

شهادة الخبرة الجامعية الإبداع الإعلاني





الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية الإبداع الإعلاني

« 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.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertising-creativity

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المؤهل العلمي

صفحة 26

04

المنهجية

صفحة 18

03

الهيكل والمحتوى

صفحة 12

المقدمة

يقدم برنامج الإبداع الإعلاني للطلاب نظرة مفصلة عن التفكير الإبداعي وتطبيقه في مجال الإعلان والعلاقات العامة. هكذا، من خلال هذا التدريب، سيكون الطالب قادرًا على فهم واستيعاب عملية الخلق في أي ظرف من ظروف الحياة، مع إيلاء اهتمام خاص للتواصل المقنع. بهذه الطريقة، سيتمكن الطالب من اكتساب الأدوات اللازمة للعمل بنجاح كمبدع إعلاني، والوصول إلى المناصب ذات الصلة في القطاع الذي سيتمكن فيه من المساهمة بكل قيمته حتى تحقيق الأهداف التي حددتها الشركة.



يعد المبدعون الإعلانيون أحد أكثر الملفات المهنية المطلوبة اليوم، حيث أن عملهم يساعد الشركات على زيادة دخلها"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في الإبداع الإعلاني على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ استخدام تقنيات أحدث التقنيات في برامج التدريس عبر الإنترنت
- ♦ نظام تعليمي مرئي , مكثف, مدعم بمحتوى 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

يعد الإبداع جانبًا أساسيًا في الإعلان، وهو قطاع يجب عليه دائمًا الابتكار لتوصيل رسالته إلى الجمهور بشكل فعال. لهذا السبب، فإن تخصص المهنيين في هذا المجال يكتسب أهمية كبيرة في مجتمع اليوم، الذي يعتمد بشكل متزايد على الإعلان، من خلال وسائل الإعلام المختلفة، لتوجيه أعماله التجارية.

لتحسين تأهيل المهنيين في هذا المجال، صممت TECH شهادة الخبرة الجامعية هذه بجودة تعليمية عالية، والذي بفضل سيكتسب الطلاب منظورًا واسعًا لكتابة النصوص الإعلانية وإمكانية معرفة الغرض من الإعلان الإعلاني. للقيام بذلك سيتم التطرق إلى سلسلة من القواعد والتحذيرات، والغرض منها هو جعل الكتابة فعالة واحترافية.

بالمثل، توفر TECH خلاصة وافية للمعرفة المتعلقة بكتابة النصوص الإعلانية، والتي ستسمح للطلاب بتعلم كيفية تطبيق وتحليل الخصائص التحريرية لكل رسالة من الرسائل المختلفة: الرسائل، والكتيبات، والإعلانات الصحفية، واللوحات الإعلانية، والإعلانات، وما إلى ذلك. سواء الجوانب النظرية أو الحالات العملية. من هناك، سيكون الطالب قادرًا على دمج المبادئ التوجيهية والمفاتيح والنماذج المرجعية التي تعلمها حول كتابة الإعلانات، في أحدث الوسائط والمنصات، والإنترنت والشبكات الاجتماعية، واكتساب المهارات التحريرية والقدرة على تطوير الخيال لإنشاء إبداعات أصلية. الأفكار في أي شكل إعلان.

هذا البرنامج مخصص خصيصًا لأولئك الذين يرغبون في أن يصبحوا مديرين فنيين في مجال الإعلان. إحدى الخصائص الرئيسية لهذا الملف المهني هو طموحه للتحسين المستمر في عمله، ولمعرفة، واستكشاف حدود التواصل لمفاجأة متلقي رسالته وإبهاره، لذلك سيكون هذا الخبير الجامعي جودة إضافية في تدريبهم، ووضع علامة قبل وبعد في طريقة عملهم.

إنه بلا شك برنامج سيكون علامة فارقة في تدريب الطلاب وأنه بالإضافة إلى ذلك سيكونون قادرين على الدراسة بالكامل عبر الإنترنت، وهي ميزة، قبل كل شيء، لأولئك الأشخاص الذين يتعين عليهم الجمع بين وقت دراستهم ووقتهم بقية التزاماتهم اليومية. يتم تحقيق هذه الطريقة الرقمية بفضل استخدام منهجيات التدريس الجديدة تمامًا، والتي تسهل الدراسة والتعلم.



التعرف على التحديات الرئيسية للإبداع الإعلاني وتطوير
المهارات اللازمة لإدارة نفسك بنجاح في هذا المجال"

شهادة الخبرة الجامعية ستقوم بتدريبك على العمل في قطاع الإعلان، وتطوير الجانب الأكثر إبداعًا لديك.

تلتزم TECH بالابتكار التكنولوجي والتدريس الرقمي باعتباره طريقة التعلم الرئيسية.

إذا كنت ترغب في الوصول إلى المناصب ذات الصلة في مجال الإعلان، فستكون شهادة الخبرة الجامعية هذه عنوانًا أساسيًا في سيرتك الذاتية”

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 الإتيان 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 الوسائط 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 في الإبداع الإعلاني من TECH هو تزويد الطلاب بالأدوات اللازمة، التقنية والشخصية، والتي ستكون أساسية لتطورهم المهني في قطاع الإعلان، مما يسمح لهم بتحقيق هذا المستوى من التميز الذي تطلبه الشركات في حاضر. بهذه الطريقة، سيحصل الطلاب على تدريب متميز يسمح لهم بتطوير مهاراتهم الأكثر إبداعًا لتصميم رسائل إعلانية ناجحة.

إذا كنت شغوفًا بالإعلان، فلا تفوت شهادة
الخبرة الجامعية هذه، حيث ستجد المفاتيح
اللازمة لتطوير الجانب الأكثر إبداعًا لديك"





- ♦ اكتساب المعرفة اللازمة لإجراء الاتصالات الإعلانية المناسبة باستخدام الأدوات الأكثر تقدمًا



مسار النمو المهني الذي سيدفعك نحو
زيادة القدرة التنافسية في سوق العمل"

الأهداف المحددة



الوحدة 1. إبداع الاتصالات

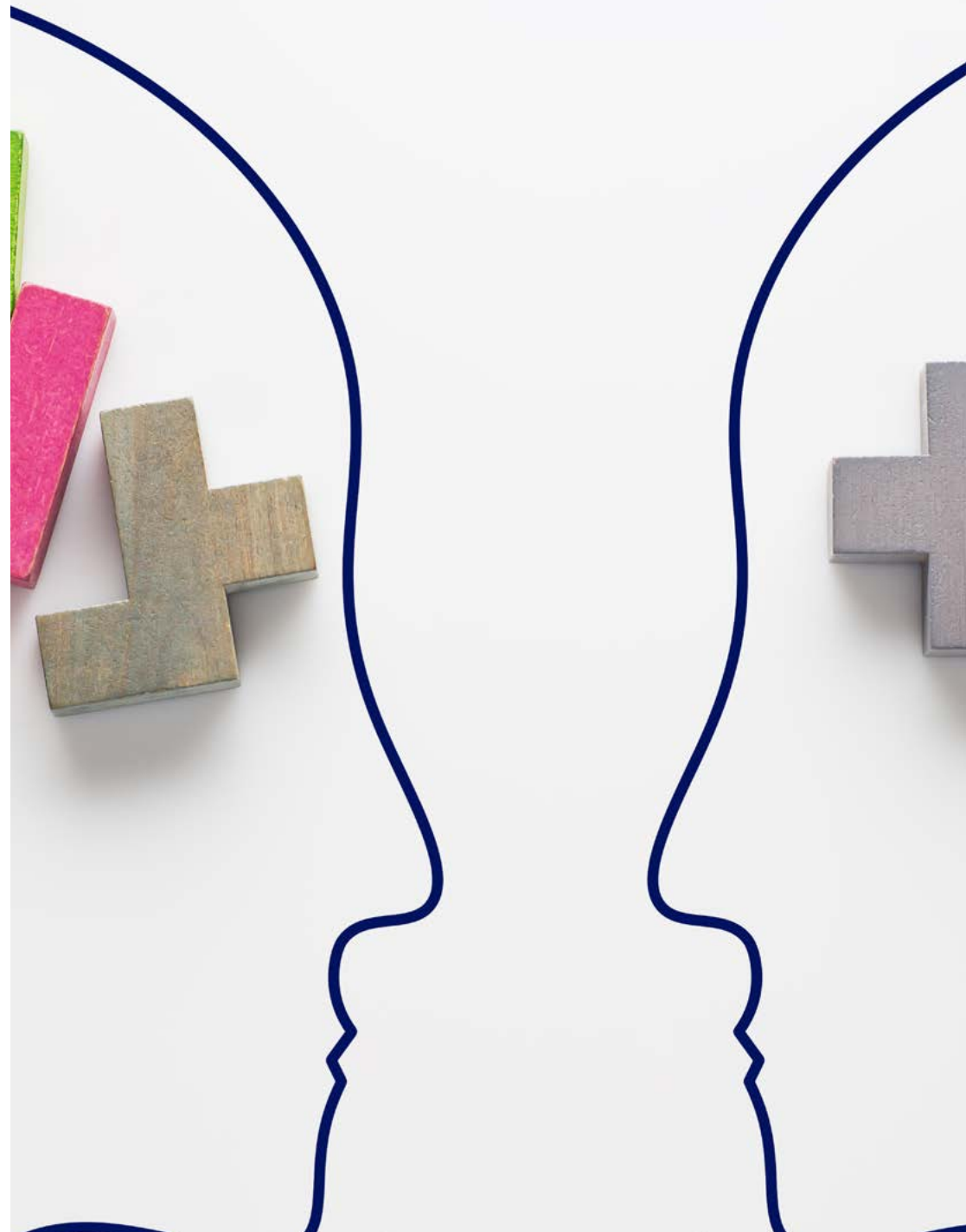
- ♦ التعرف على بنية وتحويل مجتمع اليوم في علاقته بعناصر وأشكال وعمليات الاتصال الإعلاني والعلاقات العامة
- ♦ تشجيع الإبداع والإقناع من خلال وسائط الإعلام المختلفة
- ♦ معرفة عناصر وأشكال وعمليات اللغات الإعلانية وغيرها من أشكال الاتصال المقنع
- ♦ معرفة الأدوات الهامة والمناسبة لدراسة الإعلانات والعلاقات العامة
- ♦ معرفة مجالات الإعلان 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 2. الإبداع الإعلاني 1: الصياغة

- ♦ معرفة كيفية استخدام تكنولوجيات وتقنيات المعلومات والاتصالات في مختلف وسائط الإعلام أو نظم وسائط الإعلام المشتركة والتفاعلية
- ♦ التعرف على عناصر وأشكال وعمليات اللغات الإعلانية وغيرها من أشكال الاتصال المقنع
- ♦ التعرف على الأدوات الهادفة والمناسبة لدراسة الإعلانات والعلاقات العامة
- ♦ معرفة كيفية تحليل العناصر التي تؤلف الرسالة الإعلانية: العناصر الرسومية والعناصر السمعية البصرية والعناصر الموسيقية والصوتية
- ♦ تولي الدور الإبداعي للمحرر داخل وكالة إعلانات أو قسم إعلانات في شركة أو مؤسسة
- ♦ القدرة على أداء الدور المهني لمحرر الإعلانات داخل وكالة إعلانات أو قسم إعلانات في شركة أو مؤسسة

الوحدة 3. الإعلان الإبداعي 2: اتجاه الفن

- ♦ فهم الطبيعة التواصلية وإمكانات الصور والتصميم الرسومي
- ♦ التعرف على عملية الإعلان الإبداعي
- ♦ إنتاج القطع الإعلانية في الوقت المناسب وبطريقة تتفق مع مواصفات مختلف أنواع الإعلانات والعلاقات العامة
- ♦ القدرة على القيام بالدور المهني للمدير الفني داخل وكالة إعلانية أو قسم إعلاني لشركة أو مؤسسة
- ♦ المشاركة في إنتاج الإعلانات السمعية البصرية
- ♦ تشجيع الإبداع والإقناع من خلال وسائط الإعلام المختلفة



الهيكل والمحتوى

تتمتع شهادة الخبرة الجامعية في الإبداع الإعلاني من TECH بمنهج دراسي جيد التنظيم في وحدات التدريس مما يجعل تعلم الطلاب أسهل. بهذه الطريقة، سيكونون قادرين على تحديث أنفسهم في قطاع شديد التنافسية يتطلب متخصصين مؤهلين ومطلعين على التقنيات الرئيسية في هذا المجال. برنامج فريد من نوعه، سواء من حيث جودة محتواه أو فريق التدريس الخاص به.



قم بجولة أكاديمية ناجحة للتعرف على المفاهيم
والاستراتيجيات الأكثر ابتكارًا في الإبداع الإعلاني"



الوحدة 1. الإبداع في الاتصالات

- 1.1.1. الخلق هو التفكير
- 1.1.1. فن التفكير
- 2.1.1. التفكير الإبداعي والإبداع
- 3.1.1. الفكر والدماع
- 4.1.1. مجالات البحث في الإبداع: المنهجية
- 2.1. طبيعة العملية الإبداعية
- 1.2.1. طبيعة الإبداع
- 2.2.1. مفهوم الإبداع: الإبداع والإبداع
- 3.2.1. خلق أفكار للتواصل المقنع
- 4.2.1. طبيعة العملية الإبداعية في الإعلان
- 3.1. الاختراع
- 1.3.1. تطور عملية الإنشاء وتحليلها التاريخي
- 2.3.1. طبيعة القانون الكلاسيكي للاختراع
- 3.3.1. الرؤية الكلاسيكية للإلهام في أصل الأفكار
- 4.3.1. الاختراع والإلهام والإقناع
- 4.1. البلاغة والتواصل المقنع
- 1.4.1. البلاغة والدعاية
- 2.4.1. الأجزاء الخطابية للتواصل المقنع
- 3.4.1. أرقام الكلام
- 4.4.1. القوانين والوظائف الخطابية للغة الإعلان
- 5.1. السلوك والشخصية الإبداعية
- 1.5.1. الإبداع كخاصية شخصية ومنتج وعملية
- 2.5.1. السلوك الإبداعي والتحفيز
- 3.5.1. الإدراك والتفكير الإبداعي
- 4.5.1. عناصر الإبداع
- 6.1. المهارات والقدرات الإبداعية
- 1.6.1. أنظمة الفكر ونماذج الذكاء الإبداعي
- 2.6.1. نموذج Guilford ثلاثي الأبعاد لبنية العقل
- 3.6.1. التفاعل بين عوامل وقدرات العقل
- 4.6.1. مهارات إبداعية
- 5.6.1. القدرات الإبداعية

- 7.1. مراحل العملية الإبداعية
- 1.7.1. الإبداع كعملية
- 2.7.1. مراحل العملية الإبداعية
- 3.7.1. مراحل العملية الإبداعية في الإعلان
- 8.1. حل المشاكل
- 1.8.1. الإبداع وحل المشاكل
- 2.8.1. الكتل الإدراكية والكتل العاطفية
- 3.8.1. منهجية الاختراع: البرامج والأساليب الإبداعية
- 9.1. أساليب الفكر الإبداعي
- 1.9.1. Brainstorming (العصف الذهني) كنموذج لخلق الأفكار
- 2.9.1. التفكير العمودي والتفكير الجانبي
- 3.9.1. منهجية الاختراع: البرامج والأساليب الإبداعية
- 10.1. الإبداع والاتصال الإعلاني
- 1.10.1. عملية الإنشاء كمنتج محدد للدعاية الإعلانية
- 2.10.1. طبيعة العملية الإبداعية في الإعلان: عملية إنشاء الإعلانات
- 3.10.1. المبادئ المنهجية وآثار إنشاء الإعلانات
- 4.10.1. إنشاء الإعلانات: من مشكلة إلى حل
- 5.10.1. الإبداع والتواصل المقنع

الوحدة 2. الإبداع الإعلاني 1: الصياغة

- 1.2. مفهوم الصياغة
- 1.1.2. الكتابة والكتابة
- 2.1.2. الكتابة والتفكير
- 3.1.2. الصياغة والنظام
- 2.2. أساسيات الكتابة الإعلانية
- 1.2.2. التصحيح
- 2.2.2. التكييف
- 3.2.2. الفعالية
- 3.2. خصائص افتتاحية الإعلان
- 1.3.2. الترشيح
- 2.3.2. تفكيك البنية
- 3.3.2. التركيز التعبيري

- 4.2. النص والصورة
 - 1.4.2. من النص إلى الصورة
 - 2.4.2. الوظائف النصية
 - 3.4.2. وظائف الصورة
 - 4.4.2. العلاقات بين النص والصورة
- 5.2. العلامة التجارية والشعار
 - 1.5.2. العلامة التجارية
 - 2.5.2. خصائص العلامة التجارية
 - 3.5.2. الشعار
 - 6.2. الإعلانات المباشرة
 - 1.6.2. المنشور
 - 2.6.2. الكتلوج
 - 3.6.2. المرفقات الأخرى
- 7.2. الإعلان في الصحافة: الإعلان عن الشكل الكبير
 - 1.7.2. الصحف والمجلات
 - 2.7.2. البنية الفوقية
 - 3.7.2. الخصائص الرسمية
 - 4.7.2. خصائص تحريرية
- 8.2. الإعلان الصحفي: تنسيقات أخرى
 - 1.8.2. الإعلانات بالكلمات
 - 2.8.2. البنية الفوقية
 - 3.8.2. المطالبة
 - 4.8.2. البنية الفوقية
- 9.2. الإعلانات الخارجية
 - 1.9.2. الأشكال
 - 2.9.2. الخصائص الرسمية
 - 3.9.2. خصائص تحريرية
- 10.2. إعلانات الراديو
 - 1.10.2. لغة الراديو
 - 2.10.2. الإعلان مسجل مسبقاً في الراديو
 - 3.10.2. البنية الفوقية
 - 4.10.2. أنواع الإعلانات مسجلة مسبقاً
 - 5.10.2. الخصائص الرسمية



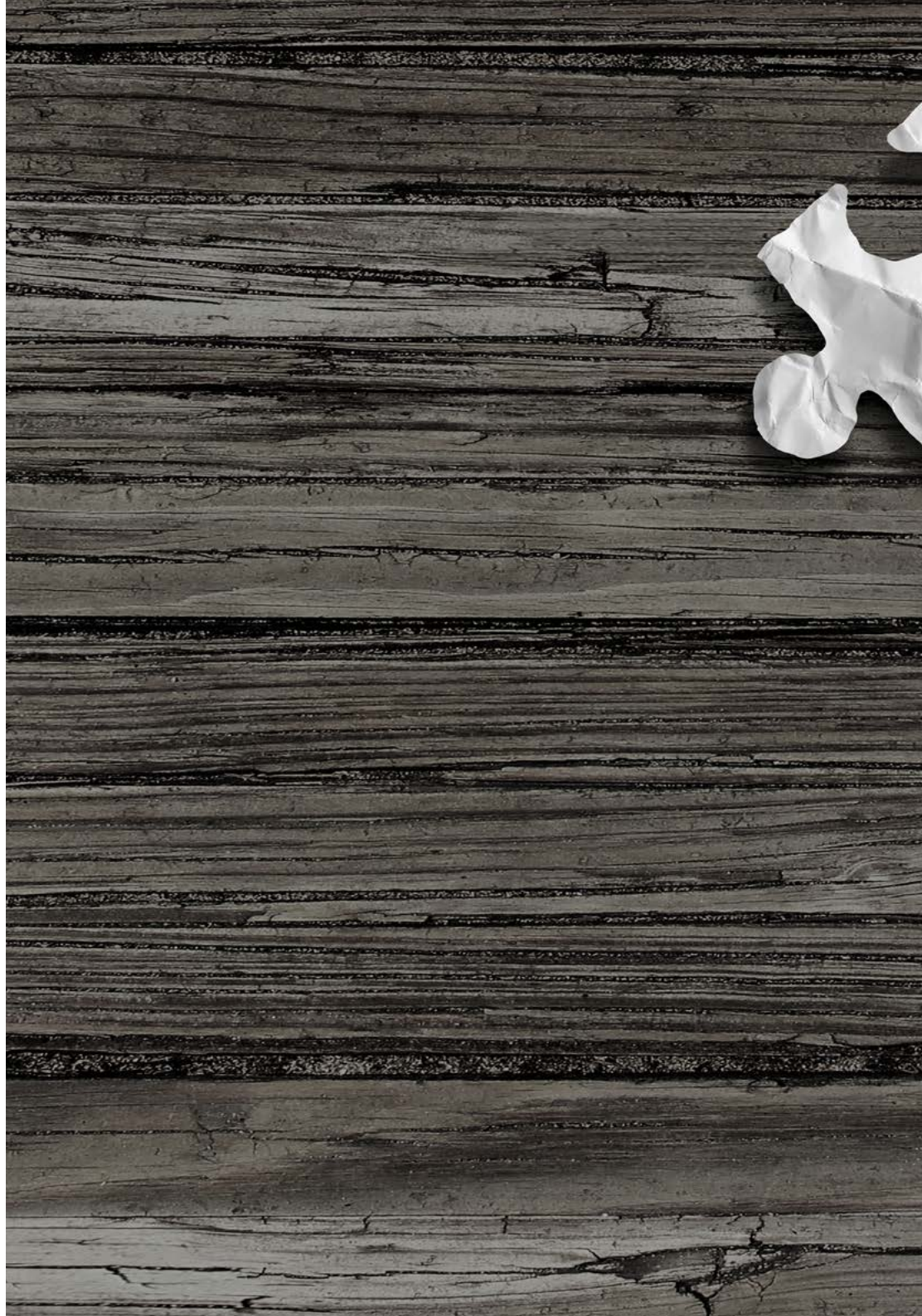
- 1.1.2. الإعلان السمعي البصري
- 1.1.1.2. الصورة
- 2.1.1.2. النص
- 3.1.1.2. الموسيقى والمؤثرات الصوتية
- 4.1.1.2. أشكال الإعلانات
- 5.1.1.2. النص
- 6.1.1.2. لوحة القصة (Story Board)

الوحدة 3. الإبداع الإعلاني 2: اتجاه الفن

- 1.3. مواضيع التصميم البياني الإعلاني وموضوعه
 - 1.1.3. الملامح المهنية ذات الصلة
 - 2.1.3. السياق والكفاءات الأكاديمية
 - 3.1.3. المعلن والوكالة
- 2.3. التوجيه الإبداعي والفكرة الإبداعية
 - 1.2.3. النهج الإبداعي
 - 2.2.3. أنواع العمليات الإبداعية
 - 3.2.3. الاتجاه الفني والفكرة الرسمية
- 3.3. دور المدير الفني
 - 1.3.3. ما هو اتجاه الفن
 - 2.3.3. كيف يعمل الاتجاه الفني
 - 3.3.3. الفريق الإبداعي
 - 4.3.3. دور المدير الفني
- 4.3. أساسيات التصميم البياني الإعلاني
 - 1.4.3. مفاهيم التصميم ومعايير التصميم
 - 2.4.3. الاتجاهات والأساليب
 - 3.4.3. التفكير في التصميم والعملية والإدارة
 - 4.4.3. استعارة علمية
- 5.3. منهجية الرسم البياني الإعلاني
 - 1.5.3. إبداعات رسومية
 - 2.5.3. عمليات التصميم
 - 3.5.3. الاتصالات ولجمالية

- 6.3 استراتيجية الرسم البياني
- 1.6.3 استمارة الاعتقال
- 2.6.3 الرسالة الرسومية
- 3.6.3 الحالة الجمالية
- 7.3 الهندسة المعمارية الرسومية
- 1.7.3 القياسات الحيوية
- 2.7.3 المساحات الرسومية
- 3.7.3 الشبكة
- 4.7.3 قواعد الاستدعاء
- 8.3 الفنون النهائية
- 1.8.3 الفنون النهائية
- 2.8.3 الإجراءات
- 3.8.3 الأنظمة
- 9.3 إنشاء وسائط إعلانية مصورة
- 1.9.3 الإعلان
- 2.9.3 الصورة المرئية التنظيمية (rvo)
- 10.3 الإعلانات المصورة التسويقية
- 1.10.3 Packaging (التغليف)
- 2.10.3 المواقع الإلكترونية
- 3.10.3 مورة مؤسسية على المواقع الإلكترونية

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

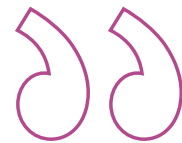


المنهجية

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.

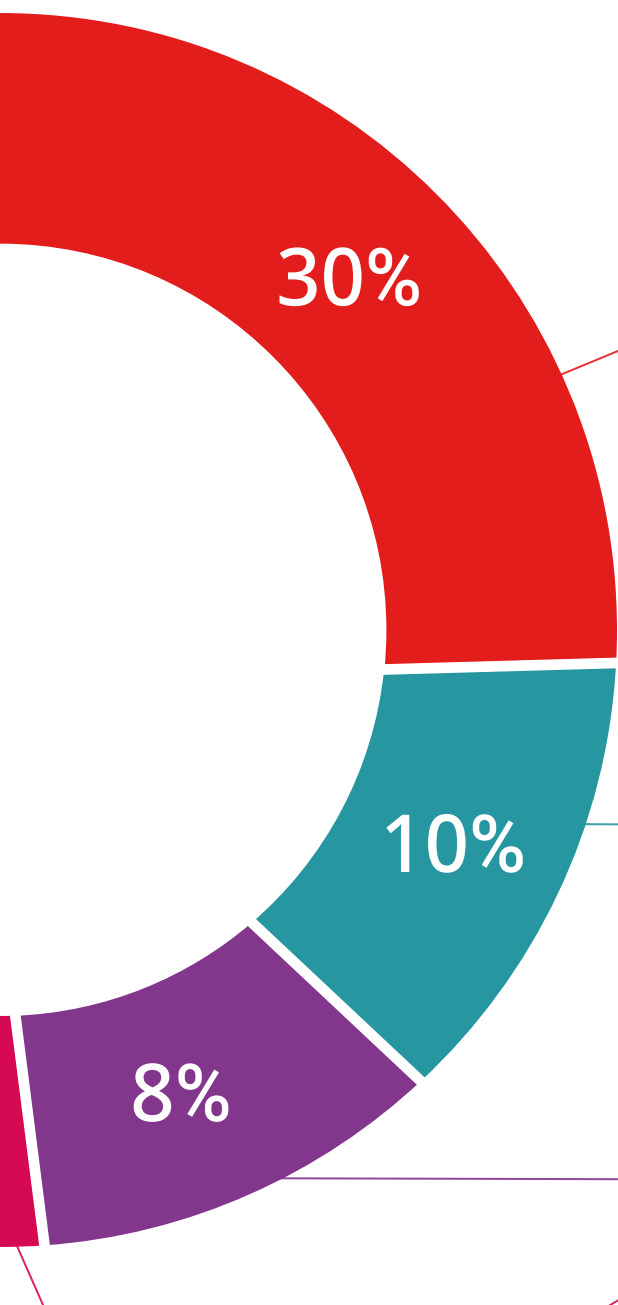
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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.

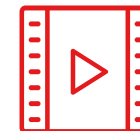
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



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 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 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.



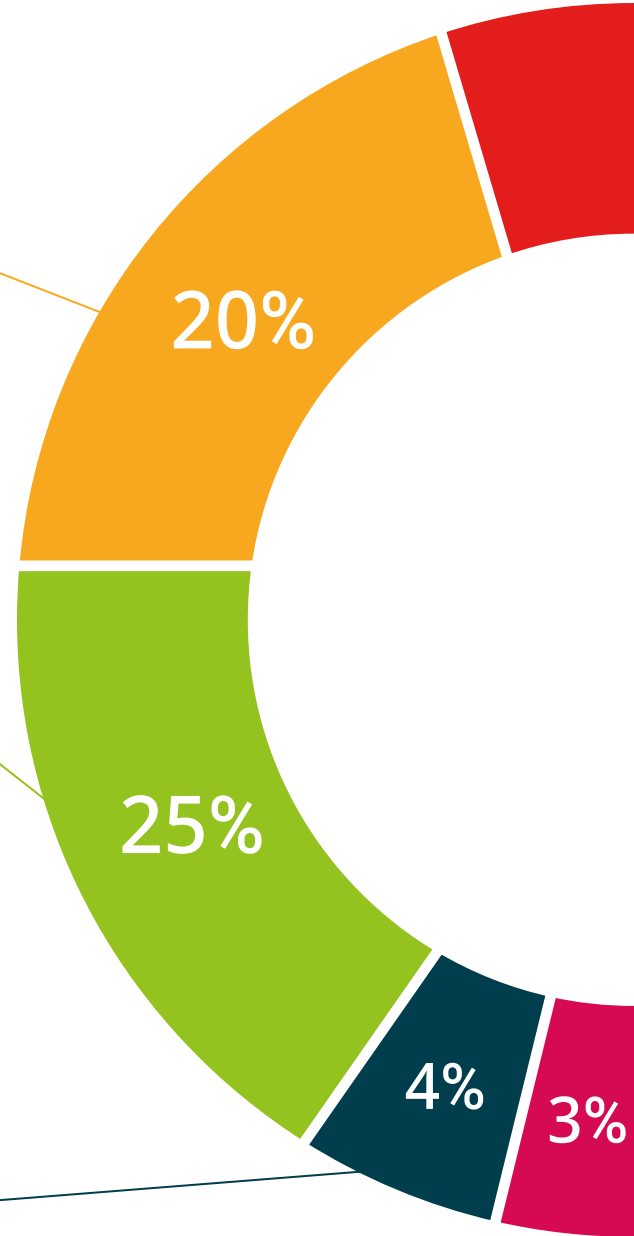
ملخصات تفاعلية

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 الإبداع الإعلاني، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائق، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.





قم بتضمين تدريبك لقب شهادة الخبرة الجامعية في الإبداع الإعلاني:
وهي قيمة مضافة مؤهلة تأهيلاً عالياً لأي محترف في هذا المجال"

تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في الإبداع الإعلاني على البرنامج 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 الإبداع الإعلاني

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 450 ساعة



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

tech الجامعة
التكنولوجية

الحاضر المعرفة

الابتكار

شهادة الخبرة الجامعية
الإبداع الإعلاني

الحاضر

الجودة

المعرفة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية الإبداع الإعلاني