

شهادة الخبرة الجامعية التواصل في الموضة والجمال والرفاهية



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية التواصل في الموضة والجمال والرفاهية

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي 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-fashion-beauty-luxury-communication

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 30

المقدمة

يشهد قطاع الموضة والجمال والرفاهية تحديات مستمرة، وبالتالي فإن معالجتها الصحيحة في مجال الاتصال والصحافة تتطلب تحديثاً مستمراً من قبل المتخصصين في هذا القطاع. لهذا السبب، سيتناول هذا البرنامج مفهوم الموضة وعلاقتها بالتواصل، بالإضافة إلى تطور الصناعة وتغيراتها الرئيسية في القرن الحادي والعشرين، مع مراعاة الاتجاهات الجديدة في هذا القطاع. بهذه الطريقة، سيتمكن المهنيون من تحديث معارفهم في هذا المجال واكتساب مهارات جديدة تمكنهم من العمل بنجاح في شركات القطاع ووسائل الإعلام المتخصصة والمكاتب الصحفية.



من خلال شهادة الخبرة الجامعية هذه ستكتسب
المعرفة اللازمة لفهم عالم الموضة والجمال
والرفاهية من منظور عالمي والعمل في هذه
القطاعات كمحفي متخصص بطريقة مثلى"



يستهدف هذا البرنامج التدريبي بشكل خاص المهنيين في مجالات الاتصال والصحافة الذين يعملون في قطاع الموضة والجمال بشكل يومي. مراعاةً لهم بشكل خاص، يضيف الفريق التدريسي في TECH خبرته على هذه التخصص، وبالتالي رؤيته الواقعية والقريبة من الواقع المهني، بشكل واعٍ واستباقي.

خلال المنهج، سيتم تحليل جميع جوانب إدارة الاتصالات في الشركات في قطاع الموضة والجمال والرفاهية في قطاع الأزياء والتجميل والرفاهية لكي يكتسب الطالب معرفة متعمقة بكيفية عمل هذه الأقسام ويتعلم كيفية إدارتها على النحو الأمثل. سيساعدك هذا أيضاً على فهم كيفية التعامل مع هذه الشركات بالطريقة الصحيحة من منظور صحفي رحلة ستأخذ الطلاب للتعرف على الاستراتيجيات التي تعزز نتائج الشركات في هذه القطاعات والتي ستسمح لهم باستخدام أكثر الوسائل فعالية عند وضع خطط العمل الناجحة موضع التنفيذ.

كل هذا التطور، بمساعدة المهنيين المعترف بهم وذوي القيمة في جميع أنحاء العالم، للتعلم من الأفضل، مع أفضل نظام تنسيق وعملية تعليمية محفزة وجذابة.

هناك مفتاح آخر لنجاح هذا التخصص وهو إمكانية أن تقرر بنفسك كيفية تنظيم تعلمك: من الوقت والمكان وكثافة الدراسة. هذا يضمن أن يكون هذا الجهد متوافقاً تماماً مع حياتهم الشخصية والمهنية. حتى لا يفقد الطالب الدافع أبداً. بهذا المعنى، يكون التدريب متصلاً بالإنترنت بنسبة 100%، على الرغم من أنك ستتمكن من تنزيل المحتويات للمتابعة دون اتصال بالإنترنت إذا كنت ترغب في ذلك.

سيكون لديك أيضاً إمكانية الوصول إلى مقاطع فيديو توضيحية وتسجيلات صوتية للمراجعة، ومكتبة أونلاين تحتوي على مواد تعليمية ومساعدة ودعم معلمك طوال العملية بأكملها. علاوة على ذلك، ستتمتع بمحتوى حصري من خلال الوصول إلى سلسلة من صفوف دراسية متقدمة التي يقودها مدرس مشهور على مستوى دولي.

تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في التواصل في الموضة والجمال والرفاهية على البرنامج أكاديمي الأكثر اكتمالا و حداثة في الساحة الجامعية. أبرز خصائص التخصص هي:

- ♦ تطوير دراسات حالة يقدمها خبراء في الأزياء والجمال والرفاهية
- ♦ محتوياته البيانية والتخطيطية والعملية البارزة، والتي تم تصميمها بتخصص علمي وعملي في تلك التخصصات الضرورية للممارسة المهنية
- ♦ ما الجديد في صحافة الأزياء والجمال والرفاهية؟
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تسليطه الخاص على المنهجيات المبتكرة في الصحافة والتواصل في الموضة والجمال والرفاهية
- ♦ نظام التعلم التفاعلي القائم على خوارزميات لاتخاذ القرارات في مواقف الصحافة والإعلامات الرقمية
- ♦ دروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت



سيسمح لك هذا البرنامج بتعزيز مهاراتك
وتصبح صحفياً ناجحاً من خلال الاستفادة
من صفوف دراسية متقدمة"

سيمكنك هذا البرنامج من تطوير مهاراتك
لتصبح صحفياً ناجحاً.

كن صحفياً ممتازاً وتعلم كيفية التحرك
بنجاح، وعزز علاقتك مع الشركات في قطاع
العوضة والجمال والرفاهية.

هذا البرنامج ليس مخصصاً للصحفيين العاملين فقط، بل أيضاً للعاملين في المكاتب الصحفية للشركات في القطاع الذين يرغبون في تحديث وتعزيز معارفهم"

يضم أعضاء هيئة التدريس في البرنامج متخصصين في مجالي الصحافة والاتصالات، الذين يقدمون خبراتهم في هذا التخصص، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

بفضل محتوى هذا البرنامج العلمي من الوسائط المتعددة المُعد بأحدث التقنيات التعليمية، سوف يسمحون للمهني بتعلم سياقي، أي بيئة محاكاة ستوفر تعليماً غامرة مبرمجة للتدريب في مواقف 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. للقيام بذلك، ستتم مساعدة المحترف من خلال نظام فيديو تفاعلي مبتكر تم إنشاؤه بواسطة خبراء مشهورين في مجال صحافة الأزياء، الجمال والرفاهية، وذو خبرة كبيرة.

الأهداف

تم تصميم هذا البرنامج لتعزيز المهارات، وكذلك لمساعدتك على تطوير كفاءات ومهارات جديدة في مجال التواصل التي ستكون ضرورية في تطورك المهني في قطاع الموضة والجمال والرفاهية. بعد إتمام التخصص، ستكون قادراً على العمل بدرجة عالية من الكفاءة في وسائل الإعلام المتخصصة والمكاتب الصحفية وأقسام التسويق. بهذه الطريقة، ستتمكن من ترسيخ مكانتك كمحترفة تواصل في مجال الموضة والجمال والرفاهية بنجاح، وتحقيق مهارات رائعة وتمكينك من منافسة الأفضل في هذا القطاع.

الهدف من هذا التخصص هو تمكين الطلاب من فهم كيفية عمل التواصل في الشركات في قطاع الموضة والجمال والرفاهية"



الأهداف العامة



- ♦ امتلاك رؤية شاملة واحترافية لبيئة الإعلام في مجالات الموضة والرفاهية والتجميل، وتحديد خصوصيات القطاع، فضلاً عن تأثيره وانعكاساته على نسيج الأعمال ككل
- ♦ اكتساب المعرفة الأساسية والمتقدمة للتمكن من إنشاء أنظمة تواصل جديدة فيما يتعلق بالأزياء
- ♦ تعزيز مهاراتك الإدارية والتحليلية والإبداعية والقيادية ككفاءات أساسية للنمو في هذا المجال
- ♦ تطوير مهارات الكتابة والتواصل الشفهية والكتابية والشفوية وغير الشفهية والكتابية وغير الشفهية الممتازة
- ♦ الحصول على المسؤولية الأخلاقية اللازمة
- ♦ تطوير التفكير النقدي
- ♦ توليد استراتيجية اتصال تنافسية في هذه الصناعة مع معرفة متعمقة بدناميكيات الإعلام، وأعمال الأزياء والعناصر المحددة.
- ♦ تحديد الفرص والقدرة على التطور من خلال النظر إلى عمك الخاص
- ♦ توليد الأثر الاجتماعي وتوجيه الرأي العام بمسؤولية أخلاقية ومهنية
- ♦ تحسين رشاقة صنع القرار من خلال الملاحظة والتحليل والتفسير والإجراءات المتعلقة بالمعايير المهنية من خلال الإبلاغ النقدي
- ♦ فهم عملية الإعلام وإعادة إنتاجها بشكل فعال من خلال تكييفها مع كل قناة وملف تعريف للشركة والجمهور المستهدف



الأهداف المحددة

وحدة 1. مقدمة للتواصل في صناعة MBL

- ♦ مقارنة لمجالات الإعلام الرئيسية فيما يتعلق بالأزياء والجمال
- ♦ أسئلة ومقدمة لبعض الموضوعات ذات الأهمية التي سيتم تطويرها خلال البرنامج
- ♦ إرساء أسس المعرفة في مجال الأزياء والجمال والمجوهرات
- ♦ تحليل الدور الذي يلعبه كل محترف في صناعة الأزياء
- ♦ التعرف وتعلم استخدام مصطلحات القطاع

وحدة 2. إنشاء المحتوى: الرسالة

- ♦ تدريب الطلاب على فهم طبيعة الرسالة ومكوناتها الأساسية بعمق
- ♦ التعرف على أدوات الإعلام الآلية الرئيسية المستخدمة حالياً في بيئة الموضة
- ♦ معرفة كيفية التعرف على نمط الرسائل والصور والمحتوى الذي يتم إنتاجه في الصناعة، مما يجعل من الممكن للطلاب تكرارها وتنظيمها مؤقَّتاً

وحدة 3. تقنيات التواصل في المنظومة البيئية للأزياء والجمال والرفاهية

- ♦ بناء بيئة رقمية قادرة على جذب الحركة/الجمهور إلى علامتك التجارية في مجال الموضة، سواء كانت خارجية أو عبر الإنترنت، مع تحقيق وضعية مرغوبة
- ♦ إنشاء شجرة محتوى ومحتوى متماسك في جميع أنحاء السيرة الذاتية
- ♦ كتابة بياناً صحفياً أو مدونة أو أخبار قصة تحدد النظام البيئي لعلامتك التجارية
- ♦ تكييف النتائج وإنشاء نظام بيئي جديد
- ♦ التعرف على أسلوب التواصل الخاص ببيئة الأزياء والجمال ومحاكاته



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تم تصميم هذا البرنامج التعليمي من قبل فريق من المتخصصين في الصحافة والأزياء والاتصالات الذين يتمتعون بسنوات من الخبرة المهنية والتدريس. قد أرادوا جميعاً، إدراكاً منهم للحاجة الحالية للتخصص الجيد، أن يجمعوا بين معرفتهم لتزويدك بالتخصص الأكثر اكتمالاً في السوق، مما سيتيح لك التطور بنجاح في مجال الموضة والجمال والصحافة الفاخرة، وتحقيق مهارات مهنية عالية المستوى، وتصبح محترفاً أكثر شهرة في هذا القطاع.



تعلم، من أفضل المتخصصين في هذا القطاع،
أحدث التطورات في مجال الموضة والجمال
والصحافة والاتصالات الفاخرة"





المدير الدولي

مع مسيرتها المهنية الواسعة في قطاع الأزياء والرفاهية، الدكتورة Eleonora Cattaneo على المستوى الدولي لمساهماتها كمستشارة لعلامات تجارية مشهورة عالمياً. قد ارتبطت هذه الخبيرة الشهيرة ببعض من أقوى الشركات المدرجة على قائمة فورتشن 500 مثل، Fiat، CNH Industrial، Renault و Nestlé، وغيرها.

لسنوات، عكفت الباحثة على دراسة السياقات الاجتماعية الثقافية المرتبطة بالرفاهية و الطرق التي تخلق بها الشركات المرموقة في هذا المجال المعاني و تروج لكل من منتجاتها أو خدماتها. كما يعكس كتابها الأخير إدارة العلامات التجارية الفاخرة، Managing Luxury Brands، اهتمامها بتحليل التأثير البيئي و الاجتماعي لهذه الصناعة، بالإضافة إلى الفرص التي توفرها الابتكارات التكنولوجية الحالية لهذا المجال.

في الوقت نفسه، تعاونت الدكتورة Cattaneo كمستشارة داخلية للعديد من مديري التسويق في العديد من الشركات. من خلال القيام بذلك، قدمت المعلومات والدعم في نشر استراتيجيات جديدة من أجل دخول السوق، وإعادة وضع العلامة التجارية و إطلاق المنتجات. من ناحية أخرى، تعتبر العلامات الدولية هي مجال آخر من مجالات عملها الأكثر خبرة.

استناداً إلى تدريبها المكثف، تم اختبار الأخصائية لقيادة برنامج متعلق بإدارة تجربة الضيوف الفاخرة في معهد Glion الشهير في سويسرا. في هذه المؤسسة المرجعية لمجتمع الأعمال الأوروبي بأكمله، دعمت الخبيرة تطوير لكل المهارات الشخصية و المهنية لدى قادة الشركات من جميع أنحاء العالم. قبل ذلك، شغلت منصب مديرة في البرامج التنفيذية لمجموعة التعليم السويسرية وجامعة Regent في لندن.

بالنسبة لمسيرتها الأكاديمية، فإن Cattaneo حاصلة على الدكتوراه في التسويق من جامعة Pavia، إيطاليا، و MBA من كلية الإدارة SDA Bocconi.

د. Cattaneo, Eleonora

- ♦ مديرة برنامج إدارة الرفاهية وتجارب الضيوف، معهد Glion، سويسرا
- ♦ مديرة البرامج التنفيذية في مجموعة التعليم السويسرية
- ♦ رئيسة برنامج إدارة العلامات التجارية الفاخرة في جامعة Regent في لندن
- ♦ أستاذة التسويق الدولي في معهد الجامعي Carlo Cattaneo
- ♦ استشارية لعلامات تجارية مثل Fiat، CNH Industrial، Renault و Nestlé وغيرها من العلامات التجارية المدرجة على قائمة فورتشن 500
- ♦ دكتوراه في التسويق من جامعة Pavia، إيطاليا
- ♦ MBA من كلية الإدارة SDA Bocconi، إيطاليا
- ♦ إجازة في جامعة Bristol، المملكة المتحدة
- ♦ عضو في: معهد الإدارة المعتمد في المملكة المتحدة والمركز السويسري لأبحاث الرفاهية في سويسرا

بفضل TECH ستتمكن من التعلم
مع أفضل المحترفين في العالم"



هيكل الإدارة

أ. García Barriga, María

- ♦ دكتورة في بيانات التصميم والتسويق
- ♦ مسؤولة التواصل في قناة RTVE
- ♦ مسؤولة التواصل في قناة Telemadrid
- ♦ أستاذة جامعية
- ♦ مؤلفة كتاب نمط الخلود، إنشاء هوية حلزونية لأتمتة اتجاهات الموضة
- ♦ الإعلام والتسويق والحملات الاجتماعية وتراث الفنون والتسويق الرقمي
- ♦ رئيسة تحرير Chroma Press
- ♦ مديرة التسويق وحسابات وسائل الإعلام الاجتماعي في Servicecom
- ♦ محررة محتوى الويب في Premium Diffusion و Diario Siglo XXI ومجلة Managers
- ♦ دكتوراه في التصميم وبيانات التسويق من جامعة البوليتكنيك بمدريد
- ♦ بكالوريوس في علوم المعلومات والإعلامات والتسويق والإعلان من جامعة Complutense في مدريد
- ♦ دراسات عليا في التسويق والإعلام في شركات الأزياء والرفاهية من جامعة Complutense بمدريد
- ♦ معتمدة في تحليل البيانات والإبداع مع Python، الصين
- ♦ MBA Fashion Business School في كلية أعمال الأزياء بجامعة Navarra



الأستاذة

أ. Campos Bravo, Ignacio

- ♦ إجازة في الاتصال مع تخصص مزدوج في الإعلام للتخصص والاتصال المؤسسي في جامعة لويولا الأندلس
- ♦ ماجستير تنفيذي في إدارة أعمال الموضة في ISEM
- ♦ عمل في وكالات إعلامية واتصالات صغيرة، وعملت مؤخرًا في إدارة نقاط البيع في قناة متعددة العلامات التجارية لشركة Loewe Perfumes

أ. Villamil Navarro, Camila

- ♦ متواصلة اجتماعية وصحفية تخرج من جامعة لا سابانا
- ♦ تكتب حالياً عن الموضة والاتجاهات في صحيفة EL TIEMPO
- ♦ أستاذة صحافة الأزياء والعلامات التجارية الشخصية في كلية الاتصال في جامعة La Sabana ومنسق دبلوم الصحافة في الاتصال وصحافة الأزياء



الهيكل والمحتوى

برنامج التواصل في الموضة والجمال والرفاهية من TECH هو برنامج مصمم خصيصًا لك يُقدّم بتنسيق 100% عبر الإنترنت، لتختار الوقت والمكان الذي يناسب توافرك وجداولك واهتماماتك. برنامج يمتد على مدار 6 أشهر وقد تم تصميمه من قبل أكثر المتخصصين شهرة في هذا القطاع، والذين يصونون في هذا التخصص خبراتهم العملية الشاقة حتى تتمكن من النمو وتصبح صحفياً ومراسلاً من الطراز الأول.





من خلال منهج دراسي فعال للغاية، سيتعلم المهنيون كيفية التعامل الصحيح مع قطاع الموضة والجمال والرعاية، سواء كانوا يرغبون في العمل كصحفيين متخصصين أو كمديرين للصحافة والاتصال"



وحدة 1. مقدمة للتواصل في صناعة MBL

- 1.1 نمو وتطور صناعة الأزياء
 - 1.1.1.1 الموضة عبر العصور
 - 2.1.1 تطور صناعة النسيج
 - 3.1.1 نموذج Fast Fashion وصناعة الاستهلاك الحالية
- 2.1 المعالم الرئيسية وخصائص صناعة الجمال والعطور
 - 1.2.1 تاريخ صناعة العطور
 - 2.2.1 العطور كنقطة اتصال رئيسية لسوق المنتجات الفاخرة
 - 3.2.1 الإعلام في سلاسل التوزيع الرئيسية للجمال والعطور
- 3.1 مقدمة في علم اجتماع الموضة
 - 1.3.1 الموضة كعامل اجتماعي
 - 2.3.1 علم اجتماع الاتجاهات
 - 3.3.1 الموضة تُفهم على أنها مفهوم فني
- 4.1 الرفاهية في القرن الحادي والعشرين والتجربة الرقمية
 - 1.4.1 طرق جديدة لفهم الرفاهية
 - 2.4.1 الموضة والرفاهية في البيئة الرقمية
 - 3.4.1 كيف يمكن للأدوات الرقمية إثراء تجربة الرفاهية
- 5.1 تكييف خطاب العلامة التجارية مع كل قناة اتصال
 - 1.5.1 قنوات الإعلام الرئيسية في صناعة الموضة والجمال والرفاهية
 - 2.5.1 وضع استراتيجيات الإعلام. اختيار القناة والرسالة
 - 3.5.1 الملف الشخصي لمتخصص العلاقات العامة SS
- 6.1 تطور إرث العلامة التجارية في الصناعة الفاخرة
 - 1.6.1 التاريخ كخلفية. بناء خطاب العلامة التجارية من الماضي
 - 2.6.1 دور التوجيه الإبداعي في خطاب العلامة التجارية
 - 3.6.1 بداية إرث العلامة التجارية في القرن الحادي والعشرين
- 7.1 إعلام الموضة في البيئة الرقمية. العولمة والسوق الموحدة
 - 1.7.1 الإعلام في البيئة الرقمية
 - 2.7.1 تدويل العلامات التجارية
 - 3.7.1 آثار العولمة على الإعلام المتعلقة بالموضة والجمال
- 8.1 مبادئ العلامة التجارية Branding
 - 1.8.1 إنها العلامة التجارية التي تسود. إدارة الأصول غير الملموسة
 - 2.8.1 Tons and Manners. بناء خطاب العلامة التجارية
 - 3.8.1 بناء علامة تجارية في سوق عالمي

- 9.1 نهج الاستدامة في أسواق MBL
 - 1.9.1.1 الاستدامة والبيئة في نظام الموضة. الجهات الفاعلة والعمليات
 - 2.9.1 التنوع والشمول في صناعة الموضة والجمال
 - 3.9.1 الاستدامة في سوق المنتجات الفاخرة
- 10.1 مهني الإعلام في صناعة الأزياء
 - 1.10.1 دور قسم الإعلام في شركة أزياء
 - 2.10.1 الاستعانة بمصادر خارجية لقسم الإعلام. دور الوكالات
 - 3.10.1 ملامح الإعلانات المهنية في صناعة الأزياء والجمال والرفاهية

وحدة 2. إنشاء المحتوى: الرسالة

- 1.2 عناصر الإعلام: المرسل، والمستقبل، وشعار الرسالة
 - 1.1.2.1 عملية التواصل والمكونات المعنية
 - 2.1.2 الرسائل المعرفية والعاطفية والاجتماعية في منظومة الموضة
 - 3.1.2 تطور شعار الإعلان في سوق التجميل
- 2.2 الأساليب التقليدية لنقل عدم التخصص في صناعة الأزياء: الإعلانات
 - 1.2.2 الإعلانات كمصادر لنقل الأوراق المالية
 - 2.2.2 تخصص الصورة النمطية من النموذج الأولي
 - 3.2.2 هيكل وتكوين الرسوم الكاريكاتورية الإعلانية
- 3.2 أدوات جديدة لإنشاء المحتوى الرقمي: الإعلانات
 - 1.3.2 خوارزمية Google Ads
 - 2.3.2 مستويات المطابقة والمقاييس الأساسية
 - 3.3.2 إنشاء إعلان للبيئة الرقمية
- 4.2 قنوات لنشر المحتوى في الموضة والرفاهية والجمال
 - 1.4.2 تفضيلات مستهلك الموضة
 - 2.4.2 وسائل الإعلام خارج الإنترنت وتكاملها
 - 3.4.2 الاتجاهات في انتشار عدم التخصص في سوق السلع الفاخرة
- 5.2 تخصيص المحتوى في قطاع الرفاهية
 - 1.5.2 أسلوب لغة الأزياء وتقنياتها الفنية
 - 2.5.2 السعادة والجودة والأداء الوظيفي مقابل الرخيص والمجاني والعاجل
 - 3.5.2 الإعلام متعدد الاتجاهات بين العلامة التجارية والمستخدم
- 6.2 تنفيذ التشغيل الآلي للمحتوى في CRM
 - 1.6.2 ما هو CRM وما الغرض منه؟
 - 2.6.2 نوع الرسالة حسب تقسيم العميل
 - 3.6.2 هيكل وسهولة استخدام قوة المبيعات Salesforce

- 5.3 إنشاء المدونات والمجلات الرقمية للنشر
 - 1.5.3 اتصال ثنائي الاتجاه في الأدوات الثابتة
 - 2.5.3 هيكل وتكوين المدونات
 - 3.5.3 إنشاء محتوى لمجلات الموضة الرقمية
- 6.3 السرد عبر الوسائط المتعددة والسرد القصصي (Storytelling)
 - 1.6.3 تكوين المكان والزمان في اتصالات الموضة
 - 2.6.3 الواقعية الافتراضية في السرد القصصي عبر الوسائط المتعددة
 - 3.6.3 مراحل إنشاء السرد القصصي Storytelling
- 7.3 اللغة السمعية البصرية في بيئة الموضة
 - 1.7.3 قوة الصورة في صناعة التجميل
 - 2.7.3 الخيط السرد في قصة العلامة التجارية
 - 3.7.3 ابتكار أيقونات الموضة والأساطير
- 8.3 إنشاء المحتوى من عالم Google Trends
 - 1.8.3 آلية العمل وديناميكيات البحث في Google Trends
 - 2.8.3 وصف القصة فيما يتعلق بالكلمات الرئيسية والأزياء الخاصة
 - 3.8.3 تكامل المنافسة والانتشار الفيروسي
- 9.3 عمل النظام الإيكولوجي في جميع أنحاء الكون
 - 1.9.3 مواءمة المحتوى والاتجاهات
 - 2.9.3 الأجواء الموسيقية في الإعلانات السمعية البصرية
 - 3.9.3 أفلام الموضة
- 10.3 إعادة تعريف وتكييف النظام البيئي للعلامة التجارية
 - 1.10.3 الإبداع والابتكار والاختراع كديناميات نمو
 - 2.10.3 إلهام وتطلعات قطاع الموضة
 - 3.10.3 إعادة تنظيم عالم الموضة: محتوى للمجتمع ككل

- 7.2 تصميم وتكوين Newsletter للموضة والجمال والرفاهية
 - 1.7.2 تنظيم وهيكلية المعلومات
 - 2.7.2 الاختلافات بين البيان الصحفي والنشرة الإخبارية والإعلان
 - 3.7.2 تواتر الإخطارات وقياس الأثر
- 8.2 أسلوب اللغة وتأثير الصورة على صناعة الأزياء
 - 1.8.2 الألوان "العصرية": دمج ألوان بانتون في استراتيجية التواصل الخاصة بك
 - 2.8.2 عن ماذا يتحدث المتخصصون في الموضة؟
 - 3.8.2 تصميم المعلومات
- 9.2 هيكل وتطبيق CMS
 - 1.9.2 الغرض من إدارة المحتوى
 - 2.9.2 تصنيف المحتوى لشبكة الموضة
 - 3.9.2 Prestashop
- 10.2 خطة المحتوى
 - 1.10.2 النقاط الرئيسية في تخطيط المحتوى في مجالات الموضة والجمال
 - 2.10.2 الحملات الموسمية في قطاع الموضة
 - 3.10.2 إطلاق حملات الفلاش

وحدة 3. تقنيات الإعلام في منظومة الأزياء والجمال والرفاهية

- 1.3 النظام البيئي للموضة وتكوينه
 - 1.1.3 بناء نظام بيئي والحفاظ عليه Phygital
 - 2.1.3 البحث عن الموارد وتطوير SERP
 - 3.1.3 مراقبة وإعادة تكييف النظام البيئي
- 2.3 إنشاء نظام بيئي للعلامة التجارية: SEO و SEM و SMO
 - 1.2.3 وضع المحتوى الرقمي: تحسين محركات البحث (Search Engine Optimization - SEO)
 - 2.2.3 إبداع حملات التسويق عبر محرك البحث SEM
 - 3.2.3 أهمية SMO في قطاع الموضة
- 3.3 الاختلافات والتشابهات في الإتصال بين العلامات التجارية MBL
 - 1.3.3 الاختلافات بين موقع ويب المحتوى والتجارة الإلكترونية
 - 2.3.3 تطور أهداف الإعلام
 - 3.3.3 التفاعل في إنشاء المحتوى
- 4.3 تقنيات التواصل التقليدية غير المتصلة بالإنترنت: البيانات الصحفية والأخبار والإعلانات
 - 1.4.3 التواصل الموضوعي: البيان الصحفي وما يتصل به من غير المتخصصين
 - 2.4.3 التواصل الاجتماعي: الأخبار كمحرك للتجديد في التواصل الاجتماعي
 - 3.4.3 التواصل التجاري: الإعلان كعنصر مبيعات

تخصص كامل سيأخذك من خلال المعرفة التي تحتاجها للتنافس مع الأفضل في هذا المجال"



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، متخذةً 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 مدراء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

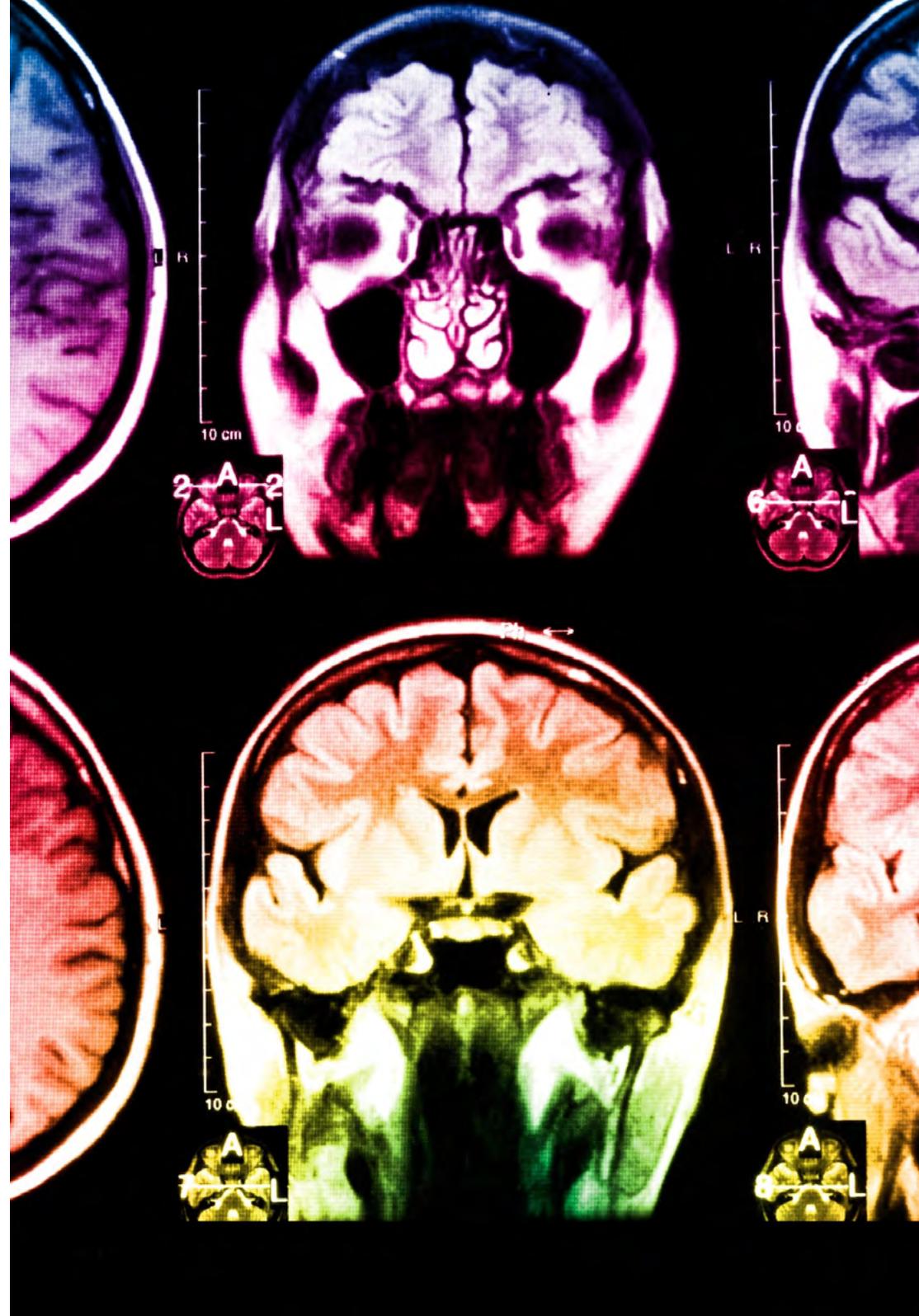
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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.

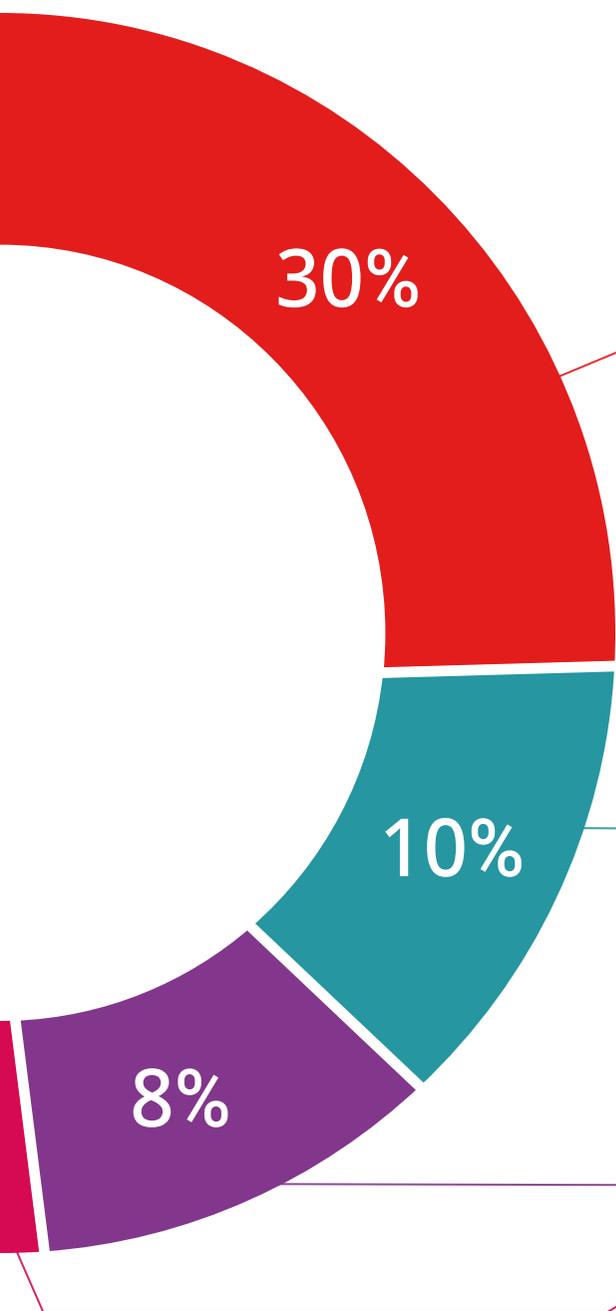
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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.

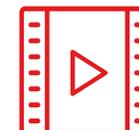
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات والكفاءات



سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



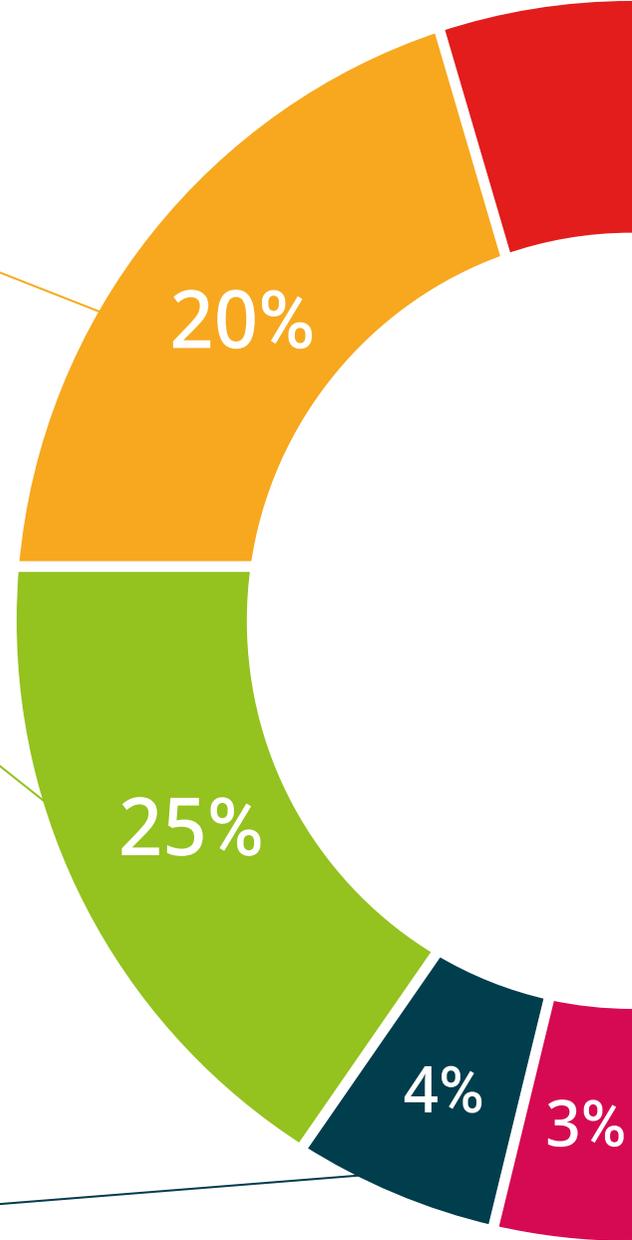
ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.

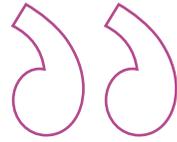


المؤهل العلمي

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في التواصل في الموضة والجمال والرفاهية بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



أدرج في سيرتك الذاتية شهادة الخبرة الجامعية في الصحافة
الدولية وكفاءاتك كخبير في هذا المجال المثير من العمل"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في التواصل في الموضة والجمال والرفاهية 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 التواصل في الموضة والجمال والرفاهية

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
التيكنولوجية
tech

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية

التواصل في الموضة والجمال والرفاهية

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية التواصل في الموضة والجمال والرفاهية