

شهادة الخبرة الجامعية
إعلام الموضة والأزياء



الجامعة
التكنولوجية **tech**

شهادة الخبرة الجامعية إعلام الموضة والأزياء

« 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

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitute.com/ae/design/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-fashion-communication

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المؤهل العلمي

صفحة 26

04

المنهجية

صفحة 18

03

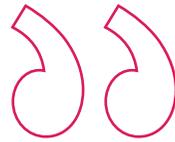
الهيكل والمحتوى

صفحة 12

المقدمة

يتمتع عالم الموضة بسلسلة من الخصائص المميزة التي تجعله مجالاً متخصصاً للغاية. يتطلب كل عنصر من عناصر هذه الصناعة إعداداً مناسباً من قبل المتخصصين فيه، ولا يختلف مجال الاتصالات عن ذلك. ومن ثم فإن الموضة لها مجموعتها الخاصة من الوسائط والقنوات التي يجب معرفتها لفهم المعلومات ونقلها بشكل مناسب. تقدم هذه الدرجة لطلابها الأدوات اللازمة لإتقان جميع مهارات الاتصال المطبقة على الموضة، حتى يتمكنوا من تكريس أنفسهم لهذا المجال بشكل احترافي.

سوف تكون *Anna Wintour* القادمة. تعرف على كيفية نشر واطنشار معلومات الأزياء المتخصصة بفضل شهارة الخبرة الجامعية هذه



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في إعلام الموضة والأزياء على البرنامج التربوي الأكثر اكتمالاً وحدائثه في السوق. ومن أبرز ميزاته:

- ◆ تطوير حالات عملية يقدمها خبراء في الاتصال المطبق على الموضة
- ◆ تجمع المحتويات الرسومية والتخطيطية والعملية بشكل بارز التي يتم تصميمها بها معلومات عملية حول تلك التخصصات التي تعتبر ضرورية للممارسة المهنية
- ◆ التدريبات العملية حيث يتم إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعليم
- ◆ تركيزها بشكل خاص على المنهجيات المبتكرة لإعلام الموضة والأزياء
- ◆ دروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا الخلافية وأعمال التفكير الفردي
- ◆ توفر الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل إلى الإنترنت

الموضة هي إحدى الصناعات التي يستطيع أكبر عدد من المشاهير خلقها. ففي كل عام تظهر العشرات من العارضات الواعدات ويحققن الشهرة بسرعة كبيرة. وفي الوقت نفسه، تتعايش نماذج أخرى من أجيال مختلفة في الصناعة تحت المظلة الإعلامية التي تحيط بها.

ولكن في عالم الموضة هناك أيضًا أنواع أخرى من النجوم: الصحفيون والمتصلون و *influencers* الذين يلتقطون جوهر ما له قيمة جمالية وما لا له قيمة جمالية، وبالتالي يصبحون شخصيات يمكن الاقتداء بها لمعارفهم. وبهذه الطريقة، يصبحون واصفي أزياء قادرين على نقل المجموعات الناجحة أو ما سيصبح عصريًا قريبًا عبر قنوات مختلفة، ويصبحون مشاهير حقيقيين.

ولكن لتحقيق هذه المكانة، هناك حاجة إلى معرفة محددة حول تاريخ الملابس والتواصل الإعلامي. وبهذه الطريقة، تقدم شهادة الخبرة الجامعية هذه في إعلام الموضة والأزياء لطلابها جميع الأدوات والمهارات اللازمة ليصبحوا متخصصين في الاتصالات في هذا المجال، مما يسمح لهم بأن يكونوا النجوم التاليين في صحافة الموضة.

هذه الدرجة العلمية ستفتح لك الأبواب أمام عالم الموضة "



تعلم خصوصيات وعموميات الموضة من وجهة نظر إعلامية
مع شهادة الخبرة الجامعية هذه.

في كل عام، يظهر نجوم جدد في عالم الموضة، ويمكن أن
تكون واحداً منهم.

هل أردت دائماً إطلاق مجلة الموضة الخاصة بك؟
هذه هي فرصتك”



يضم البرنامج في هيئة التدريس متخصصين في المجال والذين يصون خبراتهم العملية في هذا التدريب، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من مجتمعات رائدة وجامعات مرموقة.

محتوى الوسائط المتعددة خاصتها، الذي تم تطويره بأحدث التقنيات التعليمية، سيسمح للمهنيين بالتعلم حسب السياق، بما معناه، بيئة محاكاة ستوفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتدريب في مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على المشكلات والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل الحالات المختلفة للممارسة المهنية التي تُطرح على مدار هذا البرنامج. للقيام بذلك سيحصل على مساعدة من نظام جديد من مقاطع الفيديو التفاعلية التي أعدها خبراء معترف

الهدف الرئيسي لشهادة الخبرة الجامعية هذه في إعلام الموضة والأزياء هو تزويد الطلاب بالمعرفة الأساسية لتعلم كيفية نقل المعلومات في هذا المجال في قنوات مختلفة، حتى يتمكنوا من أن يصبحوا شخصيات عظيمة في اتصالات الموضة. ولتحقيق ذلك، تقدم هذه الدرجة أفضل محتوى يركز على الجوانب الإعلامية مثل المجلات والشبكات الاجتماعية، والتي تلعب دورًا أساسيًا في هذا المجال اليوم.

FASHION

YOUR GUIDE TO THE WORLD

12th MAR by Ingrid



STYLE IS KNOWING YOURSELF

What you buy. Style is what you do with it. Fashion changes, style is forever. Fashion is everyone, style is you.



I DON'T GIVE A ****
Be happy. It drives people crazy.

9th MAR by Mike



being yourself in a world
else.



SHHHHHH

قريباً ستقدم أفضل عروض الأزياء في العالم



الأهداف العامة



- ◆ امتلاك رؤية شاملة ومهنية لبيئة الاتصال في مجالات الموضة والرفاهية والجمال، وتحديد خصوصيات القطاع وتأثيره وانعكاساته على نسيج الأعمال بأكمله
- ◆ اكتساب المعرفة الأساسية والمتقدمة حتى تتمكن من إنشاء أنظمة اتصالات جديدة فيما يتعلق بالموضة
- ◆ تعزيز مهارات الإدارة والتحليل والإبداع والقيادة باعتبارها الكفاءات الرئيسية للنمو داخل الصناعة
- ◆ تطوير مهارات الاتصال الكتابية والشفوية والكتابية واللفظية وغير اللفظية الممتازة
- ◆ الحصول على المسؤولية الأخلاقية اللازمة
- ◆ اكتساب المعرفة اللازمة لكتابة ونقل المعلومات عبر الأنواع الصحفية المختلفة في المجلات

سوف تحقق أهدافك بفضل شهادة الخبرة الجامعية هذه
في إعلام الموضة والأزياء”





الوحدة 1. تاريخ الملابس

- ♦ تحديد اللغة والموارد التعبيرية فيما يتعلق بالمحتوى
- ♦ تحديد موارد البحث والابتكار لحل المشكلات التي أثرت في وظائف واحتياجات ومواد الملابس
- ♦ جمع الاستراتيجيات المنهجية والجمالية التي تساعد على تأسيس العمليات الإبداعية وتطويرها
- ♦ تمييز العمليات النفسية في تطور القطع في تاريخ الملابس
- ♦ ربط اللغة الرسمية والرمزية بالوظائف في مجال الملابس
- ♦ إظهار العلاقة المتبادلة بين عناصر الملابس والمجالات الإنسانية
- ♦ تبرير التناقضات بين الملابس الفخمة والقيم الأخلاقية
- ♦ التفكير في مدى تأثير الابتكار وجودة إنتاج الملابس على جودة الحياة والبيئة

الوحدة 2. المجلات

- ♦ التعرف على الخصائص التي تحدد المجلة كوسيلة للصحافة المكتوبة وتصنيفها وتقسيم سوقها
- ♦ إعداد المطبوعات الدورية بالصيغتين الورقية والرقمية
- ♦ معرفة التقاليد والخلفية التاريخية لتكنولوجيا الاتصالات المكتوبة والتصميم الصحفي
- ♦ تحليل وتحديد المكونات المختلفة للمجلة
- ♦ التعرف على المجلة وخصائصها وسوق النشر

الوحدة 3. قنوات الاتصال في الأزياء

- ♦ تقديم اتصالات مباشرة وشخصية ومناسبة قادرة على تحقيق الأهداف المحددة لكل شبكة اجتماعية
- ♦ امتلاك رؤية محددة لكل قناة من قنوات الاتصال الرقمية الموجودة حاليًا
- ♦ فهم كيفية ممارسة التأثير من خلال قناة الاتصال واستراتيجيات القوة الجديدة التي يتم ممارستها من البيئة الرقمية
- ♦ تكرار تمرين التأثير من شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بك
- ♦ التعرف على صعود القناة السمعية البصرية كوسيلة رائدة لدى الرأي العام



الهيكل والمحتوى

تتكون شهادة الخبرة الجامعية هذه في إعلام الموضة والأزياء من 3 وحدات، تحتوي كل منها على 10 موضوعات، والتي من خلالها سيتعلم الطلاب تاريخ الملابس، ويتعمقون في مجالات الموضة وقنوات الاتصال المستخدمة في هذا المجال، مثل الشبكات الاجتماعية وخدمات المحتوى الأخرى مثل يوتيوب. وبالتالي، سيحصلون على تعليم كامل ومستعرض يمكنهم بعد ذلك تطبيقه في حياتهم المهنية.



أفضل محتوى لك لتصبح ناجحاً في عالم الأزياء



الوحدة 1. تاريخ الملابس

- 5.1. العصور الوسطى المرتفعة وأواخر العصور الوسطى
 - 1.5.1. السمات التاريخية العامة لفترة العصور الوسطى
 - 2.5.1. الزي في العصور الوسطى المبكرة
 - 3.5.1. الزي في فترة كارولينجيان
 - 4.5.1. اللباس في العصر الروماني
 - 5.5.1. الزي القوطي
- 6.1. العصر الحديث: عصر النهضة والباروك والروكوكو
 - 1.6.1. القرن الخامس عشر والسادس عشر: عصر النهضة
 - 2.6.1. القرن السابع عشر: الباروك
 - 3.6.1. القرن الثامن عشر: روكوكو
- 7.1. العصر المعاصر: الكلاسيكية الجديدة والرومانسية
 - 1.7.1. صناعة الملابس
 - 2.7.1. Charles Fréderick Worht
 - 3.7.1. Jacquet Doucet
 - 4.7.1. الملابس النسائية
 - 5.7.1. Josefina Bonaparte: النمط الإمبراطوري
- 8.1. العصر المعاصر: العصر الفيكتوري و Belle Époque
 - 1.8.1. الملكة فيكتوريا
 - 2.8.1. الملابس الرجالية
 - 3.8.1. Dandy
 - 4.8.1. Paul Poiret
 - 5.8.1. Madeleine Vionnet
- 9.1. العصر المعاصر: من الملابس إلى الموضة
 - 1.9.1. السياق الجديد والتغيير الاجتماعي
 - 2.9.1. مصممي الأزياء
 - 3.9.1. Coco Chanel
 - 4.9.1. الـ *New look*
- 10.1. العصر المعاصر: قرن المصممين والموضة
 - 1.10.1. الزي المعاصر
 - 2.10.1. بروز المصممين الأمريكيين
 - 3.10.1. المشهد اللندني

- 1.1. عصور ما قبل التاريخ
 - 1.1.1. مقدمة
 - 2.1.1. حضارات ما قبل التاريخ
 - 3.1.1. تجارة عصور ما قبل التاريخ
 - 4.1.1. زي عصور ما قبل التاريخ
 - 5.1.1. الجلود والفراء
 - 6.1.1. الأقمشة والتقنيات
 - 7.1.1. التناسق الزمني وأوجه التشابه في زي ما قبل التاريخ
- 2.1. العصر القديم: مصر وبلاد ما بين النهرين
 - 1.2.1. مصر
 - 2.2.1. الآشوريون
 - 3.2.1. الفرس
- 3.1. العصر القديم: اليونان الكلاسيكية
 - 1.3.1. زي الكريتان
 - 2.3.1. الأقمشة المستخدمة في اليونان القديمة
 - 3.3.1. ملابس اليونان القديمة
 - 4.3.1. الملابس الداخلية اليونانية القديمة
 - 5.3.1. الأحذية اليونانية القديمة
 - 6.3.1. القبعات وأغطية الرأس في اليونان القديمة
 - 7.3.1. ألوان وزخارف اليونان القديمة
 - 8.3.1. الإكسسوارات اليونانية القديمة
- 4.1. العصر القديم: الإمبراطورية الرومانية
 - 1.4.1. أقمشة روما القديمة
 - 2.4.1. ملابس روما القديمة
 - 3.4.1. الملابس الداخلية الرومانية القديمة
 - 4.4.1. الأحذية في روما القديمة
 - 5.4.1. القبعات وأغطية الرأس في روما القديمة
 - 6.4.1. علاقة الطبقة الاجتماعية والملابس في روما القديمة
 - 7.4.1. النمط البيزنطي

الوحدة 2. المجلات

- 6.2. ولادة وتطور المجلات في أوروبا والولايات المتحدة
 - 1.6.2. مقدمة
 - 2.6.2. البدايات: بين القرنين السادس عشر والثامن عشر. من العلاقات إلى الجرائد
 - 3.6.2. القرن التاسع عشر في أوروبا
 - 4.6.2. توازن القرن التاسع عشر
 - 7.2. القرن العشرين: توطيد المجلة الحديثة
 - 1.7.2. مقدمة
 - 2.7.2. العقود الأولى من القرن العشرين في المجلات الأوروبية
 - 3.7.2. الولايات المتحدة بين عشرينيات وستينيات القرن العشرين: طفرة المجلات الثانية
 - 4.7.2. أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية: مجلات بداية من الأربعينيات
 - 5.7.2. من الستينات فصاعداً: المجلة المتجددة
 - 8.2. معالم في تاريخ المجلة الأمريكية
 - 1.8.2. مقدمة
 - 2.8.2. ناشيونال جيوغرافيك، علامة فارقة في المجلات الشعبية
 - 3.8.2. Time، علامة فارقة في المجلات الأسبوعية أو *Newsmagazines*
 - 4.8.2. Reader's Digest، علامة فارقة في مجلات المجلات
 - 5.8.2. The New Yorker، علامة فارقة في مجلات الرأي والثقافة
- 9.2. المجلات في أوروبا
 - 1.9.2. مقدمة
 - 2.9.2. الانتشار
 - 3.9.2. المجلات الرئيسية حسب البلد
 - 10.2. المجلات في أمريكا اللاتينية
 - 1.10.2. مقدمة
 - 2.10.2. المنشأ
 - 3.10.2. المجلات الرئيسية حسب البلد

- 1.2. ما هي المجلة
 - 1.1.2. مقدمة
 - 2.1.2. ما هي المجلة. خصوصياتها وسوق النشر
 - 3.1.2. مواصفات المجلة
 - 4.1.2. سوق المجلات: قضايا عامة
 - 5.1.2. مجموعات نشر المجلات الكبيرة
- 2.2. قارئ المجلة
 - 1.2.2. مقدمة
 - 2.2.2. قارئ المجلة
 - 3.2.2. العثور على القارئ والاحتفاظ به
 - 4.2.2. قارئ المجلات المطبوعة
 - 5.2.2. قارئ المجلات الرقمية
 - 6.2.2. القراء والإعلان
- 3.2. إنشاء وحياة المجلة
 - 1.3.2. مقدمة
 - 2.3.2. إنشاء مجلة
 - 3.3.2. الاسم
 - 4.3.2. دورة حياة المجلة
- 4.2. تجزئة المجلات وتخصصها
 - 1.4.2. مقدمة
 - 2.4.2. تجزئة المجلات وتخصصها
 - 3.4.2. أنواع المجلات
 - 1.3.4.2. مجلات ثقافية
 - 2.3.4.2. مجلات القلب
 - 3.3.4.2. المكملات
- 5.2. هيكل المجلات ومحتوياتها
 - 1.5.2. مقدمة
 - 2.5.2. العنوان العريض
 - 3.5.2. الهيكل
 - 4.5.2. المحتويات

الوحدة 3. قنوات الاتصال في الأزياء

- 1.3 التأثير واستراتيجيات القوة الأخرى في القنوات الرقمية الجديدة
 - 1.1.3 استراتيجيات القوة المرتبطة باتصالات الموضة
 - 2.1.3 ممارسة التأثير في مجال الشبكات الاجتماعية
 - 3.1.3 إدارة القادة الرقميين الجدد: Influencers الأزياء
- 2.3 اختيار قناة الاتصال: نظرية Forrester Research
 - 1.2.3 الرأي العام الجديد: قيادة الجماهير واحدا تلو الآخر
 - 2.2.3 ما هي نظرية Forrester؟
 - 3.2.3 تطبيق نظرية Forrester Research على صناعة الأزياء
- 3.3 قوة اللغة السمعية والبصرية والتواصل غير اللفظي
 - 1.3.3 تزايد حصة السوق من الاتصالات غير اللفظية
 - 2.3.3 تأثير الرسالة السمعية والبصرية على الموضة
 - 3.3.3 تكوين الخطاب الفوتوغرافي على شبكات التواصل الاجتماعي
- 4.3 تطور وتشغيل الشبكات الاجتماعية في صناعة الأزياء
 - 1.4.3 مراحل ظهور وتطور الإنترنت
 - 2.4.3 استراتيجية متعددة القنوات داخل الشبكات الاجتماعية للأزياء
 - 3.4.3 ما هي الشبكة الاجتماعية؟ الاختلافات مع القنوات التقليدية
- 5.3 الفيسبوك، قاعدة البيانات الكبيرة
 - 1.5.3 التواصل العرضي
 - 2.5.3 اهتمام المجتمع
 - 3.5.3 نماذج حضور الفيسبوك
- 6.3 Instagram، أكثر بكثير من مجرد صور الموضة
 - 1.6.3 الرسائل العاطفية وإدارة التعاطف
 - 2.6.3 حميمية الحياة اليومية في الصور
 - 3.6.3 البروز في الشبكة الاجتماعية الأكثر أهمية للأزياء
- 7.3 محتوى احترافي على LinkedIn
 - 1.7.3 إنشاء علامة تجارية شخصية
 - 2.7.3 الرسائل المعرفية في ماركة الأزياء
 - 3.7.3 إدارة العلاقات مع المنافسين
- 8.3 تسييس تويتر
 - 1.8.3 التواصل الاندفاعي ومتعدد الاتجاهات
 - 2.8.3 الرسالة المباشرة وإنشاء المحتوى في 20 حرفاً
 - 3.8.3 تأثير العناوين: من العمق إلى الخفة

- 9.3. تيك توك، ما بعد الجيل Z
- 1.9.3. الثورة السمعية والبصرية وتسارع التغيرات في المظهر في سياق *Slow fashion*
- 2.9.3. الديمقراطية في صناعة المحتوى السمعي البصري
- 3.9.3. المؤضة كحدث إخباري وجدير بالاهتمام
- 10.3. يوتيوب، كأساس للمحتوى السمعي البصري
- 1.10.3. إدارة التوقعات في إنشاء المحتوى السمعي البصري
- 2.10.3. خريطة المحتوى على اليوتيوب عن المؤضة والجمال والرفاهية
- 3.10.3. الاتجاهات الجديدة في الرأي العام: *Microinfluencers*

سوف تعرف كل شيء عن الإعلام المطبق
على الأزياء”



04 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 مدرء 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.

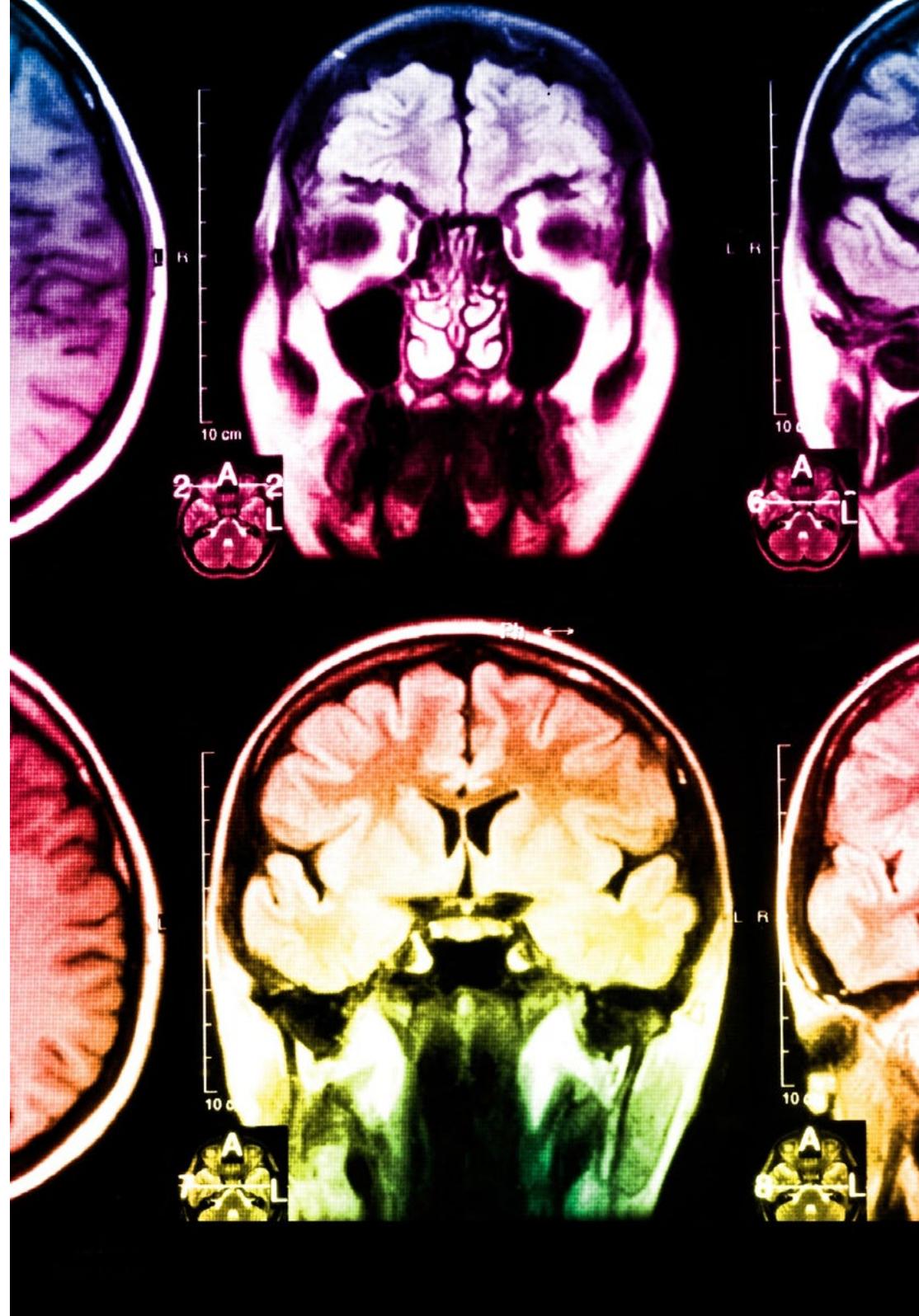


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة،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

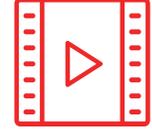
استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحُصين بالمخ، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

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 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

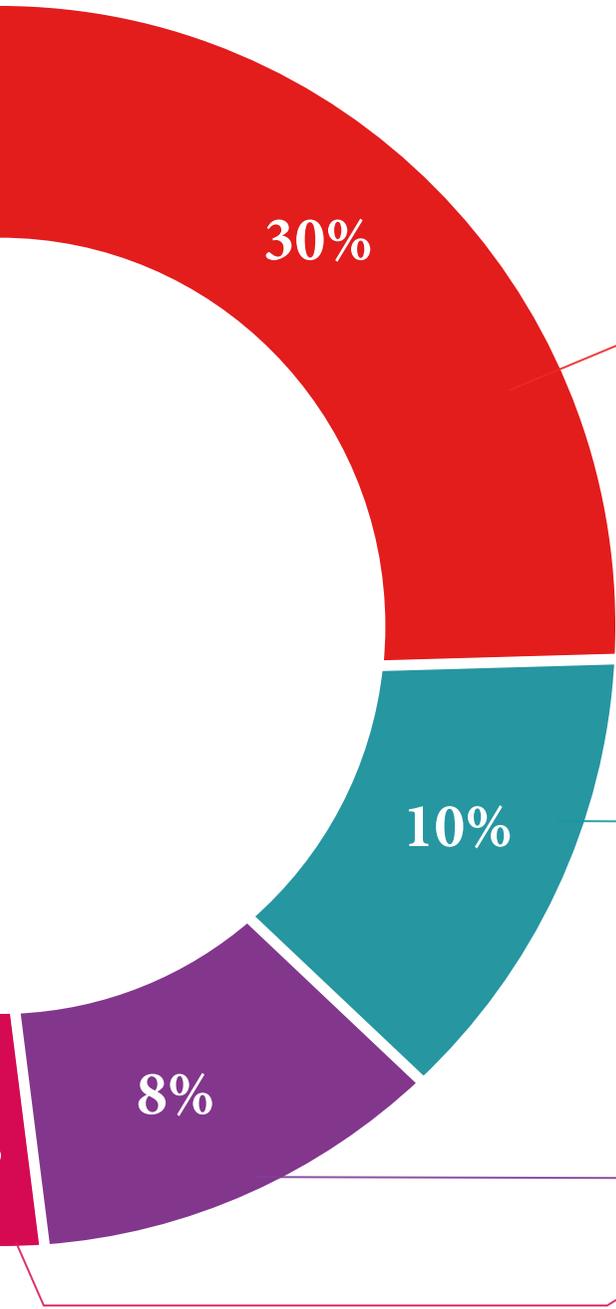


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

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.



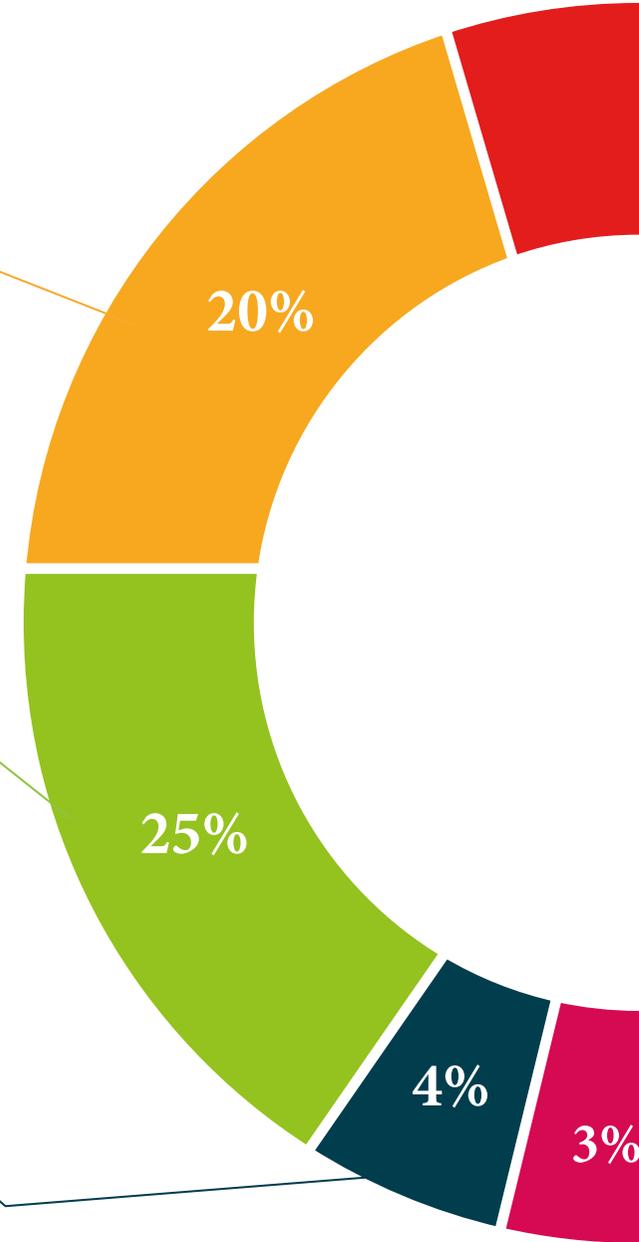
ملخصات تفاعلية

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

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في إعلام الموضة والأزياء، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائقة، الحصول على شهادة اجتياز الخبرة الجامعية الصادرة 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 إعلام الموضة والأزياء على البرنامج الأكثر اكتمالاً وحدائثةً 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 شهادة الخبرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في إعلام الموضة والأزياء

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 450 ساعة



المستقبل

الصحة

الثقة

الأشخاص

التعليم

المعلومات

الأوصياء الأكاديميون

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

المجتمع

التقنية

الالتزام

التعلم

الجامعة
التيكفولوجية
tech

الرعاية

الحاضر

الجودة

الإبتكار

شهادة الخبرة الجامعية

إعلام الموضة والأزياء

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

المعرفة

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية

إعلام الموضة والأزياء