

شهادة الخبرة الجامعية الاتصالات في البيئة الرقمية



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية الاتصالات في البيئة الرقمية

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 6 أسابيع
- « 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.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-communication-digital-environment

الفهرس

01

المقدمة

صفحة 4

02

الأهداف

صفحة 8

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 16

05

المنهجية

صفحة 22

06

المؤهل العلمي

صفحة 30

المقدمة

في السنوات الأخيرة، تطورت دعاية الشركات بشكل عميق بسبب نمو وتدعيم البيئة الرقمية، مما أجبر المهنيين على تجديد معرفتهم من أجل مواجهة التحديات الجديدة التي يفرضها هذا التغيير بنجاح. من خلال دراسة هذا البرنامج الأكاديمي في الاتصالات في البيئة الرقمية، سيتعمق الطالب في جانب الاتصالات الخاص به ويطور المهارات اللازمة لإنشاء وإنتاج محتوى رقمي، بالإضافة إلى حملات التصميم وخطط الاتصالات عبر الإنترنت.



تدريب رفيع المستوى يدفع الصحفيين وأخصائيي
الاتصالات إلى النجاح في ممارسة مهنتهم"



أصبحت الاتصالات شرطًا لا غنى عنها لتحقيق الغالبية العظمى من أهداف الشركة. يتطلب النظام البيئي الرقمي المعقد الذي يحدث فيه أن يكون لدى الصحفيين ومهنيي الاتصالات معرفة كبيرة بالتغيرات والاتجاهات التي يمكن أن تحدث داخله.

شهدت وسائل الإعلام أن الشبكات الاجتماعية تزيل هيمنتها والخاصية ثنائية الاتجاه للأخيرة تجبر قسم الاتصالات في الشركة على حماية نفسها بالمعرفة والمهارات التي تسمح لها بمواجهة الأزمة المعتادة التي يفرضها التعليق البسيط للمستخدم، على سبيل المثال، إمكانية التحفيز.

بالتالي، أصبح دور الاتصالات داخل الشركات أكثر أهمية من أي وقت مضى. لم يعد كافيًا معرفة كيفية نقل رسالة ؛ من الضروري الآن معرفة كيفية اختراق نفسية الجمهور الذي تتعرض للقصف بالمعلومات التي يتم إجراؤها لقياس الخوارزميات التي تسعى إلى جذب انتباههم بأي ثمن. في هذا الكفاح من أجل وقت المستهلكين والعملاء والمستخدمين، تعتبر الإدارة الحكيمة للمعلومات أمرًا بالغ الأهمية من حيث الأهداف المرنة.

باختصار، هذا برنامج عالي الجودة وعالي العقل، مصمم وفقًا للمطالب التي يتوقعها عالم العمل من المتصلين وهدفه توجيه الطالب نحو التميز في مجال الاتصالات في البيئة الرقمية. بالتالي، فإن تنسيقه عبر الإنترنت 100٪ يسمح للطالب بتنظيم ساعات دراسته في أوقات الفراغ، دون الحاجة إلى السفر إلى أي مركز تعليمي.

تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في الاتصالات في البيئة الرقمية على البرنامج علمي الأكثر اكتمالًا وحدائثه في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية التي يقدمها الخبراء في الاتصالات المؤسسي
- ♦ محتوياتها الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها تجمع المعلومات النظرية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ أحدث التطورات في دعاية الشركة
- ♦ تمارين عملية لإجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين العملية التعليمية
- ♦ تركيزها الخاص على المنهجيات المبتكرة في الاتصالات في البيئة الرقمية
- ♦ نظام التعلم التفاعلي القائم على الخوارزميات لاتخاذ القرارات بشأن المواقف المثارة في الصحافة والاتصالات الرقمية
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت



العمل مع أفضل المهنيين في هذا المجال بفضل شهادة الخبرة الجامعية هذه ذي القيمة المنهجية الممتازة"

كن صحفيًا ممتازًا وتعلم العمل في خرائن الاتصالات للشركات من جميع القطاعات بنجاح تام.

تقدم لك TECH أفضل برنامج أكاديمي في السوق في مجال الاتصالات الرقمية. عليك فقط أن تضع الإرادة للدراسة.

تنوعت مهنة الصحافة بشكل كبير في السنوات الأخيرة. اليوم، فإن إحدى الفرص الوظيفية التي تحظى بأكثر قدر من فرص العمل هي في مجال الاتصالات في البيئة الرقمية"

يتضمن البرنامج هيكل هيئة التدريس، الخاص بها محترفين ينتمون إلى مجال الصحافة والاتصالات الذين يقدمون خبراتهم في هذا البرنامج، بالإضافة إلى خبراء معترف بهم من مجتمعات مرجعية وجامعات مشهورة.

سيتيح محتواها المتعدد الوسائط، الذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي بيئة محاكاة توفر دراسة غامرة مبرمجة للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على الطالب من خلاله محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل المهني على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من صنع خبراء مشهورين في مجال الاتصالات في البيئة الرقمية.

الأهداف

تم تصميم هذا البرنامج لبناء القدرات والمساعدة في تطوير مهارات وكفاءات دعابة جديدة ستكون ضرورية لتطور المهني كصحفي ومتواصل. بعد الانتهاء من البرنامج، سيتمكن الطالب من تحديد وتنفيذ إجراءات محددة، إما كجزء من المكتب الصحفي للشركة أو كصحفي متخصص. بهذه الطريقة، سيضع نفسه كمهني ناجح، ويحقق كفاءات كبيرة وتدريبًا لقيادة مشاريع مختلفة الحجم.





إذا كان هدفك هو التطور كصحفي
ومتواصل في الشركات، ووضع استراتيجيات
رقمية ناجحة، فإن هذا البرنامج مثالي لك"

الأهداف العامة



- ♦ وجود رؤية شاملة ومهنية لبيئة الاتصالات تحدد خصوصيات القطاع، فضلاً عن تأثيره وتأثيره على نسيج الأعمال بأكمله
- ♦ اكتساب المعرفة الأساسية والمتقدمة لتمكين الخريجين من إنشاء نظم بيئية جديدة للدعاية
- ♦ تعزيز الإدارة والتحليل والإبداع والمهارات القيادية باعتبارها من الكفاءات الرئيسية للاتصال المؤسسي
- ♦ تطوير قدرة ممتازة لدى الطالب على الكتابة والتواصل الشفوي والكتابي واللفظي وغير اللفظي
- ♦ الحصول على المسؤولية الأخلاقية اللازمة لأداء وظائف الاتصالات الرقمية
- ♦ تطوير التفكير النقدي
- ♦ معرفة على الفرص والقدرة على التطور من خلال النظرة إلى العمل الذاتي.
- ♦ تحسين مرونة صنع القرار من خلال الملاحظة والتحليل والتفسير والإجراءات المتعلقة بالمعايير المهنية من خلال الإبلاغ النقدي
- ♦ فهم عملية الاتصالات وإعادة إنتاجها بشكل فعال من خلال تكييفها مع كل قناة وملف تعريف للشركة والجمهور المستهدف



تعلم العمل في المجال الاقتصادي كخبير، من خلال هذه التجربة الكاملة التي ستتيح لك إتقان الأدوات وأشكال العمل المحددة لهذا المجال"

الأهداف المحددة



الوحدة 1. المهارات الإدارية

- ♦ تطبيق العمليات الإبداعية في مجال الاتصالات المؤسسي
- ♦ تنفيذ مقاييس دقيقة تظهر عائد الإدارة الاستراتيجية للأصول غير المادية بمؤشرات غير مالية معترف بها ولها تأثير مباشر على الأعمال
- ♦ تحديد جمهور وسائط الإعلام، إدارة قسم الاتصالات بفعالية في أي منظمة في جميع جوانبه

الوحدة 2. الاتصالات واستراتيجية العلامة التجارية والسمعة

- ♦ تصميم استراتيجيات وسياسات مبتكرة لتحسين الإدارة وكفاءة الأعمال
- ♦ تخطيط وتنفيذ خطط اتصال شاملة

الوحدة 3. استراتيجية الاتصالات في البيئة الرقمية

- ♦ القدرة على تصميم خطة لوسائل التواصل الاجتماعي ناجحة بناءً على جدول زمني وميزانية
- ♦ تعرف على الأدوات الرقمية الرئيسية لإنشاء استراتيجيات.

الوحدة 4. Performance and Inbound Marketing

- ♦ قياس سمعة العلامة التجارية عبر الإنترنت
- ♦ معرفة كيفية تطوير استراتيجيات الولاء من خلال الإنترنت وتصميم خطة اتصال رقمية



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يضم هذا البرنامج الأكاديمي أكثر أعضاء هيئة التدريس تخصصاً في السوق التعليمي الحالي. وهم متخصصون اختارهم شركة TECH لتطوير مسار البرنامج بأكمله. وبهذه الطريقة، واستناداً إلى خبرتهم الخاصة وأحدث الأدلة، قاموا بتصميم المحتوى الأكثر حداثة الذي يوفر ضماناً للجودة في مثل هذا الموضوع الهام.

تقدم لك TECH أكثر هيئة تدريس متخصصة في مجال
الدراسة، . سجل الآن وتمتع بالجودة التي تستحقها"



المدير الدولي المُستضاف

Wendy Thole-Muir، الحائزة على "International Content Marketing Awards" لإبداعها وقيادتها وجودة محتواها الإعلامي، هي مديرة اتصالات مشهورة ومتخصصة للغاية في مجال إدارة السمعة.

ومن هذا المنطلق، فقد طوّرت مسيرة مهنية راسخة لأكثر من عقدين من الزمن في هذا المجال، مما جعلها تشكل جزءاً من كيانات مرجعية دولية مرموقة مثل شركة كوكا كولا. ويشمل دورها الإشراف على الاتصالات المؤسسية وإدارتها، بالإضافة إلى التحكم في الصورة المؤسسية. ومن بين مساهماتها الرئيسية، قادت تنفيذ منصة التفاعل الداخلي Yammer. وبفضل ذلك، زاد التزام الموظفين بالعلامة التجارية وأنشأت مجتمعاً أدى إلى تحسين نقل المعلومات بشكل كبير.

وعلاوة على ذلك، كانت مسؤولة عن إدارة التواصل مع الاستثمارات الاستراتيجية للشركة في مختلف البلدان الأفريقية. ومن الأمثلة على ذلك أنها أدارت حوارات حول الاستثمارات الهامة في كينيا، مما يدل على التزام الكيانات بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد. وفي المقابل، حازت الشركة على العديد من الجوائز لقدرتها على إدارة تصور الشركات في جميع الأسواق التي تعمل فيها. وبهذه الطريقة، فقد ضمنت أن تحتفظ الشركات بمكانة عالية وأن يربط المستهلكون بينها وبين الجودة العالية.

بالإضافة إلى ذلك، وفي إطار التزامها الراسخ بالتميز، شاركت بنشاط في مؤتمرات وندوات عالمية شهيرة لمساعدة المتخصصين في مجال الإعلام على البقاء في طليعة التقنيات الأكثر تطوراً لتطوير خطط اتصال استراتيجية ناجحة. وعلى هذا النحو، فقد ساعدت العديد من الخبراء في توقع حالات الأزمات المؤسسية وإدارة الأحداث السلبية بفعالية.



أ. Thole-Muir, Wendy

- مديرة الاتصالات الاستراتيجية والسمعة المؤسسية في شركة كوكا كولا، جنوب أفريقيا
- رئيسة قسم السمعة المؤسسية والاتصالات في ABI في SABMiller de Lovania، بلجيكا
- مستشارة الاتصالات في ABI، بلجيكا
- استشارية السمعة والاتصالات في شركة Third Door في غوتنغ، جنوب أفريقيا
- ماجستير في الدراسات السلوكية الاجتماعية من جامعة جنوب أفريقيا
- ماجستير الآداب مع التخصص في علم الاجتماع وعلم النفس من جامعة جنوب أفريقيا
- بكالوريوس في العلوم السياسية وعلم الاجتماع الصناعي من جامعة كوازولو ناتال، جنوب أفريقيا
- بكالوريوس في علم النفس من جامعة جنوب أفريقيا

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل
المحترفين في العالم"



الهيكل والمحتوى

تم إنشاء هيكل المحتوى من قبل فريق من المهنيين في الصحافة، التسويق والاتصالات الذين يدركون الأهمية الملحة للتدريب والتحديث في هذا المجال كوسيلة لتعميق مجال المعرفة، لقد صمموا أجندة كاملة للغاية مصممة خصيصًا لتزويد المتخصصين في علوم المعلومات بأحدث المعارف المتعلقة بفرادى وخصائص عالم الاتصالات الرقمية. بالتالي، بعد الانتهاء من التدريب، سيكون الطالب مستعد لممارسة عمله في هذا المجال بطريقة أكثر استقلالية وكفاءة.



لدينا برنامج التعلم الأكثر اكتمالا وتحديثا في السوق، والذي
سيسمح لك بالدخول إلى عالم مثير مع كل ضمانات النجاح"



الوحدة 1. المهارات الإدارية

- 1.1. الخطابة وتدريب المتحدثين
 - 1.1.1. الاتصالات بين الأفراد
 - 2.1.1. المهارات الاتصالية والتأثير
 - 3.1.1. عوائق الاتصالات
- 2.1. الاتصالات والقيادة
 - 1.2.1. القيادة وأساليب القيادة
 - 2.2.1. التحفيز
 - 3.2.1. قدرات ومهارات القائد 2.0
- 3.1. Branding العلامة الشخصية
 - 1.3.1. استراتيجيات لتطوير العلامة الشخصية
 - 2.3.1. قوانين العلامة Branding الشخصية
 - 3.3.1. أدوات بناء العلامات الشخصية
- 4.1. إدارة الفرق
 - 1.4.1. فرق العمل وإدارة الاجتماعات
 - 2.4.1. إدارة عمليات التغيير
 - 3.4.1. إدارة الفرق متعددة الثقافات
 - 4.4.1. تدريب (Coaching)
- 5.1. التفاوض وحل الصراعات
 - 1.5.1. تقنيات التفاوض الفعالة
 - 2.5.1. الصراعات بين الأفراد
 - 3.5.1. التفاوض بين الثقافات
- 6.1. الذكاء العاطفي
 - 1.6.1. الذكاء العاطفي والاتصالات
 - 2.6.1. الجراءة والتعاطف والاستماع الفعال
 - 3.6.1. تقدير الذات ولغة العواطف
- 7.1. رأس المال العلاقتي: العمل المشترك (Coworking)
 - 1.7.1. إدارة رأس المال البشري
 - 2.7.1. تحليل الأداء
 - 3.7.1. إدارة المساواة والتنوع
 - 4.7.1. الابتكار في إدارة الموارد البشرية

الوحدة 2. الاتصالات واستراتيجية العلامة التجارية والسمعة

- 8.1. إدارة الوقت
 - 1.8.1. التخطيط والتنظيم والمراقبة
 - 2.8.1. منهجية إدارة الوقت
 - 3.8.1. خطط العمل
 - 4.8.1. أدوات فعالة لإدارة الوقت
- 1.2. الهوية المؤسسية والرؤية الاستراتيجية
 - 1.1.2. الهوية وإعادة تعريف القيم التنظيمية
 - 2.1.2. الثقافة التنظيمية المؤسسية
 - 3.1.2. تحديات قسم الاتصالات
 - 4.1.2. الصورة والإشهار العام
- 2.2. استراتيجية العلامة التجارية المؤسسية
 - 1.2.2. الصورة العامة وStakeholders
 - 2.2.2. استراتيجية وإدارة العلامة Branding المؤسسية
 - 3.2.2. استراتيجية الاتصالات المؤسسي متوافقة مع هوية العلامة التجارية
- 3.2. نظرية السمعة
 - 1.3.2. السمعة كمثال على الشركة الجيدة
 - 2.3.2. مفهوم السمعة المؤسسية
 - 3.3.2. السمعة الداخلية
 - 4.3.2. تأثير التعميم على صورة الشركة
- 4.2. تقييم السمعة
 - 1.4.2. تدقيق السمعة المؤسسية
 - 2.4.2. مراقبة سمعة الشركات المدرجة
 - 3.4.2. مؤشر السمعة لحسن الحكم
 - 4.4.2. تحليل السمعة القطاعية
- 5.2. إدارة السمعة
 - 1.5.2. إدارة السمعة المؤسسية
 - 2.5.2. التوجه السمعي للعلامة التجارية
 - 3.5.2. إدارة السمعة للقيادة

- 4.3 المنصات العامة ومحترفة و (microblogging)
 - 1.4.3 Facebook
 - 2.4.3 LinkedIn
 - 3.4.3 + Google
 - 4.4.3 Twitter
- 5.3 منصات الفيديو والصورة والتنقل
 - 1.5.3 YouTube
 - 2.5.3 Instagram
 - 3.5.3 Flickr
 - 4.5.3 Vimeo
 - 5.5.3 Pinterest
- 6.3 استراتيجية المحتوى ورواية القصص storytelling
 - 1.6.3 Blogging الشركات
 - 2.6.3 استراتيجية تسويق المحتوى
 - 3.6.3 وضع خطة للمحتوى
 - 4.6.3 استراتيجية تنظيم المحتوى
- 7.3 استراتيجيات في وسائل التواصل الاجتماعي
 - 1.7.3 العلاقات العامة للشركات ووسائل التواصل الاجتماعي
 - 2.7.3 تحديد الاستراتيجية الواجب اتباعها في كل وسيلة
 - 3.7.3 تحليل وتقييم النتائج
- 8.3 Community Management
 - 1.8.3 الوظائف ومهام ومسؤوليات الـ Community manager
 - 2.8.3 Social Media Manager
 - 3.8.3 Social Media Strategist
 - 9.3 Social Media plan
- 1.9.3 تصميم خطة وسائل التواصل الاجتماعي
- 2.9.3 التوقيت والميزانية والتوقعات والبرصد
- 3.9.3 بروتوكول الطوارئ في حالة حدوث أزمة
- 10.3 أدوات الرصد عبر الإنترنت
 - 1.10.3 أدوات الإدارة وتطبيقات الحواسيب المكتبية
 - 2.10.3 أدوات الرصد والدراسة

- 6.2 إدارة المخاطر السمعية و الأزمة
 - 1.6.2 الاستماع وإدارة التصورات
 - 2.6.2 الإجراءات ودليل إدارة الأزمات وخطط الطوارئ
 - 3.6.2 تدريب المتحدثين في حالات الطوارئ
- 7.2 الاستدامة الأخلاقية
 - 1.7.2 استراتيجية ومعايير مستدامة
 - 2.7.2 حملات الاتصالات مع معايير الاستدامة
 - 3.7.2 تعزيز موقف العلامة التجارية وصورته كعلامة مستدامة
- 8.2 قياسات وتحليلات العلامة التجارية والسمعة
 - 1.8.2 مقدمة إلى مقاييس العلامة التجارية الشركائية
 - 2.8.2 مؤشرات القياس الداخلي والخارجي
 - 3.8.2 أدوات إدارة العلامة
 - 4.8.2 تصنيفات Rankings وتقييم العلامات

الوحدة 3. استراتيجية الاتصالات في البيئة الرقمية

- 1.3 Web 2.0 أو الويب الاجتماعي
 - 1.1.3 المؤسسة في عصر المحادثة
 - 2.1.3 web 2.0 هو الافراد
 - 3.1.3 البيئة الرقمية وأشكال الاتصالات الجديدة
- 2.3 الاتصالات والسمعة الرقمية
 - 1.2.3 تقرير السمعة عبر الإنترنت
 - 2.2.3 آداب السلوك والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية
 - 3.2.3 Branding و 2.0 Networking
- 3.3 تصميم وتخطيط خطة للسمعة على الإنترنت
 - 1.3.3 بانوراما لوسائل التواصل الاجتماعي الرئيسية في إسبانيا
 - 2.3.3 خطة سمعة العلامة التجارية
 - 3.3.3 المقاييس العامة و ROI و social CRM
 - 4.3.3 Crisis on-line و SEO Reputacional

الوحدة 4. Performance and Inbound Marketing

- 1.4 . Permission Marketing
 - 1.1.4 . كيف تحصل على إذن المستخدم؟
 - 2.1.4 . تخصيص الرسالة
 - 3.1.4 . تأكيد البريد الإلكتروني أو Doble Opt-in
- 2.4 . استراتيجية الأداء وتقنياته
 - 1.2.4 . Performance Marketing: النتائج
 - 2.2.4 . مزيج من الوسائط الرقمية
 - 3.2.4 . أهمية Funnel
- 3.4 . تنظيم حملات للعضوية
 - 1.3.4 . الوكالات والبرامج التابعة
 - 2.3.4 . Postview
 - 3.3.4 . تصميم البرامج التابعة
 - 4.3.4 . عرض الحملات وتحسينها
- 4.4 . إطلاق برنامج تابع
 - 1.4.4 . شبكات الانتساب والانتساب المباشرة
 - 2.4.4 . رصد النتائج وتحليلها
 - 3.4.4 . منع الاحتيال
- 5.4 . تطوير حملات البريد الإلكتروني
 - 1.5.4 . قوائم المشتركين والقيادات (leads) و العملاء
 - 2.5.4 . الأدوات والموارد في تسويق البريد الإلكتروني
 - 3.5.4 . كتابة الإعلانات عبر الإنترنت لحملات تسويق البريد الإلكتروني (email marketing)
- 6.4 . المقاييس في تسويق البريد الإلكتروني
 - 1.6.4 . قائمة المقاييس
 - 2.6.4 . مقاييس الرسائل الإخبارية المقدمة
 - 3.6.4 . مقاييس التحويل
- 7.4 . Inbound Marketing
 - 1.7.4 . (Inbound Marketing) الفعال
 - 2.7.4 . فوائد (Inbound Marketing)
 - 3.7.4 . قياس نجاح Inbound marketing

- .8.4 البحث عن الهدف
 - .1.8.4 Consumer Intent Modelling & Buyer الأشخاص
 - .2.8.4 Customer Journey Mapping
 - .3.8.4 Content strategy
- .9.4 تحسين المحتوى
 - .1.9.4 تحسين محتوى محركات البحث
 - .2.9.4 توليد المحتوى
 - .3.9.4 تبسيط المحتوى
- .10.4 التحويل
 - .1.10.4 Lead capture & CRO
 - .2.10.4 Lead Nurturing & Marketing Automation

تجربة أكاديمية فريدة ومهمة
وحاسمة لتعزيز تطور المهني

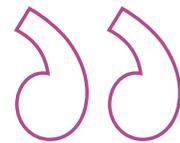


المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم، فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).

اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"



منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة
طريقة تعلم تهز أسس الجامعات
التقليدية في جميع أنحاء العالم"

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة
التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي
وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

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

كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية
والحالات الحقيقية، حل المواقف المعقدة
في بيئات العمل الحقيقية.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الإنترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

في عام 2019، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية متفوقين بذلك على جميع الجامعات الافتراضية الناطقة باللغة الإسبانية في العالم.

في TECH تتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدراء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

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

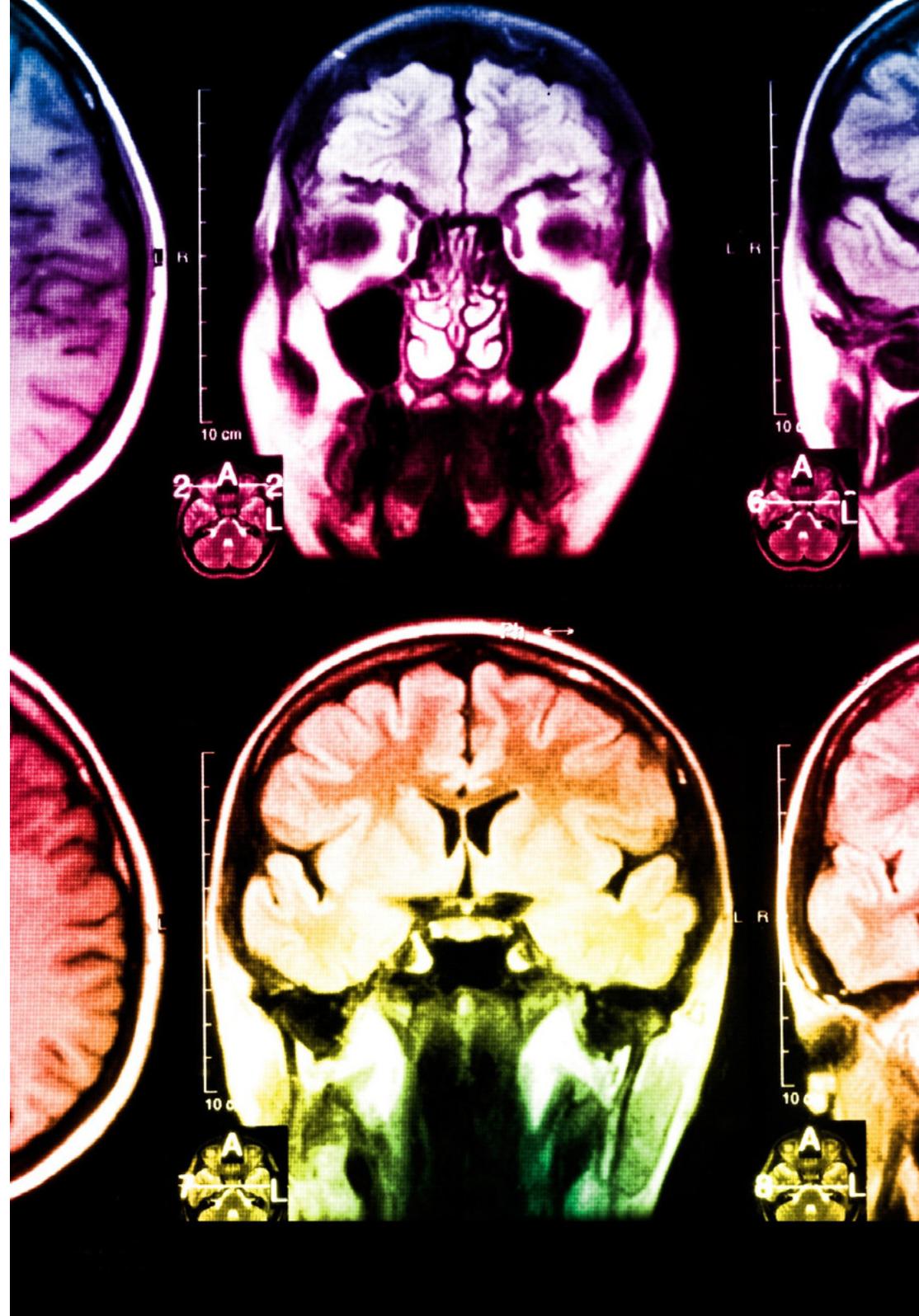


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة،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

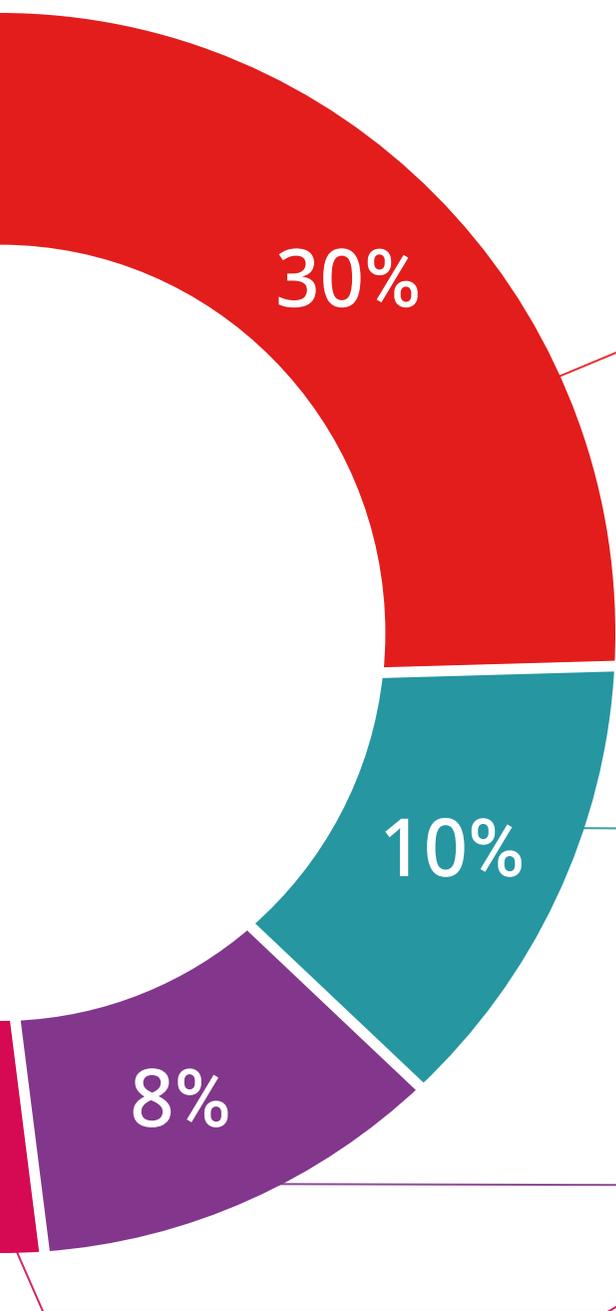
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحصين بالمخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

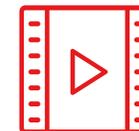
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا 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 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.



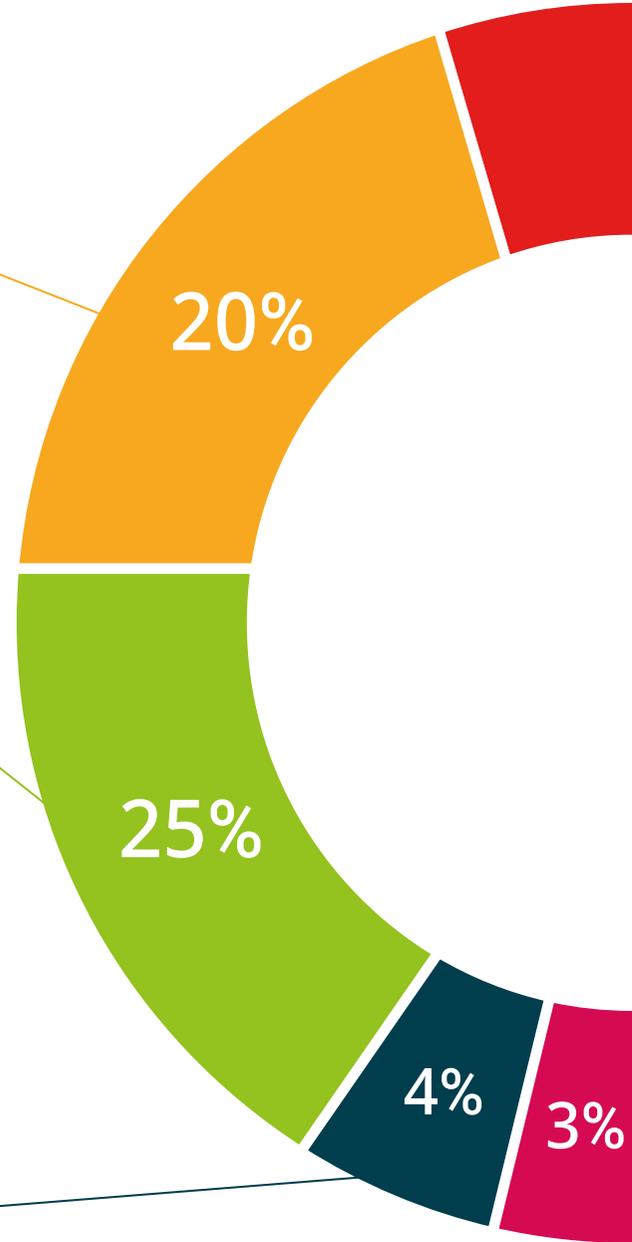
ملخصات تفاعلية

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 المحاضرة الجامعية في الاتصالات في البيئة الرقمية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على شهادة اجتياز المحاضرة الجامعية الصادرة 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 الاتصالات في البيئة الرقمية على البرنامج علمي 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 الاتصالات في البيئة الرقمية

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 375 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

الاتصالات في البيئة الرقمية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« 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 الاتصالات في البيئة الرقمية

