

شهادة الخبرة الجامعية
تخطيط الوسائل الإعلانية



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية تخطيط الوسائل الإعلانية

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 6 أشهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitude.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertising-media-planning

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المؤهل العلمي

صفحة 26

04

المنهجية

صفحة 18

03

الهيكل والمحتوى

صفحة 12

المقدمة

عندما تقرر شركة القيام باستثمار اقتصادي للإعلان عن منتجاتها، يجب عليها أن تقوم بتخطيط إعلامي شامل، تستطيع بفضل تحديد وسائل الإعلان الأكثر ملاءمة لبث رسائلها، مع الأخذ في الاعتبار الهدف الذي تنوي تحقيقه و الجمهور الذي يوجه إليه. مع برنامج TECH هذا، سيجد الطلاب الأدوات الأساسية ليصبحوا مخططين إعلاميين أصليين، وذلك بفضل المعلومات المحدثة والموارد النظرية والعملية التي سيتمكنون من العثور عليها.

NEW
MAGAZINE
INTERVIEWS

MEDIA

سيعلمك هذا البرنامج كيفية اختيار الوسائل الإعلانية
الأكثر ملاءمة لتنفيذ حملات إعلانية ناجحة لشركتك"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في تخطيط الوسائل الإعلانية على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائقة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ استخدام تقنيات أحدث التقنيات في برامج التدريس عبر الإنترنت
- ♦ نظام تعليمي مرئي , مكثف، مدعم بعنصر رسومي وتخطيطي يسهل استيعابه وفهمه
- ♦ تطوير الحالات العملية التي يقدمها الخبراء النشطين
- ♦ أحدث جيل من أنظمة الفيديو التفاعلية
- ♦ التدريس مدعومًا بالممارسة عن بعد
- ♦ التعلم المنظم ذاتيًا، والذي يعزز التوافق الكامل مع المهن الأخرى
- ♦ التعلم المنظم ذاتيًا، والذي يعزز التوافق الكامل مع المهن الأخرى
- ♦ تمارين عملية للتقييم الذاتي وتأكيد التعلم
- ♦ مجموعات الدعم والتأزر التعليمي: أسئلة للخبراء ومنتديات المناقشة والمعرفة
- ♦ التواصل مع فريق التدريس والتفكير الفردي
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت
- ♦ بنوك الوثائق التكميلية متاحة بشكل دائم

تعد صورة الشركة أحد العوامل التي تعتبر أساسية داخل المنظمات. حاليًا، يعد أحد أهم العناصر التي تمتلكها الشركات تحت تصرفها لجعل جمهورها يفهم من هم وماذا يفعلون وكيف يختلفون عن المنافسة.

يتم تحقيق صورة مناسبة وتنافسية بفضل الحملات الإعلانية، ولكن للقيام بذلك، من الضروري تحديد الوسائل التي يجب على الشركات إطلاق هذه الحملات فيها. إنها مهمة أساسية لمخطط الوسائل الإعلانية اختبار الوسائل الأكثر ملاءمة، لذا فإن التخصص في مثل هذه البرامج أمر ضروري.

على وجه التحديد، يستهدف برنامج TECH هذا محترفي الصحافة والاتصالات، الذين يفهمون الحاجة إلى تحديث معارفهم في هذا المجال ليكونوا أكثر قدرة على المنافسة. بالإضافة إلى ذلك، من خلال هذا البرنامج، سيكتسب الطالب المعرفة ذات الصلة بالسمعة عبر الإنترنت والمدونات ودور مدير المجتمع (community manager) كمسؤول عن توليد الحد الأقصى من سمعة الشركة.

خلاصة وافية من المعرفة اللازمة لتخطيط الوسائل الإعلانية المناسب والتي ستشكل علامة قبل وبعد تدريب المحترفين، ومساعدتهم في الوصول إلى المناصب المهنية ذات الصلة للغاية في أقسام الإعلان في الشركات.



قم بتحديث معلوماتك في هذا المجال
وكن أكثر فعالية في ممارستك اليومية"

شهادة الخبرة الجامعية ستدربك على العمل بنجاح في
تخطيط الوسائل الإعلانية، بملاءة احترافية عالية المستوى.

ستسمح لك منهجية التدريس المبتكرة لشهادة الخبرة
الجامعية هذه بالتعلم بطريقة ديناميكية وفعالة

برنامج ذو مستوى أكاديمي عالٍ يسمح
لك بفتح مسارات جديدة لتقدمك المهني"



يتكون أعضاء هيئة التدريس في هذا البرنامج من مهنيين من مختلف المجالات المتعلقة بهذا التخصص. بهذه الطريقة، يمكن أن تقدم TECH هدف التحديث الأكاديمي المميز. فريق متعدد التخصصات من المهنيين ذوي الخبرة في بيئات مختلفة، والذين سيطورون المعرفة النظرية بكفاءة، ولكن قبل كل شيء، سيضعون في خدمة الطلاب المعرفة العملية المستمدة من تجربتهم الخاصة.

ويكتمل هذا الإلتقان للموضوع بفعالية التصميم المنهجي. تم إعداده من قبل فريق متعدد التخصصات من الخبراء في التعلم الإلكتروني، وهو يدمج أحدث التطورات في تكنولوجيا التعليم. وبالتالي، سيتمكن الطالب من الدراسة بقائمة من أدوات الوسائل المتعددة المريحة والمتعددة الاستخدامات التي ستمنحه الفعالية التي يحتاجها في عملية دراسته.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على المشاكل. نهج يعتبر التعلم عملية عملية بشكل بارز. لتحقيق ذلك عن بعد، سيتم استخدام التدريب عن بعد. وبالتالي، بمساعدة نظام فيديو تفاعلي جديد، والتعلم من خبير (Learning From an Expert)، سيتمكن الطالب من اكتساب المعرفة كما لو كان يواجه افتراضًا حقيقيًا. مفهوم يسمح لك بدمج التعلم وإصلاحه بطريقة أكثر واقعية ودائمة.



الأهداف

الهدف الرئيسي لشهادة الخبرة الجامعية هذه هو تدريب المهنيين المؤهلين تأهيلا عاليا للحصول على خبرة العمل، ومنحهم التدريب اللازم للنجاح في هذا المجال. هو هدف يُستكمل أيضًا، بطريقة عالمية، بتعزيز التنمية البشرية التي تضع الأساس لمجتمع أفضل، وتساعدهم على الوصول إلى مستوى أعلى بكثير من المنافسة والسيطرة. هدف سيتمكن الطالب خلال أشهر قليلة من اعتباره قد تحقق، وذلك بفضل برنامج عالي الكثافة والدقة.





إذا كنت ترغب في توسيع نطاق تدريبيك في مجال
تخطيط الوسائل الإعلانية، فستساعدك شهادة الخبرة
الجامعية هذه على تحقيق ذلك بطريقة مريحة"

الأهداف العامة



- ♦ اكتساب المعرفة اللازمة لإجراء الاتصالات الإعلانية المناسبة باستخدام الأدوات الرقمية الأكثر تقدمًا
- ♦ القدرة على القيام بالتخطيط المناسب للوسائط الإعلانية، والتي من خلالها يتم تحديد الوسائل التي سيتم استخدامها في الشركة

فرصة فريدة لتوسيع خيارات
التوظيف في سوق العمل"



الأهداف المحددة



الوحدة 1. هوية الشركة

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

الوحدة 2. الشبكات الاجتماعية وإدارة المجتمع (Community Management)

- ♦ تمكين الطلاب من فهم أهمية الإنترنت في البحث عن المعلومات وإدارتها في مجال الإعلان والعلاقات العامة في تطبيقها على افتراضات محددة
- ♦ القدرة على تحليل الاتصالات الرقمية ومعالجتها وتفسيرها وتفصيلها وهيكلها
- ♦ تدريب الطلاب على تحليل قنوات الاتصال الجديدة واستراتيجيات الوسائل الرقمية واستخدامها على النحو الأمثل من قبل المتخصصين في مجال الإعلان والعلاقات العامة
- ♦ فهم أهمية الشبكات الاجتماعية والهاتف المحمول الإلكتروني كدعم وثورة تجارية واستخدام هذه الأدوات لتحقيق أهداف الإعلان والعلاقات العامة

الوحدة 3. تخطيط الوسائل الإعلانية

- ♦ معرفة كيفية تطبيق متغيرات التحليل لتخطيط الوسائل الإعلانية
- ♦ إنشاء خطة إعلامية لوكالة إعلانية أو مركز إعلامي
- ♦ معرفة كيفية إدارة شراء وسائل الإعلام والدعم الإعلاني



الهيكل والمحتوى

سيأخذ هذا البرنامج المتكامل للغاية من TECH الجامعة التكنولوجية الطلاب نحو أعلى معايير الجودة المهنية والنجاح في مجال تخطيط الوسائل الإعلانية، وسيحقق ذلك بفضل برنامج محدث للغاية مع التطورات الرئيسية في هذا القطاع. منهج دراسي جيد التنظيم يسمح للطلاب بتوجيه دراستهم ذاتيًا والقيام برحلة أكاديمية مكثفة وأساسية لعمليهم المستقبلي.



برنامج تعليمي ذو مستوى أكاديمي عالٍ يبرز بين بقية
العروض المتوفرة في السوق لتحديثه وجودته الرائعة"



الوحدة 1. هوية الشركة

- 1.1. أهمية الصورة في الشركات
 - 1.1.1. ما هي صورة الشركة ؟
 - 2.1.1. الاختلافات بين الهوية وصورة الشركة
 - 3.1.1. أين يمكن إظهار صورة الشركة ؟
 - 4.1.1. حالات تغير صورة الشركة، لماذا تحصل على صورة جيدة للشركة؟
- 2.1. تقنيات البحث في صورة الشركة
 - 1.2.1. المقدمة
 - 2.2.1. دراسة صورة الشركة
 - 3.2.1. تقنيات البحث عن الصور المؤسسية
 - 4.2.1. التقنيات النوعية لدراسة الصورة
 - 5.2.1. أنواع التقنيات الكمية
- 3.1. استراتيجية مراجعة الحسابات والصورة
 - 1.3.1. ما هو تدقيق الصورة؟
 - 2.3.1. القواعد الارشادية
 - 3.3.1. منهجية مراجعة الحسابات
 - 4.3.1. التخطيط الاستراتيجي
- 4.1. ثقافة المؤسسة
 - 1.4.1. ما هي ثقافة الشركة ؟
 - 2.4.1. العوامل التي تنطوي عليها ثقافة الشركات
 - 3.4.1. وظائف ثقافة الشركات
 - 4.4.1. أنواع ثقافة الشركات
- 5.1. المسؤولية الاجتماعية للشركات وسمعتها
 - 1.5.1. RSC (مسؤولية الاجتماعية للشركات) مفهوم الشركة وتطبيقها
 - 2.5.1. مبادئ توجيهية لإدماج المسؤولية الاجتماعية للشركات (RSC) في المشاريع
 - 3.5.1. بلاغ المسؤولية الاجتماعية للشركات (RSC)
 - 4.5.1. السمعة المؤسسية
- 6.1. الهوية البصرية للشركة وتسمية (Naming)
 - 1.6.1. استراتيجيات الهوية البصرية للشركات
 - 2.6.1. العناصر الأساسية
 - 3.6.1. المبادئ الأساسية
 - 4.6.1. إعداد الدليل
 - 5.6.1. التسمية (Naming)

- 7.1. صورة العلامات التجارية وتحديد موقعها
 - 1.7.1. أصول العلامات التجارية
 - 2.7.1. ما هي العلامة التجارية ؟
 - 3.7.1. الحاجة إلى بناء علامة تجارية
- 4.7.1. صورة العلامات التجارية وتحديد موقعها
 - 5.7.1. قيمة العلامة التجارية
- 8.1. إدارة الصور من خلال الاتصالات المتعلقة بالأزمات
 - 1.8.1. خطة الاتصالات الاستراتيجية
 - 2.8.1. عندما يحدث كل شيء بشكل خاطئ: التواصل في الأزمات
 - 3.8.1. الحالات
- 9.1. تأثير الترقيات على صورة الشركة
 - 1.9.1. المشهد الجديد لقطاع الإعلان
 - 2.9.1. التسويق الترويجي
 - 3.9.1. الخصائص
 - 4.9.1. المخاطر
 - 5.9.1. أنواع وتقنيات الترويج
- 10.1. توزيع وصورة نقطة البيع
 - 1.10.1. الأنصار الرئيسيون للتوزيع التجاري
 - 2.10.1. صورة شركات التوزيع التجارية من خلال تحديد المواقع
 - 3.10.1. من خلال اسمها وشعارها

الوحدة 2. الشبكات الاجتماعية وإدارة المجتمع (Community Management)

- 1.2. مقدمة وتصنيف الشبكات الاجتماعية
 - 1.1.2. وسائل التواصل الاجتماعي مقابل وسائل الإعلام التقليدية
 - 2.1.2. ما هي الشبكة الاجتماعية ؟
 - 3.1.2. تطور الشبكات الاجتماعية على الإنترنت
 - 4.1.2. الشبكات الاجتماعية في الوقت الحاضر
 - 5.1.2. سمات الشبكات الاجتماعية على الإنترنت
 - 6.1.2. تصنيف الشبكات الاجتماعية
- 2.2. وظائف مدير المجتمع (Community Manager)
 - 1.2.2. شخصية مدير المجتمع (Community Manager) ودوره في الشركة
 - 2.2.2. دليل مدير المجتمع (Community Manager)
 - 3.2.2. الملف الشخصي لمدير المجتمع (Community Manager)

- 8.2 Twitter 140 حرفا لتحقيق الأهداف
 - 1.8.2 المقدمة ما هو Twitter وكيف يمكن أن يساعدنا ؟
 - 2.8.2 العناصر الرئيسية
 - 3.8.2 ترويج المحتوى
 - 4.8.2 التحليلات
- 9.2 LinkedIn الشبكة الاجتماعية المهنية بامتياز
 - 1.9.2 المقدمة ما هو LinkedIn وكيف يمكن أن يساعدنا ؟
 - 2.9.2 العناصر الرئيسية
 - 3.9.2 ترويج المحتوى
 - 10.2 الشبكات الاجتماعية الرئيسية 2
 - 1.10.2 YouTube: ثاني أهم محرك بحث على الإنترنت
 - 2.10.2 العناصر الرئيسية
 - 3.10.2 الدعاية
 - 4.10.2 YouTube analytics
 - 5.10.2 الحالات الناجحة
 - 6.10.2 Instagram و Pinterest. قوة الصورة
 - 7.10.2 Instagram
 - 8.10.2 الحالات الناجحة
 - 9.10.2 Pinterest
 - 11.2 المدونات والعلامة التجارية الشخصية
 - 1.11.2 التعريف
 - 2.11.2 الأنماط
 - 12.2 أدوات لمدير المجتمع (community manager)
 - 1.12.2 المراقبة والبرمجة. Hootsuite
 - 2.12.2 أدوات محددة لكل شبكة اجتماعية
 - 3.12.2 أدوات للاستماع النشط
 - 4.12.2 أدوات تقصير عناوين URL
 - 5.12.2 أدوات لتوليد المحتوى
- 3.2 الشبكات الاجتماعية داخل هيكل الشركة
 - 1.3.2 أهمية الشبكات الاجتماعية في الشركة
 - 2.3.2 الملفات الشخصية المختلفة التي تعمل بها الشبكات الاجتماعية
 - 3.3.2 كيف تختار أفضل هيكل لإدارة الشبكات الاجتماعية ؟
 - 4.3.2 خدمة العملاء على الشبكات الاجتماعية
 - 5.3.2 علاقة فريق وسائل التواصل الاجتماعي مع الأقسام الأخرى في الشركة
- 4.2 مقدمة للتسويق الرقمي
 - 1.4.2 الإنترنت: يصبح التسويق لا نهائيًا
 - 2.4.2 أهداف التسويق عبر الإنترنت
 - 3.4.2 المفاهيم الرئيسية على الإنترنت
 - 4.4.2 التسويق التشغيلي في الشبكة
 - 5.4.2 تحسين محرك البحث
 - 6.4.2 الشبكات الاجتماعية
 - 7.4.2 مدير المجتمع (Community Manager)
 - 8.4.2 التجارة الإلكترونية
- 5.2 خطة وسائل التواصل الاجتماعي الاستراتيجية أو social media plan
 - 1.5.2 أهمية وجود خطة وسائط اجتماعية تتماشى مع الخطة الاستراتيجية للشركة
 - 2.5.2 التحليل المسبق
 - 3.5.2 الأهداف
 - 4.5.2 الإستراتيجية
 - 5.5.2 الاجراءات
 - 6.5.2 الميزانية
 - 7.5.2 الجدول الزمني
 - 8.5.2 خطة الطوارئ
 - 6.2 السمعة على الانترنت
 - 7.2 الشبكات الاجتماعية الرئيسية 1
 - 1.7.2 Facebook: زيادة وجود علامتنا التجارية
 - 1.1.7.2 المقدمة : ما هو Facebook وكيف يمكن أن يساعدنا ؟
 - 2.1.7.2 العناصر الرئيسية في الميدان المهني
 - 3.1.7.2 ترويج المحتوى
 - 4.1.7.2 التحليلات

الوحدة 3. تخطيط الوسائل الإعلانية

- 1.3. كانت ذات مرة الاستراتيجية
 - 1.1.3. تاريخ الإستراتيجية
 - 2.1.3. تطبيق الاستراتيجية على التخصصات الاجتماعية الأخرى
 - 3.1.3. الاعتراف العلمي بالاستراتيجية
- 2.3. التفكير الاستراتيجي
 - 1.2.3. البعد الاستراتيجي
 - 2.2.3. ما هي الخطة الاستراتيجية ؟
 - 3.2.3. الهيكل
- 3.3. الاتصال الاستراتيجي مقابل أنواع الاستراتيجيات
 - 1.3.3. سمات الاتصال الاستراتيجي
 - 2.3.3. استراتيجيات التواصل
 - 3.3.3. أنواع الاستراتيجيات
- 4.3. تنفيذ عملية تخطيط الإعلانات
 - 1.4.3. تاريخ التخطيط الإعلاني
 - 2.4.3. ماذا يفعل المُخطط ؟
 - 3.4.3. المخطط في سير عمل الوكالة
 - 4.4.3. إدارة الحساب والتخطيط
- 5.3. النموذج العام لتطوير العمل
 - 1.5.3. أمر المعلن
 - 2.5.3. العملية الاستراتيجية
 - 3.5.3. الاستشارات الاستراتيجية
- 6.3. الوسائل التقليدية
 - 1.6.3. الانتقال إلى البيئات الاجتماعية
 - 2.6.3. الوسائل الهجينة
 - 3.6.3. الانترنت
 - 4.6.3. حالة Orbyt
- 7.3. التخطيط في الوسائل الرقمية
 - 1.7.3. لحظة اتخاذ قرار الشراء
 - 2.7.3. التمركز على الانترنت:
 - 3.7.3. الأشكال
 - 4.7.3. استراتيجيات العلامة التجارية
 - 5.7.3. القياسات
 - 6.7.3. التجارة الإلكترونية والاجتماعية

- 8.3. الخطة الإستراتيجية في 7 خطوات
 - 1.8.3. تحليل العلامة التجارية
 - 2.8.3. تحديد الهدف
 - 3.8.3. وضع أهداف
 - 4.8.3. تحديد عرض القيمة التفاضلية للعلامة التجارية
 - 5.8.3. اختيار قنوات الاتصال
 - 6.8.3. إنشاء تقويم الحملة
 - 7.8.3. تحليل وقياس النتائج
- 9.3. مستقبل التخطيط
 - 1.9.3. الماضي
 - 2.9.3. الحاضر
 - 3.9.3. المستقبل
- 10.3. الجمهور
 - 1.10.3. نطاقات زمنية لجمهور التلفزيون
 - 2.10.3. وقت الذروة (Prime time) على التلفزيون
 - 3.10.3. Gpr's

تجربة التدريب فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز
تطورك المهني وتحقيق قفزة حاسمة"



المنهجية

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

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

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





منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

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



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

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

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر 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 يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات
جديدة في بيئات غير مستقرة
ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية"



كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



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



منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الإنترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

في عام 2019، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية متفوقين بذلك على جميع الجامعات الافتراضية الناطقة باللغة الإسبانية في العالم.

في TECH تتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدراء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

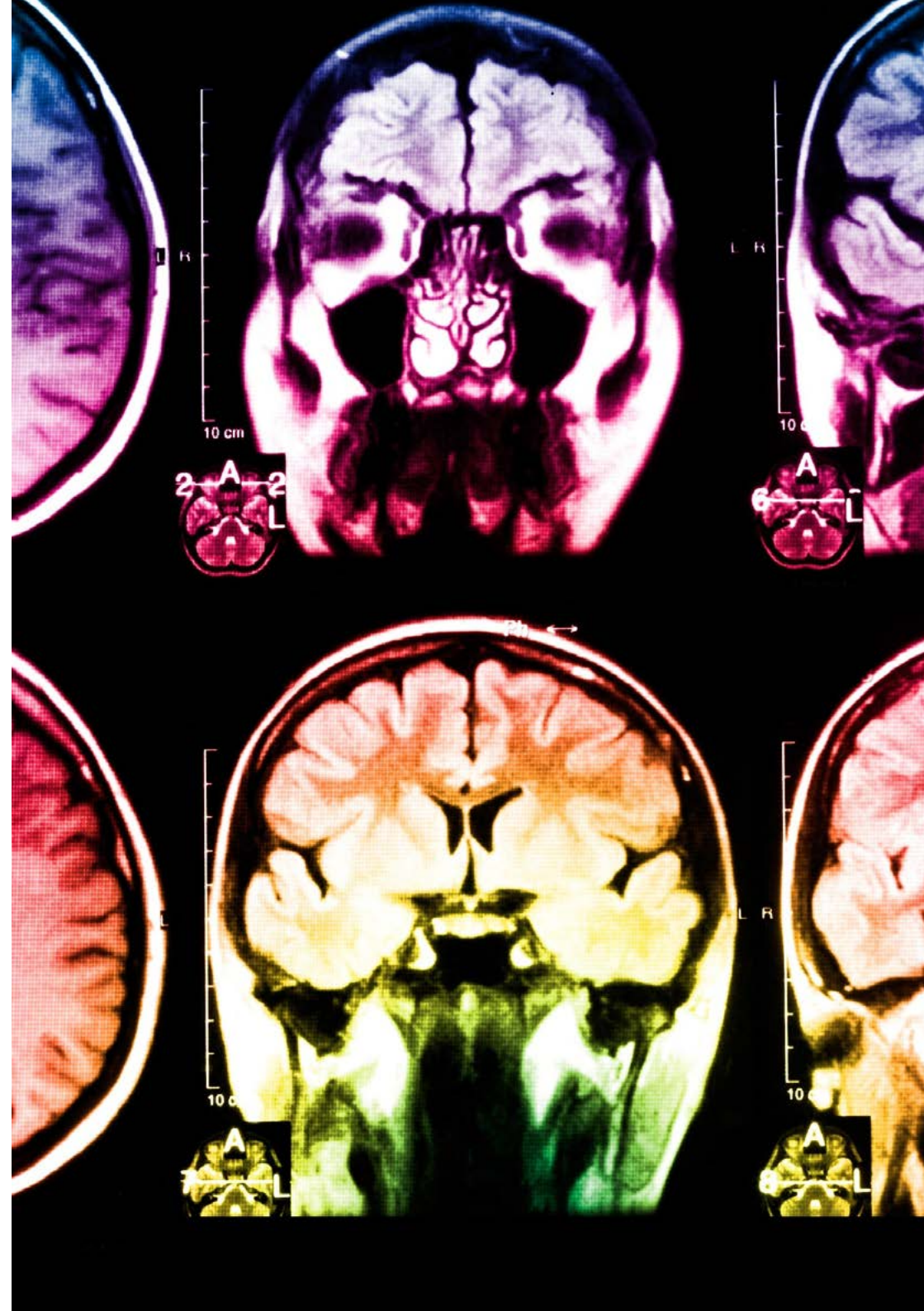
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم 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.

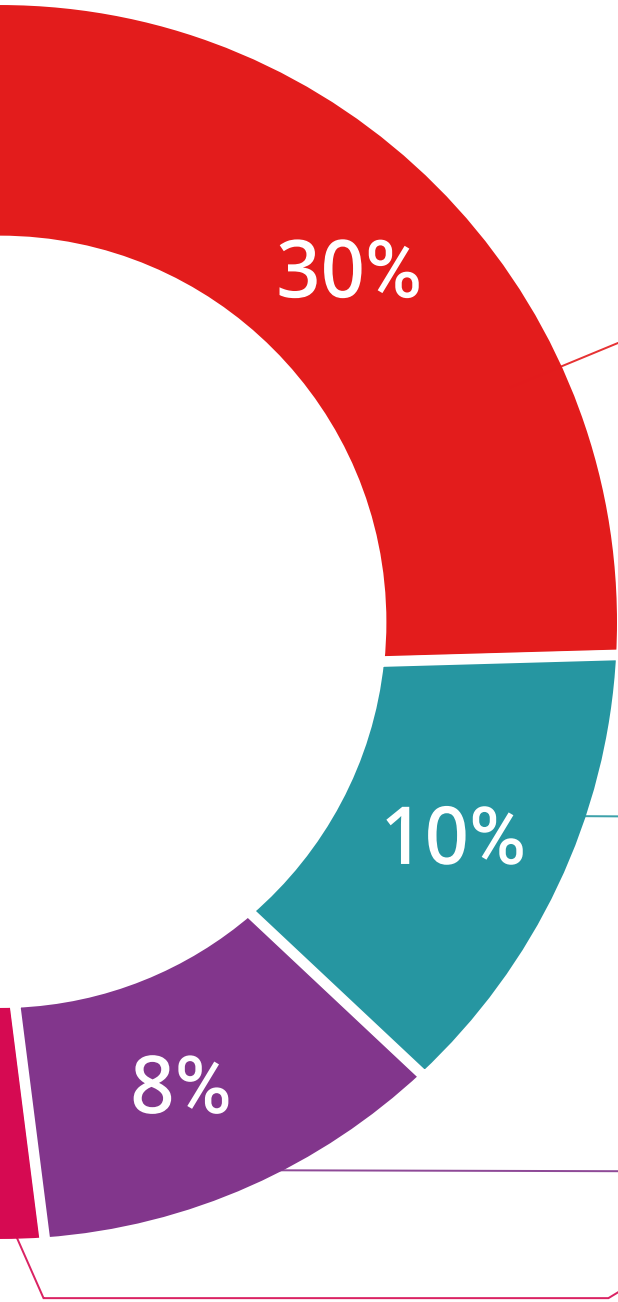
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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

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



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطالب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات والكفاءات



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

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



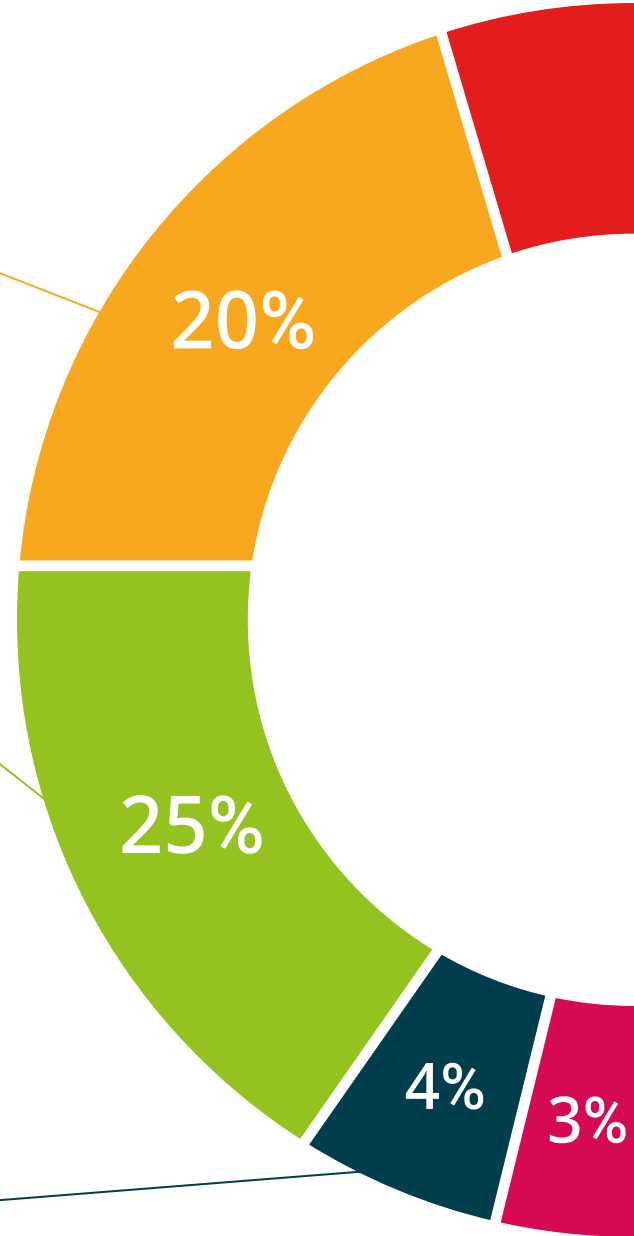
ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية"



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



المؤهل العلمي

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في تخطيط الوسائل الإعلانية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدثاً، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في تخطيط الوسائل الإعلانية على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق. بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

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

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في تخطيط الوسائل الإعلانية
عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 450 ساعة



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

tech الجامعة
التكنولوجية

الحاضر

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية

تخطيط الوسائل الإعلانية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية تخطيط الوسائل الإعلانية