

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.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-social-media-communication-market-management

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 24

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمى

صفحة 32

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 ومكملة، 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"



اله دف 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 للطلاب.

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 فيكندا حيث 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 وأقصد 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 تسويق وعلاقات عامة ووسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) 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 (Social Media) في Walmart
- ♦ منسقة تسويق واتصالات في مستشفى Credit Valley
- ♦ مديرة حسابات وعلاقات عامة في InfinityComm Inc.
- ♦ منحة دراسية IWF في إدارة الشركات من INSEAD
- ♦ برنامج القيادة التحولية، إدارة الأعمال وإدارة الشركات من كلية Harvard Business School.
- ♦ دراسات عليا في العلاقات العامة من كلية Humber.
- ♦ بكالوريوس في العلوم السياسية ودراسات الاتصال من جامعة McMaster
- ♦ عضوة في: المجلس الاستشاري لبرنامج العلاقات العامة في هامبر والجمعية المجتمعية لفرسان ذوي الإعاقة (CARD)

بفضل TECH ستتمكن من التعلم
مع أفضل المحترفين في العالم"



هيكل الإدارة

آ. Ñesta Fernández, Noelia

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





الهيكل والمحتوى

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



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في 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
 - 2.5.3 سمات مستخدمي وسائط الإعلام
 - 3.5.3 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"

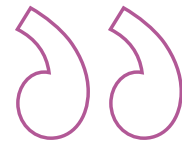


المنهجية

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

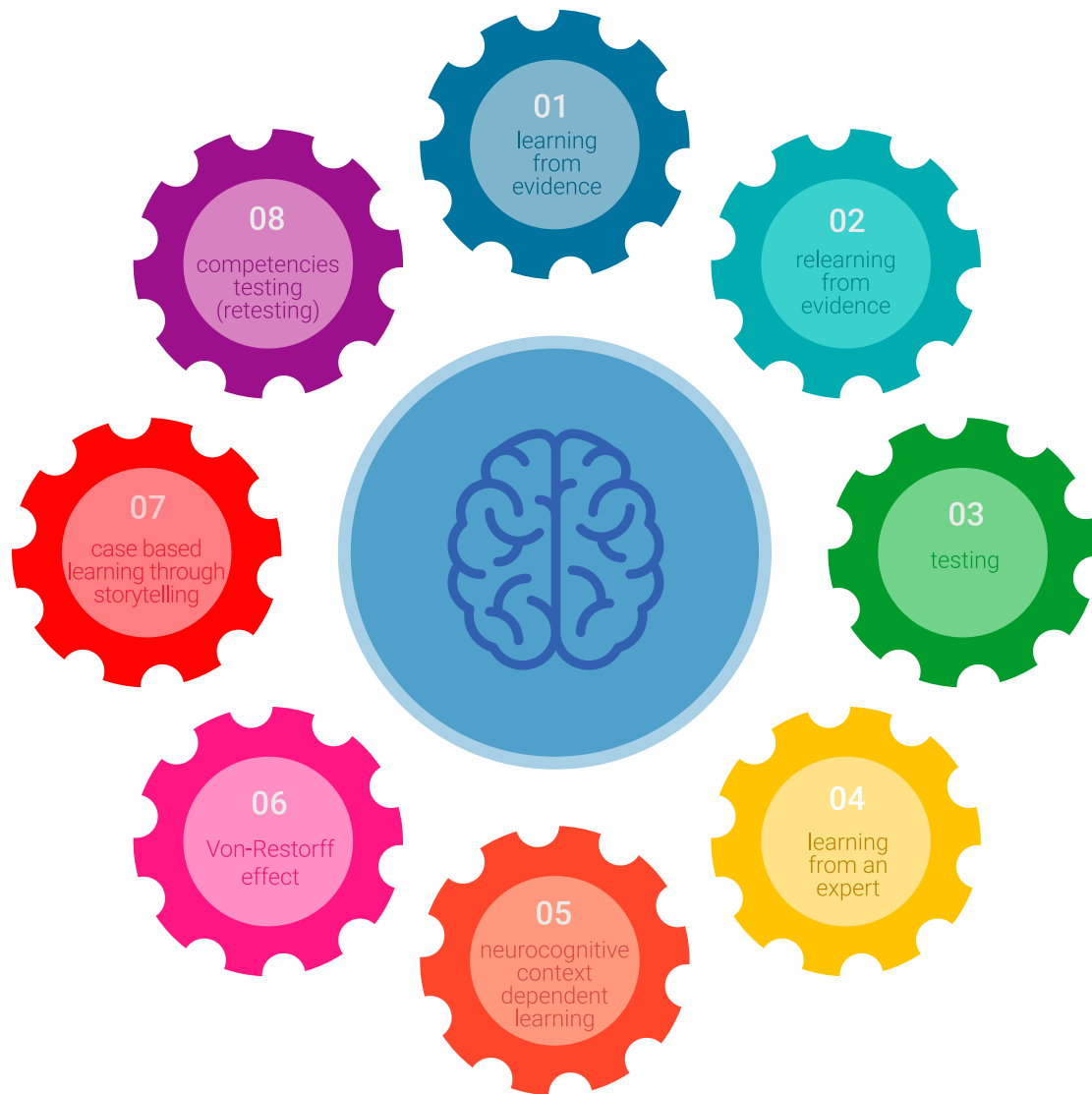
إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، 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 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 مدرءا المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

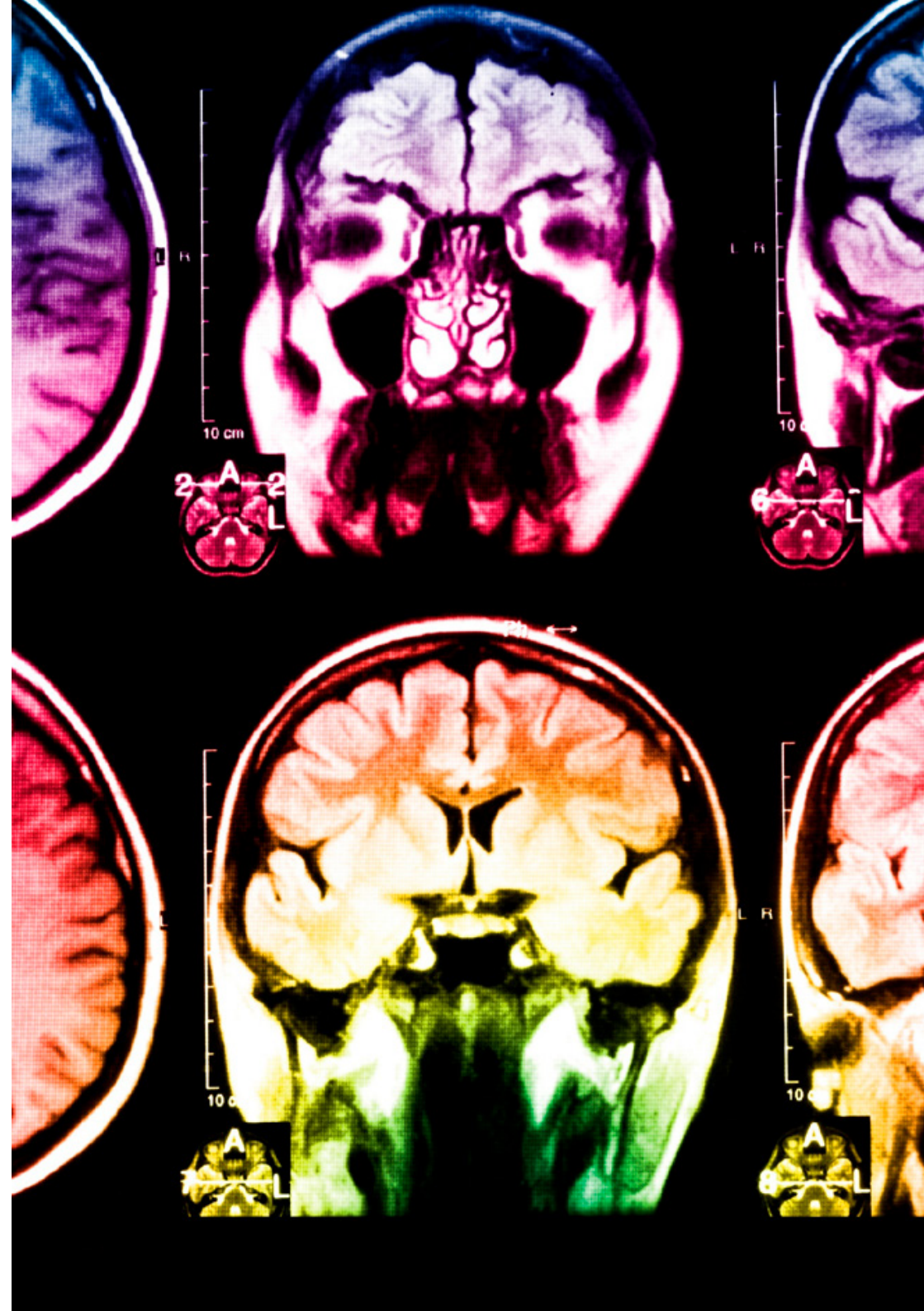
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا 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 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 وملموماً 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

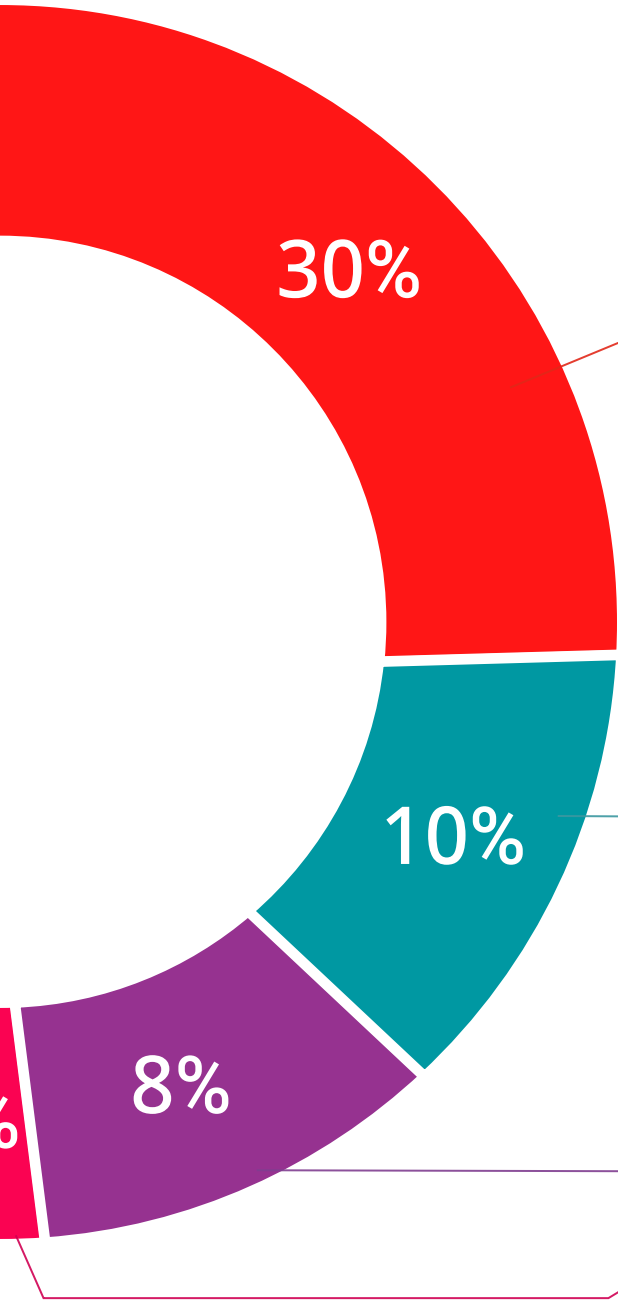


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات للاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

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

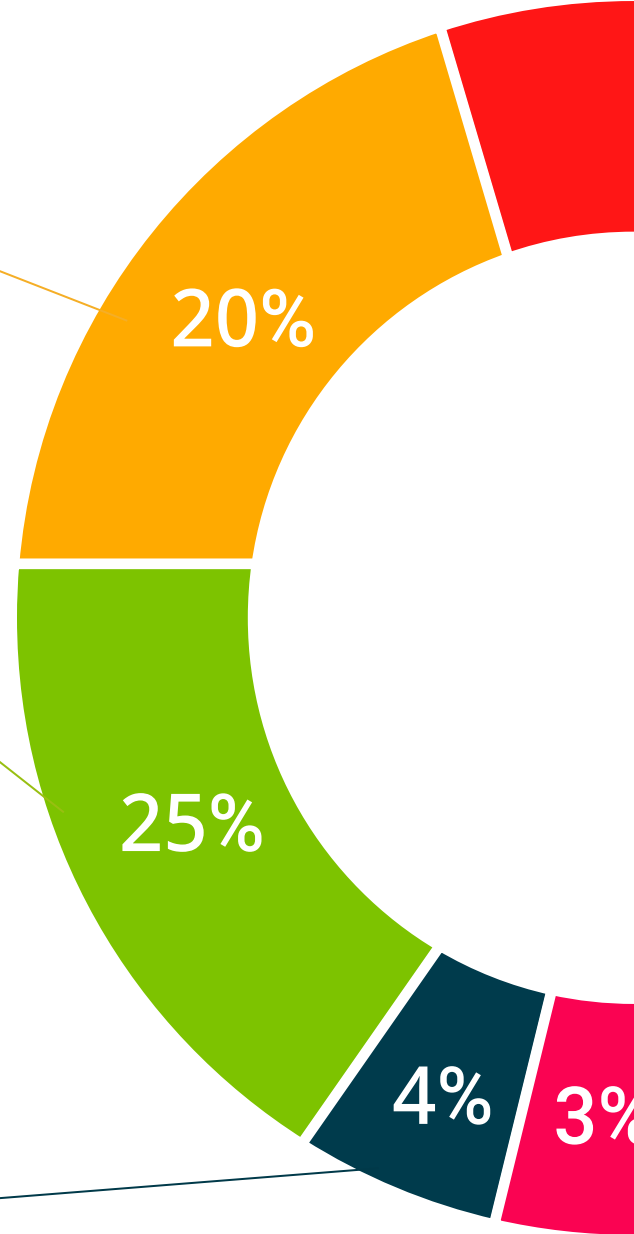
يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

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 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



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

tech الجامعة
التكنولوجية

الابتكار

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

الحاضر

الجودة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية وسائل الإعلام وتسيير المنتج المعلوماتي

