

شهادة الخبرة الجامعية للإعلان والعلاقات العامة





الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية الإعلان والعلاقات العامة

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitute.com/ae/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertising-public-relations

الفهرس

04	الأهداف	03	لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟	02	لماذا تدرس في TECH؟	01	كلمة الترحيب
	صفحة 14		صفحة 10		صفحة 6		صفحة 4
07	الملف الشخصي لطلابنا	06	المنهجية	05	الهيكل والمحتوى		
	صفحة 36		صفحة 28		صفحة 20		
10	المؤهل العلمي	09	الفوائد لشركتك	08	مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية		
	صفحة 48		صفحة 44		صفحة 40		

كلمة الترحيب

يساهم مجال العلاقات العامة في الإدارة الإستراتيجية لاتصالات أي منظمة، كونه أداة لمعرفة وإدارة والتحقيق في الجماهير المختلفة التي يتم توجيه العلامة التجارية أو الكيان إليها. بهذا المعنى، فهو يرتبط بشكل مباشر بالبيئة الإعلانية، وهي بانوراما يتدخل فيها مختلف وكلاء التواصل. لذلك، يهدف هذا البرنامج إلى تقديم رؤية عالمية وكاملة للمحترفين لأسس النظام الإعلاني وتاريخه وأبطاله، مع التركيز على العملية الإبداعية والتخطيط وتأثير آثاره الاجتماعية المحتملة. بهذا، سوف يطور الطالب القدرة على التوليف الخاص بالإعلان، مع التركيز بشكل خاص على التواصل العالمي، والذي سيكون بلا شك ضروريًا للوصول إلى وكالات الإعلان الوطنية والدولية الرئيسية، أو الاتصالات المؤسسية المباشرة لشركة خاصة. أو مؤسسة عامة.



مع شهادة الخبرة الجامعية هذه من TECH، ستعمل في مجال الإعلان كمحترف ذي خبرة وستكتسب المعرفة اللازمة للمضي قدمًا في تطبيق عمليات وتقلبات نظام الإعلان بنجاح كامل"

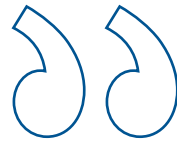


لماذا تدرس في TECH؟

TECH هي أكبر كلية أعمال عبر الإنترنت بنسبة 100% في العالم. إنها مدرسة نخبة للأعمال، مع نموذج يعتمد على أعلى المعايير الأكاديمية. مركز عالمي المستوى لتعليم المهارات الإدارية المكثفة.



TECH هي جامعة في طليعة التكنولوجيا، وتضع جميع مواردها تحت تصرف الطلاب لمساعدتهم على تحقيق النجاح في ريادة الأعمال"



في TECH الجامعة التكنولوجية

الابتكار



تقدم لك الجامعة نموذجًا تعليميًا عبر الإنترنت يجمع بين أحدث التقنيات التعليمية وأعلى دقة تربوية.

إنه منهج فريد من نوعه يتمتع بأكبر قدر من الاعتراف الدولي والذي سيوفر للطالب مفاتيح التطور في عالم يتغير باستمرار، حيث يجب أن يكون الابتكار هو الرهان الأساسي لكل رائد أعمال.

"قصة نجاح Microsoft Europe" وذلك لدمج نظام الفيديو التفاعلي الجديد في البرامج.

أعلى المعايير



معايير القبول جامعة TECH ليست مادية. ليس هناك حاجة إلى القيام باستثمار كبير للدراسة معنا. بالطبع، من أجل الحصول على مؤهل من TECH الجامعة التكنولوجية، سيتم اختبار ذكاء الطالب وقدرته إلى أقصى حدوده. المعايير الأكاديمية للمؤسسة عالية بشكل استثنائي.

95% من طلاب جامعة TECH يكملون دراساتهم بنجاح.

إقامة شبكة جيدة من العلاقات



يشارك المحترفون من جميع أنحاء العالم في جامعة TECH، بطريقة يمكن للمالاب من خلالها إنشاء شبكة كبيرة من الاتصالات المفيدة لمستقبله.

200+

جنسية مختلفة

100.000+

مدراء تنفيذيون يتم تدريبهم كل سنة

التمكين



سينمو الطالب جنبًا إلى جنب مع أفضل الشركات والمهنيين ذوي المكانة والتأثير الكبير. طورت جامعة TECH تحالفات استراتيجية وشبكة قيمة من الاتصالات مع الممثلين الاقتصاديين الرئيسيين في القارات السبع.

اتفاقية تعاون مع أفضل الشركات

500+

الموهبة



هذا البرنامج هو عرض فريد لإبراز موهبة الطالب في مجال الأعمال. إنها فرصة يمكنه من خلالها التعرف بمخاوفه ورؤية عمله.

تساعد جامعة TECH الطالب على إظهار موهبته للعالم في نهاية هذا البرنامج.

سياق متعدد الثقافات



عند الدراسة في جامعة TECH، سيتمكن الطالب من الاستمتاع بتجربة فريدة من نوعها. سوف يدرس في سياق متعدد الثقافات. في برنامج ذي رؤية عالمية، سيتمكن بفضل من تعلم كيفية العمل في أنحاء مختلفة من العالم، وتجميع أحدث المعلومات التي تناسب فكرة عمله.

يأتي طلاب جامعة TECH من أكثر من 200 جنسية.

تسعى جامعة TECH إلى التميز ولهذا لديها سلسلة من الخصائص التي تجعلها جامعة فريدة من نوعها:

التحليلات



في جامعة TECH، يتم استكشاف الجانب النقدي للطالب وقدرته على طرح الأسئلة ومهارات حل المشكلات ومهارات التعامل مع الآخرين.

التميز الأكاديمي



في جامعة TECH يتم توفير أفضل منهجية تعلم عبر الإنترنت للطالب. تجمع الجامعة بين طريقة إعادة التعلم (Relearning) (منهجية التعلم للدراسات العليا صاحبة أفضل تصنيف دولي) مع دراسة الحالة، التقاليد والريادة في توازن صعب، وفي سياق مسار الرحلة الأكاديمية الأكثر تطلبًا.

الإقتصاد الكلي



تعد جامعة TECH أكبر جامعة أونلاين في العالم، فتخر حاليًا بمحفظة تضم أكثر من 10000 برنامج دراسات عليا جامعي. وفي الاقتصاد الجديد، الحجم + التكنولوجيا = سعر مذهل.. بهذه الطريقة، تضمن TECH الجامعة التكنولوجية أن الدراسة ليست باهظة التكلفة للطلاب كما لو كانت في جامعة أخرى.



تعلم مع الأفضل



يشرح فريق تدريس جامعة TECH في الفصل ما أدى إلى النجاح في شركاتهم، والعمل من سياق حقيقي وحيوي وديناميكي. يقدم المعلمون المشاركون بشكل كامل تخصصًا عالي الجودة يسمح بالتقدم في حياته المهنية والتميز في عالم الأعمال.

في جامعة TECH، ستتمكن من الوصول إلى دراسات الحالة الأكثر صرامة وحدثًا في المشهد الأكاديمي"

لماذا تدرس برنامجنا هذا تحديداً؟

تعني دراسة برنامج TECH الجامعة التكنولوجية هذا زيادة فرص تحقيق النجاح المهني في إدارة الأعمال العليا. إنه تحد يتطلب الجهد والتفاني، لكنه يفتح الباب لمستقبل واعد. سيتعلم الطلاب من أفضل أعضاء هيئة التدريس وباستخدام المنهجية التعليمية الأكثر مرونة وابتكاراً.





نحظى بمدرسين مؤهلين تأهيلاً عالياً ومناهج
تعليمية كاملة في السوق، مما يتيح لنا أن نقدم لك
تدريباً على أعلى مستوى أكاديمي"

سيوفر هذا البرنامج للطلاب العديد من المزايا المهنية والشخصية،
لا سيما ما يلي:

01

إعطاء دفعة أكيدة لمسيرة الطالب المهنية

من خلال الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية، سيتمكن الطلاب من التحكم في مستقبلهم وتطوير إمكاناتهم الكاملة. من خلال إكمال هذا البرنامج، سيكتسب الطلاب المهارات المطلوبة لإحداث تغيير إيجابي في حياتهم المهنية في فترة زمنية قصيرة.

70% من المشاركين يحققون تطوراً وظيفياً
إيجابياً في أقل من عامين.

02

تطوير رؤية استراتيجية وعالمية للشركات

تقدم TECH الجامعة التكنولوجية نظرة عامة متعمقة على الإدارة العامة لفهم كيفية تأثير كل قرار على كل مجال من المجالات الوظيفية المختلفة للشركة.

ستعمل رؤيتنا العالمية للشركات على تحسين
رؤيتك الإستراتيجية.

03

تعزيز مهارات الإدارة العليا للطلاب

تعني الدراسة في TECH الجامعة التكنولوجية فتح الأبواب أمام مجموعة واسعة من الفرص المهنية للطلاب لوضع أنفسهم كمديرين تنفيذيين كبار، مع رؤية واسعة للبيئة الدولية.

ستعمل على أكثر من 100 قضية إدارية
عليا حقيقية.

04

تحمل مسؤوليات جديدة

سيغطي البرنامج أحدث الاتجاهات والتقدم، والاستراتيجيات حتى يتمكن الطلاب من القيام بعملهم المهني في بيئة متغيرة.

45% ممن يتم ترقيتهم من الطلاب
في وظائفهم من خلال الترقية الداخلية.

تحسين المهارات الشخصية والمهارات الإدارية

تساعد جامعة TECH الطالب على تطبيق وتطوير المعرفة المكتسبة وتحسين مهاراتك الشخصية ليصبح قائداً يُحدث فرقاً.

07

حسن مهارات الاتصال والقيادة لديك
وامنح حياتك المهنية دفعة قوية للأمام.

كن جزءاً من مجتمع حصري

سيكون الطالب جزءاً من مجتمع من نخبة المديرين والشركات الكبيرة والمؤسسات المشهورة والأساتذة المؤهلين من أرقى الجامعات في العالم، مجتمع TECH التكنولوجية.

08

نحن نمنحك الفرصة للتخصص مع فريق من
المعلمين المشهورين دولياً.

الوصول إلى شبكة قوية من جهات الاتصال

TECH الجامعة التكنولوجية تربط طلابها لتحقيق أقصى قدر من الفرص. الطلاب الذين لديهم نفس الاهتمامات والرغبة في النمو. لذلك، يمكن مشاركة الشراكات أو العملاء أو الموردين.

05

ستجد شبكة من الاتصالات ستكون
مفيدة للتطوير المهني.

تطوير المشاريع التجارية بدقة

سيكتسب الطلاب رؤية إستراتيجية عميقة من شأنها مساعدتهم على تطوير مشروعهم الخاص، مع مراعاة المجالات المختلفة في الشركات.

06

20% من طلابنا يطورون أفكارهم
التجارية الخاصة.

الأهداف

تم تصميم هذا البرنامج للطلاب لتعزيز قدراتهم القيادية في مجال الإعلان والعلاقات العامة، وتطوير مهارات جديدة وتعزيز مهاراتهم للنمو الأكاديمي والمهني في بيئة تتطلب ملأً استراتيجياً. بهذه الطريقة، بعد الانتهاء من البرنامج، سيتمكن المحترف من اتخاذ القرارات الصحيحة بنهج عالمي، ومن منظور مبتكر ورؤية دولية، باتباع أساسيات الإعلان اليوم.

استخدم تقنيات ومهارات المعلومات والاتصالات
في وسائل الإعلام المختلفة أو أنظمة الوسائط
الدمجة والتفاعلية"



تحتضن TECH أهداف طلابها
إنهم يعملون معًا لتحقيقها

ستقوم شهادة الخبرة الجامعية في الإعلان والعلاقات العامة بتدريب الطلاب على:

01

التعرف على بنية وتحول مجتمع اليوم في علاقته بعناصر وأشكال وعمليات الاتصال

02

الإعلاني والعلاقات العامة

03

تشجيع الإبداع والإقناع من خلال وسائط الإعلام المختلفة

04

معرفة عناصر وأشكال وعمليات اللغات الإعلانية وغيرها من أشكال الاتصال المقنع

05

معرفة الأدوات الهامة والمناسبة لدراسة الإعلانات والعلاقات العامة

06

معرفة مجالات الإعلان والعلاقات العامة وعملياتها وهياكلها التنظيمية

معرفة كيفية استخدام تكنولوجيات وتقنيات المعلومات والاتصالات في مختلف

10

تحديد الملامح المهنية لأخصائي الإعلان والعلاقات العامة، وكذلك المهارات الرئيسية

07

وسائط الإعلام أو نظم وسائط الإعلام المشتركة والتفاعلية

11

اللازمة لأداء ممارساتهم المهنية

08

التعرف على عناصر وأشكال وعمليات اللغات الإعلانية وغيرها من أشكال الاتصال المقنع

12

تحديد المبادئ الأساسية للإبداع البشري وتطبيقها في مظاهر الاتصال المقنع

09



التعرف على الأدوات القادرة والمناسبة لدراسة الإعلانات
والعلاقات العامة

13

معرفة كيفية تحليل العناصر التي تُؤلف الرسالة الإعلانية
العناصر الرسومية

14

تولي الدور الإبداعي للمحرر داخل وكالة إعلانات أو قسم
إعلانات في شركة أو مؤسسة

15

معرفة مجالات الإعلان والعلاقات العامة وعملياتها
وهياكلها التنظيمية

16

تحديد الملامح المهنية لأخصائيي الإعلان والعلاقات العامة،
وكذلك المهارات الرئيسية اللازمة لأداء ممارساتهم المهنية

17

إنشاء قائمة تسمح باستحضار أساسيس جديدة في المتدوقين

18



الهيكل والمحتوى

تتضمن شهادة الخبرة الجامعية في الإعلان والعلاقات العامة برنامجًا كاملاً منظمًا في 4 وحدات، تم إعداد محتواها من قبل خبراء في القطاع بحيث يدخل الطالب في جميع المفاهيم بطريقة موجزة وحقيقية، مع معرفة متعمقة بعملية الإعلان والعلاقات العامة. قوة الإعلان وإدارة نهج الاتصال. بهذه الطريقة، سيتقن المحترف جميع جوانب لغة الإعلان وهوية الشركة، من خلال محتوى عالي الجودة، بحيث تبرز ملفه الشخصي في بيئة تنافسية.



إن تحديد كل وظيفة من وظائف إدارة شركة الإعلان والعلاقات العامة، وتسييل الضوء على تطبيقاتها الرئيسية، سيكون أحد أهداف هذا البرنامج"



خطة الدراسة

شهادة الخبرة الجامعية في الإعلان والعلاقات العامة في TECH الجامعة التكنولوجية هو برنامج مكثف يقوم بإعداد الطالب لإتقان أساسيات نظام الإعلان والاتصال في مجال العلاقات العامة.

تم تصميم محتواه لتعزيز تطوير المهارات الإدارية التي تسمح للطلاب باتخاذ القرارات بدقة أكبر في بيئات غير مؤكدة، ومواجهة تحديات العمل التي قد تنشأ في مجال الإعلان.

بالتالي، خلال 600 ساعة من التحضير، سيقوم الطالب بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي. لذلك، فهو انغماس أصيل في مواقف العمل الحقيقية، وهو ما سيضع الملف الشخصي للمحترف.

بهذه الطريقة، تركز شهادة الخبرة الجامعية على نظام الإعلان والعلاقات العامة بدءاً من تاريخه ونظريته وحتى إدارته في الشركات والوكالات والمنظمات بنهج عالمي ومحدث. خطة دراسية تهدف إلى تحسين مهارات المهنيين وتوجيههم نحو هذا القطاع من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر.

لكل هذه الأسباب، تم تصميم هذا البرنامج للطلاب، مع التركيز على تحسينهم المهني الذي يؤهلهم لتحقيق التميز في مجال تنافسي وإبداعي، مع محتوى مبتكر يعتمد على أحدث الاتجاهات، ومدعوم بأفضل المنهجية التعليمية. وهيئة تدريس استثنائية ستمنحك المهارات اللازمة للتطوير بنجاح في هذه البيئة.

يتم تطوير شهادة الخبرة الجامعية هذه على مدى 6 أشهر وتنقسم إلى 4 وحدات:

الوحدة 1

أسس العلاقات العامة

الوحدة 2

نظرية الإعلان

الوحدة 3

تاريخ الإعلان والعلاقات العامة

الوحدة 4

شركة الإعلان والعلاقات العامة

أين ومتى وكيف يتم تدريسها؟

توفر TECH إمكانية تطوير هذا البرنامج بالكامل عبر الإنترنت. خلال الـ 6 أشهر التي يستمر فيها التخصص، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كافة المحتوى في أي وقت، مما سيسمح له بإدارة وقت دراسته ذاتيًا.

إنها تجربة تعليمية فريدة
ومهمة وحاسمة لتعزيز تطورك
المهني وتحقيق قفزة حاسمة.



الوحدة 1. أسس العلاقات العامة

<p>4.1 .الاتصالات الداخلية 1.4.1 .المقدمة 2.4.1 .المهام والأهداف 3.4.1 .أنواع الاتصالات الداخلية 4.4.1 .أدوات الاتصال الداخلي</p>	<p>3.1 .الاتصالات الخارجية 1.3.1 .الخصائص والجماليات 2.3.1 .العلاقات مع وسائل الإعلام 3.3.1 .توفير المعلومات</p>	<p>2.1 .التطور التاريخي 1.1.1 .المراحل 2.2.1 .منشأ العلاقات العامة 3.2.1 .الاتجاهات في العلاقات العامة</p>	<p>1.1 .الإطار النظري للعلاقات العامة 1.1.1 .المقدمة 2.1.1 .البحث في العلاقات العامة 3.1.1 .المنظرون الرئيسيون للعلاقات العامة 4.1.1 .العلاقات العامة والعناصر ذات الصلة 5.1.1 .تعريف العلاقات العامة</p>
<p>8.1 .مراحل الأزمة 1.8.1 .المرحلة التحضيرية 2.8.1 .المرحلة الحادة 3.8.1 .المرحلة المزمنة 4.8.1 .مرحلة ما بعد الصدمة</p>	<p>7.1 .العلاقات العامة والأزمة 1.7.1 .المنظمة في مواجهة أزمة 2.7.1 .خصائص الأزمات 3.7.1 .أنواع الأزمات</p>	<p>6.1 .العلاقات العامة الدولية 1.6.1 .خصائص المجتمع الدولي 2.6.1 .التعريف 3.6.1 .دور العلاقات العامة الدولية 4.6.1 .أنواع الإجراءات</p>	<p>5.1 .العلاقات العامة والرأي العام 1.5.1 .صورة قوية لوسائل الإعلام 2.5.1 .التأثير المحدود لوسائل الإعلام 3.5.1 .الأثار الهيكلية على المجتمع</p>
		<p>10.1 .تكنولوجيات الاتصالات في الأزمات 1.10.1 .المزايا 2.10.1 .السلبيات 3.10.1 .الأدوات</p>	<p>9.1 .إعداد خطة الأزمات 1.9.1 .تحليل المشاكل المحتملة 2.9.1 .التخطيط 3.9.1 .ملاءمة الموظفين</p>

الوحدة 2. نظرية الإعلان

<p>1.2 أساسيات الإعلان</p> <p>1.1.2 المقدمة</p> <p>2.1.2 أساسيات الإعلان والتسويق</p> <p>3.1.2 الإعلان والعلاقات العامة والدعاية</p> <p>4.1.2 الأبعاد الاجتماعية للإعلان المعاصر ونطاقه</p> <p>5.1.2 الإعلان الناجح: KFC</p>	<p>2.2 تاريخ الإعلان</p> <p>1.2.2 المقدمة</p> <p>2.2.2 الأمل</p> <p>3.2.2 الثورة الصناعية والإعلان</p> <p>4.2.2 تطوير صناعة الإعلان</p> <p>5.2.2 الإعلان في عالم الإنترنت</p> <p>6.2.2 الإعلان الناجح: دراسة حالة Coca-Cola</p>	<p>3.2 الإعلان وأبطاله 1: المعلن</p> <p>1.3.2 المقدمة</p> <p>2.3.2 أداء صناعة الإعلان</p> <p>3.3.2 أنواع المعلنين</p> <p>4.3.2 الإعلان في المخطط التنظيمي للشركة</p> <p>5.3.2 الإعلان الناجح: دراسة حالة Facebook</p>	<p>4.2 الإعلان وأبطاله 2: وكالات الإعلان</p> <p>1.4.2 المقدمة</p> <p>2.4.2 وكالة الإعلان: متخصصو الدعاية الإعلانية</p> <p>3.4.2 الهيكل التنظيمي لوكالات الإعلان</p> <p>4.4.2 أنواع وكالات الإعلان</p> <p>5.4.2 إدارة الأجور في وكالات الإعلان</p> <p>6.4.2 الإعلان الناجح: Nike</p>
<p>5.2 الإعلان وأبطاله 2: المتلقي للإعلان</p> <p>1.5.2 المقدمة</p> <p>2.5.2 متلقي الإعلان وسياقه</p> <p>3.5.2 متلقي الإعلان كمستهلك</p> <p>4.5.2 الاحتياجات والرغبات في الإعلان</p> <p>5.5.2 الإعلان والذاكرة: بشأن كفاءة الإعلان</p> <p>6.5.2 الإعلان الناجح: دراسة حالة IKEA</p>	<p>6.2 عملية إنشاء الإعلانات 1: من المعلن إلى الوسائط</p> <p>1.6.2 المقدمة</p> <p>2.6.2 الجوانب الأولية لعملية إنشاء الإعلانات</p> <p>3.6.2 موجز (brief) الإعلان أو موجز الاتصالات</p> <p>4.6.2 الاستراتيجية الإبداعية</p> <p>5.6.2 استراتيجية وسائل الإعلام</p> <p>1.5.6.2 الإعلان الناجح: Apple</p>	<p>7.2 عملية إنشاء الإعلان 2: الإبداع والإعلان</p> <p>1.7.2 المقدمة</p> <p>2.7.2 أساسيات العمل الإبداعي للمعلنين</p> <p>3.7.2 الإبداع الإعلاني ووضعه التواصلي</p> <p>4.7.2 العمل الإبداعي في الإعلان</p> <p>5.7.2 الإعلان الناجح: دراسة حالة Real Madrid</p>	<p>8.2 عملية إنشاء الإعلانات 3: تصميم وتطوير البيان الإعلاني</p> <p>1.8.2 المقدمة</p> <p>2.8.2 التصور والاستراتيجية الإبداعيان</p> <p>3.8.2 عملية التصور الإبداعي</p> <p>4.8.2 المسارات العشرة الأساسية للإبداع وفقاً لـ Luis Bassat:</p> <p>أنواع الإعلان</p> <p>5.8.2 الصيغ الاعلانية</p> <p>6.8.2 الإعلان الناجح: McDonalds</p>
<p>9.2 تخطيط الوسائل الإعلانية</p> <p>1.9.2 المقدمة</p> <p>2.9.2 الوسائل والتخطيط</p> <p>3.9.2 وسائل الإعلام الإعلانية وتصنيفها</p> <p>4.9.2 أدوات تخطيط وسائل الإعلام</p> <p>5.9.2 الإعلان الناجح: Pepsi</p>	<p>10.2 الإعلان والمجتمع والثقافة</p> <p>1.10.2 المقدمة</p> <p>2.10.2 العلاقة بين الإعلان والمجتمع</p> <p>3.10.2 الإعلان والعواطف</p> <p>4.10.2 الإعلان والموضوعات والأشياء</p> <p>5.10.2 الإعلان الناجح: Burger King</p>		

الوحدة 3. تاريخ الإعلان والعلاقات العامة

<p>4.3 ولادة الإعلان</p> <p>1.4.3. أصل الإعلان التجاري</p> <p>2.4.3. الثورة التكنولوجية</p> <p>3.4.3. أنظمة الطباعة</p> <p>4.4.3. الدور</p> <p>5.4.3. الصورة</p> <p>6.4.3. التلفزيون</p> <p>7.4.3. الإعلانات المطبوعة</p> <p>8.4.3. الملصقات</p>	<p>3.3 الثورات</p> <p>1.3.3. الإعلان والثورة الصناعية</p> <p>2.3.3. الطريق الطويل والمتعرج لحربة الصحافة</p> <p>3.3.3. من الدعاية إلى الإعلان</p> <p>4.3.3. الدعاية والإعلان السياسي: المفاهيم</p> <p>5.3.3. خصائص هذه الدعاية</p> <p>6.3.3. الثورة الصناعية عند ولادة الإعلانات التجارية</p>	<p>2.3 من الطباعة إلى الثورة الصناعية</p> <p>1.2.3. بعض الجوانب التي ساهمت في ظهور المطبعة في أوروبا</p> <p>2.2.3. التعبيرات الأولى: الكتيبات والملصقات</p> <p>3.2.3. العلامات التجارية والتسميات</p> <p>4.2.3. الإعلانات الصاخبة والثرثارة</p> <p>5.2.3. اللافتة والجدار التجاري</p> <p>6.2.3. ولادة وسيلة جديدة</p> <p>7.2.3. الاتصال والسلطة: التحكم في الإقناع</p>	<p>1.3 النشاط الإعلاني قبل الطباعة</p> <p>1.1.3. الإعلان في أشكاله الأكثر بدائية</p> <p>2.1.3. المظاهرات الأولى</p> <p>3.1.3. العالم القديم</p>
<p>8.3 الإعلان الإلكتروني</p> <p>1.8.3. التلفزيون. البعد الثالث للإعلانات</p> <p>2.8.3. الإعلانات في الخمسينيات والستينيات</p> <p>3.8.3. وصول التلفزيون</p>	<p>7.3 تطور تقنية الإعلان</p> <p>1.7.3. النشاط الإعلاني بين عامي 1914 و1950</p> <p>2.7.3. تنظيم الإعلان</p> <p>3.7.3. الوكالات والأساليب</p>	<p>6.3 الإعلان بين حربيين</p> <p>1.6.3. خصائص الفترة 1914-1950</p> <p>2.6.3. الإعلان في الحرب العالمية الأولى</p> <p>3.6.3. عواقب الحرب العالمية الأولى على الإعلان</p> <p>4.6.3. الإجراءات الإعلانية في الحرب العالمية الثانية</p> <p>5.6.3. عواقب الحرب العالمية الثانية على الإعلان</p> <p>6.6.3. الوسائط الإعلانية</p> <p>7.6.3. التصميم الجرافيكي للملصقات والإعلانات</p> <p>8.6.3. الإعلانات الخارجية</p> <p>9.6.3. السينما</p> <p>10.6.3. السينما كوسيلة للإقناع</p> <p>11.6.3. المذياع</p> <p>12.6.3. الراديو التجاري</p>	<p>5.3 توحيد النشاط الإعلاني</p> <p>1.5.3. العوامل الاقتصادية بين 1848-1914</p> <p>2.5.3. أشكال جديدة للتسويق</p> <p>3.5.3. الصحف</p> <p>4.5.3. المجلات</p> <p>5.5.3. فن الملصق</p> <p>6.5.3. أساسيات الإعلان الحديث</p> <p>7.5.3. وكالات الإعلان الأمريكية</p> <p>8.5.3. التقنية ومهنة الإعلان</p>
		<p>10.3 تاريخ العلاقات العامة</p> <p>1.10.3. الأصول</p> <p>2.10.3. Bernays ومساهماته</p> <p>3.10.3. التوسع: العلاقات العامة. في النصف الثاني من القرن العشرين</p>	<p>9.3 الإعلان الحالي</p> <p>1.9.3. المقدمة</p> <p>2.9.3. السياق الإعلاني الحالي: المنظور التكنولوجي</p> <p>3.9.3. التحديات الرئيسية للاتصالات الإعلانية الحالية</p> <p>4.9.3. الفرص الرئيسية للاتصالات الإعلانية الحالية</p>

الوحدة 4. شركة الإعلان والعلاقات العامة

<p>4.4 الحساب التشغيلي لوكالة الإعلان 1.4.4.1 الاستثمار والإيرادات وحجم الأعمال 2.4.4.2 النتائج 3.4.4.3 الميزانية السنوية</p>	<p>3.4 العلاقات الاقتصادية في شركة الإعلان 1.3.4 العلاقات الاقتصادية مع المعلنين 2.3.4 العلاقات الاقتصادية مع الموظفين والشركاء 3.3.4 منظمو المشاريع الأفراد والعاملون لحسابهم الخاص</p>	<p>2.4 الإدارة الاقتصادية للوكالة 1.2.4 أنواع الشكل القانوني 2.2.4 نموذج الأعمال 3.2.4 وضع المشاريع ومراقبتها</p>	<p>1.4 هيكل وكالات الإعلان و/أو العلاقات العامة 1.1.4 الهيكل 2.1.4 الوظائف 3.1.4 اختيار الوكالة</p>
<p>8.4 استراتيجيات النمو التنظيمي 1.8.4 Holdings (المقتنيات) 2.8.4 سلسلة القيمة 3.8.4 تحديات النمو التنظيمي</p>	<p>7.4 العلاقات مع أصحاب المصلحة (Stakeholders) الخارجيين 1.7.4 العلاقات بين وكالات الإعلان 2.7.4 وكالة إعلام العلاقات 3.7.4 العلاقات وكالة المستهلك النهائية</p>	<p>6.4 نظم الدفع 1.6.4 أجور الوكالات 2.6.4 البعد المحاسبي للوكالة 3.6.4 تحديد الميزانية</p>	<p>5.4 الصلة بين الإعلان والعلاقات العامة 1.5.4 بشأن أهداف 2.5.4 فيما يتعلق بالجهات المتعلقة للنشاط 3.5.4 بشأن اختيار وسائط الإعلام ووسائط الإعلام</p>
		<p>10.4 إدارة الفرق 1.10.4 الحافز 2.10.4 إدارة التغيير والقيادة 3.10.4 الاتصال الداخلي</p>	<p>9.4 مخطط تنظيمي داخلي لوكالة إعلانات 1.9.4 نموذج إدارة الوكالات 2.9.4 قسم الحساب 3.9.4 قسم الإبداع 4.9.4 قسم الإعلام 5.9.4 قسم الإنتاج</p>



في شهادة الخبرة الجامعية هذه، ستتعلم كيفية ربط الحدث الإعلاني بالمظاهر الثقافية الأخرى مثل الأدب أو الفن أو السينما، وإنشاء روابط ناجحة"

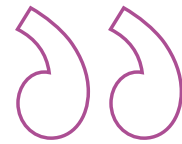
المنهجية

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"





تستخدم كلية إدارة الأعمال TECH 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"

يعدك هذا البرنامج لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في عملك.

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 والعملية.

ستتعلم، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية،
حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية "



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.

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

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 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*.

سيسمح لك نظامنا عبر الإنترنت بتنظيم وقتك ووتيرة التعلم، وتكييفه مع جداولك. يمكنك الوصول إلى المحتويات من أي جهاز ثابت أو محمول مع اتصال بالإنترنت.

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

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

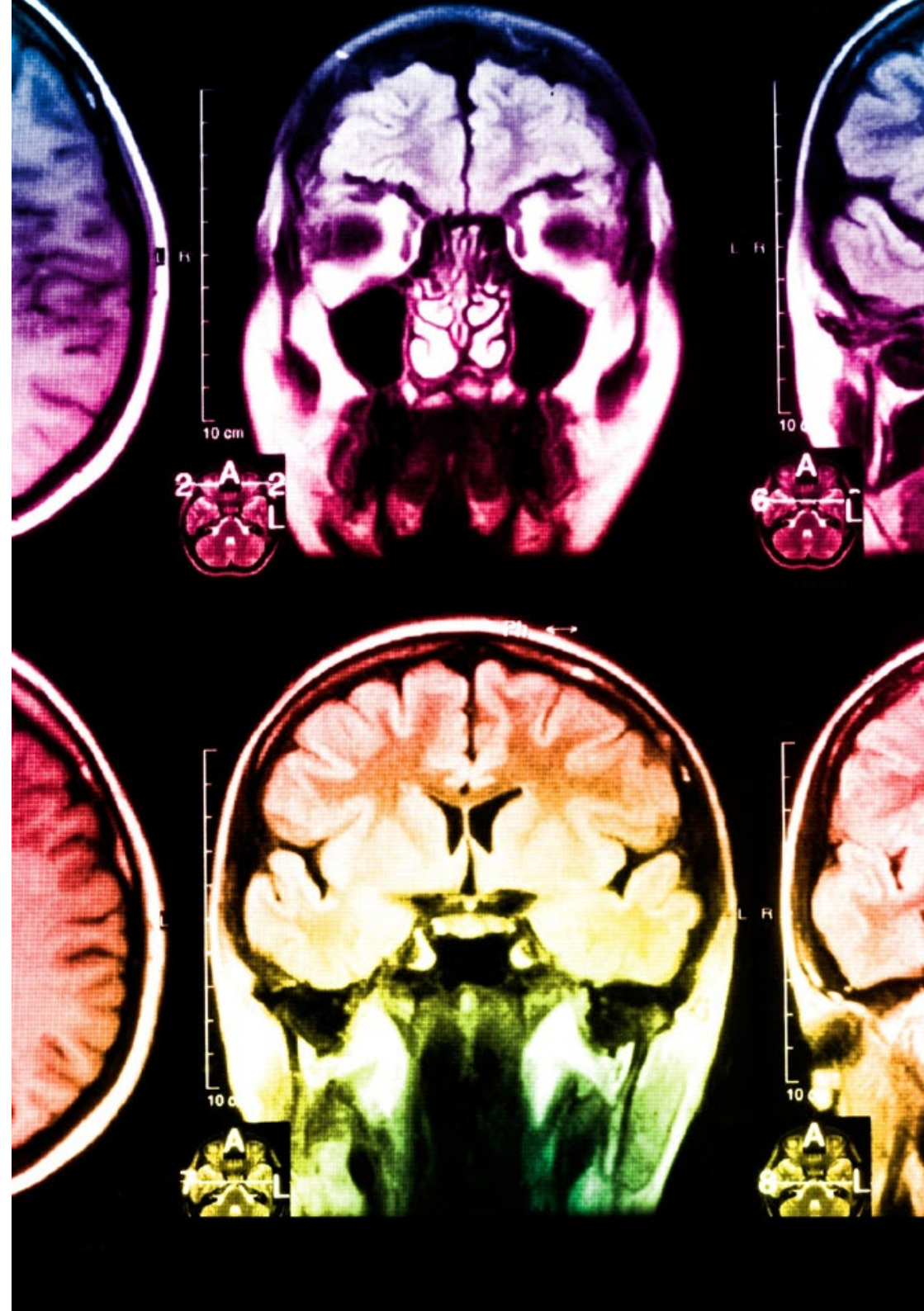


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً فننساها ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، 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.

استناداً إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضاً أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئاً هو ضرورياً لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الذاكرة، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

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



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية

يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا 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.

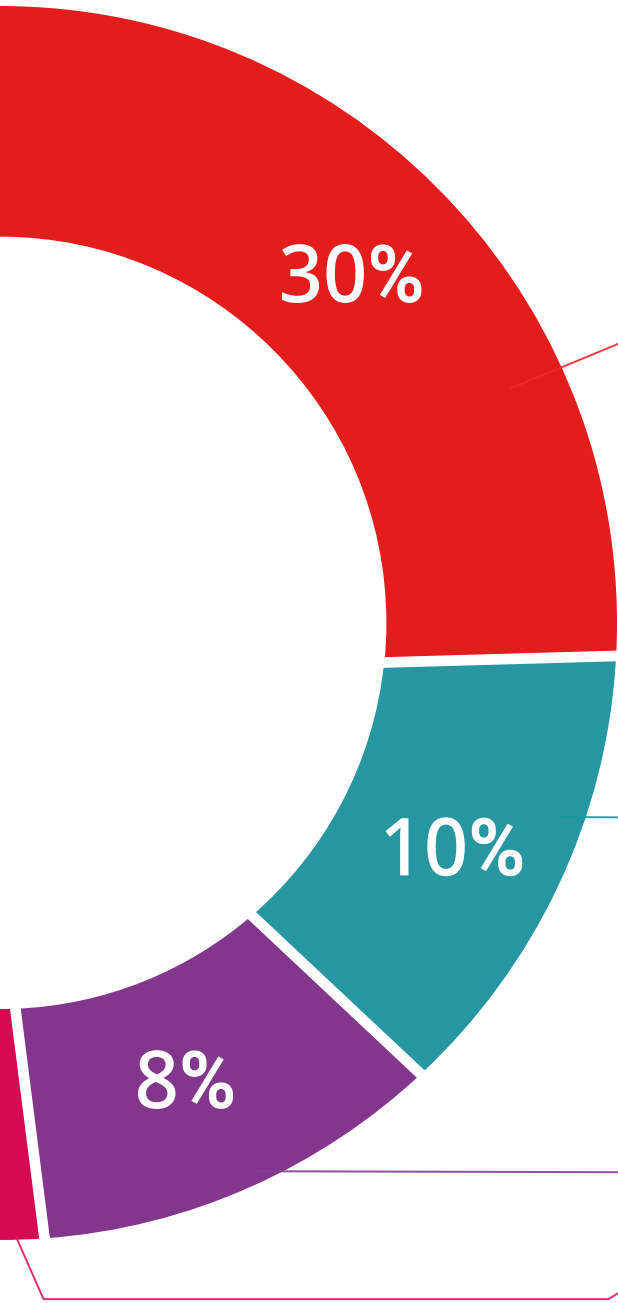
إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات الإدارية

سيضطلعون بأنشطة لتطوير كفاءات إدارية محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها كبار المديرين لنموهم 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 في الإدارة العليا على الساحة الدولية.



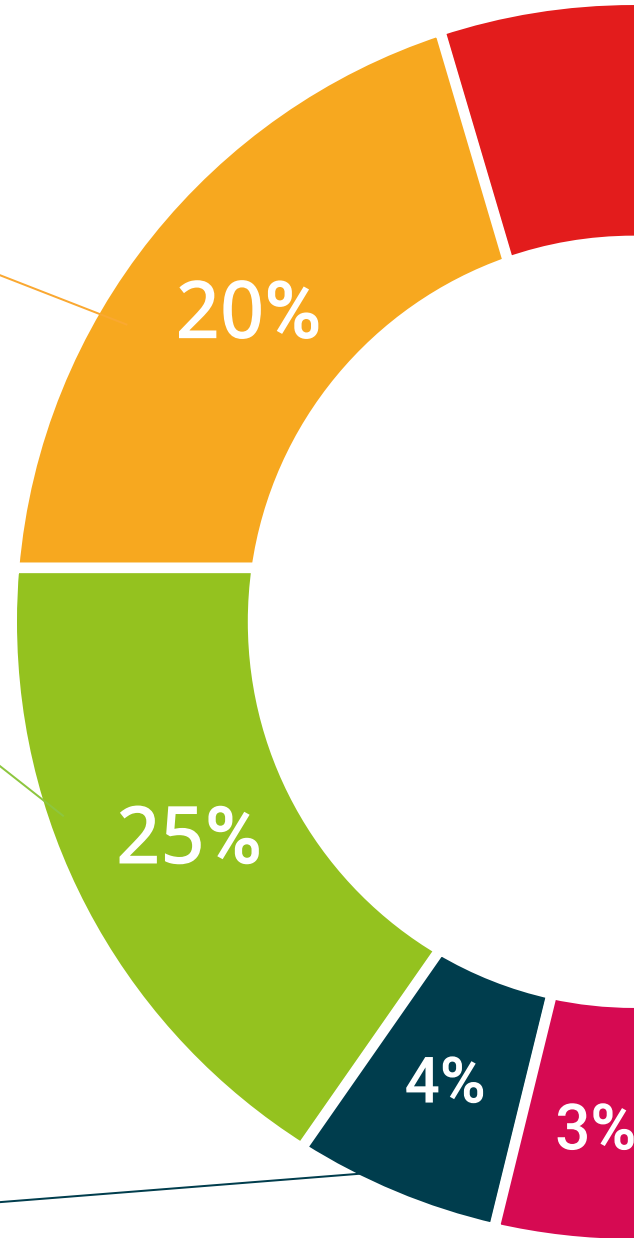
ملخصات تفاعلية

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.



الملف الشخصي لطلابنا

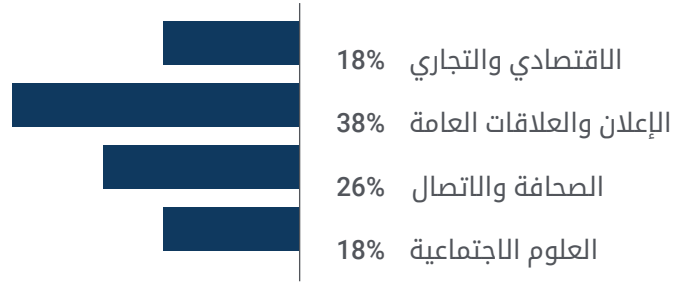
تستهدف شهادة الخبرة الجامعية هذه المهنيين الذين يرغبون في توسيع معرفتهم في مجال الإعلان والعلاقات العامة، للتطوير المهني، إما كموظفين مستقلين أو كمديرين للشركات الرئيسية في القطاع، في مجالات اتصالات الشركات أو في المؤسسات العامة. بهذه الطريقة، فإن جودة محتويات هذا البرنامج ستسمح لهم بتطوير ملف شخصي تنافسي للغاية ومطلوب في سوق العمل.



اتخذ خطوة في رحلتك الأكاديمية نحو النجاح
الوظيفي، وذلك بفضل استكمال هذا البرنامج"



المؤهل في المجال



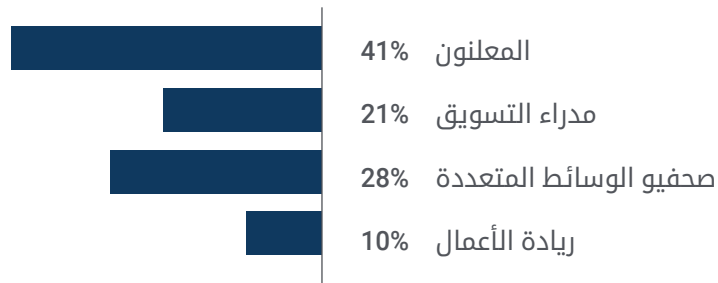
متوسط العمر

بين 35 و 45 سنة

عدد سنوات الخبرة



المؤهل الأكاديمي



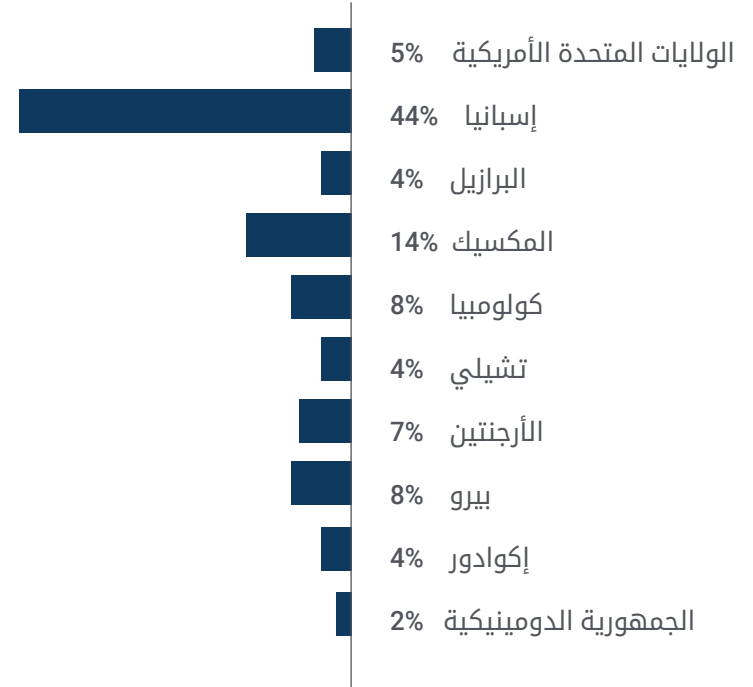


Alejandro Lerín

وكيل إعلامي

"عرضت علي الوكالة التي بدأت العمل بها أن أشارك في برنامج TECH هذا كحافز تدريبي داخلي، والحقيقة هي أنني سعيد جدًا بالقيام بذلك. من بين عدة جوانب، أبرزت أنني تعلمت التقنيات التي يجب تنفيذها في خط الإستراتيجية الإعلانية للشركة مع اتباع نهج محسّن"

التوزيع الجغرافي



مدى تأثير هذه الدراسة على حياتك المهنية

تدرك TECH أن أخذ برنامج بهذه الخصائص يمثل استثمارًا اقتصاديًا ومهنيًا وشخصيًا كبيرًا من جانب الطالب. يجب أن يكون الهدف النهائي لتنفيذ هذا الجهد الكبير هو تحقيق النمو المهني، بحيث يكون الإدراج الوظيفي أو ترقية المهني أو التغيير المنشود في مكان العمل نحو هذا القطاع مزدهرًا. هدف تركز عليه TECH وتحققه من خلال تصميم برامج تنافسية ومنهجية مبتكرة وأفضل الخبراء في هذا القطاع.

زد فرص نجاحك في العمل. حقق ذلك من خلال
"منهج TECH"



هل أنت مستعد لأخذ القفزة الأمام؟ فالتطوير المهني الممتاز في انتظارك

من خلال الحصول على برنامج
TECH هذا، سوف تضاعف فرص
نجاحك الوظيفي، لا تتردد وقم
بالتسجيل الآن!

تعد شهادة الخبرة الجامعية من TECH في الإعلان والعلاقات العامة برنامجًا مكثفًا يعد الطالب لمواجهة التحديات والقرارات في هذا القطاع المتغير باستمرار، وتحقيق معرفة أكبر بأهداف شركتهم أو عملائهم. لذلك فإن هدفها الرئيسي هو تعزيز النمو الشخصي والمهني للطلاب حتى يحقق النجاح في مجال العمل هذا. برنامج ذو أهمية كبيرة لأولئك الذين يبحثون عن التميز الأكاديمي والمهني.

كن خبيرًا في مجال الإعلان
والعلاقات العامة واجعل شركتك
واحدة من أكثر الشركات تنافسية
في هذا القطاع.

وقت التغيير



نوع التغيير



زيادة الرواتب

دراسة هذا البرنامج يعني لطلابنا زيادة في الراتب تزيد عن 25.55%



الفوائد لشركتك

شهادة الخبرة الجامعية في الإعلان والعلاقات العامة هي برنامج مصمم بشكل أساسي لتحسين تدريب الطلاب في هذا المجال من العمل. لكن بالإضافة إلى ذلك، فإن هذا سيوفر مزايا ملحوظة في الشركات التي يعملون فيها، حيث سيكونون قادرين على تنفيذ استراتيجيات أكثر تنافسية، مما سيوفر معرفة شاملة حول قيم وأهداف الشركة، مما يسبب جذبًا أكبر لهم كمهثور.

سيكون لديك التدريب المناسب لتقديم
استراتيجيات إدارة الإعلانات المبتكرة للشركة"



يعد تطوير المواهب والاحتفاظ بها في الشركات أفضل استثمار طويل الأجل.

01

رأس المال الفكري ونمو المواهب

سيقدم المسؤول التنفيذي الشركة إلى المفاهيم والاستراتيجيات ووجهات النظر الجديدة التي يمكن أن تحدث تغييرات كبيرة في المنظمة.

02

الاحتفاظ بالمديرين التنفيذيين ذوي الإمكانيات العالية لتجنب استنزاف المواهب

يعزز هذا البرنامج الصلة بين الشركة والمدير ويفتح آفاقًا جديدة للنمو المهني داخل الشركة.

03

وكلاء البناء للتغيير

ستكون قادرًا على اتخاذ القرارات في أوقات عدم اليقين، والأزمات مما يساعد المنظمة في التغلب على العقبات.

04

زيادة إمكانيات التوسع الدولي

بفضل هذا البرنامج، ستتواصل الشركة مع الأسواق الرئيسية في الاقتصاد العالمي.

تطوير مشاريع شخصية

يمكن للمهني العمل في مشروع حقيقي أو تطوير مشاريع جديدة في نطاق البحث والتطوير أو تطوير الأعمال في شركتك.

05

تعزيز القدرة التنافسية

سيزود هذا البرنامج مهنييه بالمهارات لمواجهة التحديات الجديدة وبالتالي تعزيز المؤسسة.

06



المؤهل العلمي

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في الإعلان والعلاقات العامة بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدثاً، الحصول على شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في الإعلان والعلاقات العامة في الشركات الصناعية على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية ذا الصلة الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

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: شهادة الخبرة الجامعية في الإعلان والعلاقات العامة

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 600 ساعة





شهادة الخبرة الجامعية الإعلان والعلاقات العامة

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

شهادة الخبرة الجامعية الإعلان والعلاقات العامة

