

محاضرة جامعية

Creative Branding: التواصل وإدارة

العلامات التجارية الإبداعية





الجامعة
التكنولوجية
tech

محاضرة جامعية Creative Branding: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/videogames/postgraduate-certificate/creative-branding-communication-management-creative-brands

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 30

المقدمة

العلامة التجارية لشركة ألعاب الفيديو هي كل شيء. إنها في أفواه مئات اللاعبين وهي عرض للشركة نفسها أمام كل العيون التي تبحث بترقب عن ألقاب جديدة لاستهلاكها. مع عدد العناوين التي يتم إصدارها أسبوعيًا وتعدد الشركات التي تشكل مشهد ألعاب الفيديو، من المهم جدًا أن ترتبط العلامة التجارية الدقيقة والموجهة جيدًا بأفضل طريقة ممكنة مع الجمهور المستهدف. لهذا السبب، أعدت TECH المؤهلات التالية، والتي توجه جميع المتخصصين في مجال ألعاب الفيديو في مجال الاتصالات وإدارة بناء العلامات التجارية (branding) الإبداعية.



من المستحيل قراءة عبارة «EA Sports it's in the game» بدون الصوت المميز المصاحب لها. سنتعلم من خلال هذه المحاضرة الجامعية المفاتيح الكامنة وراء شعارات ألعاب الفيديو الرائعة"



تحتوي المحاضرة الجامعية في **Creative Branding**: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية على البرنامج الأكثر اكتمالاً و حداثة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ التعمق في جميع الجوانب التي تُعرف بها العلامة التجارية
- ♦ اهتمام خاص بتفاصيل العملية الإبداعية الكاملة *Creative Branding*, بدءًا من الفكرة وحتى تنفيذ خطط الاتصال
- ♦ الموارد والأدوات المختلفة التي يتم توفيرها للطلاب لاستخدامها لاحقًا في بيئة العمل
- ♦ التركيز على المنهجيات المبتكرة التي تعزز صورة الطالب مقارنة بالمنهجيات المماثلة الأخرى

يجب أن تجمع العلامة التجارية لشركة ألعاب الفيديو بشكل مثالي بين أهدافها الفنية والمهنية ونطاق جمهورها المستهدف. تطورت شعارات Playstation أو Nintendo أو Xbox على مر العقود، مع الحفاظ دائمًا على جوهرها المميز الذي يميزها عن جمهور ملايين اللاعبين حول العالم.

هذا الجوهر بالتحديد هو المفتاح لتحقيق النجاح التجاري عند الحديث عن العلامة التجارية، حيث أن الجمهور هو الذي ينتهي به الأمر إلى تحديد العلامة التجارية بالجوهر المذكور. إن معرفة كيفية تعريفها وفصلها عن المفاهيم الأخرى وجعل التعرف عليها بسهولة للجمهور المحتمل هو المسار الذي يجب اتبعه لتحقيق تأثير جيد على السوق.

للاستجابة لهذه الحاجة الملحة لمحترفي ألعاب الفيديو ليكون لديهم استراتيجية جيدة للعلامة التجارية، أنشأت TECH هذا المؤهل العلمي، والتي تتضمن نصيحة ومنهجية الخبراء في هذا المجال لضمان قدرة الطالب على تطبيق استراتيجية فعالة لإدارة العلامة التجارية. نتائج.

بالتالي، فهي فرصة فريدة لاكتساب سلسلة من المعارف والمهارات المحددة التي ستدفع مسيرة الطالب المهنية نحو النجاح المهني في مجال ألعاب الفيديو.



تم تصميم العلامات التجارية الكبرى لألعاب الفيديو على أكمل وجه، مع وجود فرق إبداعية رائعة خلفها تساهم بكل إبداعاتها في إبداعها" كن جزءًا من تلك الفرق من خلال هذه المحاضرة الجامعية"

ستكون قادرًا على تغطية جميع جوانب العلامات التجارية
للألعاب الفيديو. من العبارات التي يتم من خلالها جذب
الجمهور إلى صورة العلامة التجارية نفسها.

ستكون قادرًا على التميز في قطاع ألعاب
الفيديو بفضل التعليم الإبداعي الفريد
والمهني للعلامات التجارية.

”
اللاعبون متحمسون جدًا للعلامات التجارية التي تتواصل معهم.
اكسب احترام الآلاف من المستخدمين من خلال معرفة كيفية
تعامل شركتك معهم“

البرنامج يضم في أعضاء هيئة تدريسه محترفين في مجال الطاقات المتجددة يصون في هذا التدريب خبرة عملهم،
بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

وسيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي
والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريبًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي المهني في يجب أن تحاول من خلاله حل
المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ من خلاله. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو
تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.



الأهداف

في هذه المحاضرة الجامعية، سيتعلم الطالب جميع المجالات التي يجب أن تغطيها العلامة التجارية الإبداعية لعلامة تجارية لألعاب الفيديو، بدءاً من بناء العلامة التجارية نفسها وهويتها الرسومية إلى الاتصال الخارجي الذي يجب أن تمتلكه، والمحتوى الذي يجب أن تطوره أو حتى كيفية تطويره. تدقيق نتائج الحملات الإعلانية المختلفة. تضمن TECH أن يكتسب الطالب كل المعرفة اللازمة من خلال تحديد سلسلة من الأهداف التي يجب أن تليها المادة التعليمية.

TECH

- 2003

GAME

1989

هدفك المهني هو تحقيق النجاح في عالم ألعاب الفيديو. TECH ستساعدك على تحقيق ذلك من خلال إعطائك أدوات فريدة ومميزة"



الأهداف العامة



- ♦ تعلّم كيفية تحديد المكونات الأكثر أهمية التي من خلالها تخاطب العلامة التجارية جمهورها
- ♦ اكتساب معرفة محددة لإدارة العلامة التجارية والاتصالات وصورة الشركة
- ♦ ترسيخ الخيال والابتكار عند حل المشكلات في مجال إدارة الإبداع
- ♦ تعزيز تكامل المعرفة المكتسبة في بيئات عملية حقيقية
- ♦ فهم مدى أهمية الإبداع في التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية في أي قطاع تصميم
- ♦ تعليم الطلاب كيفية التكيف مع الحقائق المختلفة، وتزويدهم بالأدوات اللازمة لتحليل السوق وإجراءات الاتصال المختلفة
- ♦ تعزيز القدرة على التحديث تدريجياً لتكون مستعداً دائماً للواقع المتغير
- ♦ تطوير مهارات الاتصال، سواء المكتوبة أو الشفهية، والتي ستكون بمثابة ركيزة لأي إدارة إبداعية للعلامة التجارية

الأهداف المحددة



- ♦ التعرف بعمق على ما يجعل العلامة التجارية ناجحة، وكيف ينظر إليها الجمهور، وقم بتطبيق هذه المعرفة في العمل اليومي
- ♦ يغطي جميع المراحل الإبداعية *Creative Branding*، بدءًا من تصور العلامة التجارية وحتى *Customer Experience* (تجربة العملاء)
- ♦ التخطيط لاستراتيجيات ناجحة باستخدام التكتيكات وخطط الإنتاج التي تضمن الإدارة الفعالة للعلامة التجارية ومواردها
- ♦ معرفة كيفية تقييم مستوى نجاح إجراء تواصلي محدد، باستخدام أدوات محددة لذلك

ستكون أقرب إلى جمهورك وعملائك بمعرفة
كيفية التواصل معهم وكيفية تلقي ملاحظاتهم"



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

المحترفون المسؤولون عن إعداد هذه المحاضرة الجامعية في Creative Branding: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية. لقد تم اختيارهم من قبل TECH نظرًا لأدائهم المهني الرائع على رأس العديد من الكيانات الإبداعية، حيث أثبتوا بنجاح مهاراتهم في بناء العلامات التجارية (branding) وإدارة العلامات التجارية. بالتالي، يتمتع الطالب بضمن ليس فقط الوصول إلى المواد التعليمية الأكثر اكتمالاً وتحديثاً حول هذا الموضوع، ولكن أيضاً الحصول على الدعم من قبل هيئة تدريس محترفة في المحتوى الذي يتم تدريسه.

يمكن أن تكون هذه المحاضرة الجامعية بمثابة مرحلة ما قبل
وبعد مسيرتك المهنية، نظرًا لأنه في قطاع ألعاب الفيديو،
تحظى المعرفة بإدارة العلامات التجارية بتقدير كبير"





المدير الدولي المُستضاف

أ. Mark Young هو خبير مشهور عالمياً ركز مسيرته البحثية على صناعة الترفيه. قد حصلت نتائجه على العديد من الجوائز، بما في ذلك جائزة لمسيرته في المحاسبة والإدارة لعام 2020، والتي تمنحها جمعية المحاسبة الأمريكية. بالمثل، فقد فاز ثلاث مرات لمساهماته في الأدب الأكاديمي في هذه المجالات.

كان من أبرز المعالم في حياته المهنية نشر دراسة "المرجسية والمشاهير" بالتعاون مع الدكتور Drew Pinsky. قام هذا النص بتجميع بيانات مباشرة من شخصيات سينمائية أو تلفزيونية مشهورة. أصبح الكتاب الأكثر مبيعاً، حيث قام الخبير بتحليل السلوكيات المرجسية لنجوم السيولويد وكيف تم تطبيعها في وسائل الإعلام الحديثة. في الوقت نفسه، تم تناول تأثير هذه الأمور على الشباب المعاصر.

طوال حياته المهنية أيضاً، تعمق Young في التنظيم والتركيز في صناعة السينما. على وجه التحديد، فقد بحث في نماذج للتنبؤ بنجاح الأفلام الكبرى في شبكات التذاكر. بالمثل، فقد قدم مساهمات فيما يتعلق بالمحاسبة على أساس النشاط وتصميم أنظمة التحكم. على وجه الخصوص، يبرز تأثيرها المعترف به في تنفيذ الإدارة الفعالة القائمة على بطاقة الأداء المتوازن.

بالمثل، ميز العمل الأكاديمي أيضاً حياته المهنية، مما أدى إلى اختياره لقيادة كرسي أبحاث George Bozanic و Holman G. Hurt في مجال الرياضة والترفيه. بالمثل، فقد عقد مؤتمرات وشارك في برامج دراسية تتعلق بالمحاسبة والصحافة والدعاية. في الوقت نفسه، ربطته دراساته الجامعية والدراسات العليا بجامعة أمريكا الشمالية المرموقة مثل بيتسبرغ وأوهايو.

د. S. Mark Young

- ♦ مدير كرسي Holman G. Hurt George Bozanic في مجال الرياضة والترفيه
- ♦ المؤرخ الرسمي لفريق التنس للرجال بجامعة جنوب كاليفورنيا
- ♦ باحث أكاديمي متخصص في تطوير النماذج التنبؤية لصناعة السينما
- ♦ شارك في تأليف كتاب "الترجسية والمشاهير"
- ♦ دكتوراه في العلوم المحاسبية من جامعة Pittsburgh
- ♦ ماجستير في المحاسبة من جامعة ولاية أوهايو
- ♦ بكالوريوس في الاقتصاد من كلية Oberlin
- ♦ عضو مركز التميز في التدريس

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل
المحترفين في العالم"



هيكل الإدارة

د. Velar Lera, Margarita

- ♦ خبيرة استشارية في الدعاية في مجال الموضة
- ♦ الرئيسة التنفيذية لشركة Forfashion Lab
- ♦ مديرة التسويق المؤسسي في SGNGroup
- ♦ مستشارة الدعاية المؤسسية في LLYC
- ♦ مستشارة اتصالات والعلامة التجارية freelance
- ♦ مديرة الدعاية بجامعة Villanueva
- ♦ مدرسة في الدراسات الجامعية المرتبطة بالتسويق
- ♦ دكتورة في الدعاية من جامعة Carlos III بمدريد
- ♦ بكالوريوس الاتصال السمعي البصري من جامعة كومبلوتنسي بمدريد
- ♦ MBA الأزياء من ISEM Fashion Business School



PORTAL 2

The image features the word "PORTAL 2" in large, white, bold, sans-serif capital letters. To the left of the text is a stylized orange figure of a person running or jumping, positioned as if entering a vertical orange line that represents a portal. To the right of the text is a stylized blue figure of a person running or jumping, positioned as if exiting a vertical blue line that represents a portal. The background is solid black.

الهيكل والمحتوى

تضمن المحاضرة الجامعية في العلامات التجارية الإبداعية: يحتوي برنامج التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية على جميع المواد التعليمية والتعاليم المهنية حتى يصبح الخريجون خبراء حقيقيين في التواصل المؤسسي وألعاب الفيديو الإبداعية. بدعم كمية كبيرة من المواد السمعية والبصرية، بالإضافة إلى العديد من الأمثلة العملية، تصبح دراسة الدرجة أسهل للطلاب دون تخفيف أو تقليل عمق المحتويات التي يتم تدريسها.



ستكون مستعدًا لإعطاء الاسم والشكل للعلامات
التجارية الكبرى التي ستغير مستقبل ألعاب الفيديو"



الوحدة 1. Creative Branding: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية

- 1.1 Brands and Branding (العلامات التجارية والعلامات التجارية)
 - 1.1.1 العلامات التجارية
 - 2.1.1 تطور Branding (العلامة التجارية)
 - 3.1.1 تحديد المواقع، شخصية العلامة التجارية، الشهرة
- 2.1 بناء العلامة التجارية
 - 1.2.1 المزيج التسويقي
 - 2.2.1 هندسة العلامة التجارية
 - 3.2.1 هوية العلامة التجارية
- 3.1 التعبير عن العلامة التجارية
 - 1.3.1 الهوية الرسومية
 - 2.3.1 التعبير البصري
 - 3.3.1 العناصر الأخرى التي تعكس العلامة التجارية
- 4.1 الاتصالات
 - 1.4.1 المنظور
 - 2.4.1 نقاط اتصال العلامة التجارية (Brand Touchpoints)
 - 3.4.1 تقنيات وأدوات الاتصال
- 5.1 محتوى العلامة التجارية (Brand Content)
 - 1.5.1 من العلامات التجارية إلى منصات الترفيه
 - 2.5.1 ظهور المحتوى ذي العلامة التجارية
 - 3.5.1 التواصل مع الجمهور من خلال قصص فريدة من نوعها
- 6.1 Visual Storytelling (رواية القصص المرئية)
 - 1.6.1 تحليل العلامة التجارية
 - 2.6.1 مفاهيم إعلانية إبداعية
 - 3.6.1 البيع الإبداعي
- 7.1 Customer Experience (تجربة العميل)
 - 1.7.1 Customer Experience (تجربة العميل) (CX)
 - 2.7.1 Customer Journey (رحلة العميل)
 - 3.7.1 محاكاة العلامة التجارية و CX



- 8.1 التخطيط الاستراتيجي
 - 1.8.1 الأهداف
 - 2.8.1 تحديد الجماهير والرؤى (Insights)
 - 3.8.1 تصميم الإستراتيجية
- 9.1 الأداء
 - 1.9.1 الإحاطة الإعلامية (briefing)
 - 2.9.1 التكتيكات
 - 3.9.1 خطة الإنتاج
- 10.1 التقييم
 - 1.10.1 ما الذي يجب تقييمه؟
 - 2.10.1 كيف نقيّمها، (أدوات القياس)
 - 3.10.1 تقارير النتائج

إن القفزة المهنية والشخصية التي ستحققها
حياتك المهنية بعد إكمال هذه المحاضرة
الجامعية ستكون ملحوظة، مع مجموعة من
المعرفة التي ستميزك في قطاع ألعاب الفيديو"



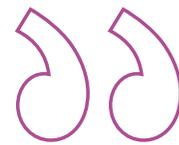
المنهجية

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 يبرسي 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 سنواجهه بها في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال أربع سنوات البرنامج، ستواجه عدة حالات حقيقية. يجب عليك دمج كل معارفك والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارك وقراراتك.



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



منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

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

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

جامعتنا هي الجامعة 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 (نتعلّم 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.

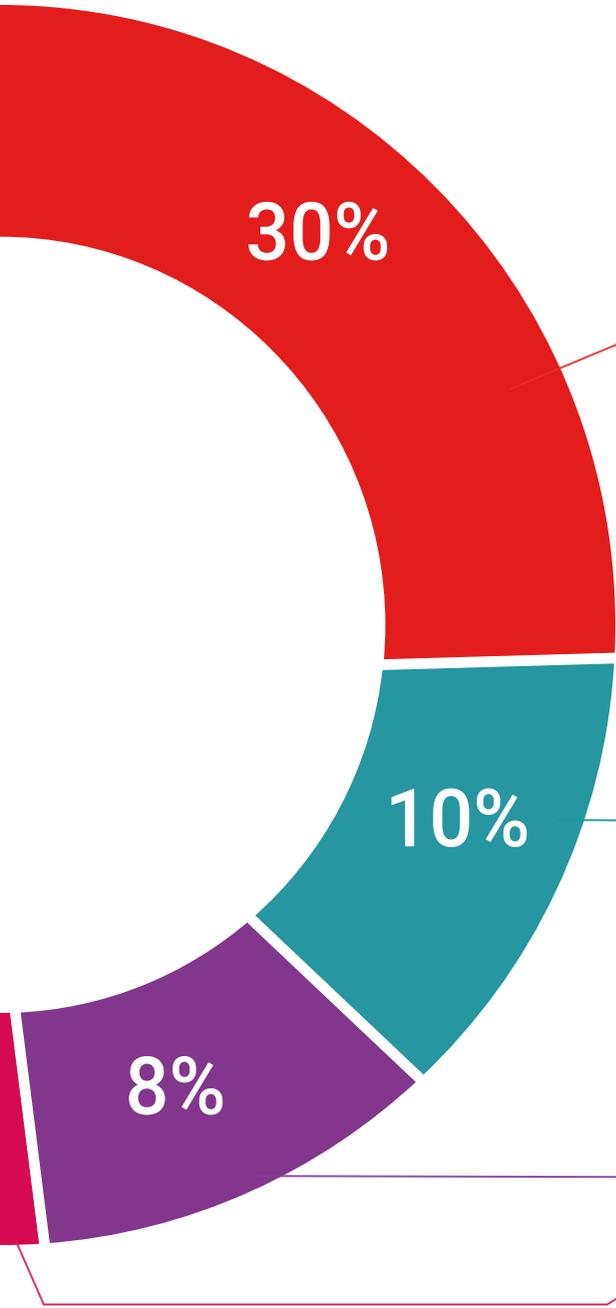
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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 نحفظ 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 وملموشًا حقًا.

ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم.

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

التدريب العملي على المهارات والكفاءات



سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



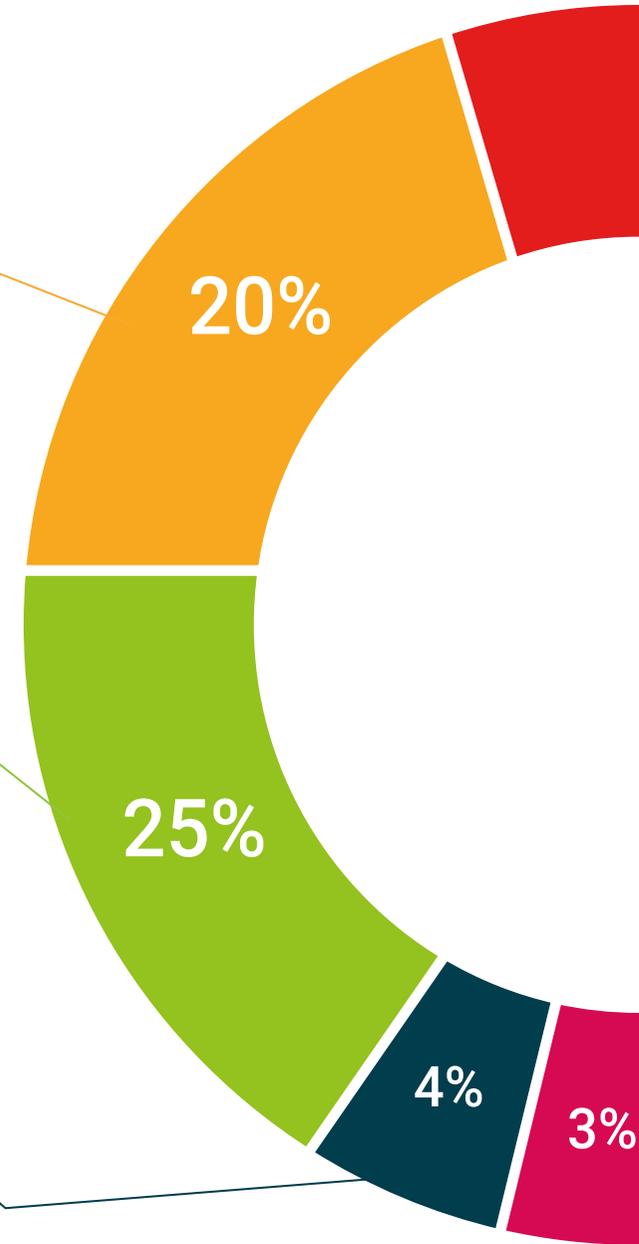
ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في 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.

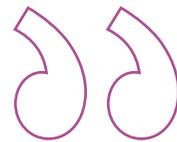


المؤهل العلمي

تضمن المحاضرة الجامعية في Creative Branding: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وتحديثاً، الحصول على مؤهل المحاضرة الجامعية الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



هذه محاضرة جامعية في **Creative Branding**: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدثا في السوق.

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

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

المؤهل العلمي: محاضرة جامعية في **Creative Branding**: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية

اطريقة: عبر الإنترنت

مدة: 6 أسابيع



الجامعة
التكنولوجية
tech

محاضرة جامعية Creative Branding: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 6 أسابيع
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

محاضرة جامعية
Creative Branding: التواصل وإدارة
العلامات التجارية الإبداعية