

شهادة الخبرة الجامعية التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية

- « 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.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-creative-development-advertising-campaigns

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

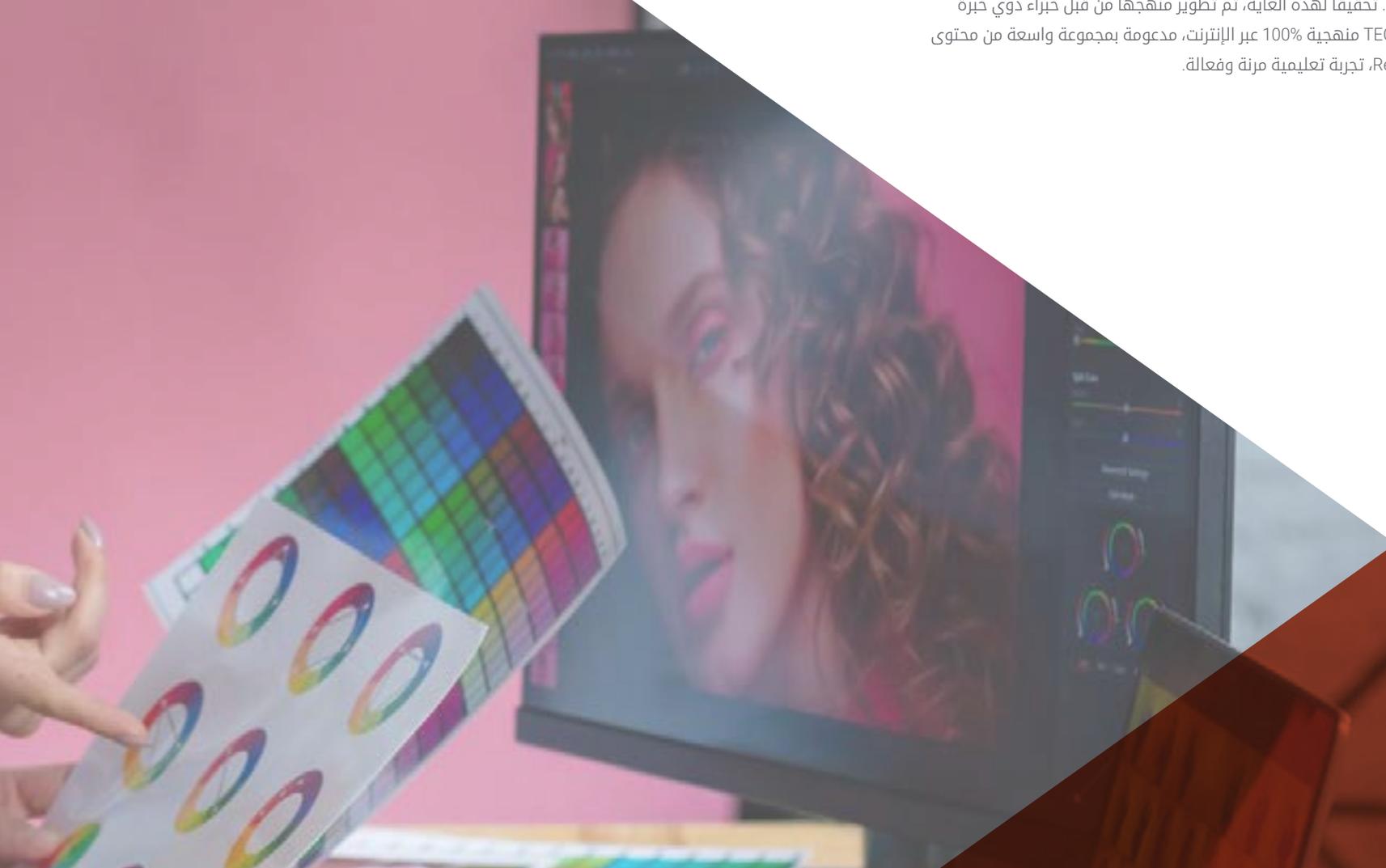
06

المؤهل العلمي

صفحة 30

المقدمة

لقد أصبح واقع الإعلانات أكثر تنافسية مع قيام العلامات التجارية المختلفة بابتكار استراتيجية توليد المحتوى. هذا يجعل الجمهور يطالب بمفاجأة الجمهور من أجل جذب انتباههم. في هذا السياق، أصبحت الأصالة والتخصص العالي في هذا السياق ضرورة بالنسبة للمتواصلين والمبدعين. على هذا النحو، يقدم هذا البرنامج نظرة متعمقة في التحديات والاستراتيجيات الرئيسية لتطوير الحملات الترويجية. تحقيقاً لهذه الغاية، تم تطوير منهجها من قبل خبراء ذوي خبرة واسعة في هذا المجال. علاوة على ذلك، تضمن TECH منهجية 100% عبر الإنترنت، مدعومة بمجموعة واسعة من محتوى الوسائط المتعددة وطريقة إعادة التعلم Relearning، تجربة تعليمية مرنة وفعالة.



سجل الآن في هذا البرنامج 100% عبر الإنترنت لتعزيز
حياتك المهنية وتطوير حملات إعلانية مؤثرة"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية هذه في التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير دراسات الحالة التي يقدمها خبراء في التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية
- ♦ جمع المعلومات المحدثة والتطبيقية المتعلقة بال تخصصات الضرورية من أجل الممارسة المهنية، والتي تشكل جزءاً من المحتويات الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي صمم بها
- ♦ 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

تشهد صناعة الإعلانات تطوراً مستمراً يتسم بتغير النماذج الإبداعية وظهور تقنيات جديدة والطلب المتزايد على زيادة الكفاءة في تنفيذ الحملات الإعلانية. يتطلب هذا السياق من محترفي الإعلانات مواكبة أحدث الاتجاهات، بالإضافة إلى اكتساب المهارات التي تمكنهم من التميز. في هذا السيناريو، يقدم برنامج TECH Global University هذا نفسه كمورد أساسي، حيث يوفر التدريب العملي والاستراتيجي للتفوق في هذا المجال الديناميكي.

بالتالي، فإن منهج شهادة الخبرة الجامعية هذه في التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية يتناول على وجه التحديد التحديات المعاصرة، ويتعمق في النماذج الإبداعية المتغيرة باستمرار والدمج الفعال للتقنيات الجديدة في الحملات الإعلانية. كما أنه يتعمق في الحاجة إلى تطوير محتوى متعدد المنصات والوسائط والوسائط المتعددة للتواصل الفعال مع جماهير متنوعة وعبر قنوات مختلفة. بالإضافة إلى ذلك، سيتم استكشاف تحسين Storytelling في وسائل الإعلام المختلفة offlineonline بشكل متعمق. لا يقتصر هذا النهج على التكيف مع المتطلبات الحالية فحسب، بل يتكيف مع المتطلبات الحالية أيضاً، ويتوقع ويعد الخريجين لمواجهة التحديات المستقبلية.

من حيث المنهجية، يتميز البرنامج بكونه متاحاً 100% عبر الإنترنت، مما يسمح للمهنيين بالوصول إلى التدريب دون قيود جغرافية. يتم تقديم منهجية إعادة التعلم Relearning كمنهجية فعّالة، تعتمد على تكرار المفاهيم الأساسية لترسيخ المعرفة وتسهيل التعلم المستمر. ضمن هذا المزيج من المرونة والنهج العملي ألاً يكتسب الطلاب المعرفة النظرية فحسب، بل أن يطوروا أيضاً مهارات قابلة للتطبيق الفوري في مكان العمل.



ارتق بحياتك المهنية إلى مستوى آخر مع
شهادة الخبرة الجامعية هذه حيث ستتعامل
مع علاقات الدعاية مع stakeholders الآخرين"

تعزّف على أحدث استراتيجيات تسويق marketing المحتوى الفعال في أفضل جامعة رقمية في العالم وفقاً لمجلة Forbes.

قم بالتسجيل وستتقن مهارات Storytelling المتقدمة لجذب انتباه جمهورك وتوليد انطباعات دائمة لدى المستخدمين.

سوف تعمق فهمك للحاجة إلى تطبيق تقنيات جديدة لتحقيق إعلان مبتكر"



البرنامج يضم أعضاء هيئة تدريس محترفين يصوبون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات 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 حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



الأهداف

الهدف الرئيسي من تصميم برنامج شهادة الخبرة الجامعية هذه هو تدريب الطلاب على التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية. تحقيقاً لهذه الغاية، يتعمق الكتاب في المهارات الأساسية للتفوق في بيئة إعلانية دائمة التغير والتنافسية. بالإضافة إلى ذلك، يتعمق هذا البرنامج في الأهمية التي اكتسبها Branded Content والقيمة المضافة التي يجلبها تكافله مع تسويق marketing المحتوى. يتم تحقيق جميع هذه الأهداف بطريقة بسيطة وفعالة من خلال استخدام منهجية إعادة التعلم Relearning المبتكرة.



أكثر من 450 ساعة من أفضل محتوى الوسائط المتعددة
لمساعدتك في تحقيق جميع أهدافك في انتظارك في
هذه الشهادة الجامعية"



الأهداف العامة



- ♦ تحسين المعرفة والمهارات المهنية لتكون قادرًا على القيام بتكامل وأداء العمل في قسم إبداعي في أي نوع من الوكالات أو أقسام التسويق marketing
- ♦ استيعاب المعرفة النظرية/التطبيقية التي تسمح بتنفيذ الوظائف الإبداعية من أي منظور
- ♦ امتلاك معرفة متعمقة بالعلاقة بين المبدع وبقية الوكلاء المشاركين في عملية التواصل التجاري
- ♦ عرض وتقييم الاتجاهات الجديدة التي سيواجهها المهنيون في هذا القطاع الآن وفي المستقبل
- ♦ تدريب المهني، من خلال المهارات اللازمة، لتحسين حل المشكلات وتطوير المهارات المهنية الأساسية
- ♦ التعرف بعمق على المشاريع ذات القيمة الجديدة للاتصالات التجارية
- ♦ إظهار رؤية الإبداع كعامل تعاوني في تطوير التواصل
- ♦ الحصول على فهم عميق لأحدث الأدوات للمساعدة على الإبداع
- ♦ تطوير الإجراءات والمبادرات التي تعمل على تحسين النتائج الإبداعية، بالتعاون مع بقية الجهات الفاعلة المشاركة في تصورها
- ♦ استخدام الأدوات لدعم الإبداع

كن مبدعاً استثنائياً في مجال الإعلانات وتجاوز
أهدافك المهنية. قم بالتسجيل الآن"



الأهداف المحددة



الوحدة 1. الإبداع الإعلاني

- التعرف على التعريفات والمناهج المختلفة للإبداع في الإعلانات
- تحديد وتطبيق تقنيات لتفعيل الإبداع والتغلب على التحديات في توليد الأفكار
- التعرف على خصائص وملامح المبدعين في مجال الإعلان والتحديات المهنية التي تواجههم
- تحليل تأثير الإبداع على الأعمال التجارية وعلاقات المستهلكين في سياق الإعلان
- استكشاف تأثير السياق الاستراتيجي على تطوير الحملات الإبداعية، بدءاً من تقديم المنتج وحتى التواصل المخصص
- التمييز بين الإعلانات الإبداعية وغير الإبداعية، وتقييم دور الإبداع في تعزيز العلاقة بين العلامة التجارية والعمل

الوحدة 2. المحتوى ذو العلامة التجارية branded content

- فهم ما هو المحتوى الذي يحمل علامة تجارية وكيف يختلف عن الإعلانات التقليدية
- استكشاف تسويق marketing المحتوى واستراتيجيات إنشاء محتوى ناجح على منصات متعددة
- تطوير إبداع الوسائط المتعددة، باستخدام تنسيقات مثل البودكاست، وبث الفيديو، والعروض التقديمية المرئية
- فهم كيف يمكن للإبداع في الفعاليات تعزيز التواصل والترويج للعلامة التجارية
- تحديد أهداف وطرائق تنظيم الفعاليات وكيفية استخدام الإبداع لإحداث التأثير
- تحليل إمكانيات الفعاليات الافتراضية وأهمية الإبداع في هذا الشكل

الوحدة 3. كفاءات المبدع الإعلاني

- التعرف على الوظائف والفرص الرئيسية في مجال التسويق marketing والإعلان
- تطوير المهارات والكفاءات اللازمة للتميز في الإبداع الإعلاني
- تنفيذ استراتيجيات لبناء علامة تجارية شخصية قوية وتنافسية في السوق
- تحليل أمثلة على الوظائف الناجحة في قطاعي التسويق marketing والإعلان
- التعامل بشكل مناسب مع النجاح والفشل في بيئة العمل الإبداعي
- اعتماد استراتيجيات للبقاء متحمساً والاستمتاع الكامل بالمهنة الإبداعية



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

انطلاقاً من مبدأ تقديم تعليم راقٍ للجميع، تضم TECH خبراء يتمتعون بسجل حافل في مجال التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية. تضمن الخبرة الواسعة لهؤلاء المهنيين تدريباً فعالاً يتناسب مع المتطلبات الحالية للصناعة. بفضل معرفتهم العملية ورؤيتهم الاستراتيجية، لن يتلقى الخريجون إعداداً نظرياً فحسب، بل سيحصلون أيضاً على انغماس عميق في التحديات والفرص في العالم الحقيقي. سيوجه هؤلاء المتخصصون المشهورون في مجال الإعلانات الطلاب خلال 6 أشهر من التطوير الأكاديمي للبرنامج.

NEVER ENDING

ACTIVITY

shaping up your business

GET START



سوف تتقن المهارات الاستراتيجية التي ستقودك
إلى النجاح مع الرواد في مجال الإعلانات الإبداعية"

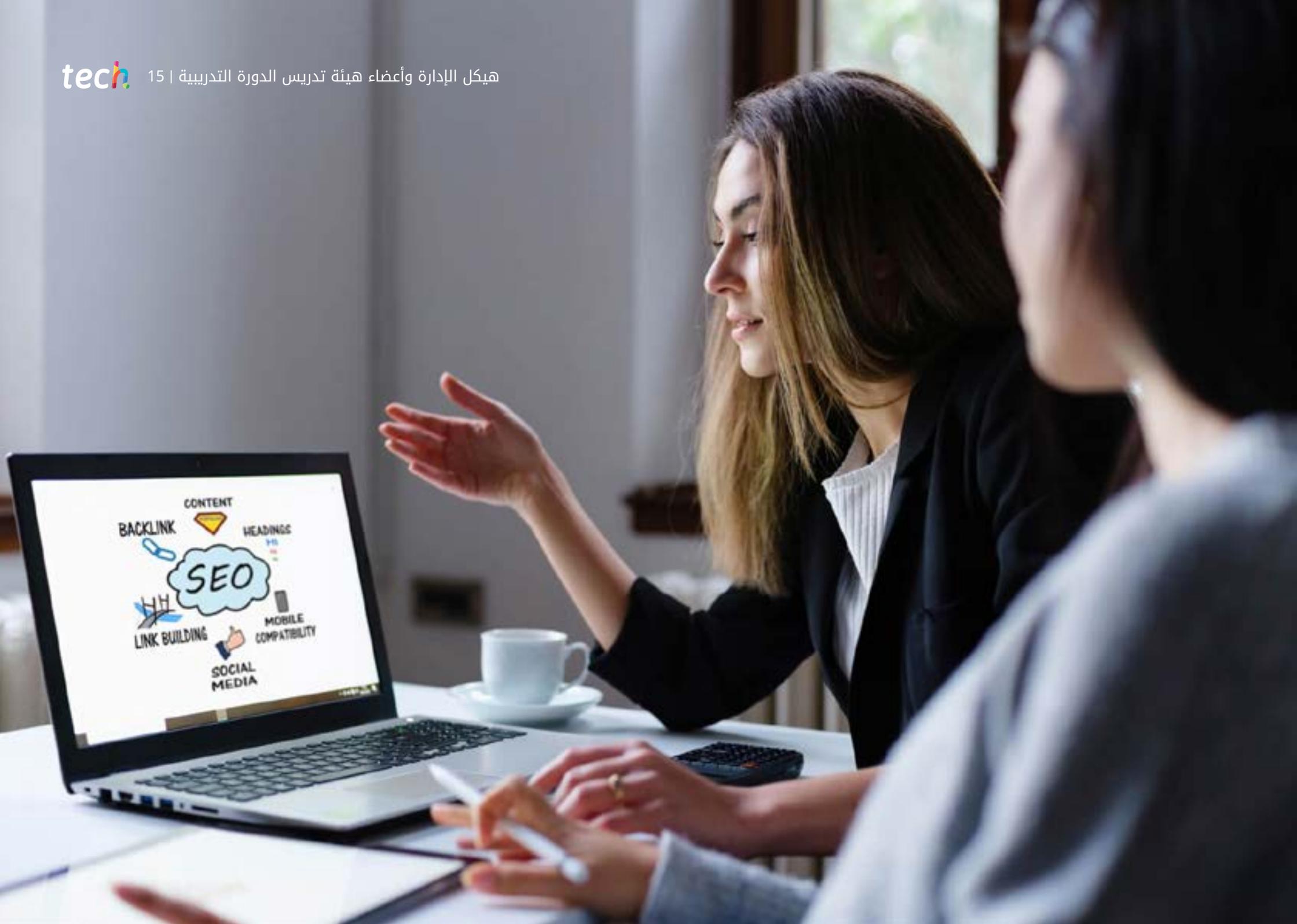


هيكل الإدارة

أ. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ المدير الإبداعي في El Factor H
- ♦ مدير التسويق في La Ibense
- ♦ المدير الإبداعي للأحداث في Beon Worldwide
- ♦ مدير المحتوى ذو العلامات التجارية في Mettre g Atrium Digital
- ♦ المدير الإبداعي في فريق الاتصال وBSB وFCA BMZ Cid وفي
- ♦ متحدث في الماجستير في إدارة الأعمال والاتصال المؤسسي بجامعة إشبيلية
- ♦ مؤلف مشارك لكتاب كيفية إنشاء علامة تجارية. دليل الاستخدام والإدارة





الهيكل والمحتوى

تقدم لك شهادة الخبرة الجامعية في التطوير الإبداعي في الحملات الإعلانية دراسة شاملة في التحديات والاستراتيجيات الضرورية للتفوق في هذا المجال. يتعمق المنهج الدراسي في التحديات التي يواجهها المبدعون في تطوير استراتيجيات مبتكرة، ويوفر أدوات عملية للتغلب على العقبات وتعزيز الأصالة. كما أنه يتعمق في مفاهيم مهمة مثل تسويق marketing المحتوى، ويكشف عن كيفية بناء سرديات مقنعة لجذب الجمهور. كما يتناول البرنامج، من خلال 450 ساعة من محتوى الوسائط المتعددة، مواقف واقعية لتدريب الطلاب على كيفية التصرف عندما تفقد العلامة التجارية مصداقيتها في القطاع.



فمع مناهج TECH سوف تتفوق في صناعة
الإعلانات دائمة التطور"



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 الأشخاص الذين تميزوا بإبداعهم الاستثنائي
 - 5.1.1 التحديات التي تواجه المبدعين في وضع الأفكار
 - 2.1 أفضل الظروف للإبداع وتوليد 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 *kryptonita* المبدعين
 - 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
- 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 والمقلدة..
 - 4.6.1 طرق لجذب العملاء بالإبداع
 - 7.1 الإبداع الفني في مجال الاتصال
 - 1.7.1 الإبداع والفن
 - 2.7.1 ماذا نسعي 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 اللعب
 - 4.10.1 تقنيات إبداعية منظمة
 - 5.10.1 فرص للإبداع
 - 6.10.1 الحدود الخارجية

- 7.2. مكان وكيفية تنظيم الفعالية
 - 1.7.2. الحدث المناسب في المكان المناسب
 - 2.7.2. الميزانية المناسبة
 - 3.7.2. الإطار الذهني الصحيح
 - 4.7.2. لا مجال للترجال
 - 5.7.2. الطعام مناسب تماماً
 - 6.7.2. ما الخطأ الذي يمكن أن يحدث في الفعالية أمثلة على ذلك
 - 7.7.2. الخطة ب
- 8.2. كيفية الإثارة في فعالية ما
 - 1.8.2. الذكاء العاطفي
 - 2.8.2. التعاطف في المناسبات
 - 3.8.2. المشاعر
- 9.2. الإبداع في جميع مراحل العملية التنظيمية
 - 1.9.2. مكان تطبيق الإبداع في الفعالية
 - 2.9.2. المفاجأة في المناسبات
- 10.2. أحداث افتراضية
 - 1.10.2. التكنولوجيا في الأحداث
 - 2.10.2. ما هو الحدث الافتراضي
 - 3.10.2. الاختلافات بين الفعالية الافتراضية والفعالية المباشرة
 - 4.10.2. الإبداع في الأحداث الافتراضية
 - 5.10.2. أحداث الواقع الافتراضي

الوحدة 3. كفاءات المبدع الإعلاني

- 1.3. المهن
 - 1.1.3. المهن المتعلقة بالتسويق marketing
 - 2.1.3. المهن المتعلقة بالإعلانات
 - 3.1.3. الأمثلة
- 2.3. كيفية اكتشاف المواهب
 - 1.2.3. المهارات المتعلقة بالإبداع الإعلاني
 - 2.2.3. الأنشطة المتعلقة بالإبداع الإعلاني
 - 3.2.3. الأمثلة

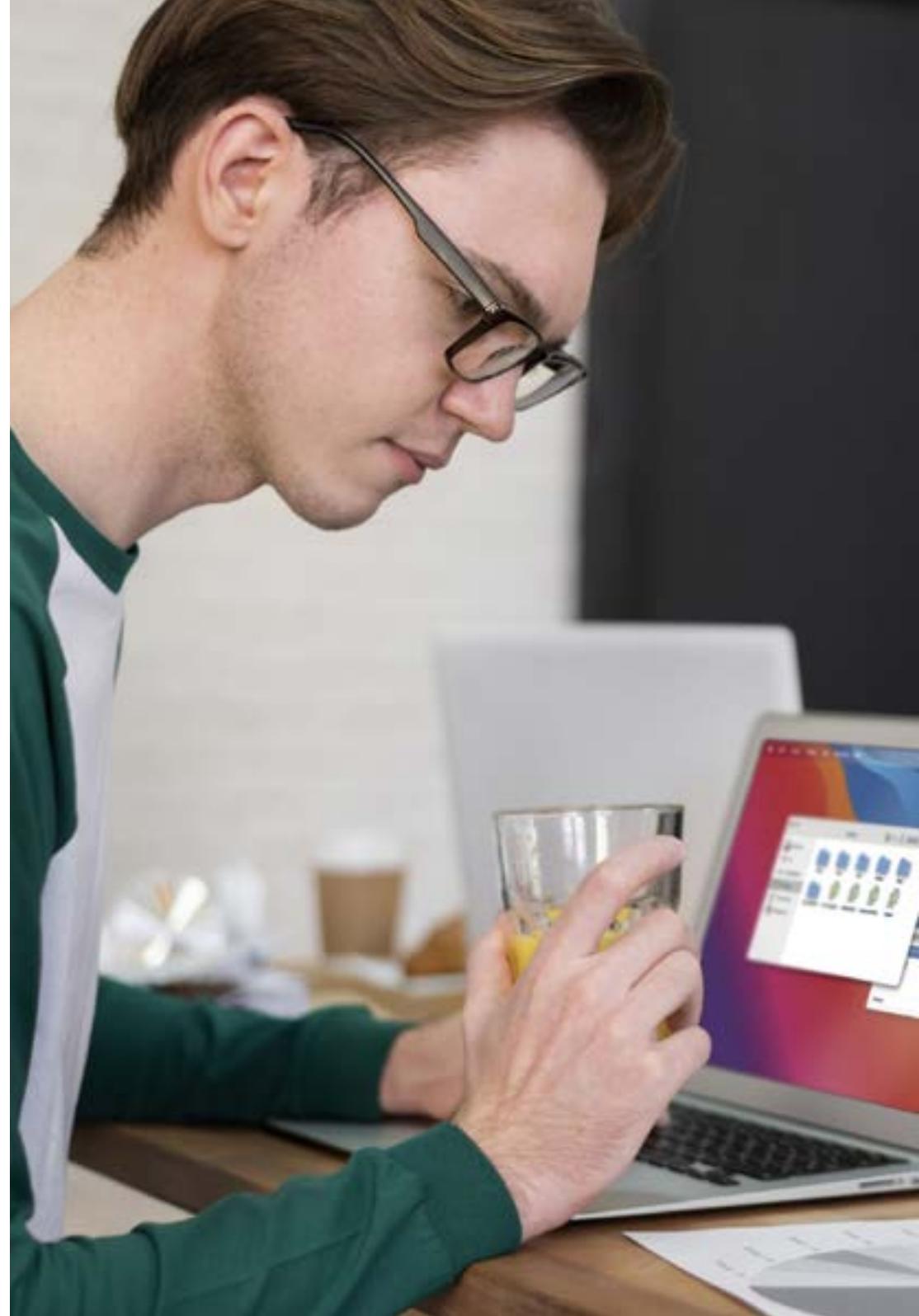
الوحدة 2. المحتوى ذو العلامة التجارية branded content

- 1.2. ما هو المحتوى ذو العلامة التجارية branded content
 - 1.1.2. أساسيات المحتوى ذو العلامة التجارية branded content
 - 2.1.2. كيف يتشابه الإعلان مع branded content
 - 3.1.2. الأنماط
 - 4.1.2. الخدمات
- 2.2. ما هو تسويق marketing المحتوى؟
 - 1.2.2. التعريف والنهج
 - 2.2.2. ما المحتوى الذي سيكون ناجحاً
 - 3.2.2. محتوى متعدد المنصات والوسائط المتعددة والوسائط المتعددة
- 3.2. إبداع الوسائط المتعددة
 - 1.3.2. Podcast
 - 2.3.2. Videocast
 - 3.3.2. Photo Sharing
 - 4.3.2. منصة العرض التقديمي
 - 5.3.2. مقاطع الفيديو
- 4.2. ما هو الحدث
 - 1.4.2. ما هو
 - 2.4.2. الفرق بين إبداع الإعلان وإبداع الحدث
 - 3.4.2. إمكانيات التواصل داخل الحدث
 - 4.4.2. مثال على الإبداع داخل الحدث
- 5.2. سبب إقامة الفعالية
 - 1.5.2. أهداف الحدث
 - 2.5.2. طرائق الحدث
 - 3.5.2. الاحتفال والترفيه
 - 4.5.2. التسويق والترويج
 - 5.5.2. التدريب والتواصل والمسؤولية الاجتماعية
- 6.2. كيف يتم إنشاء فكرة الحدث
 - 1.6.2. كيفية توليد الأفكار الإبداعية
 - 2.6.2. كيفية تطوير اقتراح مفصل



- 3.3 . كيفية الحصول على وظيفة في مجال الإعلانات الإبداعية
 - 1.3.3 . كيفية التقدم لوظيفة بطريقة مبتكرة
 - 2.3.3 . كيفية بناء علامة تجارية تضمن لك الاستقرار الوظيفي
 - 3.3.3 . التعامل مع فترة البطالة
 - 4.3.3 . كيفية التكيف مع التغيرات في القطاع
- 4.3 . كيفية التصرف في مكان العمل
 - 1.4.3 . عندما تنجح
 - 2.4.3 . عندما تفشل
 - 3.4.3 . كيفية الدمج
- 5.3 . كيف تتصرف عندما تفقد علامتك التجارية مصداقيتها في الصناعة
 - 1.5.3 . إعادة تموضع العلامة التجارية
 - 2.5.3 . إعادة تنشيط العلامة التجارية
 - 3.5.3 . الأمثلة
- 6.3 . مسارات الفنانين المعياريين المبدعين
 - 1.6.3 . تصميمات التسويق marketing
 - 2.6.3 . التصميمات الإعلانية
 - 3.6.3 . الأمثلة
- 7.3 . سجلات تتبع الشركات المعيارية
 - 1.7.3 . الشركات وأقسام التسويق marketing
 - 2.7.3 . شركات الدعاية والإعلان
 - 3.7.3 . الأمثلة
- 8.3 . كيف تنجح
 - 1.8.3 . ما هو النجاح؟
 - 2.8.3 . فكر جيداً وستكون على حق
 - 3.8.3 . الأمثلة
- 9.3 . كيف تبدو الحياة كمبدع
 - 1.9.3 . في العمل
 - 2.9.3 . العمل الخارجي
 - 10.3 . كيف تستمتع بالمهنة الإبداعية
 - 1.10.3 . الشغف بالإبداع
 - 2.10.3 . إدارة الإجهاد والحبب الإبداعي
 - 3.10.3 . تنمية الإبداع الشخصي

من خلال هذا البرنامج سوف تتقن Briefs الإبداعية
والمقترحات المقنعة للعملاء. لا تتردد أكثر من ذلك
وانضم إلى شهادة الخبرة الجامعية هذه"

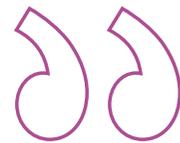


المنهجية

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 يرسّي 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 مدرء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح 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 فننساها 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.

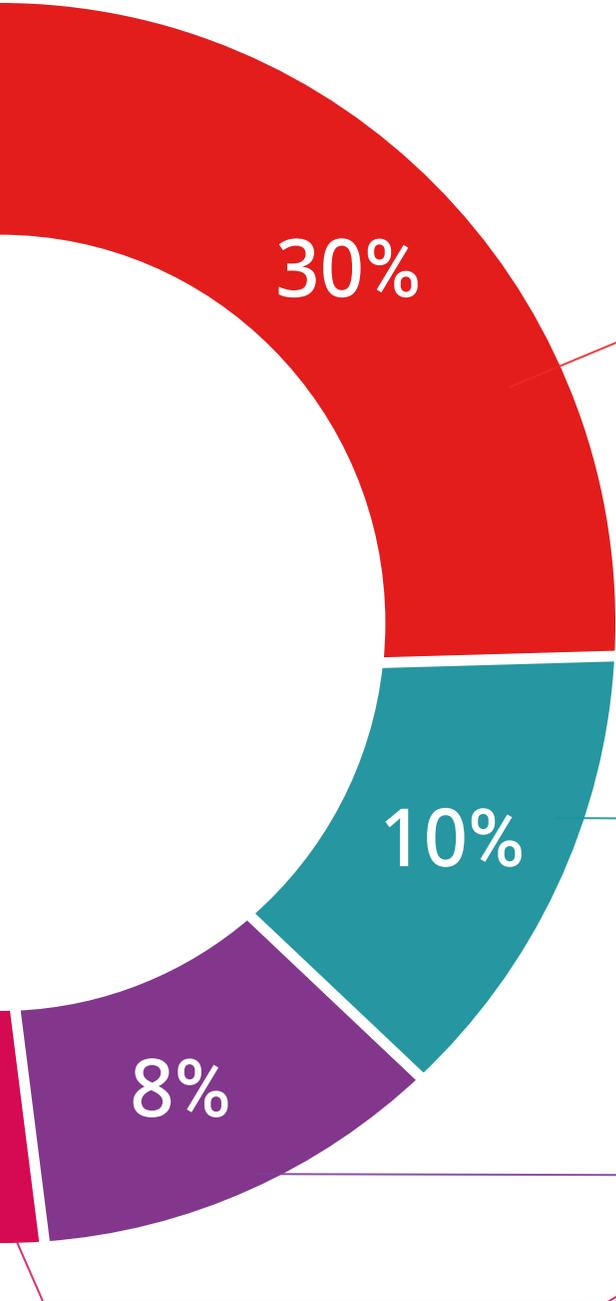
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 الحُصين بالمخ، لكي نحفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

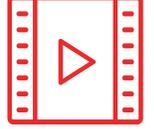
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموساً حقاً.

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 للاكتساب 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

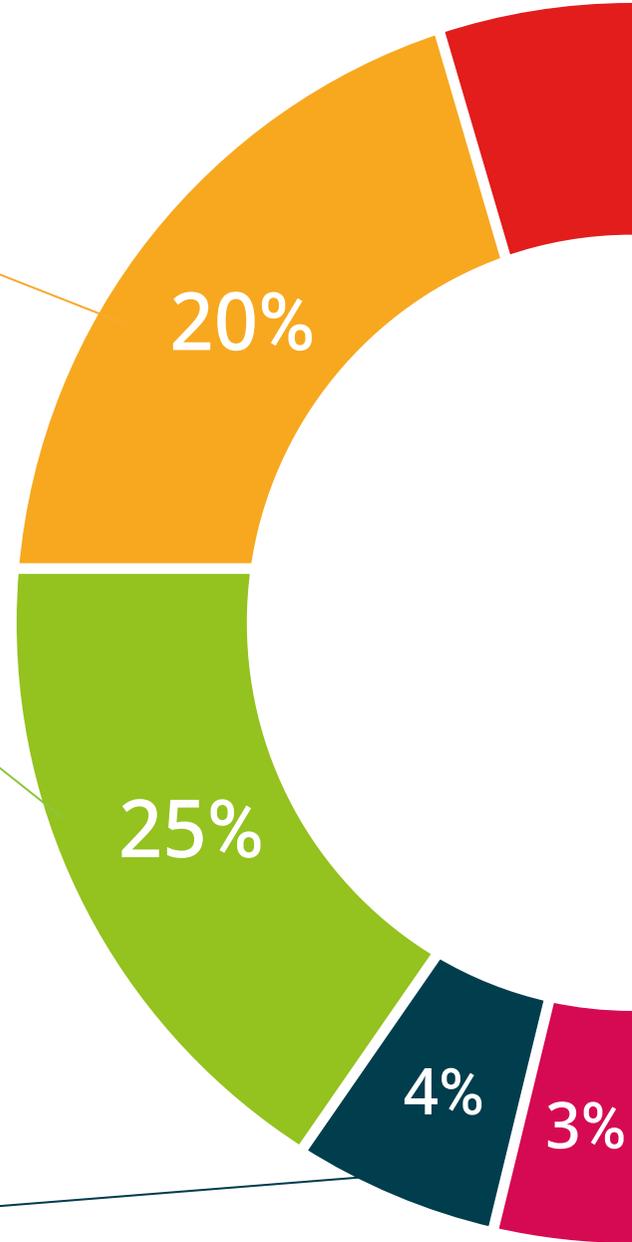
يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

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 التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية 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 التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أشهر



tech الجامعة
التيكنولوجية

شهادة الخبرة الجامعية

التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية

« 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 التطوير الإبداعي للحملات الإعلانية