

شهادة الخبرة الجامعية وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي

« 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.techtitude.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-media-information-product-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

حاليًا، تسعى شركات الإعلام إلى ضم محترفين ذوي كفاءة عالية ومعرفة في مجال تسيير المنتج ووسائل الإعلام. في هذا السياق، يصبح من المهم أن يكون لدى الصحفيين معرفة بإدارة الأعمال، بالإضافة إلى فهم الوظائف داخل شركة إعلامية. بهذه الطريقة، يصبح هذا البرنامج فرصة للمحترفين الذين يرغبون في الدخول في هذه التركيبة الجديدة من الإدارة ووسائل الإعلام. إنها فرصة فريدة للطلاب في قطاع يشهد طلبًا عاليًا وفرص عمل واسعة.



هذا البرنامج هو أفضل خيار يمكنك العثور عليه للتخصص
في وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية للطلاب أدوات ومهارات محددة ليتمكن من تطوير نشاطه المهني بنجاح في البيئة الواسعة لوسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي. 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.

- ♦ 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

تم تصميم هذا البرنامج لتوفير تحديث، حيث يتم تقديم جميع المعارف النظرية والعملية من خلال محتوى وسائط متعددة عالية الجودة، وتحليل حالات سريرية أعدها خبراء، ومحاضرات، وتقنيات فيديو تسمح بتبادل المعارف والخبرات، والحفاظ على مستوى أكاديمي محدث لأعضائه، وإنشاء بروتوكولات عمل، ونشر أحدث المستجدات الأكثر أهمية في التخصص.

من هذا البرنامج 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، ستتاح لك الفرصة للمشاركة في صف رئيسي متقدم (Masterclasses) يقدمه محاضر مشهور عالمياً في مجال الاتصال والتسويق. ستتيح لك هذه

الجلسات الإضافية تحديث وتعزيز معارفك ومهاراتك في هذا القطاع الذي يشهد تطوراً مستمراً



طور مهاراتك مع TECH! ستتمكن من الوصول إلى
محاضرات فريدة ومكاملة، يقدمها أستاذ بارز ذو شهرة
دولية في التواصل والتسويق"

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

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

تعتبر شهادة الخبرة الجامعية هذه أفضل استثمار يمكنك
القيام به عند اختيار برنامج تحديث لتحديث معرفتك في
مجال الإعلام والاتصالات وتسيير المنتج المعلوماتي"



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

يهدف برنامج وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي إلى تسهيل عمل المحترف في هذا المجال ليكتسب ويعرف أبرز المستجدات في مجال الاتصال



هذا هو الخيار الأفضل للتعرف على أحدث التطورات
في وسائل الإعلام وتسيير المنتجات الإخبارية"



الهدف العام



♦ تدريب الإعلامي ليكون قادراً على إدارة شركة كبيرة، واكتساب المعرفة اللازمة في كل مجال من مجالات الشركة



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



الأهداف المحددة



الوحدة 1. وسائل الإعلام

- ♦ تحديد جمهور وسائل الإعلام
- ♦ معرفة الوسائل التي يمكن أن تساعد الشركة على النمو
- ♦ الدعاية مع وسائل الإعلام التي تروج لرسالة الشركة ورؤيتها
- ♦ إنشاء إرشادات إعلانية مع وسائل الإعلام من أجل النمو المؤسسي

الوحدة 2. تسير المنتج المعلوماتي

- ♦ إنشاء محتوى غني بالمعلومات يمكنه جذب جمهور كبير
- ♦ إنتاج منتجات عالية الجودة تُظهر جوانب مهمة تهم مجتمع اليوم
- ♦ امتلاك قاعدة بيانات لجهات الاتصال المهمة في المنظمات الحكومية والهيئات الدولية والشخصيات ذات الصلة

الوحدة 3. بيانات السوق والتواصل

- ♦ 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 4. تسير 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 يصوبون 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

SS • POLITICS • ECONOMICS • SCIENCE • ENGINEERING • ME

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
parture 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 هامير 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 وسائل الإعلام وتسيير المنتج
المعلوماتي على البرنامج العلمي الأكثر شمولاً وتحديثاً في السوق"



الوحدة 1. وسائل الإعلام

- 1.1 مقدمة في وسائل الإعلام
 - 1.1.1 ما هي وسائل الإعلام؟
 - 2.1.1 خصائص الوسائط
 - 3.1.1 فائدة الوسائط
- 2.1 الصحافة
 - 1.2.1 مقدمة وتاريخ موجز للوسيلة
 - 2.2.1 الخصائص الرئيسية
 - 3.2.1 من الورقي إلى الرقمي
- 3.1 الراديو
 - 1.3.1 مقدمة وتاريخ موجز للوسيلة
 - 2.3.1 الخصائص الرئيسية
- 4.1 التلفزيون
 - 1.4.1 مقدمة وتاريخ موجز للوسيلة
 - 2.4.1 تلفزيون تقليدي
 - 3.4.1 أشكال جديدة من استهلاك التلفزيون
- 5.1 الشبكات الاجتماعية كوسيلة للإعلام
 - 1.5.1 الشبكة كبيئة اتصالات جديدة
 - 2.5.1 إمكانيات الاتصال بالشبكات الاجتماعية
- 6.1 منصات وأجهزة جديدة
 - 1.6.1 بيئة متعددة الشاشات
 - 2.6.1 شاشات التلفزيون الثانية
 - 3.6.1 المستهلك متعدد المهام (Multitasker)
- 7.1 العولمة المحلية
 - 1.7.1 وسائل الاعلام المحلية
 - 2.7.1 صحافة القرب
- 8.1 آثار وسائل الإعلام
 - 1.8.1 فعالية الإعلام التجاري والإعلاني
 - 2.8.1 النظريات المتعلقة بآثار الوسائط
 - 3.8.1 النماذج الاجتماعية ونماذج الإنشاء المشترك

الوحدة 2. تسيير المنتج المعلوماتي

- 9.1 التقارب الإعلامي
 - 1.9.1 نظام بيئي جديد لوسائل الإعلام
 - 2.9.1 ثقافة التقارب
- 10.1 المحتوى الذي أنشأه المستخدم
 - 1.10.1 من المستهلك إلى المستهلك
 - 2.10.1 الثقافة التشاركية
 - 3.10.1 الذكاء الجماعي
- 1.2 تعريف المنتج المعلوماتي
 - 1.1.2 المفهوم
 - 2.1.2 الخصائص
 - 3.1.2 الأنواع
- 2.2 عملية تطوير المنتج المعلوماتي
 - 1.2.2 مراحل إنتاج الأخبار
 - 2.2.2 الأجنحة Setting
- 3.2 استراتيجيات إطلاق منتجات إعلامية جديدة
 - 1.3.2 استراتيجيات ملموسة
 - 2.3.2 استراتيجيات غير ملموسة
 - 3.3.2 إستراتيجية محفظة المنتج
- 4.2 دراسة إستراتيجية المسابقة
 - 1.4.2 المقارنة المعيارية (Benchmarking)
 - 2.4.2 أنواع المقارنة المعيارية (Benchmarking)
 - 3.4.2 المزايا
- 5.2 عملية ابتكار حافظة المنتجات المعلوماتية
 - 1.5.2 السرد عبر الوسائط المتعددة
 - 2.5.2 ظاهرة المعجبين
- 6.2 الابتكار في تحديد المواقع الاستراتيجية
 - 1.6.2 التلعيب
 - 2.6.2 عوالم السرد الجديدة

- 5.3 السوق والجمهور
 - 1.5.3 سمات مستخدمي وسائط الإعلام
 - 2.5.3 تجزئة الجمهور
- 6.3 تطوير خطة التسويق (Marketing)
 - 1.6.3 مفهوم خطة التسويق (Marketing)
 - 2.6.3 تحليل وتشخيص الحالة
 - 3.6.3 قرارات التسويق (Marketing) الاستراتيجية
 - 4.6.3 القرارات التشغيلية في التسويق (Marketing)
- 7.3 تجزئة الأسواق
 - 1.7.3 مفهوم تجزئة الأسواق
 - 2.7.3 فائدة ومتطلبات التجزئة
 - 3.7.3 تجزئة الأسواق الاستهلاكية
 - 4.7.3 تجزئة الأسواق الصناعية
 - 5.7.3 استراتيجية التجزئة
 - 6.7.3 التقسيم على أساس معايير المزيج التسويقي (Marketing-mix)
- 8.3 المواقع التنافسية
 - 1.8.3 مفهوم تحديد موقع السوق
 - 2.8.3 عملية التموقع
- 9.3 التجزئة التجارية
 - 1.9.3 تحليل قنوات التوزيع ومناطق البيع والمنتجات
 - 2.9.3 إعداد مناطق التسويق
 - 3.9.3 تنفيذ خطة الزيارة
- 10.3 المسؤولية الاجتماعية للشركات
 - 1.10.3 الالتزام الاجتماعي
 - 2.10.3 المنظمات المستدامة
 - 3.10.3 الأخلاق في المنظمات

- 7.2 التوثيق الصحفي
 - 1.7.2 أدلة أساسية للتوثيق الصحفي الثقافي
 - 2.7.2 الوثائق التاريخية
 - 3.7.2 الوثائق الحالية
 - 4.7.2 الأخبار المستعرة
- 8.2 تصميم وتخطيط خطة للسمعة على الإنترنت
 - 1.8.2 بانوراما لوسائل التواصل الاجتماعي الرئيسية في إسبانيا
 - 2.8.2 خطة سمعة العلامة التجارية. المقاييس العامة وعائد الاستثمار وإدارة علاقات العملاء الاجتماعية
 - 3.8.2 الأزمان عبر الإنترنت وتحسين محركات البحث المتعلقة بالسمعة
- 9.2 أهمية الاتصال في منظمات اليوم
 - 1.9.2 آليات ونظم التواصل بوسائط الإعلام
 - 2.9.2 أخطاء في تواصل المنظمات
- 10.2 التسويق الداخلي (Inbound Marketing)
 - 1.10.2 التسويق الداخلي الفعال
 - 2.10.2 فوائد التسويق الداخلي
 - 3.10.2 قياس نجاح التسويق الداخلي

الوحدة 3. بيئات السوق والتواصل

- 1.3 البيئة الكلية للشركة
 - 1.1.3 مفهوم البيئة الكلية
 - 2.1.3 متغيرات البيئة الكلية
- 2.3 البيئة الكلية للشركة
 - 1.2.3 النهج المتبع إزاء مفهوم البيئة الجزئية
 - 2.2.3 الجهات الفاعلة في البيئة الصغرى
- 3.3 بيئة تنافسية جديدة
 - 1.3.3 الابتكار التكنولوجي والأثر الاقتصادي
 - 2.3.3 مجتمع المعرفة
 - 3.3.3 الصورة الجديدة للمستهلك
- 4.3 معرفة السوق والمستهلك
 - 1.4.3 الابتكار المفتوح (Open Innovation)
 - 2.4.3 ذكاء تنافسي
 - 3.4.3 الاقتصاد التنافسي

الوحدة 4. تسيير السوق والعملاء

- 1.4 إدارة التسويق (Management)
 - 1.1.4 مفهوم إدارة التسويق (Management)
 - 2.1.4 حقائق تسويقية جديدة
 - 3.1.4 سوق جديد: قدرات المستهلكين والشركات
 - 4.1.4 التوجه نحو التسويق الشمولي
 - 5.1.4 تحديث عناصر التسويق ال 4
 - 6.1.4 مهام إدارة التسويق
- 2.4 التسويق العلائقي
 - 1.2.4 مفهوم تسويق العلاقات
 - 2.2.4 العميل كأصل للشركة
 - 3.2.4 إدارة علاقات العملاء (CRM) كأداة للتسويق بالعلاقات
- 3.4 التسويق (Marketing) القائم على البيانات (Data Base)
 - 1.3.4 تطبيقات التسويق القائم على البيانات (Data Base)
 - 2.3.4 القوانين واللوائح
 - 3.3.4 مصادر المعلومات
- 4.4 أنواع سلوك الشراء
 - 1.4.4 عملية قرار الشراء
 - 2.4.4 مراحل عملية الشراء
 - 3.4.4 أنواع سلوك الشراء
 - 4.4.4 خصائص أنواع سلوك الشراء
- 5.4 عملية الولاء
 - 1.5.4 معرفة شاملة للعملاء
 - 2.5.4 عملية الولاء
 - 3.5.4 قيمة العميل
- 6.4 اختيار العملاء المستهدفين - إدارة علاقات العملاء (CRM)
 - 1.6.4 تصميم نظام إدارة علاقات العملاء الإلكتروني (e-CRM)
 - 2.6.4 الآثار والقيود المفروضة على القانون الأساسي لحماية البيانات (LOPD)
 - 3.6.4 توجيه المستهلك
 - 4.6.4 التخطيط من 1 إلى 1

- 7.4 إدارة المشاريع البحثية
 - 1.7.4 أدوات تحليل المعلومات
 - 2.7.4 تطوير خطة إدارة التوقعات
 - 3.7.4 تقييم جدوى المشروع
- 8.4 أبحاث السوق عبر الإنترنت
 - 1.8.4 أدوات البحث الكمي في الأسواق عبر الإنترنت
 - 2.8.4 أدوات البحث النوعي الديناميكي للعملاء
- 9.4 دراسة الجماهير التقليدية
 - 1.9.4 أصل قياس الجمهور. مفاهيم أساسية
 - 2.9.4 كيف يتم قياس الجماهير التقليدية
 - 3.9.4 البحث الإعلامي العام و Kantar Media
- 10.4 دراسات الجمهور على الإنترنت
 - 1.10.4 الجمهور الاجتماعي
 - 2.10.4 قياس الأثر الاجتماعي: غرد له
 - 3.10.4 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"



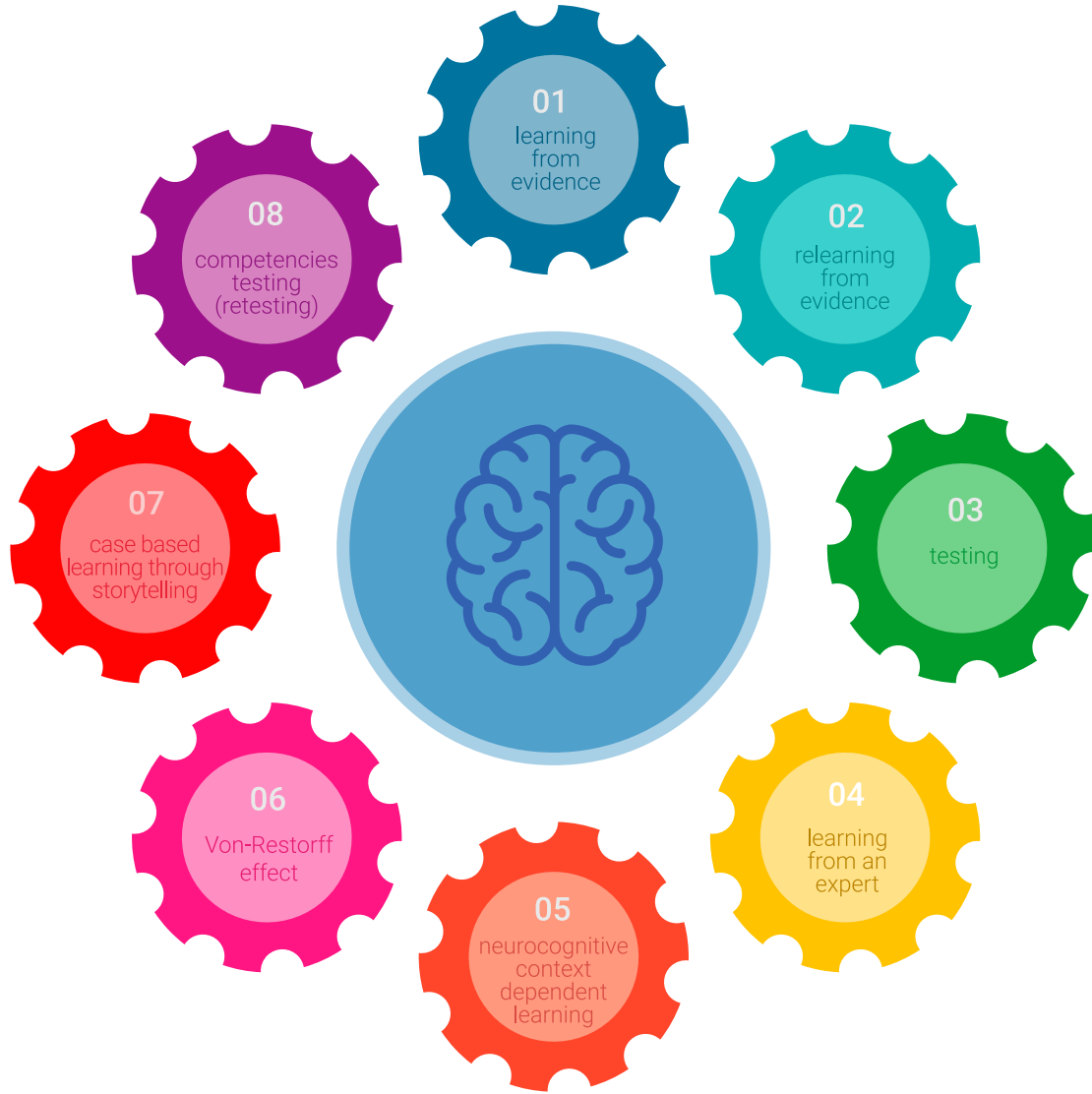
Case studies أو دراسات الحالة

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 وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وتحديثاً، 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 وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي 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 وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أشهر



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية

وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي

- « 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 وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي