

# ماجستير خاص MBA إدارة الشركات السمععية البصرية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## ماجستير خاص MBA إدارة الشركات السمعية البصرية

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

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techtitude.com/ae/videogames/professional-masters-degree/master-mba-audiovisual-business-management](http://www.techtitude.com/ae/videogames/professional-masters-degree/master-mba-audiovisual-business-management)

# الفهرس

01	المقدمة	صفحة 4
02	الأهداف	صفحة 8
03	الكفاءات	صفحة 14
04	الهيكل والمحتوى	صفحة 18
05	المنهجية	صفحة 28
06	المؤهل العلمي	صفحة 36

# المقدمة

يتم تعريف الإنتاج السمعي البصري، من قبل العديد من المتخصصين، على أنه فن يتم من خلاله إنشاء منتج ليتم نقله عبر وسائط مختلفة. إن البدء في هذا المجال يتطلب معرفة متخصصة بالصيغ والأنواع والبرامج التلفزيونية على سبيل المثال؛ هيكل النظام السمعي البصري أو تطوير التقنية المناسبة لترجمة الفكرة إلى واقع. بهذه الطريقة، مع هذا المؤهل العلمي، سيتمكن الطلاب المهتمون بعالم ألعاب الفيديو من توسيع آفاقهم المهنية، وسيكونون قادرين على أخذ معرفتهم في اتجاه شركة إبداعية.

ستكون قادرًا على تكيف أفكارك ونقلها إلى  
تنسيقات مختلفة بفضل محتوى هذا البرنامج"



يحتوي هذا ماجستير خاص في MBA إدارة الشركات السمعية البصرية على البرنامج الأكثر إكتمالاً وحدائقة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل خبراء في الإنتاج السمعي البصري
- ♦ محتوياتها البيانية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها تجمع المعلومات العلمية والرعاية العملي حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها بشكل خاص على المنهجيات المبتكرة في تطوير المنتجات الجديدة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

من الشائع في ألعاب الفيديو أن تجد عناصر سينمائية تساعد في شرح القصة وإضفاء استمراريتها. لذلك، فإن عملياتها الإبداعية تشبه تلك المستخدمة في عالم الإنتاج السمعي البصري، فأنت تحتاج إلى كتابة السيناريو، والحصول على فريق من الممثلين، والتخطيط لكل تسلسل ومن ثم تنفيذه. علاوة على ذلك، فإن مصممي ألعاب الفيديو هم أشخاص مبدعون لديهم أفكار متنوعة وقادرون على إيجاد حلول مبتكرة وتكنولوجية لإعادة إنشاء المشهد.

بهذا المعنى، يمكن نقل معارفهم بشكل مثالي إلى المجال السمعي البصري. لهذا السبب، سيوفر MBA إدارة الشركات السمعية البصرية الأدوات اللازمة لتنظيم وإدارة عمليات مجالات العمل المختلفة المشاركة في إنشاء مسلسل تلفزيوني أو فيلم أو مقاطع فيديو رقمية. بهذا النهج الدراسي، سنبدأ رحلة عبر المفاهيم المستخدمة في الصحافة الثقافية، وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي عليها، والمحتوى الذي يساعد على وضع نفسها على منصات مختلفة.

من ناحية أخرى، سيتعرف الطالب على الجوانب الفنية التي تركز على تحقيق مشروع سمعي بصري، مع تناول وجهات النظر النظرية والعملية التي تشكل العملية الإبداعية. بهذه الطريقة، ستكون قادرًا على تنفيذ إنشاء خيال سمعي بصري، من وجهة نظر سردية وجماهيرية، مع مراعاة الدعم والتقنيات المختلفة. لهذا السبب سوف تكون قادرًا على فهم هيكل النظام السمعي البصري والطريقة التي يفكر بها إنتاج هذا النوع من المحتوى في تمويله وتقييم استثماره من حيث التكاليف والفوائد.

في الوقت نفسه، سيتم وضع الأسس التي تحدد اتجاه الممثلين في الرواية وخلق الخطاب السردية. بالتالي، ستكون قادرين على مواصلة التقدم نحو فهم الصناعة الثقافية ونماذج الاتصال الجديدة التي يجري تطويرها حاليًا. من ناحية أخرى، فإن المعرفة العميقة بالأنواع والأشكال الجديدة المستخدمة في التلفزيون أمر ضروري لتطوير الطالب في هذا المجال. بالتالي، سيتمكّن المنظر اللازم لتنفيذ مهام الإخراج وفقًا للجدول الزمني والسيناريو وخطة التصوير.

في نهاية البرنامج، سيتمكن الطالب، باعتباره مطورًا ومصممًا لألعاب الفيديو، من تنظيم العرض المسرحي وتخطيط الإجراءات السردية التي تتكيف مع وسائل الإنتاج المختلفة. بالتالي يمثل صورة كاملة ومتكاملة للوظائف.

قم بتوسيع آفاقك المهنية من خلال فهم كيفية عمل الصناعة السمعية والبصرية"



باستخدام هذا البرنامج، ستتمكن من تحويل قصة لعبة فيديو إلى تنسيق تلفزيوني.

تعرف على عملية ما بعد الإنتاج وراء صناعة المسلسل التلفزيوني.

القطاع السمعي البصري يحتاج إلى مصممين مثلك، قادرين على ابتكار وتنفيذ المشهد الرقمي"

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. بفضل محتوى البرنامج من الوسائط المتعددة القُعد بأحدث التقنيات التعليمية، سوف يسمحون للمهني بتعلم سياقي، أي بيئة محاكاة ستوفر تعليماً عاماً مبرمجاً للتدريب في مواقف 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 هذا المؤهل العلمي، سيحقق الطلاب نسخة أفضل من أنفسهم، وسيتمكنون من الوصول إلى المعلومات الأكثر اكتمالاً وحدثة في السوق. لذلك، هناك أهداف مختلفة من شأنها أن تساعد في توجيه المسار الأكاديمي لفهم بيئة العمل لفريق الإنتاج، وتطوير السيناريو وجميع الجوانب المتعلقة بتوزيع المنتج النهائي. بهذه الطريقة، ستتمكن من تحسين ملفك الوظيفي للعمل في الصناعة.



ستساعدك الأهداف المحددة في هذا المؤهل العلمي  
على تطوير إبداعك للعمل في الصناعة السمعية والبصرية"



## الأهداف العامة



- ♦ توسيع المعرفة والمعلومات للطلاب بمستوى أعلى من العمق في مجال الصحافة، وبشكل أكثر تحديداً في مجال إدارة الصناعة السمعية البصرية
- ♦ تعلم كيفية أداء الوظائف في هذا المجال في بيئة متخصصة ومهنية

"عملية نمو مهني وشخصي ستسمح  
لك بالتقدم في حياتك المهنية"



## الأهداف المحددة



### الوحدة 1. الصحافة الثقافية

- ♦ التمتع بالمهارات الشاملة والمحددة اللازمة لمواجهة واقع الصحافة الثقافية في مختلف المجالات بنجاح
- ♦ معرفة متعمقة بالاتصالات الرقمية والصحافة الثقافية
- ♦ معرفة كيفية تحديد وتنفيذ وتطوير القصص بالنقاط المختلفة التي تشملها، والتي تتميز بالدقة والعلامة التجارية الشخصية
- ♦ معرفة وتطوير الأدلة الأساسية لتنفيذ التوثيق في الصحافة الثقافية
- ♦ معرفة وفهم وتحديد الموضوعات الجديدة للصحافة والثقافة و web 3.0
- ♦ معرفة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الصحافة الثقافية والأنواع الصحفية
- ♦ معرفة كيفية الاستفادة من المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي ووضع خطة للتواصل
- ♦ تطوير محتوى محدد داخل الصحافة الثقافية من حيث تحديد المواقع

### الوحدة 2. نظرية وتقنية الإدراك

- ♦ معرفة بيئة عمل فريق الإنتاج: الوسائل التكنولوجية والبروتينات الفنية والموارد البشرية. شخصية المخرج في السياقات المهنية: المهارات والمسؤوليات
- ♦ التعرف على الرحلة الإبداعية للفكرة، من النص إلى المنتج الذي يظهر على الشاشة
- ♦ تعلم أساسيات عناصر التدرج
- ♦ القدرة على التحليل والتنبؤ بالوسائل اللازمة من تسلسل
- ♦ اكتساب القدرة على تخطيط التسلسلات الروائية والوثائقية بناءً على الوسائط المتاحة
- ♦ التعرف على التقنيات الأساسية للإنتاج
- ♦ تحديد الأدوات التكنولوجية واستخدامها بشكل صحيح في المراحل المختلفة للعملية السمعية والبصرية
- ♦ التعلم كيفية وضع العناصر والعمليات الأساسية للقصة السمعية والبصرية موضع التنفيذ
- ♦ معرفة خصائص واستخدامات واحتياجات المشاريع السمعية والبصرية متعددة الكاميرات
- ♦ القدرة على ترجمة البرامج التلفزيونية من الجهاز إلى الشاشة
- ♦ فهم احتياجات ومزايا العمل الجماعي في المشاريع السمعية والبصرية متعددة الكاميرات



### الوحدة 3. هيكل النظام السمعي البصري

- ♦ معرفة أسس تشغيل النظام السمعي البصري (إصلاح المحتويات الأساسية، معرفة المؤلفين/النصوص العاملة في كل موضوع)
- ♦ اكتساب القدرة على التحليل النظري والنقدي للهياكل التنظيمية للاتصال السمعي البصري (فهم الأفكار الرئيسية وربط المفاهيم والعناصر)
- ♦ التعمق في الإطار التاريخي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي والتكنولوجي الذي يتم من خلاله إنتاج المنتجات السمعية والبصرية وتوزيعها واستهلاكها
- ♦ التعرف على طبيعة العلاقات والعلاقات المتبادلة بين موضوعات الاتصال السمعي البصري: المؤلفون والمؤسسات والشركات ووسائل الإعلام والدعم والمستقبلون
- ♦ التعرف على المشاكل والنقاشات الحالية التي تخص النظام السمعي البصري

### الوحدة 4. الإنتاج السمعي البصري

- ♦ التعرف على الأصول التاريخية للإنتاج السمعي البصري وتطوره في المجتمع المعاصر
- ♦ التعرف على المفاهيم النظرية التي تحدد عمليات إنتاج المصنفات السمعية البصرية
- ♦ معرفة الإطار القانوني والتشريعات المنظمة لقطاع الإنتاج السمعي البصري وتداعياته على صيغ الإنتاج المختلفة
- ♦ القدرة على التعرف على التصميم الإنتاجي للعمل السمعي البصري من خلال تحليل مصادر تمويله
- ♦ تحديد بنود الميزانية المختلفة للعمل السمعي البصري
- ♦ الإشارة إلى قرارات الإنتاج من النسخة النهائية للإنتاج السمعي البصري
- ♦ تحديد وسائل استغلال وتسويق الإنتاج السمعي البصري
- ♦ تحديد وتصنيف الفرق البشرية والوسائل التقنية المناسبة والضرورية لكل مرحلة من مراحل المشروع: ما قبل الإنتاج، التسجيل/التصوير، ما بعد الإنتاج
- ♦ التحكم في عملية استهلاك الإنتاج السمعي البصري

### الوحدة 5. الإنتاج الخيالي وتوجيه الممثلين

- ♦ تزويد الطالب بالأسس النظرية والتقنية، فضلاً عن المهارات الآلية لمواجهة إنتاج الخيال السمعي البصري، من الناحية السردية والجمالية، بمختلف أشكال الدعم والتقنيات
- ♦ دراسة عمليات الإبداع والإنتاج وما بعد الإنتاج للأعمال السمعية والبصرية (فيلم، تلفزيون)، وكذلك العناصر الأساسية للسرد القصصي (الصورة والصوت)
- ♦ إدارة النماذج النظرية لبناء السرد بشكل مناسب، والآليات المشاركة في إنشاء القصة وصياغتها من خلال العرض والتحرير وما بعد الإنتاج
- ♦ التعرف على العرض الشامل للإنتاج السمعي البصري السينمائي والتلفزيوني، وتحمل مسؤولية توجيه الممثلين والتكيف مع السيناريو أو خطة العمل أو الميزانية السابقة
- ♦ القدرة والمهارة في الإخراج/صناعة الأفلام وفقاً لخطة التدرج والسيناريو والتصوير
- ♦ ربط السينما بالفنون التصويرية الأخرى كالتصوير والرسم
- ♦ تحليل الاختلافات بين الإخراج المسرحي والسينمائي من أجل فهم خصائص اللغات
- ♦ التعرف على الأساليب التفسيرية وأصلها من أجل جعل التواصل بين الممثل والمخرج أكثر مرونة

### الوحدة 6. الصناعات الثقافية ونماذج أعمال الاتصالات الجديدة

- ♦ دراسة التحولات التي طرأت على الصناعات الثقافية في عرض واستهلاك الشبكات الرقمية في جوانبها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية.
- ♦ تعميق التحديات التي فرضتها البيئة الرقمية في نماذج أعمال الشركات الصحفية وغيرها من الصناعات الثقافية التقليدية
- ♦ تحليل وتصميم الاستراتيجيات المبتكرة، التي تساهم في تحسين عمليات الإدارة وصنع القرار، وكذلك تطوير المنتجات المعلوماتية بما يتماشى مع احتياجات الجمهور والمعلنين.
- ♦ فهم التغييرات في عمليات التنظيم والإدارة للموارد الاستراتيجية والبشرية والمادية والتقنية للشركات الجديدة في البيئة الرقمية

## الوحدة 9. الجمهور في وسائل الإعلام السمعية البصرية

- ♦ التعرف على المستوى النظري على تيارات الدراسات المخصصة للاستقبال السمعي البصري
- ♦ التعرف على الاختلافات بين الطرق المختلفة للتعامل مع دراسة الاستقبال السمعي البصري والوضع الحالي
- ♦ فهم عمل الشبكات الاجتماعية كجزء أساسي من البيئة السمعية والبصرية الحالية
- ♦ فهم الروابط بين الجمهور والمحتوى
- ♦ فهم التحولات المستمدة من الرقمنة

## الوحدة 10. السيناريو التلفزيوني: البرامج والخيال

- ♦ فهم العملية الإبداعية والصناعية في إعداد السيناريو الروائي للتلفزيون
- ♦ التعرف على الأنواع المختلفة للبرامج التلفزيونية من أجل تحديد تقنيات البرمجة التي تتطلبها
- ♦ التعرف على الأدوات المختلفة المتاحة لكاتب السيناريو التلفزيوني
- ♦ التعرف على كيفية ارتباط تنسيق البرنامج التلفزيوني بتقنيات الكتابة لديك
- ♦ فهم أساسيات ديناميكيات تنسيق البرنامج التلفزيوني
- ♦ الحصول على نظرة عامة عالمية على امتيازات تنسيق البرامج التلفزيونية الدولية
- ♦ استخدام وجهة نظر نقدية عند تحليل الأنواع والتنسيقات المختلفة للبرامج التليفزيونية بناءً على البرنامج النصي الخاص بك
- ♦ التعرف على طرق تقديم مشروع السيناريو لمسلسل تلفزيوني، تطوره وواقعه الحالي، وعلاقته بظاهرة التلقي والسياقات الاجتماعية والثقافية التي يتم إنتاجه فيها

## الوحدة 7. إدارة وترويج المنتجات السمعية البصرية

- ♦ معرفة المفاهيم الأساسية التي تحكم توزيع وتسويق ونشر المنتج السمعي البصري في المجتمع المعاصر
- ♦ التعرف على نوافذ العرض السمعي البصري المختلفة والإشراف على السداد
- ♦ معرفة استراتيجيات الإنتاج التنفيذي في التطوير والتوزيع اللاحق للمشاريع السمعية والبصرية
- ♦ التعرف على التصميم التسويقي للإنتاج السمعي البصري من خلال تأثيره على مختلف الوسائط السمعية والبصرية المعاصرة
- ♦ التعرف على تاريخ المهرجانات السينمائية ومشاكلها المعاصرة
- ♦ التعرف على الفئات والطرائق المختلفة للمهرجانات السينمائية
- ♦ تحليل وتفسير المنطق الاقتصادي والثقافي والجمالي للمهرجانات السينمائية على المستوى المحلي والوطني والعالمية

## الوحدة 8. أنواع وأشكال المحتوى والبرامج في التلفزيون

- ♦ التعرف على مفهوم النوع الاجتماعي المطبق على الإنتاج الخيالي والترفيهي التلفزيوني
- ♦ تمييز وتفسير الأنواع المختلفة للإنتاج الخيالي والترفيه التلفزيوني وتطورها مع مرور الوقت
- ♦ امتلاك لقدرة على التحليل الثقافي والاجتماعي والاقتصادي للأنواع التلفزيونية باعتبارها العمود الفقري لممارسات الإبداع والاستهلاك السمعي البصري
- ♦ التعرف على التعديلات والتجهيزات التي تحدث في الأنواع التلفزيونية في سياق التلفزيون المعاصر
- ♦ التعرف على الأشكال المختلفة في سياق المشهد التلفزيوني الحالي
- ♦ تحديد مفاتيح التنسيق وبنيته وتشغيله وعوامل التأثير
- ♦ معرفة كيفية تفسير وتحليل والتعليق على تنسيق التلفزيون من منظور احترافي وجمالي وثقافي
- ♦ معرفة المفاتيح النظرية والسياق المهني والاجتماعي والثقافي للبرامج التلفزيونية، مع إيلاء اهتمام خاص للبرامج التلفزيونية في نموذج التلفزيون الإسباني
- ♦ معرفة التقنيات والعمليات الرئيسية للبرمجة بشكل عام في التلفزيون
- ♦ فهم وتحليل نقدي لعمليات العرض التلفزيوني وتطوره وواقعه الحالي، فيما يتعلق بظاهرة التلقي والسياقات الاجتماعية والثقافية التي يحدث فيها

## الكفاءات

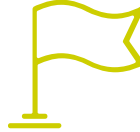
عند الانتهاء من هذا المؤهل العلمي، سيكون الطالب قادرًا على أداء وظائف مختلفة في شركة سمعية وبصرية. بالتالي، ستفهم الإدارة والتأثير العالمي لمشروع الاتصال في كل مرحلة من مراحله، وستكون قادرًا على اتخاذ القرارات الصحيحة في حالة وجود أي احتمال والحفاظ على التفكير الموضوعي في جميع الأوقات. لذلك، ستتمتع بالمهارات اللازمة لتنظيم العرض المسرحي واستخدام الشبكات الاجتماعية المتاحة لك وتخطيط الميزانية اللازمة لأي عمل إبداعي.



مع هذا البرنامج ستتمكن من اكتساب المهارات  
اللازمة لعرض لعبة فيديو على الشاشة الكبيرة"



## الكفاءات المحددة



- ♦ وصف ما هي الصحافة الثقافية
- ♦ معرفة كيفية التحرك بفعالية عبر الشبكة 3.0
- ♦ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في البيئة الصحفية
- ♦ التعرف على تركيبة فرق الإنتاج السمعي البصري
- ♦ تنظيم التدرج
- ♦ تخطيط الإجراءات السردية لتعديل الوسائط المتاحة
- ♦ إتقان المراحل المختلفة للمشروع السمعي البصري
- ♦ استخدام نظام الكاميرات المتعددة
- ♦ معرفة وتطبيق الهياكل التنظيمية للاتصال السمعي البصري
- ♦ التعرف على كيفية التكيف مع أشكال الاستهلاك في كل لحظة
- ♦ التعرف على الكود العلائقي لمختلف وكلاء الاتصال السمعي البصري
- ♦ امتلاك رؤية سياقية
- ♦ وصف التطور التاريخي للإنتاج السمعي البصري
- ♦ التعرف على الإطار القانوني
- ♦ إنشاء منتجات معدلة للتمويل المتاح
- ♦ تخصيص الميزانية تحت عناوين مختلفة
- ♦ التعرف على طرق التوزيع
- ♦ تنظيم الفرق البشرية المختلفة
- ♦ التخطيط لإطفاء المنتجات السمعية البصرية
- ♦ صنع منتجًا سمعيًا بصريًا في الدعامات المختلفة
- ♦ التعرف على العمليات الإبداعية والإنتاجية المختلفة
- ♦ إنشاء السرد السمعي البصري والإشراف عليه
- ♦ تنفيذ مشروع سمعي بصري

## الكفاءات العامة



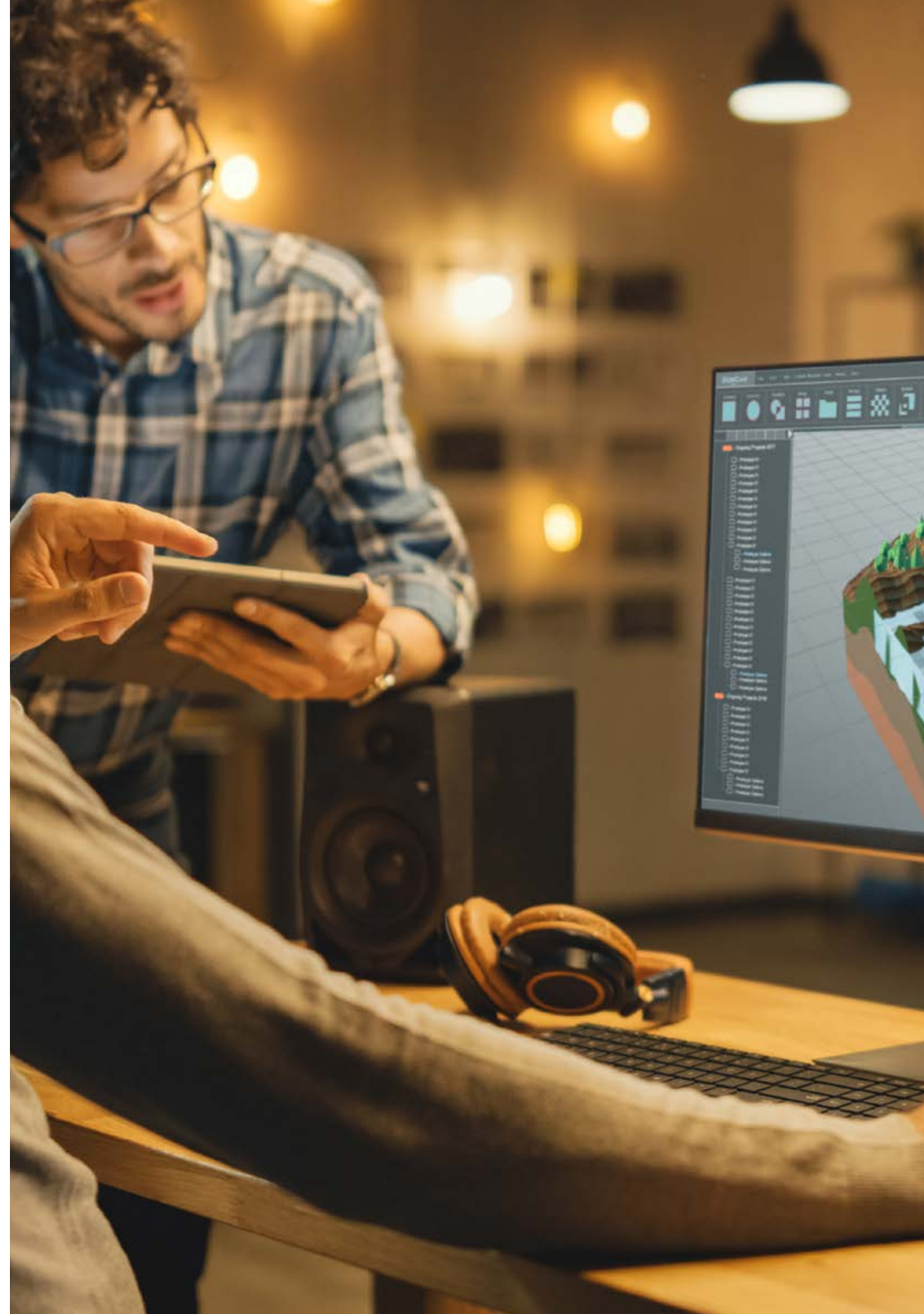
- ♦ تطوير الإدارة العالمية لمشروع الاتصال السمعي البصري في كل جانب من جوانبه مع التحكم الكامل في مختلف العوامل والعمليات المشاركة فيه

إذا كنت تعرف كيفية استخدام الشبكات لصالحك، فسوف تكون قادرًا على إنشاء إنتاج يتكيف مع احتياجات الجمهور"





- ♦ إدارة مشروع سمعي بصري
- ♦ توجيه الممثلين
- ♦ التكيف مع التغيرات في العرض والاستهلاك
- ♦ التعرف على تحديات المشهد الرقمي
- ♦ تصميم استراتيجيات مبتكرة للإدارة
- ♦ معرفة كيفية تنظيم التوزيع الفعال لمنتج سمعي بصري
- ♦ رصد استهلاك المنتج
- ♦ تطبيق التنظيم التنفيذي على هذه المهام
- ♦ التعرف على تصميمات التسويق المختلفة
- ♦ شرح الوضع الحالي للسينما في هذا السياق
- ♦ التعرف على جميع أنواع الإنتاج السمعي البصري
- ♦ شرح العلاقة بين الجنسين واللحظة الاجتماعية
- ♦ التعرف على الحالة الحالية لاستهلاك التلفزيون
- ♦ التعرف على مفاتيح التواصل المختلفة للأشكال المختلفة فيما يتعلق بالسياقات الثقافية
- ♦ تحديد مختلف مسارات الدراسات في القطاع السمعي البصري
- ♦ فهم أداء الشبكة من هذا المنظور
- ♦ وصف العلاقة بين الجمهور والمحتوى
- ♦ معرفة التعديلات اللازمة للرقمنة السمعية البصرية
- ♦ معرفة كيف هي عملية إنشاء نص خيالي
- ♦ التعرف على نوع النص الذي يحتاجه كل نوع
- ♦ التعرف على عمل كاتب السيناريو التلفزيوني
- ♦ التعرف على الامتيازات المختلفة لتنسيقات التلفزيون
- ♦ معرفة تقديم مشروع مسلسل تلفزيوني



# الهيكل والمحتوى

لكي تكون متناغمًا مع المتطلبات التي يطليها القطاع، فإن MBA إدارة الشركات السمعية البصرية يجعل المحتوى الأكثر حداثة وابتكارًا في السوق متاحًا للطلاب. لذلك، في كل وحدة، ستتمكن من تعلم جوانب مختلفة من تشغيل المنطقة، مثل استخدام الشبكات الاجتماعية في الصحافة الثقافية، وعملية الإنشاء وما بعد الإنتاج، وإنشاء السيناريو، من بين أمور أخرى. سيكون بهذه الطريقة، حيث سيتمكن مصمم ألعاب الفيديو من الدخول إلى مجال العمل هذا.



محتوى هذا البرنامج سيساعدك على الاستعداد  
لمواجهة تحدي العمل في شركة سمعية وبصرية"



## الوحدة 1. الصحافة الثقافية

- 1.1 الصحافة الثقافية في وسائل الإعلام التقليدية وتكاملها في العالم الرقمي
- 2.1 فن رواية القصص
- 3.1 أدلة أساسية للتوثيق الصحفي الثقافي
- 4.1 فلسفة الاتصال 3.0
- 5.1 إدارة وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي
- 6.1 المحتوى الصحفي التفاعلي
- 7.1 نماذج الاتصال
- 8.1 التمرکز على الانترنت: SEM, SMO, SMM, SEO و SERM. المحتوى الصحفي المتخصص

## الوحدة 2. نظرية وتقنية الإدراك

- 1.2 الإنتاج باعتباره بناء العمل السمعي البصري. فريق العمل
  - 1.1.2 من النص الأدبي إلى النص التقني أو فهرس الفيلم
  - 2.1.2 فريق العمل
- 2.2 عناصر العرض على الشاشة. مواد البناء
  - 1.2.2 التكيف المكاني. الإدارة الفنية
  - 2.2.2 عناصر العرض على الشاشة
- 3.2 مرحلة ما قبل الإنتاج وثائق الإنتاج
  - 1.3.2 السيناريو التقني
  - 2.3.2 مخطط صناعة المشاهد
  - 3.3.2 storyboard (مخطط القصة)
  - 4.3.2 التخطيط
  - 5.3.2 خطة التصوير
- 4.2 القيمة التعبيرية للصوت
  - 1.4.2 تصنيف عناصر الصوت
  - 2.4.2 بناء الفضاء الصوتي
- 5.2 القيمة التعبيرية للضوء
  - 1.5.2 القيمة التعبيرية للضوء
  - 2.5.2 تقنيات الإضاءة الأساسية
- 6.2 تقنيات التصوير الأساسية الكاميرا الأحادية
  - 1.6.2 استخدامات وتقنيات التصوير بالكاميرا الأحادية
  - 2.6.2 النوع الفرعي لـ FoundFootage. الفيلم الروائي والوثائقي
  - 3.6.2 تطبيق الكاميرا الأحادية في التلفزيون

## 7.2. المونتاج

- 1.7.2 المونتاج كمجمع إعادة بناء الزمكان
- 2.7.2 تقنيات التجميع غير الخطية
- 8.2 مرحلة ما بعد الإنتاج وتصنيف الألوان
  - 1.8.2 مرحلة ما بعد الإنتاج
  - 2.8.2 مفهوم التركيب العمودي
  - 3.8.2 وضع المعايير
- 9.2 التنسيقات وفريق الإنتاج
  - 1.9.2 تنسيقات الكاميرات المتعددة
  - 2.9.2 الاستوديو وفريق
- 10.2 المفاتيح والتقنيات والإجراءات في إنتاج الكاميرات المتعددة
  - 1.10.2 تقنيات الكاميرات المتعددة
  - 2.10.2 بعض التنسيقات الشائعة

## الوحدة 3. هيكل النظام السمعي البصري

- 1.3 مقدمة للصناعات الثقافية (IC)
  - 1.1.3 مفاهيم الثقافة. الثقافة والاتصالات
  - 2.1.3 نظرية وتطور الصناعات الثقافية: التصنيف والنماذج
- 2.3 الصناعة السينمائية 1
  - 1.2.3 الخصائص والعوامل الرئيسية
  - 2.2.3 هيكل النظام السينمائي
- 3.3 الصناعة السينمائية 2
  - 1.3.3 الصناعة السينمائية الأمريكية
  - 2.3.3 شركات الإنتاج المستقلة
  - 3.3.3 المشاكل والمناقشات في الصناعة السينمائية
- 4.3 الصناعة السينمائية 3
  - 1.4.3 اللوائح التنظيمية السينمائية الدولية والثقافة. سياسات حماية وتعزيز التصوير السينمائي
  - 2.4.3 حالات الدراسة
- 5.3 صناعة التلفزيون 1
  - 1.5.3 التلفزيون الاقتصادي
  - 2.5.3 النماذج التأسيسية
  - 3.5.3 التحولات

- 5.4 فريق الإنتاج وتجزئة السيناريو
  - 1.5.4 فريق الإنتاج
  - 2.5.4 تجزئة السيناريو
- 6.4 مساحات التصوير
  - 1.6.4 المواقع
  - 2.6.4 الديكور
- 7.4 عقود التمثيل والتصوير
  - 1.7.4 الطاقم او تجربة الأداء
  - 2.7.4 تجربة الأداء
  - 3.7.4 العقود والحقوق والتأمين
- 8.4 خطة العمل وميزانية العمل السمعي البصري
  - 1.8.4 خطة العمل
  - 2.8.4 الميزانية
- 9.4 الإنتاج على التصوير أو التسجيل
  - 1.9.4 الإنتاج على التصوير
  - 2.9.4 طاقم العمل ووسائل التصوير
- 10.4 مرحلة ما بعد الإنتاج والتقييم النهائي للعمل السمعي البصري
  - 1.10.4 التحرير وما بعد الإنتاج
  - 2.10.4 التقييم النهائي والاستغلال

## الوحدة 5. إنتاج الخيال واتجاه الممثل

- 1.5 الإنتاج الخيالي
  - 1.1.5 المقدمة
  - 2.1.5 العملية وأدواتها
- 2.5 البصريات والكاميرا
  - 1.2.5 البصريات والتأطير
  - 2.2.5 حركة الكاميرا
  - 3.2.5 الاستمرارية
- 3.5 الضوء واللون: الجوانب النظرية
  - 1.3.5 التعرض
  - 2.3.5 نظرية اللون
- 4.5 الإضاءة في السينما
  - 1.4.5 الأدوات
  - 2.4.5 التنوير باعتباره السرد

- 6.3 صناعة التلفزيون 2
  - 1.6.3 صناعة التلفزيون الأمريكي
  - 2.6.3 الخصائص الرئيسية
  - 3.6.3 تنظيم الدولة
- 7.3 صناعة التلفزيون 3
  - 1.7.3 تلفزيون الخدمة العامة في أوروبا
  - 2.7.3 الأزمات والنقاشات
- 8.3 محاور التغيير
  - 1.8.3 العمليات الجديدة في المجال السمعي البصري
  - 2.8.3 المناقشات التنظيمية
- 9.3 التلفزيون الأرضي الرقمي (TDT)
  - 1.9.3 دور الدولة والتجارب
  - 2.9.3 الميزات الجديدة لنظام التلفزيون
- 10.3 متداولين جدد في المشهد السمعي البصري
  - 1.10.3 منصات الخدمة (عبر الإنترنت) (OTT) (Over-The-Top)
  - 2.10.3 عواقب ظهوره

## الوحدة 4. الإنتاج السمعي البصري

- 1.4 الإنتاج السمعي البصري
  - 1.1.4 المفاهيم التمهيديّة
  - 2.1.4 الصناعة السمعية البصرية
- 2.4 فريق الإنتاج
  - 1.2.4 المهنيين
  - 2.2.4 المنتج والسيناريو
- 3.4 المشروع السمعي البصري
  - 1.3.4 ادارة مشروع
  - 2.3.4 تقييم المشاريع
  - 3.3.4 عرض المشاريع
- 4.4 طرق الإنتاج والتمويل
  - 1.4.4 تمويل الإنتاج السمعي البصري
  - 2.4.4 طرق الإنتاج السمعي البصري
  - 3.4.4 موارد للتمويل المسبق

- 5.5. اللون والبصريات
- 1.5.5. التحكم في اللون
- 2.5.5. البصريات
- 3.5.5. التحكم في الصورة
- 6.5. العمل على التصوير
- 1.6.5. قائمة المخطط
- 2.6.5. الفريق ومهامه
- 7.5. المسائل تقنية في الإخراج السينمائي
- 1.7.5. الموارد التقنية
- 8.5. رؤية المديرين
- 1.8.5. المديرون يأخذون الكلمة
- 9.5. التحولات الرقمية
- 1.9.5. التحولات التناظرية الرقمية في التصوير السينمائي
- 2.9.5. عهد ما بعد الإنتاج الرقمي
- 10.5. إدارة الممثلين
- 1.10.5. المقدمة
- 2.10.5. الأساليب والتقنيات الرئيسية
- 3.10.5. العمل مع الممثلين

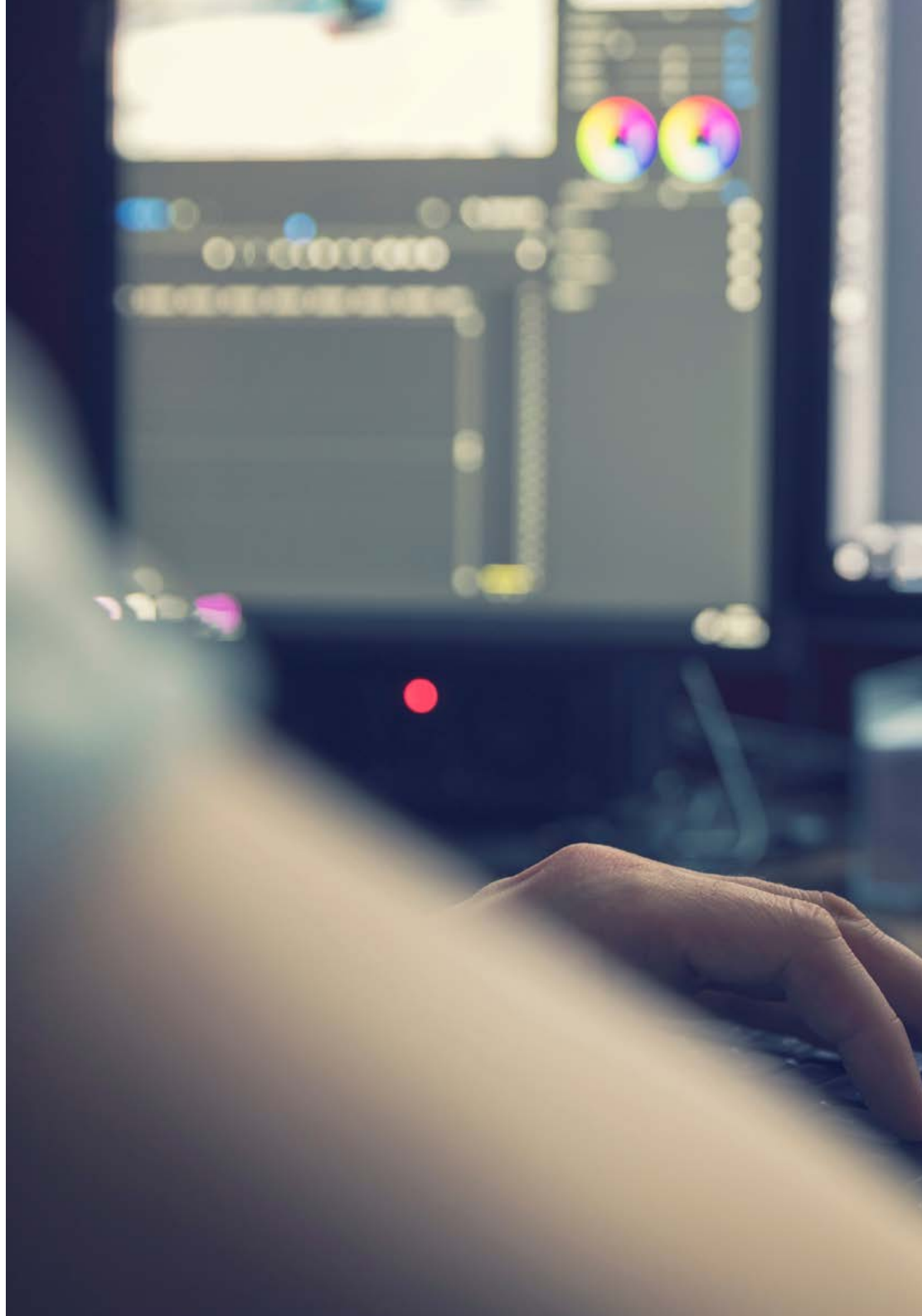
## الوحدة 6. الصناعات الثقافية ونماذج أعمال الاتصالات الجديدة

- 1.6. مفاهيم الثقافة، الاقتصاد، الاتصال، التكنولوجيا، الصناعات الثقافية
- 1.1.6. الثقافة والاقتصاد والاتصالات
- 2.1.6. الصناعات الثقافية
- 2.6. التكنولوجيا والاتصالات والثقافة
- 1.2.6. الثقافة الحرفية المسجلة
- 2.2.6. من العرض الحي إلى الفنون التشكيلية
- 3.2.6. المتاحف والتراث
- 3.6. القطاعات الكبرى للصناعات الثقافية
- 1.3.6. المنتجات التحريرية
- 2.3.6. تدفق الصناعات الثقافية
- 3.3.6. النماذج الهجينة
- 4.6. العصر الرقمي في الصناعات الثقافية
- 1.4.6. الصناعات الثقافية الرقمية
- 2.4.6. نماذج جديدة في العصر الرقمي

- 5.6 الوسائط الرقمية والإعلام في العصر الرقمي
  - 1.5.6 الأعمال الصحفية عبر الإنترنت
  - 2.5.6 الراديو في البيئة الرقمية
  - 3.5.6 خصائص وسائل الإعلام في العصر الرقمي
- 6.6 العولمة والتنوع في الثقافة
  - 1.6.6 تركيز وتدويل وعولمة الصناعات الثقافية
  - 2.6.6 الكفاح من أجل التنوع الثقافي
  - 7.6 السياسات الثقافية والتعاونية
    - 1.7.6 السياسات الثقافية
    - 2.7.6 دور الولايات وأقاليم البلدان
  - 8.6 التنوع الموسيقي في السحابة
    - 1.8.6 قطاع الموسيقى اليوم
    - 2.8.6 السحابة
    - 3.8.6 المبادرات اللاتينية / الأيبيرية الأمريكية
  - 9.6 التنوع في الصناعة السمعية البصرية
    - 1.9.6 من التعددية إلى التنوع
    - 2.9.6 التنوع والثقافة والتواصل
    - 3.9.6 الاستنتاجات والمقترحات
  - 10.6 التنوع السمعي البصري على شبكة الإنترنت
    - 1.10.6 النظام السمعي البصري في عصر الانترنت
    - 2.10.6 العرض التلفزيوني والتنوع
    - 3.10.6 الاستنتاجات

## الوحدة 7. إدارة وترويج المنتجات السمعية والبصرية

- 1.7 التوزيع السمعي البصري
  - 1.1.7 المقدمة
  - 2.1.7 الممثلين في التوزيع
  - 3.1.7 منتجات التسويق
  - 4.1.7 مجالات التوزيع السمعي البصري
    - 5.1.7 التوزيع الوطني
    - 6.1.7 التوزيع الدولي
  - 2.7 شركة التوزيع
    - 1.2.7 الهيكل التنظيمي
    - 2.2.7 التفاوض على عقد التوزيع
    - 3.2.7 العملاء الدوليين



## الوحدة 8. الأنواع والأشكال والبرامج على شاشة التلفزيون

- 1.8. النوع في التلفزيون
  - 1.1.8. المقدمة
  - 2.1.8. الأنواع في التلفزيون
- 2.8. الشكل في التلفزيون
  - 1.2.8. مقارنة لمفهوم الشكل
  - 2.2.8. الأشكال التلفزيونية
- 3.8. خلق المحتوى في التلفزيون
  - 1.3.8. العملية الإبداعية في الترفيه
  - 2.3.8. العملية الإبداعية في الخيال
- 4.8. تطور التنسيقات في السوق الدولية الحالية 1
  - 1.4.8. توحيد الشكل
  - 2.4.8. شكل تلفزيون الواقع
  - 3.4.8. الأخبار في Reality TV (تلفزيون الواقع)
  - 4.4.8. التلفزيون الأرضي الرقمي والأزمة المالية
- 5.8. تطور التنسيقات في السوق الدولية الحالية 2
  - 1.5.8. الأسواق الناشئة
  - 2.5.8. العلامات التجارية العالمية
  - 3.5.8. التلفزيون يعيد اختراع نفسه
  - 4.5.8. عصر العولمة
- 6.8. بيع الشكل. (pitching)
  - 1.6.8. بيع الشكل التلفزيوني
  - 2.6.8. (pitching)
- 7.8. مقدمة في البرمجة التلفزيونية
  - 1.7.8. وظيفة البرمجة
  - 2.7.8. العوامل المؤثرة على البرمجة
- 8.8. نماذج البرمجة التلفزيونية
  - 1.8.8. الولايات المتحدة والمملكة المتحدة
  - 2.8.8. إسبانيا
- 9.8. الممارسة المهنية للبرمجة التلفزيونية
  - 1.9.8. قسم البرمجة
  - 2.9.8. البرمجة للتلفزيون
- 10.8. دراسة الجمهور
  - 1.10.8. أبحاث حول جمهور التلفزيون
  - 2.10.8. المفاهيم ومؤشرات الجمهور

- 3.7. نوافذ الاستغلال والعقود والمبيعات الدولية
  - 1.3.7. نوافذ الاستغلال
  - 2.3.7. عقود التوزيع الدولية
  - 3.3.7. المبيعات الدولية
- 4.7. التسويق السينمائي
  - 1.4.7. التسويق في السينما
  - 2.4.7. سلسلة القيمة لإنتاج الأفلام
  - 3.4.7. وسائل الإعلان في خدمة الترويج
  - 4.4.7. أدوات الإصدار
- 5.7. أبحاث السوق في السينما
  - 1.5.7. المقدمة
  - 2.5.7. مرحلة ما قبل الإنتاج
  - 3.5.7. مرحلة ما بعد الإنتاج
  - 4.5.7. مرحلة التسويق
- 6.7. الشبكات الاجتماعية والترويج السينمائي
  - 1.6.7. المقدمة
  - 2.6.7. وعود وحدود الشبكات الاجتماعية
  - 3.6.7. الأهداف وقياسها
  - 4.6.7. الجدول الزمني للترويج والاستراتيجيات
  - 5.6.7. تفسير ما تقوله الشبكات الاجتماعية
- 7.7. التوزيع السمعي البصري على الإنترنت 1
  - 1.7.7. العالم الجديد للتوزيع السمعي البصري
  - 2.7.7. عملية التوزيع في الإنترنت
  - 3.7.7. المنتجات والإمكانيات في السيناريو الجديد
  - 4.7.7. أنماط التوزيع الجديدة
- 8.7. التوزيع السمعي البصري على الإنترنت 2
  - 1.8.7. أساسيات السيناريو الجديد
  - 2.8.7. مخاطر التوزيع في الانترنت
  - 3.8.7. Video on Demand (VOD) كنافذة توزيع جديدة
- 9.7. مساحات جديدة للتوزيع
  - 1.9.7. المقدمة
  - 2.9.7. ثورة Netflix
- 10.7. المهرجانات السينمائية
  - 1.10.7. المقدمة
  - 2.10.7. دور المهرجانات السينمائية في التوزيع والعرض



- 8.9. الجماهير: الأسئلة الأساسية 2
  - 1.8.9. ماذا يستهلكون؟
  - 2.8.9. كيف يستهلكون؟
  - 3.8.9. بأي آثار؟
- 9.9. نموذج engagement 1
  - 1.9.9. engagement باعتباره مقياساً لسلوك الجمهور
  - 2.9.9. التقييم المعقد ل engagement
- 10.9. نموذج engagement 2
  - 1.10.9. مقدمة أبعاد engagement
  - 2.10.9. engagement وتجارب المستخدم
  - 3.10.9. engagement كاستجابة عاطفية للجمهور
  - 4.10.9. engagement نتيجة للإدراك البشري
  - 5.10.9. السلوكيات الملحوظة للجمهور كتعبير عن engagement

## الوحدة 10. السيناريو التلفزيوني: البرامج والخيال

- 1.10. السرد التلفزيوني
  - 1.1.10. المفاهيم والحدود
  - 2.1.10. القواعد والهيكل
- 2.10. الفئات السردية في التلفزيون
  - 1.2.10. النطق
  - 2.2.10. الأشخاص
  - 3.2.10. الإجراءات والتحويلات
  - 4.2.10. المكان
  - 5.2.10. الوقت
- 3.10. أنواع وأشكال التلفزيون
  - 1.3.10. الوحدات السردية
  - 2.3.10. أنواع وأشكال التلفزيون
- 4.10. الأشكال من الخيال
  - 1.4.10. الخيال التلفزيوني
  - 2.4.10. المسرحية الهزلية
  - 3.4.10. المسلسلات الدرامية
  - 4.4.10. المسلسل التلفزيوني
  - 5.4.10. صيغ أخرى

## الوحدة 9. الجمهور السمعي البصري

- 1.9. الجمهور في وسائل الإعلام السمعية البصرية
  - 1.1.9. المقدمة
  - 2.1.9. تشكيلات الجماهير
- 2.9. دراسة الجماهير: التقاليد 1
  - 1.2.9. نظرية التأثيرات
  - 2.2.9. نظرية الاستخدامات والمكافآت
  - 3.2.9. الدراسات الثقافية
- 3.9. دراسة الجماهير: التقاليد 2
  - 1.3.9. دراسات الاستقبال
  - 2.3.9. الجماهير نحو الدراسات الإنسانية
- 4.9. الجماهير من المنظور الاقتصادي
  - 1.4.9. المقدمة
  - 2.4.9. مقياس الجماهير
- 5.9. نظريات الاستقبال
  - 1.5.9. مقدمة في نظريات الاستقبال
  - 2.5.9. مقارنة تاريخية لدراسات الاستقبال
- 6.9. الجمهور في العالم الرقمي
  - 1.6.9. البيئة الرقمية
  - 2.6.9. التواصل وثقافة التقارب
  - 3.6.9. الطبيعة النشطة للجمهور
  - 4.6.9. التفاعل والمشاركة
  - 5.6.9. تعدد جنسيات الجماهير
  - 6.6.9. الجماهير المجزأة
  - 7.9.9. استقلالية الجماهير
- 7.9. الجماهير: الأسئلة الأساسية 1
  - 1.7.9. المقدمة
  - 2.7.9. من هم؟
  - 3.7.9. لماذا يستهلكون؟



- 5.10. السيناريو الخيالي التلفزيوني
- 1.5.10. المقدمة
- 2.5.10. التقنية
- 6.10. الدراما في التلفزيون
- 1.6.10. المسلسلات الدرامية
- 2.6.10. المسلسل التلفزيوني
- 7.10. المسلسلات الكوميدية
- 1.7.10. المقدمة
- 2.7.10. المسرحية الهزلية
- 8.10. السيناريو الترفيهي
- 1.8.10. السيناريو خطوة بخطوة
- 2.8.10. الكتابة للتحدث
- 9.10. كتابة السيناريو الترفيهي
- 1.9.10. جمع السيناريو
- 2.9.10. السيناريو التقني
- 3.9.10. تجزئة الإنتاج
- 4.9.10. فهرس الفيلم
- 10.10. تصميم السيناريو الترفيهي
- 1.10.10. (المجلة) Magazin
- 2.10.10. البرنامج الكوميدي
- 3.10.10. Talent Show (برنامج المواهب)
- 4.10.10. فيلم وثائقي
- 5.10.10. صيغ أخرى

عالم التلفزيون ينتظر قصصك"



# 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 (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  
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، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموماً حقاً.

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 للطالب.

#### 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

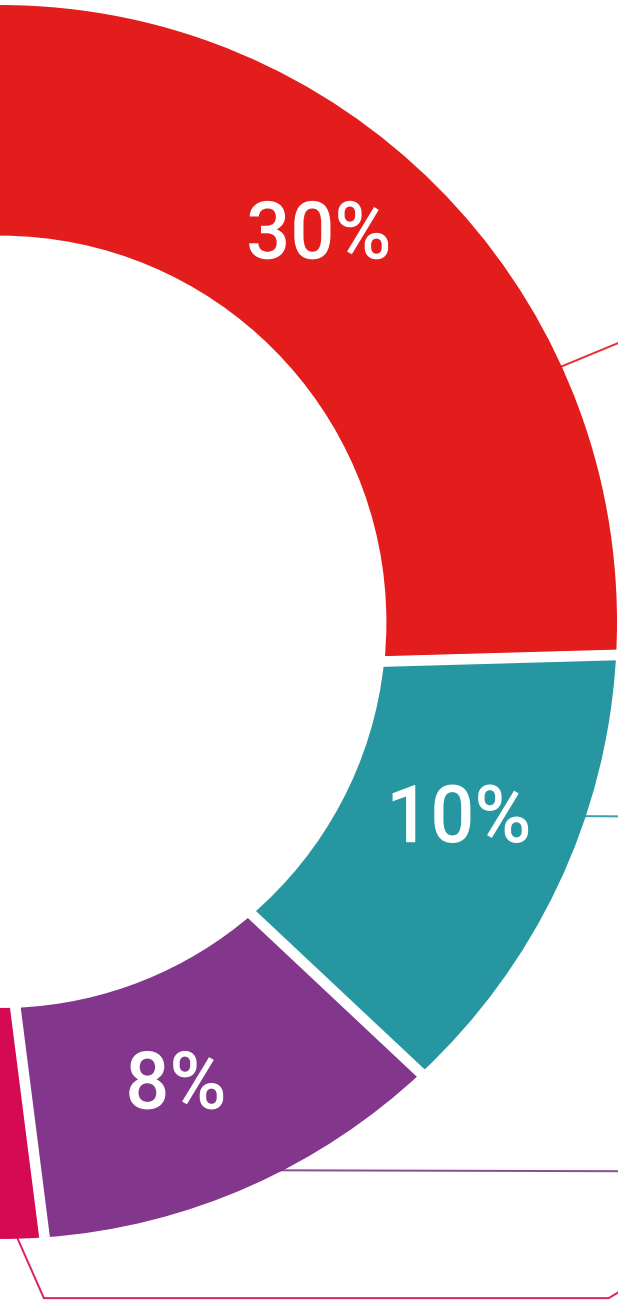


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات للاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

#### 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.



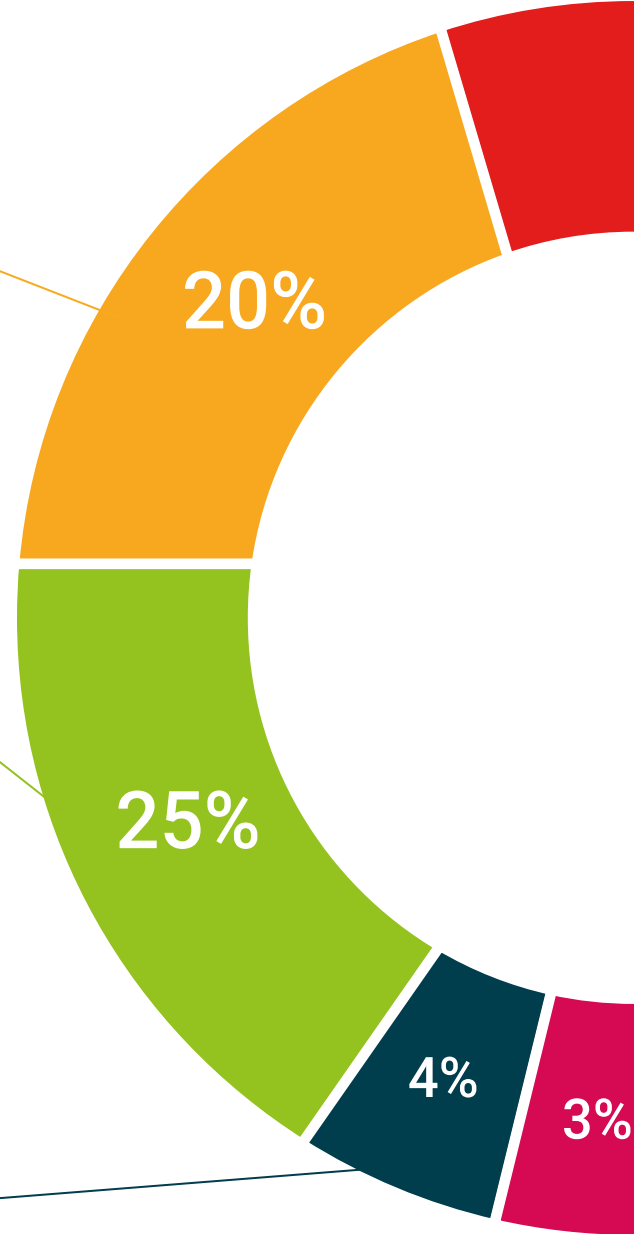
#### ملخصات تفاعلية

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

يضمن MBA إدارة الشركات السمعية البصرية، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الوصول إلى درجة الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية



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



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

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في **MBA إدارة الشركات السمعية البصرية**  
طريقة: عبر الإنترنت  
مدة: 12 شهر

يحتوي هذا ماجستير خاص في **MBA إدارة الشركات السمعية البصرية** على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحداثة في السوق.

بعد اجتياز الطالب للتقييمات، سوف يتلقى عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل **الماجستير التنفيذي** ذا الصلة الصادر عن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

ماجستير خاص في **MBA إدارة الشركات السمعية البصرية**

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
المادة	الدرجة	نوع المادة	عدد الساعات
1*	المقدمة التأسيسية	إلزامي (OB)	1500
1*	نظرية ونقطة المزايا	إلزامي (OP)	0
1*	هيكلي النظام السمعي المصري	الممارسات الخارجية (PR)	0
1*	إنتاج السمعي المصري	مشروع تخرج الماجستير	0
1*	إنتاج الخبثي واتجاه العميل	الإجمالي	1500
1*	العمليات التشغيلية وبنود أعمال الخدمات الجديدة		
1*	إدارة وإنتاج المنتجات المصنعة والمعمية		
1*	القنوات والشبكات والبرامج على شاشة التلفزيون		
1*	الجمهور السمعي المصري		
1*	السيكولوجيا التلفزيوني، البرامج والتقاليد		

**tech** الجامعة التكنولوجية

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

**tech** الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج  
هذه الشهادة ممنوحة إلى

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

لاجتيازها/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج

ماجستير خاص  
في

**MBA إدارة الشركات السمعية البصرية**

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

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

\*تصديق لاهاي أوستيل، في حالة قيام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الورقية والتصديق لاهاي أوستيل، ستتخذ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

ماجستير خاص

MBA إدارة الشركات السمعية البصرية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

# ماجستير خاص MBA إدارة الشركات السمععية البصرية