

# ماجستير خاص صحافة الوسائط المتعددة



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير خاص صحافة الوسائط المتعددة

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول الى الموقع الإلكتروني: [www.techtute.com/ae/journalism-communication/professional-master-degree/master-multimedia-journalism](http://www.techtute.com/ae/journalism-communication/professional-master-degree/master-multimedia-journalism)

# الفهرس

01

المقدمة

صفحة 4

02

الأهداف

صفحة 8

03

الكفاءات

صفحة 14

04

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 18

05

الهيكل والمحتوى

صفحة 22

06

المنهجية

صفحة 32

07

المؤهل العلمي

صفحة 40

مكّن التطور الرقمي وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مجالات مثل الصحافة من تنفيذ استراتيجيات اتصال متطورة وحديثة بشكل متزايد في ممارستها اليومية، وقادرة على الوصول إلى جمهور أكبر على الفور. وعلاوة على ذلك، فإن إمكانية تضمين مواد سمعية بصرية في المحتوى المعلوماتي تضيف ديناميكية إلى المنتج التواصلي وتجعله أكثر جاذبية وتسمح للمستهلك بوضع ما يراه في سياق أفضل. استنادًا إلى الزخم الذي شهده هذا القطاع في العقد الأخير، بالإضافة إلى قدرته على إعادة ابتكار نفسه وفقًا للتقنيات الحالية، طورت جامعة TECH برنامجًا كاملاً يشمل جميع المستجدين في هذا القطاع. من خلال 1500 ساعة من التدريب النظري والعملي 100% أونلاين، سيتمكن المتخصصون في مجال الإعلام من إتقان مهاراتهم المهنية في إدارة الأدوات الرقمية واستخدام الاستراتيجيات الصحفية الأكثر طليعية وابتكارًا في الوقت الراهن.



هل ترغب في إعادة ابتكار نفسك كصحفي من خلال اعتماد استراتيجيات التواصل الأكثر ابتكاراً وريادة؟ سجل في هذا الماجستير الخاص وستحصل عليه في 12 شهراً فقط"



يحتوي ال ماجستير الخاص في صحافة الوسائط المتعددة على البرنامج التعليمي الأكثر إكتمالاً وحدائثة في السوق، أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير دراسات الحالة التي يقدمها خبراء في صحافة الوسائط المتعددة
- ♦ يوفر المحتوى البياني والتخطيطي والعملي البارز للكتاب معلومات عملية عن تلك التخصصات الضرورية للممارسة المهنية
- ♦ تمارين عملية يمكن من خلالها إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها الخاص على المنهجيات المبتكرة
- ♦ محاضرات نظرية، وأسئلة للخبير، ومنتديات نقاشية حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردي
- ♦ توفر الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل إلى الإنترنت

لقد كان إدراج وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الأخبار طفرة كبيرة في مجال الصحافة، وقد عززها التطور الرقمي وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ونتيجة لذلك، فإن التواصل الصحفي اليوم يتميز بفرورته وانتشاره في كل مكان، مما يسمح للصحفيين بمشاركة ما يحدث في مختلف أنحاء العالم بشكل فوري. وقد ساعد هذا التطور أيضًا على كسر الحواجز أمام حرية الصحافة وحرية التعبير في العديد من البلدان، مما جعل المعلومات الجيدة والشاملة والحديثة متاحة لعدد متزايد من الناس.

من أجل تزويد الخريجين المتخصصين في هذا المجال بالأدوات اللازمة لمواكبة التطورات والاتجاهات الجديدة في مجال الاتصالات، طوّرت جامعة TECH وفريق خبراءها هذا الماجستير الخاص في الصحافة متعددة الوسائط بشكل شامل ومكثف. يتعلق الأمر بمؤهل دراسي 100% أونلاين يتألف من 1500 ساعة من المواد المتنوعة، حيث سيتمكن المحترف من العمل على الجوانب الأكثر صلة بالتواصل الرقمي، والشبكات الاجتماعية، وصحافة الهاتف المحمول أو تحليل المرئي للبيانات سوف تتعمق أيضًا في استراتيجيات السرد الأكثر ديناميكية وجاذبية، بالإضافة إلى المبادئ التوجيهية للإدارة المثلى والناجحة لمشاريع التواصل.

كل هذا على مدار 12 شهرًا من التدريب النظري والعملي تحت إشراف متخصصين في مجال الصحافة من ذوي الخبرة الواسعة والممتدة في هذا القطاع. يعد هذا البرنامج فرصة فريدة من نوعها لإتقان مهاراتك المهنية في مجال صحافة الوسائط المتعددة المزدهرة، واعتماد أكثر إرشادات وتقنيات الاتصال ابتكاراً لإنتاج المحتوى السمعي البصري الذي سيشكل بلا شك علامة فارقة في حياتك المهنية.



إذا كنت تبحث عن برنامج يطلعك على أحدث الاتجاهات في وسائل التواصل الاجتماعي وسرد القصص على وسائل التواصل الاجتماعي، فإن برنامج جامعة TECH سيمنحك مفاتيح النجاح من خلال خطابات تتناسب مع كل منها“

بفضل مقرر هذا البرنامج، ستتمكن من إنشاء محتوى ديناميكي وجذاب، مما سيساعدك على الوصول إلى أعلى مستوى في قطاع صحافة الوسائط المتعددة المزدهر.

هل تبحث عن برنامج نظري وعملي يمكن أن يوفر لك مفاتيح تنفيذ مشروع ريادي في مجال المعلومات؟ إذا كانت الإجابة بنعم، فلديك الخيار الأكاديمي المثالي.

عزز جانبك الإبداعي والتواصلي من خلال برنامج يسمح لك بالتعرف بالتفصيل على الاتجاهات الصحفية التي تتصدر المشهد حالياً



يضم أعضاء هيئة التدريس في البرنامج متخصصين من القطاع الذين يجلبون خبراتهم في هذا التدريب، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الجمعيات الرائدة والجامعات المرموقة.

سيتيح محتوى الوسائط المتعددة، الذي تم تطويره باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم في الموقع والسياق، أي بيئة محاكاة توفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتدريب في مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلّم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على طول المقرر الأكاديمي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



إن التطور الذي شهدته الصحافة في السنوات الأخيرة والمرتبط بقدرتها على التكيف مع وسائل الإعلام الجديدة، وكذلك الأساليب الجديدة لاستهلاك المعلومات، هو ما دفع جامعة TECH إلى تطوير الماجستير الخاص هذا. والهدف هو تزويد الخريجين بجميع المواد الأكاديمية التي يحتاجونها للتخصص في مجال الوسائط المتعددة من خلال التدريب النظري والعملية الذي يتناسب ليس فقط مع احتياجاتهم، ولكن أيضاً مع متطلبات قطاع الاتصالات اليوم.





إذا كانت أهدافك تتضمن الكفاح من أجل صحافة  
حرة ومتاحة للجميع، فإن جامعة TECH ستعطيك  
المبادئ التوجيهية لكسر حدود الرقابة“





## الأهداف العامة

- ♦ توفير تدريب متقدم ومتخصص في مختلف تكنولوجيات المعلومات والاتصالات المستجدة في مختلف المهام المهنية للنشاط الصحفي
- ♦ دمج الأدوات التكنولوجية والوسائط الأكثر تقدماً لتحقيق درجة أعلى من المعرفة والاستخدام الخبير للدعامات السمعية والبصرية والتكنولوجية المختلفة
- ♦ تمكين الطالب من توليد نماذج ومنصات جديدة للممارسة المهنية، باستخدام التقنيات والأساليب الأكثر ابتكاراً
- ♦ تشجيع وتعزيز تحليل مختلف المحتويات الصحفية المتخصصة والهياكل المعلوماتية من أجل التمكن من معالجة وحل المشاكل التكنولوجية والعلمية
- ♦ تعزيز القدرة على الإبداع والابتكار في معالجة المشاريع المتعلقة بالصحافة المهنية متعددة الوسائط
- ♦ اكتساب معرفة متخصصة في الهياكل والأنماط الخطابية للتواصل الصحفي التي تساهم في تشكيل مجتمعات اليوم



برنامج سيعلمك كيفية توليد القيمة لمنتجاتك المعلوماتية من خلال استراتيجيات إنشاء المحتوى الأكثر ابتكاراً وتطوراً



## الأهداف المحددة

### الوحدة 1. الاتصالات الرقمية والمجتمع

- ♦ تحليل العلاقة بين المجتمع والشبكات الاجتماعية
- ♦ تعريف المجتمع الشبكي والشبكات الشبكية
- ♦ الدخول في المفهوم الجديد للوقت
- ♦ دراسة الجيل الرقمي
- ♦ استكشاف التواصل العالمي
- ♦ معرفة نماذج الإنتاج الصحفي
- ♦ التفكير في تحديات المهنة
- ♦ تحليل مفاهيم الهوية والمصادقية
- ♦ فهم كيفية عمل الأخبار الكاذبة Fake News

### الوحدة 2. الصحافة ووسائل التواصل الاجتماعي

- ♦ تحليل أوضاع الصحفيين على المنصات الاجتماعية
- ♦ فحص وسائل الإعلام على المنصات الاجتماعية
- ♦ فحص الملفات الشخصية للوسائط على منصات التواصل الاجتماعي
- ♦ معرفة شبكة الاتصالات والعلاقة مع المصادر في البيئات الاجتماعية
- ♦ تعلم طرق سرد القصص على المنصات الاجتماعية

### الوحدة 3. صحافة الجوال

- ♦ تحليل صحافة الجوال
- ♦ معرفة الأدوات والتطبيقات المفيدة للصحفيين
- ♦ تعلم سرد القصص المتنقلة
- ♦ استكشاف استهلاك المعلومات الصحفية عبر الهاتف المحمول

### الوحدة 4. تحليل البيانات وتصورها

- ♦ معرفة المبادئ المعرفية
- ♦ تعلم تقنيات ومنهجيات تحليل المعلومات
- ♦ التعرف على الإحصاءات الوصفية ومتعددة المتغيرات
- ♦ القدرة على التعامل مع الرسوم البيانية
- ♦ تعلم التكنولوجيا لتصوير المعلومات
- ♦ تحليل دراسات الحالة

### الوحدة 5. أشكال سردية جديدة

- ♦ معرفة السرد القصصي Storytelling الرقمي
- ♦ تعلم الآليات التشاركية في تطوير المعلومات
- ♦ استكشاف المحتوى متعدد المنصات
- ♦ معرفة المزيد عن مشاريع صحافة الوسائط المتعددة
- ♦ دراسة الصحافة الغامرة والموجودة في كل مكان

### الوحدة 6. الأدوات والموارد الرقمية

- ♦ تحليل الإطار التكنولوجي الحالي للصحافة
- ♦ معرفة الأدوات الخاصة بالصحفيين الرقميين

### الوحدة 7. إدارة مشاريع الاتصالات الرقمية

- ♦ تعلم أساسيات إدارة المشاريع
- ♦ معرفة مشاريع الاتصالات الرقمية في جميع مراحلها

### الوحدة 8. صحافة البيانات

- ♦ معرفة مصادر المعلومات
- ♦ تعلم آليات اختيار البيانات وتصنيفها

### الوحدة 9. الصحافة الاستقصائية

- ♦ تعريف الصحافة الاستقصائية
- ♦ تقييم الأساليب
- ♦ مراجعة الاعتبارات الأخلاقية في الصحافة الاستقصائية
- ♦ تعلم كيفية كتابة تقرير
- ♦ معرفة آليات مراقبة الجودة

### الوحدة 10. نماذج الأعمال وريادة الأعمال في الاتصالات الرقمية

- ♦ معرفة سياق الأعمال التجارية في مجال المعلوماتية
- ♦ تعلم جوانب ريادة الأعمال
- ♦ وصف الشركة الإعلامية
- ♦ استكشاف نماذج الأعمال الإعلامية أونلاين

### الوحدة 11. الجماهير والرأي العام

- ♦ وصف الجماهير
- ♦ مناقشة مفهوم الرأي العام
- ♦ معرفة النماذج المختلفة للتحليل
- ♦ دراسة المجال العام الجديد

### الوحدة 12. الإنتاج السمعي البصري والوسائط المتعددة

- ♦ وصف سرد القصص عبر الوسائط المتعددة
- ♦ تعلم كيفية تطوير مشروع متعدد الوسائط
- ♦ عمل نموذج أولي لمشروع الوسائط المتعددة



### الوحدة 13. تقنيات تصور البيانات المتقدمة

- ♦ فهم التقنيات المتقدمة لتحليل البيانات وتصورها
- ♦ وضع في اعتبارك صعوبات الترتيب البصري للمعلومات من الأنظمة المعقدة
- ♦ استخدام الأدوات المتاحة على الويب وعلى الأجهزة المحمولة

### الوحدة 14. تسويق المحتويات

- ♦ تحليل العلاقة بين التسويق والمحتوى الصحفي
- ♦ ترسيخ أهمية أن يكون الصحفيون قادرين على إنشاء وتوزيع محتوى ذي صلة وقيّم وجذاب للمستخدمين
- ♦ إنشاء رابط بين العلامة التجارية والمستهلك

برنامج سيعلمك كيفية توليد القيمة لمنتجاتك المعلوماتية من خلال استراتيجيات إنشاء المحتوى الأكثر ابتكاراً وتطوراً.



# الكفاءات

تنفق جامعة TECH مئات الساعات على كل برنامج من برامجها من أجل تكييفها مع احتياجات خريجها والقطاع الذي سيعملون فيه. وبفضل ذلك، من الممكن ضمان أن المتخصص الذي يحصل على مؤهلات مثل هذا الماجستير الخاص في صحافة الوسائط المتعددة سيتمكن من إتقان مهاراته في التواصل وإدارة موارد المعلومات وتحليل البيانات، وتطبيق التقنيات والاستراتيجيات التي حققت أفضل النتائج حتى الآن في ممارسته العملية.



برنامج مصمم لك لإتقان مهاراتك التواصلية بشكل مكثف وفوري،  
مما يجعلك صحفياً متعدد الوسائط في 12 شهراً فقط"



## الكفاءات العامة



- ♦ تطبيق المفاهيم أو المبادئ أو النظريات أو النماذج المتعلقة بالتواصل الثقافي على بيئات جديدة أو غير مألوقة، ضمن سياقات أوسع أو متعددة التخصصات
- ♦ إنتاج مؤلفات مكتوبة أو حجج محفزة بشكل مناسب وبشيء من الأصالة، وكتابة خطط أو مشاريع عمل أو مقالات علمية أو صياغة فرضيات معقولة في مجال المعلومات الثقافية
- ♦ إصدار الأحكام، خاصة في المجال المهني والأكاديمي في الثقافة والاتصال، على أساس معايير أو معايير خارجية أو تأملات شخصية
- ♦ عرض الأفكار أو الإجراءات أو التقارير البحثية بشكل علني، وكذلك نقل المشاعر أو تقديم المشورة للأفراد والمؤسسات، خاصة في مجال الصحافة الثقافية



## الكفاءات المحددة



- ♦ فهم وتحليل اللغات والروايات الجديدة للإذاعة والتلفزيون على الإنترنت وصحافة الفيديو والشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى الاتجاهات الناشئة
- ♦ تخطيط وإنشاء نماذج رقمية من خلال معرفة واستخدام البرامج والتقنيات المطبقة في الإذاعة والتلفزيون
- ♦ تقييم وتحليل وظائف وهياكل المعلومات السمعية والبصرية والوسائط المتعددة
- ♦ امتلاك القدرة على معرفة الأدوات الجديدة، الإعلامية أو التواصلية أو الكتابية أو الإنتاجية المكتوبة أو متعددة الوسائط، القائمة على تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الجديدة، والرموز السمعية والبصرية والحاسوبية لتطوير الكفاءة الإعلامية والرقمية
- ♦ النشر بلغة كل من وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة والتصوير الفوتوغرافي والإذاعة والتلفزيون)، أو بأشكالها المدمجة الحديثة (الوسائط المتعددة) أو وسائل الإعلام الرقمية الجديدة (الإنترنت)، من خلال النص الشعبي



الماجستير التي سترفع من موهبتك إلى قمة القطاع الصحفي من خلال زيادة جمهور وسائل الإعلام الخاصة بك من خلال جودة وأصالة وحيوية مقالاتك الإخبارية



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تضع جامعة TECH دائمًا أولوية لتكوين أفضل أعضاء هيئة التدريس في تجاربها الأكاديمية. ولهذا السبب تُخضع الجامعة مرشحيها لتحليل معقد وشامل، من أجل تحديد أفضل من يناسب ملف التدريس الديناميكي والحديث الذي تبحث عنه الجامعة. وذلك لأنه يعتبر أن حصول الخريج، على إرشاد أحد المتخصصين في هذا المجال، والذي يتميز أيضًا بقيمته الإنسانية، هو حافز سيتمكن بفضل من الحصول على المزيد من الخبرة الأكاديمية.



شارك فريق التدريس بنشاط في وضع محتوى الماجستير  
الخاص هذا، مما يضمن درجة عالية جدًا من التخصص وأعلى  
جودة أكاديمية“



## الأساتذة

### أ. Jiménez Pampliega, Marta

- ♦ مصممة تعليمية في شركة الخريجين العالمية
- ♦ الاتصالات الداخلية في Bankinter
- ♦ مساعدة صوت في سينما TRECE TV
- ♦ كاتبة في شركة PwC في قسم الاتصالات الداخلية والخارجية.
- ♦ بكالوريوس الاتصالات السمعية والبصرية والصحافة من جامعة CEU San Pablo
- ♦ دورة InDesign للمستوى الاحترافي من جامعة CEU San Pablo

اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث التطورات في هذا  
الشأن لتطبيقها على ممارستك اليومية"





هل تعرف منهجية إعادة التعلم Relearning؟ بفضل استخدامها في تطوير هذا البرنامج، ستوفر وقت الدراسة دون التضحية بالجودة الأكاديمية“



NAME  
ation

**WHAT YOU SAID ABOUT ...**

**THE PHENOM** After reading Charlotte Alter's April 1 profile of Congresswoman Alexandria Ocasio-Cortez, readers were split on whether the headline-grabbing New York Democrat would help or hinder her party's future success. Kathleen Butler of Wichita, Kans., worried she would cost Democrats the presidency in 2020 by being "an example of how too far left our party has gone," and Marc Fellows of San Francisco would help or hurt the party's chances to touch with voters. Others, however, found hope in a new face in Congress. Max R. Heppner of Hillsboro Beach, Fla., said he "admire[s] her as a young person bringing energy to D.C., while Douglas McGon of Emporia, Kans., lauded her vision of a Green New Deal as offering a way forward on an issue that has left him "frustrated for nearly 50 years."

**Thrilled with the likes of AOC and her new class. Give it all you've got!**  
JAMES OUSAR, Upper Merion, Cal.

**QUEEN OF COMEDY** Molly Ball's March 11 cover story about Julia Louis-Dreyfus drew praise from readers like Sherrill Drexler of Monrovia, Okla., who called the actor "pure genius." But screenwriter Tracy Oliver's accompanying list of the funniest movies missed some reader favorites, such as *Airplane!* (Edmond McKelvey of Columbia, S.C.), *Blazing Saddles* (Edmond McKelvey of Columbia, S.C.), *It's a Mad, Mad, Mad, Mad, Mad* (Newport, Calif.), and *Meatballs* (Newport, Calif.).

## الوحدة 1. الاتصالات الرقمية والمجتمع

- 1.1. مجتمع الشبكة مقابل الشبكات الاجتماعية
  - 1.1.1. مجتمع الشبكة
  - 2.1.1. السلطة في المجتمع الشبكة
  - 3.1.1. التواصل الذاتي والسلطة المضادة
  - 4.1.1. دور الشبكات الاجتماعية
  - 1.4.1.1. المشاركة الاجتماعية الفعالة من الشبكات الاجتماعية
  - 2.4.1.1. الخصوصية والأمان في الشبكات
- 2.1. تسارع الزمن
  - 1.2.1. الوسيطة والرقمنة، أبطال التواصل في القرن الحادي والعشرين
  - 1.1.2.1. كيف وصلنا إلى هذا المشهد الاجتماعي الجديد؟
  - 2.2.1. دور وسائل الإعلام الجماهيري
  - 3.2.1. الدور الجديد للصحافة مع ظهور الإنترنت
  - 1.3.2.1. ديمومة الصحافة التقليدية
  - 2.3.2.1. وسائل التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن
- 3.1. الجيل الرقمي
  - 1.3.1. الإنترنت والأجيال الجديدة
  - 1.1.3.1. بناء الهوية من خلال الإنترنت
  - 2.3.1. تصنيف المجتمع الرقمي
  - 1.2.3.1. حسب سنة الميلاد
  - 2.2.3.1. اعتماداً على ما إذا كنت مواطناً رقمياً أصلياً أو مهاجراً رقمياً
  - 3.2.3.1. حسب ما إذا كانوا زائرين أو مقيمين
  - 3.3.1. مقارنة بين الجيلين الأصغر سناً من الجيل الرقمي الأصغر سناً، جيل الألفية والجيل زد
- 4.1. النظام العالمي للمعلومات مقابل التواصل العالمي
  - 1.4.1. نظام المعلومات العالمي الجديد (NOMIC)
  - 2.4.1. نظريات الاتصال العالمية
  - 1.2.4.1. Robertson: هيكل عالم اليوم على أساس العولمة
  - 2.2.4.1. Rosenau: بحثاً عن مفهوم للتغيير الأنطولوجي العميق
  - 3.2.4.1. Castells: مجتمع المعلومات والشبكات العالمية
  - 4.2.4.1. Held وزملاؤه: التحولات العالمية
  - 3.4.1. الاستنتاجات

- 5.1. نماذج الإنتاج الصحفي
  - 1.5.1. إنتاج المعلومات في وسائل الإعلام التقليدية
    - 1.1.5.1. مناقشة حول إنتاج الأخبار وتأثيرها على المجتمع
    - 2.1.5.1. عناصر الإنتاج المؤثرة على الرأي العام: وضع جدول الأعمال، والتمهيد، والتأطير
  - 2.5.1. الصحافة الرقمية الجديدة
    - 1.2.5.1. الإنتاج الصحفي على الإنترنت
    - 2.2.5.1. الأنماط البصرية للقراءة الرقمية
    - 3.2.5.1. الإيجاز كسمة سائدة في الإنتاج الرقمي
    - 4.2.5.1. كيف تنتج قصة إخبارية للويب؟
    - 5.2.5.1. الروابط ومحتوى الوسائط المتعددة كعناصر إعلامية
  - 6.1. تحديات المهنة
    - 1.6.1. لمحة جديدة عن الصحفي الرقمي أو صحفي الشبكة العالمية (WWW)
    - 2.6.1. التحدي الأول: فهم الصورة الجديدة للجماهير الرقمية
      - 1.2.6.1. المشاركة والتخصيص وتحليلات الويب
      - 2.2.6.1. عهد المصلحة العامة؟
      - 3.6.1. التحدي الثاني: نحو صحافة وسائل التواصل الاجتماعي، دور محرر وسائل التواصل الاجتماعي.
      - 4.6.1. التحدي الثالث: النظام الجديد للمصادر الصحفية
      - 5.6.1. التحدي الرابع صحافة الوقت الحقيقي
        - 1.5.6.1. الفورية
        - 2.5.6.1. النص الشعبي
        - 3.5.6.1. تعبيرية الوسائط المتعددة
- 7.1. المكانة والمصداقية
  - 1.7.1. مقدمة
  - 2.7.1. التنظيم الذاتي
    - 1.2.7.1. استراتيجية التنظيم الذاتي
    - 2.2.7.1. آليات التنظيم
    - 3.7.1. إعادة تعريف دور الصحفي
      - 1.3.7.1. أزمة المصداقية
      - 2.3.7.1. الوساطة غير المباشرة.
      - 3.3.7.1. من الندرة إلى لعنة الوفرة
    - 4.7.1. الصحافة والمصداقية في المنظور التاريخي
      - 1.4.7.1. التلاعب ونهاية ميثاق المواطنين
      - 5.7.1. التضليل كفرصة للصحافة
      - 6.7.1. وجوه المصداقية والمكانة الصحفية



## الوحدة 2. الصحافة ووسائل التواصل الاجتماعي

- 1.2. الصحفيون على المنصات الاجتماعية
    - 1.1.2. مقدمة
    - 2.1.2. شبكات التواصل الاجتماعي، موضوع جديد للدراسة في مجال الاتصالات
      - 1.2.1.2. بيئة 2.0 الجديدة
      - 3.1.2. وسائل التواصل الاجتماعي في الصحافة
        - 1.3.1.2. المستخدمون والمحتوى والمصادر الصحفية
        - 2.3.1.2. النهج ثلاثي الأبعاد للصحافة في الشبكات الاجتماعية
        - 3.3.1.2. ظهور كتب الأسلوب للصحفيين
        - 4.3.1.2. الكتابة الصحفية على Facebook
        - 5.3.1.2. الكتابة الصحفية على Twitter
        - 6.3.1.2. مزايًا ومسائوئ الكتابة الصحفية على Facebook Twitter
      - 4.1.2. تنفيذ بعض الاستراتيجيات الرقمية في وسائل الإعلام
        - 1.4.1.2. الدولية
        - 5.1.2. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة صحفية
    - 2.2. وسائل الإعلام على المنصات الاجتماعية
      - 1.2.2. الميتا ميديا
        - 1.1.2.2. تعقيد الشبكات الاجتماعية
        - 2.1.2.2. المنصات الاجتماعية في الشركات الإعلامية
          - 3.1.2.2. نتائج المقياس الإعلامي
        - 2.2.2. استراتيجية التواصل الإعلامي على المنصات الاجتماعية
          - 1.2.2.2. التطبيق على الشبكات الاجتماعية
          - 2.2.2.2. ما قبل التشخيص أو ما قبل التحليل
        - 3.2.2. إدارة حسابات وسائل الإعلام الرسمية
          - 1.3.2.2. نماذج إدارة المحتوى
          - 2.3.2.2. إرشادات لإدارة المحتوى وجدولته على Facebook Twitter
          - 3.3.2.2. الأسئلة والتحديات في إدارة الشبكات
      - 3.2. الملفات الشخصية الإعلامية على المنصات الاجتماعية
        - 1.3.2.2. مقدمة: الملامح الصحفية الجديدة الناشئة.
        - 2.3.2.2. مدير مجتمع الإنترنت
          - 1.2.3.2. الملف الشخصي
          - 1.2.3.2. المقام
        - 3.3.2.2. صحفي متعدد المقام/ صحفي متعدد الوسائط
          - 1.3.3.2. المقام
          - 2.3.3.2. الملفات الشخصية التفاعلية ل صحفي الوسائط المتعددة
          - 3.3.3.2. التوظيف: صحفي متعدد الوسائط وتفاعلي ومتعدد المهارات ومتخصص في مجال الصحافة
- 4.2. التواصل والعلاقات مع المصادر في البيئات الاجتماعية
  - 1.4.2. مقدمة
  - 2.4.2. الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت
    - 1.2.4.2. الاتصال
    - 2.2.4.2. المجتمعات على الإنترنت وخارجها
    - 3.4.2. كيف يمكن زيادة التواصل/المجتمع الرقمي؟
      - 1.3.4.2. تحديد السوق المستهدفة لوسائل الإعلام/الصحفيين
      - 2.3.4.2. تخصيص العلامة التجارية
    - 4.4.2. الشبكات الاجتماعية الأكثر استخدامًا كمصدر للمعلومات الصحفية
  - 5.2. الأخلاقيات الصحفية وشفافية المعلومات في الشبكات الاجتماعية
    - 1.5.2. تحديات أخلاقيات الجودة في البيئة الرقمية الجديدة
    - 2.5.2. المتطلبات الأخلاقية المزوجة للصحافة
      - 1.2.5.2. الشفافية كأداة للصحافة الأخلاقية
      - 2.2.5.2. الشفافية كشرط للصحافة الأخلاقية
      - 3.5.2. الشفافية والمؤسسات الإعلامية
        - 1.3.5.2. من محترفي المعلومات إلى مديري مجتمع الإنترنت
        - 2.3.5.2. من السرية إلى الشفافية
    - 4.5.2. المنصات الاجتماعية لشفافية المعلومات
      - 1.4.5.2. منصة WikiTribune: صحافة شفافة وتعاونية
      - 2.4.5.2. منصة Deba-t.org: الشفافية في تعزيز الحوار والمناقشة العامة
  - 6.2. سرد القصص المعلومات على المنصات الاجتماعية
    - 1.6.2. مقدمة في سرد القصص الرقمية
      - 1.1.6.2. طريقة جديدة لسرد القصص
      - 2.1.6.2. اللغة والأنواع في السرد القصصي الرقمي
      - 3.1.6.2. قدرات وإمكانيات الوسائط الرقمية أو "الشاشات"
      - 2.6.2. يتم تعريف السرد بالملاحظة
        - 1.2.6.2. تفرد اللغة الصحفية
          - 1.1.2.6.2. لغات متعددة
          - 2.1.2.6.2. التصحيح النحوي
        - 3.6.2. تقنيات الكتابة: من الهرم المقلوب إلى الهرم المستلقي
          - 1.3.6.2. تقنيات الكتابة
        - 4.6.2. أنواع الصحافة الإلكترونية

## الوحدة 3. صحافة الجوال

### 1.3 صحافة الجوال

#### 1.1.3 مقدمة

1.1.1.3 المفاتيح الجديدة: التقارب والتباعد والتنقل

2.1.1.3 الوسائط المتعددة ورواية القصص

1.2.1.1.3 الهاتف المحمول كأداة يومية

3.1.1.3 الشاشة الاربعة والصحافة

4.1.1.3 الهاتف المحمول

5.1.1.3 الهاتف الذكي

6.1.1.3 جهاز لوحي

2.1.3 الأجهزة المحمولة: الراديو والتلفزيون

1.2.1.3 الهاتف المحمول

2.2.1.3 الهاتف الذكي

3.2.1.3 الأجهزة اللوحية

3.1.3 كيف يتم توزيع المحتوى؟ تحليل Cs4 (المستهلك، والتواصل، والتكلفة، والراحة)

2.3 صحافة الموبايل والأجهزة اللوحية

#### 1.2.3 مقدمة

2.2.3 ما هي صحافة الموبايل؟

3.2.3 تشكيل الصحافة لمنصات الأخبار عبر الهاتف المحمول

1.3.2.3 مراحل تغلغل الهواتف المحمولة في الصحافة

2.3.2.3 الإنتاج في صحافة الموبايل

4.2.3 صحافة الموبايل

1.4.2.3 من محترف الإعلام الفردي إلى الصحفي المتنقل

2.4.2.3 تكوين الصحفي المتنقل

5.2.3 نموذج لصحافة الهاتف المحمول

3.3 الأدوات والتطبيقات الخاصة بإنتاج المحتوى الصحفي

#### 1.3.3 مقدمة

1.1.3.3 الميزات الرئيسية في إنتاج صحافة الهاتف المحمول

2.3.3 تطبيقات للصحافة

1.2.3.3 التطبيقات الصوتية

1.1.2.3.3 تسجيل الصوت

2.1.2.3.3 تسجيل المكالمات

3.1.2.3.3 تحرير الصوت

4.1.3.3.3 البث الصوتي المباشر

2.2.3.3 تطبيقات الفيديو

1.2.2.3.3 تسجيل الفيديو

2.2.2.3.3 تحرير الفيديو

3.2.2.3.3 بث فيديو مباشر

3.3.3 أدوات مفيدة أخرى

4.3 استراتيجيات سرد القصص المتخصصة في الهاتف المحمول

1.4.3 مقدمة

2.4.3 روايات جديدة

1.2.4.3 سرد القصص بالوسائط المتعددة

2.2.4.3 سرد القصص عبر الوسائط المتعددة

3.4.3 الجماليات السردية

1.3.4.3 التكرار

2.3.4.3 السرعة

3.3.4.3 الفائض

4.3.4.3 الوحشي

5.3.4.3 الصادم

4.4.3 من سطح المكتب إلى الحركة

1.4.4.3 الانتشار الواسع

2.4.4.3 طبيعة سريعة الزوال

3.4.4.3 اللحظية

5.3 استهلاك المعلومات الصحفية عن طريق الأجهزة المحمولة

#### 1.5.3 مقدمة

2.5.3 في ملكية الأجهزة المحمولة مقابل تقليدي

3.5.3 استخدام الأخبار على الأجهزة الرقمية

4.5.3 مسار الأخبار

1.4.5.3 هل هي عادة من عادات السلوك الإخباري وليست أداة؟

2.4.5.3 أداة النشرة الرقمية الشاملة عبر الهاتف المحمول وما يدعى بالصندوق الانتهازي لسطح المكتب أو/

الحواسيب المحمولة

3.4.5.3 التركيبة السكانية للمستخدمين في استهلاك الأخبار الرقمية

5.5.3 سمات وعادات مستهلكي الأخبار الحديثة

1.5.5.3 صغار البالغين

2.5.5.3 الفروق الرقمية

6.3 تطبيقات وخدمات التقارير الإخبارية عبر الهاتف المحمول

#### 1.6.3 مقدمة

2.6.3 الفائدة الحالية للهواتف الذكية للمواطنين والمتخصصين في مجال المعلوماتية

3.6.3 التطور الحالي لصحافة الهاتف المحمول في مجال الإعلام

4.6.3 تطبيقات الهاتف المحمول ومولدات المعلومات الرئيسية

1.4.6.3 الصحف

2.4.6.3 أجهزة الراديو

3.4.6.3 المجلات

## الوحدة 4. تحليل البيانات وتصورها

- 3.4. الإحصاءات الوصفية ومتعددة المتغيرات
    - 1.3.4. المتغيرات
    - 2.3.4. الإحصاء الوصفي
      - 1.2.3.4. تحليل أحادي البعد
        - 1.1.2.3.4. الترددات
        - 2.1.2.3.4. تمثيلات بيانية للترددات. التوزيع
        - 2.2.3.4. تحليل ثنائي الأبعاد
          - 1.2.2.3.4. الترددات المتقاطعة
          - 2.2.2.3.4. الارتباطات
      - 3.3.4. الإحصاء متعدد المتغيرات
        - 1.3.3.4. خطوات ما قبل التحليل
          - 1.1.3.3.4. البيانات المفقودة
        - 2.3.3.4. التحقق من الافتراضات التحليل متعدد المتغيرات
          - 1.2.3.3.4. الحياة العادية
          - 2.2.3.3.4. التماثلية المتجانسة
            - 3.2.3.3.4. الخطية
    - 4.3.4. تصنيف التحليل متعدد المتغيرات
    - 5.3.4. طرق التحليل متعدد المتغيرات
      - 1.5.3.4. الارتباط المتعارف عليه
        - 2.5.3.4. تحليل العامل
        - 3.5.3.4. التحليل التمايزي
        - 4.5.3.4. التمييز اللوجستي
- 4.4. مقدمة في الرسوم البيانية وتصور المعلومات
  - 1.4.4. مقدمة
  - 2.4.4. تعميق مفهوم الرسوم البيانية وتصور المعلومات
    - 1.2.4.4. من علم النفس إلى الرسوم البيانية
    - 2.2.4.4. أسس النموذج
    - 3.2.4.4. من تصميم المعلومات إلى الرسوم البيانية
    - 4.2.4.4. الرسوم البيانية الجمالية مقابل الرسوم البيانية التحليلية
  - 3.4.4. التصور التفاعلي
    - 1.3.4.4. الانتقال العظيم: الرسوم البيانية كأداة للانتقال
    - 2.3.4.4. أي تفاعل؟ الفئات الثلاث
    - 3.3.4.4. التنقل والمشاهد
    - 4.3.4.4. التعددية

- 1.4. المبادئ الإدراكية: المعلومات والتواصل والمعرفة
  - 1.1.4. أصل العلوم الإدراكية
  - 2.1.4. المعلومات والاتصالات
    - 1.2.1.4. لاسويل: مقارنة اجتماعية
    - 2.2.1.4. Weaver و Shannon: نهج سيبراني
    - 3.2.1.4. نموذج Maletzke والتواصل الجماعي
      - 3.1.4. الاتصالات
        - 1.3.1.4. Eco، نموذج سيميائي للتواصل
        - 2.3.1.4. العلامات، والإشارات، والرموز، وما إلى ذلك.
      - 4.1.4. التمثيل أو المعرفة
        - 1.4.1.4. أنواع التمثيل أو المعرفة
        - 5.1.4. قيمة المعلومات التي تم تحليلها وفقاً لنموذج Maletzke
          - 1.5.1.4. اعتبارات عامة
          - 2.5.1.4. الحصول على المعلومات وقيمتها
          - 3.5.1.4. التنظيم
          - 4.5.1.4. ملكية المعلومات وقيمتها
          - 5.5.1.4. أنظمة تكنولوجيا المعلومات
          - 6.5.1.4. Maletzke ووسائل الإعلام الافتراضية اليوم
- 2.4. تقنيات ومنهجيات تحليل المعلومات: دراسات الحالة
  - 1.2.4. مقدمة
    - 1.1.2.4. الاقتراب من مفهوم صحافة البيانات أو الصحافة الحاسوبية
    - 2.2.4. قاعدة البيانات الجماعية
    - 3.2.4. منهجية تحليل قاعدة البيانات الجماعية
      - 1.3.2.4. تحليل المحتوى الآلي
      - 2.3.2.4. التحليل الآلي للمشاعر
      - 3.3.2.4. استخراج البيانات
      - 4.3.2.4. التعلم الآلي
      - 5.3.2.4. التنقيب عن النصوص
      - 6.3.2.4. التنقيب في الويب
    - 4.2.4. الأدوات المستخدمة في الصحافة الحاسوبية أو صحافة البيانات
    - 5.2.4. دراسات الحالة الدولية
      - 1.5.2.4. تحليل البيانات في الحملات الانتخابية

- 4.4.4. الرسوم البيانية كمصدر صحفي في الصحافة الإسبانية
  - 1.4.4.4. الجوانب التقنية
  - 5.4.4. حالة صحيفة The New York Times
  - 1.5.4.4. هيكل أقسام الرسوم
  - 2.5.4.4. سير العمل
- 5.4. تقنيات عرض المعلومات المرئية
  - 1.5.4. مقدمة
  - 2.5.4. نماذج التصور
  - 3.5.4. تصورات المعلومات الجديدة
  - 4.5.4. التقنيات
- 6.4. دراسات حالة في مجال الصحافة
  - 1.6.4. أمثلة على التفاعل وتصور المعلومات في "الصحافة المنظمة".
  - 2.6.4. تصميم المعلومات وتصورها. توصيف الرسالة المعلوماتية في الصحف الإسبانية (ABC, El Mundo, El Mundo, El País)
  - (La voz de Galicia y Pùblico)
  - 3.6.4. جائزة أفضل صحافة البيانات 2019

## الوحدة 6. الأدوات والموارد الرقمية

- 5.5. صحافة غامرة وموجودة في كل مكان
  - 1.5.5. مبادئ تصميم تجربة المعلومات الغامرة
  - 2.5.5. الواقع الافتراضي
  - 3.5.5. مبادئ تصميم تجارب المعلومات المختلطة
  - 4.5.5. الواقع المعزز
- 1.6. الإطار التكنولوجي الحالي للصحافة
  - 1.1.6. إمكانيات التواصل
  - 2.1.6. المهارات التكنولوجية والملاحم المهنية الجديدة
  - 3.1.6. أمثلة على إمكانيات التطبيق
- 2.6. أدوات للصحفيين الرقميين
  - 1.2.6. الموارد عبر الإنترنت لإنتاج المحتوى الإخباري وتحريره
  - 2.2.6. الأدوات التنظيمية للصحفيين
  - 3.2.6. الأدوات التكنولوجية لنشر المعلومات

## الوحدة 7. إدارة مشاريع الاتصالات الرقمية

- 1.7. إدارة المشاريع: المفاهيم الأساسية
  - 1.1.7. مكوّنات إدارة المشاريع: مجالات المعرفة
  - 2.1.7. التكلفة البشرية لإدارة المشاريع
  - 3.1.7. مهارات الإدارة
- 2.7. مشاريع الاتصالات الرقمية
  - 1.2.7. بدء المشروع والأعمال التمهيديّة
  - 2.2.7. تخطيط المشروع وتنفيذه
  - 3.2.7. رصد المشروع ومراقبته وإغلاقه

## الوحدة 8. صحافة البيانات

- 1.8. مصادر المعلومات
  - 1.1.8. الإطار التنظيمي والتراخيص وشروط استخدام البيانات
  - 2.1.8. استراتيجيات البحث
  - 3.1.8. الواصفات الإحصائية النموذجية
- 2.8. آليات اختيار البيانات وتصنيفها
  - 1.2.8. استخراج المميزات
  - 2.2.8. تلخيص البيانات بالجدول والرسوم البيانية
  - 3.2.8. التفاعلية

## الوحدة 5. أشكال سردية جديدة

- 1.5. سرد القصص الرقمية
  - 1.1.5. دور الأشكال السردية
  - 2.1.5. القيم المضافة للوسائط الجديدة: الفورية والتشعبية والتفاعلية وفاعلية القارئ.
  - 3.1.5. السرد الجديد لأنواع الصحافة الإخبارية: عناصر القصة الإخبارية
  - 4.1.5. السرد الجديد لأنواع الصحفية التفسيرية: العناصر المميزة
  - 5.1.5. السرد الجديد لأجناس صحافة الرأي في الأنماط التشاركية: رسائل إلى المحرر واستطلاعات الرأي والاستبيانات ومنتديات النقاش.
- 2.5. الآليات التشاركية في تطوير السرد الصحفي
  - 1.2.5. مساحات المشاركة: أحدث صيحة كبيرة
  - 2.2.5. وسائل الإعلام الجديدة والجماهير النشطة
  - 3.2.5. قيمة الصحافة الاحترافية
- 3.5. محتوى متعدد المنصات
  - 1.3.5. مديرو المحتوى في الإنتاج متعدد المنصات
  - 2.3.5. من مستهلك سلبي إلى منتج نشط
  - 3.3.5. ما وراء الطبيعة: العالم الحقيقي كنظام تشغيل
- 4.5. مشاريع صحافة الوسائط المتعددة
  - 1.4.5. علم السرد عبر الوسائط المتعددة ورواية القصص عبر الوسائط المتعددة
  - 2.4.5. إسبانيا تغضب، بقلم Ofelia de Pablo و Javier Zurita
  - 3.4.5. 9x6: تجربة الحبس الانفرادي الافتراضي من صحيفة The Guardian

## الوحدة 11. الجماهير والرأي العام

- 1.11. جلسات الاستماع
  - 1.1.11. الصحافة الرقمية الجديدة من وجهة نظر الجمهور
    - 2.1.11. نماذج قياس الجمهور
    - 3.1.11. جلسات استماع تشاركية
  - 2.11. مناقشة حول مفهوم الرأي العام
    - 1.2.11. تطور المجال العام في المجتمع الجماهيري إلى المجتمع الشبكي
    - 2.2.11. مفهوم الرأي العام في مجتمع المعلومات
    - 3.2.11. الرأي العام التجميـعي والخطابي وديناميكياته الانتقالية
  - 3.11. نماذج التحليل
    - 1.3.11. الرأي العام كمعرفة
    - 2.3.11. تحديات تشكيل الرأي العام في وسائل الإعلام الرقمية
    - 3.3.11. منهجيات بحوث الرأي العام
  - 4.11. المجال العام الجديد للصحفيين
    - 1.4.11. الصحافة في ديمقراطية أكثر تشاركية
    - 2.4.11. دور الصحفي في الواقع الرقمي الجديد
    - 3.4.11. صحافة المواطن

## الوحدة 12. الإنتاج السمعي البصري والوسائط المتعددة

- 1.12. روايات ترانسميديا
  - 1.1.12. مقدمة
    - 2.1.12. خصائص الروايات العابرة للوسائط
    - 3.1.12. تطبيق السرديات العابرة للوسائط في مجال الصحافة
    - 4.1.12. السرد العابر للوسائط في الثقافة الشعبية
  - 2.12. تطوير مشروع ترانسميديا
    - 1.2.12. مشروع ترانسميديا
    - 2.2.12. أشكال وتقنيات إنتاج الأفلام الوثائقية العابرة للوسائط
    - 3.2.12. دراسة حالة: الفيلم الوثائقي العابر للوسائط "على خطى رجل الوحش"
    - 3.12. تجريب أدوات لتنفيذ مشاريع ترانسميديا: صنع نموذج أولي
      - 1.3.12. نهج للقصص الواقعية التفاعلية: نظرة عامة على الويب الوثائقي الإسباني في العصر الرقمي
      - 2.3.12. تقارير ترانسميديا كجزء من الصحافة الجديدة
      - 3.3.12. مشاركة المواطنين في الفيلم الوثائقي التعاوني: "تحو سرديات سمعية بصرية جديدة"

## الوحدة 9. الصحافة الاستقصائية

- 1.9. مقدمة
  - 1.1.9. ما هي الصحافة الاستقصائية؟
  - 2.1.9. أمثلة لصحفيين استقصائيين عظماء
  - 3.1.9. صياغة الفرضية
- 2.9. تقييم الأساليب
  - 1.2.9. العمل والعلاقة مع المصادر
  - 2.2.9. تنظيم وهيكل البيانات
  - 3.2.9. البحث عن الروابط بين الملفات
- 3.9. كتابة التقارير
  - 1.3.9. ما هو التقرير؟
  - 2.3.9. أسلوب
  - 3.3.9. الهيكل
  - 4.3.9. كيف يتم إعداد التقرير؟
- 4.9. تقنيات مراقبة الجودة
  - 1.4.9. التحقق من الحقائق الأخلاقية
  - 2.4.9. استخدام الملف الرئيسي لفحص البيانات
  - 3.4.9. التأثيرات النفسية المتوقعة للتحقق من الحقائق

## الوحدة 10. نماذج الأعمال وريادة الأعمال في الاتصالات الرقمية

- 1.10. سياق العمل في مجال المعلومات
  - 1.1.10. قطاع المعلومات
  - 2.1.10. الجهات الفاعلة في التواصل الاجتماعي في السياق الرقمي
  - 3.1.10. مقترح نظري ومنهجي لدراسة وسائل التواصل الاجتماعي السببرانية.
- 2.10. ريادة الأعمال
  - 1.2.10. ريادة الأعمال واكتشاف الفرص
  - 2.2.10. تمويل نشاط ريادة الأعمال
  - 3.2.10. ريادة الأعمال الداخلية
  - 3.10. شركة المعلومات
    - 1.3.10. أنواع الشركات الإعلامية
    - 2.3.10. إدارة وسائل الإعلام وتنظيمها
    - 3.3.10. تخطيط الأعمال
  - 4.10. نماذج أعمال وسائل الإعلام عبر الإنترنت
    - 1.4.10. طبيعة نماذج الأعمال
    - 2.4.10. أهمية توليد القيمة
    - 3.4.10. أنواع نماذج الأعمال وتطورها

## الوحدة 13. تقنيات تصور البيانات المتقدمة

- 1.13. تقنيات ومبادئ التحليل
  - 1.1.13. المبادئ المعرفية: المعلومات والتواصل والمعرفة
  - 2.1.13. الأنواع الرئيسية لتصور البيانات
  - 2.13. تحليل المعلومات في الأنظمة المعقدة
    - 1.2.13. قابلية النظام للتعطيل
    - 2.2.13. مكونات نظام معقد
    - 3.2.13. عمليات ومستويات التحليل
  - 3.13. التصور التفاعلي على الويب والأجهزة المحمولة
    - 1.3.13. استخراج البيانات: تطبيقات في مجال الصحافة
    - 2.3.13. تصور وسائل التواصل الاجتماعي
      - 4.13. تطبيقات في مجال الصحافة
        - 1.4.13. استخراج المعلومات
        - 2.4.13. منصات لتحليل البيانات
        - 3.4.13. دراسة أدوات تصور البيانات

## الوحدة 14. تسويق المحتويات

- 1.14. ترويج المحتوى
  - 1.1.14. ما هو تسويق المحتوى؟
  - 2.1.14. كيفية تطوير تسويق المحتوى؟
  - 3.1.14. إنشاء استراتيجية
  - 2.14. جماهير التسويق
    - 1.2.14. الجمهور كحليف للتوزيع
    - 2.2.14. كيفية تحديد ملف تعريف الجمهور؟
    - 3.2.14. قياس الجمهور
  - 3.14. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
    - 1.3.14. مقدمة
    - 2.3.14. استراتيجية وخطة وسائل التواصل الاجتماعي
    - 3.3.14. مفاهيم جديدة مستمدة من دمج وسائل التواصل الاجتماعي في مجال التسويق والاتصال
    - 4.3.14. التسويق الداخلي واستراتيجية المحتوى
  - 4.14. المنظور الاجتماعي الثقافي
    - 1.4.14. نظرية معالجة المعلومات
    - 2.4.14. نظرية Bruner
    - 3.4.14. التركيب: طريقتان للمعنى

لا تفكر مرتين وراهن على مؤهل علمي يضعك  
في مستوى عظماء الصحافة ويفتح أبوابا  
كثيرة في سوق الإعلام"



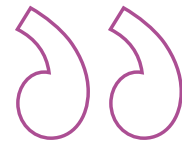
# المنهجية

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

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



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



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

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



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

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

## منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

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

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

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

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



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



### منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

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

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

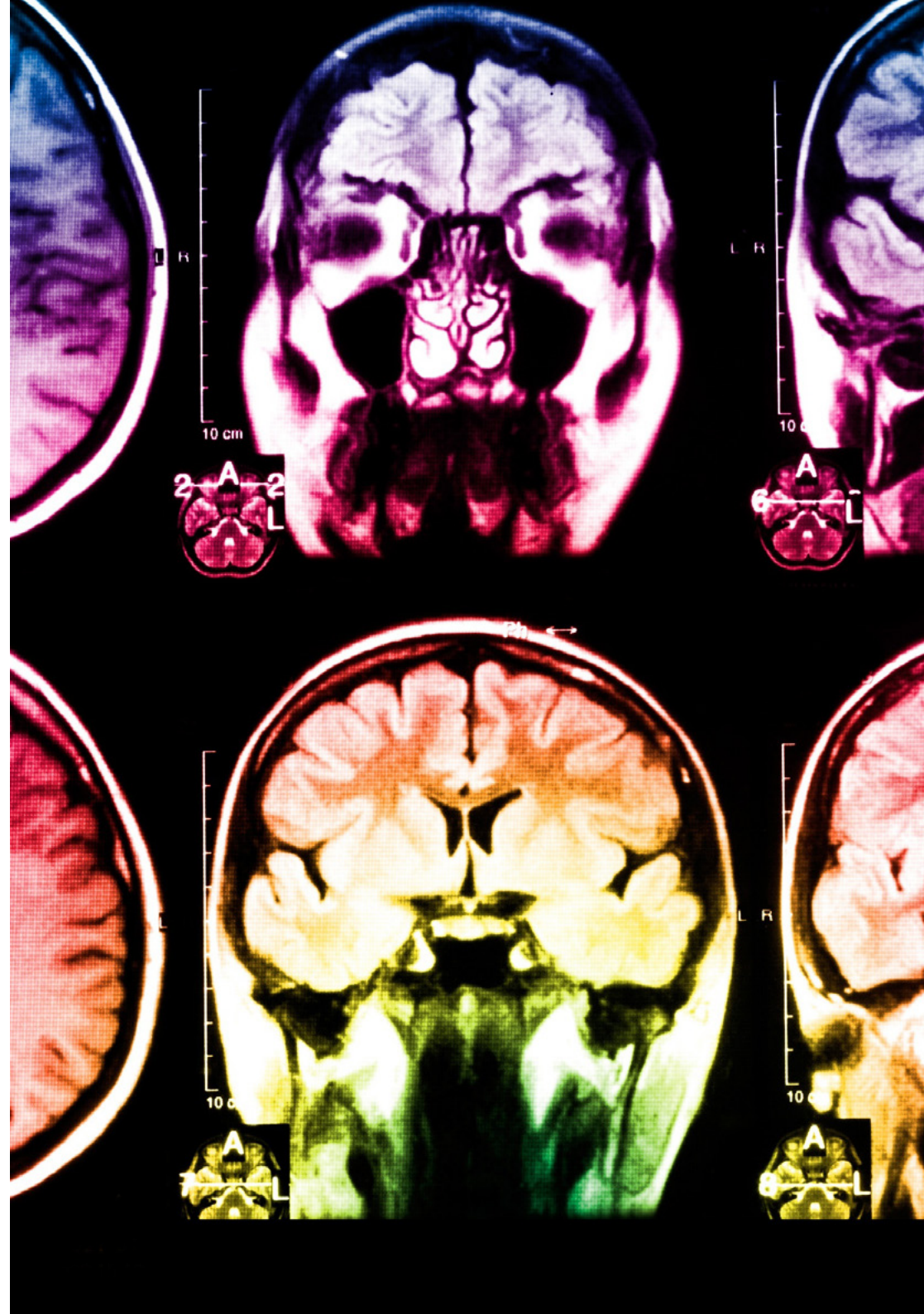
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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.

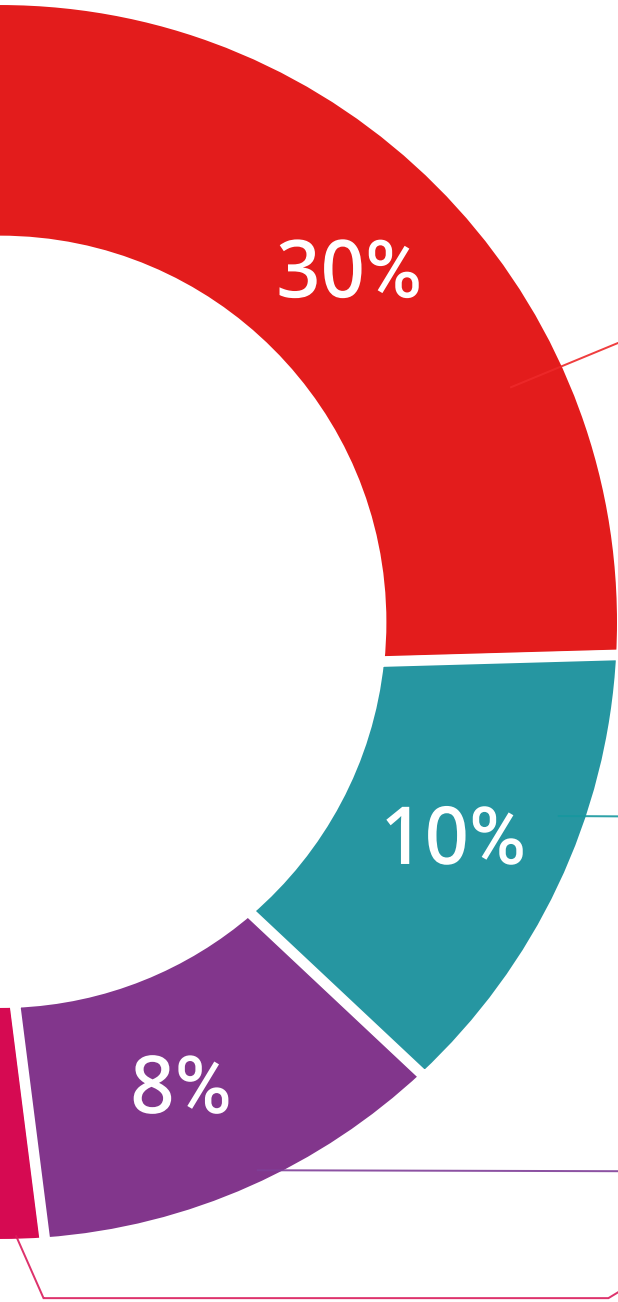
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 بالسباق 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.



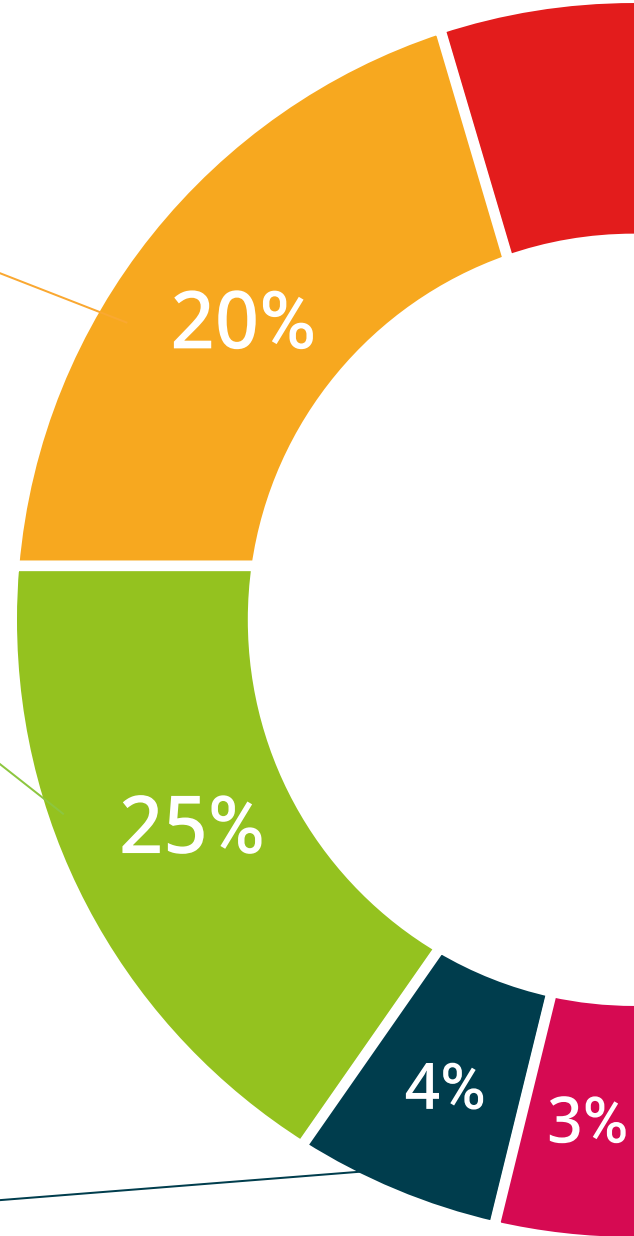
#### ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أفراس 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

يضمن الماجستير الخاص في صحافة الوسائط المتعددة، بالإضافة الى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على شهادة اجتياز الماجستير الخاص الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية





اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على مؤهل علمي دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



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

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في صحافة الوسائط المتعددة

طريقة: عبر الإنترنت

مدة : 12 شهر

تحتوي ال ماجستير خاص في صحافة الوسائط المتعددة ا البرنامج العلمية الأكثر اكتمالا و حداثة في السوق.

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



### ماجستير خاص في صحافة الوسائط المتعددة

| الدرجة         | المدة          | التوزيع العام للوحدة الدراسية               | الطريقة | عدد الساعات |
|----------------|----------------|---|---------|-------------|
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | الانتماءات الرسمية والمحتجوع                | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | المهارة ووسائل التواصل الاجتماعي            | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | صناعة الجول                                 | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | تحليل الصور وتصويرها                        | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | التمثيل سريدي جديد                          | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | تقنيات وعلوم الرقمية                        | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | إدارة مشاريع الاتصالات الرقمية              | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | صناعة الهاتف                                | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | المهارة التكنولوجية                         | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | مشاريع تأهيل مهارة العمل في الشركات الرقمية | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | التصوير والبراري العام                      | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | الابتعاث المهني والوسائط المتعددة           | اجباري  | 100         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | تقنيات تصور البيانات المتعددة               | اجباري  | 150         |
| 1 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup> | تسويق المحتوى                               | اجباري  | 150         |

التوزيع العام للوحدة الدراسية

| نوع المادة                 | عدد الساعات |
|----------------------------|-------------|
| إجباري (OB)                | 1500        |
| إختياري (OP)               | 0           |
| الممارسات الخارجية (PR)    | 0           |
| مشروع تخرج الماجستير (TFM) | 0           |
| الإجمالي                   | 1500        |



الجامعة التكنولوجية tech

شهادة تخرج

هذه الشهادة ممنوحة إلى

المواطن/المواطنة ..... مع وثيقة تحقيق شخصية رقم .....

للاجتياز/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص

في

صحافة الوسائط المتعددة

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018

في تاريخ 17 يونيو 2020

Tere Guevara Navarro

رئيس الجامعة



الجامعة التكنولوجية tech

Tere Guevara Navarro

رئيس الجامعة



TECH: AFWOR235. techinstitute.com/certificates

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

ماجستير خاص

صحافة الوسائط المتعددة

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

الحاضر

الجودة

المعرفة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

ماجستير خاص

صحافة الوسائط المتعددة

NEWS  
UPDATE

Subscribe

for newspaper online

Factors to

International trade

At least 50% of all revenue received by Company

International payments problems - 23 Mar

Over the following years I plan to focus more and more on this side of the business and believe there is a huge potential to make a difference through design photography.

Over the following years I plan to focus more and more on this side of the business and believe there is a huge potential to make a difference through design photography.

الجامعة  
التكنولوجية

tech

