

شهادة الخبرة الجامعية المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content)



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content)

- « طريقة الدراسة: عبر الإنترنت
- « مدة الدراسة: 4 أسابيع
- « المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitude.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-branded-content

الفهرس

02

الأهداف

ص. 8

01

المقدمة

ص. 4

05

منهجية الدراسة

ص. 24

04

الهيكل والمحتوى

ص. 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

ص. 12

06

المؤهل العلمي

ص. 34

المقدمة

لقد اضطرت العلامات التجارية إلى المضي قدماً في طريقةها في التعريف بنفسها وانتقلت من الإعلانات التقليدية إلى محتوى الوسائط المتعددة، حيث يكون للمشاهد الكثير من المساهمة في ذلك. لذلك، يتزايد عدد الشركات التي تستخدم أدوات تسويقية مثل المحتوى الذي يحمل علامة تجارية Branded Content لخلق صورة إيجابية من شأنها أن تجعلها تتواصل مع الجمهور وتحقق فوائد على المدى القصير والطويل. من خلال هذا البرنامج، ستتاح الفرصة للمهنيين في هذا القطاع للوصول إلى محتوى حصري ومبتكر يوفر لهم التدريب اللازم ليصبحوا متخصصين حقيقيين في هذا المجال، مع إمكانية الوصول إلى أشهر فرق الإعلانات.



تبحث الشركات عن محترفين مثلك، قادرين على التكيف مع العصر
الجديد وإنشاء محتوى مناسب للجمهور“



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content) على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدائثه في السوق. أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير حالات عملية مقدمة من قبل خبراء في التواصل
- ♦ تحتوي محتوياتها الرسومية والتخطيطية والعملية بشكل أساسي على معلومات نظرية وعملية حول تلك التخصصات الضرورية لممارسة المهنة
- ♦ المستجندات في محتوى العلامات التجارية Branded Content
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها الخاص على المنهجيات المبتكرة في مجال المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content)
- ♦ نظام تعلم تفاعلي قائم على الخوارزميات لاتخاذ القرار بشأن الحالات المثارة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات للمناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل إلى الإنترنت

المستهلكون في القرن الحادي والعشرين واضعون للغاية بشأن ما يريدونه وما لا يريدونه عندما يتعلق الأمر بالإعلانات. لقد وُت أيام العروض الترويجية الجائرة التي لم تكن تتسبب سوى في رفض الجمهور. يرغب المستخدمون في الاستمتاع بالإعلانات، ولكن من وجهة نظر مختلفة. ليس فقط كمجرد مشاهدين، ولكن كعملاء حقيقيين يحتاجون إلى سماع آرائهم والاهتمام بها. لهذا السبب يراهن المعلنون ومنشئو المحتوى على سرد القصص التي تتجاوز مجرد عرض المنتج. من الضروري الآن إنشاء صورة العلامة التجارية، وإظهار قيم الشركة، وخلق المشاعر، وما إلى ذلك. باختصار، التواصل مع الجمهور وبناء الولاء.

في هذه العملية، تلتزم العديد من وكالات الاتصال والإعلان بتطبيق تقنيات التسويق لتطوير رسائلها، بحيث يمكنها أن تقدم للمشاهدين اتصالات أكثر تخصيصاً تتناسب مع احتياجاتهم. مع شهادة الخبرة الجامعية في محتوى العلامات التجارية من TECH الجامعة التكنولوجية، سيتمكن الطلاب من الوصول إلى محتوى متخصص في هذا الموضوع، أعدده طاقم تدريس ذو خبرة واسعة في هذا القطاع، مما سيتيح لهم تطوير المهارات التي تتطلبها الشركات الرائدة اليوم.

منهج يغطي من مبادئ التواصل إلى إنشاء المجتمعات الافتراضية وإدارتها، ولكنه يركز بالطبع على الاستراتيجيات الرئيسية للمحتوى ذي العلامة التجارية. كما سيضمن البرنامج 10 صفوف دراسية متقدمة Masterclasses بمحتوى حصري من خبير مشهور دولياً، مما يوفر قيمة كبيرة للخبير. بالإضافة إلى جودته، يتميز هذا البرنامج بتقديمه بصيغة 100% عبر الإنترنت، بحيث يتمكن الطلاب من إدارة وقتهم الدراسي الخاص بهم، مع إمكانية الوصول المجاني إلى جميع المحتويات والموارد الأكاديمية خلال الأشهر الستة التي تستغرقها الشهادة.



كن مانع محتوى ناجحاً بفضل 10 صفوف دراسية متقدمة يقدمها خبير مشهور عالمياً في هذا البرنامج“

برنامج 100% عبر الإنترنت يمكنك من خلاله تطوير مهاراتك لتصبح صانع محتوى ناجحاً.

تريدك العلامات التجارية الرائدة أن تكون جزءاً من موظفيها للتواصل مع جمهورها وتوليد مشاعر إيجابية.

”

فمع تزايد وعي الجمهور، نحتاج إلى ابتكار قصص إعلانية مقنعة تجذبهم وتخلق تجارب لا تُنسى“

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

ستتيح محتوياتها متعددة الوسائط، التي تم إعدادها باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، للمهنيين تجربة تعلم موضوعية وسياقية، أي بيئة محاكاة ستوفر تعلقاً غامراً مصمماً للتدريب على مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، حيث يجب على الطالب من خلاله محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة التي تنشأ خلال البرنامج. تحقيقاً لهذه الغاية، سيتم دعمه بنظام فيديو تفاعلي مبتكر تم تطويره من قبل خبراء مشهورين.



الأهداف

الهدف الرئيسي من شهادة الخبرة الجامعية في المحتوى ذو العلامات التجارية من TECH الجامعة التكنولوجية هو تزويد العاملين في مجال الصحافة والاتصالات بالأدوات اللازمة ليتمكنوا من إنشاء محتوى متعدد الوسائط يحدث تأثيرًا على الجمهور، ويشجعهم على استهلاك منتج أو خدمة معينة. هكذا، في نهاية الشهادة، سيكون الطالب قد اكتسب التدريب اللازم للوصول إلى المناصب الإبداعية أو الإدارية في وكالات الإعلان الرئيسية في الوقت الحالي.



أظهر قيم علامتك التجارية من خلال محتوى الوسائط
المتعددة الأكثر تخصيصاً



الأهداف العامة



- ♦ التعامل وفهم مفهوم مجال السرد عبر الوسائط المتعددة (Transmedia Storytelling) وفهم أهميته في مجالات مهنية مختلفة (الإعلانات، التسويق، الصحافة، الترفيه).
- ♦ اكتساب أساسيات الإنشاء عبر الوسائط المتعددة، بدءاً من السرد وصولاً إلى الإنتاج، وتحفيز المجتمعات الاجتماعية، وتحقيق الربح الاقتصادي.

طبّق أدوات المحتوى ذو العلامة التجارية الرئيسية
وتواصل مع جمهورك بفعالية“



الأهداف المحددة



الوحدة 1. النموذج الجديد للتواصل

- ♦ وضع المنهج الدراسي بأكمله في مشهد اجتماعي وإعلامي متغير، حيث تفتح التكنولوجيا وتجزئة العرض السمعي البصري فرصاً هائلة للتطوير المهني والأعمال

الوحدة 2. إنشاء وتسيير المجتمعات الرقمية

- ♦ تعميق العلاقة بين رواية القصص عبر الوسائط المتعددة Transmedia Storytelling وصناعة ألعاب الفيديو
- ♦ فهم دور لعبة الفيديو ك رأس حربة لتجربة المستخدم في عالم الوسائط المتعددة

الوحدة 3. دراسات حالة عوالم الوسائط المتعددة

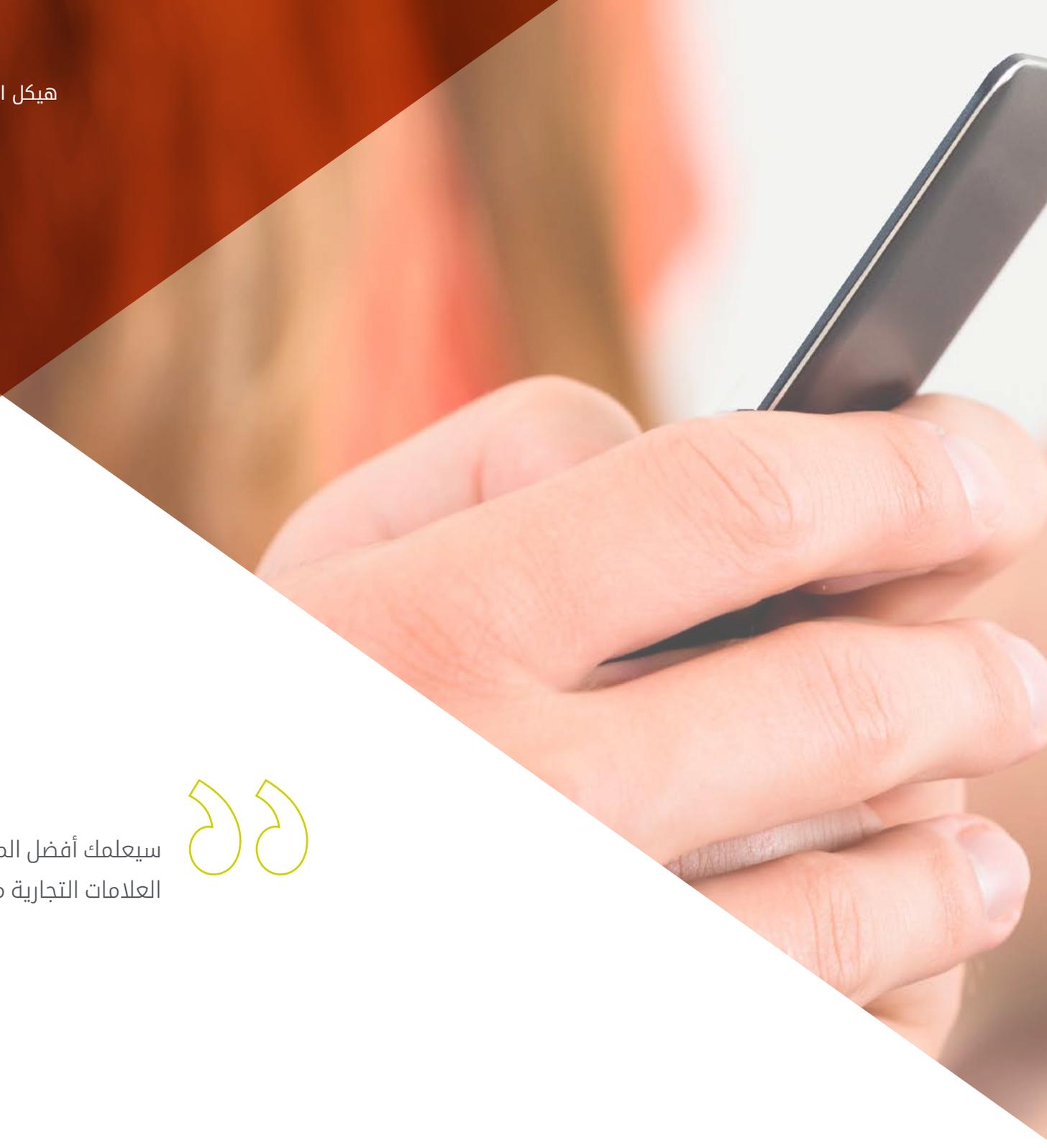
- ♦ معرفة كيفية عمل الأشكال المختلفة التي يتم فيها تطوير وسائل التواصل (السينما، ألعاب الفيديو، التلفزيون، إلخ)



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

مدرسو شهادة الخبرة الجامعية هذه من TECH الجامعة التكنولوجية هم خبراء محترفون يتمتعون بخبرة واسعة في مجال المحتوى ذو العلامات التجارية وسوق الاتصالات متعددة الوسائط بشكل عام. المدرسون المواكبون للاتجاهات الجديدة في مجال سرد القصص عبر الوسائط المتعددة، والذين يدركون أهمية تحديث معارفهم من أجل الوصول إلى سوق شديدة التنافسية. لهذا السبب، قرروا توحيد المعايير لتقديم أفضل برنامج في البانوراما الأكاديمية الحالية في هذا المجال.

سيعلمك أفضل المتخصصين في المحتوى ذي
العلامات التجارية مفاتيح التخصص في هذا المجال“



المديرة الدولية المستضافة



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 دراساتها 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 (IOTF)، 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
- باحثة 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+.

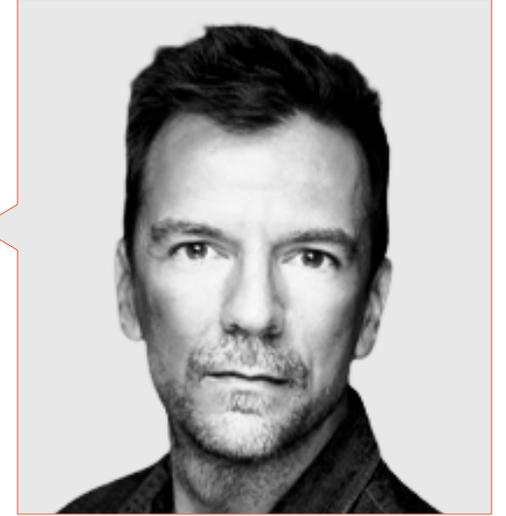


بفضل TECH ستتمكن من التعلم مع
أفضل المحترفين في العالم"

هيكل الإدارة

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 I
- ♦ بكالوريوس من كلية العلوم الاقتصادية والتجارية الأوروبية E4 ICADE



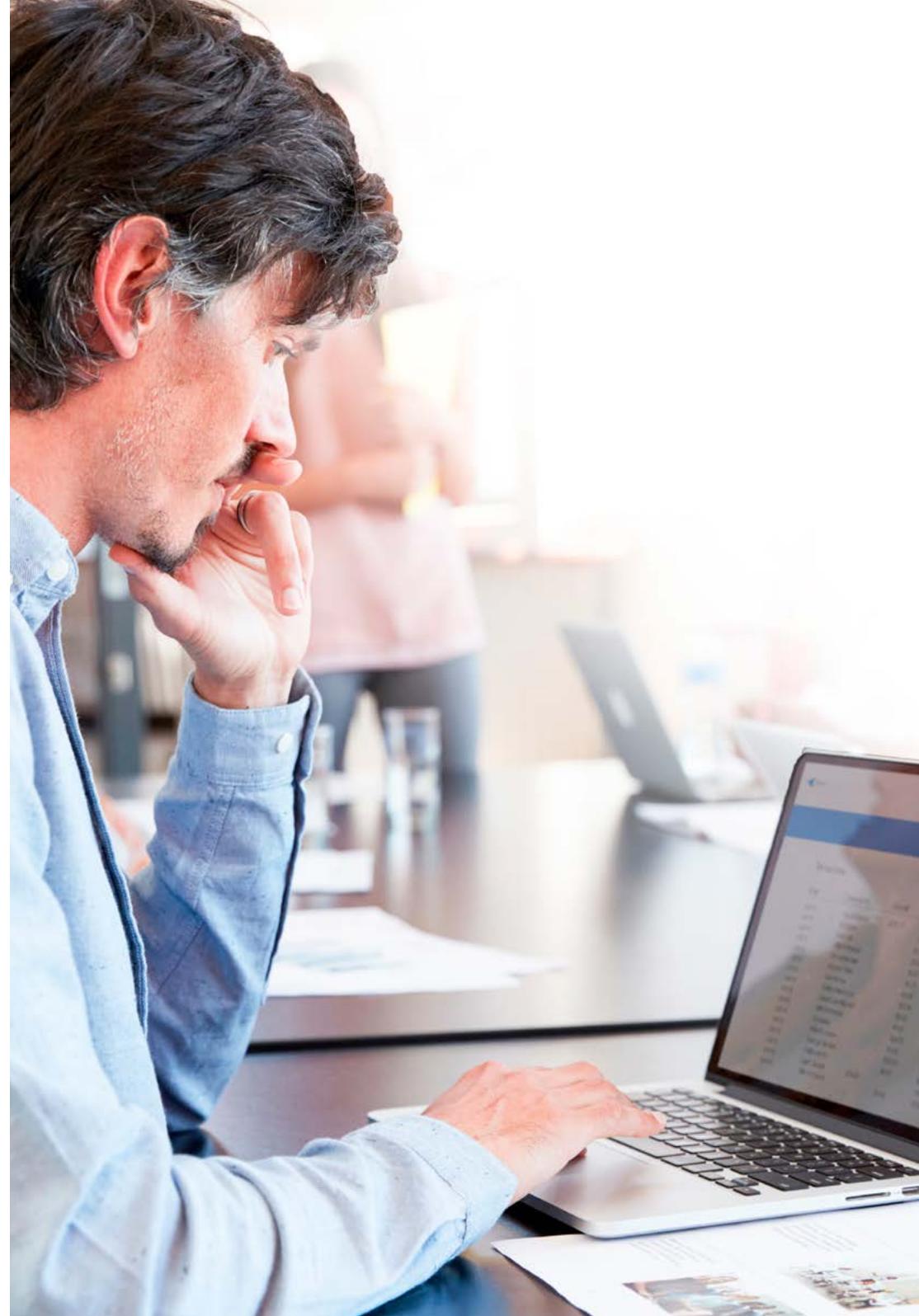
الأساتذة

د. Suárez Mouriño, Adrián

- ♦ متخصص في الاتصالات الرقمية، SEO و SEM
- ♦ مدير الاستعانة بمصادر خارجية لخدمات تحسين محركات البحث لوكالات التسويق والاتصالات
- ♦ كاتب محتوى وكاتب نصوص Webedia
- ♦ محاضر في دورات البكالوريوس والدراسات العليا والدورات المتعلقة بالتسويق
- ♦ كاتب محتوى الويب في MundoGamers
- ♦ أخصائي تحسين محركات البحث (SEO) واستراتيجية تحسين محركات البحث (SEM) في Pululart
- ♦ دكتوراه في الاتصالات الرقمية والسرد وألعاب الفيديو من Universidade da Coruña
- ♦ متخرج في الهندسة المعمارية من جامعة Coruña
- ♦ ماجستير في الإدارة والتسويق والاتصالات عبر الإنترنت من جامعة Abat Oliba CEU

د. Montoya Rubio, Alba

- ♦ مسؤولة الاتصال السمعي البصري في Á Punt Mèdia
- ♦ خبيرة الشبكات والاتصالات في شركة Á Punt Mèdia
- ♦ رئيسة قسم الإعلام والاتصالات في مؤسسة AIMS
- ♦ مخرجة وكاتبة سيناريو ومحررة مستقلة Freelance
- ♦ محاضرة في الدراسات الجامعية المتعلقة بالاتصالات
- ♦ دكتوراه 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

التواصل التسويقي له عدد من المتطلبات لكي يكون فعالاً حقاً. اللغة المقنعة أو الصورة القوية أو التركيز على العلامة التجارية هي فقط بعض القضايا التي يجب مراعاتها عند إنشاء حملة إعلانية. لكن من الضروري أيضاً تطبيق تقنيات المحتوى ذو العلامات التجارية التي تفضل النشر والقبول العام. صُمم هذا المنهج لمساعدة الصحفيين والعاملين في مجال التواصل على التعلم في هذا المجال، وذلك من خلال منهج متكامل للغاية مقسم إلى 3 وحدات.



to Conduct Beethoven and
If You've Never Picked Up

as leak at Intel Corp.'s
plant in Chandler, Arizona,
ning sent 11 people to the
n and eye irritation

Angst at the ASPCA

Kenyon College student and American
citizen Andrew Pochter was among at least
eight people killed in clashes that erupted
after demonstrations in Egypt, the college
and the U.S.

LIFESTYLE

nd
Up

Angst at the ASPCA

Kenyon College student and American
citizen Andrew Pochter was among at least
eight people killed in clashes that erupted
after demonstrations in Egypt, the college
and the U.S.

WORLD



ASPCA

January 2012 | Nation

Research In Motion Shares Fall 27% As BlackBerry Turnaround Plan in Doubt



January 2012 | Nation

Heat wave strikes western US as temps approach 120 in Phoenix, Las Vegas



January 2012 | Nation

Alec Baldwin Apologizes for Twitter Rant, Denies



January 2012 | Nation

Pa. girl doing well after 2nd lung transplant



January 2012 | Nation

In Egypt

صمم قصصاً تخلق قيمة لعلامتك التجارية من خلال المعرفة
المحددة التي يوفرها هذا البرنامج“



الوحدة 1. النموذج الجديد للاتصال

- 1.1. التحول الإعلامي وتجزئة الجمهور
 - 1.1.1. الدور الجديد لوسائل الإعلام
 - 2.1.1. المواطن أمام الثورة الرقمية.
 - 3.1.1. الاستهلاك والمعلومات
- 2.1. تقارب وسائل الإعلام
 - 1.2.1. التقارب التكنولوجي
 - 2.2.1. التقارب الاجتماعي الثقافي
 - 3.2.1. التقارب المؤسسي
- 3.1. الإنترنت 0.2: من المونولوج إلى الحوار
 - 1.3.1. عملية التجزئة
 - 2.3.1. تأثير التكنولوجيا
 - 3.3.1. تحدي وسائل الإعلام التقليدية
- 4.1. الذيل الطويل (Long Tail)
 - 1.4.1. نماذج أعمال الذيل الطويل (Long Tail)
 - 2.4.1. عناصر نموذج الذيل الطويل (Long Tail)
- 5.1. المستهلك المنتج (Prosumer) الجديد
 - 1.5.1. الموجة الثالثة
 - 2.5.1. المتفرجون ضد المؤثرون الإلكترونيون
- 6.1. إنترنت 0.2
 - 1.6.1. بيانات الاختراق والاستخدام
 - 2.6.1. من المونولوج إلى الحوار
 - 3.6.1. إنترنت الأشياء
- 7.1. الثقافة التشاركية
 - 1.7.1. الخصائص
 - 2.7.1. الإنترنت والرأي العام
 - 3.7.1. الإنشاء المشترك
- 8.1. الإهتمام قصير الأجل
 - 1.8.1. التعددية
 - 2.8.1. تعدد المهام (Multitasking)
 - 3.8.1. انهيار الاهتمام



- 9.1 الأجهزة (Hardware): من الصندوق الأسود (Black Box) إلى المنزل المتصل بشكل مفرط
 - 1.9.1 الصندوق الأسود
 - 2.9.1 أجهزة جديدة
 - 3.9.1 سد الفجوة الرقمية
- 10.1 نحو تلفزيون جديد
 - 1.10.1 مباني التلفزيون الجديد
 - 2.10.1 البرمجة التلقائية
 - 3.10.1 التلفزيون الاجتماعي

الوحدة 2. إنشاء وتسيير المجتمعات الرقمية

- 1.2 مجتمع افتراضي وأين يمكننا إنشاؤه
 - 1.1.2 أنواع المستخدمين
 - 2.1.2 المساحات التي يمكن إنشاء مجتمعات افتراضية فيها
 - 3.1.2 خصائص هذه المساحات
- 2.2 إدارة مجتمع Facebook و Instagram
 - 1.2.2 أدوات بناء المجتمع وإدارته
 - 2.2.2 الإمكانيات والحدود
- 3.2 إدارة مجتمع Twitter
 - 1.3.2 أدوات بناء المجتمع وإدارته
 - 2.3.2 الإمكانيات والحدود
- 4.2 إدارة المجتمع على YouTube
 - 1.4.2 أدوات بناء المجتمع وإدارته
 - 2.4.2 الإمكانيات والحدود
- 5.2 إدارة المجتمع على Twitch
 - 1.5.2 أدوات بناء المجتمع وإدارته
 - 2.5.2 الإمكانيات والحدود
- 6.2 تسيير المجتمعات المستقبلية في الأماكن الناشئة. مفاتيحه
 - 1.6.2 النتائج الرئيسية المستخلصة من تحليل الشبكات المشروحة
 - 2.6.2 ما هي الخطوات التي يجب اتخاذها عند ولادة شبكات اجتماعية جديدة؟
 - 3.6.2 الخطابات والحوارات
- 7.2 كيف يمكن للمستخدمين تشغيل إنشاء المحتوى من قبل المستخدمين؟
 - 1.7.2 المستهلك Prosumer بعد COVID
 - 2.7.2 المسابقات والسحوبات على الجوائز والحملات
 - 3.7.2 التواصل مع الشبكات الاجتماعية والوسائط المتعددة



- 8.2 تخطيط المحتوى والقياس 1
- 1.8.2 أنواع المحتوى والكتابة
- 2.8.2 هيكلية المحتوى
- 9.2 تخطيط المحتوى والقياس 2
- 1.9.2 قياس إجراءات وسائل التواصل الاجتماعي
- 2.9.2 التأثير على Google
- 3.9.2 صناعة القرار
- 10.2 تدوين المحتوى وحركته عبر الشبكات
- 1.10.2 أهمية التدوين اليوم
- 2.10.2 تقنيات نقل المحتوى عبر الشبكات
- 3.10.2 حل الأزمات

الوحدة 3. دراسات حالة عوالم الوسائط المتعددة

- 1.3 الوسائط المتعددة الناشئة في السينما
- 2.3 من الحروف إلى الشاشات
- 3.3 الأساطير عبر الوسائط المتعددة والخيال الملحمي
- 4.3 القصص الخيالية التي تتجاوز القصص المصورة
- 5.3 ألعاب الفيديو ذات الروايات المتعددة
- 6.3 التلفزيون يستكشف روايات جديدة
- 7.3 عندما يقوم المعجبون بإنشاء المحتوى الخاص بهم
- 8.3 وسائل الإعلام الأولية التي نشأت في المسرح
- 9.3 الموسيقى التي لا يتم الاستماع إليها فقط
- 10.3 مقترحات الترفيه التي انتقلت إلى منصات أخرى

محتوى ذو أهمية كبيرة للمعلنين ومنشئي
المحتوى



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، متكيفًا مع احتياجاته ومتخليًا عن المناهج الأكثر تقليدية

TECH تُعدُّك لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير
مؤكدة وتحقيق النجاح في مسيرتك المهنية"



الطلاب: 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 المفضل 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

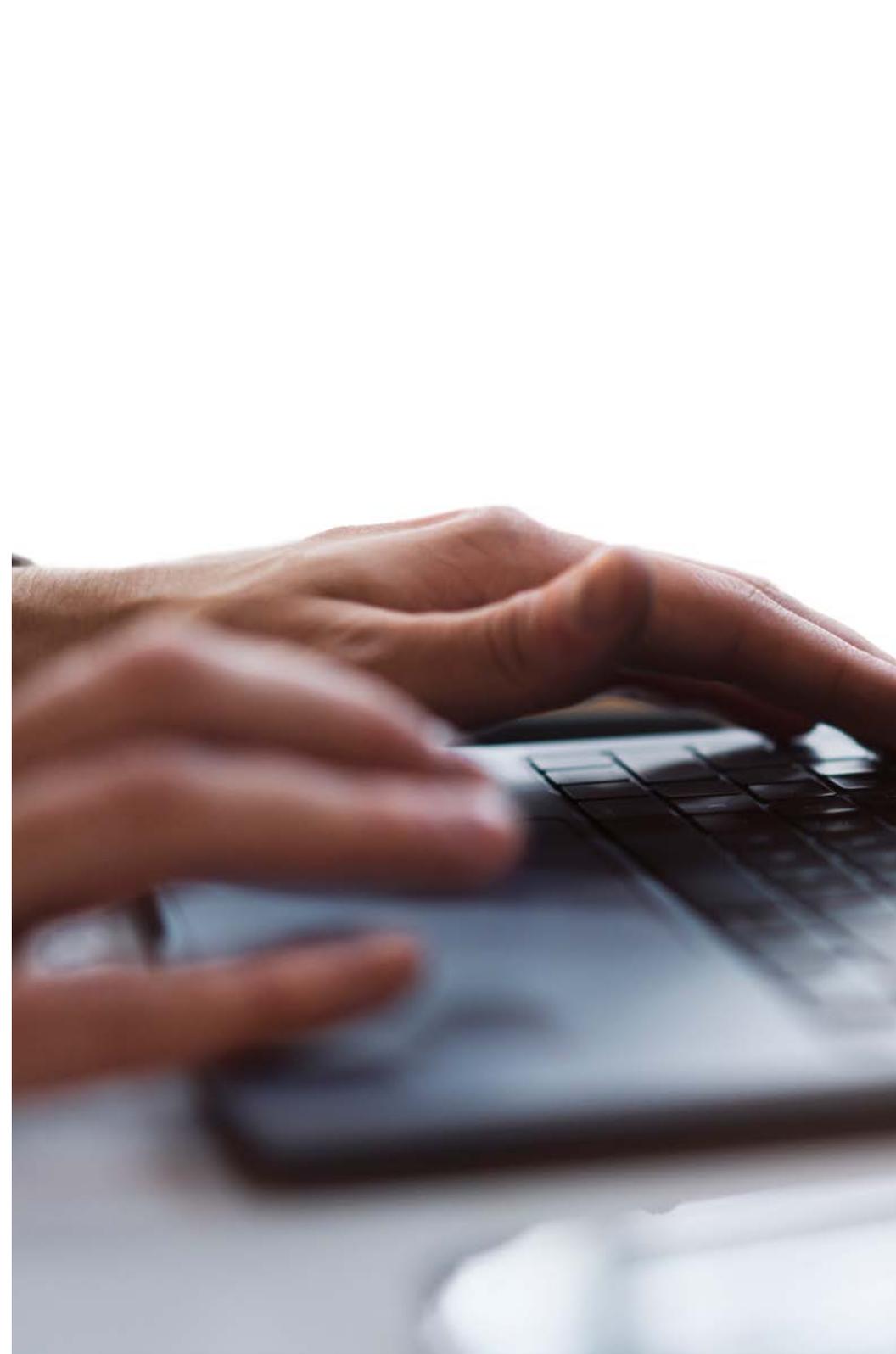
تتميز TECH بتقديم أكثر المسارات الأكاديمية اكتمالاً في المحيط الجامعي. يتم تحقيق هذه الشمولية من خلال إنشاء مناهج لا تغطي فقط المعارف الأساسية، بل تشمل أيضاً أحدث الابتكارات في كل مجال.

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 يتهون 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"



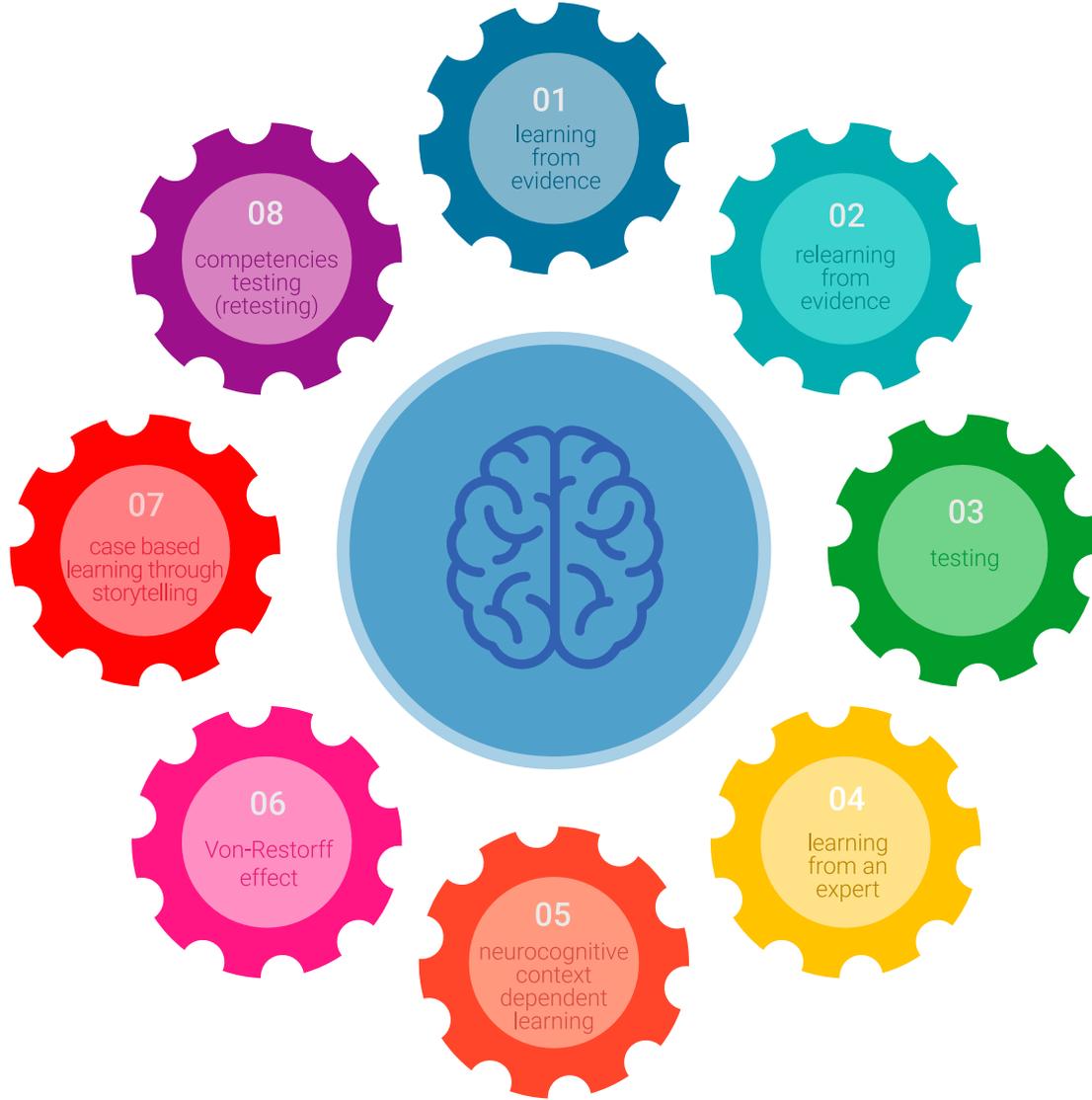
Case studies أو دراسات الحالة

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، وبناءً 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 جميعًا 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 وفقًا لتوافرهم الشخصي أو التزامات العمل. وبهذه الطريقة، سيتمكنون من التحكم الشامل في المحتويات الأكاديمية وأدواتهم التعليمية، وفقًا لتحديثهم المهني المتسارع.



سنسمح لك طريقة الدراسة عبر الإنترنت لهذا البرنامج بتنظيم وقتك ووتيرة تعلمك، وتكييفها مع جدولك الزمني“

تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

١. 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.

٢. يركز المنهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للطلاب بالاندماج بشكل أفضل في العالم الحقيقي.

٣. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.

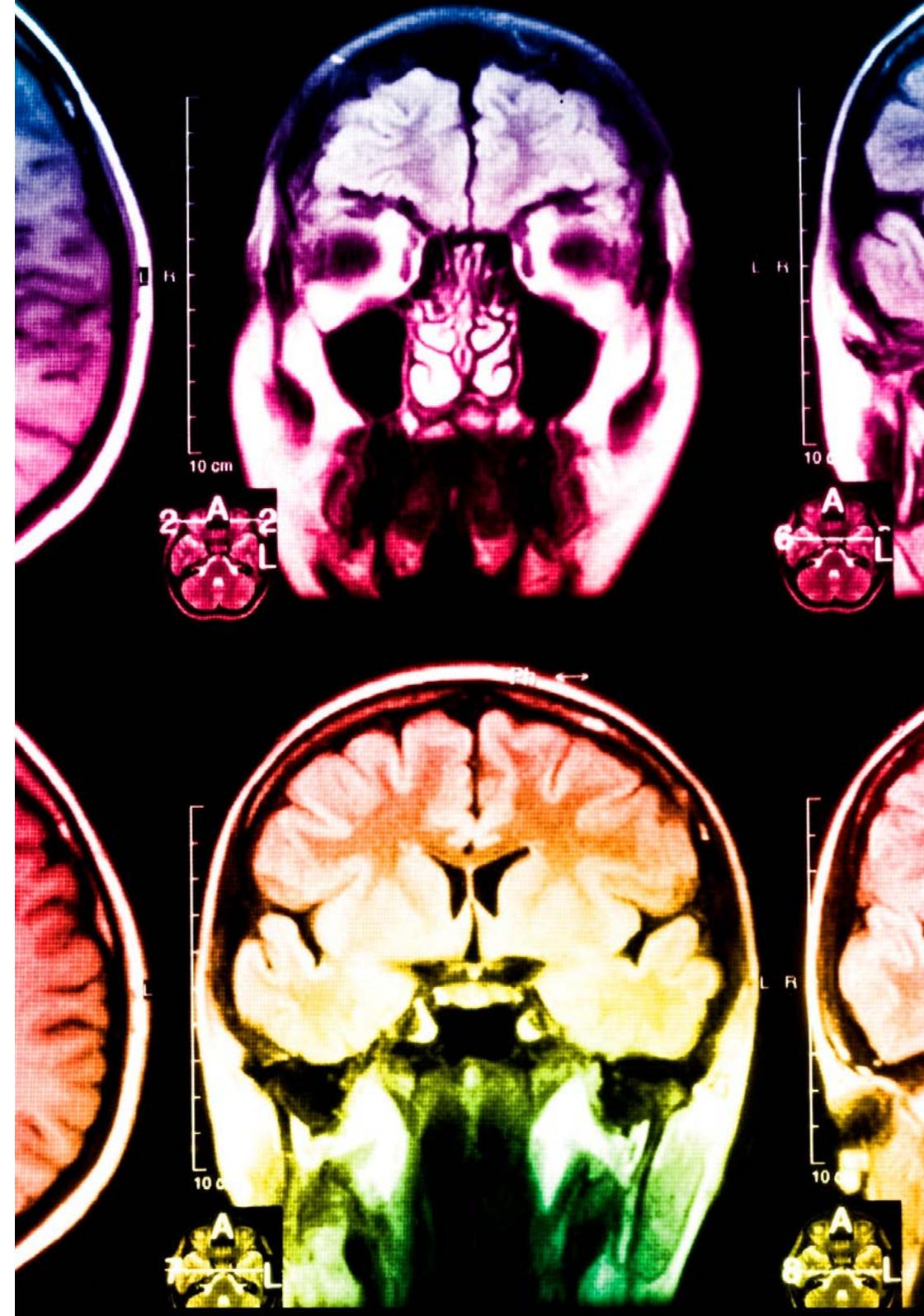
٤. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

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، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموشاً حقاً. يتم بعد ذلك تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق طريقتنا في العمل عبر الإنترنت، مع التقنيات الأكثر ابتكاراً 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

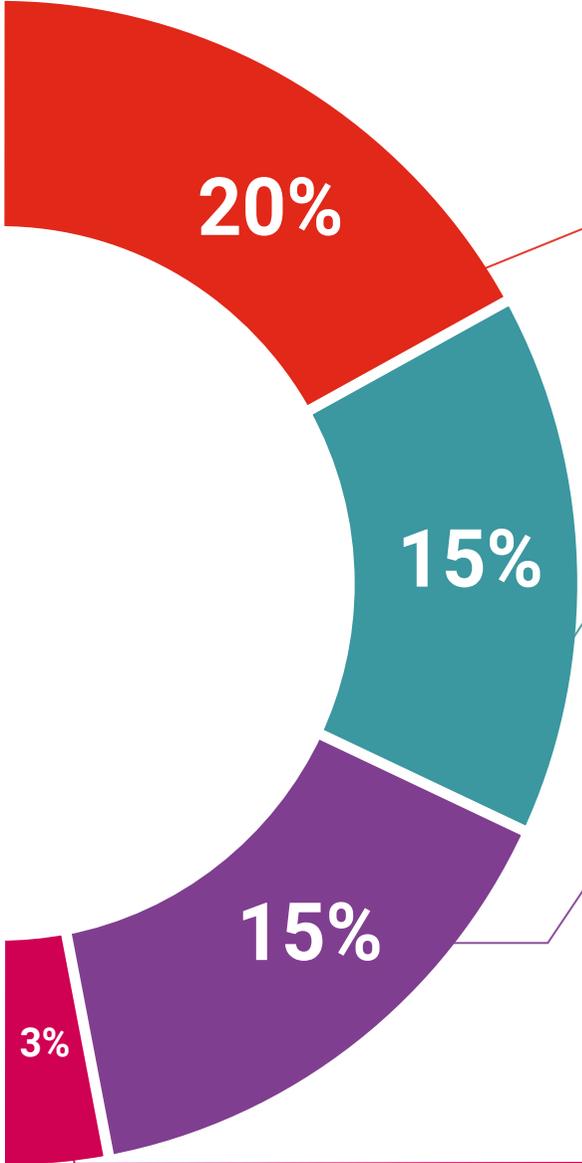


نقدم المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد من نوعه لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".

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.



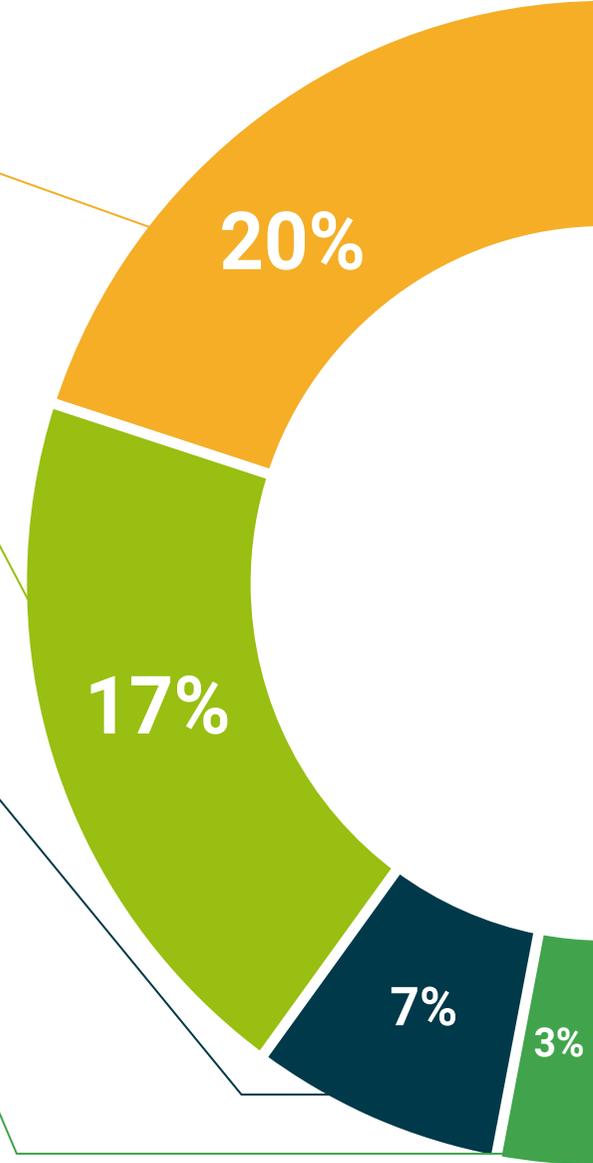
المحاضرات الرئيسية

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.

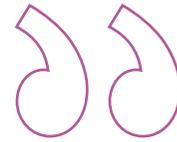


المؤهل العلمي

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content) بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content) على البرنامج الأكثر اكتمالا وحدثا 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 المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content)

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 4 أسابيع



*تصديق لاهاي أوستيل. في حالة قيام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الورقية وبتصديق لاهاي أوستيل، ستتخذ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الجامعة
التكنولوجية
tech

الحاضر

الابتكار

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية

المحتوى ذو العلامة التجارية

(Branded Content)

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 4 أسابيع

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية المحتوى ذو العلامة التجارية (Branded Content)