

# شهادة الخبرة الجامعية إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## شهادة الخبرة الجامعية إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertisement-advertising-communication](http://www.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertisement-advertising-communication)

# الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 16

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 30

# المقدمة

مع تقدم التكنولوجيات الجديدة واستخدام الإنترنت، اضطرت الشركات إلى استكشاف طرق جديدة للتعريف بمنتجاتها. نتيجة لذلك، يتزايد عدد المؤسسات التي تطلب عمالاً مبتكرين. من هذا المنطلق، يواجه المتخصصون في مجال الاتصالات تحدياً يتمثل في تطوير استراتيجيات إبداعية لجذب انتباه المستهلكين وتمييز أنفسهم عن منافسيهم. في هذا السياق، تقدم TECH برنامجًا ثوريًا يوفر مفاتيح نقل الرسائل بفعالية ويضمن نجاح الحملات الإعلانية. بالإضافة إلى ذلك، تتيح مواردها المتاحة 100% عبر الإنترنت للطلاب الالتحاق بالدورة التدريبية بكل أريحية باستخدام جهاز متصل بالإنترنت فقط.





مع TECH سوف تتقن أفضل الاستراتيجيات  
الإبداعية للتواصل مع المستهلكين بفعالية"



تحتوي هذه شهادة الخبرة الجامعية في إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير دراسات الحالة التي يقدمها خبراء في إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية
- ♦ جمع المعلومات المحدثة والتطبيقية المتعلقة بالتخصصات الضرورية من أجل الممارسة المهنية، والتي تشكل جزءاً من المحتويات الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي صمم بها
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها على المنهجيات المبتكرة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

أحد التحديات الرئيسية التي تواجه الإعلان هو تحقيق الإبداع في مجتمع يبدو أن كل شيء فيه قد تم اختراعه. من هنا تأتي حاجة المؤسسات إلى تنفيذ استراتيجيات تهدف إلى جذب اهتمام المستخدمين وتمييز نفسها عن المنافسين. مع وضع كل ذلك في الاعتبار، فإن المتخصصين في هذا القطاع لديهم مهمة الابتكار من خلال تقنيات قادرة على إقناع المستهلكين وإدهاشهم.

إدراكاً منها لهذا الواقع، طبقت TECH منهجاً مبتكراً يعمل كدليل للطلاب لتطوير حملات إعلانية ناجحة. تحقيقاً لهذه الغاية، تتم دراسة التقنيات الأكثر تقدماً في مجالات مثل الإعلان والتسويق marketing كما نوقشت أهمية معرفة الهدف وتحليل بيانات الجمهور المستهدف للكشف عن احتياجاته أو فهم كيفية تصرفه. بالإضافة إلى ذلك، يتم تقديم إرشادات لإنشاء محتوى مؤثر يعتمد على كل من السرد العاطفي والمحتوى المرئي اللافت للنظر. كما أنه يتعمق في خطوات تطوير علامة تجارية شخصية مناسبة في بيئة رقمية دائمة التغير.

علو على ذلك، تم وضع الموارد الأكاديمية لهذا البرنامج من قبل مجموعة من المعلمين ذوي الخبرة المهنية الواسعة. بفضل خبراتهم، فإنهم يجلبون أحدث المعارف وأحدث تقنيات الإعلان إلى المنهج الدراسي.

بالإضافة إلى ذلك، تتميز الشهادة الجامعية بمنهجية 100% إلكترونية، حيث سيكمل الخريجون البرنامج بكل أريحية، إذ لن يحتاجوا سوى جهاز متصل بالإنترنت لتحليل محتوياته. في الوقت نفسه، يتم دعم المنهج الدراسي من خلال نظام التعليم المبتكر إعادة التعلم (المعروف بـ Relearning): وهو أسلوب يوفر إتقان المفاهيم المعقدة من خلال التكرار المستمر والتدريجي. في الوقت نفسه، فإنه يُدخل مواقف من الحياة الواقعية في عملية التعلم بحيث يتم اكتساب الكفاءات بشكل طبيعي، دون بذل جهد إضافي في الحفظ.



بفضل هذا البرنامج ستحقق أقصى استفادة ممكنة من إبداعك وتصميم إعلانات مبتكرة لتمييز في مجال الإعلانات”



مع TECH سوف تتعمق أكثر في الدعاية المجانية وتجعل العلامات التجارية تصبح أخباراً.

بفضل هذا التدريب ستكون على اطلاع دائم بالاتجاهات الجديدة في مجال البحث الإبداعي.

ستتعرف من خلال هذا البرنامج على كيفية التأثير على رغبات المستهلكين واحتياجاتهم"



البرنامج يضم أعضاء هيئة تدريس محترفين يصون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

سيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلّم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

# الأهداف

من خلال شهادة الخبرة الجامعية هذه، سيتمكن الطلاب من تنفيذ استراتيجيات إبداعية في الإعلانات. بالتالي، سينتج الخريجون في السوق لجذب المزيد من اهتمام المستخدمين وسيتمكنون من تمييز أنفسهم عن المنافسين. لتحقيق هذا الهدف، يتم دعم المسار الأكاديمي بهيئة تدريس متخصصة في قطاع الإعلان. بهذه الطريقة، سيكون الطلاب مؤهلين لتصميم خطط اتصال متطورة للتميز في هذا القطاع الذي يوفر العديد من فرص العمل.



بفضل TECH، ستتمكن من تنفيذ تقنيات مبتكرة  
في الإعلانات تجذب المستهلكين وتحافظ بهم"



## الأهداف العامة



- ♦ التعرف بعمق على المشاريع ذات القيمة الجديدة للاتصالات التجارية
- ♦ تطوير مهارات التواصل الإبداعي لتحسين العلاقة بين العلامة التجارية والمستهلك
- ♦ إظهار رؤية الإبداع كعامل تعاوني في تطوير الاتصال
- ♦ تدريب المهني، من خلال المهارات اللازمة، لتحسين حل المشكلات وتطوير المهارات المهنية الأساسية
- ♦ التعرف بشكل متعمق على العلاقة بين المبدع وبقية الوكلاء الذين يشاركون في إنشاء الاتصالات التجارية
- ♦ إظهار وتقدير الاتجاهات الجديدة التي سيواجهها المحترفون في هذا القطاع الآن وفي المستقبل

سوف تُطلق العنان لإبداعك وتقود حملات ناجحة لأعرق الشركات من خلال TECH



## الأهداف المحددة



### الوحدة 1. كيفية إنشاء الإعلانات

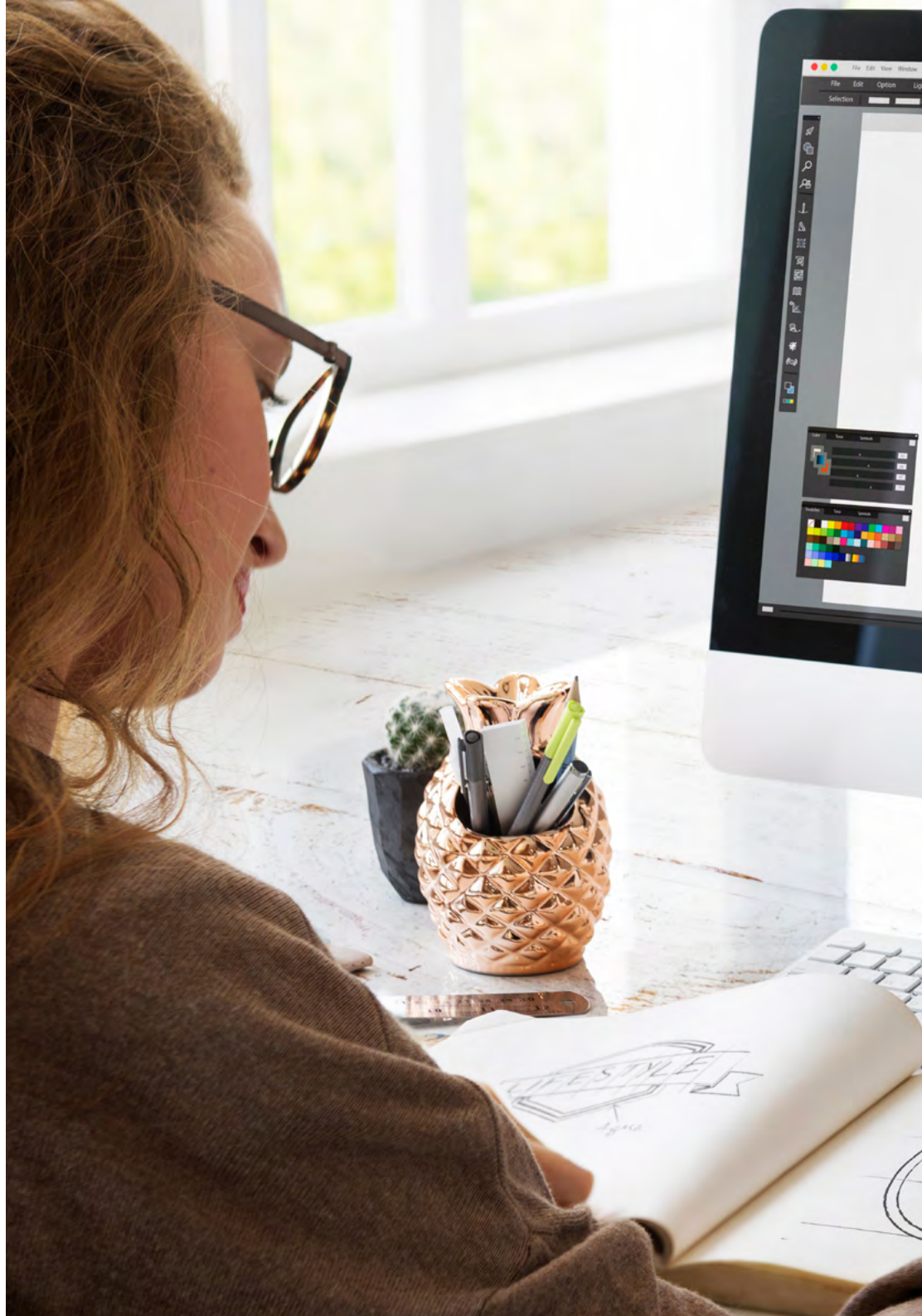
- ♦ شرح كيفية عمل التفكير الإبداعي الإعلاني وأهميته الاستراتيجية
- ♦ تحليل مفصل للجمهور المستهدف واستخدام البصيرة في الإعلانات
- ♦ فهم كيفية تنظيم الرسالة الإعلانية
- ♦ استكشاف مساحات متنوعة للإبداع في التواصل
- ♦ تسليط الضوء على أهمية الإخراج الفني وتنفيذه مع احترام أسلوب العلامة التجارية
- ♦ لمحة عن مستقبل البحث الإبداعي

### الوحدة 2. كيفية إنشاء علامة تجارية

- ♦ تحليل النماذج الإعلانية النفسية
- ♦ استكشاف التيارات الإبداعية في مجال الإعلانات
- ♦ شرح أهمية وفائدة العلامة التجارية
- ♦ معالجة المفاهيم الأساسية في بناء العلامة التجارية
- ♦ تقديم الخطوات المنطقية في بناء العلامة التجارية
- ♦ اظهار الاختلافات بين slogan claim
- ♦ تحليل الإبداع في التخطيط الإعلامي
- ♦ اكتشاف سياق العلامة التجارية الحالي

### الوحدة 3. العلامات التجارية الشخصية والحملات السياسية

- ♦ دراسة تطوير العلامة التجارية الشخصية والاستراتيجيات المطبقة على الحملات السياسية
- ♦ اكتشاف أهمية العلامة التجارية الشخصية وكيفية الترويج لها بطريقة مبتكرة
- ♦ تعميق استراتيجيات العلامات التجارية الشخصية
- ♦ استراتيجيات الربط الشبكي الإبداعي
- ♦ تعلم التخطيط للحملات السياسية
- ♦ معرفة قدرات المرشح





# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتمثل أحد الأهداف الرئيسية لـ TECH في تقديم برامج قائمة على التميز. لهذا السبب، قامت بدمج أفضل المتخصصين في قطاع الإعلان في هذا البرنامج. بالتالي، فإن شهادة الخبرة الجامعية هذه لديها هيئة تدريس تتمتع بخبرة عملية واسعة في هذا المجال. بفضل معرفتهم ومهاراتهم، تم تطوير موارد تعليمية توفر التقنيات المثلى لتعزيز الإبداع أثناء عملية الإعلان.



tech

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية | 13



ستتمكن في TECH من توسيع معارفك بمساعدة  
طاقم تدريس مرموق يضمن لك التعلم الفعال“



## هيكـل الإدارة

### أ. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ المدير الإبداعي في El Factor H
- ♦ مدير التسويق في La Ibense
- ♦ المدير الإبداعي للأحداث في Beon Worldwide
- ♦ مدير محتوى Branded Content في Mettre و Atrium Digital
- ♦ المدير الإبداعي في فريق الاتصال وBSB وFCA BMZ Cid وفي
- ♦ متحدث في الماجستير في إدارة الأعمال والاتصال المؤسسي بجامعة إشبيلية
- ♦ مؤلف مشارك لكتاب كيفية إنشاء علامة تجارية. دليل الاستخدام والإدارة

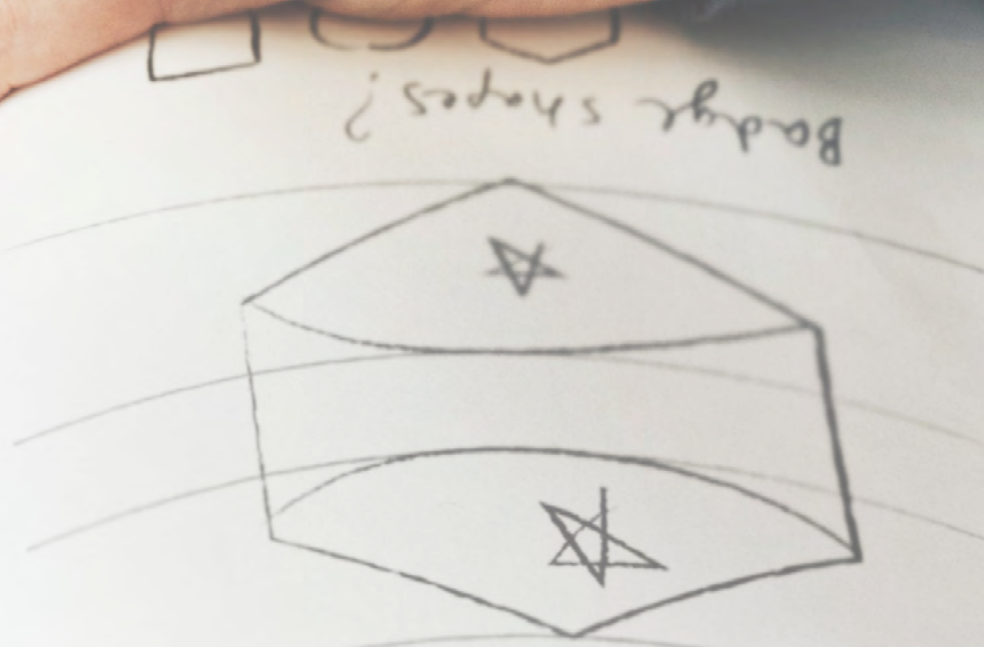






# الهيكل والمحتوى

يغطي برنامج شهادة الخبرة الجامعية في إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية برنامجاً كاملاً مكوناً من 3 وحدات دراسية. بالتالي، فإن هذا المنهج الديناميكي يضمن للطلاب توسيع معارفهم لتحقيق نقلة نوعية في مهنتهم. بهذه الطريقة، يكتسب الخريجون المهارات اللازمة لتنفيذ الأعمال الإبداعية التي تهدف إلى جذب اهتمام مختلف الجماهير. نتيجةً لذلك، تتاح لهم الفرصة للانضمام إلى أكثر المؤسسات المرموقة لقيادة حملات توامل ناجحة.



بفضل برنامج TECH، ستتمكن من تطبيق  
العمليات الإبداعية في قطاع الاتصالات  
والانضمام إلى أشهر الشركات"



## الوحدة 1. كيفية إنشاء الإعلانات

- 1.1. كيف يفكر المبدع الإعلاني
    - 1.1.1. كيف تفكر باحترافية
    - 2.1.1. الجوانب التي يجب مراعاتها عند إنشاء الإعلان
    - 3.1.1. قيمة الذكاء العاطفي في الإبداع الإعلاني
    - 4.1.1. ما يريده الجمهور، عادةً
  - 2.1. الأهمية الاستراتيجية للاستهداف
    - 1.2.1. الدافع الأساسي
    - 2.2.1. كيفية تحليل بيانات الجمهور المستهدف
    - 3.2.1. أمثلة على ملفات تعريف الإعلانات الشائعة المستهدفة
    - 4.2.1. أمثلة على الملامح النفسية
    - 5.2.1. مثال على البيانات السلوكية على الإنترنت
    - 6.2.1. insight في الحماية والإعلان
  - 3.1. كيفية تنظيم الرسالة
    - 1.3.1. محور التواصل
    - 2.3.1. مفهوم الاتصال
    - 3.3.1. مخطط الإرسال
  - 4.1. أين تبذل في التواصل
    - 1.4.1. الاسم
    - 2.4.1. العنوان الرئيسي
    - 3.4.1. البقعة
    - 4.4.1. الإعلان الإذاعي
    - 5.4.1. الإعلانات الخارجية
  - 5.1. الإخراج الفني
    - 1.5.1. كم عدد العناصر
    - 2.5.1. التسلسل الهرمي للحجم
    - 3.5.1. علم؟
    - 4.5.1. توفير التكاليف
    - 5.5.1. نمط العلامة التجارية
    - 6.5.1. الواضح
    - 7.5.1. التوليف
    - 8.5.1. إذا لم يساهم في ذلك، فهو غير كافٍ
- 6.1. التقنيات الإبداعية
    - 1.6.1. مفاتيح الإعلان
    - 2.6.1. الأنواع والأساليب الإعلانية
  - 7.1. كيفية إنشاء publicity
    - 1.7.1. كيفية الحصول على إعلانات مجانية
  - 8.1. الإبداع الرقمي
    - 1.8.1. الإبداع الرقمي
    - 2.8.1. ما هو الإعلان الرقمي؟
    - 3.8.1. عرض الإعلانات
    - 4.8.1. إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي
    - 5.8.1. إعلانات الفيديو
    - 6.8.1. التسويق marketing المؤثر
    - 7.8.1. الإعلان في تطبيقات الهاتف المحمول
    - 8.8.1. الإعلانات الأصلية
    - 9.8.1. الإعلان عبر البريد الإلكتروني
    - 10.8.1. الإعلان المبرمج
  - 9.1. كيفية إنشاء إعلانات إبداعية
    - 1.9.1. يجب أن نفاجئ
    - 2.9.1. أنواع الإعلانات الإبداعية
    - 3.9.1. التحرير أم التأمل؟
    - 4.9.1. سرد القصص
    - 5.9.1. إعلان السيد Bean
    - 6.9.1. الإبداع رفاهية
    - 7.9.1. كيفية الإعلان عن كتاب يعلمك كيفية إنشاء الإعلانات
  - 10.1. مستقبل البحث الإبداعي
    - 1.10.1. الذكاء الاصطناعي
    - 2.10.1. الواقع الافتراضي والواقع المعزز
    - 3.10.1. التعاون عبر الإنترنت
    - 4.10.1. البحث المستند إلى البيانات
    - 5.10.1. كيف يجب على مبدع المستقبل أن يتعامل مع الحملة الإعلانية



- 7.2 استراتيجيات المحتوى الإبداعي
  - 1.7.2 الاختلافات بين استراتيجية الإعلان واستراتيجية التسويق
  - 2.7.2 استراتيجية تسويق المحتوى
  - 3.7.2 استراتيجيات تسويق المحتوى الإبداعي
  - 4.7.2 المنصات الجديدة والتنسيقات الناشئة
- 8.2 الإبداع في التخطيط الإعلامي
  - 1.8.2 التخطيط الإعلامي
  - 2.8.2 تخطيط محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
  - 3.8.2 إنشاء للهاتف المحمول
  - 4.8.2 التصميم لألعاب الفيديو
  - 5.8.2 القنوات الحالية
- 9.2 أنواع المحتوى الإعلاني
  - 1.9.2 المحتوى المدعوم
  - 2.9.2 ربط العلامات التجارية بالمحتوى الكلي
  - 3.9.2 إنشاء websites القائمة على المحتوى السمعي البصري
  - 10.2 سياق العلامة التجارية الحالي
    - 1.10.2 الحاجة إلى إنشاء محتوى
    - 2.10.2 كيفية إيصال المحتوى الجيد إلى الجمهور المستهدف
    - 3.10.2 الاختلافات بين الإعلان والمحتوى
    - 4.10.2 أوجه التشابه بين الإعلان والمحتوى

### الوحدة 3. العلامات التجارية الشخصية والحملات السياسية

- 1.3 العلامة التجارية الشخصية
  - 1.1.3 عجلة العلامة التجارية الشخصية
  - 2.1.3 العلامة التجارية الشخصية الإبداعية
  - 3.1.3 الأمثلة
- 2.3 تطوير العلامة التجارية الشخصية
  - 1.2.3 تحديد المواقع
  - 2.2.3 storytelling
  - 3.2.3 الشبكات الاجتماعية
  - 4.2.3 الإعلان والترويج الذاتي

### الوحدة 2. كيفية إنشاء علامة تجارية

- 1.2 النماذج الإعلانية النفسية
  - 1.1.2 النماذج الكلاسيكية
  - 2.1.2 النماذج السلوكية
- 2.2 التيارات الإبداعية في الإعلانات
  - 1.2.2 ما هي التيارات
  - 2.2.2 أمثلة على المنتجات مقابل العلامات التجارية
- 3.2 ما هي العلامة التجارية
  - 1.3.2 الخدمات
  - 2.3.2 كيف تنشأ الحاجة
  - 3.3.2 الاختلافات بين الشعار والعلامة التجارية
  - 4.3.2 أصل العلامات التجارية
  - 5.3.2 عجلة العلامة التجارية
  - 6.3.2 قضية Apple
  - 7.3.2 تنسيق العلامة التجارية
- 4.2 السلم المنطقي في بناء العلامة التجارية
  - 1.4.2 الاسم
  - 2.4.2 الخصائص
  - 3.4.2 الفوائد
  - 4.4.2 مجموعة
  - 5.4.2 الناطق الرسمي
  - 6.4.2 الأدوار
- 5.2 slogan claim
  - 1.5.2 slogan أو Claim للحملات الإعلانية
  - 2.5.2 Claims أو slogan لإنشاء المحتوى
  - 3.5.2 استراتيجية إعلانية ذات نهج إبداعي
  - 4.5.2 محاربة الشدائد
  - 5.5.2 التوازن بين المنتج والعلامة التجارية
- 6.2 الاستراتيجية الإبداعية
  - 1.6.2 متى تولد العلامة التجارية؟
  - 2.6.2 العلامة التجارية، الفرق
  - 3.6.2 استراتيجيات مبتكرة للتمييز بين نفسك

- 3.3 استراتيجيات Networking الإبداعي
  - 1.3.3 الفعاليات والمؤتمرات
  - 2.3.3 المجموعات والمجموعات عبر الإنترنت
  - 3.3.3 الشراكات
- 4.3 دليل الحملة السياسية
  - 1.4.3 تحليل الترشيح
  - 2.4.3 تحليل السياق
  - 3.4.3 الأهداف
- 5.3 تدريب المرشحين
  - 1.5.3 الذكاء العاطفي
  - 2.5.3 الذكاء الاجتماعي
  - 3.5.3 الموقف، والكفاءة، والرؤية، والأخطاء
- 6.3 الإستراتيجية
  - 1.6.3 أساسيات الحملة
  - 2.6.3 تحقيق الأهداف
  - 3.6.3 الجدول الزمني
  - 4.6.3 شخص مرافق
- 7.3 هوية العلامة التجارية
  - 1.7.3 المطالبة
  - 2.7.3 صورة بيانية
  - 3.7.3 فينتانا ديجيتال
  - 4.7.3 الدعاية
- 8.3 الموظفون
  - 1.8.3 الرؤية
  - 2.8.3 الأدوار
  - 3.8.3 الأمثلة
- 9.3 نموذج المشروع
  - 1.9.3 الركائز الموضوعية
  - 2.9.3 الدافع الأساسي
  - 3.9.3 الأمثلة
- 10.3 التعبئة
  - 1.10.3 الأفعال
  - 2.10.3 المد والجزر

بفضل منهج إعادة التعلم (المعروف بـ Relearning) من TECH، ستتعلم محتويات هذا البرنامج بطريقة سريعة ومرنة. لا تنتظر أكثر من ذلك وقم بالتسجيل!





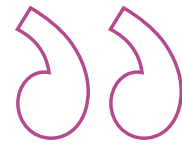
# المنهجية

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.

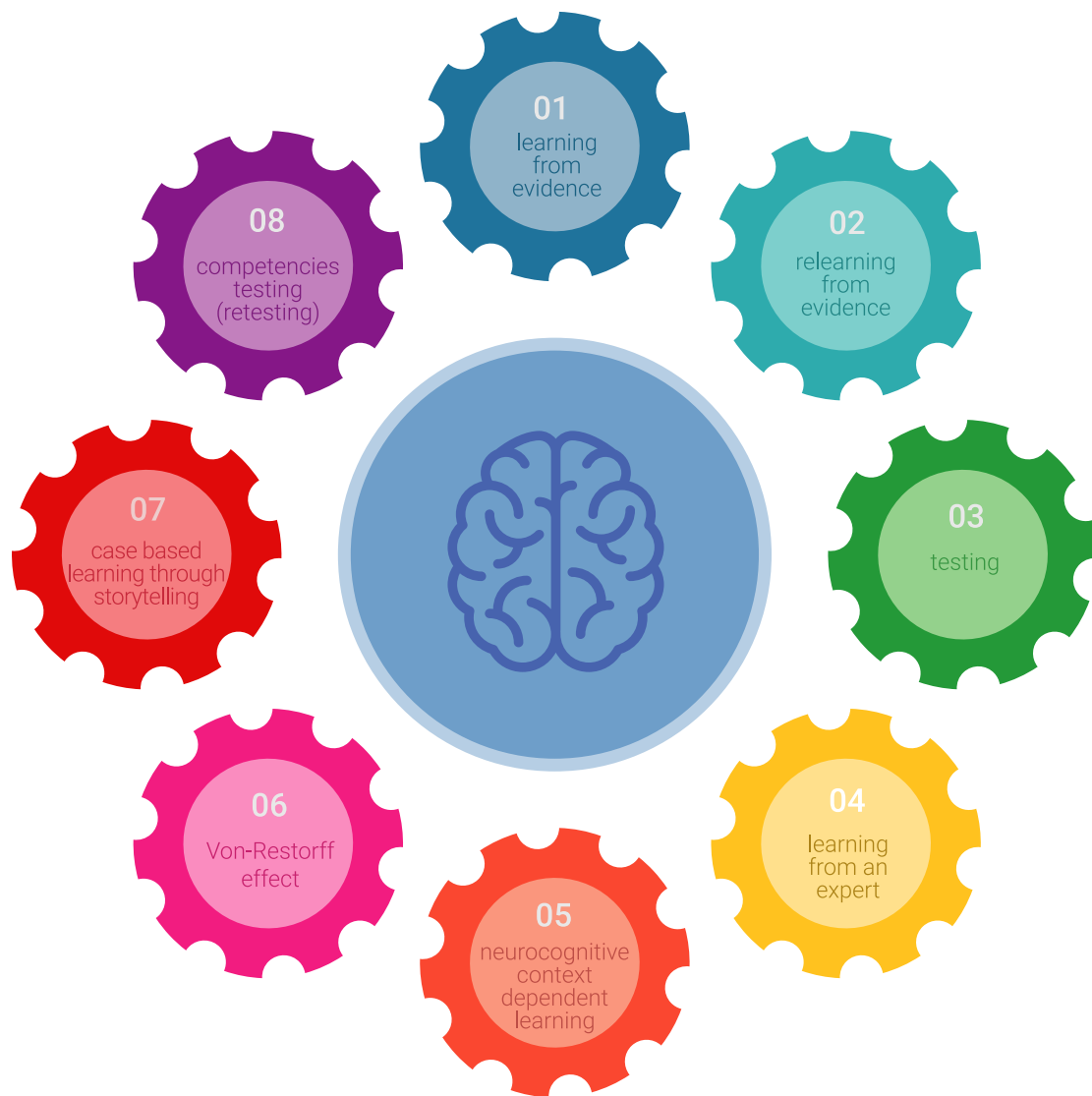
يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات  
جديدة في بيئات غير مستقرة  
ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية"

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.

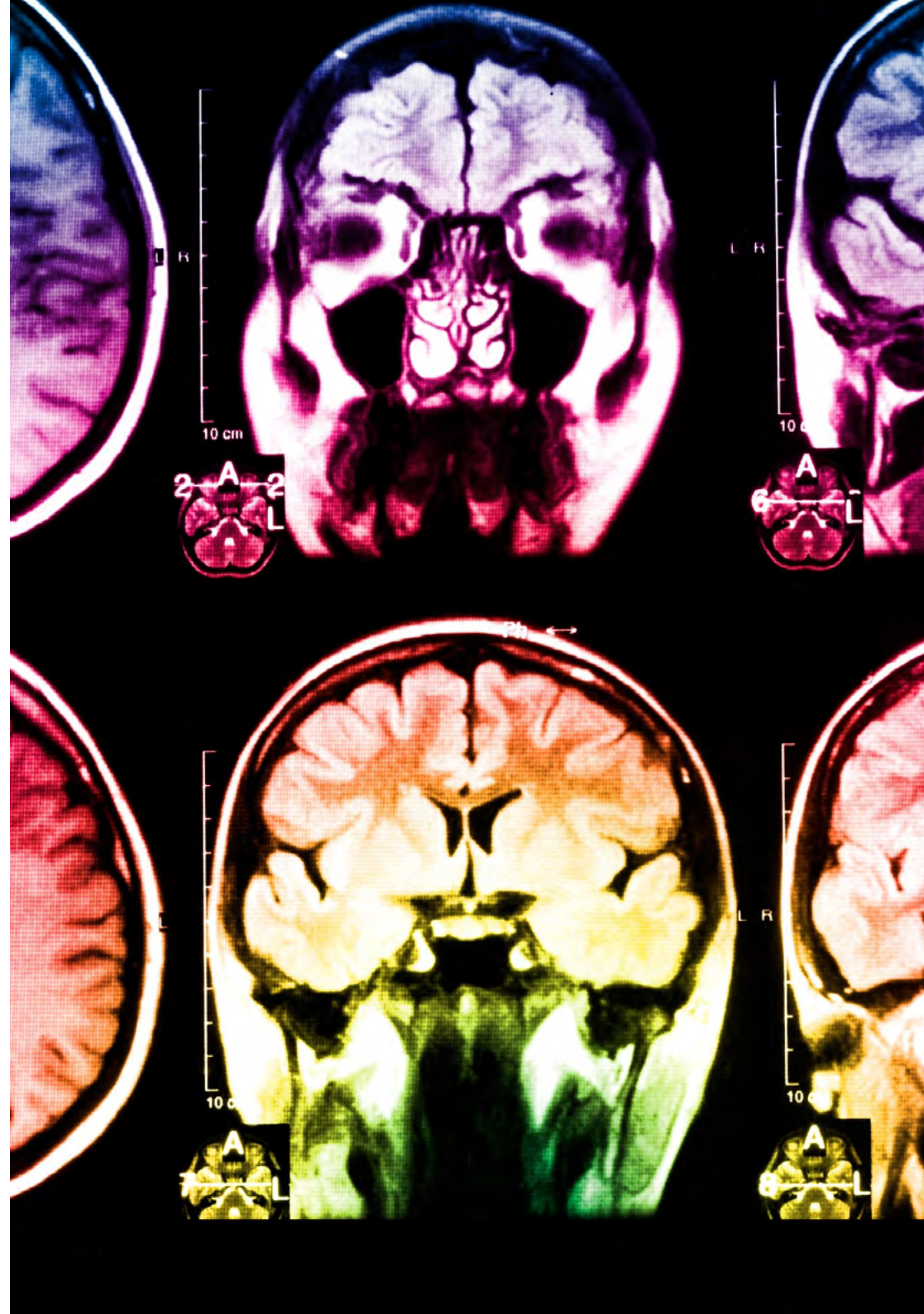


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة،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

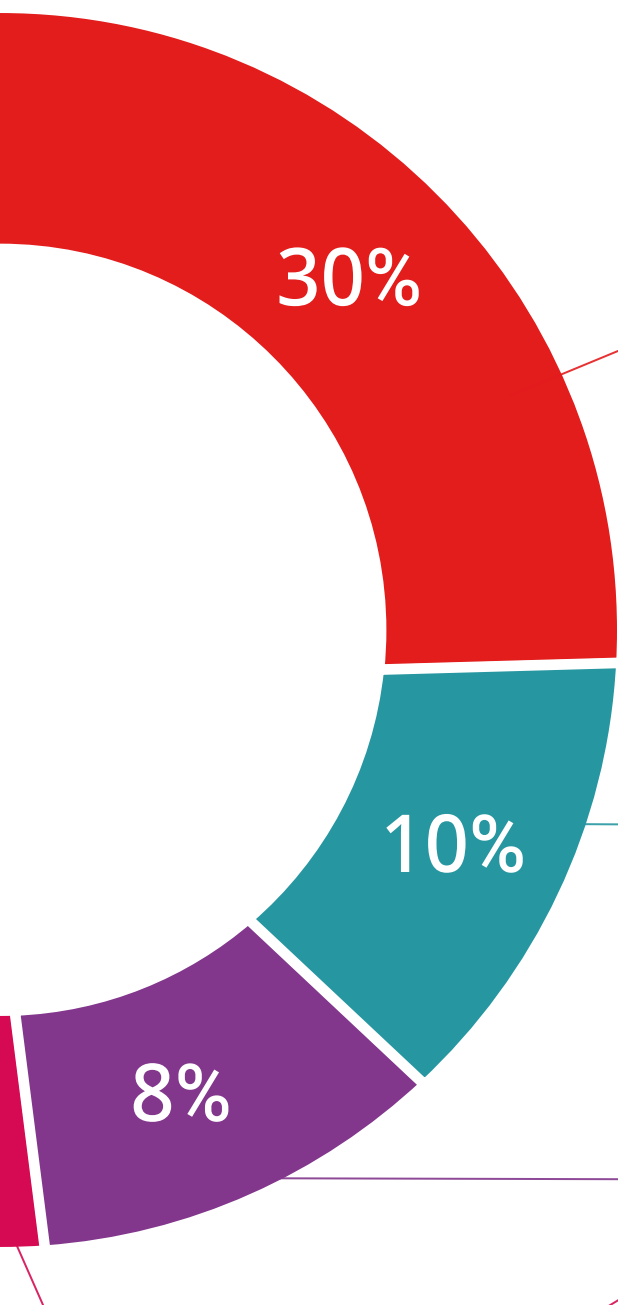
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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.

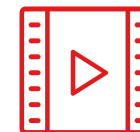
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



## يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



### المواد الدراسية



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

### 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 للاكتساب 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.



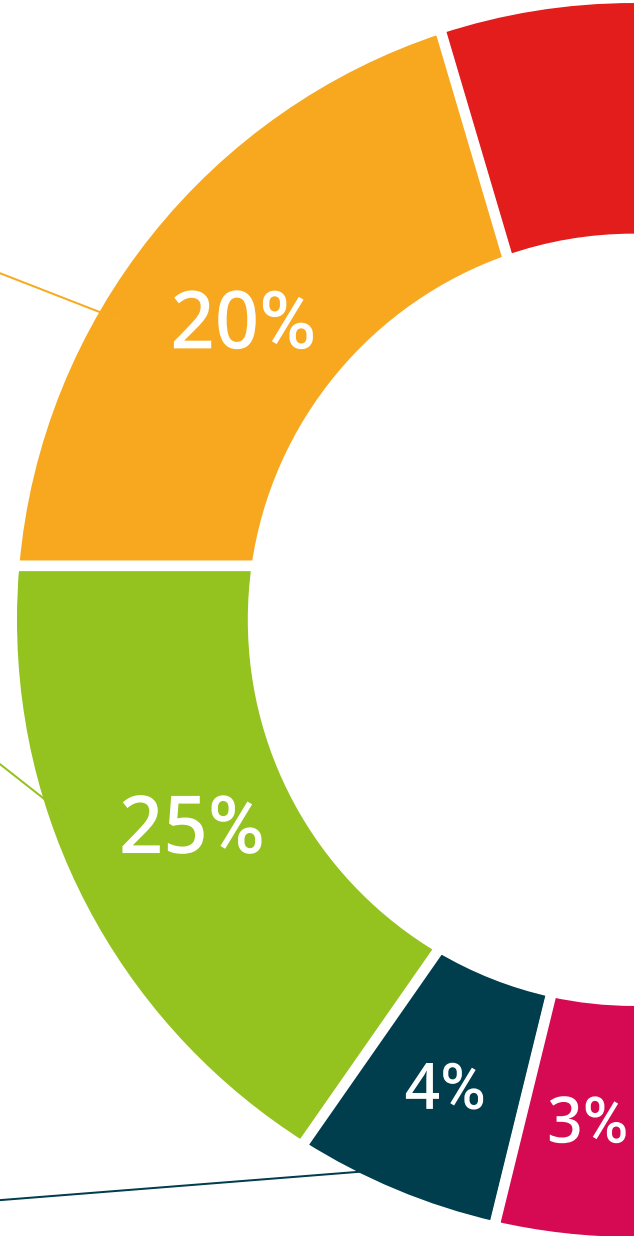
#### ملخصات تفاعلية

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 إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



أدرج في سيرتك الذاتية شهادة الخبرة الجامعية في الصحافة  
الدولية وكفاءاتك كخبير في هذا المجال المثير من العمل"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدثة 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 إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أشهر



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

المعرفة

إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية

التدريب الافتراضي

المؤسسات

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

الفصول الافتراضية

اللغات



# شهادة الخبرة الجامعية إنشاء الإعلانات والدعاية الإعلانية