

# شهادة الخبرة الجامعية الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## شهادة الخبرة الجامعية الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان

- « طريقة الدراسة: عبر الإنترنت
- « مدة الدراسة: 6 أشهر
- « المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول الى الموقع الإلكتروني: [www.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-creative-advertising-strategies](http://www.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-creative-advertising-strategies)

# الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 16

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 30

# المقدمة

يتطور عالم الإعلانات باستمرار والإبداع هو القوة الدافعة وراء ذلك. في هذا القطاع الآخذ في التوسع، هناك حاجة إلى مهنيين يجيدون التقنيات الجديدة ويتكيفون مع الاحتياجات الحالية للسوق. لذلك، يبرز هذا البرنامج كاستجابة شاملة لمطالبات القطاع والتحديات الحالية في مجال الإعلان، الذي يبحث عن استراتيجيات تجارية فعالة جديدة. لهذا السبب، تطلق TECH هذا المؤهل العلمي الأكاديمي الذي سيتعلم من خلاله الطلاب مفاتيح الإبداع الإعلاني، بدءاً من تحسين محركات البحث إلى التنفيذ الفعال لخطة وسائل التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، وبفضل شكله المتاح 100% عبر الإنترنت، سيحصل الخريج على تعليم مرن يتناسب مع احتياجاته.



بفضل TECH سوف تتقن استراتيجيات الإعلانات  
الأكثر فعالية في البيئات الرقمية مع شهادة  
الخبرة الجامعية هذه 100% عبر الإنترنت"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية هذه في الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير حالات عملية يقدمها خبراء في الإبداع الإعلاني
- ♦ يجمع المحتوى الرسومي والتخطيطي والعملي البارز الذي تم تصميمه به معلومات متطورة وعملية حول تلك التخصصات الضرورية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها على المنهجيات المبتكرة
- ♦ 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

مع تقدم التكنولوجيات الجديدة، أصبح التواصل عملية استراتيجية في إدارة المؤسسات. في هذا الصدد، تساعد الإعلانات الشركات على بناء الولاء وتمييز نفسها عن المنافسين. للقيام بذلك بنجاح، يجب على المتخصصين في هذا المجال إعادة ابتكار أنفسهم واستخدام تقنيات مبتكرة لجذب اهتمام المستهلكين.

لهذا السبب، صمم برنامج TECH هذا البرنامج لتزويد الطلاب بأكثر الاستراتيجيات فعالية. بهذه الطريقة، سيطورون إمكانياتهم الإبداعية الكاملة وسيكونون قادرين على تصميم حملات مؤثرة. تحقيقاً لهذه الغاية، يتناول البرنامج كلاً من الأساليب والوسائل الجديدة للابتكار في مجال الإعلان. بالمثل أنه يتعمق في إنشاء محتوى ملهم ويتناول الحاجة إلى تنفيذ خطة فعالة لوسائل التواصل الاجتماعي. كما أنه يتعمق في التحديات الإبداعية الجديدة حتى يتمكن الممارسون من إيجاد التكتيكات المناسبة للتعامل معها بأفضل طريقة ممكنة.

يعتمد خط سير البرنامج الأكاديمي على منهجية إلكترونية 100%، وذلك للسماح للطلاب بالدخول إلى البرنامج بكل أريحية. بهذه الطريقة، كل ما تحتاجه هو جهاز متصل بالإنترنت لتوسيع معارفك وتصبح لديك شهادة الخبرة الجامعية في الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان. من هذا المنطلق، يقدم التدريب لطلابهم أكثر المنهجيات طليعية في السوق اليوم: إعادة التعلم (المعروف بـ Relearning). يعتمد هذا النظام التعليمي على تكرار المحتوى الأكثر أهمية لضمان عملية تعليمية طبيعية تدوم في ذاكرة الطلاب.



تميّز في قطاع الإعلانات من خلال  
المنهجية الأكثر طليعية في السوق:  
إعادة التعلم (المعروف بـ Relearning)"

مع TECH سوف تتقن التقنيات الرقمية الرئيسية لتعزيز الإبداع وتحقيق انتشار أكبر.

مع هذا البرنامج، ستحصل على أقصى استفادة من شبكات التواصل الاجتماعي مثل TikTok و X و Facebook و Instagram.



بفضل شهادة الخبرة الجامعية هذه ستتمكن من استخدام تقنيات إعلانية مبتكرة للتغلب على تحديات القطاع بنجاح"

يتضمن برنامجها التدريسي محترفين من مجال الصحافة المكتوبة، الذين يشاركون في هذه الدورة خبراتهم العملية، بالإضافة إلى متخصصين معروفين من مؤسسات مرموقة وجامعات ذات سمعة عالية سيوفر محتواه المتعدد الوسائط، المصنوع بأحدث التكنولوجيا التعليمية، للمهني تجربة تعلم موضعية وسياقية، أي بيئة محاكاة توفر تعليقًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في مواقف حقيقية.

يتركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على المشاكل، حيث سيتعين على الطالب محاولة حل المواقف المختلفة المتعلقة بالممارسة المهنية التي تواجهه ولهذا الغرض، سيستفيد المحترف من نظام مبتكر من مقاطع الفيديو التفاعلية التي أعدها خبراء معروفون في مجال ويتمتعون بخبرة كبيرة.



# الأهداف

يطلق برنامج TECH برنامجًا متطورًا يمكّن الطلاب من اكتساب المهارات اللازمة للتفوق في مجالي الاتصالات والإعلان. لتحقيق ذلك، يتم توفير الموارد التي تركز على كيفية تطبيق الإبداع على منصات وشبكات التواصل الاجتماعي الرئيسية بما في ذلك Instagram و X و TikTok. في الوقت نفسه، يحل التقرير الاتجاهات الجديدة في مجال الإعلانات مع التركيز على دمج الواقع المعزز في الإعلانات كاستراتيجية للتميز.



مع شهادة الخبرة الجامعية هذه سوف  
تطبق تقنيات مبتكرة في الإعلانات  
تضمن لك متابعة الجمهور وولاءه"



## الأهداف العامة



- ♦ لإظهار رؤية الإبداع كعامل تعاوني في تطوير التواصل
- ♦ استيعاب المعرفة النظرية/التطبيقية التي تسمح بتنفيذ الوظائف الإبداعية من أي منظور
- ♦ استخدام الأدوات لدعم الإبداع
- ♦ تحسين المعرفة والمهارات المهنية لتكون قادرًا على القيام بتكامل وأداء العمل في قسم إبداعي في أي نوع من الوكالات أو أقسام التسويق marketing
- ♦ تدريب المهني، من خلال المهارات اللازمة، لتحسين حل المشكلات وتطوير المهارات المهنية الأساسية
- ♦ لإظهار رؤية الإبداع كعامل تعاوني في تطوير التواصل
- ♦ تطوير الإجراءات والمبادرات التي تعمل على تحسين النتائج الإبداعية، بالتعاون مع بقية الجهات الفاعلة المشاركة في تصورها



## الأهداف المحددة

### الوحدة 1. الإبداع الإعلاني

- ♦ فهم بعمق ما هو الإبداع وكيف تطور مع تقدم التقنيات الجديدة وكيف يؤثر على المجالات المهنية المختلفة
- ♦ تفصيل التحديات التي يواجهها المبدع
- ♦ إظهار قيم التعاون الإبداعي
- ♦ الإشارة إلى أهمية الإبداع في مختلف المهن
- ♦ دراسة أفضل الظروف لتحفيز الإبداع
- ♦ فهم دور الإبداع في الإعلان
- ♦ دراسة المرجعيات الفنية للإبداع
- ♦ تصوّر تحديات البيئة المتغيرة والتنافسية
- ♦ دعوة لتجاوز الحدود
- ♦ المساعدة في فهم أن كل تحد يمثل فرصة للنمو

### الوحدة 2. الإبداع الرقمي

- ♦ استكشاف كيف أحدثت التقنيات الرقمية ثورة في إنشاء المحتوى والاستراتيجيات الترويجية في بيئة الإنترنت
- ♦ التفريق بين التسويق الرقمي والإعلانات الرقمية
- ♦ فحص مجموعة متنوعة من أشكال الإعلانات عبر الإنترنت، بدءاً من إعلانات banners إلى إعلانات الواقع المعزز لتعمق أكثر في الإبداع في التسويق الرقمي، حيث يتم تحليل الاستراتيجيات الرئيسية
- ♦ دراسة SEO كأداة أساسية لتحسين الظهور على الإنترنت
- ♦ تطوير استخدام البريد الإلكتروني كأداة للترويج والولاء وأتمتة الحملات في التسويق عبر البريد الإلكتروني
- ♦ الغوص في وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات الاستفادة من إمكاناتها
- ♦ تحليل التعاون مع المؤثرين وتعزيز هوية العلامة التجارية

### الوحدة 3. الإبداع في الشبكات الاجتماعية

- ♦ دراسة الإبداع على المنصات والوسائط المختلفة لتقديم نظرة عامة كاملة عن كيفية تكييف الإبداع مع كل شبكة من الشبكات الاجتماعية معرفة الجوانب التقنية للاستخدام
- ♦ اكتشاف نصائح للإبداع وأمثلة ملهمة
- ♦ تحليل الإبداع في المدونات والنشرات الإخبارية



مع TECH سوف تتقن استراتيجيات  
لتحسين موقعك في SEO وبالتالي  
التميز في محركات البحث“

# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

في إطار التزامها الراسخ بتقديم أحدث البرامج الأكاديمية وأكثرها ابتكاراً، جمعت TECH بين محترفين حقيقيين من قطاع الإعلان. بفضل سنوات الخبرة العديدة التي يتمتع بها أعضاء هيئة التدريس الذين يتمتعون بخبرة طويلة في مجال الإعلان، يقدمون نهجاً إبداعياً ومبتكراً في عملية الإعلان. لهذا السبب، يوفر هذا التدريب للخريجين الاستراتيجيات الأكثر فعالية لجذب انتباه المستهلكين. لتحقيق ذلك، يركز أعضاء هيئة التدريس على استخدام أحدث الأدوات التي سيحقق بها الطلاب نقلة نوعية في حياتهم المهنية.



ستحصل على أفضل المواد التعليمية من طاقم تدريس  
مؤهل تأهيلاً عالياً سيوفر لك رؤية مبتكرة تماماً للإعلان"



## هيكل الإدارة

### أ. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ المدير الإبداعي في El Factor H
- ♦ مدير التسويق في La Ibense
- ♦ المدير الإبداعي للأحداث في Beon Worldwide
- ♦ مدير Branded Content en Atrium وديجيتال ومدير الإبداع في Grupo de Comunicación del Sur وشركة BSB وفي FCA BMZ Cid
- ♦ متحدث في الماجستير في إدارة الأعمال والاتصال المؤسسي بجامعة إشبيلية
- ♦ مؤلف مشارك لكتاب كيفية إنشاء علامة تجارية. دليل الاستخدام والإدارة





# الهيكل والمحتوى

من أجل ضمان التعلم الفعال، يشرف على موارد شهادة الخبرة الجامعية هذه خبراء من قطاع الإعلانات. على نفس المنوال، قام المعلمون بتطوير مواد تتفوق في توفير أحدث المعلومات وأحدث التقنيات للخريجين لتطوير مهاراتهم. لتحقيق ذلك، يتم دعم المسار الأكاديمي من خلال نظام إعادة التعلم Relearning. من خلال هذه المنهجية التي طورتها TECH، يتم التأكيد على الجوانب الأكثر أهمية لتحفيز الاحتفاظ بالتعلم.







بفضل موارد TECH ستصبح خبيراً مبدعاً  
وستتمكن من قيادة فرق العمل في  
أرقى الشركات في قطاع الإعلانات"

## الوحدة 1. الإبداع الإعلاني

1.1 ما هو الإبداع

1.1.1 التعريف

2.1.1 كيفية تنشيط الإبداع

3.1.1 المهن التي تتطلب الإبداع

4.1.1 الشخصيات التي تتميز بإبداعها الاستثنائي

5.1.1 التحديات التي تواجه المبدعين في وضع الأفكار

2.1 أفضل الظروف للإبداع لتوليد الأفكار

1.2.1 مراحل العملية الإبداعية

2.2.1 التركيز على المشكلة

3.2.1 استرخ وتحمس واستمتع

4.2.1 صالة للألعاب الرياضية الإبداعية

3.1 الموضوع الإبداعي

1.3.1 كيف يبدو المبدعون

2.3.1 مطالب للمبدع

3.3.1 الملامح الإبداعية

4.3.1 كيريتونيت المبدع

5.3.1 مبدع جيد أم سيئ؟

6.3.1 ذاكرة المبدع

4.1 التحديات الإبداعية لتطوير استراتيجيات مبتكرة

1.4.1 العلاقات مع العملاء: الشركات والأفراد والشركاء

2.4.1 العلاقات مع stakeholders الآخرين

3.4.1 أهمية بناء الفريق

4.4.1 أهمية الإبداع بمفرده

5.4.1 العلاقات مع العملاء

5.1 سياق مشروع إبداعي

1.5.1 الإبداع والاستراتيجية

2.5.1 طرح منتج مبتكر في السوق

3.5.1 استراتيجية النهج إزاء الإبداع

4.5.1 المنتجات أو الخدمات المعقدة

5.5.1 التواصل الشخصي



## الوحدة 2. الإبداع الرقمي

- 1.2. ما هو الإبداع الرقمي؟
  - 1.1.2. التقنيات الرقمية لإنشاء
  - 2.1.2. التقنيات الرقمية لتعزيز الإبداع
- 2.2. الاختلافات بين الإعلان الرقمي والتسويق marketing الرقمي
  - 1.2.2. الوصف التسويق marketing الرقمي
  - 2.2.2. الوصف الإعلان الرقمي
- 3.2. الإبداع في الإعلانات الرقمية
  - 1.3.2. اللافتات (Banners)
  - 2.3.2. إعلانات البحث Ads
  - 3.3.2. إعلانات الفيديو الإعلانية
  - 4.3.2. الإعلانات المحلية
  - 5.3.2. إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي
  - 6.3.2. display الإعلانات
  - 7.3.2. إعلانات الواقع المعزز
  - 8.3.2. إعلانات البريد الإلكتروني
- 4.2. الإبداع في التسويق الرقمي
  - 1.4.2. توليد المحتوى
  - 2.4.2. الملاءمة والقيمة
  - 3.4.2. تنوع التنسيقات
  - 4.4.2. التموضع كخبير
  - 5.4.2. التكرار والاتساق
  - 6.4.2. قياس النتائج
- 5.2. تحسين محركات البحث (SEO)
  - 1.5.2. تحسين محرك البحث
  - 2.5.2. مقاييس تحسين محركات البحث
  - 3.5.2. الاستنتاجات
- 6.2. التسويق عبر البريد الإلكتروني
  - 1.6.2. ترويج المنتجات والخدمات
  - 2.6.2. الأخبار والمعلومات ذات الصلة
  - 3.6.2. الرصد والاحتفاظ
  - 4.6.2. الأتمتة

- 6.1. أنواع الإعلانات. مبدع وغير مبدع
  - 1.6.1. كيف يمكن للإبداع أن يعزز العلاقة بين العلامة التجارية والعميل
  - 2.6.1. الإعلانات الإبداعية وغير الإبداعية
  - 3.6.1. الإعلانات المبتكرة والوراثية والعقـلدة...
  - 4.6.1. طرق لجذب العملاء بالإبداع
  - 7.1. الإبداع الفني في مجال الاتصال
    - 1.7.1. الإبداع والفن
    - 2.7.1. ماذا نسمي فن التواصل؟
    - 3.7.1. المراجع الفنية في التواصل
    - 4.7.1. الفن كمصدر إلهام للإعلان
    - 5.7.1. الاختلافات بين رد الفعل على الإبداع الفني والإعلانات الإعلانية
  - 8.1. التحديات الإبداعية الجديدة
    - 1.8.1. القنوات والتقنيات والاتجاهات الجديدة...
    - 2.8.1. وضع شكل جديد
    - 3.8.1. الحاجة إلى تنفيذ تكنولوجيات جديدة في إعلان مبتكر
    - 4.8.1. دخول المنافسين
    - 5.8.1. دورة حياة الفكرة
    - 6.8.1. الاستدامة واللغة الشاملة
  - 9.1. اتجاهات الإبداع الإعلاني
    - 1.9.1. تنسيقات جديدة للإعلانات
    - 2.9.1. الحاجة إلى تطبيق تقنيات جديدة في العمليات
    - 3.9.1. أسباب تدفعنا إلى الاستمرار في الإبداع في مجال الإعلانات
    - 4.9.1. عندما تصبح اللغة استراتيجية
    - 5.9.1. المبدع الجديد هو أيضاً خبير استراتيجي
    - 6.9.1. يجب أن تكون الاستراتيجية مبتكرة
    - 10.1. حدود الإبداع الإعلاني
      - 1.10.1. كيفية الوصول إلى الأفكار الأكثر ابتكاراً
      - 2.10.1. الخطأ جيد
      - 3.10.1. تقنيات لتحفيز اللاعب
      - 4.10.1. تقنيات إبداعية منظمة
      - 5.10.1. فرص للإبداع
      - 6.10.1. الحدود الخارجية

- .7.2 التسويق Marketing عبر الشبكات الاجتماعية
  - .1.7.2 زيادة الوصول والرؤية
  - .2.7.2 تعزيز المجتمع المحلي
  - .3.7.2 إنشاء محتوى ملهم
  - .4.7.2 توليد العملاء المحتملين والتحويلات
  - .5.7.2 التعاون مع influencers
  - .6.7.2 الملاحظات والتحسينات
  - .7.7.2 Branding والسلطة
- .8.2 التسويق Marketing بالعمولة
  - .1.8.2 استراتيجيات الاختيار
  - .2.8.2 أدوات البحث
  - .3.8.2 كيفية تطبيق الإبداع
  - .4.8.2 أمثلة
- .9.2 تسويق Marketing المؤثرين influencers
  - .1.9.2 استراتيجيات الاختيار
  - .2.9.2 أدوات البحث
  - .3.9.2 كيفية تطبيق الإبداع
  - .4.9.2 أمثلة
- .10.2 خطة وسائل التواصل الاجتماعي
  - .1.10.2 الهيكل والمحتوى الأساسي
  - .2.10.2 أمثلة إبداعية

### الوحدة 3. الإبداع في الشبكات الاجتماعية

- .1.3 الإبداع في تيك توك
  - .1.1.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - .2.1.3 كيف تكون مبدعاً على تيك توك
  - .3.1.3 الأمثلة
- .2.3 الإبداع في X
  - .1.2.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - .2.2.3 كيف تكون مبدعاً في X
  - .3.2.3 الأمثلة



- 3.3 الإبداع على فيسبوك
  - 1.3.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - 2.3.3 كيف تكون مبدعاً على فيسبوك
  - 3.3.3 الأمثلة
- 4.3 الإبداع على إنستغرام
  - 1.4.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - 2.4.3 كيف تكون مبدعاً على إنستغرام
  - 3.4.3 الأمثلة
- 5.3 الإبداع على LinkedIn
  - 1.5.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - 2.5.3 كيف تكون مبدعاً على LinkedIn
  - 3.5.3 الأمثلة
- 6.3 الإبداع على YouTube
  - 1.6.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - 2.6.3 كيف تكون مبدعاً على YouTube
  - 3.6.3 الأمثلة
- 7.3 الإبداع في Whatsapp
  - 1.7.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - 2.7.3 كيف تكون مبدعاً على Whatsapp
  - 3.7.3 الأمثلة
- 8.3 الإبداع للمدونات blogs
  - 1.8.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - 2.8.3 كيف تكون مبدعاً في مدونة blog
  - 3.8.3 الأمثلة
- 9.3 إبداعات النشرات الإخبارية newsletters
  - 1.9.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - 2.9.3 كيف تكون مبدعاً في النشرة الإخبارية newsletter
  - 3.9.3 أمثال
- 10.3 الإبداع على ويكيبيديا
  - 1.10.3 الجوانب التقنية للاستخدام
  - 2.10.3 كيف تكون مبدعاً على Wikipedia
  - 3.10.3 الأمثلة

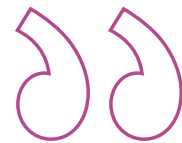


# المنهجية

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

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

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





### منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

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



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

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



### منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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

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

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



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



### منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

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

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

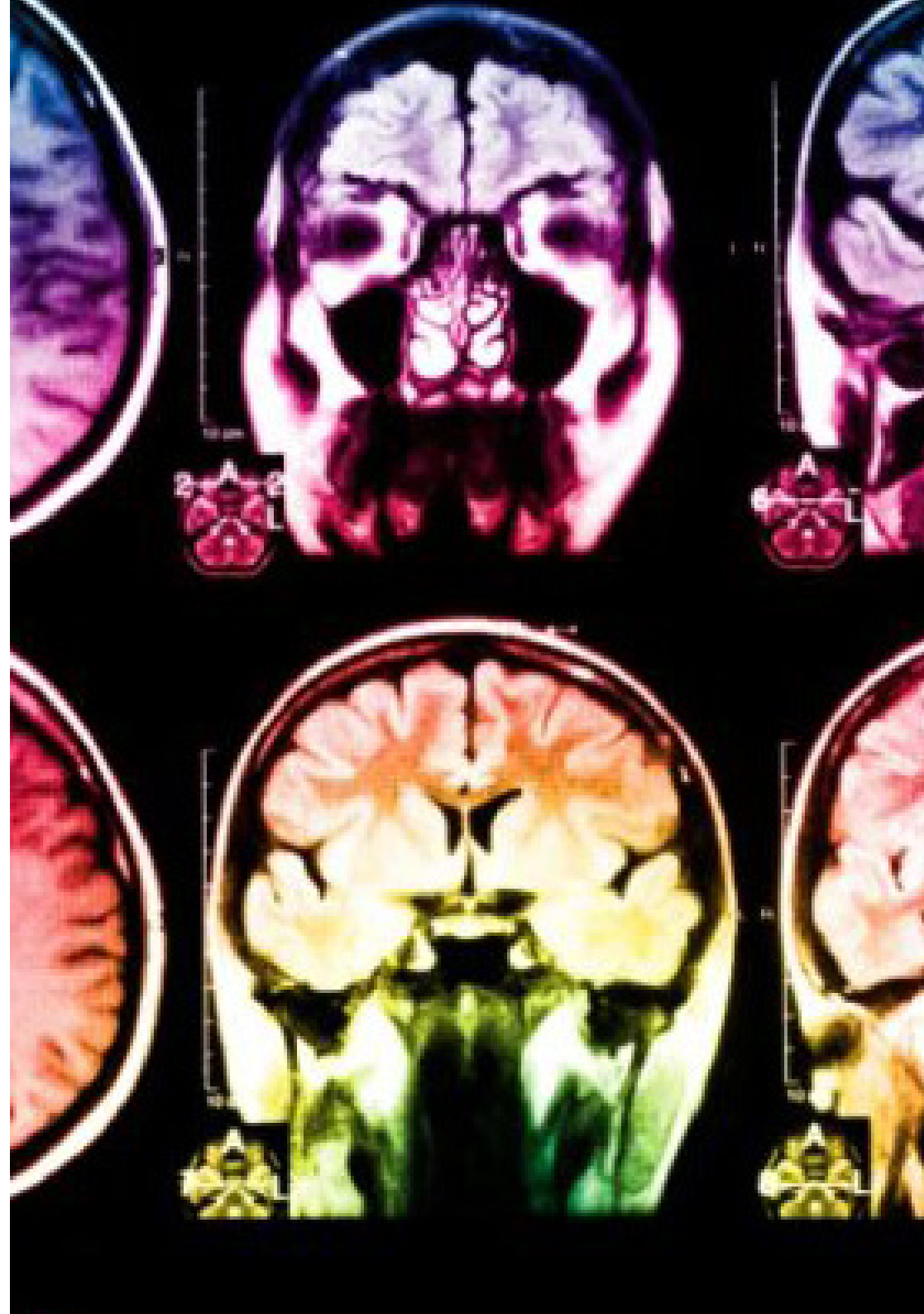
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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

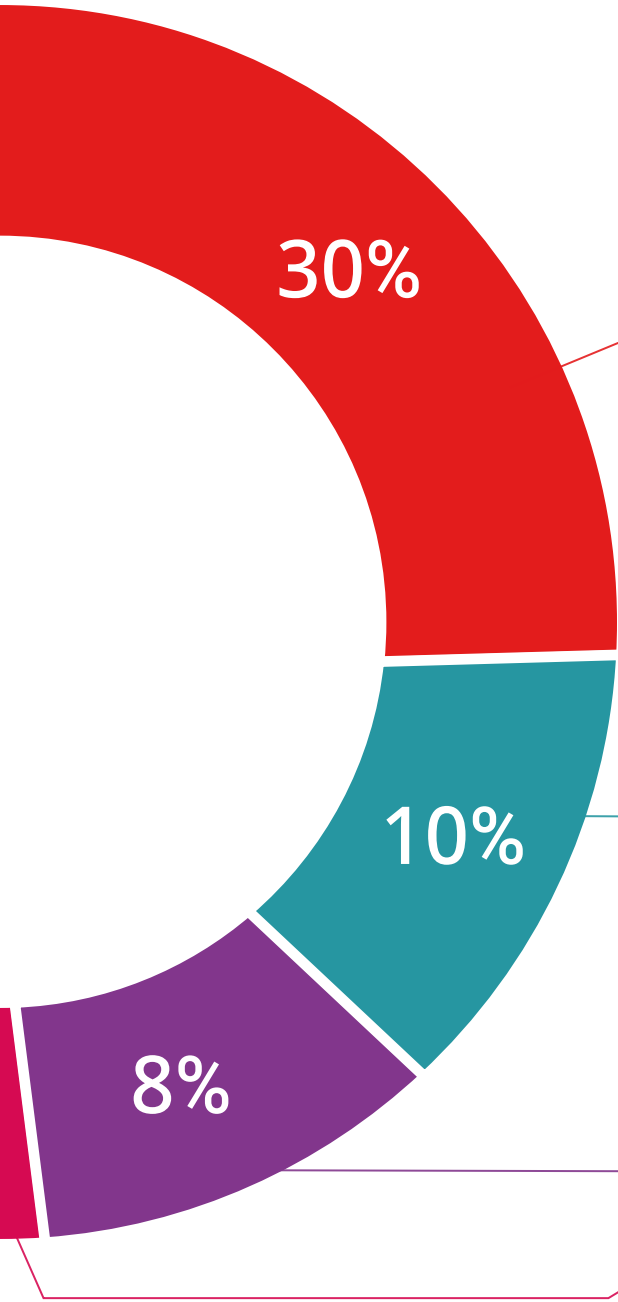
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning،  
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في  
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على  
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا 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.



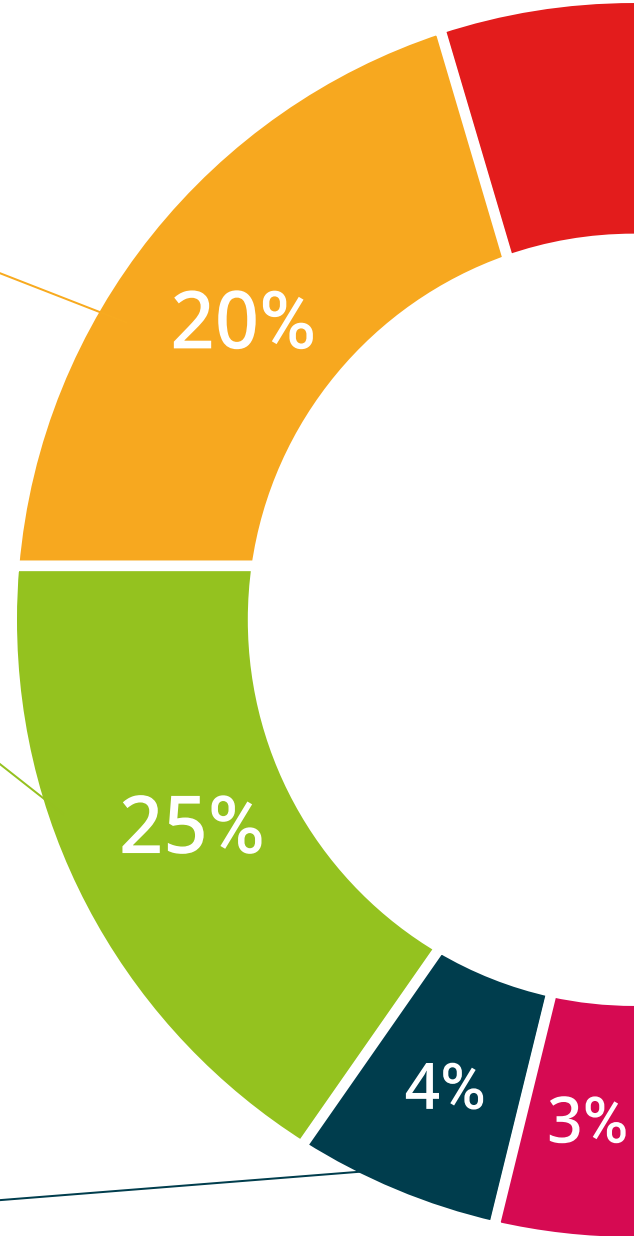
#### ملخصات تفاعلية

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 شهادة الخبرة الجامعية في الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وحدائقة، 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 بأية إجراءات مرهقة"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان 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 الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أشهر





المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

الحاضر المعرفة

الحاضر

الجودة

المعرفة

شهادة الخبرة الجامعية

الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان

التدريب الافتراضي

المؤسسات

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

الفصول الافتراضية

اللغات

# شهادة الخبرة الجامعية الاستراتيجيات الإبداعية في الإعلان