

شهادة الخبرة الجامعية استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل العلمي 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-business-communication-strategy

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 24

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

مؤهل علمى

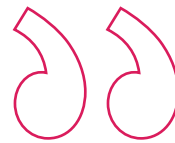
صفحة 32

المقدمة

الاتصال هو عنصر أساسي في استراتيجية الأعمال التجارية، التي تتكون من مجموعة من أدوات الأعمال التي تهدف إلى مساعدة الشركة على مواءمة أهدافها العامة من خلال خطة تسويقية متكاملة. في هذا السياق، وُلد هذا البرنامج من TECH، الذي يقدم لطلابه المنهج الأكثر شمولاً في هذا المجال المحدد. هكذا، على مدار 12 شهرًا من التدريب عبر الإنترنت 100%، سيأخذ الطالب جولة كاملة عبر التخطيط الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات، مستعرضًا التطور التاريخي للسلوك التنظيمي. بالإضافة إلى ذلك، ستحصل على وصول إلى مجموعة كبيرة من المواد الإضافية ذات القيمة التعليمية العالية.



تعد هذه الدورة التدريبية أفضل خيار يمكنك العثور عليه
للتخصص في استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال على البرنامج الأكثر شمولاً وتحديثاً في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل خبراء في إدارة شركات الاتصالات
- ♦ المحتويات الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها، تجمع المعلومات العلمية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزه بشكل خاص على المنهجيات المبتكرة في إدارة شركات الاتصالات
- ♦ دروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

استراتيجية الأعمال التجارية هي منهجية تهدف إلى تحقيق هدف معين من خلال خطة عمل استراتيجية لكل منطقة وظيفية في المنظمة.

قام فريق التدريس في شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال بإجراء اختبار دقيق لكل موضوع من مواضيع هذه الدورة التدريبية لتوفير فرصة دراسية كاملة للطالب ومرتبطة دائماً بالواقع الحالي.

قام فريق التدريس في شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال باختبار دقيق لكل موضوع من مواضيع هذه الدورة التدريبية، لتقديم فرصة دراسية شاملة للطالب مرتبطة دائماً بالواقع الحالي. تعمل على تطوير الكفاءات الأساسية مثل معرفة الواقع والممارسة اليومية في وسائل الإعلام وتطوير المسؤولية في الرقابة والإشراف على عمله، بالإضافة إلى مهارات التواصل ضمن العمل الجماعي الضروري.

تم تصميم هذا البرنامج لتوفير تدريب حيث تُقدم جميع المعارف النظرية والعملية من خلال محتويات وسائط متعددة عالية الجودة، وتحليل حالات دراسية أعدها خبراء، ومحاضرات تفاعلية، وتقنيات فيديو تسمح بتبادل المعرفة والخبرات، والحفاظ على مستوى تعليمي محدث لأعضائه، وإنشاء بروتوكولات عمل، ونشر أحدث التطورات المهمة في التخصص.

بالإضافة إلى ذلك، سيتمكن الخريج من الوصول إلى مجموعة حصريّة من الصفوف الرئيسية المتقدمة (Masterclasses) التي أعدها متخصص دولي بارز في الاتصال والتسويق. بهذه الطريقة، ستتيح لهم هذه الجلسات الإضافية الفرصة لتحديث وتحسين معارفهم ومهاراتهم في هذا المجال الذي يشهد نمواً مستمراً.



قم بتحسين مهاراتك مع TECH! ستتمكن من المشاركة في صفوف رئيسية متقدمة (Masterclasses) فريدة ومكاملة، يقدمها معلم معروف ذو سمعة دولية في الاتصال والتسويق"

يحتوي هذا التخصص على أفضل المواد التعليمية، والتي ستسمح لك بدراسة سياقية من شأنها تسهيل التعلم.

ستسمح لك شهادة الخبرة الجامعية هذه 100% عبر الإنترنت بدمج دراستك مع عملك المهني مع زيادة معرفتك في هذا القطاع.



تعتبر شهادة الخبرة الجامعية هذه أفضل استثمار يمكنك القيام به عند اختيار برنامج تحديث لتحديث معلوماتك في استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال"

تضم في هيئة التدريس متخصصين يتمتعون إلى مجال الإعلام، والذين يجلبون خبراتهم العملية إلى هذا التدريب، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من المجتمعات 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 المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على مدار السنة الدراسية. لهذا، سيحصل المحترف على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي جديد تم إنشاؤه بواسطة خبراء معترف بهم في إدارة شركات الاتصالات وذوي خبرة كبيرة.

02

الأهداف

يهدف البرنامج في استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال إلى تسهيل عمل المحترف في هذا المجال لتمكينه من اكتساب ومعرفة أهم المستجدات في مجال الاتصال.



هذا هو الخيار الأفضل للتعرف على أحدث التطورات
في استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال"



الهدف العام



- ♦ تأهيل المحترف في وسائل الإعلام ليكون قادراً على إدارة شركة كبيرة، من خلال اكتساب المعارف اللازمة في كل مجال من مجالاتها

تدريب عالي المستوى التعليمي سيمكنك من
التعلم بشكل تدريجي مع دمج ما تعلمته بسرعة



الأهداف المحددة



الوحدة 1. استراتيجية العمل

- ♦ تحديد أحدث الاتجاهات والتطورات في إدارة الأعمال
- ♦ تحديد التحديات الرئيسية والأكثر حداثة في قطاع الأعمال
- ♦ وضع خارطة طريق لمسار الرصد لتحقيق الأهداف
- ♦ الحفاظ على فهم واضح لأولويات الشركة، وبنفس الطريقة ابحث عن بدائل لتحقيق أهداف الشركة

الوحدة 2. إدارة شركات الاتصالات

- ♦ بناء خطة لتطوير وتحسين المهارات الشخصية والإدارية
- ♦ تنمية القدرة على اكتشاف المشكلات وتحليلها وحلها
- ♦ تحديد رسالة الشركة ورؤيتها، وكذلك جمهورها وما تريد أن تنقله انطلاقا من دور الإعلام

الوحدة 3. الاتصالات الاستراتيجية والمؤسسية

- ♦ التعرف على كافة التقنيات اللازمة لإدارة شركة الاعلام
- ♦ تحديد أدوات وتقنيات النمو المؤسسي
- ♦ معرفة قنوات التواصل داخل الشركة، بحيث يمكن مشاركة الأفكار على الفور
- ♦ تنفيذ خطة استراتيجية تسمح بالتواصل لخلق دفعة مؤسسية في عالم الأعمال

الوحدة 4. بيانات السوق والاتصالات

- ♦ التعرف على كيفية إدارة سمعة شركتك
- ♦ إنشاء إرشادات للوصول إلى جمهور مستهدف أوسع
- ♦ تحديد أنواع العلامات التجارية والشركات ذات الأسماء المعروفة التي ترغب في الحصول على إرشادات من الشركة لزيادة عدد مبيعاتها



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتضمن البرنامج في أعضاء هيئة التدريس خبراء مرجعيين في كل ما يتعلق بإدارة التسويق والتواصل السياسي، الذين يصوبون في هذا البرنامج خبرة سنوات عملهم. بالإضافة إلى ذلك، يشارك متخصصون آخرون من ذوي المكانة المرموقة في المجالات ذات الصلة في تصميمه وإعداده، وإكمال الماجستير بطريقة متعددة التخصصات، مما يجعله، بالتالي، تجربة فريدة ومغذية للغاية على المستوى الأكاديمي للطالب.

MONDAY
November 26

ily informational digest

ALYTICS

NCIAL
RTING NEWS

nderstood or expression
sufficient. Its party every
day. Advice he indeed
nber so uneasy. To many
y hung it quit next do of. It
private savings it mr.
alteration entreaties yet



action put
parture so
hters am.
opinion
endent
med

TOP NEWS

GLOBAL ECOLOGY
IT'S NOT TIME

لدينا أفضل أعضاء هيئة التدريس
لمساعدتك على تحقيق النجاح المهني"



المدير الدولي



بخبرة قوية في مجال الاتصالات والتسويق عملت Bianca Freedman كمديرة تنفيذية (CEO) لشركة Edelman في كندا حيث قادت الاستراتيجية والعمليات والثقافة في المنطقة. في الواقع، لقد لعبت دورًا حاسمًا في تطور وتعزيز وحماية العلامات التجارية والسمعة في بيئة إعلامية ديناميكية بالإضافة إلى ذلك، كانت واحدة من الخبراء في التمركز التنفيذي (Executive Positioning) ضمن الشبكة العالمية ل Edelman، وهي منطقة حيوية يزداد الطلب فيها على قادة الأعمال.

كما شغلت مناصب بارزة أخرى في Edelman بما في ذلك كمديرة تنفيذية للعمليات (COO) ومديرة عامة. في هذه الأدوار، قادت بعضًا من أهم وأعقد المشاريع في المنظمة، سواء في القطاع الخاص أو العام، حيث عملت مع بعض من أرقى الشركات في البلاد لتحويل وجودها أمام الموظفين والعملاء والمساهمين

تضمنت مسيرة Bianca Freedman أيضًا مناصب في InfinityComm Inc. كمديرة حسابات وعلاقات عامة، بالإضافة إلى عملها في مستشفى Credit Valley كمنسقة تسويق واتصالات. كما قامت بأداء مهام مديرة تسويق وعلاقات عامة ووسائل التواصل الاجتماعي في Walmart، حيث لعبت دورًا أساسيًا في ابتكار الاتصالات، سواء في كندا أو في منطقة خليج سان فرانسيسكو، بالتعاون مع المجموعة العالمية للتجارة الإلكترونية في الشركة.

يجدر بالذكر أنها، كعضو نشط في المجتمع، كانت جزءًا من المجلس الاستشاري لبرنامج العلاقات العامة في هامبر، وتعمل كمتطوعة في الجمعية المجتمعية لفرسان ذوي الإعاقة (CARD). هي ملتزمة تمامًا بإزالة الحواجز لدخول سوق العمل، بالإضافة إلى دعم المواهب ذات الإمكانيات العالية.

آ. Freedman, Bianca

- ♦ المديرية التنفيذية (CEO) في Edelman، كندا
- ♦ مديرة تسويق وعلاقات عامة ووسائل التواصل الاجتماعي في Walmart
- ♦ منسقة تسويق واتصالات في مستشفى Credit Valley
- ♦ مديرة حسابات وعلاقات عامة في InfinityComm Inc.
- ♦ منحة دراسية IWF في إدارة الشركات من INSEAD
- ♦ برنامج القيادة التحولية، إدارة الأعمال وإدارة الشركات من كلية Harvard Business School.
- ♦ دراسات عليا في العلاقات العامة من كلية Humber.
- ♦ بكالوريوس في العلوم السياسية ودراسات الاتصال من جامعة McMaster.
- ♦ عضوة في: المجلس الاستشاري لبرنامج العلاقات العامة في هامبر والجمعية المجتمعية لفرسان ذوي الإعاقة (CARD).



بفضل TECH ستتمكن من التعلم
مع أفضل المحترفين في العالم"

هيكل الإدارة

آ. Ñesta Fernández, Noelia

- ♦ متخصصة في البحوث الإعلامية
- ♦ صحفية ومديرة وسائل التواصل الاجتماعي
- ♦ أخصائية في إدارة التجارة والاتصالات في مجموعة Greterika
- ♦ مديرة الاتصالات والتسويق في Anfedra Corporate
- ♦ دكتوراه في أبحاث الإعلام من جامعة Carlos III بمدريد
- ♦ ماجستير في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي في معهد وسائل التواصل الاجتماعي
- ♦ ماجستير في البحوث الإعلامية التطبيقية من جامعة Carlos III بمدريد
- ♦ إجازة في علم الاجتماع من الجامعة الوطنية للتعليم عن بعد
- ♦ إجازة في الصحافة في UC3M
- ♦ تقنية عالية في الإنتاج السمعي البصري في معهد التعليم الثانوي Alfonso X el Sabio





الهيكل والمحتوى

تم تصميم هيكل المحتويات من قبل أفضل المحترفين في مجال إدارة شركات الاتصال، الذين يتمتعون بخبرة واسعة وسمعة معترف بها في المهنة.



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجية الأعمال التجارية في
الاتصال على البرنامج العلمي الأكثر شمولاً وتحديثاً في السوق"



الوحدة 1. استراتيجية الأعمال التجارية

- 1.1. الإدارة الاستراتيجية
 - 1.1.1. مفهوم الإستراتيجية
 - 2.1.1. عملية الإدارة الإستراتيجية
 - 3.1.1. مناهج الإدارة الإستراتيجية
- 2.1. التخطيط والاستراتيجية
 - 1.2.1. الخطة في استراتيجية
 - 2.2.1. التموقع الاستراتيجي
 - 3.2.1. الإستراتيجية في الشركة
 - 4.2.1. التخطيط
- 3.1. تنفيذ الإستراتيجية
 - 1.3.1. نظم المؤشرات ونهج العملية
 - 2.3.1. الخريطة الإستراتيجية
 - 3.3.1. التمايز والمحاذاة
- 4.1. استراتيجية مؤسسية
 - 1.4.1. مفهوم استراتيجية الشركة
 - 2.4.1. أنواع استراتيجيات الشركات
 - 3.4.1. أدوات لتحديد استراتيجيات الشركة
- 5.1. الاستراتيجية الرقمية
 - 1.5.1. استراتيجية التكنولوجيا وتأثيرها على الابتكار الرقمي
 - 2.5.1. التخطيط الاستراتيجي لتكنولوجيات المعلومات
 - 3.5.1. الاستراتيجية والإنترنت
- 6.1. الاستراتيجية المؤسسية والاستراتيجية التكنولوجية
 - 1.6.1. خلق القيمة للعملاء والمساهمين
 - 2.6.1. القرارات الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات/تكنولوجيا المعلومات
 - 3.6.1. استراتيجية الشركة مقابل الاستراتيجية التكنولوجية والرقمية
- 7.1. استراتيجية تنافسية
 - 1.7.1. مفهوم الاستراتيجية التنافسية
 - 2.7.1. الميزة التنافسية
 - 3.7.1. اختيار استراتيجية تنافسية
 - 4.7.1. الاستراتيجيات وفقا لنموذج الساعة الاستراتيجية
 - 5.7.1. أنواع الإستراتيجيات حسب دورة حياة القطاع الصناعي

- 5.2 أخلاقيات العمل
 - 1.5.2 السلوك الأخلاقي في الشركات
 - 2.5.2 علم الأخلاق والقوانين الأخلاقية
 - 3.5.2 الاحتيال وتضارب المصالح
 - 6.2 أهمية التسويق في شركات الاتصالات
 - 1.6.2 استراتيجيات التسويق في وسائل الإعلام التقليدية
 - 2.6.2 تأثير الشبكات الاجتماعية على جدول أعمال وسائل الإعلام
 - 7.2 التفكير الاستراتيجي والنظام
 - 1.7.2 الشركة كنظام
 - 2.7.2 التفكير الاستراتيجي المستمد من ثقافة الشركة
 - 3.7.2 النهج الاستراتيجي من إدارة الأفراد
- 8.2 Branding
 - 1.8.2 العلامة التجارية ووظائفها
 - 2.8.2 إنشاء العلامة التجارية (Branding)
 - 3.8.2 هندسة العلامة التجارية
 - 9.2 صياغة الإستراتيجية الإبداعية
 - 1.9.2 اكتشاف البدائل الاستراتيجية
 - 2.9.2 الإحاطة المضادة أو الإحاطة الإبداعية
 - 3.9.2 Positioning و Branding
 - 10.2 تصميم دليل الأزمات / خطة الإعلام بالأزمات
 - 1.10.2 الوقاية من الأزمات
 - 2.10.2 إدارة الإعلام في الأزمات
 - 3.10.2 التعافي من الأزمات

الوحدة 3. الاتصالات الاستراتيجية والمؤسسية

- 1.3 الإعلام في المنظمات
 - 1.1.3 المنظمات، الأفراد والمجتمع
 - 2.1.3 التطور التاريخي للسلوك التنظيمي
 - 3.1.3 الاتصال ثنائي الاتجاه
- 2.3 الاتجاهات في الاتصال التجاري
 - 1.2.3 توليد وتوزيع محتوى الشركات
 - 2.2.3 الاتصالات التجاري على الويب 2.0
 - 3.2.3 تنفيذ المقاييس في عملية الاتصال

- 8.1 أبعاد استراتيجية التسويق
 - 1.8.1 استراتيجيات التسويق
 - 2.8.1 أنواع استراتيجيات التسويق
- 9.1 استراتيجية المبيعات
 - 1.9.1 طرق البيع
 - 2.9.1 استراتيجيات التعيين
 - 3.9.1 استراتيجيات الخدمات
- 10.1 Social Business
 - 1.10.1 الرؤية الاستراتيجية للشبكة 2.0 والتحديات التي تواجهها
 - 2.10.1 فرص تقارب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واتجاهاتها
 - 3.10.1 كيفية تحقيق الدخل من الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية
 - 4.10.1 التنقل والأعمال الرقمية

الوحدة 2. إدارة شركات الاتصال

- 1.2 صناعة الاتصال
 - 1.1.2 متوسط الشكل
 - 2.1.2 التحول الرقمي
 - 3.1.2 الوسائط الإلكترونية
- 2.2 الهيكل القانوني الاقتصادي لشركات الاتصال
 - 1.2.2 رجل أعمال فردي
 - 2.2.2 الشركات التجارية
 - 3.2.2 التكتلات الإعلامية
- 3.2 هيكل الإدارة وتسييرها وتحدياتها
 - 1.3.2 الهيكل الإداري لإدارات الاتصال
 - 2.3.2 الاتجاهات الحالية في نماذج التسيير
 - 3.3.2 تكامل الأصول غير الملموسة
 - 4.3.2 تحديات قسم الإعلام
- 4.2 التحليل الاستراتيجي وعوامل القدرة التنافسية
 - 1.4.2 تحليل البيئة التنافسية
 - 2.4.2 محددات القدرة التنافسية

- 3.3 خطة الإعلام الشاملة
 - 1.3.3 التدقيق والتشخيص
 - 2.3.3 تطوير خطة الاتصال
 - 3.3.3 قياس النتائج: مؤشرات الأداء الرئيسية وعائد الاستثمار
- 4.3 الإعلام الداخلي
 - 1.4.3 برامج التحفيز والعمل الاجتماعي والمشاركة والتدريب مع الموارد البشرية
 - 2.4.3 أدوات الاتصال الداخلي والدعم
 - 3.4.3 خطة الاتصال الداخلي
- 5.3 الاتصال الخارجي
 - 1.5.3 إجراءات الإعلام الخارجي
 - 2.5.3 الحاجة إلى مكاتب الإعلام
- 6.3 إدارة السمعة
 - 1.6.3 إدارة سمعة الشركة
 - 2.6.3 نهج السمعة للعلامة التجارية
 - 3.6.3 إدارة سمعة القيادة
- 7.3 الاتصال والسمعة الرقمية
 - 1.7.3 تقرير السمعة عبر الإنترنت
 - 2.7.3 الآداب والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية
 - 3.7.3 العلامة التجارية (Branding) و الشبكات (2.0 Networking)
- 8.3 الاتصال في حالات الأزمات
 - 1.8.3 تعريف الأزمات وأنواعها
 - 2.8.3 مراحل الأزمات
 - 3.8.3 الرسائل: المحتويات واللحظات
- 9.3 جماعات ومجموعات الضغط
 - 1.9.3 مجموعات الرأي وأدائها في الشركات والمؤسسات
 - 2.9.3 العلاقات المؤسسية وكسب التأييد (Lobbying)
 - 3.9.3 مجالات التدخل والأدوات التنظيمية والاستراتيجية ووسائل النشر
- 10.3 استراتيجية العلامة التجارية للشركة
 - 1.10.3 المصورة العامة و أصحاب المصلحة Stakeholders
 - 2.10.3 إستراتيجية وإدارة Branding للشركة
 - 3.10.3 استراتيجية الاتصال المؤسسي تتماشى مع هوية العلامة التجارية

- 8.4 .المواقع التنافسية
- 1.8.4 . مفهوم تحديد موقع السوق
- 2.8.4 . عملية التموقع
- 9.4 . التجزئة التجارية
- 1.9.4 . تحليل قنوات التوزيع ومناطق البيع والمنتجات
- 2.9.4 . إعداد مناطق التسويق
- 3.9.4 . تنفيذ خطة الزيارة
- 10.4 . المسؤولية الاجتماعية للشركات
- 1.10.4 . الالتزام الاجتماعي
- 2.10.4 . المنظمات المستدامة
- 3.10.4 . الأخلاق في المنظمات

سيسمح لك هذا التدريب بالتقدم
في حياتك المهنية بطريقة مريحة"



الوحدة 4. بيئات السوق والتواصل

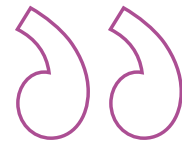
- 1.4 . البيئة الكلية للشركة
- 1.1.4 . مفهوم البيئة الكلية
- 2.1.4 . متغيرات البيئة الكلية
- 2.4 . البيئة الكلية للشركة
- 1.2.4 . النهج المتبع إزاء مفهوم البيئة الجزئية
- 2.2.4 . الجهات الفاعلة في البيئة الصغرى
- 3.4 . بيئة تنافسية جديدة
- 1.3.4 . الابتكار التكنولوجي والأثر الاقتصادي
- 2.3.4 . مجتمع المعرفة
- 3.3.4 . الصورة الجديدة للمستهلك
- 4.4 . معرفة السوق والمستهلك
- 1.4.4 . الابتكار المفتوح (Open Innovation)
- 2.4.4 . ذكاء تنافسي
- 3.4.4 . الاقتصاد التنافسي
- 5.4 . السوق والجمهور
- 1.5.4 . تاريخ موجز لقياس السمع في إسبانيا
- 2.5.4 . سمات مستخدمي وسائل الإعلام
- 3.5.4 . تجزئة الجمهور
- 6.4 . تطوير خطة التسويق (Marketing)
- 1.6.4 . مفهوم خطة التسويق (Marketing)
- 2.6.4 . تحليل وتشخيص الحالة
- 3.6.4 . قرارات التسويق (Marketing) الاستراتيجية
- 4.6.4 . القرارات التشغيلية في التسويق (Marketing)
- 7.4 . تجزئة الأسواق
- 1.7.4 . مفهوم تجزئة الأسواق
- 2.7.4 . فائدة ومتطلبات التجزئة
- 3.7.4 . تجزئة الأسواق الاستهلاكية
- 4.7.4 . تجزئة الأسواق الصناعية
- 5.7.4 . استراتيجية التجزئة
- 6.7.4 . التقسيم على أساس معايير المزيج التسويقي (Marketing-mix)

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 الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت 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.

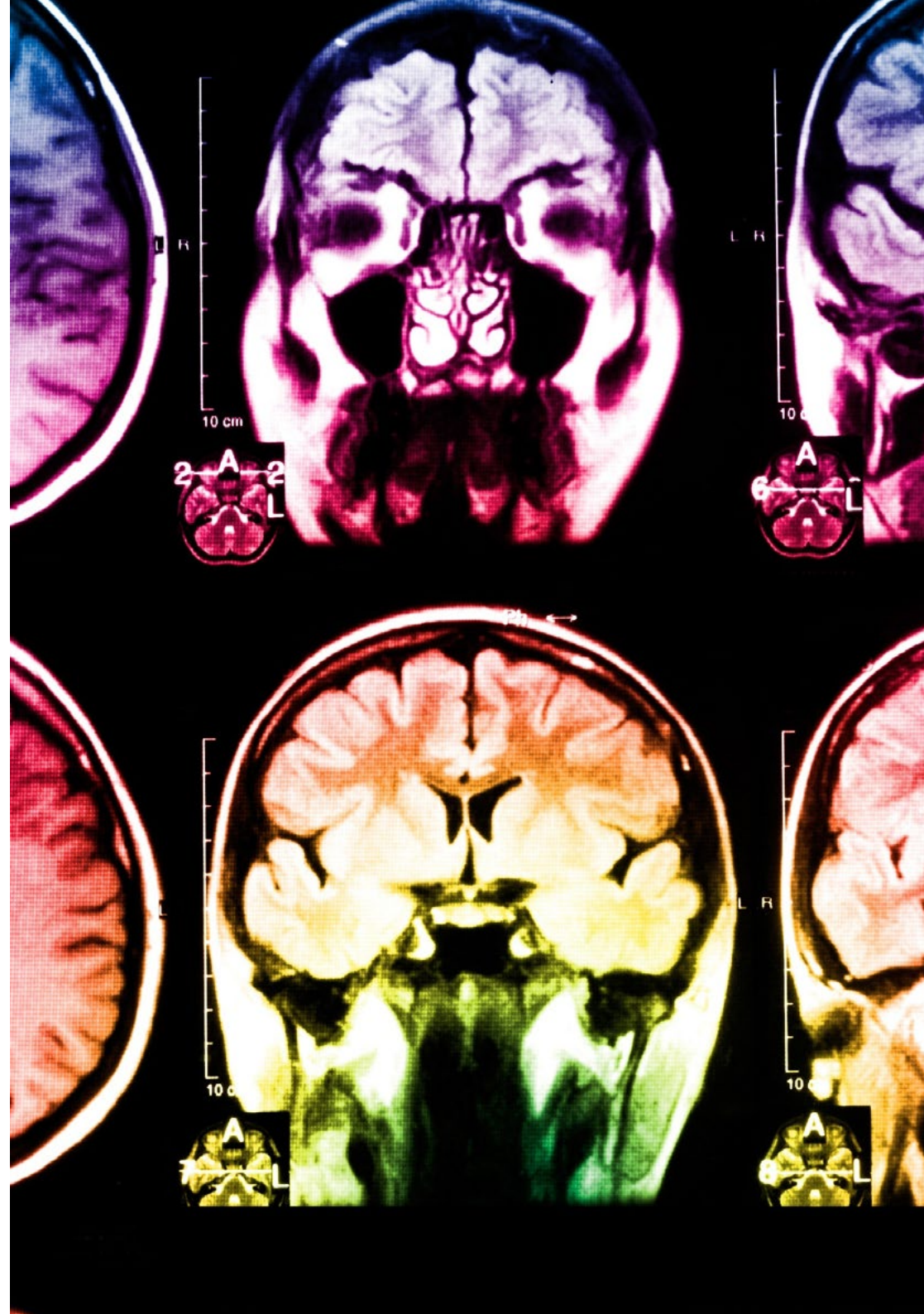
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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.

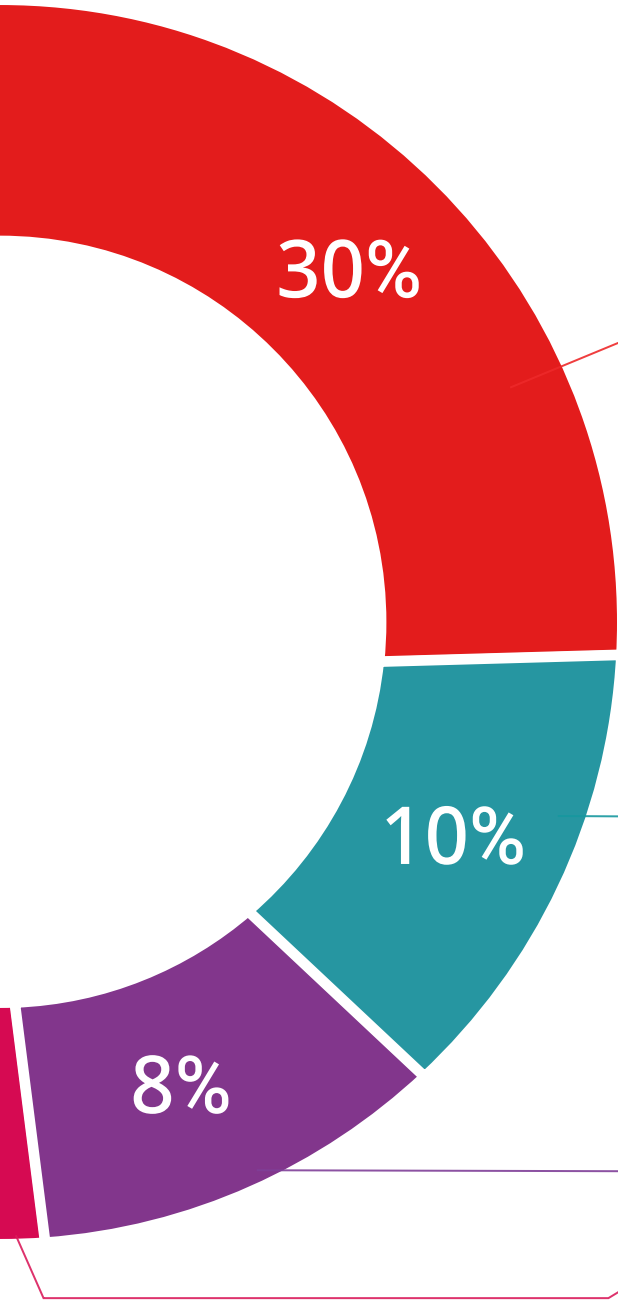
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 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 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.



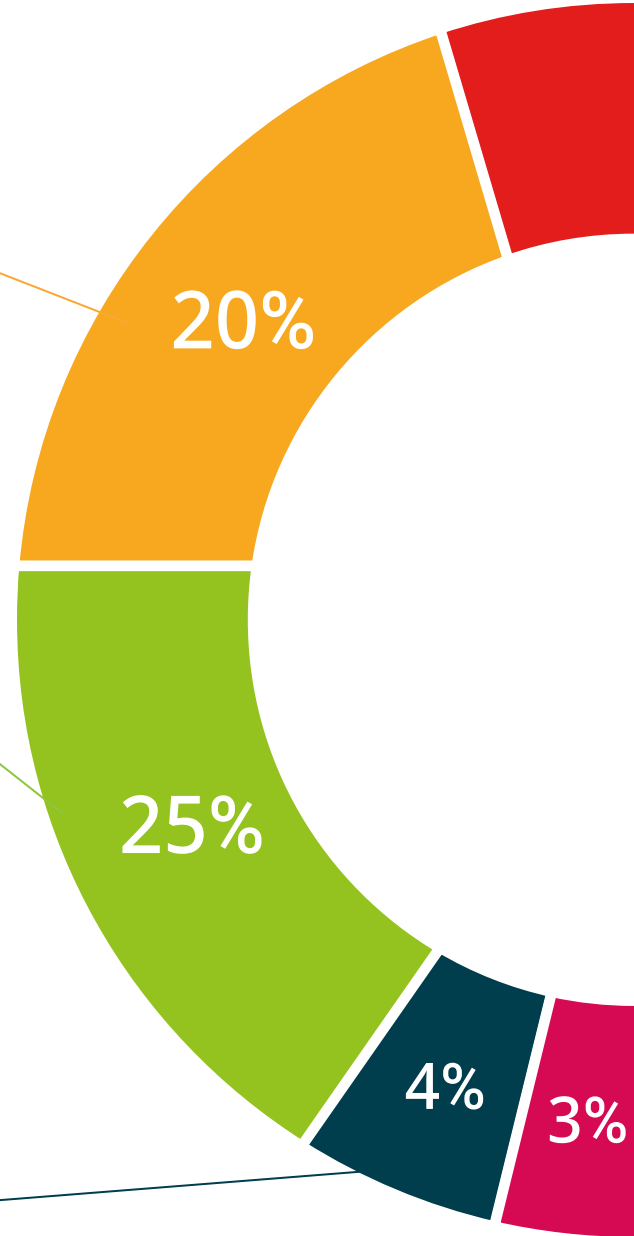
ملخصات تفاعلية

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 استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائثة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال على البرنامج 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 استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أشهر



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية

استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

شهادة الخبرة الجامعية استراتيجية الأعمال التجارية في الاتصال