

محاضرة جامعية
العلامات التجارية الإبداعية
(Creative Branding): التواصل والإدارة



الجامعة
التكنولوجية **tech**

محاضرة جامعية
العلامات التجارية الإبداعية
(Creative Branding): التواصل والإدارة

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 6 أسابيع
- « المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

الفهرس

01	المقدمة	4 الوحدة
02	الأهداف	8 الوحدة
03	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	12 الوحدة
04	الهيكل والمحتوى	16 الوحدة
05	المنهجية	20 الوحدة
06	المؤهل العلمي	28 الوحدة

المقدمة

إذا كان هناك شيء مهم في الشركة فهو شخصيتها. إن تصور الجمهور للعلامات التجارية الكبرى ليس من قبيل الصدفة، لأن كل هذه المسؤولية تقع على عاتق فريق *Branding*.. في الوقت الحالي، أصبح التميز أكثر تعقيدًا نظرًا لوجود عدد لا يحصى من العلامات التجارية، وبالتالي فإن شخصية *Brand Manager* تكتسب أهمية خاصة. يرشد هذا البرنامج الطالب إلى تطبيق كل موهبته وإبداعه في أعمال التواصل الرائعة للشركة، وهو مجال مزدهر ومتغير باستمرار حيث ينتهي الأمر بالأكثر استعدادًا إلى النجاح.



لديك مئات الشعارات في عقلك. الآن حان الوقت لك
للبدء في تنفيذها"



هذه محاضرة جامعية في العلامات التجارية الإبداعية (Creative Branding): التواصل والإدارة على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحدائثة في السوق. أبرز خصائصها هي:

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

إذا كانت إدارة العلامة التجارية مهمة بالفعل، فعند الحديث عن شركات التصميم تتضاعف هذه الأهمية، حيث أن العلامة التجارية الخاصة بالشركة ستكون أول انعكاس لجودتها وموهبتها. ويقترن هذا بالقدرة التنافسية العالية الموجودة في هذا القطاع، والتي تدفع بشكل متزايد الملفات الشخصية المهنية المتخصصة في إدارة واتصالات Creative Branding، وهي طريقة أكثر إبداعاً لنقل شخصية الشركة.

لا تشمل Creative Branding العلامة التجارية وتمثيلها المرئي أمام العملاء فحسب، بل تشمل أيضاً طريقتها في التواصل والتعبير عن نفسها وتجربة العميل وحتى Storytelling (رواية القصص) التي يمكن أن تنشأ أثناء العمليات المختلفة التي يمر بها المشتري، ليصبح عملية بيع إبداعية. في هذه المحاضرة الجامعية في Creative Branding: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية، سوف يتعلم الطالب ما هو الأكثر أهمية عند التواصل، وكذلك جميع الاستراتيجيات اللازمة لقيادة العلامة التجارية إلى النجاح.

تتعمق المادة التعليمية في عملية إدارة Branding بأكملها. من بنائها وهويتها إلى التخطيط الاستراتيجي وكيفية دراسة نجاح حملة معينة. بمجرد الانتهاء من المحاضرة الجامعية، سيعرف الطالب كيفية التعامل مع العملية الإبداعية بأكملها التي تتضمن إنشاء وإدارة وتقييم العلامة التجارية منذ بداياتها وحتى تأسيسها بالفعل.

وبالتالي، يوفر هذا البرنامج فرصة فريدة للطلاب للتخصص في مجال يزداد الطلب عليه في أي شركة تصميم، حيث يتم تقييم المبدعين الذين يمكنهم المساهمة بمعارفهم وحلولهم للمشاكل الحالية.

تعلم أنه يمكنك أن تكون مهندساً لعلامات تجارية ناجحة ورائعة،
فقط ثق بنفسك وتخصص"



تعد *Creative Branding* طريقة مبتكرة لربط العلامات التجارية بالأشخاص الواحدة اتخذ الخطوة وابدأ في ربط الشركات بعملائها.
.Connecting People

تميّز بالسيرة الذاتية متخصصة في *Creative Branding*
واجعل موهبتك محرك حياتك.

إذا كنت تعتقد أنك تستطيع حقًا تغيير العالم، فأنت
في المحاضرة الجامعية الصحيحة. *Think Different*



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

إن محتوى الوسائط المتعددة الخاص به، والذي تم إعداده بأحدث التقنيات التعليمية، سيسمح للمحترفين بالتعلم في مكانه وفي سياقه. وبعبارة أخرى، بيئة محاكاة ستوفر تدريبًا غامرًا مبرمجًا 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.

02 الأهداف

لقد تم تصميم هذه المحاضرة الجامعية بحيث يتمكن الطالب من تحقيق أقصى استفادة من محتوياته، وتوفير أفضل أدوات التدريس المتاحة له. لضمان أكبر قدر ممكن من التميز، تضمن TECH من خلال هذه الأهداف العامة والخاصة أن يكتسب الطالب جميع مهارات التعلم الضرورية والحيوية.



هدفك الأهم هو أنت. تخصص في *Creative*
Branding واصنع المستقبل الذي طالما حلمت به"





الأهداف العامة



- ♦ تعلم 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
- ♦ تغطية جميع المراحل الإبداعية *Creative Branding*، بدءاً 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

هدفك المهني هو نفس هدف *TECH*: كن أفضل خبير في *Creative Branding* لتعزيز حياتك المهنية”



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تختار TECH أفضل المتخصصين في كل مجال لتطوير المحتوى التعليمي، مما يضمن للطالب أنه سيتعلم على يد أفضل الخبراء. بفضل خبرتهم المهنية في مجال Creative Branding، سيتمكن الطلاب من تطوير إمكانياتهم إلى أقصى حد واكتساب أحدث المعرفة بالسوق من الأفضل.



لقد حانت اللحظة التي ستحدد عملك المستقبلي و فريق الخبراء في *TECH* سيساعدك على النجاح في إدارة العلامات التجارية الإبداعية.



المدير الدولي المُستضاف



- ♦ أ. Mark Young هو خبير مشهور عالميًا 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 "الترجسية والمشاهير" بالتعاون مع الدكتور Drew Pinsky. قام هذا النص بتجميع بيانات مباشرة من شخصيات سينمائية أو تلفزيونية مشهورة. أصبح الكتاب الأكثر مبيعًا، حيث قام الخبير بتحليل السلوكيات الترجسية لنجوم السيلولويد وكيف تم تطبيقها في وسائل الإعلام الحديثة. في الوقت نفسه، تم تناول تأثير هذه الأمور على الشباب المعاصر.
- ♦ طوال حياته المهنية أيضًا، تعمق Young في التنظيم والتركيز في صناعة السينما. على وجه التحديد، فقد بحث في نماذج للتنبؤ بنجاح الأفلام الكبرى في شبك 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 أيضًا 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. Young, S. Mark

- ♦ مدير كرسي Holman G. Hurt و George Bozanic في مجال الرياضة والترفيه
- ♦ المؤرخ الرسمي لفريق التنس للرجال بجامعة جنوب كاليفورنيا
- ♦ باحث أكاديمي متخصص في تطوير التماذج 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"



د. Marga Velar

- ♦ مديرة تسويق الشركات في SGN Group (نيويورك)
- ♦ الإدارة في Forfashion Lab
- ♦ بكالوريوس في الاتصال السمعي البصري مع دبلوم في الاتصالات وإدارة الأزياء من مركز جامعة Villanueva، جامعة كومبلوتنسي
- ♦ دكتورة في الاتصالات من جامعة Carlos III مدريد
- ♦ MBA في إدارة أعمال الموضة من ISEM Fashion Business School
- ♦ أستاذة في مركز جامعة فيلانوفيا، وفي ISEM Fashion Business School وفي كلية الاتصالات بجامعة Navarra





أنت تعلم أنه بالجهد والتفاني يمكنك تحقيق كل ما تضعه في ذهنك. كل ما تحتاجه
هو دفعة إضافية لتصبح خبيراً في *Creative Branding*



الوحدة 1. العلامات التجارية الإبداعية (Creative Branding): التواصل والإدارة

- 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 التواصل
 - 1.4.1 المنظور
 - 2.4.1 Brand Touchpoints (نقاط اتصال العلامة التجارية)
 - 3.4.1 تقنيات وأدوات الاتصال
- 5.1 Brand Content (محتوى العلامة التجارية)
 - 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 الزبون)
 - 1.7.1 Customer Experience (تجربة الزبون) (CX)
 - 2.7.1 Customer Journey (رحلة الزبون)
 - 3.7.1 محاكاة العلامة التجارية و CX

- 8.1 التخطيط الاستراتيجي
 - 1.8.1 الأهداف
 - 2.8.1 تحديد الجماهير و *Insights* (الرؤى)
 - 3.8.1 تصميم الإستراتيجية
- 9.1 الأداء
 - 1.9.1 *Briefing* (الإحاطة الإعلامية)
 - 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

مع كل هذه المعرفة في متناول يدك، ستتمكن من التخصص في حياتك المهنية والتميز في مجال التصميم من خلال تقديم أساليب مبتكرة”



05 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 يربي 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”

كانت طريقة الحالة هي نظام التعلم الأكثر استخداماً من قبل أفضل الكليات في العالم. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي نواجهه في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال البرنامج، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



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

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

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

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

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

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

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



في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ما تعلمناه 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 الحُصين بالبخ، 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، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموساً 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 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

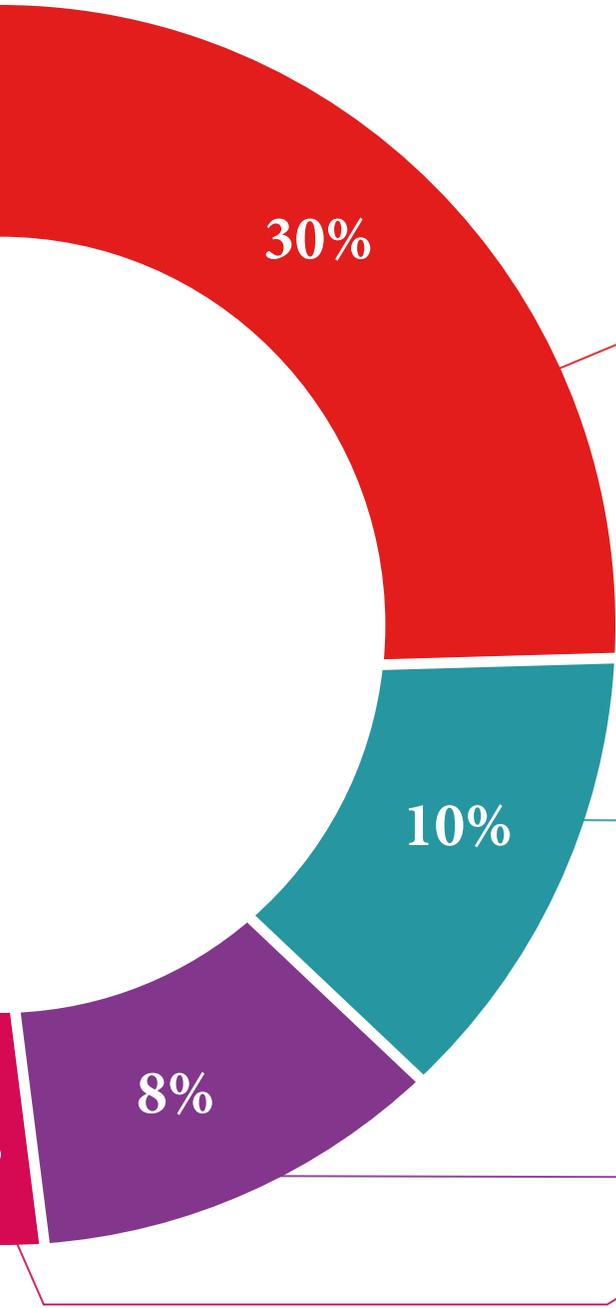


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

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 تدريبيه.





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.



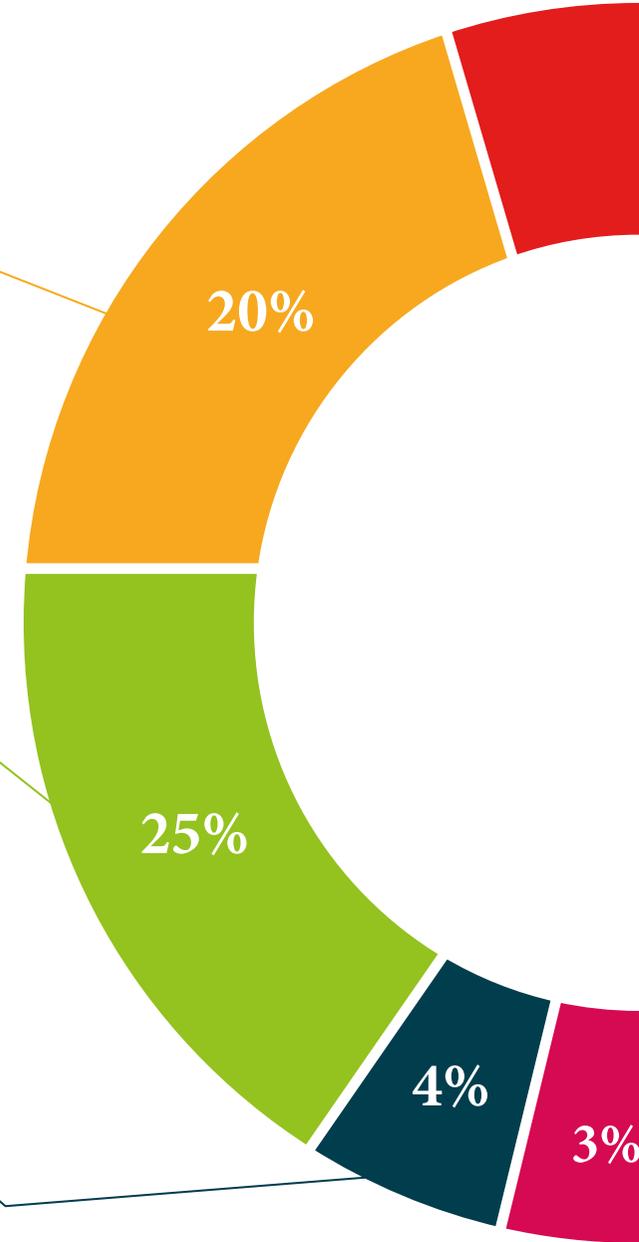
ملخصات تفاعلية

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 كفاءة تحقيق أهدافه.



المؤهل العلمي

هذه المحاضرة الجامعية في العلامات التجارية الإبداعية (Creative Branding): التواصل والإدارة تضمن، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدثاً، الوصول إلى درجة المحاضرة الجامعية الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



هذه محاضرة جامعية في العلامات التجارية الإبداعية (Creative Branding): التواصل والإدارة على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحدائقة 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 محاضرة جامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: محاضرة جامعية في العلامات التجارية الإبداعية (Creative Branding): التواصل والإدارة

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 150 ساعة



المستقبل

الصحة

الثقة

الأشخاص

التعليم

المعلومات

الأوصياء الأكاديميون

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

المجتمع

التقنية

الالتزام

التعلم

tech الجامعة
التكنولوجية

الرعاية

الحاضر

الجودة

الإبتكار

محاضرة جامعية

العلامات التجارية الإبداعية

(Creative Branding): التواصل والإدارة

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

المعرفة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات



محاضرة جامعية
العلامات التجارية الإبداعية
(Creative Branding): التواصل والإدارة