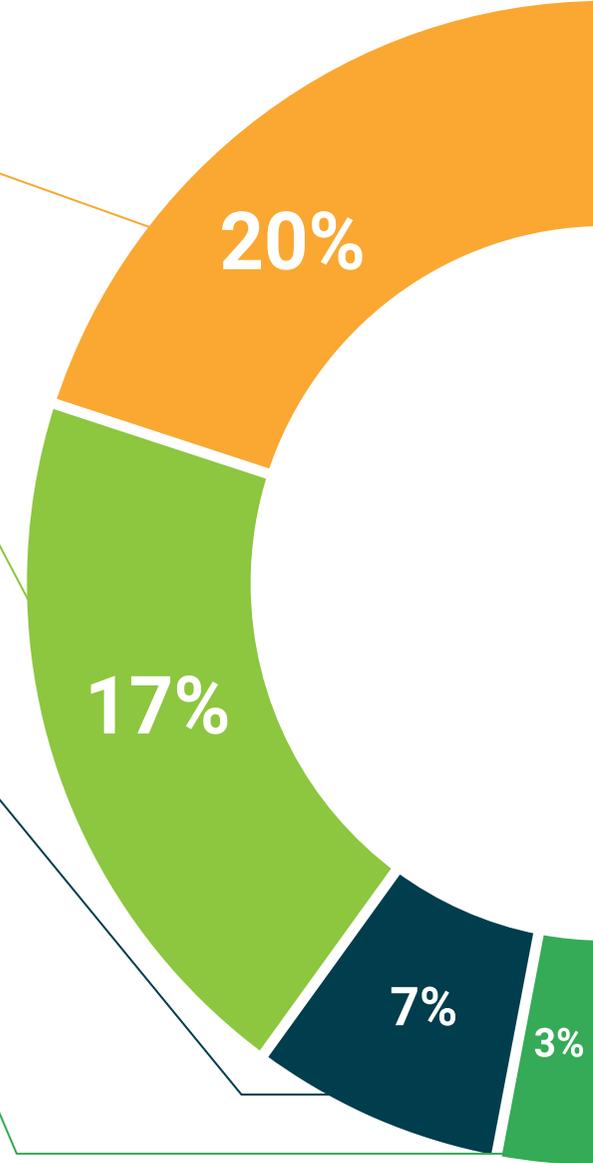
المحاضرات الرئيسية

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

تضمن المحاضرة الجامعية في المحتوى ذو العلامات التجارية (Branded Content): العلامات التجارية كناشرين (Publishers) بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائقة، الحصول على مؤهل المحاضرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على المؤهل
العلمي الجامعي دون سفر أو إجراءات مرهقة"



تحتوي المحاضرة الجامعية في المحتوى ذو العلامات التجارية (Branded Content): العلامات التجارية كناشرين (Publishers) على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائثه في السوق.

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

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

المؤهل العلمي: المحاضرة الجامعية في المحتوى ذو العلامات التجارية (Branded Content): العلامات التجارية كناشرين (Publishers)

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أسابيع



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

التعلم

المجتمع

التقنية

الالتزام

tech الجامعة
التكنولوجية

محاضرة جامعية

المحتوى ذو العلامات التجارية
(Branded Content): العلامات

التجارية كناشرين (Publishers)

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

المؤسسات

التدريب الافتراضي

الجودة

الحاضر

المعرفة

الفصول الافتراضية

اللغات

محاضرة جامعية

المحتوى ذو العلامات التجارية
(Branded Content): العلامات
التجارية كناشرين (Publishers)