

ماجستير خاص

أبحاث في التواصل: مواضيع
جديدة ووسائل الإعلام والجمهور

tech الجامعة
التكنولوجية



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير خاص

أبحاث في التواصل: مواضيع
جديدة ووسائل الإعلام والجمهور

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 8 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

« رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/journalism-communication/professional-master-degree/master-research-communication-new-topics-media-audiences

الفهرس

01

المقدمة

صفحة 4

02

الأهداف

صفحة 8

03

الكفاءات

صفحة 12

04

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 16

05

الهيكل والمحتوى

صفحة 20

06

المنهجية

صفحة 32

07

المؤهل العلمي

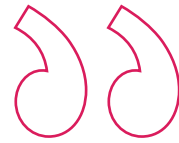
صفحة 40

المقدمة

واحدة من نقاط الضعف الرئيسية في عالم أبحاث التواصل هي الافتقار لتدريب محدد لدى العديد من المهنيين في هذا المجال. يتم الآن استكمال الأشكال التقليدية للوسائط، الكلاسيكية مثل التلفزيون والسينما، بأشكال جديدة من الاستهلاك والتواصل: نيتفليكس (Netflix)، (HBO)، وأمازون برايم (Amazon Prime). يخصص هذا الماجستير الخاص الطلاب في المراحل التي ينطوي عليها إنشاء مشروع بحثي عملي وقوي. سيتعلمون كيفية اختيار أفضل مقاربة اعتمادًا على الغايات المنشودة من المشروع، والتمييز بين الأدوات المناسبة لجمع المعلومات ونشر المنتج النهائي في نهاية المطاف.



التعرف على كيفية تطوير مشروع بحثي كامل وراسخ في مجال التواصل، ودمج الأدوات المناسبة للنماذج التقليدية والأماط الجديدة”



البحث في علوم التواصل له بروتوكولاته الخاصة. تعلم اختيار أفضل نهج اعتماداً على الغايات المنشودة من المشروع، بالإضافة إلى تحديد وإتقان الأدوات المناسبة لتطويره، ليس بالمهمة السهلة: سرعة التطور التكنولوجي، من ناحية، تجر المهني على التواصل المستمر مع الابتكار؛ ومن ناحية أخرى، التغيير في ملفات تعريف المستهلك، المواقف والتوقعات يعني أن الرسالة نفسها وواقعها يتغيران الآن ويختلفان اعتماداً على المتغيرات المتعددة.

في هذا الماجستير الخاص، سيتم إرشاد الطلاب بشكل منهجي في جميع جوانب مجال العمل. سيتم التعامل مع الطرق التقليدية لإجراء البحث في وسائل إعلام معروفة، مثل التلفزيون والسينما، من خلال إضافة جديدة وناجحة: التلفزيون حسب الطلب. سيدرس الطلاب الاختلافات في نماذج التواصل والتمثيلات الأكثر نجاحاً: نيتفليكس (Netflix)، (HBO)، وأمازون برايم (Amazon Prime)، لفهم رموز التواصل الجديدة وأشكال الاستهلاك.

سيتم التطرق أيضاً للأخلاقيات وهو جانب غالباً ما يكون غائباً في برامج التدريب الأخرى. ومع ذلك، فهو عنصر أساسي عند معالجة المعضلات الأخلاقية في البيئات التواصلية: الحدود والمسؤوليات التي ينطوي عليها إنشاء المعلومات والمحتوى.

على الرغم من ذلك، في ما يسمى بعصر المعلومات، غالباً ما يؤدي عدم تطوير مهارات التفكير الرقمي وإدارة المعلومات بشكل صحيح إلى حقائق غامضة، تكهنات وآراء لا أساس لها حيث نكرها دون التحقق المناسب. لهذا، سيتم أيضاً معالجة الخوارزميات الأساسية التي تحمي المستهلكين من ما يسمى بظاهرة الأخبار الزائفة.

عند دراسة التواصل، من الضروري فهم تطور الإعلام والرموز المستخدمة في كل صيغة. يبرز فيسبوك (Facebook)، إنستغرام (Instagram)، تويتر (Twitter)، ويوتيوب (YouTube) كأماكن جديدة يتفاعل فيها المجتمع.

اليوم، وكما هو الحال دائماً، لا يوجد بحث لم يتم توفيره في الإعدادات المناسبة. لذلك، من الضروري معرفة الآليات والإعدادات المناسبة والمتاحة لنشر البحث في مؤتمرات التواصل، الندوات، الدعوات للأوراق العلمية، المجلات المشاريع المحولة، إلخ.

كعنصر جديد، يشتمل البرنامج على مهارات قيادية عاكسة، مع استراتيجيات يجب اتباعها من أجل تحديد فرص التغيير والعمل وإبراز العمل المنجز.

ستتجسد كل هذه المعرفة في مشروع بحثي سليم نظرياً وصارم من الناحية العلمية والذي سيشكل المنتج النهائي لبرنامج الماجستير هذا. خلال المشروع، سيتم دعم الطلاب والإشراف عليهم من قبل خبراء، الذين سيساعدون أيضاً في تحديد والعثور على المكان الأنسب لتقديم المشروع.

هذا الماجستير الخاص في بحث في التواصل: يتضمن مواضيع جديدة، وسائل الإعلام والجمهور البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدانية في السوق. من أهم الميزات ما يلي:

- ♦ أحدث التقنيات في برامج التدريس عبر الإنترنت
- ♦ نظام تعليمي مرئي للغاية، مدعوم بمحتويات رسومية وتخطيطية يسهل استيعابها وفهمها
- ♦ حالات عملية يعرضها الخبراء الممارسون
- ♦ أحدث أنظمة الفيديو التفاعلي
- ♦ التدريس المدعوم بالتطبيق عن بعد
- ♦ التحديث المستمر وأنظمة إعادة التدوير
- ♦ التعلم الذاتي: التوافق التام مع المهن الأخرى
- ♦ تمارين عملية للتقييم الذاتي والتحقق من التعلم
- ♦ مجموعات الدعم والتأزر التربوي: أسئلة إلى الخبراء ومنتديات النقاش والمعرفة
- ♦ التواصل مع الأستاذ والتفكير الفردي
- ♦ المحتوى الذي يمكن الوصول إليه من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت
- ♦ قواعد بيانات التوثيق التكميلية متاحة بشكل دائم، حتى بعد المحاضرة الجامعية



طور مهاراتك البحثية وتعلم كيفية تحديد العقد المواضيعية والمشاكل في
البيئات اليومية”

يتناول البرنامج أهم المواضيع والوسائل الإعلامية السائدة في مجال التواصل اليوم: الإنترنت وجميع وسائل الإعلام الموجودة به.

محاضرة جامعية عملية وحقيقية ستمنحك الأدوات اللازمة لنشر منتجاتك وإبرازها فور إكمالها.

تجربة تعليمية سياقية وحقيقية ستجعلك قادراً على تطبيقها من خلال مهارات وكفاءات جديدة”



يتكون طاقمنا التدريسي من مهنيين عاملين. بهذه الطريقة، نضمن تزويدك بتحديث التدريب الذي نهدف إليه. فريق متعدد التخصصات من الأساتذة المدربين وذوي الخبرة في بيئات مختلفة والذين سيغطون المعرفة النظرية بطريقة فعالة، ولكن قبل كل شيء، سيضعون المعرفة العملية المستمدة من تجربتهم الخاصة في خدمة البرنامج: إحدى صفاته التفاضلية.

ويكتمل هذا التمكن من الموضوع بفاعلية المنهجية المستخدمة في تصميم هذا الماجستير الخاص. تم تطويره بواسطة فريق متعدد التخصصات من خبراء التعلم، الإلكتروني وهو يدمج أحدث التطورات في تكنولوجيا التعليم. بهذه الطريقة، ستتمكن من الدراسة باستخدام مجموعة من أدوات الوسائط المتعددة المرحة ومتعددة الاستخدامات والتي ستمنحك قابلية التشغيل التي تحتاجها في تدريبك.

يعتمد تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات: وهو نهج يعتبر التعلم كعملية تطبيقية للغاية. لتحقيق ذلك عن بعد، سنستخدم التعلم عبر الممارسة عن بعد: بمساعدة نظام فيديو تفاعلي مبتكر، والتعلم من خبير، ستتمكن من اكتساب المعرفة كما لو كنت تواجه السيناريو الذي تتعلمه في تلك اللحظة. مفهوم يسمح لك بدمج التعلم وإصلاحه بطريقة واقعية ودائمة أكثر.



الأهداف

هدفنا هو إعداد المهنيين المؤهلين لخبرة العمل. هدف يتم استكمالها بطريقة عالمية من خلال تعزيز التنمية البشرية التي تضع الأسس لمجتمع أفضل. يركز هذا الهدف على مساعدة المهنيين الطبيين للوصول إلى مستوى أعلى بكثير من الخبرة والتحكم. هدف ستمكن من تحقيقه في غضون ستة أشهر فقط، من خلال محاضرة جامعية مكثفة ودقيقة للغاية.





خلال هذا الماجستير الخاص، ستكتسب القدرة على تحديد المواقف الإشكالية
وفرص البحث وكيفية معالجتها بشكل احترافي وبالأدوات المناسبة "



الأهداف العامة



- ♦ تعلم كيفية طرح مشاكل البحث
- ♦ بلورة الأطر السياقية
- ♦ بناء النماذج والتحقق من صحتها
- ♦ إنشاء والتحقق من صحة أدوات جمع البيانات
- ♦ تقنيات تحليل البيانات الرئيسية
- ♦ تعلم هيكله النصوص الأكاديمية والعلمية
- ♦ الكتابة الأكاديمية والعلمية للمجستير
- ♦ تعلم كيفية المشاركة في الاجتماعات العلمية وإظهار النتائج
- ♦ تطوير إدارة المعلومات، التفكير النقدي ومهارات حل المشكلات

طور المهارات التواصلية والسقالات التنظيمية لنشر وإبراز إنتاج عالي الجودة في أكبر قدر من السيناريوهات الاجتماعية والأكاديمية "





الوحدة 1. منهجية البحث: وجهات نظر ونماذج

- ♦ مقارنة وتمييز المنهجيات والأساليب المختلفة في البحث واختيار الأنسب للمشروع البحثي
- ♦ اختيار المنهجية المناسبة حسب طبيعة البحث المراد إجراؤه

الوحدة 2. البحث في السينما والتلفزيون والإعلام الجديد (نيتفليكس (Netflix)، (HBO)، أمازون برايم (Amazon Prime)، إلخ).

- ♦ تحديد مجالات البحث الجديدة في مجال التواصل وإمكانياتها للمشاركة الجديدة
- ♦ تحديد مجال البحث المناسب لتصوره، التحقق من صحته ونشره

الوحدة 3. الأخلاق وصنع القرار للمتصلين

- ♦ تقدير الجوانب الأخلاقية المرتبطة بعمليات التواصل
- ♦ التعرف على أهمية تطبيق المبادئ الأخلاقية الأساسية في العالم المعاصر

الوحدة 4. قوة الرأي وأزمة التواصل

- ♦ التمييز بين خصوصيات عمليات التواصل في العالم المعاصر والعناصر التي تقوض صحة كل حقيقة إعلامية
- ♦ التمييز بين المعلومات الصادقة والمعلومات التي تم التلاعب بها

الوحدة 5. البيئات الرقمية وعمليات التواصل

- ♦ اكتشاف فرص البحث والتواصل في وسائل الاتصال الجديدة والرؤية المحتملة للمنتجات المتولدة
- ♦ التمييز بين قدرات وإمكانيات وسائل الإعلام الجديدة الأكثر شيوعاً لتوليد علاقات ناجحة في البيئات الاجتماعية والثقافية

الوحدة 6. الأحدث في أبحاث التواصل

- ♦ فهم وسائل الاتصال الجديدة وتعقيدها البيئي
- ♦ معرفة وتطبيق المعايير اللازمة لوضع وسائل الاتصال الجديدة في ضوء إيجابي

الوحدة 7. وسائل الاتصال الجديدة في القرن الحادي والعشرين

- ♦ تمييز إعدادات الاتصال الجديدة ورموزها لاستخدامها كهدف للدراسة وسياق للعمل
- ♦ فهم أهمية وسائل الاتصال والمساحات الجديدة وصحتها

الوحدة 8. البحث والنشر

- ♦ اكتشاف السيناريوهات والفرص المختلفة لتقديم أبحاث التواصل
- ♦ الاستفادة من أنسب المساحات لنشر البحوث، وتمييزها عن نظيراتها الأقل فعالية

الوحدة 9. قادة مفكرون في التواصل تحديد المشاكل

- ♦ صقل مهارات حل المشكلات كقائد مفكر والاستفادة من الفرص في أبحاث التواصل
- ♦ تطوير استراتيجيات لحل المواقف الإشكالية

الوحدة 10. المشروع النهائي

- ♦ تطبيق الدروس المستفادة لتصميم وتنفيذ مشروع بحثي في مجال التواصل
- ♦ تحديد فرص البحث وإجراء مشروع باستخدام الأدوات والنظريات والمنهجيات المناسبة

الكفاءات

يتطور التواصل باستمرار في صناعة الاتصالات. هذا يعني أن على المهنيين في هذا المجال أن يكونوا شغوفين حقًا بعملهم: إعادة التدريب والتحديث المستمر هو أحد المتطلبات الأساسية للبقاء في طبيعة ممارسة الجودة. سيتيح لك هذا الماجستير الخاص اكتساب المهارات المطلوبة في هذا الصدد. سيطور الطلاب ثلاث كفاءات أساسية شاملة: إدارة المعلومات، التفكير النقدي وحل المشكلات. يتم تعريف كل منها في مستويات مختلفة من الإتقان ومؤشرات الأداء التي ستصبح أكثر تعقيدًا طوال هذا الماجستير الخاص. مقارنة مكتملة للغاية، في ماجستير عالي المستوى، مما يحدث الفرق.



المهارات المطلوبة لوضع نفسك في طليعة التواصل، في أي من مجالاته من خلال التطوير
التدريجي والمكثف لمهاراتك الشخصية والمهنية "



الكفاءات العامة



- ♦ تمييز الاختلافات الرئيسية بين منهجيات البحث
- ♦ اختيار المنهجية الصحيحة حسب طبيعة وخصائص موضوع الدراسة، وكذلك التقنيات والأدوات المناسبة لجمع المعلومات
- ♦ تحديد المواضيع والمسائل الناشئة
- ♦ إدخال مشروع البحث في أحدث وأصلح مجالات البحث
- ♦ التمييز بين خصوصيات عمليات التواصل في العالم المعاصر والعناصر التي تقوض صحة كل حقيقة إعلامية

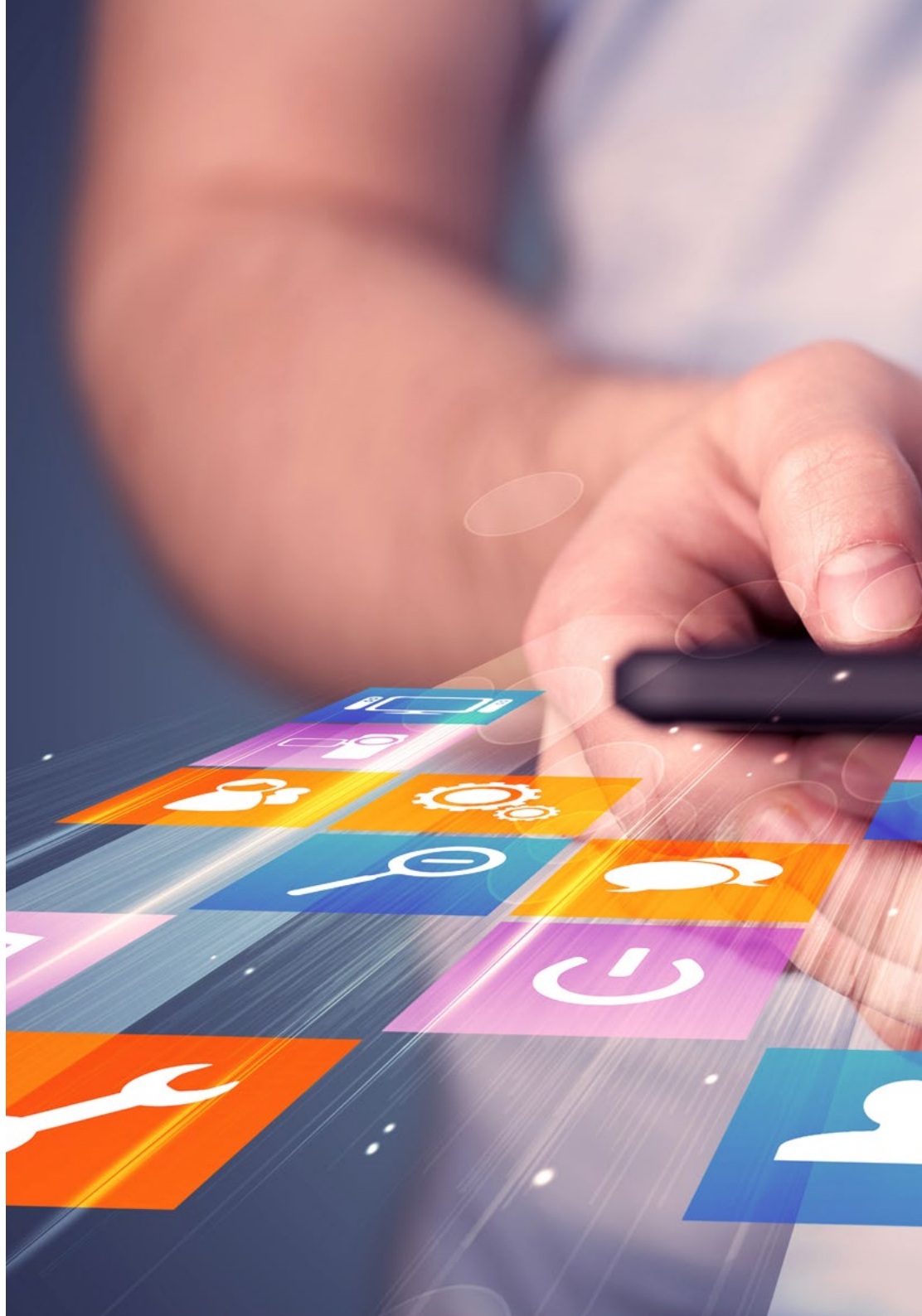
إنها تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز تطور المهني



الكفاءات المحددة



- ♦ التمييز بين المعلومات الصادقة والمعلومات التي تم التلاعب بها
- ♦ ربط المعلومات ذات الصلة بشكل منهجي، من مختلف الأصول والطبيعة، لتوفير استجابة مناسبة للمقاربات المتنوعة من خلال الإنتاج الفكري الصارم الذي يحترم قوانين حقوق النشر
- ♦ تقييم المعلومات المتاحة بصراحة ومنهجية لتحديد الحل الأنسب أو التغيير الجديد
- ♦ تحديد الوظائف في البيئات الجديدة للتعامل بشكل مناسب مع الأنواع المختلفة من المعلومات
- ♦ استخدام مجموعة مختارة من البيئات ذاتية التحديد لإدارة المعلومات بشكل فعال في نطاق الممارسة المهنية
- ♦ تحديد فرص البحث في التواصل
- ♦ إدراج المشروع البحثي بشكل فعال في المجالات المواضيعية الناشئة
- ♦ التعرف على أهمية مساحات التواصل الجديدة لفهم الحقائق الاجتماعية في سياقات وأوقات مختلفة
- ♦ مراجعة وتحديث المعرفة الخاصة بمساحات التواصل الجديدة، ذات الطبيعة والاهتمامات المختلفة، لفهم هذه البيئات بشكل أفضل
- ♦ عرض محتويات مشروع البحث بطريقة مترابطة ومتناسكة وفي إعدادات مناسبة للهدف
- ♦ تجادل الأفكار من خلال نماذج خطاب مختلفة لغرض محدد
- ♦ تعزيز التنشيط الواعي للعمليات العقلية والتحفيزية والفعالة اللازمة للتعلم والأداء، باستقلالية سواء على المستوى الفردي أو الجماعي
- ♦ مراجعة الاستراتيجيات المعروفة لحل المشكلة واستكشاف الخيارات الجديدة وإظهار الإبداع في صياغة المقترحات
- ♦ فهم طبيعة المشكلة و/ أو الحاجة في سياق البحث واقتراح إجراءات لحلها و/ أو الاحتياجات في مجال البحث
- ♦ تصميم خطة الإجراءات والأهداف الأساسية لتنفيذ مشروع ثقافي يلبي حاجة في السياق ويتعهد بتنفيذ الخطة المصممة بموقف استباقي فيما يتعلق بالسياق الثقافي



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

لكي يكون الماجستير الخاص لدينا من أعلى مستويات الجودة، نحن فخورون بالعمل مع هيئة تدريس على أعلى مستوى، تم اختيارهم لسجلهم الحافل في مجال التعليم. مهنيون من مختلف الميادين ومجالات الخبرة يشكلون فريقاً كاملاً متعدد التخصصات. فرصة فريدة للتعلم من الأفضل.

طاقم تدريس مثير، للإعجاب مكون من محترفين من مجالات مختلفة من الخبرة، سيكونون أساتذتك أثناء التدريب: فرصة فريدة لا ينبغي تفويتها"



د. Del Valle Mejías, María Elena

- ♦ حاصلة على دكتوراه في العلوم التربوية
- ♦ خبرة في التعلم الإلكتروني والمنصات والمحتوى
- ♦ خبرة في التصميم التعليمي بالكفاءات

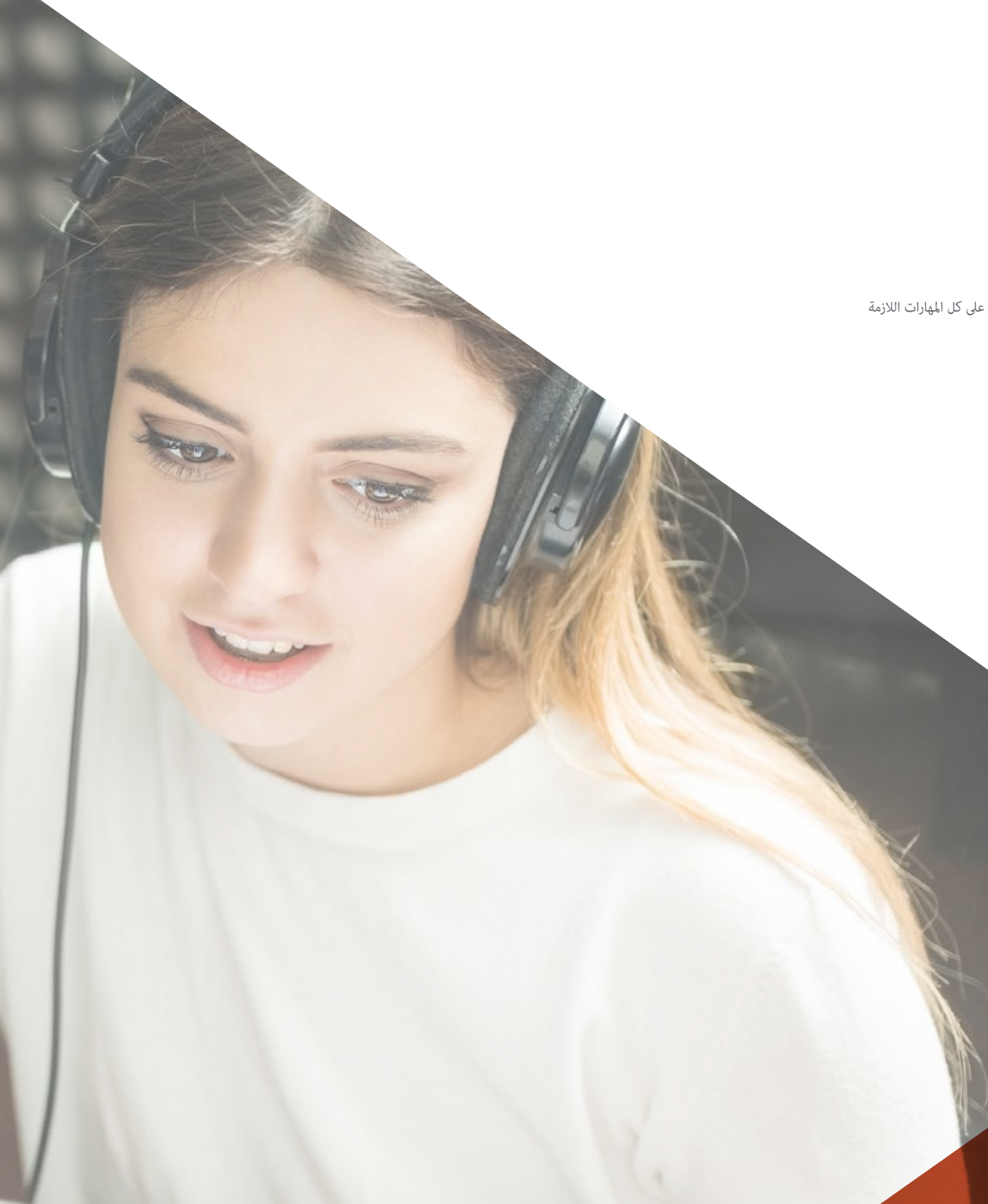


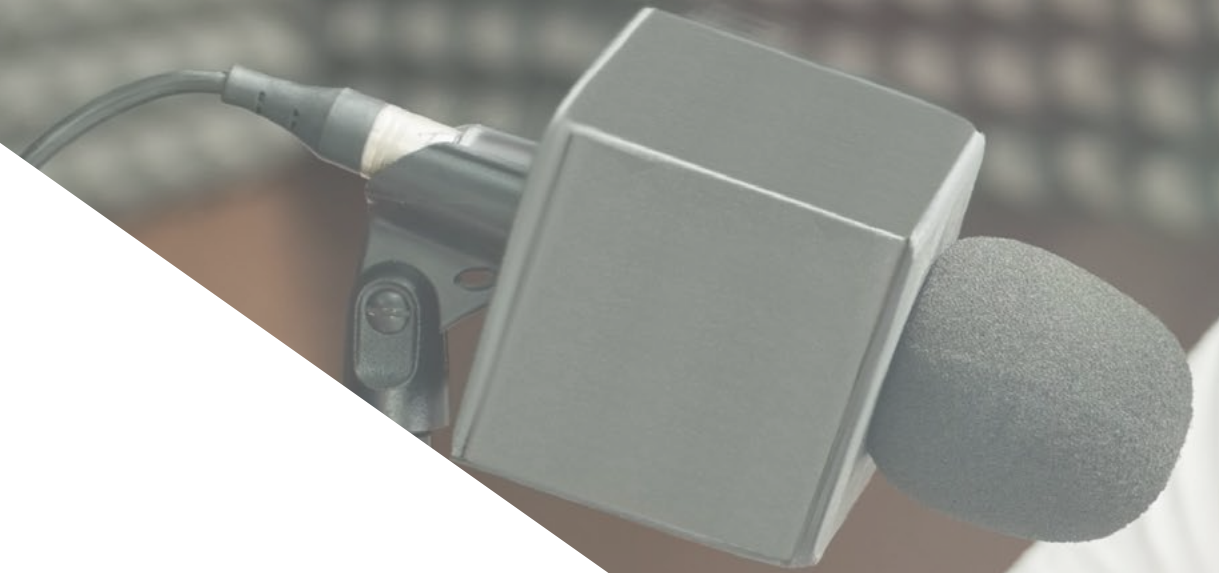


الهيكل والمحتوى

تم تطوير محتويات هذا الماجستير الخاص من قبل خبراء مختلفين في هذه المحاضرة الجامعية، بهدف واضح: ضمان حصول طلابنا على كل المهارات اللازمة ليصبحوا خبراء حقيقيين في هذا المجال.

برنامج كامل ومنظم يأخذك إلى أعلى معايير الجودة والنجاح.





برنامج تعليمي شامل، منظم في وحدات تعليمية متطورة، وموجه نحو التعلم
المتوافق مع حياتك الشخصية والمهنية "



الوحدة 1. منهجية البحث: وجهات نظر ونماذج

- 1.1. ما هو مشروع البحث؟
 - 1.1.1. الفكرة
 - 2.1.1. الخصائص
 - 3.1.1. الأنواع
 - 4.1.1. الاختلافات
- 2.1. مراحل البحث العلمي
 - 1.2.1. الفكرة
 - 2.2.1. العمليات المتضمنة في كل منها
 - 3.2.1. الأدوات لكل مرحلة
 - 4.2.1. تحليل الممثل
- 3.1. نماذج البحث
 - 1.3.1. الوضعية
 - 2.3.1. البنائية
 - 3.3.1. الاجتماعية والنقدية
 - 4.3.1. التفسيرية
- 4.1. البحث النوعي
 - 1.4.1. الفكرة
 - 2.4.1. الخصائص
 - 3.4.1. الأدوات والوسائل
 - 4.4.1. الاختلافات مع المقاربات الأخرى
- 5.1. البحث الكمي
 - 1.5.1. الفكرة
 - 2.5.1. الخصائص
 - 3.5.1. الأدوات والوسائل
 - 4.5.1. التفسير والسببية
- 6.1. استطلاع الرأي
 - 1.6.1. الفكرة
 - 2.6.1. الخصائص
 - 3.6.1. الأنواع
 - 4.6.1. أدوات البناء

- 7.1. الاستبيان
 - 1.7.1. الفكرة
 - 2.7.1. الخصائص
 - 3.7.1. الأنواع
 - 4.7.1. أدوات البناء
- 8.1. تفصيل الأدوات
 - 1.8.1. الأبعاد
 - 2.8.1. المؤشرات
 - 3.8.1. المكونات الأساسية
 - 4.8.1. الإقرار
- 9.1. المقابلة المتعمقة
 - 1.9.1. الفكرة
 - 2.9.1. الخصائص
 - 3.9.1. الأنواع
 - 4.9.1. أدوات البناء
- 10.1. المجموعة المركزة
 - 1.10.1. التعريف
 - 2.10.1. نص الأسئلة
 - 3.10.1. الأنواع
 - 4.10.1. التصميم

الوحدة 2. البحث في السينما والتلفزيون والإعلام الجديد (نيتفليكس (Netflix)، (HBO)، أمازون برايم (Amazon Prime)، إلخ).

- 1.2. البحث السمعي البصري
 - 1.1.2. ملاحظة
 - 2.1.2. الإثنوغرافيا (Ethnography)
 - 3.1.2. اللغة السمعية البصرية
- 2.2. مجالات البحث
 - 1.2.2. الجياليات والتصورات الاجتماعية
 - 2.2.2. الواقع والخيال
 - 3.2.2. الإدارة الثقافية السمعية البصرية
 - 4.2.2. أشكال التعبير الثقافي والتنوع

- 9.2. التحليل المقارن في وسائل الإعلام
 - 1.9.2. التفاعل
 - 2.9.2. الاستعمالات
 - 3.9.2. إعلام مختلف
 - 4.9.2. الجمهور المستهدف
- 10.2. التكنولوجيا والتغيير الاجتماعي
 - 1.10.2. المفاهيم
 - 2.10.2. الخصائص
 - 3.10.2. من غوتنبرغ (Gutenberg) إلى فايسبوك (Facebook)
 - 4.10.2. الحتمية التكنولوجية

الوحدة 3. الأخلاقيات و صنع القرار للمتصلين

- 1.3. الأخلاقيات
 - 1.1.3. الفكرة
 - 2.1.3. هدف الأخلاقيات
 - 3.1.3. قيمة الأخلاقيات
 - 4.1.3. الأخلاق والآداب
- 2.3. المتصل الأخلاقي
 - 1.2.3. المسؤوليات المهنية
 - 2.2.3. المصدقية
 - 3.2.3. الموضوعية
 - 4.2.3. السرية المهنية واحترام الخصوصية
- 3.3. صنع القرار
 - 1.3.3. الفكرة
 - 2.3.3. العمليات المتبعة
 - 3.3.3. أنواع القرار
 - 4.3.3. متطلبات صنع القرار
- 4.3. المعضلات الأخلاقية في التواصل المعاصر
 - 1.4.3. التنمر الإلكتروني
 - 2.4.3. حدود المعلومات
 - 3.4.3. السرقة الفكرية
 - 4.4.3. الأقليات والتمييز

- 3.2. سرد الترانسميديا (Transmedia)
 - 1.3.2. الفكرة
 - 2.3.2. الخصائص
 - 3.3.2. المبادئ الأساسية
 - 4.3.2. التحديات في سرد القصص في الترانسميديا (Transmedia)
- 4.2. أشكال جديدة من استهلاك المعلومات
 - 1.4.2. التكنولوجيات المسؤولة
 - 2.4.2. تطبيقات «التجسس»
 - 3.4.2. الهوية الرقمية
 - 4.4.2. إنترنت الأشياء
- 5.2. نظريات حول تواصل الترانسميديا (Transmedia)
 - 1.5.2. الأصل
 - 2.5.2. العلامة التجارية
 - 3.5.2. التسويق
 - 4.5.2. رواية القصص
- 6.2. التغيير الثقافي والإعلام الجديد
 - 1.6.2. التغيير الثقافي / التغيير الإعلامي
 - 2.6.2. البوابات، محركات البحث والدلائل
 - 3.6.2. وسائل الإعلام المشاركة
 - 4.6.2. الثقافة المضادة والثقافة الرقمية
- 7.2. الجماهير. التغييرات في نماذج المستهلك
 - 1.7.2. الوصف
 - 2.7.2. التصنيف
 - 3.7.2. استهلاك المعلومات
 - 4.7.2. تحليل استهلاك المعلومات
- 8.2. التحول الإعلامي
 - 1.8.2. كيف تتغير الصناعة؟
 - 2.8.2. التطور - الانبثاق
 - 3.8.2. التحول الإعلامي، الأول الثاني والثالث
 - 4.8.2. فورية الإعلام

الوحدة 4. قوة الرأي وأزمة التواصل

- 1.4 مفهوم الرأي
 - 1.1.4 العناصر
 - 2.1.4 المفاهيم ذات الصلة
 - 3.1.4 الرأي والاتجاهات
 - 4.1.4 تحليل الرأي
- 2.4 الرأي مقابل التخمين
 - 1.2.4 المكونات
 - 2.2.4 المفاهيم ذات الصلة
 - 3.2.4 الرأي والاتجاهات
 - 4.2.4 تحليل الحالة
- 3.4 أساس الآراء
 - 1.3.4 الأساس السيكولوجي للآراء
 - 2.3.4 كيف يتشكل الرأي؟
 - 3.3.4 أمثلة للآراء
 - 4.3.4 الإطار التنظيمي للآراء
- 4.4 الخطاب في التواصل
 - 1.4.4 الفكرة
 - 2.4.4 عناصر في الخطاب
 - 3.4.4 الخطاب والإعلام
 - 4.4.4 الخطاب والسياق
- 5.4 الرأي والأقليات
 - 1.5.4 الفكرة
 - 2.5.4 الإدارة السياسية للآراء
 - 3.5.4 الرأي والجنس
 - 4.5.4 الرأي والرأي العام
- 6.4 الحقيقة وما بعد الحقيقة
 - 1.6.4 المفاهيم
 - 2.6.4 الخصائص
 - 3.6.4 سياق ظهور ما بعد الحقيقة
 - 4.6.4 ما بعد الحقيقة والأيديولوجيا

- 5.3 المخاطر والفرص في التفكير الأخلاقي
 - 1.5.3 الأصل
 - 2.5.3 العواقب
 - 3.5.3 الإعدادات الرئيسية
 - 4.5.3 تحليل الحالة
- 6.3 المناقشة والأخلاق
 - 1.6.3 الفكرة
 - 2.6.3 الخصائص
 - 3.6.3 عناصر في المناقشة
 - 4.6.3 استراتيجيات المناقشة
- 7.3 التواصل الجزئي والأخلاقيات
 - 1.7.3 الأصل
 - 2.7.3 العواقب
 - 3.7.3 الإعدادات الرئيسية
 - 4.7.3 تحليل الحالة
- 8.3 أصحاب المصلحة في التواصل
 - 1.8.3 الفكرة
 - 2.8.3 أصحاب المصلحة الأساسيون
 - 3.8.3 أصحاب المصلحة الثانويون
 - 4.8.3 نظرية أصحاب المصالح
- 9.3 دمج الأخلاق في صنع القرار
 - 1.9.3 القواعد والمبادئ في صنع القرار
 - 2.9.3 عمليات صنع القرار
 - 3.9.3 العوامل المؤثرة في صنع القرار
 - 4.9.3 معايير القرارات الأخلاقية
- 10.3 التحديات في الأخلاقيات المعاصرة
 - 1.10.3 الأخلاقيات والتنوع
 - 2.10.3 الأخلاقيات وحرية الإنسان
 - 3.10.3 الأخلاقيات والقيم
 - 4.10.3 الأخلاق والهدف والإعلام

- 3.5. جودة الإعلام المختلف
 - 1.3.5. الخصائص
 - 2.3.5. سياق الإعلام المختلف
 - 3.3.5. استخدام اللغة
 - 4.3.5. بنية الإعلام المختلف
- 4.5. التصنيفات في البيئات الرقمية
 - 1.4.5. خرائط المنتج
 - 2.4.5. المنظمات الإشرافية
 - 3.4.5. معايير التقييم
 - 4.4.5. معايير الجودة
- 5.5. الإطار القانوني. الحدود
 - 1.5.5. مدونة قواعد السلوك
 - 2.5.5. الملكية الفكرية
 - 3.5.5. قانون حماية البيانات
 - 4.5.5. دراسات الحالة
- 6.5. تحسين محركات البحث (SEO) وجودة المحتوى
 - 1.6.5. الفكرة
 - 2.6.5. الخصائص
 - 3.6.5. الاستراتيجيات
 - 4.6.5. إنشاء محتوى عالي الجودة
- 7.5. خوارزميات جوجل (Google). العمل والخصائص
 - 1.7.5. البطريق
 - 2.7.5. الباندا (Panda)
 - 3.7.5. الحمامة
 - 4.7.5. الطائر الطنان
- 8.5. دورة حياة الإنتاج في البيئات الرقمية
 - 1.8.5. وسائط الصلاحية المؤقتة
 - 2.8.5. تحديد الدورة
 - 3.8.5. الأيكولوجيا الثقافية
 - 4.8.5. تواجد المعلومات في كل مكان

- 7.4. أزمة في التواصل
 - 1.7.4. الفكرة
 - 2.7.4. الأسباب
 - 3.7.4. العواقب
 - 4.7.4. كيف نواجهها؟
- 8.4. ديمقراطية المعرفة أم توحيد الجهل؟
 - 1.8.4. مفاهيم أساسية
 - 2.8.4. فضاءات للمعرفة
 - 3.8.4. مستويات المعرفة في المجتمع المعاصر
 - 4.8.4. إلتزامات
- 9.4. ردة الفعل والفعل
 - 1.9.4. الإجراءات الاستباقية
 - 2.9.4. ردود الفعل
- 10.4. السلطات والمراجع
 - 1.10.4. المفاهيم
 - 2.10.4. أساس السلطة
 - 3.10.4. الخصائص
 - 4.10.4. معايير التقييم

الوحدة 5. البيئات الرقمية وعمليات التواصل

- 1.5. البيئات الرقمية وبنى المعلومات الجديدة
 - 1.1.5. مفاهيم أساسية
 - 2.1.5. الخصائص
 - 3.1.5. الموارد
 - 4.1.5. أهمية البيئات الرقمية
- 2.5. فرص التواصل في البيئات الرقمية
 - 1.2.5. المزايا
 - 2.2.5. السلبيات
 - 3.2.5. استخدام هذه البيئات
 - 4.2.5. الويب 0.2

- 9.5 نماذج الأعمال في البيئات الرقمية
- 1.9.5 النماذج الحالية
- 2.9.5 الخصائص
- 3.9.5 مقترحات القيمة
- 4.9.5 استراتيجيات فعالة
- 10.5 قصص نجاح

الوحدة 6، الأحدث في أبحاث التواصل

- 1.6 التواصل في القرن الحادي والعشرين
- 1.1.6 السياق
- 2.1.6 الخصائص
- 3.1.6 تحديات في التواصل في القرن الحادي والعشرين
- 4.1.6 تهديدات للتواصل في القرن الحادي والعشرين
- 2.6 الاتجاهات العامة
- 1.2.6 محتوى سريع للمستخدم السريع
- 2.2.6 الجوال: فضاءات جديدة للتفاعل
- 3.2.6 التطبيقات كإعلام
- 4.2.6 البودكاست (Podcasts): بديل للتواصل
- 3.6 نظرة تاريخية لبحوث التواصل
- 1.3.6 الأصول
- 2.3.6 الممثلون
- 3.3.6 المدارس والاتجاهات
- 4.3.6 المنافع
- 4.6 مواضيع جديدة. نظريات جديدة
- 1.4.6 نظريات معيارية
- 2.4.6 التصنيف
- 3.4.6 نظرية السلطوية
- 4.4.6 النظرية الليبرالية

- 5.6 بحوث التواصل في الخرائط
- 1.5.6 التصنيف حسب مجالات البحث
- 2.5.6 الممثلون حسب الدولة
- 3.5.6 المجموعات الرئيسية
- 4.5.6 المنتجات الرئيسية
- 6.6 الأحدث في أبحاث الإشهار
- 1.6.6 الأبحاث الاجتماعية والاقتصادية والمواضيع ذات الصلة
- 2.6.6 بحث الرسالة
- 3.6.6 أبحاث الإعلام والجمهور
- 4.6.6 المقارنة
- 7.6 أحدث الأبحاث في وسائل الإعلام الإخبارية
- 1.7.6 الجماهير كموضوع
- 2.7.6 الوكالات الإعلانية
- 3.7.6 الوكالات الإعلامية
- 4.7.6 الخبراء الاستشاريون والمستشارون
- 8.6 أحدث الأبحاث في العلاقات العامة
- 1.8.6 المنظمات والتواصل
- 2.8.6 البحث الاستقرائي
- 3.8.6 البحث التطبيقي
- 4.8.6 البحث الاستراتيجي
- 9.6 معايير البحث. الفاعلون
- 1.9.6 من هؤلاء؟
- 2.9.6 أين هم؟
- 3.9.6 ماذا يفعلون؟
- 4.9.6 ما هي فوائدهم؟
- 10.6 معايير البحث. المشاريع
- 1.10.6 من هؤلاء؟
- 2.10.6 أين هم؟
- 3.10.6 ماذا يفعلون؟
- 4.10.6 ما هي فوائدهم؟

7.7	يوتيوب (YouTube)
1.7.7	الأصل
2.7.7	الخصائص
3.7.7	استخدام اللغة
4.7.7	البنية
8.7	هندسة المعلومات
1.8.7	اللغة
2.8.7	الرموز
3.8.7	الصور
4.8.7	التسلسل الهرمي للمحتوى
9.7	لينكدين (LinkedIn)
1.9.7	الأصل
2.9.7	الخصائص
3.9.7	استخدام اللغة
4.9.7	البنية
10.7	هندسة المعلومات
1.10.7	اللغة
2.10.7	الرموز
3.10.7	الصور
4.10.7	التسلسل الهرمي للمحتوى

الوحدة 8. البحث والنشر

1.8	المنشورات العلمية
1.1.8	الفكرة
2.1.8	الأنواع
3.1.8	التصنيف
4.1.8	معايير الانتقاء
2.8	المعايير الحالية في منشورات التواصل
1.2.8	المؤشرات
2.2.8	معايير الانتقاء

الوحدة 7. وسائل الاتصال الجديدة في القرن الحادي والعشرين

1.7	فيسبوك (Facebook)
1.1.7	الأصل
2.1.7	الخصائص
3.1.7	استخدام اللغة
4.1.7	البنية
2.7	هندسة المعلومات
1.2.7	اللغة
2.2.7	الرموز
3.2.7	الصور
4.2.7	التسلسل الهرمي للمحتوى
3.7	انستغرام (Instagram)
1.3.7	الأصل
2.3.7	الخصائص
3.3.7	استخدام اللغة
4.3.7	البنية
4.7	هندسة المعلومات
1.4.7	اللغة
2.4.7	الرموز
3.4.7	الصور
4.4.7	التسلسل الهرمي للمحتوى
5.7	تويتر (Twitter)
1.5.7	الأصل
2.5.7	الخصائص
3.5.7	استخدام اللغة
4.5.7	البنية
6.7	هندسة المعلومات
1.6.7	اللغة
2.6.7	الرموز
3.6.7	الصور
4.6.7	التسلسل الهرمي للمحتوى

- 9.8 المناقشة للإقناع في البحث العلمي
 - 1.9.8 ما هي المناقشة؟
 - 2.9.8 الكتابة والحجج للنشر
 - 3.9.8 الصلاحية والملاءمة في المناقشة
 - 4.9.8 علم وظائف الأعضاء لمقالات البحث العلمي
- 10.8 مقالات البحث. الهيكل والمتغيرات
 - 1.10.8 المفاهيم
 - 2.10.8 البنية
 - 3.10.8 اللغة
 - 4.10.8 تحليل المثال

الوحدة 9. قادة مفكرون في التواصل تحديد المشاكل

- 1.9 قادة مفكرون في التواصل
 - 1.1.9 المفاهيم
 - 2.1.9 الخصائص
 - 3.1.9 المهام
 - 4.1.9 الأهمية
- 2.9 قادة مفكرون في البحث
 - 1.2.9 المفاهيم
 - 2.2.9 الخصائص
 - 3.2.9 المهام
 - 4.2.9 الأهمية
- 3.9 القيادة المفكرة كمهارة
 - 1.3.9 التعريف
 - 2.3.9 الأهمية
 - 3.3.9 مستويات المجال
 - 4.3.9 مؤشرات الأداء
- 4.9 إدارة فريق البحث
 - 1.4.9 الاستراتيجيات
 - 2.4.9 النماذج التنظيمية
 - 3.4.9 التفاوض في مجموعات
 - 4.4.9 معايير التقييم

- 3.8 البحث العلمي في التواصل والتأثير الدولي
 - 1.3.8 الإعدادات الرئيسية للبحث
 - 2.3.8 الخصائص
 - 3.3.8 الشروط المطلوبة
 - 4.3.8 أهمية التوقعات في هذه الإعدادات
- 4.8 تقنيات الصياغة والاستراتيجيات. كيفية كتابة مقالات علمية
 - 1.4.8 البنية
 - 2.4.8 الأقسام والعناوين
 - 3.4.8 اللغة الأكاديمية
 - 4.4.8 استراتيجيات الكتابة
- 5.8 كيفية عرض ونشر نتائج البحث
 - 1.5.8 السيناريوهات
 - 2.5.8 استراتيجيات النشر
 - 3.5.8 المجالات البحثية
 - 4.5.8 أحداث مناسبة لنشر البحث
- 6.8 النشر باللغة الإنجليزية
 - 1.6.8 المفاهيم
 - 2.6.8 الخصائص
 - 3.6.8 الاختلافات مع منشورات اللغة غير الإنجليزية
 - 4.6.8 كيفية كتابة مقالات لنشرها في مجلات باللغة الإنجليزية
- 7.8 المؤتمرات والندوات وإعدادات النشر
 - 1.7.8 المفاهيم
 - 2.7.8 الأنواع
 - 3.7.8 المؤتمرات الاستغلالية
 - 4.7.8 كيفية اختيار المؤتمر / الندوة المناسبة
- 8.8 البحث والمنظمات غير الحكومية المؤسسات، الوكالات وخيارات التمويل
 - 1.8.8 مشاريع البحث كمنصات
 - 2.8.8 دعوات لتقديم العروض من خلال مجالات البحث
 - 3.8.8 التمويل والنشر: عصفورين بحجر واحد
 - 4.8.8 الوكالات الرئيسية وكيف تعمل

الوحدة 10. المشروع النهائي

- 5.9. العمل الجماعي كمهارة
- 1.5.9. التعريف
- 2.5.9. الأهمية
- 3.5.9. مستويات المجال
- 4.5.9. مؤشرات الأداء
- 6.9. أفكار واستراتيجيات للقيادة المفكرة
- 1.6.9. مفهوم القائد
- 2.6.9. مفهوم القائد المفكر
- 3.6.9. الخصائص
- 4.6.9. الاستراتيجيات المستخدمة من قبل القادة المفكرين
- 7.9. أدوات لتشخيص المشاكل
- 1.7.9. التشخيص
- 2.7.9. تقييم السياق
- 3.7.9. آليات التشخيص
- 4.7.9. أهمية التشخيص السليم
- 8.9. أدوات استكشاف الأخطاء وإصلاحها
- 1.8.9. الفكرة
- 2.8.9. الخصائص
- 3.8.9. الأدوات
- 4.8.9. أهمية حل المشكلات كمهارة
- 9.9. المرونة في حل المشكلات
- 1.9.9. الفكرة
- 2.9.9. الخصائص
- 3.9.9. الأدوات
- 4.9.9. أهمية حل المشكلات كمهارة
- 10.9. القادة المفكرون كمدربين
- 1.10.9. مفهوم المدرب
- 2.10.9. الخصائص
- 3.10.9. الأهمية
- 4.10.9. الأدوات الرئيسية للمدربين
- 1.10. تصميم البحث
- 1.1.10. الفكرة
- 2.1.10. عناصر التصميم
- 3.1.10. أنواع التصميم
- 4.1.10. تحليل المثلث
- 2.10. عرض المشكلة
- 1.2.10. الفكرة
- 2.2.10. عناصر عرض المشكلة
- 3.2.10. أنواع التصميم
- 4.2.10. تحليل المثلث
- 3.10. اختيار نموذج البحث
- 1.3.10. مفهوم نموذج البحث
- 2.3.10. الأنواع
- 3.3.10. أدوات لكل
- 4.3.10. معايير الانتقاء
- 4.10. أهداف البحث
- 1.4.10. مفهوم الأهداف
- 2.4.10. أنواع الأهداف
- 3.4.10. أهداف الصياغة
- 4.4.10. تحليل المثلث
- 5.10. المنهجية
- 1.5.10. مفهوم المنهجية
- 2.5.10. أنواع المنهجيات
- 3.5.10. معايير الانتقاء
- 4.5.10. تحليل المثلث
- 6.10. الأدوات
- 1.6.10. المفاهيم
- 2.6.10. الأدوات لكل نموذج
- 3.6.10. الخصائص
- 4.6.10. معايير الاختيار على أساس الأهداف ونموذج البحث



- 7.10. الإطار المرجعي والنظري
- 1.7.10. مفهوم الإطار المرجعي
- 2.7.10. مفهوم الإطار النظري
- 3.7.10. الاختلافات
- 4.7.10. العناصر البدائية
- 8.10. سياق البحث
- 1.8.10. الفكرة
- 2.8.10. تحديد العناصر الأساسية
- 3.8.10. أهمية التفسير
- 4.8.10. تحليل المثال
- 9.10. النتائج
- 1.9.10. الفكرة
- 2.9.10. هيئة التحرير
- 3.9.10. التسلسل الهرمي للنتائج
- 4.9.10. تحليل الأمثلة
- 10.10. فرص جديدة
- 1.10.10. كيفية التعرف عليهم
- 2.10.10. الملامحة
- 3.10.10. الأصالة
- 4.10.10. الفرص

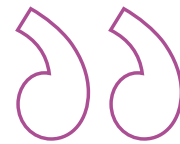
تطوير مهارات التواصل والإطار الرسمي لنشر وتقديم مشاريع
بحثية عالية الجودة في الأوساط الاجتماعية والأكاديمية ذات النطاق
الأكبر”



المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعليم. تم تطوير منهجيتنا من خلال وضع التعلم الدوري: إعادة التعلم. يُستخدم نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أرقى كليات الطب في العالم، وقد تم اعتباره من أكثر الكليات فعالية من خلال المنشورات ذات الأهمية الكبيرة مثل مجلة نيو إنجلاند الطبية.

اكتشف إعادة، التعلم وهو نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك من خلال أنظمة
التدريس الدورية: طريقة تعلم أثبتت فعاليتها الهائلة، خاصة في الموضوعات التي تتطلب الحفظ "



دراسة حالة لوضع جميع المحتويات في سياقها

يقدم برنامجنا طريقة ثورية لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز الكفاءات في سياق متغير وتنافسي وعالي الطلب.



مع تيك يمكنك تجربة طريقة للتعليم تعمل على تحريك
أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم”

ستصل إلى نظام تعلم قائم على إعادة التأكيد ، مع تدريس
طبيعي وتقدمي عبر جدول الأعمال بأكمله.

طريقة تعلم مبتكرة ومختلفة

برنامج تيك الحالي هو تعليم مكثف، تم إنشاؤه من الصفر، والذي يقترح التحديات والقرارات الأكثر تطبلاً في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. بفضل هذه المنهجية يتم تعزيز النمو الشخصي والمهني، واتخاذ خطوة حاسمة نحو النجاح. طريقة الحالة، تقنية تضع الأسس لهذا المحتوى، تضمن اتباع أحدث واقع اقتصادي واجتماعي ومهني.

برنامجنا يعدك لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مؤكدة
وتحقيق النجاح في حياتك المهنية”

كانت طريقة الحالة هي نظام التعلم الأكثر استخداماً من قبل أفضل كليات إدارة الأعمال في العالم منذ وجودها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب بل كانت طريقة القضية هي تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تأسيسها كطريقة معيارية للتدريس في جامعة هارفارد.

في حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المحترف؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في أسلوب الحالة، وهو أسلوب التعلم العملي. خلال البرنامج، سيواجه الطلاب حالات حقيقية متعددة. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والمناقشة والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



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

منهجية إعادة التعلم

تجمع تيك بفعالية بين منهجية دراسة الحالة ونظام تعلم عبر الإنترنت بنسبة 100% استناداً إلى التكرار ، والذي يجمع بين 8 عناصر تعليمية مختلفة في كل درس.

نحن نشجع دراسة الحالة بأفضل طريقة تدريس بنسبة 100% عبر الإنترنت إعادة التعلم.



في عام 2019 ، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية لجميع الجامعات عبر الإنترنت باللغة الإسبانية في العالم.

في تيك نتعلم منهجية تعليمية مصممة لتدريب مديري المستقبل. هذه الطريقة ، في طبيعة التعليم العالمي ، تسمى إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة بالإسبانية المرخصة لاستخدام هذه الطريقة الناجحة. في عام 2019 ، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا (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 دوامة (تعلم، وإلغاء التعلم، والنسيان، وإعادة التعلم). لذلك، يتم دمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650 ألف 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 هذا في بيئة يرتفع فيها، الطلب مع طالب جامعي يتمتع بمكانة اجتماعية واقتصادية عالية ومتوسط عمر 43.5 سنة.

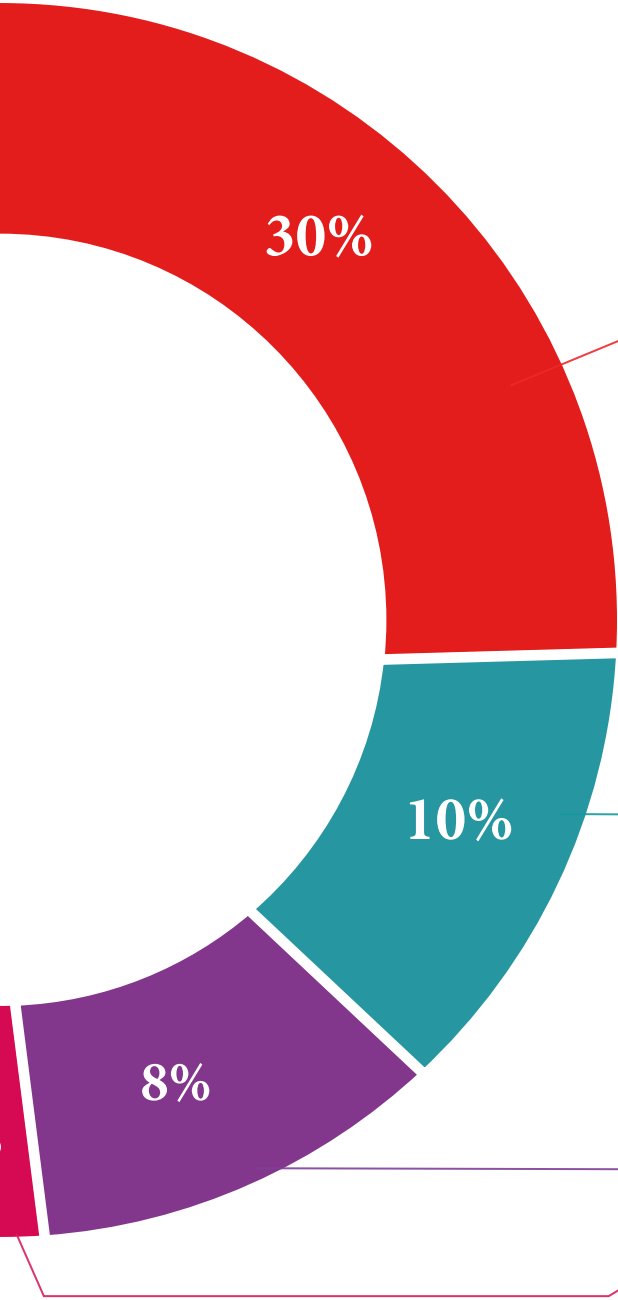
ستسمح لك إعادة التعلم بالتعلم بجهد أقل وأداء أكبر، والمشاركة بشكل أكبر في تدريبك، وتنمية الروح النقدية، والدفاع عن الحجج والآراء المتناقضة: معادلة مباشرة للنجاح.

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 ضروريًا لنا لنكون قادرين على ذلك. تذكرها وتخزينها في قرن آمون، للاحتفاظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

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



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المعدة بعناية للمحترفين:



المواد الدراسية



تم إنشاء جميع المحتويات التعليمية من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس الدورة ، خاصةً له ، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموماً حقاً.

يتم تطبيق هذه المحتويات بعد ذلك على التنسيق السمعي البصري ، لإنشاء طريقة عمل تيك عبر الإنترنت. كل هذا ، مع أكثر التقنيات ابتكاراً التي تقدم قطعاً عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

فصول الماجستير



هناك أدلة علمية على فائدة ملاحظة طرف ثالث من الخبراء.

ما يسمى التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة ، ويولد الأمان في القرارات الصعبة في المستقبل.

ممارسات المهارات والكفاءات



سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال موضوعي. الممارسات والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاج المتخصص إلى تطويرها في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



مقالات حديثة ووثائق إجماع وإرشادات دولية ، من بين أمور أخرى. في مكتبة تيك الافتراضية ، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



دراسات الحالة

سوف يكملون مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة بالتحديد لهذا المؤهل. الحالات التي تم عرضها وتحليلها وتدرسيها من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



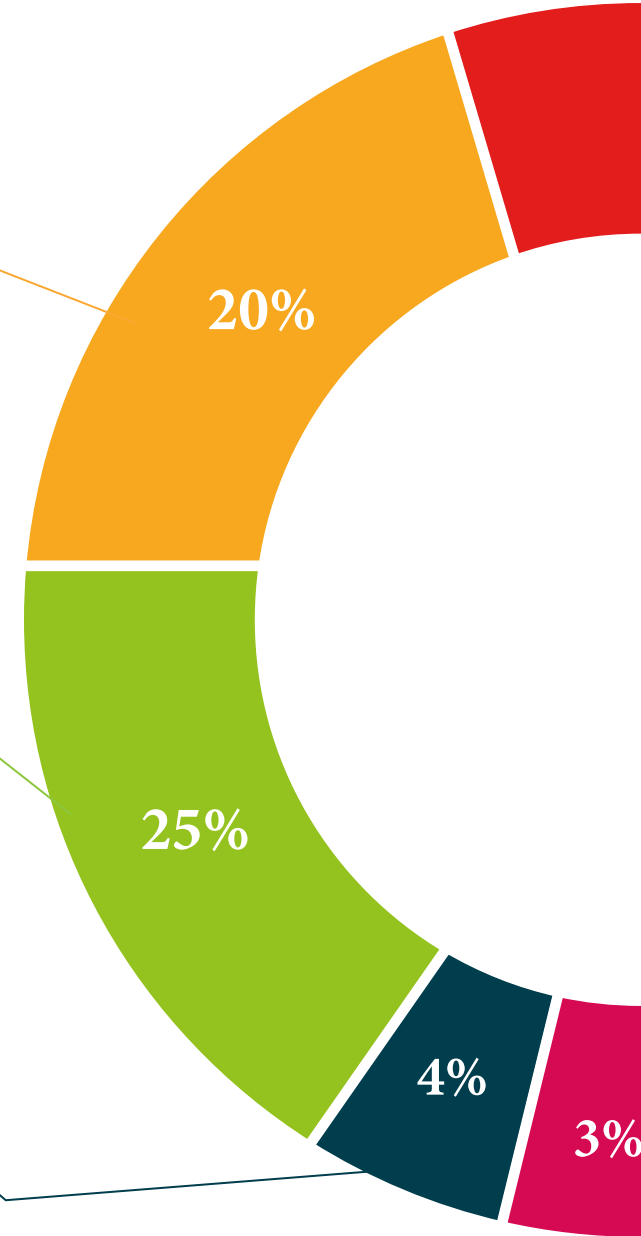
ملخصات تفاعلية

يقدم فريق تيك المحتوى بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص المحتوى بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الصوت والفيديو والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. تم منح هذا النظام التعليمي الحصري الخاص بتقديم محتوى الوسائط المتعددة من قبل شركة Microsoft كـ "حالة نجاح في أوروبا".



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم تقييم معرفة الطالب بشكل دوري وإعادة تقييمها في جميع أنحاء البرنامج ، من خلال أنشطة وتمارين التقييم الذاتي والتقويم الذاتي بحيث يتحقق الطالب بهذه الطريقة من كيفية تحقيقه لأهدافه.



المؤهل العلمي

من خلال تجربة تعليمية مختلفة ومحفزة، ستتمكن من اكتساب المهارات اللازمة لاتخاذ خطوة كبيرة في تدرييك. فرصة للتطور، بدعم ومراقبة جامعة حديثة ومتخصصة، ستنتقل إلى مستوى مهني آخر.





أدرج ضمن مؤهلاتك هذا الماجستير الخاص في أبحاث في التواصل:
مواضيع جديدة ووسائل الإعلام والجمهور. قيمة مضافة عالية الجودة لأي
متخصص اتصالات"



هذا الماجستير الخاص في بحوث في التواصل: يتضمن مواضيع جديدة، وسائل الإعلام والجماهير البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدائثة في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سيحصل على الماجستير الخاص الذي تصدره TECH الجامعة التكنولوجية عبر التسليم المتبع.*

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

المؤهل العلمي: هذا الماجستير الخاص في أبحاث في التواصل: مواضيع جديدة ووسائل الإعلام والجماهير

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 1.500 ساعة

ماجستير خاص في أبحاث في التواصل: مواضيع جديدة ووسائل الإعلام والجماهير

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
الطريقة	عدد الساعات	نوع المادة	عدد الساعات
إيماري	150	إيجاري (OB)	1.500
إيماري	150	إختياري (OP)	0
إيماري	150	للممارسات الخارجية (PR)	0
إيماري	150	مشروع تخرج الماجستير (TFM)	0
إيماري	150	الإجمالي	1.500

الجامعة التكنولوجية tech

Tere Guevara Navarro / د. أ. رئيس الجامعة

الجامعة التكنولوجية tech

بموجب هذا
الدبلوم
المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازها/اجتيازها بنجاح والحصول على برنامج
ماجستير خاص
في
أبحاث في التواصل: مواضيع جديدة ووسائل الإعلام والجماهير

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1.500 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 / د. أ. رئيس الجامعة

TECH AFWOR2B3 techinstitute.com/certificates

المستقبل

الأشخاص

الثقة الصحة

التعليم

المعلومات

الأوصياء الأكاديميون

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

المجتمع

التقنية

الالتزام

التعلم

tech الجامعة
التكنولوجية

الرعاية

الحاضر

الجودة

الإبتكار

ماجستير خاص

أبحاث في التواصل: مواضيع

جديدة ووسائل الإعلام والجمهير

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 8 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

المعرفة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

ماجستير خاص

أبحاث في التواصل: مواضيع
جديدة ووسائل الإعلام والجمهور

tech الجامعة
التكنولوجية