

# شهادة الخبرة الجامعية الاستراتيجيات والحملات الانتخابية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## شهادة الخبرة الجامعية الاستراتيجية والحملات الانتخابية

طريقة التدريس: أونلاين

مدة الدراسة: 6 أشهر

المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-strategy-electoral-campaign](http://www.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-strategy-electoral-campaign)

# 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

بالنسبة للصحفيين العاملين في مجال التواصل السياسي، من الأهمية بمكان الحصول على معرفة شاملة بجميع تلك المنهجيات والتقنيات الفعالة عند إجراء حملة انتخابية ناجحة. وبهذا المعنى، فإن هذه الخطة الأكاديمية المرموقة لـ TECH هي برنامج مكثف يعد الطالب لمواجهة التحديات وقرارات العمل في مجال استراتيجية الحملة الانتخابية. هدفها الرئيسي هو تعزيز النمو الشخصي والمهني للطلاب، ومساعدته على تحقيق النجاح.

حدث معرفتك باستراتيجيات الاتصال السياسي وأعد  
تقييم ملفك المهني"



هذه شهادة الخبرة الجامعية المعني بالاستراتيجيات والحملات الانتخابية تحتوي على البرنامج العلمي الأكاديمي الأكثر اكتمالا وحدثا في المشهد الجامعي. أبرز خصائصها التدريب هي:

تطوير دراسات الحالة المقدمة من قبل خبراء في الصحافة والاتصال السياسي

محتوياتها الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها، تجمع المعلومات العلمية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية

تحديثات حول التواصل السياسي

تمارين عملية حيث يتم إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم

تركيزه الخاص على المنهجيات المبتكرة في الصحافة والتواصل السياسي

نظام التعلم التفاعلي القائم على خوارزميات صنع القرار بشأن المواقف التي أثرت في الصحافة والاتصال السياسي

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

يهدف محتوى شهادة الخبرة الجامعية المعني بالاستراتيجيات والحملات الانتخابية إلى تعزيز تنمية المهارات المهنية للصحفيين التي تسمح باتخاذ قرارات أكثر دقة في بيئات غير مؤكدة.

خلال هذا التدريب، سيقوم الصحفي بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي والجماعي. وبالتالي، فهو انغماس حقيقي في مواقف العمل الحقيقية.

شهادة الخبرة الجامعية تتعامل بعمق مع استراتيجيات التواصل لحملة انتخابية جيدة وهو مصمم لتدريب المتصلين الحقيقيين الذين يفهمون العالم السياسي من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر.

خطة مصممة لتحقيق تحسن هائل في الطالب، تركز على التميز في ممارسته المهنية وتهيئه لتحقيق النجاح في ممارسته اليومية في مجال الاتصال والتسويق السياسي. برنامج يفهم الاحتياجات الأكاديمية للمهني ويمنح محتوى مبتكراً بناءً على أحدث الاتجاهات، مدعوماً بأفضل منهجية تعليمية ومع هيئة تدريس استثنائية. كوكتيل مثالي يمنح الطالب مهارات لحل المواقف الحرجة بإبداع وكفاءة.



سوف تتعلم من أفضل المهنيين في هذا القطاع  
وتكتسب سلسلة من المهارات التي ستزيد من قيمة  
منهاجك الدراسي"

ستصبح خبيراً حقيقياً في الاستراتيجيات والحملات الانتخابية من خلال دراسة خبير جامعة TECH هذا.

تعلم كيفية تصميم استراتيجيات ناجحة في الحملات الانتخابية مع شهادة الجامعة هذه الذي تضعه TECH بين يديك.

برنامج مصمم لك ويركز على احتياجاتك ومصمم في امتياز أكاديمي"



يشمل البرنامج، في هيئة التدريس، المهنيين المنتمين إلى مجال الصحافة والاتصال، الذين يستفيدون في هذا التدريب من تجربة عملهم، بالإضافة إلى المتخصصين المعترف بهم في الجمعيات المرجعية والجامعات المرموقة.

بفضل محتوى البرنامج 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 المعلم من خلاله محاولة حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ. للقيام بذلك، سيحصل المهني على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من صنع خبراء مشهورين في مجال الصحافة القضائية وخبرة كبيرة.

# الأهداف

الهدف الرئيسي الذي تسعى إليه TECH في تصميم هذا البرنامج الأكاديمي هو تدريب المهنيين الصحفيين ليكونوا قادرين على تطوير كفاءات ذات قيمة كبيرة في مجال استراتيجية الاتصال للحملات الانتخابية. ويستند هذا الهدف إلى توفير مواد تعليمية متميزة تعطي الطلاب الرزم الذي يحتاجونه لوضع أنفسهم بنجاح في هذا القطاع.



لا تفوت هذه الفرصة التعليمية العظيمة واصبح محترفًا  
ناجحًا في التواصل السياسي. ستدخل قطاعا مزدهرا"



## الأهداف العامة



معرفة أساسيات الإدارة والاستراتيجية والتسويق والتواصل  
فهم عمل المؤسسات والمنظمات السياسية  
معرفة أهداف وأدوات التسويق والتواصل السياسي  
التعرف على كيفية تطبيق أدوات التسويق والاتصال اعتمادًا على المنتج السياسي: البرنامج والحزب  
التعرف على مراحل وتطور الحملة السياسية والانتخابية

تقدم لك TECH أحدث محتوى في هذا القطاع بهدف واحد  
هو تشجيعك على تحقيق جميع أهدافك المعنوية"



## الأهداف المحددة



### الوحدة 1. التسويق الانتخابي

وصف مكونات السوق الانتخابي وإجراء البحوث

تحليل سلوك التصويت

وصف دراسات نية التصويت

تعلم كيفية إجراء تشخيص للحملة الانتخابية وخطة الحملة وتطوير منتج انتخابي

### الوحدة 2. التسويق الانتخابي

رؤية ما هي خطة العمل في الحملة الانتخابية وما بعد الانتخابات

تحليل الأنظمة الانتخابية المختلفة

التعرف على كيفية عمل علم البيانات (Data Science) والبيانات الضخمة (Big Data)

النظر إلى ما هو التدريب السياسي

### الوحدة 3. الحملة الانتخابية: أدوات العمل التقليدية

دراسة الابتكار السياسي

دراسة الجوانب المختلفة للناخب لأخذها بعين الاعتبار

تحليل العلامات التجارية السياسية

وصف أساسيات القيادة السياسية والرسائل السياسية

تعمق في إنشاء استراتيجية المحتوى

### الوحدة 4. الحملة الانتخابية: أدوات العمل على الإنترنت

دراسة التواصل الانتخابي

التعرف على خزانات التواصل وكيف تعمل

التعرف على استراتيجيات العلاقات العامة

رؤية كيف يتم بناء الخطاب السياسي

تحليل المناظرة الانتخابية والاجتماعات مع الناخبين



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تم إنشاء تصميم هذا البرنامج الأكاديمي من قبل فريق من المهنيين في الصحافة والتواصل السياسي، مع سنوات من الخبرة المهنية والتدريسية. وجميعهم، إدراكاً منهم للحاجة الحالية في قطاع الصحافة والاتصالات إلى التدريب الجيد، أرادوا الجمع بين معارفهم لنقل أكمل مناهج السوق إلى الطالب، مما سيمكنه من التطور في مجال استراتيجية الحملات الانتخابية وتحقيق مهارات مهنية رفيعة المستوى.

tech 13 | هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

أفضل هيئة تدريس في أفضل جامعة. لا تفوت  
فرصة التدريب هذه"



## المدير الدولي المُستضاف



من ٢٠١٦ إلى ٢٠٢٠، كانت السيدة هيلاري كلينتون وزيرة الخارجية الأمريكية وعضوًا في مجلس الشيوخ الأمريكي. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية.

بالإضافة إلى ذلك، كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية.

من ٢٠١٦ إلى ٢٠٢٠، كانت السيدة هيلاري كلينتون وزيرة الخارجية الأمريكية وعضوًا في مجلس الشيوخ الأمريكي. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية.

بالإضافة إلى ذلك، كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية.

من ٢٠١٦ إلى ٢٠٢٠، كانت السيدة هيلاري كلينتون وزيرة الخارجية الأمريكية وعضوًا في مجلس الشيوخ الأمريكي. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية. كانت السيدة كلينتون أول امرأة تتولى منصب وزيرة الخارجية الأمريكية.

## McIntosh, Jess .

- ♦ الامورستشلة الاميرالسيدية موعديرة الاتصالات المسابرة لـ Hillary Clinton، نيجريجها، الامارات الامتحدة
- ♦ وسيدفة الابن اوجو الالغوزج الاتجاء، واد الاتجاء، ون الاتجاء، SiriusXM Signal Boost
- ♦ ودية تنفيدرة لاشطة Shareblue Media
- ♦ وديانة سيدالسيدية بفيح الاتقنات الاتجبلدية وثرنا CBS، CNN، MSNBC
- ♦ ثاتبة ودمه بفيح وديانات وثرنا Wall Street Journal، CNN، ELLE، Refinery29، Shondaland
- ♦ ناذب الامتجارس المسابرة لاة اذوة EMILY's
- ♦ الاموتجدة المسابرة باس وديج الاتواما الاتجاء الاعدوق، الميخ بفيح Minnesota
- ♦ الاموسغرة الامتجيدرة المسابرة بالاسيدنات، Al Franken
- ♦ الامورستشلة الاميرالسيدية لاسيدنات اأوزاء وديارس الاشجاء مغمسا، اباعدات مغمسا، اورة المحوات



بفضل TECH، يمكنك التعلم من

أفضل المحترفين في العالم "

هيكل الإدارة

د. Adolfo López Rausell

- مدير مدرسة Tech للأعمال
- الإدارة الفنية للمشاريع ودراسات السوق في Investgroup
- الإدارة في نادي الابتكار التابع لمجتمع بلنسية
- بكالوريوس في العلوم الاقتصادية والتجارية من جامعة فالنسيا
- دبلوم في التسويق من ESEM Business School





# الهيكل والمحتوى

تم تصميم هيكل المحتوى من قبل فريق من المهنيين في الصحافة والتسويق السياسي الذين، وإدراكا لأهمية التدريب الحالي في هذا المجال كوسيلة لتعميق مجال المعرفة، منهج دراسي مكتمل جدا مصمم خصيصا لتدريب المتخصصين في علوم المعلومات على خصائص وميزات عالم الاتصالات السياسية. وبالتالي، بعد الانتهاء من التدريب، سيكون الطالب أكثر استعدادًا لممارسة عمله في هذا المجال بطريقة أكثر استقلالية وكفاءة.



محتوى من الطراز الأول، تم تصميمه من حالات عملية من شأنها تعليم المهنيين كيفية التعامل مع الحياة اليومية في مهنتهم"



## الوحدة 1. التسويق الانتخابي

- 1.1 مكونات السوق الانتخابي
  - 1.1.1 مقدمة في السوق الانتخابي
  - 2.1.1 التعداد الانتخابي
  - 3.1.1 العرض الانتخابي: أحزاب وائتلافات
- 2.1 السلوك الانتخابي
  - 1.2.1 مقدمة
  - 2.2.1 اتجاهات التصويت
  - 3.2.1 دوافع التصويت
- 3.1 أبحاث السوق الانتخابية
  - 1.3.1 محتويات البحث
  - 2.3.1 تقنيات نوعية
  - 3.3.1 التقنيات الكمية
- 4.1 دراسات نية التصويت
  - 1.4.1 دراسات قبل الانتخابات
  - 2.4.1 استطلاعات الرأي أمام صناديق الانتخاب
  - 3.4.1 تقديرات التصويت
- 5.1 تشخيص الوضع الانتخابي
  - 1.5.1 تحليل الطلب الانتخابي
  - 2.5.1 تحليل عرض الأحزاب
  - 3.5.1 تحليل عرض المرشحين
- 6.1 خطة الحملة الانتخابية
  - 1.6.1 مقدمة
  - 2.6.1 مراحل الحملة الانتخابية
  - 3.6.1 المواعيد النهائية للحملة الانتخابية
- 7.1 المنتج الانتخابي
  - 1.7.1 برنامج الانتخابات
  - 2.7.1 مرشحين
  - 3.7.1 العلامات التجارية السياسية
- 8.1 تنظيم الحملة الانتخابية
  - 1.8.1 لجنة الحملة الانتخابية
  - 2.8.1 فرق العمل

- 9.1 خطة عمل الحملة الانتخابية
  - 1.9.1 الأعمال الشخصية
  - 2.9.1 الإجراءات الافتراضية
  - 3.9.1 إجراءات الدعاية الانتخابية
  - 4.9.1 مراقبة الأعمال الانتخابية
- 10.1 نتيجة الانتخابات
  - 1.10.1 تطيل ما بعد الانتخابات
  - 2.10.1 تفسير نتائج الانتخابات
  - 3.10.1 النتائج السياسية والانتخابية للنتيجة

## الوحدة 2. بناء الاستراتيجية السياسية والانتخابية

- 1.2 الأنظمة الانتخابية
  - 1.1.2 الإطار التنظيمي
  - 2.1.2 اللوائح الانتخابية
- 2.2 علم البيانات والبيانات الضخمة
  - 1.2.2 ذكاء الأعمال
  - 2.2.2 منهجية وتطيل كميات كبيرة من البيانات
  - 3.2.2 استخراج ومعالجة وتحميل البيانات
- 3.2 التدريب السياسي
  - 1.3.2 مفهوم التدريب
  - 2.3.2 منهجيات التدريب السياسي
  - 3.3.2 ميزات التدريب السياسي
- 4.2 الابتكار السياسي
  - 1.4.2 فوائد الابتكار
  - 2.4.2 مصادر توليد الأفكار
  - 3.4.2 أفكار ودعم إبداعي
- 5.2 سلوك الناخب
  - 1.5.2 معالجة المعلومات السياسية
  - 2.5.2 تقييم الرسائل
  - 3.5.2 نماذج قرار التصويت
  - 4.5.2 أوقات قرار التصويت

- 3.3. العلاقات العامة
  - 1.3.3. استراتيجيات وممارسة العلاقات العامة
  - 2.3.3. قواعد المراسم والاحتفالية
  - 3.3.3. تنظيم الفعاليات والإدارة الإبداعية
- 4.3. الخطاب السياسي
  - 1.4.3. الهيكل السردى
  - 2.4.3. سرد القصص على أساس البرمجة اللغوية العصبية
  - 3.4.3. الخطابة السياسية
- 5.3. المناظرات الانتخابية
  - 1.5.3. التحضير: المواضيع والتدخلات والنسخ المتماثلة
  - 2.5.3. صورة المرشح
  - 3.5.3. التواصل اللفظي وغير اللفظي
- 6.3. لقاءات مع الناخبين
  - 1.6.3. الاجتماع المركزي للحملة
  - 2.6.3. فعاليات القطاع
  - 3.6.3. لقاءات مجزأة
- 7.3. الدعاية الانتخابية: حملة 360° درجة
  - 1.7.3. المطالبة المركزية وملاحق الحملة
  - 2.7.3. الصور ومقاطع الفيديو الانتخابية
  - 3.7.3. وسائط البث
- 8.3. لوجستيات الحملة
  - 1.8.3. تنظيم الفعاليات
  - 2.8.3. التوزيع المادي للمحتوى
  - 3.8.3. الموارد البشرية في اللوجستيات الانتخابية
- 9.3. الدعاية و الترويج الانتخابي
  - 1.9.3. الإعلانات المؤسسية
  - 2.9.3. المراسلات الانتخابية
  - 3.9.3. مواد الهدية
- 10.3. التبرعات وإدارة مصادر الحملة
  - 1.10.3. حجب جمع التبرعات
  - 2.10.3. أنشطة جمع التبرعات
  - 3.10.3. منصات التمويل الجماعي
  - 4.10.3. الإدارة الأخلاقية للأموال

- 6.2. تجزئة الناخبين
  - 1.6.2. خصائص الناخب
  - 2.6.2. الناخبون المتحركون: مخلصون ومتقبلون
  - 3.6.2. الاستهداف والاستهداف الحقيقي
- 7.2. العلامة التجارية السياسية
  - 1.7.2. بناء العلامة التجارية السياسية
  - 2.7.2. أهمية العلامة التجارية السياسية
  - 3.7.2. العلامة التجارية السياسية والعلامة التجارية المرشحة
- 8.2. قيادة سياسية
  - 1.8.2. التعريف
  - 2.8.2. أساليب القيادة في السياسة
  - 3.8.2. تحديد مواقع المرشحين
- 9.2. رسائل سياسية
  - 1.9.2. العملية الإبداعية في الحملة الانتخابية
  - 2.9.2. الرسالة المركزية: تحديد موقع المنظمة
  - 3.9.2. الرسائل التكتيكية: إيجابية وسلبية
  - 10.2. استراتيجيات في المحتوى ورواية القصص
    - 1.10.2. مدونات الشركات
    - 2.10.2. استراتيجية تسويق المحتوى
    - 3.10.2. إنشاء خطة محتوى
    - 4.10.2. استراتيجية تنظيم المحتوى

### الوحدة 3. الحملة الانتخابية أدوات التشغيل التقليدية

- 1.3. الاتصالات الانتخابية
  - 1.1.3. الصورة في الحملات الانتخابية
  - 2.1.3. الدعاية السياسية
  - 3.1.3. خطة التواصل الانتخابي
  - 4.1.3. تدقيق الاتصالات الانتخابية
- 2.3. مكاتب الاتصالات
  - 1.2.3. تحديد الفرص والاحتياجات من المعلومات
  - 2.2.3. إدارة التقارير والمقابلات مع المتحدثين الرسميين
  - 3.2.3. غرفة الصحافة الافتراضية والتواصل الإلكتروني
  - 4.2.3. شراء مساحات إعلانية

## الوحدة 4. الحملة الانتخابية أدوات الأداء عبر الإنترنت

- 1.4 منصات وسائل التواصل الاجتماعي
  - 1.1.4 المنصات العامة والمهنية والمدونات الصغيرة
  - 2.1.4 منصات الفيديو والمور والتنقل
- 2.4 استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي
  - 1.2.4 العلاقات العامة للشركات ووسائل التواصل الاجتماعي
  - 2.2.4 تحديد الإستراتيجية المتبعة في كل وسيط
  - 3.2.4 تحليل وتقييم النتائج
- 3.4 موقع ويب اجتماعي
  - 1.3.4 التنظيم في عصر المحادثة
  - 2.3.4 الويب 0.2 هو الناس
  - 3.3.4 البيئة الرقمية وصيغ الاتصال الجديدة
- 4.4 تطوير حملات البريد الإلكتروني
  - 1.4.4 قوائم المشتركين والعملاء المحتملين
  - 2.4.4 أدوات وموارد التسويق عبر البريد الإلكتروني
  - 3.4.4 الصياغة عبر الإنترنت لحملات التسويق عبر البريد الإلكتروني
- 5.4 التسويق عبر الهاتف المحمول
  - 1.5.4 عادات جديدة للاستهلاك والتنقل
  - 2.5.4 نموذج سولومو
  - 3.5.4 العناصر 4 للمزيج التسويقي في التنقل
- 6.4 اتجاهات التسويق عبر الهاتف المحمول
  - 1.6.4 النشر على الهاتف المحمول
  - 2.6.4 إعلانات الألعاب و التلعيب
  - 3.6.4 تحديد الموقع الجغرافي النقال
  - 4.6.4 الواقع المعزز
- 7.4 الاتصال المضاد: الأخبار المزيفة
  - 1.7.4 أهداف الأخبار المزيفة في الحملة
  - 2.7.4 إنشاء خبر مزيف
  - 3.7.4 انتشار الأخبار المزيفة
  - 4.7.4 التشريع بشأن الأخبار المزيفة

- 8.4. تسويق داخلي سياسي
  - 1.8.4. وظيفة التسويق السياسي الداخلي
  - 2.8.4. جذب الحركة للعلامة التجارية السياسية
  - 3.8.4. تسويق المحتويات
  - 4.8.4. تحويل الناخبين المحتملين إلى ناخبين
- 9.4. تحليلات الويب
  - 1.9.4. أساسيات تحليلات الويب
  - 2.9.4. وسائل الإعلام الكلاسيكية مقابل. وسائل الإعلام الرقمية
  - 3.9.4. المنهجية الأساسية لمحلل الويب
- 10.4. المقاييس الرقمية
  - 1.10.4. المقاييس الأساسية
  - 2.10.4. النسب
  - 3.10.4. تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء الرئيسية

برنامج أكاديمي من الطراز الأول مصمم  
للطلاب رفيعي المستوى مثلك"

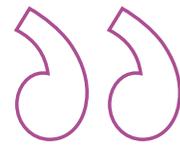


# المنهجية

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

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

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



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

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



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

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

## منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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

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

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



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



### منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

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

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

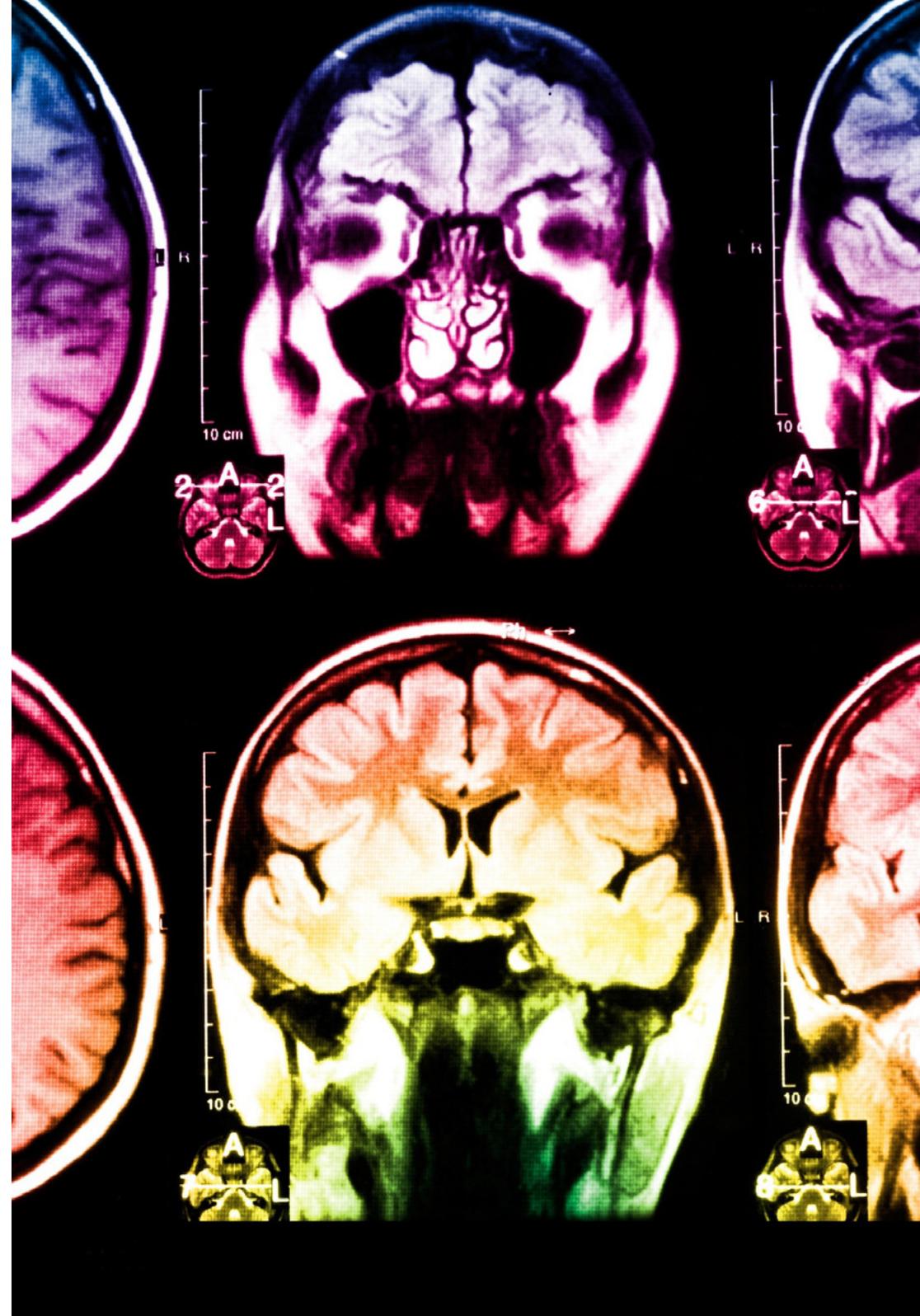
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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

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

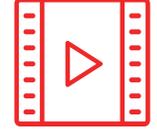
استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحصين بالمخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

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

30%

10%

8%



#### 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.



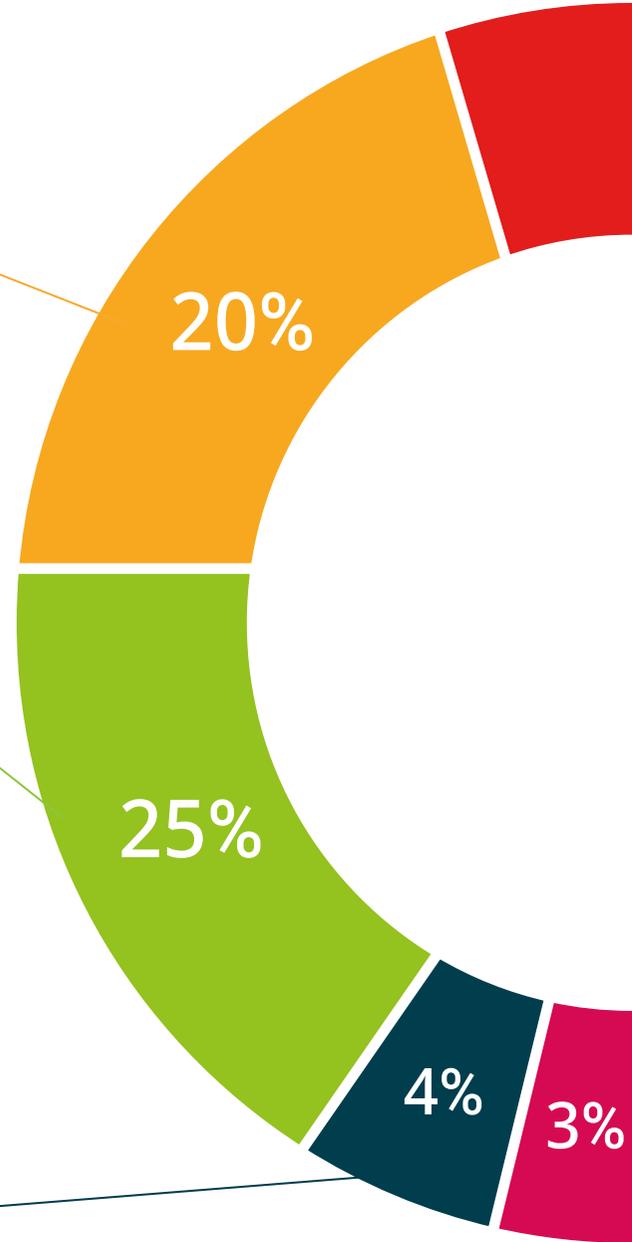
#### ملخصات تفاعلية

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 الإستراتيجية والحملات الانتخابية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على شهادة اجتياز المحاضرة الجامعية الصادرة عن الجامعة التقنية.





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



هذه شهادة الخبرة الجامعية في الاستراتيجيات والحملات الانتخابية تحتوي على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدثا في السوق.

بعد اجتياز التقييم سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج شهادة الخبرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في الاستراتيجيات والحملات الانتخابية

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 600 ساعة



tech الجامعة  
التكنولوجية

شهادة الخبرة الجامعية  
الاستراتيجية والحملات الانتخابية

طريقة التدريس: أونلاين

مدة الدراسة: 6 أشهر

المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

الامتحانات: أونلاين

# شهادة الخبرة الجامعية الاستراتيجيات والحملات الانتخابية