

# شهادة الخبرة الجامعية الاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## شهادة الخبرة الجامعية الاتصال المؤسسي وتسبير الأسواق

« طريقة التدريس: 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.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-corporate-communication-market-management](http://www.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-corporate-communication-market-management)

# الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

منهجية الدراسة

صفحة 24

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمى

صفحة 34

# المقدمة

الاتصال المؤسسي هو مجموعة من الإجراءات التي تستخدمها الشركة للتواصل مع جماهيرها المختلفة. من خلال هذا التدريب عالي المستوى، ستتمكن من تحسين سمعة شركة الاتصال، حيث ستتعلم كيفية تسليط الضوء على فوائدها ومزاياها التنافسية، وفقاً لأسلوب اتصال يتناسب مع احتياجات كل نشاط.



يعد هذا التدريب أفضل خيار يمكنك العثور عليه  
للتخصص في الاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في الاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق 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

في عالم يزداد حداثة، تحتاج الشركات إلى إعادة ابتكار نفسها للتواصل مع جمهورها. يتوقع المستهلكون أن تكون الشركات أكثر انفتاحاً وتفاعلاً، مما يجعل الاتصال المؤسسي يلعب دوراً رئيسياً في المنظمة.

تقدم شهادة الخبرة الجامعية هذه للطلاب أدوات ومهارات محددة تمكّنه من تطوير نشاطه المهني بنجاح في البيئة الواسعة للاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق. 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.

هذا البرنامج مصمم لتوفير تدريب عبر الإنترنت، حيث يتم تقديم جميع المعارف النظرية والعملية من خلال محتويات وسائط متعددة عالية الجودة، وتحليل حالات دراسية أعدها خبراء، ومحاضرات رئيسية وتقنيات فيديو تسمح بتبادل المعارف والخبرات، والحفاظ على تحديث مستوى التعليم لأعضائه، وإنشاء بروتوكولات عمل ونشر أهم المستجدات في التخصص.

من خلال التدريب عبر الإنترنت سيتمكن الطالب من تنظيم وقته و التعلم بسرعة و التكيف مع جداوله، بالإضافة إلى القدرة على الوصول إلى المحتوى من أي جهاز حاسوب أو جهاز محمول. بالإضافة إلى ذلك، سيتمكن من المشاركة في سلسلة خاصة من صفوف رئيسية متقدمة (Masterclasses) التي أعدها خبير دولي بارز في الاتصال والتسويق. ستوفر له هذه الجلسات الإضافية إمكانية تحديث وتعزيز معرفته ومهاراته في هذا المجال الذي يشهد تطوراً مستمراً.



طور مهاراتك مع TECH ! ستتمكن من الوصول إلى صفوف رئيسية متقدمة (Masterclasses) فريدة ومكملة، يقدمها مدرس بارز ذو شهرة دولية في مجال الاتصال والتسويق"

سيسمح لك البرنامج 100% عبر الإنترنت هذه  
بدمج دراستك مع عملك المهني مع زيادة  
معرفتك في هذا المجال.

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

تعتبر شهادة الخبرة الجامعية هذه أفضل استثمار يمكنك  
القيام به عند اختيار برنامج تحديث لتحديث معرفتك في  
الاتصال المؤسسية وإدارة أسواق التواصل"



تضم في هيئة التدريس متخصصين ينتمون 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

البرنامج موجه لتسهيل عمل المحترفين في هذا المجال ليتعرفوا على أهم المستجدات في مجال الاتصال.





هذا هو الخيار الأفضل للتعرف على أحدث  
التطورات في مجال الاتصال المؤسسي  
وتسيير الأسواق"



## الهدف العام



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



أهداف واقعية مصممة ومخطط لها بحيث عند انتهاء التدريب، تكون قد اكتسبت المعارف التي تحتاجها لبدء العمل في هذا المجال"



## الأهداف المحددة



### الوحدة 1. الاتصال الاستراتيجي والمؤسسي

- ♦ التعرف على كافة التقنيات اللازمة لإدارة شركة الاتصال
- ♦ 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 2. بيئات السوق والاتصال

- ♦ التعرف على كيفية إدارة سمعة شركتك
- ♦ إنشاء إرشادات للوصول إلى جمهور مستهدف أوسع
- ♦ تحديد نوع العلامات التجارية والشركات ذات الأسماء الخاصة التي ترغب في الدخول في شراكة مع الشركة لزيادة أرقام مبيعاتها

### الوحدة 3. تسيير السوق والعملاء

- ♦ التعرف على بيئة الشركة والجمهور الذي توجه إليه
- ♦ معرفة الجمهور المستهدف من الوسيلة ومعرفة نوع الإرشادات التي سيتم إنشاؤها
- ♦ وضع دليل لتسهيل الوساطة بين الشركات الخاصة و الوسيلة المعنية



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتضمن البرنامج في أعضاء هيئة التدريس خبراء مرجعيين في كل ما يتعلق بإدارة التسويق والتواصل السياسي، الذين يصبون 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

ANALYTICS

## FINANCIAL REPORTING 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  
apture so  
hthers am.  
opinion  
endent  
med

TOP NEWS

## GLOBAL ECOLOGY IT'S NOT TIME T

لدينا أفضل أعضاء هيئة التدريس  
لمساعدتك على تحقيق النجاح المهني"



## المديرة الدولية المستضافة



بـخبرة قوية في مجال الاتصالات والتسويق عملت Bianca Freedman كمديرة تنفيذية (CEO) لشركة Edelman فيكنـداجـيث 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 لـ Edelman، وهي منطقة حيوية يزداد الطلب فيها على قادة الأعمال.

كما شغلت مناصب بارزة أخرى في Edelman بما في ذلك مديرة تنفيذية للعمليات (COO) ومديرة عامة. في هذه الأدوار، قادت بعضًا من أهم وأقـد 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 التسويق والعلاقات العامة 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.

## أ. Bianca, Freedman

- ♦ 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 (Social Media)
- ♦ أخصائية في إدارة التجارة والاتصالات في مجموعة Greterika
- ♦ مديرة الاتصالات والتسويق في Anfedra Corporate
- ♦ دكتوراه في أبحاث الإعلام من UC3M
- ♦ ماجستير في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) في معهد وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media)
- ♦ ماجستير في البحوث الإعلامية التطبيقية من UC3M
- ♦ إجازة في علم الاجتماع من الجامعة الوطنية للتعليم عن بعد
- ♦ إجازة في الصحافة في UC3M
- ♦ فنية عالية في الإنتاج السمعي البصري IES Alfonso X el Sabio







# الهيكل والمحتوى

تم تصميم هيكل المحتويات من قبل أفضل المهنيين في قطاع إدارة شركات الاتصالات، الذين يتمتعون بخبرة واسعة وسمعة معترف بها في المهنة.



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في الاتصال  
المؤسسي وتسيير الأسواق على البرنامج  
العلمي الأكثر شمولاً وتحديثاً في السوق"

## الوحدة 1. الاتصال الاستراتيجي والمؤسسي

- 8.1 الاتصال في حالات الأزمات
  - 1.8.1 تعريف الأزمات وأنواعها
  - 2.8.1 مراحل الأزمات
  - 3.8.1 الرسائل: المحتويات واللحظات
- 9.1 جماعات ومجموعات الضغط
  - 1.9.1 مجموعات الرأي وأدائها في الشركات والمؤسسات
  - 2.9.1 العلاقات المؤسسية وكسب التأيد (Lobbying)
  - 3.9.1 مجالات التدخل والأدوات التنظيمية والاستراتيجية ووسائل النشر
- 10.1 استراتيجية العلامة التجارية للشركة
  - 1.10.1 الصورة العامة و أصحاب المصلحة Stakeholders
  - 2.10.1 إستراتيجية وإدارة Branding للشركة
  - 3.10.1 استراتيجية الاتصال المؤسسي تتماشى مع هوية العلامة التجارية

## الوحدة 2. بيئات السوق والاتصال

- 1.2 البيئة الكلية للشركة
  - 1.1.2 مفهوم البيئة الكلية
  - 2.1.2 متغيرات البيئة الكلية
- 2.2 البيئة الكلية للشركة
  - 1.2.2 النهج المتبع إزاء مفهوم البيئة الجزئية
  - 2.2.2 الجهات الفاعلة في البيئة الصغرى
- 3.2 بيئة تنافسية جديدة
  - 1.3.2 الابتكار التكنولوجي والأثر الاقتصادي
  - 2.3.2 مجتمع المعرفة
  - 3.3.2 الصورة الجديدة للمستهلك
- 4.2 معرفة السوق والمستهلك
  - 1.4.2 الابتكار المفتوح (Open Innovation)
  - 2.4.2 ذكاء تنافسي
  - 3.4.2 الاقتصاد التنافسي

- 1.1 الاتصال في المنظمات
  - 1.1.1 المنظمات، الأفراد والمجتمع
  - 2.1.1 التطور التاريخي للسلوك التنظيمي
  - 3.1.1 الاتصال ثنائي الاتجاه
- 2.1 الاتجاهات في الاتصال التجاري
  - 1.2.1 توليد وتوزيع محتوى الشركات
  - 2.2.1 الاتصالات التجاري على الويب 2.0
  - 3.2.1 تنفيذ المقاييس في عملية الاتصال
- 3.1 خطة الاتصال الشاملة
  - 1.3.1 التدقيق والتشخيص
  - 2.3.1 تطوير خطة الاتصال
  - 3.3.1 قياس النتائج: مؤشرات الأداء الرئيسية وعائد الاستثمار
- 4.1 الاتصال الداخلي
  - 1.4.1 برامج التحفيز والعمل الاجتماعي والمشاركة والتدريب مع الموارد البشرية
  - 2.4.1 أدوات الاتصال الداخلي والدعم
  - 3.4.1 خطة الاتصال الداخلي
- 5.1 الاتصال الخارجي
  - 1.5.1 إجراءات الإعلام الخارجي
  - 2.5.1 الحاجة إلى مكاتب الإعلام
- 6.1 إدارة السمعة
  - 1.6.1 إدارة سمعة الشركة
  - 2.6.1 نهج السمعة للعلامة التجارية
  - 3.6.1 إدارة سمعة القيادة
- 7.1 الاتصال والسمعة الرقمية
  - 1.7.1 تقرير السمعة عبر الإنترنت
  - 2.7.1 الآداب والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية
  - 3.7.1 العلامة التجارية (Branding) والشبكات (2.0 Networking)

- 5.2 السوق والجمهور
  - 1.5.2 تاريخ موجز لقياس السمع في إسبانيا
  - 2.5.2 سمات مستخدمي وسائط الإعلام
  - 3.5.2 تجزئة الجمهور
- 6.2 تطوير خطة التسويق (Marketing)
  - 1.6.2 مفهوم خطة التسويق (Marketing)
  - 2.6.2 تحليل وتشخيص الحالة
  - 3.6.2 قرارات التسويق (Marketing) الاستراتيجية
  - 4.6.2 القرارات التشغيلية في التسويق (Marketing)
- 7.2 تجزئة الأسواق
  - 1.7.2 مفهوم تجزئة الأسواق
  - 2.7.2 فائدة ومتطلبات التجزئة
  - 3.7.2 تجزئة الأسواق الاستهلاكية
  - 4.7.2 تجزئة الأسواق الصناعية
  - 5.7.2 استراتيجية التجزئة
  - 6.7.2 التقسيم على أساس معايير المزيج التسويقي (Marketing-mix)
- 8.2 المواقع التنافسية
  - 1.8.2 مفهوم تحديد موقع السوق
  - 2.8.2 عملية التموقع
- 9.2 التجزئة التجارية
  - 1.9.2 تحليل قنوات التوزيع ومناطق البيع والمنتجات
  - 2.9.2 إعداد مناطق التسويق
  - 3.9.2 تنفيذ خطة الزيارة
- 10.2 المسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 1.10.2 الالتزام الاجتماعي
  - 2.10.2 المنظمات المستخدمة
  - 3.10.2 الأخلاق في المنظمات



## الوحدة 3. تسيير السوق والعملاء

- 1.3 Marketing Management
  - 1.1.3 مفهوم إدارة Marketing Management
  - 2.1.3 حقائق تسويقية جديدة
  - 3.1.3 سوق جديد: قدرات المستهلكين والشركات
  - 4.1.3 التوجه نحو التسويق الشمولي
  - 5.1.3 تحديث عناصر التسويق ال 4
  - 6.1.3 مهام إدارة التسويق
- 2.3 التسويق العلائقي
  - 1.2.3 مفهوم تسويق العلاقات
  - 2.2.3 العميل كأصل للشركة
  - 3.2.3 إدارة علاقات العملاء (CRM) كأداة للتسويق بالعلاقات
- 3.3 التسويق (Marketing) القائم على البيانات (Data Base)
  - 1.3.3 تطبيقات التسويق القائم على البيانات (Data Base)
  - 2.3.3 القوانين واللوائح
  - 3.3.3 مصادر المعلومات
- 4.3 أنواع سلوك الشراء
  - 1.4.3 عملية قرار الشراء
  - 2.4.3 مراحل عملية الشراء
  - 3.4.3 أنواع سلوك الشراء
  - 4.4.3 خصائص أنواع سلوك الشراء
- 5.3 عملية الولاء
  - 1.5.3 معرفة شاملة للعملاء
  - 2.5.3 عملية الولاء
  - 3.5.3 قيمة العميل
- 6.3 اختيار العملاء المستهدفين - إدارة علاقات العملاء (CRM)
  - 1.6.3 تصميم نظام إدارة علاقات العملاء الإلكتروني (e-CRM)
  - 2.6.3 الآثار والقيود المفروضة على القانون الأساسي لحماية البيانات (LOPD)
  - 3.6.3 توجيه المستهلك
  - 4.6.3 التخطيط من 1 إلى 1

- 7.3 إدارة المشاريع البحثية
  - 1.7.3 أدوات تحليل المعلومات
  - 2.7.3 تطوير خطة إدارة التوقعات
  - 3.7.3 تقييم جدوى المشروع
- 8.3 أبحاث السوق عبر الإنترنت
  - 1.8.3 أدوات البحث الكمي في الأسواق عبر الإنترنت
  - 2.8.3 أدوات البحث النوعي الديناميكي للعملاء
- 9.3 دراسة الجماهير التقليدية
  - 1.9.3 أصل قياس الجمهور. مفاهيم أساسية
  - 2.9.3 كيف يتم قياس الجماهير التقليدية
  - 3.9.3 البحث الإعلامي العام و Kantar Media
- 10.3 دراسات الجمهور على الإنترنت
  - 1.10.3 الجمهور الاجتماعي
  - 2.10.3 قياس الأثر الاجتماعي: غرد له
  - 3.10.3 IAB Spain و Barlovento



سيسمح لك هذا التدريب بالتقدم  
في حياتك المهنية بطريقة مريحة"



# 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، متكيفاً مع احتياجاته ومتخلياً عن المناهج الأكثر تقليدية



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



## الطالب: 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 المفضّل 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 أيضًا 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 يnehون 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 حاسوبًا شخصيًا، أو جهازًا لوحيًا، أو هاتفًا ذكيًا.



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"



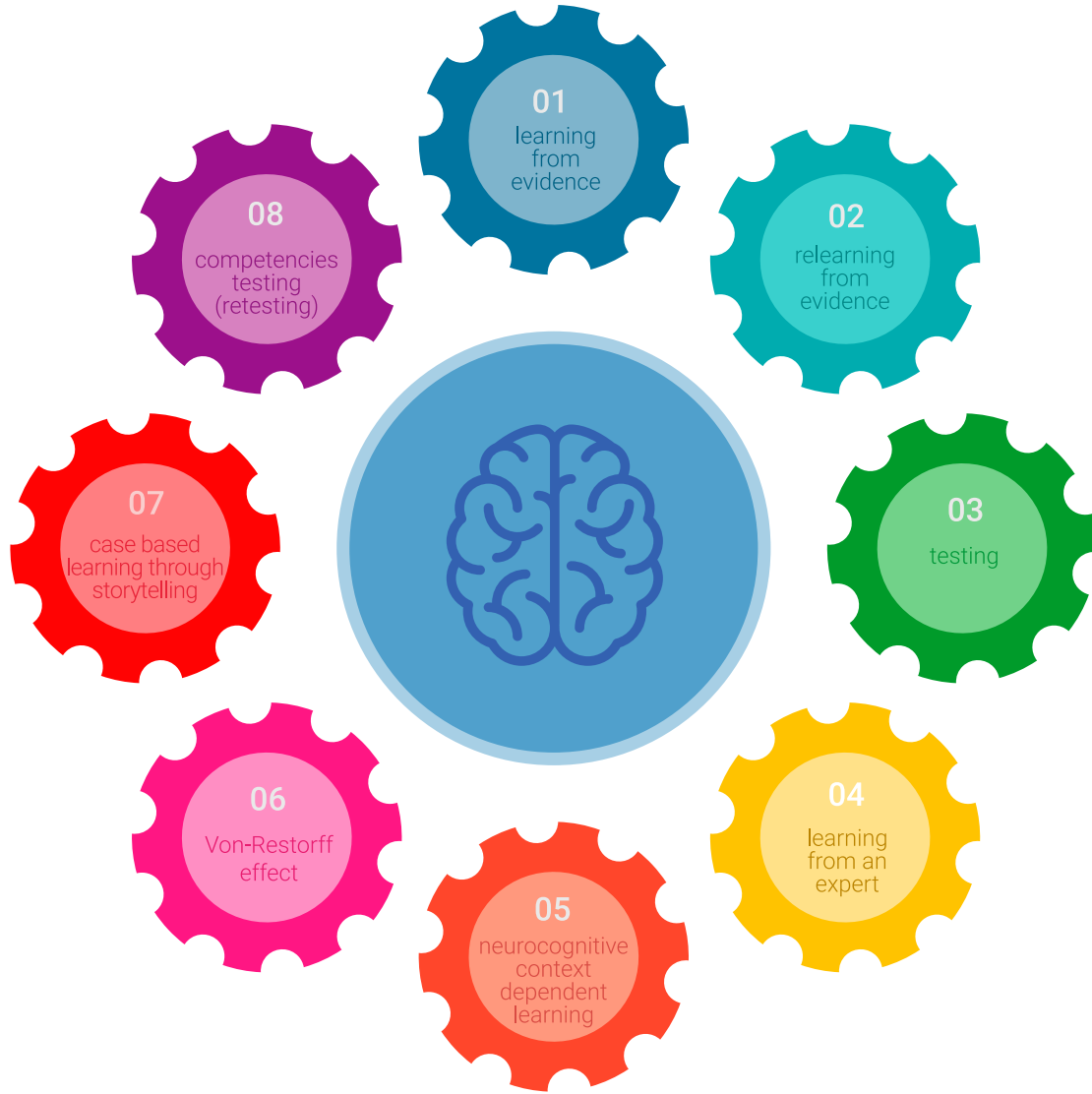
## Case studies أو دراسات الحالة

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، وبناء 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.



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

#### تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. 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.
2. يركز منهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للطلاب بالاندماج بشكل أفضل في العالم الحقيقي.
3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.
4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

#### 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 جميعاً 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).

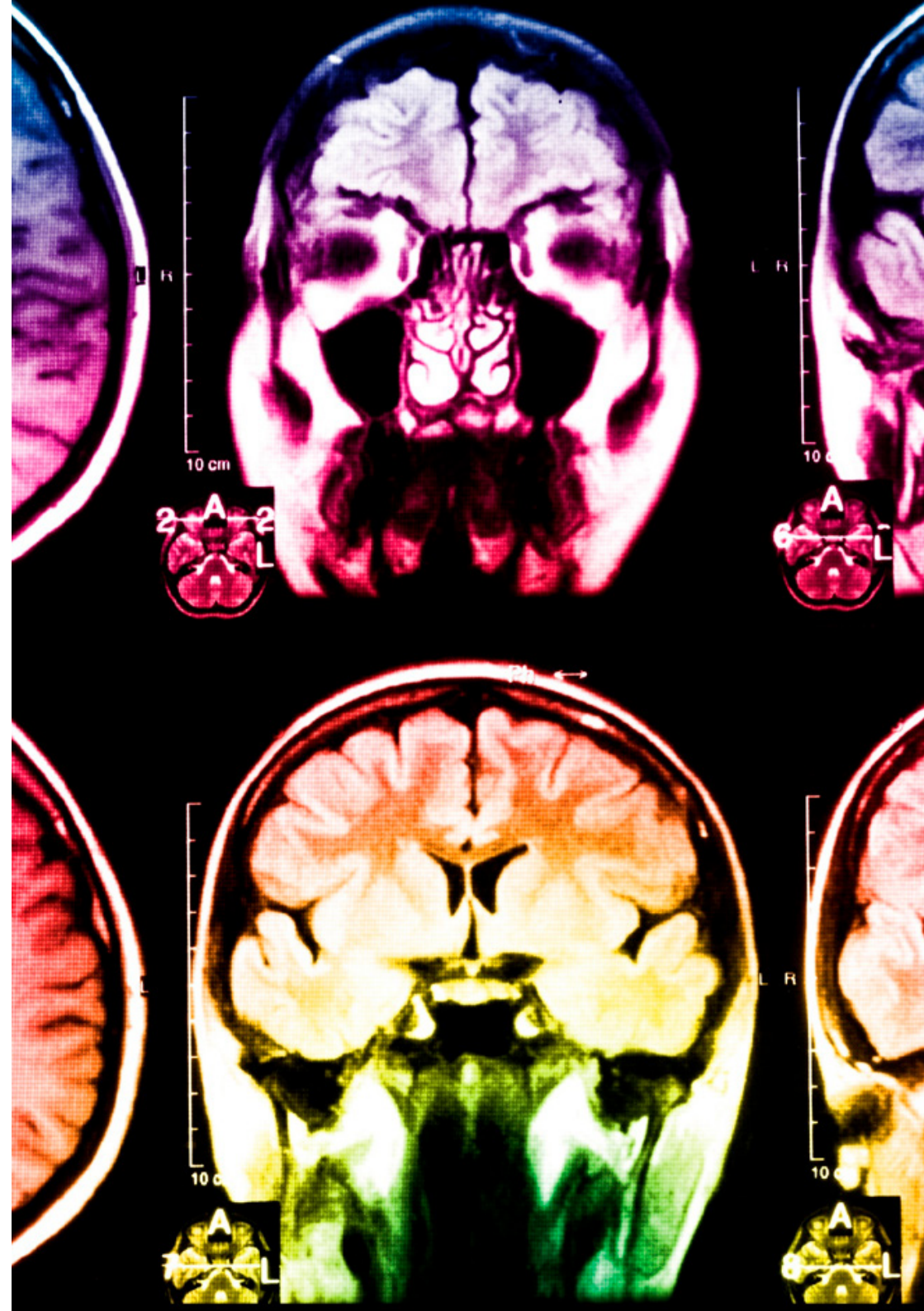
وبالمثل، سيسمح هذا الحرم الجامعي الافتراضي المتكامل للغاية لطلاب TECH بتنظيم جداولهم الدراسية وفقاً لتوافرهم الشخصي أو التزامات العمل. وبهذه الطريقة، سيتمكنون من التحكم الشامل في المحتويات الأكاديمية وأدواتهم التعليمية، وفقاً لتحديثهم المهني المتسارع.

## المنهجية الجامعية الأفضل تصنيفاً من قبل طلابها

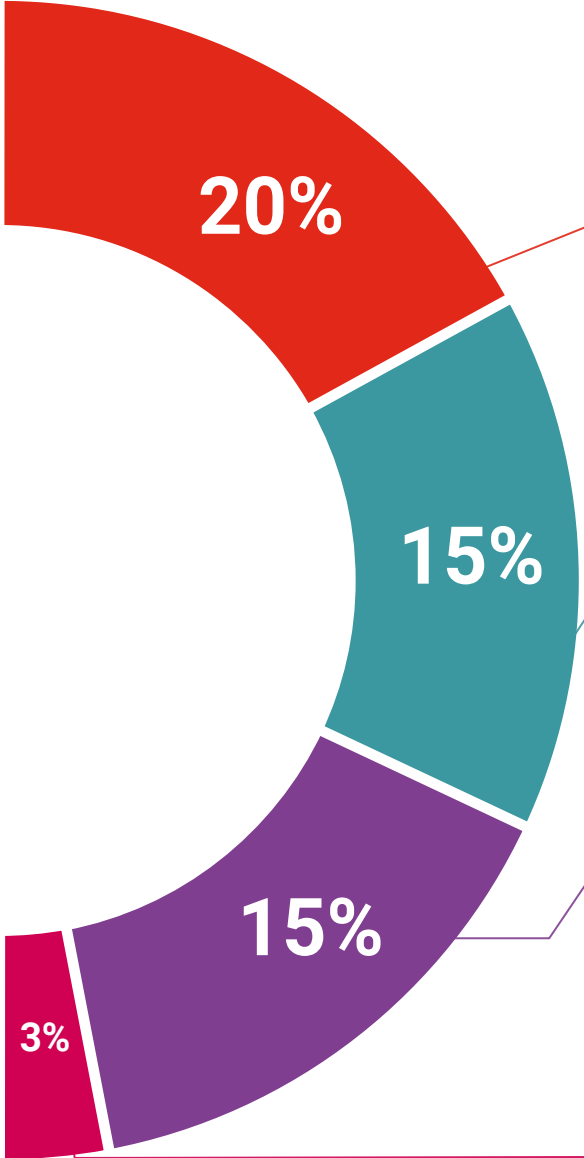
نتائج هذا النموذج الأكاديمي المبتكر يمكن ملاحظته في مستويات الرضا العام لخريجي TECH. تقييم الطلاب لجودة التدريس، وجودة المواد، وهيكل الدورة وأهدافها ممتاز. ليس من المستغرب أن تصبح الجامعة الأعلى تقييماً من قبل طلابها على منصة المراجعات Trustpilot، حيث حصلت على 4.9 من 5.

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" ستمكن من التعلم مع مزايا الوصول إلى بيئات تعليمية محاكاة ونهج التعلم بالملاحظة، أي "التعلم من خبير"

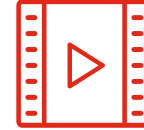


وهكذا، ستكون أفضل المواد التعليمية، المُعدّة بعناية فائقة، متاحة في هذا البرنامج:



### المواد الدراسية

يتم خلق جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. يتم بعد ذلك تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق طريقتنا في العمل عبر الإنترنت، مع التقنيات الأكثر ابتكارًا 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.



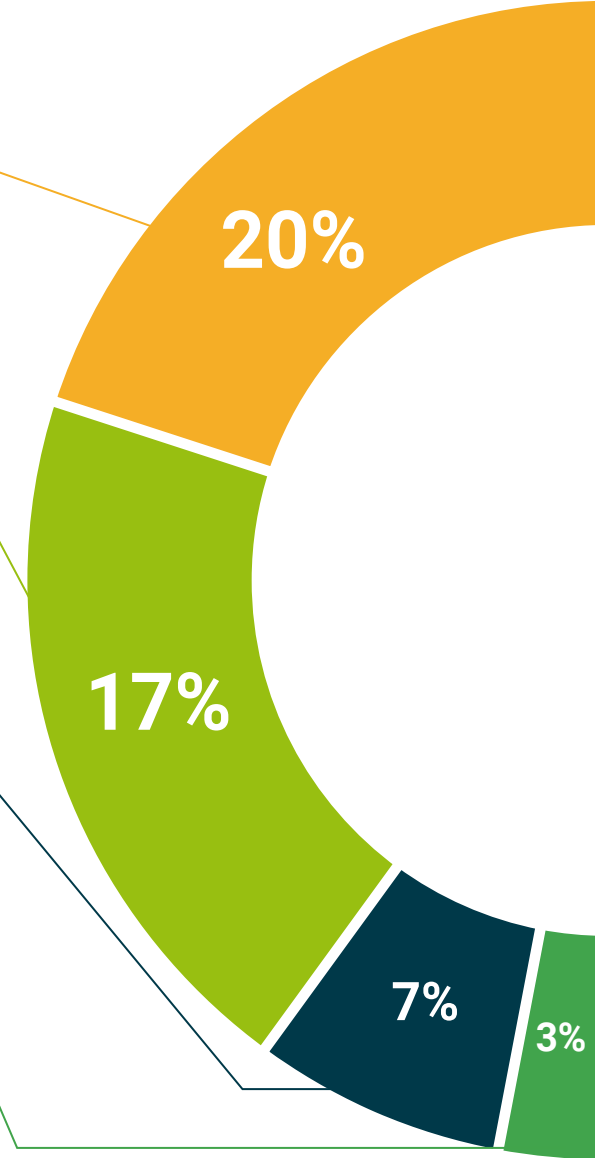
### المحاضرات الرئيسية

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 الاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وتحديثاً، الحصول على مؤهب شهادة خبرة جامعية 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 الاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق على البرنامج الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج شهادة الخبرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في الاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أشهر



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

شهادة الخبرة الجامعية

الاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق

« طريقة التدريس: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

# شهادة الخبرة الجامعية الاتصال المؤسسي وتسيير الأسواق