

ماجستير خاص الصحافة السياسية



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير خاص الصحافة السياسية

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا
- « مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitude.com/ae/journalism-communication/professional-master-degree/master-political-journalism

الفهرس

01

المقدمة

صفحة 4

02

الأهداف

صفحة 8

03

الكفاءات

صفحة 14

04

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 20

05

الهيكل والمحتوى

صفحة 24

06

المنهجية

صفحة 40

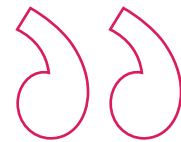
07

المؤهل العلمي

صفحة 48

المقدمة

تتطور السياسة في مفاصل معقدة من استراتيجيات التواصل والإقناع. أصبحت الأيديولوجيات والعلاقات مع السلطة والمؤسسات وتدفع المعلومات وقصدها، والأخبار الكاذبة (Fake News) بالإضافة إلى العديد من العوامل الأخرى، مفتاح المعرفة الأساسية للصحفي في هذا القطاع: مفتاح الوصول إلى عالم يتطلب درجة عالية من التخصص لتحقيق والتمييز وتقديم المعلومات الجيدة التي يجب أن يتلقاها المواطنون. يقدم هذا البرنامج أكبر تطور في هذا المجال، مما يعزز قدرة الطالب في كل مجال من المجالات اللازمة للعمل كخبير في الصحافة السياسية.



يضع التواصل السياسي موضع التنفيذ استراتيجيات محددة تتطلب من الصحفي أن يكون لديه معرفة متعمقة بالعمل السياسي ورسالته. ستتمكنك درجة الماجستير الخاص هذه من التحرك بكفاءة خبير في هذا القطاع"



إن تحديد ماهية السياسة أمر أساسي منذ بداية السلطة في الحكومة، فمن الصعب العثور على تعريف يتضمن معناها نظراً لتعقيد المفهوم. فالسياسة تحيط بكل شيء وكل شخص، من أسعار المنتجات التي يتم شراؤها في السوبر ماركت إلى أسعار المنتجات التي يتم شراؤها في السوبر ماركت إلى أسعار المنتجات التي يتم شراؤها في السوبر ماركت. الرواتب التي يتقاضاها كل عامل أو حماية الفئات الأكثر حرماناً.

تنتج السياسة تغييرات في المجتمع، لذلك فإن المعرفة المتخصصة بالبيئة السياسية وتطورها بناءً على معلومات صادقة ومتناقضة ومعدة جيداً أمر ضروري.

بهذه الطريقة، يصبح الصحفيون السياسيون فاعلين حقيقيين ومدافعين عن الحقيقة، سواء خارجياً في وسائل الإعلام والصحف، أو داخلياً، حيث يقومون بتطوير خطط الاتصال للأحزاب التي تختار الانتخابات في صناديق الاقتراع.

الهدف الرئيسي من هذا الماجستير الخاص هو تخصص الصحفي المحترف في الصحافة السياسية. لتحقيق ذلك، سيتعين عليك دراسة الحالات العملية وتنفيذ الأنشطة التكميلية التي تولد المعرفة المتخصصة.

تتيح درجة التخصص الناتجة عن الماجستير الخاص في الصحافة السياسية للصحفي المحترف تحقيق مستوى عالٍ من المعرفة المتقدمة والتطوير في البيئات السياسية التي تحيط بعالم الصحافة، في الجوانب الأكثر صلة وأهمية في أي من جوانبها. خطوط احترافية.

تحتوي درجة ماجستير خاص في الصحافة السياسية على البرنامج الأكاديمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ أحدث التقنيات في برامج التدريس عبر الإنترنت
- ♦ نظام تعليمي مرئي مكثف، مدعم بمحتوى رسومي وتخطيطي يسهل استيعابه وفهمه
- ♦ تطوير الحالات العملية يقدمها الخبراء النشطين
- ♦ أحدث جيل من أنظمة الفيديو التفاعلية
- ♦ التدريس مدعوماً بالممارسة عن بعد
- ♦ أنظمة التحديث وإعادة التدوير الدائمة
- ♦ التعلم المنظم ذاتياً: التوافق التام مع المهن الأخرى
- ♦ تمارين عملية للتقييم الذاتي وتأكيد التعلم
- ♦ مجموعات الدعم والتأزر التعليمي: أسئلة للخبراء ومنتديات المناقشة والمعرفة
- ♦ التواصل مع المعلم وعمل التأمل الفردي
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت
- ♦ بنوك الوثائق التكميلية متاحة بشكل دائم، حتى بعد البرنامج



الخبرة المثبتة لـ TECH الجامعة التكنولوجية
في خدمتك في هذا التدريب الكامل"

تعرف على كافة الجوانب التي يجب أن يتقنها
المحترف الناجح في التواصل السياسي.

مع معلمين خبراء في هذا المجال من العمل،
يعد هذا التدريب فرصة فريدة للتطوير المهني.

ماجستير خاص مدعوم بأفضل التقنيات،
والذي سيسمح لك بالتعلم بطريقة
سلسة وفعالة"

أعضاء هيئة التدريس متخصصون نشطون. فريق متعدد التخصصات من المهنيين المؤهلين وذوي الخبرة، الذين سيطورون المعرفة النظرية بكفاءة، ولكن قبل كل شيء، سيضعون المعرفة العملية المستمدة من تجربتهم الخاصة في خدمة الدرجة.

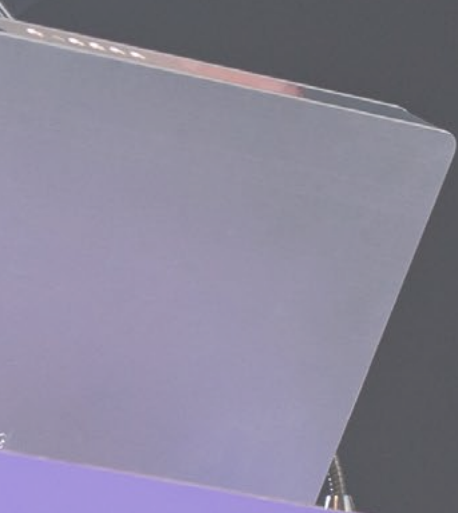
يكتمل هذا الإتيان للموضوع بفعالية التصميم المنهجي، الذي أعده فريق متعدد التخصصات من خبراء التعلم الإلكتروني الذين يدمجون أحدث التطورات في تكنولوجيا التعليم.

لتحقيق نجاح هذا البرنامج، سيستفيد المحترفون من نظام فيديو تفاعلي جديد، ومن خلاله سيتمكنون من اختبار التدريب عن بعد والتعلم من أنظمة خبيرة (*learning from an expert*). مفهومان سيساعدانك على دمج التعلم وإصلاحه بطريقة أكثر واقعية ودائمة.



الأهداف

يهدف الماجستير الخاص في الصحافة السياسية إلى الحصول على درجة من التخصص تسمح لمحترفي الصحافة بتطوير حياتهم المهنية في هذا المجال على النحو الأمثل، مما يجعلهم على دراية بتقنيات النشر الجديدة واستراتيجيات الحملات وتبادل المعلومات لنظام الحكم. لهذا السبب، تم تطوير المحتوى النظري الأساسي الذي سيكون بمثابة الأساس لهذه الممارسة، والتي سيتم تطويرها بشكل مكثف في جميع أنحاء البرنامج بأكمله.





تعلم كيفية التفاعل مع مختلف الوكلاء السياسيين
من خلال إدارة البروتوكولات المناسبة لإنشاء طرق
الوصول الأكثر فعالية إلى مصادر المعلومات"



الأهداف العامة

- ♦ دراسة التطور التاريخي للمجتمعات من خلال المفكرين الذين جعلوها تتطور
- ♦ التعرف على العوامل المعطلة للفكر السياسي التي ساهمت في تطور الرأي العام من خلال بدايات ظهور وسائل الإعلام
- ♦ استخلاص استنتاجات حول تطور أنظمة الدعاية كعوامل لتحقيق القوة
- ♦ تحليل إنشاء وعمل الأيديولوجيات داخل المجتمعات
- ♦ دراسة استخدام الأحزاب السياسية كوسيلة للأيديولوجيات
- ♦ تحليل الحقائق السياسية لمختلف المناطق مقارنة بالأيديولوجيات التي تطورت فيها والنظام الحزبي الذي يعمل داخلياً
- ♦ تطوير أثر الثقافة السياسية لكل مواطن في إطار قرار تعاطفه مع الأحزاب المختلفة
- ♦ إنشاء الروابط الأولى مع البيئات السياسية
- ♦ تطوير خصوميات مختلف الأنشطة البرلمانية
- ♦ تحديد مختلف قنوات الاتصال المتاحة بين التشكيلات السياسية والصحافة في المحاكم العامة
- ♦ فحص الأساليب المختلفة للسجلات البرلمانية وفقاً للشكل وتكييف المقالات لتحسين الكفاءة والجودة
- ♦ تطوير المعرفة المتخصصة في التواصل السياسي
- ♦ دراسة وربط التواصل السياسي بالعلوم الاجتماعية، وعلى وجه الخصوص، مع نظريات الاتصال
- ♦ تحليل دور الاتصال للمؤسسات السياسية في إطار الديمقراطيات المعاصرة
- ♦ تطوير وتحليل الخطابات السياسية التي تستهدف مختلف البيئات والجمهور، وكذلك تنفيذها شفهيًا بكفاءة التواصل
- ♦ تحديد استراتيجيات الاتصال المطبقة في الخطاب السياسي
- ♦ تحليل الخطابات السياسية واستراتيجيات الإقناع المختلفة في الحملات السياسية والانتخابية
- ♦ تطوير المهارات في استخدام تقنيات التعبير الشفوي والمكتوب التي تسمح للطلاب باكتساب القدرة على تطوير الخطاب السياسي وتحليله
- ♦ تطوير مهارات الاتصال الفعالة لتصبح متحدثًا ممتازًا ومتواصلًا في البيئة المهنية
- ♦ تحليل السياق الدولي الذي تتطور فيه الجهات الفاعلة السياسية
- ♦ تحليل أداء وسائل الإعلام في المجالات السياسية الدولية والنزاعات المسلحة
- ♦ تفسير الأدوار التي تتوخاها كل مؤسسة فوق وطنية وكيفية تأثير أفعالها على بلدان معينة
- ♦ تحليل عوامل التمييز بين الجمعيات في المجتمعات
- ♦ تمييز أنماط التقارير التمييزية في التقارير الإعلامية
- ♦ تحديد كيفية تحسين المعلومات الأخلاقية والمحترمة دون فقدان قيمة الموضوعية المهنية
- ♦ تحليل الشبكات الاجتماعية للحصول على معلومات سياسية
- ♦ تقييم السلوك في الشبكات الاجتماعية للفاعلين السياسيين
- ♦ تحديد الفرص السياسية في الشبكات الاجتماعية
- ♦ الابتكار في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل الشبكات الاجتماعية
- ♦ تحديد عملية إعداد الدراسات الاستقصائية وعمليتها
- ♦ تحليل أثر البيانات الديمغرافية على السكان والأحزاب السياسية
- ♦ تحديد استخدام وتطبيق البيانات السياسية داخل وسائل الإعلام
- ♦ ممارسة مهنة الصحافة بشكل أخلاقي في البيئات السياسية
- ♦ تحديد سير علاقات الصحفي بالأحزاب والمؤسسات للحصول على المعلومات المطلوبة
- ♦ تمييز وتصفية المعلومات الصادقة وغير المقصودة عن الخدع التي تسعى إلى تعزيز المعلومات المضللة العامة



الوحدة 1. الصحافة السياسية والدعاية وفلسفة الفكر

- ♦ تحليل تأثير تطوير السلطة والحكومة في العصور القديمة كأساس للمجتمعات الحالية
- ♦ استخلاص النقاط الرئيسية لفكر الفلاسفة السياسيين في اليونان وروما لتطبيقها على المعرفة الحديثة
- ♦ توليد المعرفة حول التطور الديمقراطي أثناء التنوير ومساهمات مفكره في النظرية السياسية
- ♦ ربط أي فترة سياسية من التاريخ بالمفكرين المعاصرين
- ♦ دراسة ظهور نفوذ وسائل الإعلام وسلطتها على الرأي العام
- ♦ تحديد أهمية الدعاية أثناء اندلاع النزاعات الحربية وتطورها، ولا سيما في أوروبا المعاصرة
- ♦ تمييز تأثير التطورات الصحفية والدعائية في أوائل القرن العشرين على تطور الحرب الأهلية الإسبانية وديكتاتورية فرانكو اللاحقة
- ♦ تحديد العوامل التاريخية الرئيسية في مجتمعاتنا الحالية لاستخلاص استنتاجات حول التأثيرات السياسية بمرور الوقت
- ♦ تحليل دور وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية من خلال علاقتها بالسلطة

الوحدة 2. الأيديولوجيات والأحزاب

- ♦ تحليل مختلف المقاييس الأيديولوجية والتوجهات السياسية بشكل نقدي
- ♦ دراسة وضع الأحزاب داخل النظم السياسية
- ♦ تحديد أهمية جماعات الضغط المرتبطة بالحركات السياسية المدنية
- ♦ تحديد الهويات السياسية المختلفة لكل من الأحزاب والمواطنين، وهو أمر أساسي لتفسير مواقفهم الأيديولوجية
- ♦ فحص كيفية عمل الحزب، وقواعده وأنظمتها الداخلية، وما هو سبب انقسامه أو اتحاده مع أسر مختلفة
- ♦ دراسة التغييرات التي يمكن أن تحدث في الأطراف مع تطور تقدمها السياسي نحو إضفاء الطابع المؤسسي عليها
- ♦ وضع أنماط واضحة فيما يتعلق بالسياسة الإسبانية ونظامها الحزبي وحركتها فيما يتعلق بالإطار الأيديولوجي
- ♦ تحليل الإجراءات الحزبية بحثاً عن الشرعية السياسية والتمثيل الانتخابي المرتبط بها



الوحدة 3. التسلسل الزمني للبرلمان والبيئات السياسية

- ♦ إثبات الحاجة إلى سجلات موثوقة وصادقة
- ♦ دراسة جميع الأدوات المتاحة في الغرفة لممارسة الصحافة البرلمانية
- ♦ تحليل مختلف أنشطة الدائرة وأحداثها
- ♦ تحديد قنوات الاتصال المعتادة بين الصحافة والأطراف
- ♦ اقتراح أساليب جديدة للكتابة تستند إلى المنصات والشكل والتكنولوجيا المتاحة
- ♦ تحليل مخالب السلطة السياسية

الوحدة 4. التواصل السياسي والمؤسسي

- ♦ تطوير القدرات والمهارات والحكم النقدي لوضع خطة الاتصال، وتحديد الأهداف، وتحديد الجمهور المستهدف، واقتراح الاستراتيجيات ومراقبة ميزانية الاتصالات
- ♦ تحليل الآليات التي تصمم بها أدوات التواصل السياسي، تاريخياً واليوم على السواء، وتطبيقها على مختلف الحالات
- ♦ تحديد وظائف الشخص المسؤول عن مجال الاتصال في منظمة أو شركة ما وإقامة اتصالات مع جماهير مختلفة، داخلية وخارجية على السواء
- ♦ تحديد النظريات الرئيسية لتحليل العلاقة بين الحملات الانتخابية ووسائل الإعلام والسلوك السياسي
- ♦ تنمية المهارات والقدرات اللازمة لاستقصاء وتحليل ظواهر وعمليات الاتصال لجميع أنواع المنظمات العامة والخاصة، والمهام الاستشارية، والاستشارات، والوساطة
- ♦ تقييم وتقدير الهوية والتواصل والصورة والسمعة والعلامة التجارية للمؤسسة أو المنتج أو الشخص
- ♦ وضع معايير خاصة للتماس وتحليل المعلومات من مختلف المصادر في بيئة التواصل السياسي

الوحدة 5. تحليل الخطاب السياسي

- ♦ تحليل أصل الخطابة والخطابة. تحديد ماهيتها، وكذلك أهمية التكيف مع مختلف الجماهير لتحقيق اتصال مقنع ومقنع
- ♦ اقتراح نهج متعدد التخصصات يسمح بمعالجة الخطاب السياسي من خلال معالجة تعقيد كل الخلاف
- ♦ تطوير المعارف المتخصصة والحكم النقدي لوضع العمليات والظواهر الإعلامية التي يجري بحثها (السياسية والثقافية والإيديولوجية والتاريخية والاجتماعية) في المستويات المحتملة المقابلة من الأسباب وآثارها المحتملة
- ♦ فحص الخطابات الاستطردية والجدلية لتطبيقها على نصوص التحليل والتفسير والرأي
- ♦ الاعتراف بدور الاستشارات السياسية في التواصل السياسي للأحزاب السياسية والمهنيين السياسيين
- ♦ تحديد العناصر التي تنطوي عليها الاتصالات الانتخابية
- ♦ توفير أدوات مفاهيمية مبتكرة للتطبيق الفعلي لدراسات الحالة التجريبية

الوحدة 6. الصحافة السياسية الدولية والهيكل العالمية

- ♦ تحديد دور الصحفيين السياسيين في البيئات الدولية
- ♦ تحليل أداء مختلف أنواع الدول وكيف يمكنها التصرف سياسياً
- ♦ تفسير آثار العولمة على تنمية المجتمعات من منظور الاتصال
- ♦ تحليل موقف الهيئات فوق الوطنية وقدرتها على البت في الدول التي توجه إليها
- ♦ تطوير الصراعات المسلحة الأخيرة وتأثيرها على المجتمعات، وكذلك تناولها من قبل وسائل الإعلام، بمنظور نقدي
- ♦ دراسة أهمية الحركات الاجتماعية منذ شهر مايو الفرنسي وما بعده، والمعلومات المقدمة عنها
- ♦ تحليل حدوث شعبيات جديدة في مختلف البلدان التي استولت فيها على السلطة واستخدام وسائل الإعلام لتحقيقها

الوحدة 7. الاتصال في إطار التنوع ونوع الجنس

- ♦ تحديد عوامل التمييز بين الجماعات في وسائل الإعلام، وتحديد ما إذا كانت مستفزة أو غير طوعية
- ♦ تحديد أسس الاتصال الشامل
- ♦ تحليل تطور وسائل الإعلام كفرصة للتقدم في أساليب اللغة المفيدة
- ♦ تصور دور المرأة في وسائل الإعلام الرئيسية، داخلياً وكصحفيين على حد سواء، وفي المعاملة التي تلقاها في الأخبار
- ♦ تحديد التحيزات العنصرية التي يمكن أن تحدث داخل المنشور
- ♦ دراسة نقل المساحات إلى الفئات المحرومة
- ♦ تحمل المسؤولية الاجتماعية للصحفيين كمخبرين للمواطنين للتطور نحو ممارسة مهنية أفضل

الوحدة 8. تحليل وإدارة الشبكات الاجتماعية للتأثير والتواصل

- ♦ تحديد المجتمعات المحلية والجهات السياسية الفاعلة ذات الصلة في الشبكات الاجتماعية
- ♦ تحديد الشبكات الاجتماعية السياسية
- ♦ تحديد مبادئ توجيهية للعمل في الشبكات الاجتماعية
- ♦ التحقق من محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- ♦ إدارة الشبكات الاجتماعية بشكل صحيح
- ♦ توليد البيانات من الشبكات الاجتماعية لتحليلها لاحقاً
- ♦ إعداد تقارير مفيدة لتقييم الأداء على الشبكة
- ♦ مراقبة النشاط السياسي على الشبكات الاجتماعية
- ♦ استكشاف الابتكار السياسي في الشبكة

الوحدة 9. تحليل البيانات السياسية والتنظير

- ♦ تحليل تاريخ البيانات السياسية واستخدامها عبر تاريخ الديمقراطية
- ♦ تحديد استخدام الدراسات الاستقصائية ومراحل إعدادها وتطويرها
- ♦ تحديد دور "المطبخ" في تصفية البيانات السياسية
- ♦ تحليل استخدام الأحزاب ووسائل الإعلام والمواطنين لاستطلاعات الرأي
- ♦ تطوير المعرفة المتخصصة لاستخدام المسح وفهم بياناتك أثناء معالجتها
- ♦ دراسة تأثير الدراسات الاستقصائية على الواقع السياسي الإسباني
- ♦ تحديد استخدام تصور البيانات في العمل الإعلامي وتجهيزها، وهو أمر ضروري لفهم فرادى المستخدمين

الوحدة 10. صحافة المصدر وأخلاقيات المهنة والأخبار الكاذبة (Fake News)

- ♦ تحليل الحالة الراهنة لوسائل الإعلام في ظل التعايش اليومي مع عمليات التضليل الإعلامي
- ♦ تحديد المصادر السياسية العضوية (الحزبية) والفردية (السياسية)
- ♦ تحليل العوامل التي تطورت في الأخبار الكاذبة (Fake News) في السنوات الأخيرة، والبحث عن أكبر مصادر ابعائها
- ♦ دراسة حدود الصحافة القانونية لإعداد المعلومات وتطويرها، مع الربط بنفس الطريقة مع المنظور القانوني
- ♦ تحديد الحاجة إلى عمل التحقق المستمر، بالاعتماد على ما تم تطويره بالفعل من قبل شركات التحقق من الحقائق (fact checking)
- ♦ تحليل المبادرات التشريعية القائمة لتنظيم انتشار الخدع والمعلومات الكاذبة
- ♦ الإشادة بعمل الصحفي التقصي والموضوعي ضد وسائل الإعلام التي تروج للمعلومات المضللة



طور مهاراتك لتصبح صحفياً متعدد
الاستخدامات في طليعة أحدث الاتجاهات"



الكفاءات

يهدف الماجستير الخاص في الصحافة السياسية إلى الحصول على درجة من التخصص تسمح لمحترفي الصحافة بتطوير حياتهم المهنية في هذا المجال على النحو الأمثل، مما يجعلهم على دراية بتقنيات النشر الجديدة واستراتيجيات الحملات وتبادل المعلومات لنظام الحكم. لهذا السبب، تم تطوير المحتوى النظري الأساسي الذي سيكون بمثابة الأساس لهذه الممارسة، والتي سيتم تطويرها بشكل مكثف في جميع أنحاء البرنامج بأكمله.



اكتسب مهارات خبير الاتصال، من خلال هذا التدريب
الكامل الذي سيسمح لك بإتقان أدوات وطرق محددة
للعمل في هذا المجال من الصحافة"



الكفاءات العامة



- ♦ القيام بمهام التواصل المتخصص في أي وسيلة إعلامية أو صحيفة
- ♦ العمل حسب نوع الكتابة في هذا القطاع
- ♦ إدارة المعلومات بشكل صحيح في هذا المجال
- ♦ التعامل مع المصادر السياسية
- ♦ التطور في المجال السياسي
- ♦ العمل على وجه التحديد مع الأيديولوجيات ذات المعرفة المتخصصة
- ♦ إدارة الحملات السياسية
- ♦ تحليل البيانات السياسية في سياقات مختلفة
- ♦ تقديم المشورة بشأن التواصل السياسي والشؤون العامة
- ♦ إدارة العلاقات مع المديرين السياسيين

الكفاءات المحددة



- ♦ إجراء التحليلات التاريخية حول تأثير السلطة والحكومة
- ♦ شرح النقاط الرئيسية للفلسفة السياسية في اليونان وروما
- ♦ مناقشة التطور الديمقراطي في عصر التنوير
- ♦ تحليل التأثيرات التاريخية وتأثيراتها على السياسة الحالية
- ♦ شرح عوامل تأثير الدعاية في الحرب الأهلية الإسبانية والفرانكو
- ♦ وصف الأيديولوجيات التاريخية المختلفة
- ♦ ربط كل أيديولوجية بالأحزاب السياسية المقابلة لها
- ♦ ربط الأيديولوجيات بأنظمة كل مجتمع بطريقة عملية
- ♦ شرح الثقافة السياسية
- ♦ وصف الهويات السياسية للمواطن
- ♦ وصف النظام السياسي للمجتمع
- ♦ استخدام أنواعًا مختلفة من إقناع الحزب
- ♦ وضع منظور مقارنة لعمل الأحزاب: طرق العمل، وتنوع الأيديولوجيات الداخلية، والتصدعات، وما إلى ذلك
- ♦ وضع سجلات برلمانية عالية الجودة لأي منصة وشكل
- ♦ العمل بحرية في المعلومات المستمدة من المحاكم
- ♦ إتقان أساليب الكتابة
- ♦ استخدام الأدوات للمؤرخ البرلماني
- ♦ تطوير العلاقات المناسبة بين المؤرخ والصحافة





- ♦ الكتابة في بيئات أخرى غير المحاكم
- ♦ العمل على فهم البيئة السياسية المحيطة بالمؤسسات
- ♦ ممارسة إدارة الاتصال والاستشارة والصحافة في مختلف الجهات الفاعلة السياسية
- ♦ تحليل بلاغة الخطاب السياسي
- ♦ وصف القيم الديمقراطية التي يتم التعبير عنها من خلال اللغة السياسية
- ♦ الكشف عن أنماط الحجج في الخطابات السياسية والاتصال المؤسسي
- ♦ استخدام الأدوات المنهجية والنظرية لتحليل الخطاب السياسي وتطويره
- ♦ الخوض في النص الفرعي للرسالة السياسية
- ♦ معالجة النزاعات بين البلدان ذات أعلى المعدلات
- ♦ تحليل التغطية الإعلامية لها
- ♦ وصف الأنظمة السياسية لكل دولة وأساليب اتصالها المختلفة
- ♦ شرح التوسعات الشعبية الدولية في السنوات الأخيرة
- ♦ شرح استراتيجيات المعلومات المضللة لقادة الأنظمة المثيرة للجدل
- ♦ وصف الحالة الراهنة لوسائل الإعلام فيما يتعلق بالاتصالات المتعلقة بقطاعات المجتمع المحرومة
- ♦ تحديد الممارسات السيئة
- ♦ الاعتراف بممارسات سوء الممارسة فيما يتعلق بأخلاقيات المهنة
- ♦ تعزيز التنمية الموضوعية والمتساوية للمعلومات في وسائل الإعلام
- ♦ إدارة وتحليل الشبكات بخبرة
- ♦ تطبيق معرفة أخصائي التسويق الرقمي في المجال الصحفي والسياسي
- ♦ مراقبة ما يحدث على الشبكة خارج مرشحات الفقاعات

- ◆ قياس التأثير في العالم الحقيقي
- ◆ إنشاء حركات التأثير، من خلال إعداد جدول الأعمال أو من خلال المشاركة في المحادثات التي يتم إنشاؤها على الشبكة
- ◆ تحليل أنواع الناخبين حسب رتبهم الاجتماعية
- ◆ اكتشاف أنواع التصويت حسب المرتبة الاجتماعية
- ◆ تحليل تأثير استطلاعات الرأي على الناخب
- ◆ تحليل السياسة على أساس البيانات
- ◆ تصور البيانات وإدارتها على النحو الأمثل للتواصل الصحفي
- ◆ التعرف على المصادر السياسية المختلفة وكيفية الارتباط بها
- ◆ الكشف عن قصيدة التسريبات وتوجهاتها
- ◆ تطبيق مدونة الأخلاقيات في تطوير النشاط الصحفي
- ◆ التعرف على الأخبار الكاذبة والخدع والأكاذيب وتصحيحها من وسائل الإعلام
- ◆ التحقق من الواقع

اتقن خصوصيات وعموميات أحد
أكثر مجالات الاتصال تعقيداً وإثارة
للاهتمام للصحفي المحترف"



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يتمتع الماجستير الخاص في الصحافة السياسية بقيمة مضافة تبرز عن أي تخصص آخر مماثل: يعرف المعلمون الذين يشكلون فريق التدريس، بشكل مباشر، كيف يعمل التواصل السياسي حقًا. لهذا السبب، تم تطوير برنامج إعلامي يركز بشكل خاص على التطوير المهني من منظور يتلاءم تمامًا مع واقع القطاع.

التعلم من الخبراء في هذا المجال هو أفضل طريقة
لمعرفة جميع أسرار الصحافة السياسية: قدرة لا
يمكن الوصول إليها إلا للأفضل"



هيكـل الإدارة

أ. Hernández De La Morena, Marcos

- ♦ المنصب: صحفي متخصص في التواصل السياسي
- ♦ بكالوريوس الصحافة من جامعة كومبلوتنسي في مدريد- CU Villanueva
- ♦ ماجستير في الدراسات المتقدمة في التواصل السياسي من جامعة كومبلوتنسي في مدريد
- ♦ محلل وكاتب عمود من منظور التواصل السياسي بالصوت الموازي
- ♦ محرر اقتصادي متخصص في الصحافة المصدرية وتحليل البيانات في La Tribuna de Automoción
- ♦ محرر الويب، ومحلل تحسين محركات البحث (SEO)، ومدير المجتمع في جريدة Expansión
- ♦ مسؤول صحفي في النادي الرياضي Escudería El Pielago، مع إنشاء محتوى الويب والورق، وكتابة البيانات الصحفية، ومدير المجتمع، والمتحدث الرسمي، ومحرر الصور، والفيديو والملصقات
- ♦ مساعد صحفي في Juventudes Socialistas de España
- ♦ مذيع ومراسل لـ Cadena SER (Cabecera Castilla-La Mancha)



الأستاذة

أ. Cáceres, Karina

- ♦ المنصب: رئيسة الاستراتيجية الرقمية لشبكة علماء السياسة
- ♦ بكالوريوس في العلاقات الدولية من الجامعة الكاثوليكية في Córdoba
- ♦ ماجستير في دراسات أمريكا اللاتينية من جامعة Salamanca
- ♦ مساعدة لشؤون الاتصالات والبحوث في جامعة Salamanca
- ♦ مساعدة باحثة في منظمة الدول الأمريكية (OEA)
- ♦ محللة مستقلة لمشاريع البحوث الرقمية

أ. Espinosa Mateo, Carlos

- ♦ المنصب: صحفي متخصص في العلوم السياسية والحكومة من جامعة Carlos III في مدريد
- ♦ ماجستير في استشارات الصور والاستشارات السياسية
- ♦ تقني اتصالات في Ospina Abogados
- ♦ مؤسس وشريك الاتصالات في Prima Comunicación

أ. Espí Hernández, Alejandro

- ♦ المنصب: مستشار سياسي وعضو مجلس مدينة Los Montesinos
- ♦ بكالوريوس في العلوم السياسية والإدارة العامة من جامعة Elche
- ♦ ماجستير في العلاقات الدولية الأيبيرية الأمريكية من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ خبير في التواصل السياسية والمؤسسية في جامعة San Antonio de Murcia الكاثوليكية
- ♦ خبير في المهارات المهنية والتوظيف وريادة الأعمال من قبل جامعة Miguel Hernández
- ♦ دراسات عليا في استراتيجيات الكلام والتواصل السياسي
- ♦ محاضر في مؤسسة علوم التوثيق

أ. Pérez Guzmán, Víctor

- ♦ المنصب: مستشار مالي في Arbaizar
- ♦ بكالوريوس في الاقتصاد والقانون من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ بكالوريوس العلوم السياسية من جامعة Carlos III في مدريد
- ♦ خبير مؤهل مع ماجستير في التحليل الكمي
- ♦ محلل أبحاث السوق في Patrick Charles Communication

أ. Lardiez Manzano Adrián

- ♦ المنصب: صحفي في قسم الاتصالات بالمدرسة الدولية للاتصالات
- ♦ بكالوريوس في الصحافة من جامعة Rey Juan Carlos
- ♦ ماجستير في القيادة الديمقراطية والتواصل السياسي والعلوم السياسية والحكم الرشيد من جامعة كومبلوتنسي في مدريد
- ♦ مراسل برلماني لصحيفة El Plural
- ♦ محرر في مركز الدراسات الجامعية CEDEU

أ. Dominguez Liaño, Sara

- ♦ المنصب: عضوة استشارية في وزارة رئاسة الحكومة في إسبانيا
- ♦ بكالوريوس في العلوم السياسية من جامعة Carlos III بمدريد (UC3M)
- ♦ خبيرة حاصلة على شهادة في منع وإدارة الأزمات الدولية من جامعة Carlos III بمدريد (UC3M)
- ♦ تقنية في المجموعة البرلمانية الاشتراكية لتجمع مدريد
- ♦ مشاركة في منتدى العمل المشترك لـ Think Tank
- ♦ خبيرة حاصلة على شهادة في منع وإدارة الأزمات الدولية من UC3M،
- ♦ ستقدم أطروحتها في درجة الماجستير في السلام والأمن والدفاع في معهد جامعة Gutiérrez Mellado

أ. Sánchez Zambrano, Isabel

- ♦ المنصب: صحفية متخصصة في الدراسات الدولية بجامعة Carlos III في مدريد
- ♦ مستشارة سياسات متدربة في البرلمان الأوروبي داخل لجنة التنمية الإقليمية
- ♦ مجال التعاون الدولي للاتحاد الإسباني للبلديات والمقاطعات

أ. Guisado, Daniel Vicente

- ♦ المنصب: صحفي متخصص في العلوم السياسي
- ♦ بكالوريوس العلوم السياسية من جامعة Carlos III في مدريد
- ♦ جائزة نهاية الدرجة الاستثنائية، منطقة مدريد المستقلة
- ♦ درجة الماجستير في التحليل السياسي والانتخابي من جامعة Carlos III في مدريد

أ. Romero Sánchez, David

- ♦ المنصب: يشغل حاليا منصب رئيس حكومة إسبانيا
- ♦ بكالوريوس في القانون من جامعة غرناطة
- ♦ بكالوريوس في العلوم السياسية
- ♦ ماجستير في التواصل السياسية والحملات الانتخابية من جامعة Pablo de Olavide في إشبيلية
- ♦ خبير في الاتصالات الرقمية
- ♦ خبير استشاري في استراتيجية الاتصالات الرقمية وتحليلها في الانتخابات الأولية في الجمهورية الدومينيكية
- ♦ مستشار سياسي في EASIEST

الهيكل والمحتوى

تم تطوير محتويات هذا المؤهل العلمي من قبل مدرسين مختلفين لهذا البرنامج، بهدف واضح: التأكد من أن الطلاب يكتسبون كل المهارات اللازمة ليصبحوا خبراء حقيقيين في الصحافة السياسية. سيسمح لك محتوى هذا الماجستير المتقدم بتعلم جميع جوانب التخصصات المختلفة المشاركة في هذا المجال. إلى جانب كونه برنامجًا كاملاً ومنظمًا جيدًا يتمتع بأعلى معايير الجودة والنجاح.



برنامج تعليمي متكامل للغاية، منظم في وحدات تعليمية متطورة، يهدف إلى التعلم الفعال والسريع، بما يتوافق مع حياتك الشخصية والمهنية"



الوحدة 1. الصحافة السياسية والدعاية وفلسفة الفكر

- 4.1 القرن التاسع عشر: نمو الصحافة السياسية بين الثورات الأيديولوجية
 - 1.4.1 توطيد الصحافة باعتبارها السلطة الرابعة
 - 1.1.4.1 الأحزاب الأولى ووسائل الإعلام المرتبطة بها
 - 2.4.1 بدايات الماركسية
 - 1.2.4.1 البيان الشيوعي
 - 2.2.4.1 المفهوم الماركسي للدولة
 - 3.4.1 الثورات الليبرالية ومفهومها السياسي
 - 1.3.4.1 1820
 - 2.3.4.1 1830
 - 3.3.4.1 1848
 - 5.1 الحرب العالمية الأولى: توسيع نطاق الدعاية للحرب
 - 1.5.1 مواضيع الدعاية الجماهيرية: الوطنية كأساس
 - 1.1.5.1 الدعم الاقتصادي
 - 2.1.5.1 الدعم المدني
 - 3.1.5.1 التجنيد العسكري
 - 4.1.5.1 الدعاية العسكرية الداخلية
 - 2.5.1 Bernays, Lippmann والحملة المناهضة لألمانيا
 - 3.5.1 توسيع نطاق الدعاية كوسيلة متعددة الأغراض
 - 1.3.5.1 اللافتات
 - 2.3.5.1 المذيع
 - 3.3.5.1 الصحافة
 - 4.5.1 عواقب تطوير الدعاية في أوروبا والولايات المتحدة
 - 6.1 ما بين الحربين والحرب العالمية الثانية: قمة الدعاية والصحافة
 - 1.6.1 المهزومون في الحرب العظمى
 - 1.1.6.1 ألمانيا تحت الأنقاض والديون
 - 2.6.1 صعود الاستبداد بفضل الرموز السياسية والمدنية
 - 1.2.6.1 النازية
 - 2.2.6.1 الفاشية
 - 3.6.1 اندلاع الحرب والدعاية الدولية
 - 1.3.6.1 الدعاية بالأبيض والأسود
 - 2.3.6.1 الدعاية المحلية
 - 3.3.6.1 الدعاية الخارجية

- 1.1 اليونان وروما، الفلسفة السياسية الكلاسيكية وولادة الرأي العام
 - 1.1.1 اليونان، مهد الرأي العام والفكر السياسي
 - 1.1.1.1 ما قبل سقراط والفكرة السياسية
 - 2.1.1.1 سقراط، والد الفلسفة السياسية
 - 3.1.1.1 أفلاطون والجمهورية
 - 4.1.1.1 senetsómeD خطابة
 - 5.1.1.1 أرسطو والسياسة
 - 2.1.1 روما: الفكر والسلطة والخطابة
 - 1.2.1.1 التأثيرات اليونانية: الهيلينية
 - 2.2.1.1 Cicerón: الخطب والدولة المثالية
 - 3.2.1.1 Séneca والقوة الإمبراطورية
 - 4.2.1.1 Marco Aurelio، انعكاسات إمبراطور
 - 2.1 من العصور الوسطى إلى Maquiavelo: الدعاية الأولى والعلوم السياسية
 - 1.2.1 العصور الوسطى كاملة وولادة الدعاية الكنسية
 - 1.1.2.1 Aquino de Tomás و aHipona de Agustín
 - 2.1.2.1 الكنيسة وسيطرة الجماهير
 - 2.2.1 العصور الوسطى العالية: الطريق إلى عصر النهضة
 - 1.2.2.1 النظام الملكي لـ etnaD
 - 2.2.2.1 Padua de Marsili
 - 3.2.1 Maquiavelo Nicolás والسياسة كمجال للدراسة
 - 3.1 الايضاح: فرنسا وإنجلترا والعصر الذهبي للفكر السياسي
 - 1.3.1 سوابق انفجار الفكر
 - 1.1.3.1 Hobbes de Leviatán
 - 2.1.3.1 الثورة الفرنسية كنقطة انطلاق
 - 2.3.1 فرنسا
 - 1.2.3.1 Montesquieu وروح القوانين
 - 2.2.3.1 العقد الاجتماعي لـ Rousseau
 - 3.3.1 إنجلترا
 - 1.3.3.1 رسالة عن تسامح Locke
 - 2.3.3.1 Bentham والحكم الرشيد
 - 4.3.1 ألمانيا
 - 1.4.3.1 Schiller والثورة بدون عنف

- 5.9.1. تطوير الصحافة السياسية في إسبانيا
- 1.5.9.1. الصحافة في أواخر عهد franquismo. قانون Fraga
- 2.5.9.1. أهمية الصحافة السياسية في المرحلة الانتقالية
- 3.5.9.1. الصحافة السياسية تنصدر الديمقراطية الجديدة
- 10.1. الصحافة السياسية والدعاية الحزبية في القرن الحادي والعشرين
 - 1.10.1. الإنترنت يحدث ثورة في السياسة
 - 1.1.10.1. الأحزاب واتصالاتهم عبر الإنترنت
 - 2.1.10.1. نشر الدعاية على الإنترنت
 - 3.1.10.1. توسيع الشبكات الاجتماعية وأهميتها
 - 2.10.1. الصحافة السياسية في القرن الحادي والعشرين
 - 1.2.10.1. القفزة من الورق إلى الإنترنت
 - 2.2.10.1. نشر المعلومات: الفورية في المواقع والشبكات الاجتماعية
 - 3.2.10.1. علاقة الصحفي بالسياسيين والجمهور

الوحدة 2. الأيديولوجيات والأحزاب

- 1.2. الثقافة السياسية والتنشئة الاجتماعية والأيديولوجيات
 - 1.1.2. القيم والمعتقدات والمواقف والأيديولوجيات في النظام السياسي
 - 2.1.2. الثقافة السياسية وأبعادها
 - 3.1.2. التنشئة الاجتماعية السياسية: المراحل والوكلاء
 - 4.1.2. الاتجاهات السياسية المثابرة أم التغيير ؟
 - 5.1.2. الأجيال السياسية (الأفواج)
 - 6.1.2. النظام السياسي (د. notsaE)
- 2.2. الجهات الفاعلة والأحزاب في النظام السياسي
 - 1.2.2. العمل السياسي وتنوعه: كثافة العمل السياسي وتخصصه
 - 2.2.2. طرق ممارسة السياسة: تقليدي وغير تقليدي
 - 3.2.2. النهج المتبع إزاء الجهات الفاعلة والأحزاب السياسية
 - 4.2.2. أنظمة الأحزاب
 - 5.2.2. مجموعات المصالح وجماعات الضغط والحركات الاجتماعية
 - 6.2.2. وسائل الإعلام
- 3.2. السلوك السياسي والتحليل الانتخابي: الهويات الحزبية والأيديولوجية
 - 1.3.2. التمثيل السياسي
 - 2.3.2. النظام الانتخابي: النماذج والعناصر
 - 3.3.2. هوية الحزب أو الهوية السياسية
 - 4.3.2. آثار الهوية الحزبية: Tally Running or Mover Unmoved

- 4.6.1. الصحافة الحزبية، آلة الإبلاغ
 - 1.4.6.1. الصحفيين والجانبين
 - 2.4.6.1. أهمية المعلومات في الحرب العالمية الثانية
- 7.1. الحرب الأهلية الإسبانية والفرانكوية: الصحافة الحزبية والدعاية والرقابة
 - 1.7.1. اندلاع الحرب الأهلية وتشكيل المخيمات
 - 2.7.1. دعابة الفصائل
 - 1.2.7.1. الدعاية franquista المحلي والدولي
 - 2.2.7.1. الدعاية الجمهورية. المحلي والدولي
 - 3.2.7.1. مقارنة اللافتات
 - 3.7.1. الصحفيون في الخنادق
 - 1.3.7.1. المعلومات الوطنية
 - 2.3.7.1. المعلومات الدولية
 - 4.7.1. نهاية الحرب franquismo الأولى
 - 1.4.7.1. بيع النصر. المشروعية
 - 2.4.7.1. الدعاية في نظام franquismo
 - 3.4.7.1. قمع الصحافة في ظل الديكتاتورية وتحويل وسائل الإعلام
- 8.1. الحرب الباردة: سياسات الكتلة والمعلومات المتميزة والدعاية التخريبية
 - 1.8.1. تشكيل الكتل بعد الحرب
 - 1.1.8.1. المعلومات. الوسائل في خدمة الكتل
 - 2.1.8.1. دعابة المواجهة
 - 2.8.1. الصحافة المهنية في البيئات المتعارضة
 - 1.2.8.1. مطاردة الساحرات في الولايات المتحدة الأمريكية
 - 3.8.1. الاتصالات والدعاية التخريبية الداخلية
 - 1.3.8.1. وسائل الإعلام والإذاعة في الولايات المتحدة
 - 2.3.8.1. وسائل الإعلام والبلث الموالية لأمريكا في اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفياتية
- 9.1. الفكر السياسي المعاصر وتأسيس الصحافة السياسية في نهاية القرن العشرين
 - 1.9.1. العواقب الفلسفية بعد الحرب العالمية الثانية وسباق الحرب الباردة
 - 1.1.9.1. نظرية العدالة Rawls
 - 2.1.9.1. مايو من 86 كمغادرة للمفكرين اليساريين
 - 2.9.1. مدرسة Frankfurt وتطوير الفكر
 - 3.9.1. الفلسفة السياسية مرتبطة باقتصاد نهاية القرن
 - 4.9.1. تطوير الصحافة السياسية في الديمقراطيات الموحدة
 - 1.4.9.1. الصحافة السياسية كقطاع رئيسي
 - 2.4.9.1. قوة مضادة أم في خدمة السلطة ؟



- 5.3.2. الناخب (الحزبي) المتناقض
- 6.3.2. الناخب المقنع أو القابل للتأثر
- 4.2. الأحزاب السياسية والأسر الحزبية والكليفاجي الاجتماعي
 - 1.4.2. ما هو الحزب السياسي؟. الوظائف والأصول
 - 2.4.2. التطورات التاريخية وأنواع الأحزاب السياسية
 - 3.4.2. أسرة الأحزاب وتصنيفها
 - 4.4.2. ما المقصود بالانقسام الاجتماعي؟ العناصر والشعب الجديدة
- 5.2. الهيكل الداخلي للأحزاب السياسية وتنظيمها
 - 1.5.2. القانون الحديدي لحكم الأقلية وقانون التفاوت المنحني. عملية حكم الأقلية
 - 2.5.2. الديمقراطية في الأحزاب السياسية: الخروج والصوت والولاء
 - 3.5.2. تصنيف الأحزاب السياسية: النموذج الأصلي ونموذج إضفاء الطابع المؤسسي
 - 4.5.2. حفلات الامتياز
- 5.5.2. الأحزاب ذات الامتياز الخطوات الأساسية والأيدولوجية داخل الأحزاب: القادة والمقاتلون المتطرفون والوسطيون والمنحرفون
- 6.2. تحديد الحزب والأيدولوجيات
 - 1.6.2. السلوك الانتخابي. العوامل الطويلة والقصيرة الأجل
 - 2.6.2. تحديد الحزب. المدارس والنماذج
 - 3.6.2. دور الأيدولوجية في الأحزاب السياسية
- 7.2. معايير النظم الحزبية وأزمات الأحزاب السياسية
 - 1.7.2. نظام الأحزاب وتجزئة الأطراف
 - 2.7.2. المعيار 1: عدد الأحزاب والعدد الفعلي للأحزاب
 - 3.7.2. المعيار 2: الاستقطاب الأيدولوجي
 - 4.7.2. المعيار 3: مستوى إضفاء الطابع المؤسسي وأبعاده: التقلب الانتخابي، ودرجة الاختراق، وأنماط التحالف
 - 5.7.2. المعيار 4: تأميم نظام الأحزاب
 - 6.7.2. أزمة الأحزاب السياسية. المشاعر المعادية للحزب وأبعادها الثلاثة
- 8.2. النظريات الرئيسية والأيدولوجيات السياسية
 - 1.8.2. الطيف والموقع الأيدولوجي
 - 2.8.2. الليبرالية والنيوليبرالية
 - 3.8.2. المحافظة (النفعية) والمحافظة الجديدة
 - 4.8.2. الاشتراكية الخيالية والاشتراكية العلمية
 - 5.8.2. الحكم الشمولي
- 9.2. من عملية الانتقال السياسي إلى الديمقراطية والجهات الفاعلة فيها
 - 1.9.2. دكتاتورية atsiuqnarf: الأعمدة والانشقاقات
 - 2.9.2. عملية تغيير النظام: الانتقال أم المعاملة؟
 - 3.9.2. الأحزاب السياسية خلال الفترة الانتقالية والديمقراطية

- 7.3 البرلمانية والصحافة للشبكات الاجتماعية
 - 1.7.3 الشبكات الاجتماعية والأحزاب السياسية
 - 2.7.3 الكتابة عن طريق ومن أجل Twitter
 - 1.2.7.3 ملخصات عن الشبكات: من السجل التاريخي إلى الانهيار
- 8.3 التطرف البرلماني، اليمين المتطرف واليسار المتطرف
 - 1.8.3 دقاتق المجد والحجة
 - 2.8.3 صحافة البيان
 - 3.8.3 أخبار مزيفة وثيران ومكبرات صوت مخاطرة
- 9.3 الضغط والرقابة
 - 1.9.3 مخالب القوة: الأطراف (الضغط المباشر وغير المباشر) والشركات
 - 2.9.3 الرقابة الذاتية
 - 3.9.3 احترام المهنة: خارج السجل (Record the Off) والزمالة
- 10.3 الكتابة في بيئات سياسية أخرى
 - 1.10.3 الحملات الانتخابية
 - 2.10.3 عشية الانتخابات
 - 3.10.3 متابعة إلى الحكومة

الوحدة 4. التواصل السياسي والمؤسسي

- 1.4 التواصل السياسي
 - 1.1.4 لا توجد سياسة بدون تواصل
 - 2.1.4 محاولات تعريف التواصل السياسي
 - 3.1.4 مفهوم الرسالة: التصور الواسع للجهات الفاعلة ومحتوى التواصل
 - 4.1.4 التواصل السياسي كرسالة مواجهة
 - 5.1.4 مجالات دراسة التواصل السياسي
 - 6.1.4 نموذج لدراسة التواصل السياسي
 - 1.6.1.4 العمل الدراماتيكي والعمل التواصلي
 - 7.1.4 التواصل والسياسات والرأي العام
 - 1.7.1.4 دور التواصل في الانتخابات الديمقراطية: ما هو ولماذا هو ؟
 - 8.1.4 التواصل السياسي ووسائل الإعلام الجديدة
 - 1.8.1.4 كيف يغير مفهوم التواصل السياسي التكنولوجيات الجديدة/وسائل الإعلام الجديدة ؟
 - 9.1.4 التغيير الاجتماعي والتغير التكنولوجي
 - 1.9.1.4 كيف يمكن فهم تأثير تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الجديدة ؟
 - 10.1.4 الوساطة وإضفاء الطابع الشخصي على التواصل السياسي

- 10.2 الأحزاب السياسية والنظام السياسي الإسباني
 - 1.10.2 أنواع الأحزاب الموجودة في عرض الحزب الإسباني
 - 2.10.2 الهيكل الأيديولوجي لنظام الحزب الإسباني وتطوره
 - 3.10.2 الأحزاب السياسية الرئيسية في النظام الحزبي الحالي

الوحدة 3. التسلسل الزمني للبرلمان والبيئات السياسية

- 1.3 التاريخ البرلماني: التاريخ والتطور منذ الانتقال
 - 1.1.3 التاريخ كنوع ضروري
 - 2.1.3 الموضوعية أو الصدق
 - 3.1.3 من الديكتاتورية إلى تعليق Twitter
- 2.3 شبكات الاتصالات في الكونغرس
 - 1.2.3 الخدمات الصحفية للبرلمان
 - 2.2.3 أدوات العمل
 - 3.2.3 المرافق واستخدامها
- 3.3 خصائص الأنشطة البرلمانية
 - 1.3.3 متابعة الأنشطة العادية: المكتب ومجلس المتحدثين الرسميين واللجان
 - 2.3.3 الجلسة العامة
 - 3.3.3 جلسة التحكم
 - 4.3.3 المؤتمرات الصحفية
 - 5.3.3 مناسبات التنصيب
 - 6.3.3 سحب الثقة
 - 7.3.3 المناسبات والاحتفالات الخاصة
- 4.3 هياكل الصحافة في البيئات البرلمانية
 - 1.4.3 نشاط الأحزاب في الكونغرس
 - 2.4.3 أدوات الاتصال: whatsapp وTelegram ودليل اتصالات
 - 5.3 العلاقات مع الأطراف والحصول على المصادر والمعلومات
 - 1.5.3 التعامل بالخدمات الصحفية
 - 2.5.3 المصادر المباشرة وإدارتها
 - 1.2.5.3 رعاية المصادر
- 6.3 شكل السجلات
 - 1.6.3 الوقائع الورقية
 - 2.6.3 الكتابة للصحف الرقمية
 - 3.6.3 تقرير إذاعي وتلفزيوني

- 2.4. التواصل المقنع
- 1.2.4. الإقناع: المنظورات النظرية
- 2.2.4. مصدر الإقناع: المصدقية والجدية والسلطة وغيرها
- 3.2.4. الرسالة المقنعة: الأنواع والوظائف والجوانب الرسمية والأسئلة الخطابية
- 4.2.4. المتلقي: الإقناع، معالجة الرسائل، التنبؤ بالسلوك ؟
- 5.2.4. سياق الإقناع: القناة ووسائط الإعلام، الشخص كسياق، تأثير الآخرين
- 6.2.4. الإقناع الذاتي: التنافر المعرفي والإدراك الذاتي والالتزام والتماسك
- 7.2.4. النماذج النظرية في الإقناع
- 1.7.2.4. نموذج التعلم
- 2.7.2.4. نموذج الاستجابة المعرفية
- 8.2.4. نماذج العمليات المتعددة
- 1.8.2.4. نموذج الاحتمالات للتطوير
- 2.8.2.4. النموذج المعرفي التلوي
- 9.2.4. مقاومة الإقناع: نظرية التلقيح والإلهاء والوقاية
- 10.2.4. استمرار الآثار المقنعة: قمع الأثر المقنع، التأثير المخدر
- 3.4. الجهات الفاعلة الجديدة في مجال التواصل السياسي
- 1.3.4. التمثيل السياسي والمشاركة
- 1.1.3.4. المفاهيم ذات الصلة: لماذا يشارك بعض المواطنين أحياناً في المؤسسات وأحياناً في الشوارع أو الشبكات الاجتماعية ؟
- 2.3.4. صعود المشاركة «غير التقليدية» وسياسة الاحتجاج في المجتمعات المعاصرة
- 3.3.4. التغييرات في التواصل السياسي: التأهيل المهني
- 4.3.4. التغييرات في المجتمع (1)
- 1.4.3.4. تجزؤ الجمهور والعولمة
- 5.3.4. التغييرات في المجتمع (2)
- 1.5.3.4. الأولويات والقيم والقضايا (Issues) الجديدة
- 6.3.4. التغييرات في وسائط الإعلام: التعديلات في عملية حراسة البوابة (Gatekeeping)
- 7.3.4. الجهات الفاعلة التقليدية (1)
- 1.7.3.4. الأحزاب السياسية (التنظيم والهيكل)
- 8.3.4. الجهات الفاعلة التقليدية (2)
- 1.8.3.4. نظام الحزب في إسبانيا
- 9.3.4. الجهات الفاعلة غير التقليدية (1)
- 1.9.3.4. الحركات الاجتماعية
- 10.3.4. الجهات الفاعلة غير التقليدية (2)
- 1.10.3.4. الفئات الاجتماعية التي تنتهك حقوقها: النساء والأقليات
- 4.4. تقنيات الاتصال الفعال: المواضيع والخطاب ورواية القمص وجدول الأعمال
- 1.4.4. تقنيات لجعل الاتصال أكثر فعالية
- 2.4.4. أهمية القيم والأطر والعواطف
- 3.4.4. الحوار
- 1.3.4.4. العناصر اللازمة لكتابة خطاب
- 2.3.4.4. الهيكل والعناصر (بدء التشغيل، التطوير، الاستنتاج)
- 4.4.4. الأسلوب وأنواع الكلام
- 5.4.4. التقنيات البلاغية للتكرار ؛ والبلاغة الشعرية ؛ والبلاغة ؛ استخدامات المواعدة
- 6.4.4. سرد القصص (أو كيفية سرد القصص التي تقنع)
- 7.4.4. اللغة غير اللفظية
- 8.4.4. شبكة الموضوع والرسالة: جدول الأعمال السياسي
- 9.4.4. الحجج والشعارات. خطابة الحملة
- 10.4.4. الأساطير والنداءات العاطفية
- 5.4. التواصل السياسي للمؤسسات
- 1.5.4. التواصل المؤسسي. غير ملموسة. الشهرة والسمعة. ما يتم توصيله
- 2.5.4. إدارة الاتصالات. العلاقة مع الجمهور
- 3.5.4. مدير الاتصالات (Dircom) وخزائن التواصل
- 1.3.5.4. المهام والمسؤوليات
- 4.5.4. وكالات الاتصال:
- 1.4.5.4. الخريطة التنظيمية والمهام ووكالات الاتصال الرئيسية
- 5.5.4. خطة التواصل (1)
- 1.5.5.4. الإحاطة والبحوث
- 2.5.5.4. مراجعة الحسابات وأصحاب المصلحة
- 6.5.4. خطة التواصل (2)
- 1.6.5.4. الأهداف والمهمة والرؤية والاستراتيجيات والتكتيكات
- 7.5.4. الجدول الزمني والميزانية
- 1.7.5.4. تقييم وقياس النتائج
- 2.7.5.4. القص (Clipping) وعائد الاستثمار
- 8.5.4. تدريب المتحدث الرسمي
- 1.8.5.4. مواجهة المقابلة
- 9.5.4. قاعة المؤتمرات الصحفية
- 1.9.5.4. إدارة الشبكات الاجتماعية على المستوى المؤسسي
- 10.5.4. أنواع الأعمال المؤسسية
- 1.10.5.4. التنظيم والنشر

- 8.4. الحملات الانتخابية ووسائل الإعلام وقرارات التصويت
- 1.6.4. بدون انتخابات، لا توجد ديمقراطية!
- 1.1.6.4. التواصل السياسي مع اشتباكات الرسائل
- 2.6.4. ماذا تفعل الحملات الانتخابية؟
- 1.2.6.4. آثار الحملات الانتخابية على قرارات التصويت والمشاركة السياسية والتسريح
- 3.6.4. بحث عن آثار ووسائل الإعلام والحملات الانتخابية من منظور مقارنة
- 1.3.6.4. المسائل والأهداف والنظريات والنتائج البحثية الرئيسية (وضع جدول الأعمال، وصياغته، وتهيئته)
- 4.6.4. ملف تعريف المرشح: مطلوب مقابل حقيقي
- 5.6.4. تحليل السياق: الحدود، والإطار القانوني، وتقسيم الناخبين
- 6.6.4. تطوير الرسالة الانتخابية: العنصر الحزبي، والعنصر البرنامجي، والعنصر الشخصي، والتوازن الضيق للرسالة الانتخابية
- 7.6.4. إيصال الرسالة الانتخابية (طاء): شعار الأحداث وشعارها وتنظيمها
- 8.6.4. إيصال الرسالة الانتخابية (2): العناية الانتخابية، والعلاقة بين الأحزاب السياسية ووسائل الإعلام، والتسويق المباشر
- 9.6.4. الاتصال الجديد للجهات الفاعلة السياسية ووسائل الإعلام
- 10.6.4. الهجوم على الحملات الانتخابية
- 7.4. المرشحون والاستراتيجيات وتنظيم الحملات الانتخابية
- 1.7.4. القيادة
- 1.1.7.4. المهارات التي يجب أن يكون المرشح ناجحًا
- 2.7.4. تصميم الحملات وتخطيطها
- 1.2.7.4. كيف تقوم بحملة؟
- 2.2.7.4. المراحل تصميم الحملات وتخطيطها وتنفيذها
- 3.7.4. الهيكل التنظيمي للحملة
- 4.7.4. موارد التعبئة
- 1.4.7.4. المركزية مقابل اللامركزية
- 2.4.7.4. الاحتراف مقابل الهواة
- 5.7.4. الاستراتيجيات
- 1.5.7.4. وسائل الإعلام والبرامج والعملاء
- 6.7.4. تنفيذ الحملة
- 1.6.7.4. أدوات التعبئة البدنية: تركز على الاتصال الشخصي بالناخبين مقابل وسائل الإعلام
- 7.7.4. الاستراتيجيات التنظيمية 1
- 1.7.7.4. ركزت الحملات على المرشح مقابل. الحملات التي تركز على الحزب
- 8.7.4. الاستراتيجيات التنظيمية 2
- 1.8.7.4. الحملات المركزة على رأس المال مقابل الحملات المركزة على العمل المكثف
- 9.7.4. البعد الإقليمي للحملات الانتخابية
- 10.7.4. البعد الرقمي للحملات الانتخابية
- 8.4. المواقع والمناظرات والحملات السلبية
- 1.8.4. التحليل الموضوعي كوسيلة لتحديد الاستراتيجيات ومعرفة كيفية إنجاز الحملة
- 2.8.4. الإطار (تحليل الإطار) في دراسة البقع
- 3.8.4. الأنواع التأطير اللفظي والبصري والسمعي
- 4.8.4. ما الجدوى من المناقشات؟
- 5.8.4. صيغ النقاش
- 6.8.4. استراتيجيات الهجوم والدفاع
- 7.8.4. أنماط استطرادية
- 8.8.4. الشعارات
- 9.8.4. الردود
- 10.8.4. الحملة السلبية: تكتيكات الهجوم والهجوم المضاد
- 9.4. تواصل الحكومة والأزمات
- 1.9.4. «حكومة جيدة، لكن التواصل سيئ». تعريف البلاغ الحكومي
- 2.9.4. هدف التواصل الحكومي والسياسة العامة: إضفاء الشرعية بدلاً من الإعلان
- 3.9.4. «أسطورة الحكومة»
- 4.9.4. التحول النموذجي في الإدارة والعمليات المتقاربة
- 5.9.4. الإدارة اليومية مقابل الاستراتيجية المتوسطة الأجل
- 6.9.4. الحكام والعلاقة بين الحكومة والمواطن
- 7.9.4. تعريف الأزمات والصراعات والخلافات
- 8.9.4. الفضائح العامة
- 9.9.4. عملية إدارة السمعة الشخصية والمؤسسية وعلاقتها بالتواصل الحكومي. الطابع الذاتي
- 10.9.4. فرق إدارة الأزمات. عنصر المفاجأة
- 10.4. السياسة في القرن الحادي والعشرين
- 1.10.4. وسائل التواصل الاجتماعي
- 1.1.10.4. ما هي؟ ما هو الغرض منها؟ الإحصائيات والبيانات
- 2.10.4. تحليل وسائل التواصل الاجتماعي (SRA)
- 1.2.10.4. الرسوم البيانية والتأثير والمقاييس
- 3.10.4. أدوات القياس والرصد
- 4.10.4. تقنيات تحديد المواقع والتحسين: OES
- 5.10.4. الإعلان عبر الإنترنت (AdWords) والمنصات الجديدة
- 6.10.4. استراتيجيات لجذب المتابعين
- 7.10.4. استراتيجيات التواصل للنشاط السياسي في الشبكات الاجتماعية في إسبانيا: الوساطة والرصد وعكس اتجاه بناء جدول الأعمال

- 3.5. الخطابة
 - 1.3.5. تعريف البلاغة ومنشأها
 - 1.1.3.5. اليونان
 - 1.1.1.3.5. الخطاب الكلاسيكي لأرسطو
 - 2.1.2.3.5. الروح والشفقة والشعارات
 - 2.1.3.5. روما
 - 1.2.1.3.5. الخطاب بحسب Cicerón
 - 2.2.1.3.5. الإبداع والتصرف والتلفظ والذاكرة والنشاط
 - 3.1.3.5. القرون الوسطى
 - 4.1.3.5. العصر الحديث
 - 2.3.5. السرد أو سرد القصص: قوة الاستعارة
 - 3.3.5. الإقناع والتلاعب
- 4.5. الخطابة
 - 1.4.5. مقدمة إلى الخطابة
 - 2.4.5. التعبير الشفوي
 - 1.2.4.5. مفاتيح أولية
 - 2.2.4.5. اللغة: الكلمات والعبارات والأمور الفنية
 - 3.4.5. التواصل غير اللفظي
 - 1.3.4.5. الإيماءات (الذراعين واليدين)
 - 2.3.4.5. الوجه (ابتسم وانظر)
 - 3.3.4.5. حركة الجسم
 - 1.3.3.4.5. مجالات الاتصال غير اللفظي: البديل والحركي والمعوق
 - 4.4.5. التواصل شبه اللفظي
 - 1.4.4.5. النغمة والتعديل والحجم
 - 2.4.4.5. السرعة والتوقف والعبارات
 - 5.4.5. الجوانب السياقية للتدخل العام
 - 5.5. تشكيل وتحديد صورة السياسي
 - 1.5.5. الخطاب مهم، الصورة مفروضة
 - 1.1.5.5. السياق الشخصي والخلفية
 - 2.1.5.5. المصادقية والكاريزما والسرد
 - 3.1.5.5. العلبس
 - 4.1.5.5. الاتجاهات والسلوك
 - 2.5.5. دمج العنصر العقلاني والعاطفي في الآراء السياسية
 - 1.2.5.5. الرسالة والتواصل العاطفي

- 8.10.4. وضع الحملات وتنفيذها 2,0
- 9.10.4. السياسة الإلكترونية وآثارها على مشاركة الشباب وتعبئتهم ومواطنتهم
- 10.10.4. التحديات والمعضلات: التظليل والتسمم

الوحدة 5. تحليل الخطاب السياسي

- 1.5. الرأي العام والديمقراطية
 - 1.1.5. من الديمقراطية الأثينية إلى الديمقراطية التمثيلية
 - 2.1.5. تنظيم الدولة الديمقراطية
 - 1.2.1.5. تقسيم السلطات وحرية الصحافة
 - 2.2.1.5. نظام الرأي العام
 - 3.2.1.5. حقوق الإنسان والمساواة
 - 3.1.5. دور الرأي العام في النظام الديمقراطي
 - 1.3.1.5. تكوين الرأي العام
 - 2.3.1.5. الاستطلاع الديمقراطي
 - 2.5. السياسة في الكلام
 - 1.2.5. صفات الخطاب
 - 1.1.2.5. الطبقات والأنواع الاستطرادية
 - 2.2.5. ما هو الخطاب السياسي؟
 - 1.2.2.5. هدف الخطاب السياسي
 - 2.2.2.5. الخصائص العامة للخطاب السياسي
 - 3.2.5. الخطاب الاجتماعي
 - 1.3.2.5. مفاهيم التداخل بين الظروف والثقافات وما قبل التكوين
 - 2.3.2.5. ذكريات استطرادية. الهيمنة في نظرية الخطاب
 - 4.2.5. دور وبعد الخطاب السياسي
 - 1.4.2.5. تصنيف الخطابات السياسية
 - 2.4.2.5. البعد الأيديولوجي والسلطة
 - 5.2.5. الشبكات الإذاعية والتلفزيونية والاجتماعية. تطور الخطاب السياسي بمرور الوقت
 - 6.2.5. النظريات النفسية للغة
 - 1.6.2.5. نظرية الاستجابة المعرفية
 - 2.6.2.5. نظرية الأطر العلائقية
 - 3.6.2.5. نظرية التنافر المعرفي

- 3.5.5 أهمية التأطير
- 4.5.5 الشخصية السياسية: صورة السياسي كاستراتيجية انتخابية
 - 1.4.5.5 التلفزيون كوسيلة إعلام
 - 2.4.5.5 تقلص الهويات الاجتماعية والحزبية
 - 3.4.5.5 إضعاف بنية الانقسام
 - 5.5.5 التأثير الانتخابي للزعماء في الديمقراطيات البرلمانية والرئاسية
 - 6.5.5 قيادات جديدة
 - 1.6.5.5 المراجعات النسائية
- 6.5 دور وسائط الإعلام في العملية الانتخابية
 - 1.6.5 الإعلام والسياسة
 - 2.6.5 العمل على توعية المواطنين
 - 1.2.6.5 نشر المعلومات على نحو عادل ومنصف
 - 3.6.5 العلاقات مع الأحزاب السياسية وتغطية الأحداث
 - 1.3.6.5 المساحات والأوقات
 - 2.3.6.5 قافلة من صحفيي الأحزاب
 - 3.3.6.5 تنظيم وتغطية المناقشات الانتخابية
 - 4.6.5 نظريات عن آثار وسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية
 - 1.4.6.5 تأثير وسائط الإعلام على العمليات الانتخابية
 - 5.6.5 استطلاعات الرأي العام والاستطلاعات
 - 1.5.6.5 التنظيم المعياري
- 7.5 الدعاية السياسية والانتخابية
 - 1.7.5 من Pompeya إلى الوقت الحاضر: رحلة تاريخية من خلال الدعاية السياسية
 - 2.7.5 استراتيجيات الاتصال في الدعاية السياسية
 - 1.2.7.5 الحملة السلبية
 - 2.2.7.5 الحملة الإيجابية الاستباقية
 - 3.2.7.5 الحملة العاطفية
 - 3.7.5 تحليل الكلام على الملصقات
 - 1.3.7.5 الحالات في أوروبا
 - 2.3.7.5 الحالات في أمريكا
 - 4.7.5 تحليل الخطاب في المواقع الانتخابية
 - 5.7.5 تحليل الخطاب في الشبكات الاجتماعية
 - 6.7.5 الدعاية المؤسسية
- 8.5 الخطاب السياسي. أدوات للدراسة
 - 1.8.5 التواصل الحكومي مقابل الاتصال الانتخابي
 - 2.8.5 الخطاب السياسي الداخلي والخطاب السياسي الخارجي
 - 1.2.8.5 التدخل البرلماني
 - 2.2.8.5 بيانات شفوية
 - 3.2.8.5 المقابلة
 - 4.2.8.5 التظاهرة
 - 5.2.8.5 المناظرة
 - 3.8.5 الخصائص المحددة للخطاب في المجال السياسي
 - 1.3.8.5 علامات الخطاب
 - 2.3.8.5 التعبيرات اللطيفة والاختلافات
 - 3.3.8.5 مغالطات رسمية وغير رسمية في الكلام
 - 4.3.8.5 الموارد الخطابية المتكررة: الاستعارة السياسية
 - 4.8.5 استخدام وتفسير الموارد العملية الأخرى
 - 1.4.8.5 السخرية والفكاهة والتهمك
 - 9.5 إعداد الخطاب
 - 1.9.5 علماء اللولوغرافيا في اليونان القديمة
 - 1.1.9.5 شخصية كاتب الخطاب (speechwriter)
 - 2.9.5 الطابع الثلاثي الأبعاد للرسالة
 - 1.2.9.5 أهمية القضايا أو المواضيع
 - 3.9.5 استراتيجيات محددة لكتابة الكلام
 - 4.9.5 هيكل الخطاب
 - 1.4.9.5 المقدمة
 - 2.4.9.5 التطوير
 - 3.4.9.5 الإغلاق
 - 4.4.9.5 الأسئلة
 - 5.9.5 الأخطاء الشائعة
 - 1.5.9.5 الشفوية والارتجال
 - 2.5.9.5 المصطلحات الجديدة والكلمات الأجنبية والتقنيات
 - 6.9.5 خطابات عظيمة ومتحدثون عن التاريخ
 - 10.5 لغة شاملة وغير متحيزة جنسيا
 - 1.10.5 أهمية اللغة
 - 2.10.5 اللغة الشاملة وغير المتحيزة جنسياً: التصور والحدود
 - 1.2.10.5 التنظيم المعياري



- 3.10.5. الاستخدام الجنسي للغة
- 1.3.10.5. العمومية المزيفة
- 2.3.10.5. غير متماثل
- 3.3.10.5. حرف الجر للمذكر
- 4.10.5. تقنيات الاستخدام الشامل للغة
- 1.4.10.5. مناقشة تقسيم الكلمات واستخدام عناصر أخرى مثل الخطوط المائلة، والأوباس وحرف العلة«e»
- 5.10.5. لغة شاملة كمطالبة سياسية واجتماعية
- 1.5.10.5. الالتزام بالمساواة بين الجنسين والحركة النسائية
- 6.10.5. لغة شاملة في الإدارة العامة

الوحدة 6. الصحافة السياسية الدولية والهيكل العالمية

- 1.6. السياسة الدولية
 - 1.1.6. أمريكا اللاتينية
 - 2.1.6. الولايات المتحدة الأمريكية
 - 3.1.6. الصين
 - 4.1.6. روسيا
 - 5.1.6. الشرق الأوسط والمغرب العربي
 - 6.1.6. أوروبا
 - 7.1.6. أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى
- 2.6. العولمة
 - 1.2.6. مفاهيم العولمة / الشمولية / العالمية
 - 2.2.6. موجات العولمة
 - 3.2.6. التواصل الدولي
 - 1.3.2.6. دور التواصل في العولمة
 - 4.2.6. الثقافات في العولمة والهويات فوق الوطنية
- 3.6. الهيئات الدولية الرئيسية والهيئات فوق الوطنية
 - 1.3.6. الاتحاد الأوروبي EU
 - 2.3.6. الأمم المتحدة UNO
 - 4.6. الهيئات الدولية الأخرى
 - 1.4.6. منظمة حلف الشمال الأطلسي NATO
 - 2.4.6. منظمة الأمن والتعاون في أوروبا. ECSO
 - 3.4.6. منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. EDCO
 - 4.4.6. رابطة أمم جنوب شرق آسيا NAESA
 - 5.4.6. الاتحاد الأفريقي

- 5.6 الصراعات الدولية المفتوحة أو الأخيرة والإرهاب الدولي
 - 1.5.6 الشرق الأوسط (العراق، أفغانستان، سوريا، اليمن)
 - 2.5.6 الصراع العربي - الإسرائيلي
 - 3.5.6 حرب البلقان
 - 4.5.6 هونغ كونغ وتايوان
 - 5.5.6 حرب العصابات في كولومبيا
 - 6.5.6 القاعدة وداعش
- 6.6 أنواع الأنظمة في جميع أنحاء العالم
 - 1.6.6 أنواع الأنظمة اليوم
 - 2.6.6 قياس الأنظمة
 - 3.6.6 تقرير الدولة وتقييم المخاطر
- 7.6 حقوق الإنسان والمساعدات الدولية والتعاون التنموي
 - 1.7.6 الإعلان العالمي لحقوق الإنسان
 - 2.7.6 حقوق الإنسان على الصعيد الأوروبي
 - 1.2.7.6 اتفاقية حماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية
 - 3.7.6 منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي
- 8.6 الحركات الاجتماعية من الستينيات إلى الوقت الحاضر والتغيرات في التغطية الإعلامية
 - 1.8.6 ماي 8691
 - 2.8.6 حركة hippie
 - 3.8.6 الحريات المدنية
 - 4.8.6 سقوط جدار برلين
 - 5.8.6 8 مارس
 - 6.8.6 الجمعة من أجل المستقبل (Future for Fridays)
 - 7.8.6 حركة حياة السود مهمة (Matter Lives Black)
- 9.6 التغطية الإعلامية للسياسات الجديدة والشعبيات الجديدة
 - 1.9.6 Trump Donald
 - 2.9.6 Bolsonaro
 - 3.9.6 خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي (Brexit)
- 10.6 النظام البيئي الدولي
 - 1.10.6 المشاكل البيئية العالمية
 - 2.10.6 الجهات الفاعلة الدولية المعنية
 - 3.10.6 التنمية المستدامة (من مؤتمر ستوكهولم إلى جدول أعمال 2030)
 - 4.10.6 اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ (CCCNU)



الوحدة 7. الاتصال في إطار التنوع ونوع الجنس

- 1.7. الاتصال والتنوع: النهج المفاهيمي
 - 1.1.7. هل هناك تمييز في وسائل الإعلام؟
 - 2.1.7. الاختفاء هو أيضًا تمييز
- 2.7. التواصل الشامل
 - 1.2.7. التكامل والشمول
 - 2.2.7. لماذا هو مهم؟
- 3.7. تطور اللغة في وسائط الإعلام
 - 1.3.7. التغييرات في التواصل
 - 2.3.7. من التجانس إلى التباين
- 4.7. الأنظمة المتعلقة بالتنوع في التواصل السياسي
 - 1.4.7. حدود حرية التعبير
 - 2.4.7. أنواع الأنظمة
- 5.7. النساء السياسيات في وسائل الإعلام
 - 1.5.7. السقف الزجاجي في التواصل
- 6.7. معاملة وسائط الإعلام للتنوع الجنسي والجنساني
 - 1.6.7. ما وراء الصور النمطية
- 7.7. العنصرية والتنوع الثقافي
 - 1.7.7. من الإغفال إلى عدم الأهلية
 - 2.7.7. متى تنتمي؟
- 8.7. إبراز الحركات الاجتماعية
 - 1.8.7. قيمة الرؤية
 - 2.8.7. التعايش في الأماكن العامة
- 9.7. أخذ المساحات الإعلامية
 - 1.9.7. نقل المساحات إلى الفئات الضعيفة
 - 2.9.7. أهمية أخذ المساحة
- 10.7. دليل الممارسات الجيدة
 - 1.10.7. المسؤولية الاجتماعية لوسائط الإعلام
 - 2.10.7. الممارسات الجيدة للمهنيين

الوحدة 8. تحليل وإدارة الشبكات الاجتماعية للتأثير والتواصل

- 1.8. مرحبا بكم في xirtam.. تاريخ الشبكات
 - 1.1.8. قصة حديثة جداً: من أين تأتي الشبكات الاجتماعية (SSRR)؟
 - 2.1.8. كيف تم استخدامها في التاريخ السياسي؟
- 2.8. ما هي الشبكة الاجتماعية؟
 - 1.2.8. المفاهيم المتقدمة للشبكات الاجتماعية
 - 2.2.8. ماذا عن خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي؟
 - 3.2.8. خوارزمية لكل شبكة اجتماعية. كيف تعمل
 - 4.2.8. نظرية الشبكات الاجتماعية
- 3.8. ما هي الشبكات الاجتماعية السياسية؟
 - 1.3.8. الشبكات الاجتماعية الرئيسية للتواصل السياسي
 - 2.3.8. رسالة: WhatsApp و Telegram و Signal وغيرها
 - 3.3.8. الشبكات الجماهيرية: Facebook, Twitter, Instagram
 - 4.3.8. ما هو قادم: Tik Tok
 - 5.3.8. الشبكات الأيديولوجية: BAG
- 4.8. هل تم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل جيد؟
 - 1.4.8. دليل مستخدم لشبكات اجتماعية مختلفة
 - 2.4.8. أخطاء متكررة في الشبكات الاجتماعية
 - 3.4.8. أمثلة على الاستخدام الجيد للتواصل للشبكات الاجتماعية
- 5.8. استكشاف وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي
 - 1.5.8. ما فائدة استكشاف وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي؟
 - 2.5.8. كيف نفعل ذلك؟
 - 3.5.8. الأدوات العملية
- 6.8. المؤثرون T. srecneulfn التحقق من الشبكات
 - 1.6.8. كيف تغير انتشار السياسة مع الشبكات الاجتماعية؟
 - 2.6.8. كل هذا صحيح حتى تتمكن من إثبات ذلك
 - 3.6.8. كيفية التحقق من الأخبار المزيفة والمقارنة بينها على الشبكات؟
 - 4.6.8. أدوات التحقق
 - 5.6.8. كيف تتعامل كل شبكة اجتماعية مع السياسة؟
- 7.8. قياس وسائل التواصل الاجتماعي والإبلاغ عنها (SS.RR)
 - 1.7.8. لماذا القياس على وسائل التواصل الاجتماعي؟
 - 2.7.8. كيف نقيس تأثيرنا على الشبكات الاجتماعية؟
 - 3.7.8. أدوات القياس والرصد
 - 4.7.8. شرح ما قمنا بقياسه للخبراء وليس الخبراء

- 4.9 المطبخ الانتخابي
 - 1.4.9 عناصر المطبخ الانتخابي
 - 1.1.4.9 نية التصويت
 - 2.1.4.9 التعاطف
 - 3.1.4.9 ذكرى التصويت
 - 2.4.9 الناخب المخلص
 - 3.4.9 الصوت المتردد
 - 4.4.9 الامتناع عن التصويت في إسبانيا
 - 5.4.9 المؤشرات المفيدة الأخرى للتصويت
 - 6.4.9 هل من الخطأ «طهي» البيانات؟
 - 5.9 Data Big
 - 1.5.9 ما هي Data Big ؟
 - 2.5.9 البيانات في الشبكات الاجتماعية
 - 3.5.9 تجسير وترابط (Bridging و bonding) رأس المال الاجتماعي
 - 4.5.9 المعلومات - مضللة
 - 1.4.5.9 الروبوتات
 - 2.4.5.9 غرفة الصدى
 - 3.4.5.9 الأخبار الكاذبة
 - 4.4.5.9 معالجة اللغة الطبيعية (PLN). وما بعدها ؟
 - 6.9 البيانات الانتخابية
 - 1.6.9 البيانات كأداة سياسية
 - 1.1.6.9 التجزئة
 - 2.6.9 بيانات الحملات الانتخابية في العالم
 - 3.6.9 المعلومات المفرطة: مشكلة أم ميزة ؟
 - 4.6.9 نحو الأخلاقيات في استخدام البيانات
 - 7.9 البيانات والرأي العام
 - 1.7.9 النقاش العام كمجلس إدارة
 - 2.7.9 الهدف: وضع جدول الأعمال
 - 3.7.9 البيانات ووسائل الإعلام
 - 4.7.9 الناخبين
 - 5.7.9 فقدان المصداقية
 - 6.7.9 طرق أخرى لتحليل الرأي العام: دراسات نوعية

- 8.8 إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي (SS.RR)
 - 1.8.8 هل الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي مفيد ؟
 - 2.8.8 الإعلان السياسي على الشبكات الاجتماعية
- 9.8 gathsah، الابتكار في الشبكات الاجتماعية
 - 1.9.8 الابتكار في التواصل السياسية في الشبكات
 - 2.9.8 نهج للسياسة في Tik Tok والتطبيقات الأخرى التي تقدم بالفعل سياسات تواصلية
- 10.8 مستقبل الشبكات الاجتماعية (SS.RR)
 - 1.10.8 تكنولوجيا المستقبل والشبكات والابتكار في مجال التواصل
 - 2.10.8 استكشاف التواصل السياسي في الشبكات الاجتماعية

الوحدة 9. تحليل البيانات السياسية والتنظير

- 1.9 البيانات والسياسة
 - 1.1.9 إدخال البيانات في السياسات
 - 2.1.9 استطلاعات الرأي الأولى والاستقصاءات الانتخابية
 - 3.1.9 القرن العشرين وتوسع البيانات
 - 4.1.9 أنواع البيانات: منظمة وغير منظمة
 - 5.1.9 الديموسكوبي والرأي العام
 - 6.1.9 مصادر البيانات: من الإدارة إلى الشبكات
- 2.9 وضع دراسات استقصائية
 - 1.2.9 استخراج البيانات: المسح والمسح
 - 2.2.9 الأساليب والأدوات
 - 3.2.9 العينات
 - 4.2.9 تمثيل العينة وتوزيعها عشوائياً
- 3.9 إمكانية التنوُّب بالدراسات الاستقصائية
 - 1.3.9 ماذا يخبئنا الاستطلاع ؟
 - 2.3.9 فترات الثقة وهوامش الخطأ
 - 3.3.9 الاتجاه ومناخ الرأي
 - 4.3.9 الأمثلة الحديثة
 - 1.4.3.9 خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي (Brexit)
 - 2.4.3.9 pmurT
 - 3.4.3.9 كولومبيا
 - 4.4.3.9 إسبانيا

- 8.9. العرض المرئي للمعلومات
- 1.8.9. الإبلاغ الفعال للبيانات
- 2.8.9. التوصيات الجمالية للرسومات والرسوم التوضيحية
- 3.8.9. الخرائط والتصورات الجغرافية
- 4.8.9. الممارسات السيئة في تصور البيانات
- 9.9. فهم إسبانيا من البيانات
- 1.9.9. البعد القومي
- 2.9.9. الشراكة بين الحزبين وظهور أحزاب جديدة
- 3.9.9. المشاركة السياسية والامتناع عن التصويت
- 4.9.9. ثغرتان تفصل بيننا: الجنس والجيل
- 10.9. العالم في عصر البيانات
- 1.10.9. الأخبار الزائفة
- 2.10.9. المزيد من المعلومات والمزيد من الاستقطاب
- 1.2.10.9. أشكال جديدة من الاحتجاج
- 2.2.10.9. العولمة: الفيل الموجود في الغرفة
- 3.10.9. أزماتنا تعرفنا: الاقتصاد والثقافة
- 1.10. صحافة المصدر وأخلاقيات المهنة والأخبار الكاذبة (Fake News)
- 1.10. مصادر المعلومات في الصحافة السياسية
- 1.1.10. شرعية وسائل الإعلام
- 2.1.10. علاقة الصحفي بالأحزاب السياسية
- 1.2.1.10. العلاقة مع الحزب
- 2.2.1.10. العلاقة مع السياسي
- 3.1.10. علاقة الصحفي بالمؤسسات
- 1.3.1.10. العلاقة مع إدارات التواصل
- 4.1.10. المشاكل المتعلقة بالمصادر
- 2.10. الحدود الحقيقية والقانونية للصحافة السياسية
- 1.2.10. الأسس المطبقة للحق في المعلومات
- 2.2.10. الموارد السياسية للصحفيين
- 3.2.10. مواجهة السلطة السياسية مع السلطة الإعلامية
- 3.10. أخلاقيات المهنة
- 1.3.10. الضمير
- 1.1.3.10. المعضلة الأخلاقية والضمير الأخلاقي
- 2.1.3.10. مشاكل الضمير
- 2.3.10. توفير العدالة لمهنيي التواصل السياسي
- 3.3.10. الأخلاقيات العامة المطبقة على الأخلاقيات المهنية
- 4.3.10. المهنة والسلوك المهني
- 5.3.10. المسؤولية عن عواقب المعلومات
- 6.3.10. التنظيم الذاتي والرقابة الذاتية
- 7.3.10. قواعد الأخلاق
- 1.7.3.10. المبادئ الدولية لأخلاقيات مهنة الصحافة
- 2.7.3.10. إعلان المبادئ بشأن سلوك الصحفيين
- 3.7.3.10. قرار مجلس أوروبا رقم 0103 بشأن أخلاقيات الصحافة
- 4.7.3.10. مدونة أخلاقيات اتحاد رابطات الصحفيين في إسبانيا
- 4.10. الأخلاق الصحفية في الأداء الحقيقي للصحفي السياسي
- 1.4.10. السياق الحالي. انعدام الأخلاق؟
- 1.1.4.10. أداء وسائط الإعلام
- 2.1.4.10. أداء الأحزاب
- 3.1.4.10. عمل السياسيين
- 2.4.10. المشاكل الأخلاقية في المعلومات السياسية الحالية
- 3.4.10. الصحفي السياسي في مواجهة الرقابة الذاتية
- 1.3.4.10. الأمثلة
- 4.4.10. الاختلافات الأيديولوجية مع المنشور نفسه
- 5.10. عصر الأخبار الكاذبة
- 1.5.10. ظهور الخدعة مع ظهور الصحافة
- 1.1.5.10. الاضطرار وتطوره
- 2.5.10. الاستغلال السياسي التاريخي للمعلومات المضللة
- 3.5.10. لماذا اشتدت الأخبار الكاذبة في العقود الأخيرة
- 1.3.5.10. في الولايات المتحدة الأمريكية
- 2.3.5.10. في أوروبا
- 3.3.5.10. في إسبانيا
- 4.5.10. معلومات خاطئة متعمدة من المصادر
- 6.10. معلومات احتيالية وخدع في الصحافة السياسية
- 1.6.10. السياسة والمعلومات المضللة. مشكلة للصحفي
- 1.1.6.10. الولايات المتحدة الأمريكية ورفض وسائل الإعلام
- 2.1.6.10. إسبانيا والإلغاء السياسي التدريجي لوسائل الإعلام العامة والخاصة
- 2.6.10. وسائل الإعلام المضللة
- 3.6.10. نتائج وفوائد المعلومات المضللة

- 10.10 . الصحفي المتحقق مقابل محرر الخدعة
- 1.10.10 . الرؤية الفكرية لعمليات التظليل
- 2.10.10 . التلاعب المهني ضد التلاعب الكيدي
- 3.10.10 . الفوز بالسباق إلى الخدعة
- 1.3.10.10 . الدفاع عن الصحافة الأخلاقية والمنتقضة
- 2.3.10.10 . الرفض المهني لوسائل الإعلام التي تنشر الأخبار الكاذبة
- 4.10.10 . مستقبل الصحافة السياسية

- 7.10 . التباين بين المعلومات والتحقق
- 1.7.10 . التحقق و شركات التحقق من الواقع (Checking Fact)
- 1.1.7.10 . دولي
- 2.1.7.10 . وطني Maldita و Newtral
- 2.7.10 . التحقق المؤسسي
- 3.7.10 . أعمال التحقق التي تقوم بها وسائط الإعلام
- 1.3.7.10 . المحرر المتحقق
- 2.3.7.10 . تنفيذ التحقق في وسائط الإعلام التقليدية
- 4.7.10 . التحقق المعتمد من جانب الأطراف
- 8.10 . التشريع المناهض للتظليل: الرقابة أو الاستحقاقات
- 1.8.10 . المبادرات التشريعية بشأن المعلومات المضللة
- 1.1.8.10 . الولايات المتحدة الأمريكية
- 2.1.8.10 . أوروبا
- 2.8.10 . إمكانيات التحقق المؤسسي كسلاح ضد الخدعة
- 1.2.8.10 . الأحزاب
- 2.2.8.10 . المؤسسات
- 3.8.10 . الرأي العام بشأن التحقق الرسمي
- 4.8.10 . الخيارات التشريعية المستقبلية ضد المعلومات المضللة
- 1.4.8.10 . دولية
- 2.4.8.10 . في إسبانيا
- 5.8.10 . خطر الرقابة
- 9.10 . مستقبل المعلومات المضللة
- 1.9.10 . عمليات المعلومات في المستقبل
- 1.1.9.10 . في وسائل الإعلام
- 2.1.9.10 . في المصادر
- 3.1.9.10 . عند المتلقي
- 2.9.10 . أفكار صحفية حول القضاء على الأخبار الكاذبة
- 3.9.10 . انتشار الشبكات الاجتماعية (SSRR) في انتشار أو قطع التيار
- 4.9.10 . المجتمع ضد المعلومات المضللة
- 1.4.9.10 . للاختبارات المهنية
- 2.4.9.10 . الخيارات الاجتماعية

تجربة تدريبية فريدة ورئيسية وحاسمة
لتعزيز تطور المهني

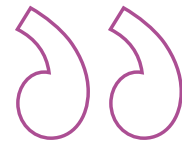


المنهجية

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.

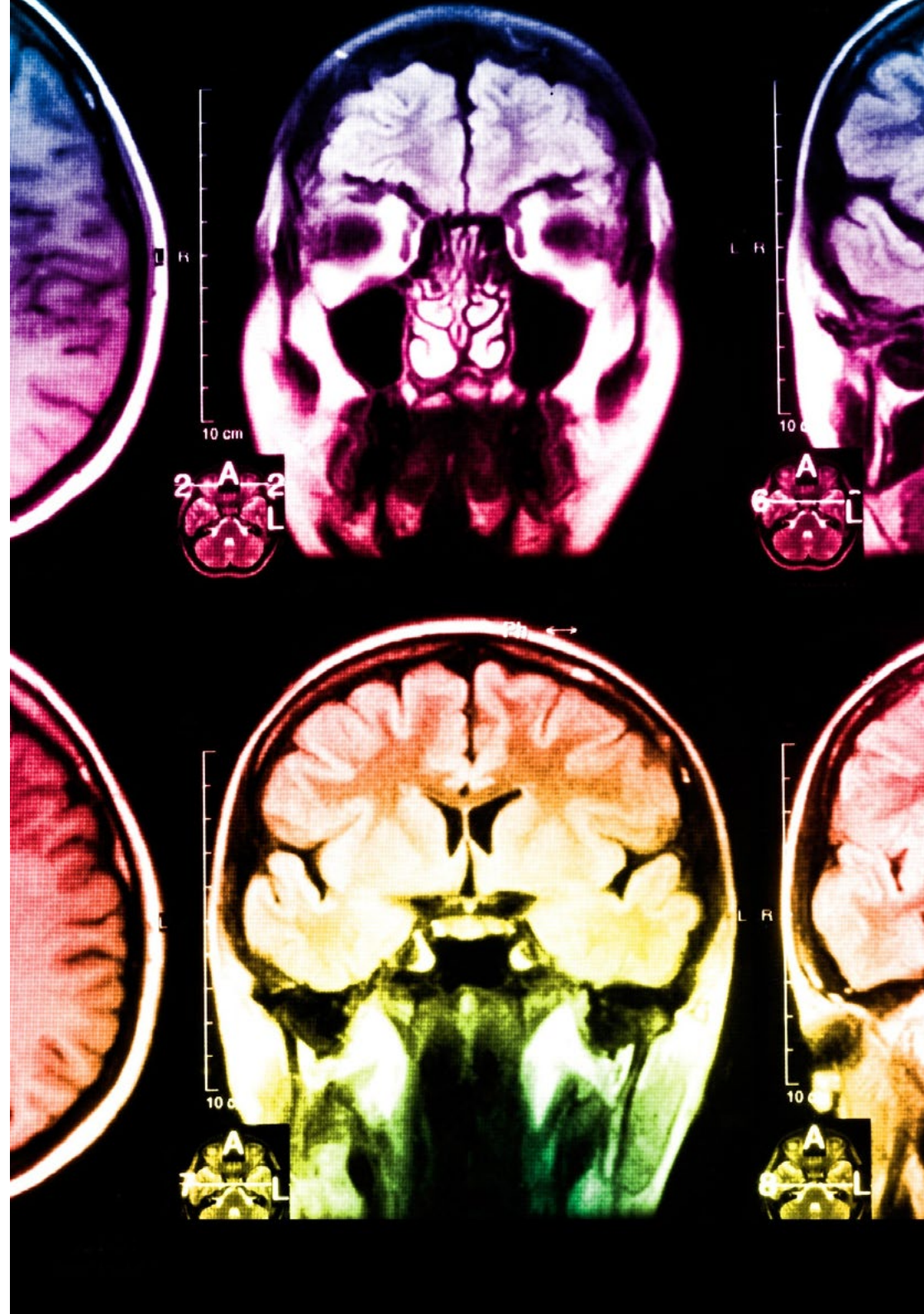
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

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.

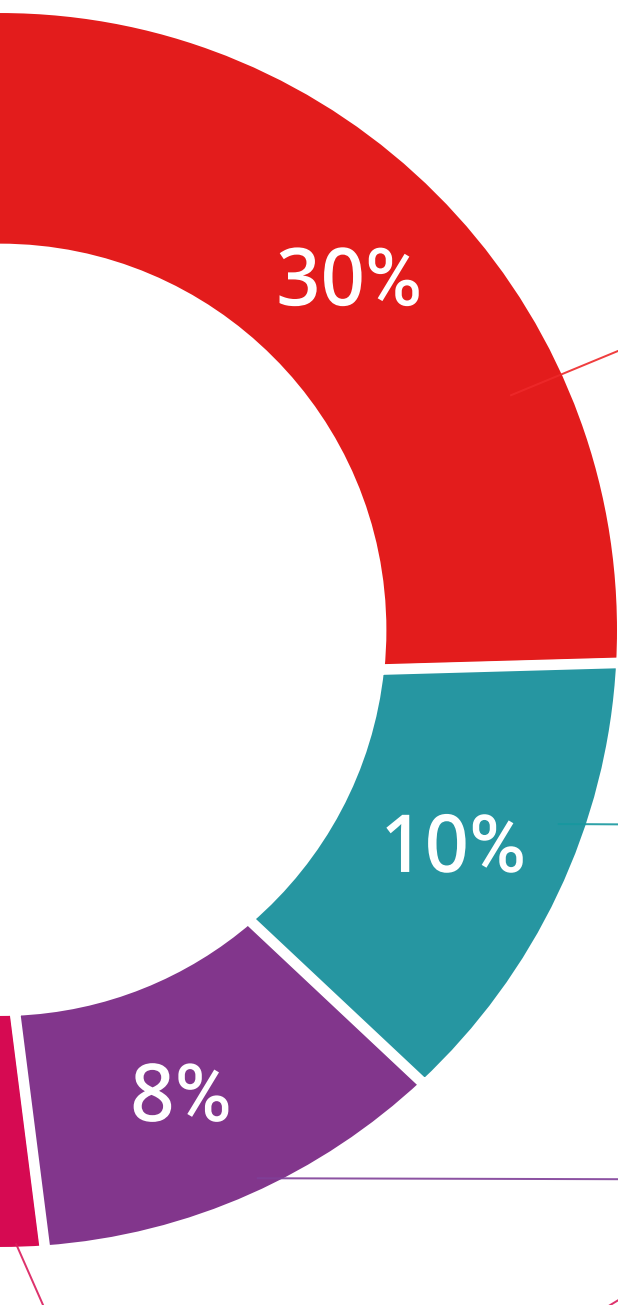
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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.

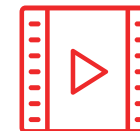
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



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 وملموحًا 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.



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.



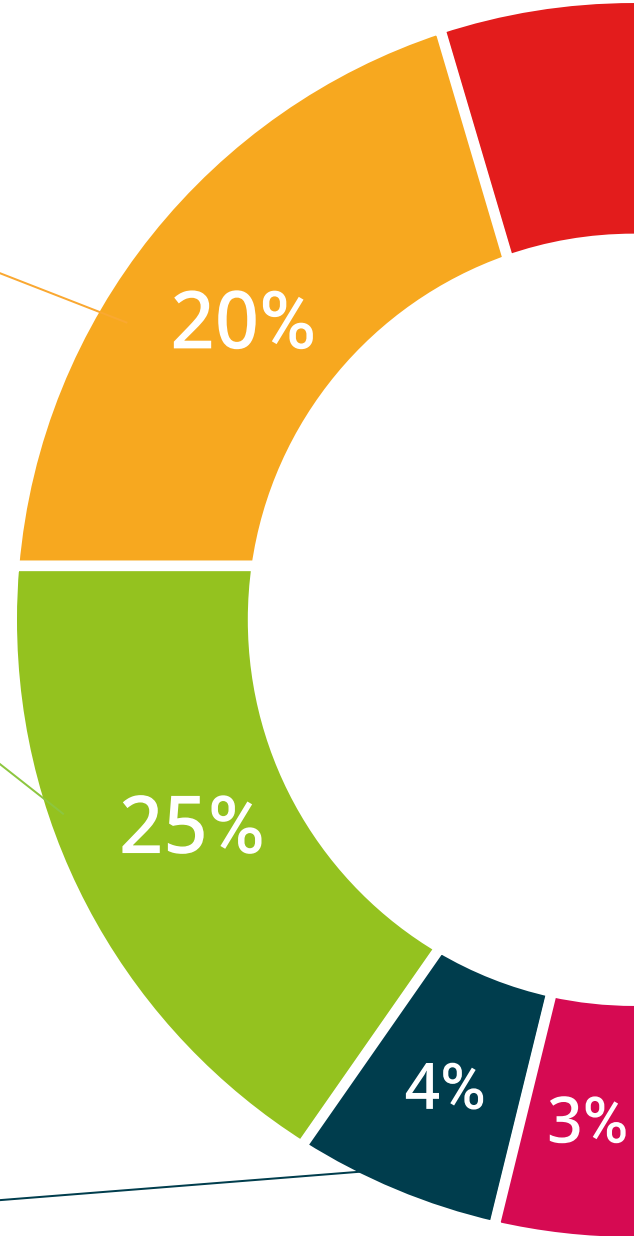
ملخصات تفاعلية

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 درجة الماجستير الخاصي الصحافة السياسية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على درجة ماجستير خاص المادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية 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 البرنامج الأكاديمي وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في الصحافة السياسية

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 1500 ساعة

يحتوي ماجستير خاص في الصحافة السياسية على البرنامج الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل ماجستير خاص الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

ماجستير خاص في الصحافة السياسية

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
النظيفة	عدد الساعات	نوع المادة	عدد الساعات
إحدى	150	1* الصحافة السياسية والدعاية وملتقى الفكر	
إحدى	150	1* الترويجيات والتأريخ	
إحدى	150	1* التعمير، ترميم، الترميم والبيئات السياسية	1500
إحدى	150	1* التواصل السياسي والسياسي	0
إحدى	150	1* تحليل الخطاب السياسي	0
إحدى	150	1* الصحافة السياسية الدولية والهيكل المتكامل	0
إحدى	150	1* التعامل في إطار النوع وروح الخس	0
إحدى	150	1* تحليل وزارة الشركات الاجتماعية للتأثير والتواصل	0
إحدى	150	1* تحليل البيئات السياسية والتأثير	0
إحدى	150	1* صحافة المصدر والخطبات المصنفة والتأثير الكاذب (Fake News)	الإجمالي 1500

tech الجامعة التكنولوجية

Tere Guevara Navarro
Tere Guevara Navarro / د. أ.
رئيس الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنوحة إلى

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج ماجستير خاص في الأداء الرياضي العالي

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
Tere Guevara Navarro / د. أ.
رئيس الجامعة

AFW0R208 technite.com/certificates

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

tech الجامعة
التكنولوجية

الحاضر

الابتكار

الحاضر

الجودة

ماجستير خاص

الصحافة السياسية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

ماجستير خاص الصحافة السياسية