

شهادة الخبرة الجامعية حقوق الإعلان



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية

حقوق الإعلان

« 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

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertising-law

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المؤهل العلمي

صفحة 26

04

المنهجية

صفحة 18

03

الهيكل والمحتوى

صفحة 12

المقدمة

عند تصميم حملة إعلانية، من الضروري الأخذ في الاعتبار أن هناك سلسلة من اللوائح التي تنظم القطاع، لتجنب الوقوع في منشور غير مشروع أو مضلل أو يتعارض مع حقوق الأشخاص أو الشركات الأخرى، على سبيل المثال . لذلك، من الضروري أن يكون هناك مهنيون لديهم معرفة واسعة بحقوق الإعلان، لتجنب الجوانب المحتملة التي قد تسبب ضرراً للشركة. من خلال هذا البرنامج المكثف، سيكتسب الطالب معرفة متقدمة في الجوانب الحقوقية التي تنظم النشاط الإعلاني، ليصبح خبيراً في هذا المجال يمكنه الانضمام إلى الفرق الأكثر كفاءة على مستوى الإعلان في شركات المستوى الأول.



إذا كنت شغوفاً بالإعلان، فلا تفوت فرصة التعرف على القواعد التي تنظم هذا القطاع والتي يجب عليك اتباعها لتجنب ارتكاب أي عمل غير قانوني"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في حقوق الإعلان على البرنامج التعليمي التعليمي الأكثر اكتمالا و حداثة 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

يجب على محترفي الصحافة والاتصالات الذين يرغبون في العمل في مجال الإعلان أن يضعوا في اعتبارهم أنهم بحاجة إلى اكتساب المعرفة الأساسية التي تسمح لهم بالحصول على رؤية عامة للقطاع. بهذه الطريقة، بالإضافة إلى تحديث أنفسهم بشأن قضايا محددة على مستوى الإعلان، من المهم جدًا أن يتعلموا كيفية التعامل مع أنفسهم في المجال القانوني، والحصول على المعرفة اللازمة حول قانون الإعلان الذي يسمح لهم بالعمل مع ضمانات كاملة للنجاح، تجنب الدعاوى القضائية المحتملة بشأن القضايا المتعلقة بالإعلانات غير القانونية أو المضللة، أو انتهاك الحقوق الأساسية أو الملكية الفكرية، على سبيل المثال.

يعد هذا مجالًا واسعًا ومثيرًا، ويجب على المهنيين الذين يرغبون في الوصول إلى مناصب المسؤولية في هذا المجال، وقبل كل شيء، الذين يرغبون في العمل في شركات مرموقة حيث تحظى أقسام الإعلان بتقدير كبير، أن ينغمسوا في أنفسهم. ولهذا السبب قامت TECH بتصميم هذا البرنامج، والذي سيتم من خلاله التفكير في الأسئلة التالية: ما هو الحق، لماذا من الضروري أن تكون هناك قواعد تنظم السلوك، وكيف يتم تنظيمه، وما هي الأغراض؟، ما هو نوع اللوائح الموجودة، وما إلى ذلك. مراجعة كاملة وملموسة ستمكن الصحفيين من الممارسة بنجاح في قطاع الإعلان برؤية عالمية للجوانب القانونية الأساسية التي تتعلق بالإعلان. وسيجري على وجه الخصوص استكشاف الإطار التنظيمي الذي يحكم الإعلان، ودور التنظيم الذاتي في هذا القطاع، والإعلان غير القانوني أو غير العادل، والعقود الأكثر استخدامًا.

لا شك أنه برنامج سيشير إلى ما قبل وبعد تدريب المهنيين والذي سيوجههم لإحداث تغيير في مهنتهم للوصول إلى هذا المنصب المرغوب فيه. وكل هذا بفضل البرنامج الرقمي الذي يتضمن أفضل الموارد النظرية والعملية في المشهد الأكاديمي الحالي.



تخصص في حقوق الإعلان مع هذا البرنامج عالي الجودة الذي ستجد فيه أحدث المعلومات في الوقت الحالي"

شهادة الخبرة الجامعية ستقوم بتدريبك على العمل بأمان أكبر في مجال الإعلان، من خلال معرفة المفاهيم الأكثر صلة على المستوى القانوني.

من خلال التسجيل في شهادة الخبرة الجامعية هذه، ستتاح لك الفرصة للوصول إلى العديد من الموارد الأكاديمية التي ستجعل تعلمك أسهل وأكثر فعالية.

سيمنحك التدريب عن بعد الفرصة للتعلم من خلال تجربة غامرة، مما سيوفر لك تكاملاً أسرع وعرصاً أكثر واقعية للمحتوى"

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 *e-Learning* (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. ولتحقيق ذلك عن بعد، TECH تستخدم 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 افتراضاً حقيقياً. مفهوم يسمح لك بدمج التعلم وإصلاحه بطريقة أكثر واقعية ودائمة.

الأهداف

تم إنشاء تصميم برنامج حقوق الإعلان TECH هذا بهدف رئيسي هو تدريب محترفي الصحافة والاتصالات في المجال الذي يجب عليهم أخذه في الاعتبار عند تطوير حملاتهم الإعلانية، حيث أن خطأ صغير في هذا المجال يمكن أن يخلق فوضى حقيقية في المنظمة، حتى أنه يتعين حلها قضائياً. لذلك، من الضروري أن يعرف المهنيون بعمق المفاهيم القانونية التي يجب عليهم مراعاتها للعمل بأمان تام.



تخصص في حقوق الإعلان واكتسب مستوى أعلى من المعرفة
في هذا المجال حيث سيساعدك على حل النزاعات المحتملة"





- ♦ اكتساب المعرفة اللازمة لإجراء الاتصالات الإعلانية المناسبة باستخدام الأدوات الرقمية الأكثر تقدمًا
- ♦ تعلم كيفية إدارة اتصالات المنظمات والشركات في أوقات الأزمات

ستسمح معرفة اللوائح الرئيسية في مجال الإعلان
للمهنيين بتجنب النزاعات القانونية"



الأهداف المحددة



الوحدة 1. نظرية الإعلان

- معرفة مجالات الإعلان والعلاقات العامة وعملياتها وهياكلها 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
- التعرف على كيفية وصف هيكل وكالات الإعلان
- تحديد العمليات والهياكل التنظيمية لعملية الإعلان والعلاقات العامة

الوحدة 2. مدخل إلى الحقوق

- التعرف على بنية وتحول مجتمع اليوم في علاقته بعناصر وأشكال وعمليات الاتصال الإعلاني والعلاقات العامة
- فهم هيكل وسائط الإعلام وأشكالها الرئيسية باعتبارها تعبيراً عن أنماط الحياة والثقافات في المجتمعات التي تؤدي فيها وظائفها العامة
- الاعتراف بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والقانونية التي تؤثر على الاتصالات الإعلانية وتنمية العلاقات العامة
- القدرة على معالجة أوجه التقدم العلمي بطريقة مفهومة وفعالة
- معرفة كيفية ربط الإعلان والعلاقات العامة بطريقة متسقة مع العلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى
- حل المشاكل والحالات العملية المتعلقة بتطبيق مبادئ الحقوق ومعالجة مصادرها القانونية وتفسير نصوصها

الوحدة 3. حقوق الإعلان

- فهم المناقشات الرئيسية والأحداث الإعلامية المستمدة من الحالة الراهنة وكيفية تطويرها ونشرها وفقاً لاستراتيجيات واهتمامات الاتصال بجميع أنواعها
- تحديد أساليب ومشاكل مختلف فروع البحوث في مجال علوم الاتصال
- تحليل الرسالة الإعلانية بهدف تطوير الإعلانات بعيداً عن التمييز الاجتماعي، والاستفادة من الأخلاقيات المهنية
- معرفة الإطار الأخلاقي لمهنة الإعلان والعلاقات العامة
- فهم الجوانب القانونية التي تنظم الإعلان والعلاقات العامة
- التعرف على نطاق وحدود حقوق الإعلان



الهيكل والمحتوى

تم تصميم المنهج الدراسي لشهادة الخبرة الجامعية TECH في حقوق الإعلان مع مراعاة الاحتياجات الأكاديمية لمحترفي الصحافة والاتصالات في المجال التشريعي. بالتالي، سيتمكن الطلاب من معرفة الأنظمة التي يجب عليهم مراعاتها لتطوير عملهم بأمان كامل في قطاع الإعلان، وتحقيق التدريب المناسب ليصبحوا خبراء في هذا المجال، مع مراعاة النزاعات التي يجب تجنبها في هذا المجال.



منهج دراسي مؤسس بشكل جيد للغاية وسيكون من
الضروري لمعرفة الجوانب الأكثر صلة بالحقوق المطبقة
على الإعلان بشكل مباشر"



الوحدة 1. نظرية الإعلان

- 1.1. أساسيات الإعلان
 - 1.1.1. المقدمة
 - 2.1.1. أساسيات الإعلان والتسويق
 - 1.1.1.1. التسويق
 - 2.1.1.1. الدعاية
 - 3.1.1. الإعلان والعلاقات العامة والدعاية
 - 4.1.1. الأبعاد الاجتماعية للإعلان المعاصر ونطاقه
 - 5.1.1. الإعلان الناجح: KFC
- 2.1. تاريخ الإعلان
 - 1.2.1. المقدمة
 - 2.2.1. الأصل
 - 3.2.1. الثورة الصناعية والإعلان
 - 4.2.1. تطوير صناعة الإعلان
 - 5.2.1. الإعلان في عالم الإنترنت
 - 6.2.1. الإعلان الناجح: دراسة حالة Coca-Cola
- 3.1. الإعلان وأبطاله (1): المعلن
 - 1.3.1. المقدمة
 - 2.3.1. أداء صناعة الإعلان
 - 3.3.1. أنواع المعلنين
 - 4.3.1. الإعلان في المخطط التنظيمي للشركة
 - 5.3.1. الإعلان الناجح: دراسة حالة Facebook
- 4.1. الإعلان وأبطاله (2): وكالات الإعلان
 - 1.4.1. المقدمة
 - 2.4.1. وكالة الإعلان: متخصصو الاتصالات الإعلانية
 - 3.4.1. الهيكل التنظيمي لوكالات الإعلان
 - 4.4.1. أنواع وكالات الإعلان
 - 5.4.1. إدارة الأجرور في وكالات الإعلان
 - 6.4.1. الإعلان الناجح: Nike
- 5.1. الإعلان وأبطاله (3): المتلقي للإعلان
 - 1.5.1. المقدمة
 - 2.5.1. متلقي الإعلان وسياقه
 - 3.5.1. متلقي الإعلان كمستهلك
 - 4.5.1. الاحتياجات والرغبات في الإعلان
 - 5.5.1. الإعلان والذاكرة: بشأن كفاءة الإعلان
 - 6.5.1. الإعلان الناجح: دراسة حالة IKEA
- 6.1. عملية إنشاء الإعلان (1): من المعلن إلى الإعلام
 - 1.6.1. المقدمة
 - 2.6.1. الجوانب الأولية لعملية إنشاء الإعلانات
 - 3.6.1. موجز الإعلان أو موجز الاتصالات
 - 4.6.1. الاستراتيجية الإبداعية
 - 5.6.1. استراتيجية وسائل الاعلام
 - 1.5.6.1. الإعلان الناجح: Apple
- 7.1. عملية إنشاء الإعلان (2): الإبداع والإعلان
 - 1.7.1. المقدمة
 - 2.7.1. أساسيات العمل الإبداعي للمعلنين
 - 3.7.1. الإبداع الإعلاني ووضعه التواصلي
 - 4.7.1. العمل الإبداعي في الإعلان
 - 5.7.1. الإعلان الناجح: دراسة حالة Real Madrid
- 8.1. عملية إنشاء الإعلان (3): تصميم وتطوير البيان الإعلاني
 - 1.8.1. المقدمة
 - 2.8.1. التصور والاستراتيجية الإبداعية
 - 3.8.1. عملية التصور الإبداعي
 - 4.8.1. المسارات العشرة الأساسية للإبداع وفقاً لـ Luis Bassat: أنواع الإعلان
 - 5.8.1. الصيغ الاعلانية
 - 6.8.1. الإعلان الناجح: Mc Donalds
- 9.1. تخطيط الوسائط الإعلانية
 - 1.9.1. المقدمة
 - 2.9.1. الوسائل والتخطيط
 - 3.9.1. وسائط الإعلام الاعلانية وتصنيفها
 - 4.9.1. أدوات تخطيط وسائط الإعلام
 - 5.9.1. الإعلان الناجح: Pepsi

- 8.2. الوقائع والأفعال القانونية
- 1.8.2. الافتراضات القانونية
- 2.8.2. المفهوم القانوني للوقائع
- 3.8.2. مفهوم الأفعال القانونية
- 9.2. موضوعات الحقوق
- 1.9.2. شخص مادي
- 2.9.2. شخص معنوي أو قانوني
- 3.9.2. خصائص الأشخاص الماديين
- 10.2. التفسيرات القانونية
- 1.10.2. مفهوم التقنية القانونية
- 2.10.2. أساليب التفسير
- 3.10.2. قواعد التفسير

الوحدة 3. حقوق الإعلان

- 1.3. المفاهيم الأساسية لحقوق الإعلان
- 1.1.3. مفهوم حقوق الإعلان وظهوره
- 2.1.3. مواضيع العلاقة الإعلانية
- 3.1.3. الحقوق الشخصية
- 4.1.3. الإعلان والملكية الفكرية والصناعية
- 5.1.3. أشكال أخرى لحماية الأعمال الإعلانية
- 2.3. مصادر حقوق الإعلان
- 1.2.3. النظام القانوني والقواعد القانونية
- 2.2.3. مصادر حقوق الإعلان
- 3.2.3. الحدود المفروضة على فعالية المعايير
- 3.3. الإعلان غير القانوني
- 1.3.3. إعلانات القاصرين
- 2.3.3. الدعاية المموهة
- 3.3.3. الإعلان المخالف لأنظمة المحددة
- 4.3.3. جريمة إعلانية

- 10.1. الإعلان والمجتمع والثقافة
- 1.10.1. المقدمة
- 2.10.1. العلاقة بين الإعلان والمجتمع
- 3.10.1. الإعلان والعواطف
- 4.10.1. الإعلان والموضوعات والأشياء
- 5.10.1. الإعلان الناجح: Burger King

الوحدة 2. مدخل إلى الحقوق

- 1.2. الحق والقواعد القانونية
- 1.1.2. مفهوم حق
- 2.1.2. مفهوم الواجب
- 3.1.2. القاعدة
- 2.2. تصنيف القواعد القانونية
- 1.2.2. الشروط
- 2.2.2. التصنيف
- 3.2. مصادر الحقوق
- 1.3.2. مصادر رسمية
- 2.3.2. مصادر حقيقية
- 3.3.2. المصادر التاريخية
- 4.2. معاني مصطلح الحقوق
- 1.4.2. الحقوق الوضعية والحقوق القائمة
- 2.4.2. الحق الموضوعي والحق الذاتي
- 3.4.2. الحق الحقيقي والشخصي
- 5.2. اللغة المعيارية
- 1.5.2. مفاهيم القانون والقاعدة والقاعدة
- 2.5.2. ملاحظات تميز بين النظم المعيارية
- 6.2. الدولة والحق
- 1.6.2. مفاهيم العدالة
- 2.6.2. الدولة وعناصرها
- 3.6.2. الدولة المكسيكية
- 7.2. الحق كعلم
- 1.7.2. الضوابط القانونية الخاصة
- 2.7.2. الضوابط القانونية الإضافية

- 4.3 إعلان غير عادل
 - 1.4.3 الإعلان الكاذب
 - 2.4.3 إعلان غير عادل
 - 3.4.3 إعلانات المتخفية
 - 4.4.3 الإعلانات العدوانية
 - 5.4.3 الإعلانات المقارنة
- 5.3 عقود الإعلان
 - 1.5.3 الإطار القانوني
 - 2.5.3 ولادة العقد
 - 3.5.3 عدم الفعالية
 - 4.5.3 التقصير
 - 5.5.3 الأحكام المشتركة الخاصة بعقود الإعلان
- 6.3 عقد إنشاء الإعلانات
 - 1.6.3 المفهوم
 - 2.6.3 الخصائص
 - 3.6.3 محتوى
 - 4.6.3 التقصير
 - 5.6.3 الإثراء
- 7.3 عقد البث الإعلاني
 - 1.7.3 المفهوم
 - 2.7.3 الخصائص
 - 3.7.3 محتوى
 - 4.7.3 التقصير
 - 5.7.3 الإثراء
- 8.3 عقد الرعاية
 - 1.8.3 المفهوم
 - 2.8.3 الخصائص
 - 3.8.3 محتوى
 - 4.8.3 التقصير
 - 5.8.3 الإثراء
- 9.3 أخلاقيات الإعلان والتنظيم الذاتي
 - 1.9.3 أخلاقيات الإعلان: المفهوم والهدف
 - 2.9.3 قيمة مدونات قواعد السلوك
 - 3.9.3 التحكم الذاتي

- 10.3. أهمية الإعلان والحاجة إلى تنظيمه
- 1.10.3. بديل التنظيم الذاتي
- 2.10.3. مزايا ومزايا التنظيم الذاتي
- 3.10.3. أهمية التنظيم الذاتي

تعليم كامل سيأخذك إلى المعرفة اللازمة
للمنافسة بين الأفضل"



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)

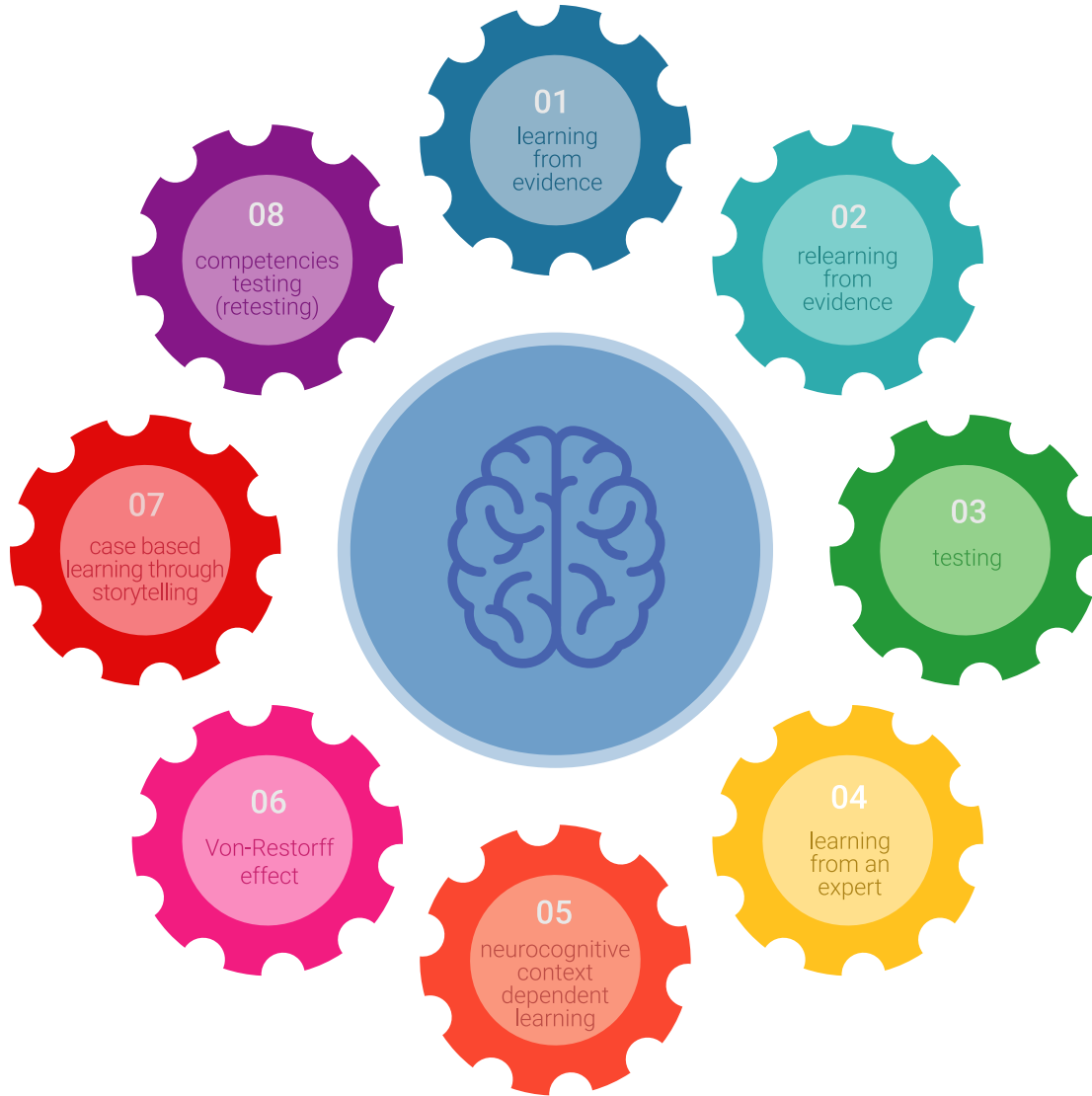
تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

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.

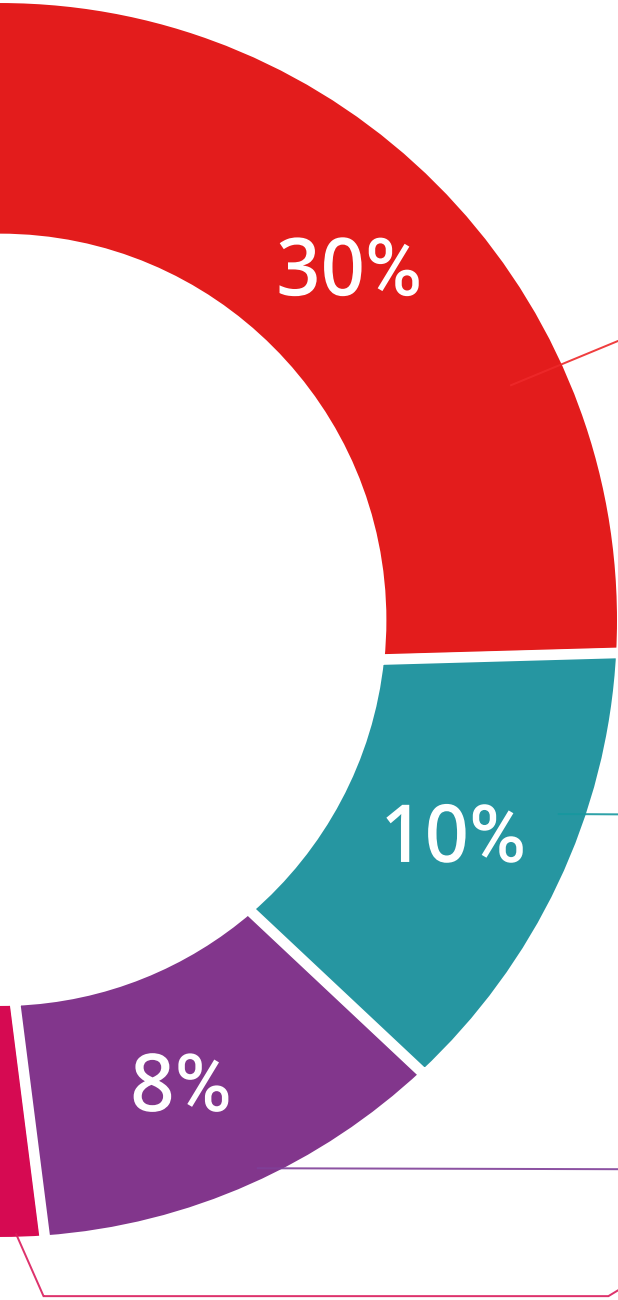
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 وملموحًا 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.



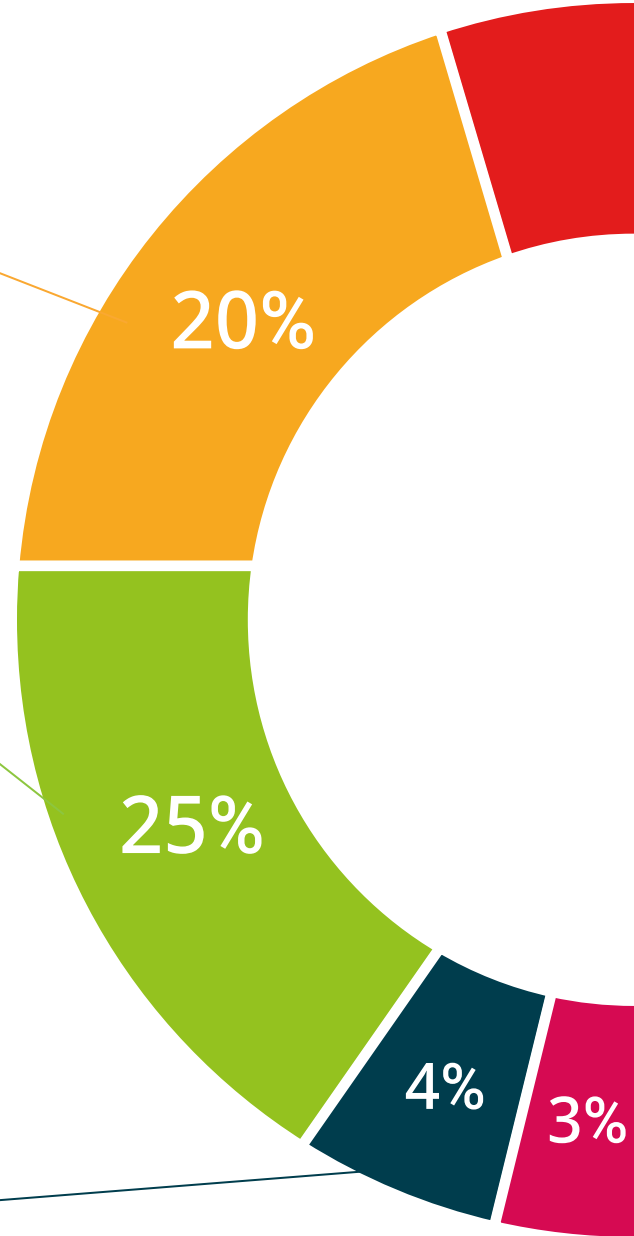
ملخصات تفاعلية

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 حقوق الإعلان بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدثاً، الحصول على شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في حقوق الإعلان على البرنامج التعليمي التعليمي الأكثر اكتمالا وحدائثة 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 حقوق الإعلان

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

الإبتكار

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية

حقوق الإعلان

« 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 حقوق الإعلان