

شهادة الخبرة الجامعية
تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه





الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية

تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه

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

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtitute.com/ae/education/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-advertising-educational-project

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 28

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 16

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 36

المقدمة

بعد إنشاء مشروع تعليمي من الضروري أن نعرضه لمؤسسات ومدارس مختلفة، بهدف أن يمكن للمزيد من الأماكن اعتبار تنفيذه إذا كان ناجحًا. يتعلق الأمر بإنشاء استراتيجية تجعل المشروع معروفًا من خلال حملة تسويقية وإعلانية لنشره وتضخيمه. ومع توفره عبر الإنترنت بنسبة 100%، يعد هذا البرنامج فرصة لمحترفي التعليم.





شهادة الخبرة الجامعية هذه في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه
ستخلق شعورًا بالثقة في أداء مهنتك، وستساعدك على النمو الشخصي
والمهني”



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه على البرنامج العلمي الأكثر اكتفاءً وحداثةً في السوق. ومن أبرز ميزاته:

- ♦ تطوير الحالات العملية التي يقدمها خبراء في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه
- ♦ محتوياتها الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها تجمع المعلومات العلمية الممارسة الصحية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ مستجدات حول تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه
- ♦ تحتوي على تدريبيات عملية حيث يتم إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعليم
- ♦ مع التركيز بشكل خاص على المنهجيات المبتكرة في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه
- ♦ كل هذا سيتم استكماله من قبل الدروس النظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول موضوعات مثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردي
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

يعد التسويق والإعلان أمرًا مهمًا لترويج وتوزيع المشاريع التي يتم إنشاؤها، حيث إنها يعملان بطريقة أو بأخرى كقناة لنقل هدف ووظيفة المشروع التعليمي المراد تطويره. بهذه الطريقة، سيكون هذا البرنامج مفيدًا للمربين لإظهار لهم السبل والطرق الأكثر جدوى لنشر المشروع.

توجه تسويق منتج تعليمي يتمثل في جعله يصل إلى مزيد من الأماكن وبهذا الشكل سيتمكن الطلاب أو الأفراد الذين ينتمون إلى هذا المنتج من إثراء معرفتهم. من المهم عملية التسويق للوصول إلى مناطق مختلفة ومؤسسات ومعلمين

إنه برنامج مصمم للمعلمين وذلك من أجل التعرف على طلابهم وتقديم أفضل المشاريع التعليمية لهم، لكي يصلوا إلى عدد أكبر من الطلاب يجب عليهم التعرف والتعمق في التسويق لجعل المشروع مرتبًا ومع نشره يتعرف عليه المزيد من الناس.

شهادة الخبرة الجامعية هذه في التسويق والإعلان لمشروع تعليمي هو مبادرة من TECH موجهة نحو محترف التعليم. بفضل نهجها الكامل عبر الإنترنت 100% تهدف هذه البرامج إلى توفير الأدوات اللازمة لتعزيز العرض الكامل للمشروع. إحدى مزايا البرنامج هي أنه لا يتطلب الحضور إلى الفصول الدراسية الحضورية، مما يسمح للطلاب بضبط جدولهم الزمني وتطوير البرنامج في الوقت الذي يناسبهم أفضل.

قم بتحديث معلوماتك من خلال هذا برنامج في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه”



قم بزيادة ثققتك في اتخاذ القرار من خلال تحديث وتطوير معرفتك من خلال شهادة الخبرة الجامعية هذه.

اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث التطورات في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه وحسن تدريب طلابك.

شهادة الخبرة الجامعية هذه هي أفضل استثمار يمكنك القيام به لتحديث برنامجك المهني لسببين: تحديث معرفتك في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه والحصول على شهادة جامعية صادرة من *TECH* الجامعة التكنولوجية ”

يتضمن الهيكل التدريسي لهذا البرنامج من متخصصين في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه الذين يضعون تجربتهم وخبرتهم في هذا التدريب إلى البرنامج، بالإضافة إلى خبراء معترف بهم من المؤسسات المرموقة والجامعات الرائدة. سيسمح محتوى الوسائط المتعددة المُعد بأحدث التقنيات التعليمية التمرّيز من إلى التعلم المهني والسياقي أي بيئة محاكاة ستوفر التعلم غامرة مبرمجة للتدريب في مواقف حقيقية.

إن تصميم هذا البرنامج يركز على التعلم القائم على حل المشكلات والذي يجب على معلمون من خلاله محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة المطروحة خلال العام الدراسي. للقيام بذلك، سوف يحصل المعلم على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي جديد تم إنشاؤه بواسطة خبراء مشهورين في مجال تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه ولديهم خبرة تعليمية واسعة.



02

الأهداف

يهدف برنامج تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه إلى تسهيل أداء المهنيين المكرسين للعمل مع الطلاب في جميع السياقات التعليمية.



هذا البرنامج موجه لمساعدتك في تحديث معرفتك في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه باستخدام أحدث التقنيات التعليمية، من أجل المساهمة بجودة وأمان في اتخاذ القرارات والمتابعة لطلابك"



الأهداف العامة



- ♦ التعرف على العناصر الأكثر أهمية في المشروع التعليمي
- ♦ تدريب الأشخاص في مجال التعليم بهدف تحسين المشاريع التعليمية التي يستخدمونها، أو لإعداد مشروع تعليمي مبتكر من صنعهم الخاص أو مبني على الأدلة
- ♦ دراسة كل مرحلة من مراحل برمجة وتنفيذ المشروع التعليمي
- ♦ تحليل العوامل الأساسية التي يجب مراعاتها في برمجة وتنفيذ المشروع التعليمي
- ♦ الحصول على رؤية عالمية للعملية برمتها وليس مجرد موقف متحيز
- ♦ فهم دور كل من الوكلاء التربويين في كل مرحلة من مراحل برمجة وتنفيذ المشروع التعليمي
- ♦ التعمق في عوامل النجاح الأساسية للمشروع التعليمي
- ♦ امتلاك الخبرة في توجيه مشروع تعليمي عالي الجودة أو المشاركة فيه
- ♦ مساعدة الطلاب على تطوير المهارات اللازمة لبرمجة وتنفيذ المشاريع التعليمية
- ♦ تزويد الطلاب بالأدوات اللازمة لإنشاء مشروعهم التعليمي المبتكر

مسار للتدريب والنمو المهني يقودك نحو قدرة تنافسية أكبر في سوق العمل"





الوحدة 1. مقدمة للمشروع التعليمي

- ♦ التعرف على مفهوم المشروع التعليمي
- ♦ دراسة أشهر المناهج للمشاريع التعليمية
- ♦ التعرف على بداية المشاريع التعليمية المبتكرة
- ♦ تحليل الغرض من المشاريع التعليمية
- ♦ تحديد أهداف التعلم وعملية الوصول إليها
- ♦ تقييم المراكز الممكنة لتنفيذ المشروع التعليمي
- ♦ معرفة العوامل الأساسية في برمجة وتنفيذ المشاريع التعليمية
- ♦ التعرف على الوكلاء المشاركين في عملية برمجة وتنفيذ المشاريع التعليمية

الوحدة 2. قيادة وتوجيه وإدارة المشروع التربوي

- ♦ تحليل نطاق الإدارات والدعم المؤسسي اللازم لتنفيذ مشروع تعليمي، سواء على المستوى الوطني أو الإقليمي أو المحلي
- ♦ دراسة نطاق عمل المشروع التعليمي
- ♦ فهم الموارد الشخصية اللازمة لبرمجة وتنفيذ مشروع تعليمي عالي الجودة
- ♦ تحديد العوامل الاقتصادية اللازمة لاستمرارية المشروع التعليمي
- ♦ النظر في أهمية الشفافية في المشروع التعليمي
- ♦ التحقيق في المشاركة اللازمة لكل من الوكلاء التربويين

الوحدة 3. التخطيط الاقتصادي والمالي وإدارة المشاريع التعليمية

- ♦ فهم أهم المصطلحات المتعلقة بالتسويق التعليمي
- ♦ معرفة الجوانب الأساسية اللازمة للإعلان الفعال لمشروع تعليمي
- ♦ اكتشاف الحاجة إلى التسويق في تنفيذ مشروع تعليمي في المركز
- ♦ تحليل عملية تخطيط الأعمال
- ♦ التعرف على المراحل اللازمة للتحليل وتحديد الأهداف وتصميم الاستراتيجيات والتقييم فيما يتعلق بالمجال التسويقي للمشروع التعليمي
- ♦ التحقيق في تجزئة السوق والعملاء
- ♦ تحديد احتياجات العملاء لتصميم تسويق فعال وواقعي
- ♦ تطوير التقنيات المناسبة لتحديد المواقع وبناء العلامة التجارية الشخصية

الوحدة 4. التسويق والإعلان عن مشروع تعليمي

- ♦ التحقيق في الإبداع الإعلاني في المشاريع التعليمية
- ♦ تعلم كيفية إنشاء الإعلانات في المجال الرقمي
- ♦ تحليل جميع العادات اللازمة في مجال التسويق والإعلان فيما يتعلق بالعرض التعليمي
- ♦ اكتشاف أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يجب استخدامها في التسويق والإعلان للمشروع التعليمي
- ♦ التعرف على عملية استخدام كل منها لتحقيق الفعالية المثلى
- ♦ التعرف على مراحل تطور الحملات الإعلانية للمشروع التعليمي
- ♦ تعلم كيفية إنشاء وإدارة استراتيجيات التسويق لشركات الخدمات
- ♦ فهم جميع العادات الضرورية المتعلقة باستراتيجيات التسويق
- ♦ تحليل عملية تقييم ربحية الحملة

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يشمل البرنامج في أعضاء هيئته التدريسية خبراء بارزين في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه والذين يصبون خبراتهم العملية في هذا التدريب. بالإضافة إلى ذلك يشارك خبراء مشهورون آخرون في تصميمه وإعداده، واستكمال البرنامج بطريقة متعددة التخصصات.



Second quarter
Apr-Jun

Third quarter
Jul-Sep



+10.3

+12.0



تعلم من المتخصصين المرجعين أحدث التطورات في تسويق مشروع
تعليمي والإعلان عنه"



أ. Pattier Bocos, Daniel

- ♦ أخصائي في الابتكار التربوي
- ♦ باحث وأستاذ جامعي في كلية التربية بجامعة Complutense مدريد
- ♦ وصل إلى المرحلة النهائية لجائزة أفضل مدرس في إسبانيا في حفل توزيع جوائز Educa Abanca



الأساتذة

أ. Ortiz Gómez, Juan Saunier

- ♦ أستاذ متخصص في القيادة التربوية في مراكز عمليات التغيير والابتكار
- ♦ خبير في إدارة وتوجيه المراكز التعليمية
- ♦ مدرس للمرحلة الإعدادية والثانوية، ولديه خبرة كمدير عام لمركز تعليمي

أ. Lozano Morote, María

- ♦ خبيرة في إدارة المشاريع التعليمية
- ♦ محامية، وحاصلة على ماجستير في إدارة الأعمال ووسيلة وخبرة في إدارة المشاريع التعليمية
- ♦ تعمل حاليًا كمديرة مشروع تعليمي في مؤسسة تعليمية إسبانية

أ. Boulind, Andrew

- ♦ منسق التعلم الرقمي في المملكة المتحدة
- ♦ أخصائي في التقنيات الجديدة
- ♦ مدرس متعاون في جامعة CEU Cardenal Herrera

أ. Martin Arteaga, Andrea Carolina

- ♦ مديرة لمجتمع متخصص في أبحاث السوق
- ♦ حاصلة على دكتوراه في مناهج العلوم التربوية، المعهد التربوي لأمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي (IPLAC).
- ♦ حاصلة على شهادة بكالوريوس في الإعلان والعلاقات العامة، جامعة Zulia
- ♦ حاصلة على دبلوم في التعليم الجامعي، المعهد التربوي لأمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي
- ♦ اتفاقية كوبا وفنزويلا (IPLAC)
- ♦ متخصصة في التصوير الفوتوغرافي، مدرسة Julio Arraga الوطنية للفنون التشكيلية



www.loremispsum.com

MOST LIKELY TO STUDY IN STYLE

BACK TO SCHOOL

Sales 30% OFF EVERYTHING!

3 Days only!



August 15-17, 2014



10.00 AM. - 10.00 PM.



Let's start the school year off in new style

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMT SED DO EUSMO TEMPOR INCI

nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore



Save on hoodies, tees, dresses, uniforms and more

nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna

SPECIAL OFFERS

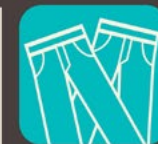
New limited edition styles!



DRESSES

commod consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit do eiusmod mco nlabris se

\$25



JEANS

commod consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit do eiusmod mco nlabris se

\$30



BUY 1

GET

1 FREE

RICOTTA DI LAT DI CAPRA

\$25.00

COUPON CODE : SCHOOL 14

الهيكل والمحتوى

تم تصميم هيكل المحتويات من قبل فريق من المهنيين من أفضل المراكز التعليمية والجامعات على الصعيد المحلي وهم على دراية بأهمية التمرين المبتكر اليوم وملتزمون بجودة التدريس من خلال التقنيات التعليمية الجديدة.





تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدائثةً في السوق



الوحدة 1. مقدمة للمشروع التعليمي

- 1.1. ما هو المشروع التعليمي؟
 - 1.1.1. الوصف
 - 1.1.1.1. التخطيط لعملية تحقيق الهدف
 - 2.1.1.1. الآثار المترتبة على العملية
 - 3.1.1.1. عرض النتائج
 - 2.1.1. تحديد المشكلة
 - 3.1.1. الانتباه إلى أسبابه ونتائجه
 - 1.3.1.1. تحليلات أداة DAFO (الضعف، والتهديدات، والقوى، والفرص)
 - 2.3.1.1. صيغ العمل
 - 4.1.1. تشخيص الحالة الإشكالية
 - 1.4.1.1. موقع المشروع ومكانه
 - 2.4.1.1. إدارة الوقت
 - 3.4.1.1. الأهداف والغايات المحددة مسبقاً
 - 5.1.1. المشاريع التعليمية المبتكرة: من أين نبدأ
 - 1.5.1.1. البديل الأفضل
 - 2.5.1.1. دراسة أو تشخيص الحالة الإشكالية
 - 2.1. ما الغرض منه؟
 - 1.2.1. توليد التغييرات في البيئات
 - 1.1.2.1. إدارة التغيير
 - 2.1.2.1. التحقق من المشكلة وحلها
 - 3.1.2.1. الدعم المؤسسي
 - 4.1.2.1. التحقق من التقدم
 - 5.1.2.1. ما هي مجموعة الطلاب المحددة التي يتم تقديمها؟
 - 2.2.1. التحول والسياح
 - 1.2.2.1. الديناميكية الاجتماعية
 - 2.2.2.1. تحديد المشكلة
 - 3.2.2.1. المواضيع ذات الاهتمام المشتركة
 - 3.2.1. تعديل الواقع
 - 1.3.2.1. وحدة التشغيل
- 4.2.1. العمل الجماعي
 - 1.4.2.1. تنفيذ الأعمال والأنشطة الجماعية
 - 2.4.2.1. الأنشطة العفوية
 - 3.4.2.1. الأنشطة المنظمة
 - 4.4.2.1. العمل الجماعي والتنشئة الاجتماعية
 - 5.4.2.1. العمل الجماعي والوصم الاجتماعي
 - 6.4.2.1. العمل الجماعي والانتقال والثقة
- 3.1. الأصل
 - 1.3.1. تخطيط العملية لتحقيق هدف تعليمي
 - 1.1.3.1. تعريف الأهداف
 - 2.1.3.1. مبررات المشروع
 - 3.1.3.1. أهمية المشروع
 - 4.1.3.1. المساهمة في المجتمع التربوي
 - 5.1.3.1. جدوى التنفيذ
 - 6.1.3.1. القيود
 - 2.3.1. أهداف التعلم
 - 1.2.3.1. القابلة للحياة والقابلة للقياس
 - 2.2.3.1. علاقة الأهداف بالمشكلة المطروحة
- 4.1. المستلمون
 - 1.4.1. المشاريع التعليمية المنفذة في مركز أو مؤسسة معينة
 - 1.1.4.1. هيئة الطلاب
 - 2.1.4.1. احتياجات المركز
 - 3.1.4.1. المعلمين المشاركين
 - 4.1.4.1. المدراء
 - 2.4.1. المشاريع التعليمية المرتبطة بالنظام التعليمي
 - 1.2.4.1. الرؤية
 - 2.2.4.1. الأهداف الاستراتيجية
 - 3.2.4.1. الموارد السياسية
 - 4.2.4.1. الموارد الاجتماعية
 - 5.2.4.1. أحداث غير متوقعة
 - 6.2.4.1. الموارد التنظيمية
 - 7.2.4.1. الموارد المالية

3.4.1. المشاركة التعليمية التي يتم تطويرها خارج المنظومة التعليمية	5.5.1. تحليل الحل
1.3.4.1. أمثلة	1.5.5.1. الأساس المنطقي
2.3.4.1. النهج التكميلي	2.5.5.1. النهاية أو الهدف
3.3.4.1. رد الفعل الاستباقي	3.5.5.1. الأهداف أو النطاق
4.3.4.1. وكلاء التغيير	4.5.5.1. السياق
5.3.4.1. عامة / خاصة	5.5.5.1. النشاطات
4.4.1. المشاريع التعليمية للتربية المتخصصة	6.5.5.1. الجدول الزمني
1.4.4.1. الاحتياجات التعليمية الفردية الخاصة	7.5.5.1. الموارد والمسؤوليات
2.4.4.1. التعلم كدافع	8.5.5.1. الافتراضات
3.4.4.1. التقييم الذاتي وتحفيز النفس	6.5.1. تخطيط العمل
4.4.4.1. التعلم من البحث	1.6.5.1. التخطيط للإجراءات التصحيحية
5.4.4.1. أمثلة: تحسين الحياة اليومية	2.6.5.1. عرض عمل
5.1. عوامل	3.6.5.1. تسلسلات النشاط
1.5.1. تحليل الوضع التعليمي	4.6.5.1. تحديد المواعيد النهائية
1.1.5.1. مراحل	7.5.1. جدول العمل
2.1.5.1. المراجعة	1.7.5.1. انهيار العمل
3.1.5.1. إعادة ربط المعلومات	2.7.5.1. أداة الاتصال
2.5.1. اختيار المشكلة وتعريفها	3.7.5.1. تحديد معالم المشروع
1.2.5.1. التحقق من التقدم	4.7.5.1. كمل مجموعة النشاط
2.2.5.1. الدعم من المؤسسات	5.7.5.1. تحديد الأنشطة
3.2.5.1. ترسيم الحدود	6.7.5.1. إعداد خطة النشاط
3.5.1. تعريف أهداف المشروع	8.5.1. مواصفات الموارد البشرية والمادية والاقتصادية
1.3.5.1. الأهداف ذات الصلة	1.8.5.1. البشر
2.3.5.1. أدلة العمل	1.1.8.5.1. المشاركون في المشروع
3.3.5.1. تحليل الأهداف	2.1.8.5.1. الأدوار والوظائف
4.5.1. مبررات المشروع	2.8.5.1. المواد
1.4.5.1. أهمية المشروع	1.2.8.5.1. موارد
2.4.5.1. فائدة للمجتمع التعليمي	2.2.8.5.1. أدوات المشروع
3.4.5.1. الجدوى	3.8.5.1. التكنولوجيا
	1.3.8.5.1. المعدات اللازمة
	9.5.1. التقييم
	1.9.5.1. تقييم العملية
	2.9.5.1. التقييم للنتائج

- 3.7.1 الأهداف والالتزامات
 - 1.3.7.1 أهداف و غايات
 - 2.3.7.1 إشراك العالم التربوي
 - 4.7.1 القيم المحددة
 - 1.4.7.1 العادات
 - 2.4.7.1 القنوات التي تروج
 - 5.7.1 المنهجية
 - 1.5.7.1 الاهتمام بالتنوع
 - 2.5.7.1 العمل على أساس مشاريع A
 - 3.5.7.1 التعلم القائم على الفكر
 - 4.5.7.1 التعلم الرقمي
 - 6.7.1 الهيكل التنظيمي
 - 1.6.7.1 الهدف الأساسي
 - 2.6.7.1 المهمة
 - 3.6.7.1 النظرية والمبادئ والقيم
 - 4.6.7.1 أهداف واستراتيجيات التغيير
 - 5.6.7.1 المفهوم التربوي
 - 6.6.7.1 بيئة المجتمع
- 8.1 الأهداف
 - 1.8.1 أساتذة
 - 1.1.8.1 مستشار-منسق
 - 2.1.8.1 التعاون في التحديث
 - 2.8.1 المناهج التربوية
 - 1.2.8.1 الفعالية
 - 2.2.8.1 التقييم
 - 3.2.8.1 التصميم
 - 4.2.8.1 التطور
 - 5.2.8.1 وضع الأساليب موضع التنفيذ

- 10.5.1 التقرير الأخير
 - 1.10.5.1 المرشد
 - 2.10.5.1 القيود
- 6.1 العوامل المشاركة
 - 1.6.1 طلاب/طالبات
 - 2.6.1 آباء
 - 1.2.6.1 عائلات
 - 3.6.1 الأساتذة
 - 1.3.6.1 فرق الإرشاد التربوي
 - 2.3.6.1 طاقم التدريس بالمركز
 - 4.6.1 المدرء
 - 1.4.6.1 المراكز
 - 2.4.6.1 البلدية
 - 3.4.6.1 السلطات الذاتية
 - 4.4.6.1 الوطنيون
 - 5.6.1 المجتمع
 - 1.5.6.1 اسبانيا في القرن الحادي والعشرين
 - 2.5.6.1 خدمات اجتماعية
 - 3.5.6.1 البلدية
 - 4.5.6.1 الجمعيات
 - 5.5.6.1 التطوع في خدمة التعلم
- 7.1 المحتوى
 - 1.7.1 علامات الهوية
 - 1.1.7.1 مصطلحات التحليل والفهم«ميكرو أو ماكرو»
 - 2.1.7.1 المساهمة في المجتمع التربوي
 - 2.7.1 الخصائص
 - 1.2.7.1 العقائدية
 - 2.2.7.1 التعاليم
 - 3.2.7.1 الوحدات
 - 4.2.7.1 الجداول
 - 5.2.7.1 المنشآت
 - 6.2.7.1 طاقم التدريس
 - 7.2.7.1 المدرء

الوحدة 2، قيادة وتوجيه وإدارة المشروع التربوي

- 1.2. الشروط والأدوار: الإدارة والتوجيه والقيادة
 - 1.1.2. المسؤول
 - 2.1.2. المدير
 - 3.1.2. القائد
 - 4.1.2. دور الإدارة في وظيفة المسؤولية المدرسية
 - 5.1.2. دور الإدارة في وظيفة الإدارة المدرسية
 - 6.1.2. دور القيادة في وظيفة الريادة المدرسية
 - 7.1.2. المثلث الفاضل
 - 8.1.2. لا أحد كامل. لا أحد منزعج
 - 9.1.2. لعبة النقل الموازن
 - 10.1.2. هل عزلة المدير ضرورية حقاً؟
- 2.2. التدريب والقيادة
 - 1.2.2. الوظيفة الإدارية كقيادة للقادة
 - 2.2.2. القائد كمدرّب
 - 3.2.2. قيادة، التدريب و فلسفة المايوتكس
 - 4.2.2. عناصر التدريب المعدات: مساعدة أثناء انكسار الأمواج
 - 1.4.2.2. التحقق من الفريق
 - 2.4.2.2. كن على علم بالتغيير
 - 3.4.2.2. كن متحدثاً وبتلاً ومشجعاً ومستفراً
 - 5.2.2. عناصر التدريب الفرق: التدخل تحت الجلد
 - 1.5.2.2. نقل المسؤولية إلى الفريق
 - 2.5.2.2. تشجيع المشاركة
 - 3.5.2.2. توضيح ما يجري بالفعل
 - 4.5.2.2. تطبيع
 - 6.2.2. عناصر التدريب المعدات: زيادة دفاعات الجسم
 - 1.6.2.2. الكشف عن العلامات أو الأعراض
 - 2.6.2.2. الحفاظ على الانزعاج
 - 3.6.2.2. إعادة الفريق إلى ما ينتمي إليه
 - 4.6.2.2. إعطاء صوت لمن صمت
 - 7.2.2. القائد وفوضى النظام: المعاملات والتحول

- 3.8.1. احتياجات التدريب
 - 1.3.8.1. التدريب المستمر
 - 2.3.8.1. أصول التدريس
 - 3.3.8.1. التعلم الرقمي
 - 4.3.8.1. التعاون التربوي
 - 5.3.8.1. الاستراتيجيات المنهجية
 - 6.3.8.1. الموارد التعليمية
 - 7.3.8.1. تبادل الخبرات
- 9.1. النتائج
 - 1.9.1. ما الذي سيتم تقييمه؟
 - 1.1.9.1. كيف سيتم إجراء الامتحان؟
 - 2.1.9.1. ومن سيكون المسؤول عن القيام بذلك؟
 - 3.1.9.1. متى سيتم تطوير التحليل؟
 - 4.1.9.1. التحليل باستخدام SMART: الملاءمة من خلال معالجة الجوانب المهمة
 - 2.9.1. العالمية
 - 1.2.9.1. النطاقات
 - 2.2.9.1. الأبعاد
 - 3.9.1. المصدقية
 - 1.3.9.1. انعكاس
 - 2.3.9.1. القياسات
 - 3.3.9.1. الوقوف على الأدلة الموضوعية
 - 4.9.1. الإيجاز
 - 1.4.9.1. الصياغة
 - 2.4.9.1. المقدمة
 - 5.9.1. قابلية التشغيل
 - 1.5.9.1. القياس
 - 2.5.9.1. النتائج الممكنة
 - 3.5.9.1. الإجماع المفترض والمشارك
 - 10.1. الخلاصة
 - 1.10.1. الرقمنة
 - 2.10.1. التعاون في مجال الرقمنة
 - 3.10.1. التحول

- 8.2.2. تغيير اللغة لتعديل الحقائق
- 1.8.2.2. التواصل كمفتاح للتغيير
- 2.8.2.2. اللغة كمحرك للتغيير
- 3.8.2.2. التاريخ والاستعارات والقصص. فعالية اللغة الرمزية
- 4.8.2.2. من الأقوال إلى الأفعال
- 5.8.2.2. احتفل بما تم إنجازه
- 9.2.2. الكلمات تقنع مثال السحب
- 3.2. الهياكل والقيادة: الأشخاص المرجعون في المركز، والقيادة الآخرون
 - 1.3.2. سلطة القوة ذات الحدين
 - 2.3.2. الهياكل التنظيمية والقيادة الرسمية
 - 3.3.2. هل لدينا الهياكل اللازمة والكافية؟
 - 4.3.2. أنواع القيادة (بدون أسماء العائلة)
 - 1.4.3.2. القيادة الرئيسيون
 - 2.4.3.2. قادة التنظيم
 - 3.4.3.2. قادة البناء
 - 5.3.2. القيادة شبه الرسمية والهياكل التكيفية
 - 6.3.2. السلطة المفوضة
 - 7.3.2. لا يوجد مدير بلا توجيه ولا قائد بلا مشروع
 - 8.3.2. يمكنك أن تتعلم كيف تكون قائداً، ولكن عليك أن تكرس الوقت والاهتمام لذلك
 - 9.3.2. القيادة من القيم: الالتزام والمثالية والعظمة والمرونة
- 4.2. انتخاب وتدريب ودعم القيادات في المركز
 - 1.4.2. لماذا نحتاج لهذا القائد؟ فرق العمل والقيادة
 - 2.4.2. المشاركة في خلق المستقبل: تفويض القيادة
 - 1.2.4.2. متطلبات التفويض
 - 2.2.4.2. عملية التفويض
 - 3.2.4.2. مراحل التفويض
 - 3.4.2. المشاركة في صنع المستقبل: تمكين القيادة
 - 1.3.4.2. أشكال التمكين
 - 2.3.4.2. التواصل مع المركز
 - 3.3.4.2. حدود السلطة
 - 4.4.2. التدريب المستمر للقيادة
 - 5.4.2. رافق أولئك الذين يبذلون قصارى جهدهم للعناية بهم
- 6.4.2. مراقبة شخصية لأولئك الذين لديهم مسؤولية
- 7.4.2. التطوير المهني للقادة
- 8.4.2. يُولد ليكون ممتناً: في اليوم التالي يتخلى عن المسؤولية
- 5.2. كيف ندعم المشروع التربوي؟
 - 1.5.2. التعرف على الإطار جيداً: الرسالة والرؤية والقيم
 - 2.5.2. التعرف على كيفية الإرسال
 - 3.5.2. أوقات وأشكال الإرسال
 - 1.3.5.2. ما هو مهم ضد. ما هو عاجل
 - 2.3.5.2. كن حذراً، 29% مما يتم توصيله هو لغة غير لفظية
 - 4.5.2. الإرساء في السياق الحقيقي
 - 5.5.2. كل مشروع يتطلب استراتيجية وتكتيكات
 - 1.5.5.2. الخطة الاستراتيجية. ممثلين
 - 2.5.5.2. التكتيك. ممثلين
 - 6.5.2. المحاولة والفشل
 - 7.5.2. المشروع التعليمي والقادة مثل *Coolhunters*
 - 8.5.2. مؤسسة *Erarre* الإنسانية، إلخ المدرسة كمختبر: الإمكانيات والحدود
 - 9.5.2. عبارة "المثابرة هي شيء شيطاني" عبارة "أن ما لا ينجح لا يكون فعالاً ويمكن أن يكون عبءاً"
 - 10.5.2. لا يمكن أن يكون هناك اختيار ثالث؟ تلك النصيحة 20-25-50
 - 6.2. التدريب النظري والعملي على أسس المشروع
 - 1.6.2. الأساس العملي ذو الحدين
 - 2.6.2. من الضروري دائماً تبرير ما ستفعله
 - 1.2.6.2. التصديق العلمي اللازم
 - 2.2.6.2. كدافع تمهيدي
 - 3.2.6.2. كحجة تواصلية
 - 4.2.6.2. تشجيع التفكير والملاحظة والتقييم
 - 3.6.2. ويجب أيضاً إثبات الفوائد العملية
 - 4.6.2. تطبيق ما تم تعلمه: التحفيز والإشراف
 - 5.6.2. أين تستثمر المزيد من الجهد؟
 - 6.6.2. التفكير غير المتدمر فيما لا ينجح
 - 7.6.2. التلقيح المتبادل: التعلم المشترك بين المعلمين
 - 8.6.2. التفكير في الممارسات الجيدة
 - 9.6.2. عندما يكون ما تم إنجازه قد تم بالفعل

- 7.2 تطوير المشروع الأول: مراحل وإمكانيات كل مرحلة
- 1.7.2 كل مشروع ومجموعة لها مراحل التغيير
- 2.7.2 مراحل المشروع. احتمال
- 1.2.7.2 التحليل
- 2.2.7.2 التصميم
- 3.2.7.2 التنفيذ
- 4.2.7.2 التقييم
- 3.7.2 من المشروع الورقي إلى الواقع
- 4.7.2 التغييرات الدقيقة وتطوير المشروع التعليمي: قيمة العمل في الفصل الدراسي
- 5.7.2 استفد مما تم إنجازه: الاستماع كمحرك للتغيير
- 6.7.2 تطوير المشروع والتغيرات الشخصية: منحى التغيير
- 1.6.7.2 المراحل المحايدة
- 2.6.7.2 البدايات الجديدة
- 3.6.7.2 التحول والتنمية
- 7.7.2 تداخل المراحل في المشاريع المعقدة
- 1.7.7.2 كيف تتعامل مع التغيير الدائم؟
- 2.7.7.2 عندما لا يكون من الممكن تغيير المعدات
- 8.7.2 ماذا لو لم تنجح؟ نحن أيضاً نعيش بالأخطاء
- 8.2 تطوير المشروع الثاني: العقبات المحتملة
- 1.8.2 العوائق الشخصية
- 1.1.8.2 أنواع مختلفة من الملفات الشخصية للأشخاص المعنيين
- 2.1.8.2 الملفات الشخصية حسب وقت الأداء
- 3.1.8.2 لمحات عن الدانتيل
- 4.1.8.2 من الثقافات البلقانية إلى المجتمعات المهنية
- 2.8.2 تناسب البيروقراطية
- 1.2.8.2 التقييم المستمر. تطوير المؤشرات المناسبة
- 2.2.8.2 لا توجد مؤشرات عالمية
- 3.2.8.2 لا توجد مدرسة تناسب الورق
- 3.8.2 القوانين والقواعد واللوائح
- 1.3.8.2 تعلم القراءة
- 2.3.8.2 السؤال
- 3.3.8.2 التجربة على الاقتراح
- 4.8.2 العوائق كأدوات للتحسين
- 9.2 تطوير المشروع الثالث: عوامل الخطر
- 1.9.2 الشخصيات
- 1.1.9.2 نقص المعدات
- 2.1.9.2 الصراعات الداخلية
- 3.1.9.2 المواقف المناهضة للقيادة
- 2.9.2 الهيكليات
- 1.2.9.2 عدم الاتساق مع المهمة
- 2.2.9.2 عدم التوافق مع الرؤية
- 3.2.9.2 التناقض مع القيم
- 4.2.9.2 الإزدواجية
- 5.2.9.2 الحمل الفائض
- 3.9.2 إستراتيجي
- 1.3.9.2 إزالة السياق
- 2.3.9.2 عدم الاستدامة
- 4.9.2 التكتيكيات
- 1.4.9.2 عدم وجود سياق
- 2.4.9.2 غياب التخطيط
- 3.4.9.2 التسرع
- 5.9.2 التواصلية
- 1.5.9.2 المصطلح الاجتماعي والثقافي "جوان بالوميسمو"
- 2.5.9.2 "ماذا سيقولون"
- 3.5.9.2 من العملاء إلى الحلفاء
- 6.9.2 تصميم المشروع وعوامل الخطر. الشجاعة والحكمة
- 7.9.2 الحاجة إلى مستشارين/مشرفين خارجيين
- 10.2 تقييم قيادة وتوجيه المشروع التربوي
- 1.10.2 التقييم باعتباره حجر الزاوية في المشروع
- 2.10.2 دور التقييم القيادي والإداري في تقييم المشاريع
- 3.10.2 من يقيم القائد؟
- 4.10.2 أدوات تقييم القيادة
- 5.10.2 تطوير مهنة إدارية مهنية: تعلم التوجيه والقيادة
- 1.5.10.2 التكوين الدائم
- 2.5.10.2 الدعم الإداري
- 3.5.10.2 المتدييات والتبادلات

- 6.10.2. الثقافة الإدارية المحلية والمشروع التعليمي للمركز
- 7.10.2. تعدد الثقافة الإدارية المحلية جزءاً من التدريس التربوي للمركز
- 8.10.2. دورات القيادة، سمة مميزة للمدارس
- 9.10.2. دور كبار السن في مدرسة الغد

الوحدة 3. التخطيط الاقتصادي والمالي وإدارة المشاريع التعليمية

- 1.3. تحليل الموقف والمشكلات التعليمية
 - 1.1.3. الاستكشاف التشخيصي
 - 2.1.3. المؤثرات التعليمية
 - 3.1.3. المشكلة التربوية
 - 4.1.3. مشاكل البنية التحتية
 - 5.1.3. المشاكل الاجتماعية والاقتصادية
 - 6.1.3. مشاكل إدارية ومؤسسية
 - 7.1.3. مشاكل بيئية
 - 8.1.3. المشكلات التاريخية الثقافية
 - 9.1.3. تحليل السبب والنتيجة
 - 10.1.3. تحليلات أداة DAFO (الضعف، والتهديدات، والقوى، والفرص)
- 2.3. مقدمة في التخطيط الاقتصادي والمالي وإدارة المشاريع التعليمية
 - 1.2.3. إعداد وتقييم المشاريع
 - 2.2.3. اتخاذ القرارات المرتبطة بالمشروع
 - 3.2.3. تصنيف المشروع
 - 4.2.3. تقييم المشاريع
 - 5.2.3. التقييم الاجتماعي للمشاريع
 - 6.2.3. مشاريع في التخطيط التنموي
 - 7.2.3. نطاق دراسة المشروع
 - 8.2.3. الدراسة الفنية للمشروع
 - 9.2.3. دراسة السوق
 - 10.2.3. الدراسة التنظيمية والمالية
- 3.3. الهيكل الاقتصادي ودراسة السوق التعليمية
 - 1.3.3. هيكلية السوق، تركيبة السوق
 - 2.3.3. الطلب على المنتج التعليمي
 - 3.3.3. التسعير
 - 4.3.3. العرض
 - 5.3.3. سوق المشروع
 - 6.3.3. أهداف ومراحل دراسة السوق
 - 7.3.3. المستهلك
 - 8.3.3. الإستراتيجية التجارية
 - 9.3.3. تحليل البيئة
 - 10.3.3. الطلب
- 4.3. تقنيات الإسقاط وتقدير التكلفة
 - 1.4.3. التنؤ
 - 2.4.3. طرق الإسقاط
 - 3.4.3. الأساليب النوعية والسببية
 - 4.4.3. نموذج السلاسل الزمنية
 - 5.4.3. معلومات التكلفة
 - 6.4.3. التكاليف التفاضلية والمستقبلية
 - 7.4.3. عناصر التكلفة ذات الصلة
 - 8.4.3. وظائف التكلفة على المدى القصير
 - 9.4.3. تحليل الربح حجم التكلفة
 - 10.4.3. التكاليف المحاسبية وتكلفة ضريبة القيمة المضافة (ضريبة القيمة المضافة).
- 5.3. الخلفية الاقتصادية للدراسة الفنية وتحديد الحجم
 - 1.5.3. نطاق الدراسة وعملية الإنتاج
 - 2.5.3. اقتصاديات الحجم
 - 3.5.3. نموذج Lange
 - 4.5.3. الاستثمارات في المعدات
 - 5.5.3. التوازن الشخصي واختيار البدائل التكنولوجية
 - 6.5.3. العوامل التي تؤثر على حجم المشروع
 - 7.5.3. اقتصاد الحجم
 - 8.5.3. تحسين الحجم
 - 9.5.3. حجم المشروع مع السوق المتنامية
 - 10.5.3. حجم المشروع مع الطلب المستمر

- 6.3. القرارات المكانية والآثار الاقتصادية التنظيمية
- 1.6.3. عوامل الدراسة والموقع
- 2.6.3. طرق التقييم من خلال عوامل غير قابلة للقياس
- 3.6.3. طريقة النقطة النوعية
- 4.6.3. طريقة Gibson و Brown
- 5.6.3. تعظيم صافي القيمة الحالية
- 6.6.3. دراسة تنظيم المشروع
- 7.6.3. الآثار الاقتصادية للمتغيرات التنظيمية
- 8.6.3. الاستثمار في التنظيم
- 9.6.3. تكاليف التشغيل الإداري
- 10.6.3. أهمية النظم الإدارية في إعداد وتقييم المشاريع
- 7.3. الإطار القانوني واستثمارات المشروع
- 1.7.3. أهمية الإطار القانوني
- 2.7.3. الاعتبارات الاقتصادية للدراسة القانونية
- 3.7.3. بعض الآثار الاقتصادية للدراسة القانونية
- 4.7.3. النظام القانوني للتنظيم الاجتماعي
- 5.7.3. الاستثمارات السابقة للبدء
- 6.7.3. الاستثمار في رأس المال العمل
- 7.7.3. طريقة المحاسبة
- 8.7.3. طريقة الفترة المتأخرة
- 9.7.3. طريقة العجز الأقصى المتراكم
- 10.7.3. الاستثمارات أثناء تنفيذ العملية
- 8.3. فوائد المشروع وبناء التدفق النقدي
- 1.8.3. أنواع الفوائد
- 2.8.3. القيم المزاولة
- 3.8.3. سياسات الأسعار
- 4.8.3. تحليل الربحية للتسعير
- 5.8.3. عناصر التدفق النقدي
- 6.8.3. هيكل التدفق النقدي
- 7.8.3. التدفق النقدي للمستثمر
- 8.8.3. التدفقات النقدية من المشروعات في المنشأة المستمرة
- 9.8.3. الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك
- 10.8.3. اعتبارات أخرى
- 9.3. معايير تقييم المشروع ونسبة الخصم
- 1.9.3. معيار صافي القيمة الحالية (VAN)
- 2.9.3. معيار معدل العائد الداخلي (TIR)
- 3.9.3. معايير اتخاذ القرارات الأخرى
- 4.9.3. آثار التضخم على تقييم المشروع
- 5.9.3. تكلفة رأس المال
- 6.9.3. تكلفة الديون
- 7.9.3. تكلفة رأس المال الخاص أو حقوق الملكية
- 8.9.3. نموذج تسعير الأصول الرأسمالية لتحديد تكلفة حقوق الملكية
- 9.9.3. متوسط معدل الشركات ضد نموذج تقييم أسعار أسهم التحليل المرتبط بالأصول
- 10.9.3. مشكلة الوكالة
- 10.3. تحليل المخاطر والحساسية
- 1.10.3. اعتبارات أولية
- 2.10.3. نموذج أحادي البعد للوعي بصافي القيمة الحالية
- 3.10.3. نموذج متعدد الأبعاد للوعي بصافي القيمة الحالية، محاكاة Monte Carlo
- 4.10.3. استخدامات وإساءة استخدام الحساسية
- 5.10.3. الإعداد والتقييم الاجتماعي للمشاريع
- 6.10.3. التكاليف والفوائد الاجتماعية
- 7.10.3. حدوث تأثيرات غير مباشرة أو عوامل خارجية
- 8.10.3. حدوث تأثيرات غير ملموسة
- 9.10.3. حدوث معدل الخصم الاجتماعي
- 10.10.3. التقييم الخاص والاجتماعي
- الوحدة 4. التسويق والإعلان عن مشروع تعليمي
- 1.4. مقدمة في التسويق
- 1.1.4. مقدمة في التسويق
- 2.1.4. احتياجات التسويق
- 3.1.4. تطور مفهوم التسويق
- 4.1.4. الاتجاهات الجديدة في التسويق
- 5.1.4. من تسويق المعاملات إلى التسويق بالعلاقات
- 6.1.4. المسؤولية الاجتماعية للشركات

4.4	تحديد المواقع وبناء العلامة التجارية الشخصية	7.1.4	التسويق
1.4.4	كيف يتم إنشاء ما يسمى بقيمة العلامة التجارية؟	1.7.1.4	1.0 التسويق
2.4.4	مفاتيح لتصحيح إدارة العلامة التجارية سواء عبر الإنترنت أو دون الاتصال بالإنترنت	2.7.1.4	2.0 التسويق
3.4.4	العناصر التي تشكل العلامة التجارية والخصائص التي يجب أن تتوفر فيها	3.7.1.4	3.0 التسويق
4.4.4	خصائص ومزايا وعيوب الاستراتيجيات المختلفة الحالية لإدارة العلامات التجارية	4.7.1.4	4.0 التسويق
5.4.4	الاستراتيجيات المناسبة لتحسين وضع المنتج أو الخدمة من خلال العلامة التجارية وتواصلها	8.1.4	التسويق الشامل
5.4	الإبداع الإعلاني والشكل الجديد للتواصل في الشركة	2.4	التخطيط التجاري
1.5.4	ما هو الإبداع وما هي أفضل الظروف للإبداع؟	1.2.4	1.0 التخطيط الاستراتيجي للشركات والتخطيط التسويقي
2.5.4	ما الذي يتطلبه الأمر للوصول إلى الفكرة؟	2.2.4	2.0 الخطة التسويقية في الشركة
3.5.4	كيف يعمل التفكير الإبداعي الإعلاني؟	3.2.4	3.0 المرحلة الأولى: تحليل الوضع
4.5.4	كيف يتم تنظيم الرسالة الإعلانية؟	1.3.2.4	1.0 تحليل السوق
5.5.4	كيفية توليد التسويق لشيء معين؟	2.3.2.4	2.0 البيئة الدقيقة
6.5.4	كيف تصنع الإعلانات في المجال الرقمي؟	3.3.2.4	3.0 البيئة الكلية
7.5.4	ما هي الأسباب الرئيسية التي تجعل من الضروري أن يكون لديك علامة تجارية؟	4.3.2.4	4.0 التحليل الداخلي
8.5.4	ما هي الاختلافات بين الشعار والعلامة التجارية؟	4.2.4	4.0 المرحلة الثانية: تحديد الأهداف
6.4	العرض التعليمي	5.2.4	5.0 المرحلة الثالثة: تصميم الإستراتيجية
1.6.4	المشروع التربوي	1.5.2.4	1.0 المنتج
2.6.4	الأيديولوجيا	2.5.2.4	2.0 الثمن
3.6.4	خدمات إضافية	3.5.2.4	3.0 التوزيع
4.6.4	استخدام مواد مختلفة	4.5.2.4	4.0 الاتصالات
5.6.4	الشهادات	6.2.4	6.0 المرحلة الرابعة: تقييم الإستراتيجية وتنظيمها وتنفيذها ومراقبتها
6.6.4	الاختلافات في العرض التعليمي الخاص بك	1.6.2.4	1.0 تقييم الإستراتيجية التجارية
7.6.4	المنهجية	2.6.2.4	2.0 تنظيم قسم التسويق وتنفيذ الإستراتيجية التجارية
8.6.4	طاقم عمل	3.6.2.4	3.0 السيطرة على الإستراتيجية التجارية (التعليقات)
9.6.4	المنشآت	3.4	3.0 تجزئة السوق والعملاء
10.6.4	الخدمات الملحقة. (الموقع وطرق الوصول)	1.3.4	1.0 تحسين فعالية إجراءات التسويق من خلال تقسيم العملاء بشكل صحيح
7.4	الشبكات الاجتماعية	2.3.4	2.0 التمييز بين العملاء المحتملين والحملات لتوجيه الجهود إلى أولئك الذين سيشترون المنتجات
1.7.4	حملة إعلانات الفيسبوك	3.3.4	3.0 تحديد الأسواق والجمهور التي تناسب منتجات/خدمات وخصائص شركتك
1.1.7.4	1.1.7.4 إنشاء حملات مقنعة وعالية التأثير، تأخذ العميل خلال رحلة الشراء بأكملها واستخدام أهداف الحملة المناسبة	4.3.4	4.0 تحديد احتياجات عملائك وتصميم مزيج تسويقي فعال لإرضائهم
2.1.7.4	2.1.7.4 الاستفادة بنسبة 100% من منصة فيسبوك، ومعرفة بنيتها وعملها	5.3.4	5.0 الحصول على ميزة تنافسية عالية، بالإضافة إلى توليد فرص النمو لشركتك
3.1.7.4	3.1.7.4 إنشاء إعلانات بتنسيقات فيسبوك المختلفة ومعرفة بنيتها وكيفية تشغيلها	6.3.4	6.0 التعرف على المتغيرات التي يجب أن تكون جزءًا من برنامج التجزئة الخاص بي
4.1.7.4	4.1.7.4 إعداد عرض تقديمي يغطي جميع عمليات البيع	7.3.4	7.0 ما هي الفوائد التي ينطوي عليها تنفيذ برنامج التجزئة؟
5.1.7.4	5.1.7.4 إنشاء وتحسين صفحتك على الفيسبوك لتحقيق أفضل النتائج	8.3.4	8.0 دمج التجزئة في العملية التجارية والتسويقية للشركة
6.1.7.4	6.1.7.4 "التجسس" على المنافسة واستخدامها كمرجع لتحسين منتجاتك وخدماتك		
7.1.7.4	7.1.7.4 التحكم في عائد الاستثمار لحملك وبالتالي زيادة النتائج		

3.9.4 . قرارات الأسعار	2.7.4 . حملة إعلانات تويتر
1.3.9.4 . سياسات واستراتيجيات التسعير	1.2.7.4 . الهدف
2.3.9.4 . محددات سياسة التسعير	2.2.7.4 . جمهور
3.3.9.4 . استراتيجيات التسعير	3.2.7.4 . العطاءات
4.9.4 . قرارات التوزيع	4.2.7.4 . الميزانية
1.4.9.4 . القرارات المتعلقة بإدارة التوزيع	5.2.7.4 . الإبداعات
5.9.4 . قرارات الاتصالات	6.2.7.4 . تحليل حملتك
1.5.9.4 . البيع الشخصي	3.7.4 . حملة انستغرام
2.5.9.4 . ترويج المبيعات	1.3.7.4 . المحتوى
3.5.9.4 . العلاقات العامة	2.3.7.4 . تحسين ملف التعريف الخاص بك
4.5.9.4 . الدعاية	3.3.7.4 . استخدام علامات التصنيف
5.5.9.4 . أدوات الاتصال الأخرى	4.3.7.4 . تشجيع المشاركة
10.4 . تسويق المقاييس: تحليل ربحية الحملة	5.3.7.4 . عرض تجارب العملاء
1.10.4 . فائدة المقاييس المختلفة حسب نوع الشركة واستراتيجيتها وأهدافها	6.3.7.4 . انستغرام للمناسبات
2.10.4 . المؤشرات الرئيسية المستخدمة لقياس نتائج الأنشطة التجارية والتسويقية للشركات	4.7.4 . حملات البريد الإلكتروني للتسويق
3.10.4 . أهمية تقييم الأعمال التسويقية التي تتم في الشركة لأغراض إدارتها وتحسينها	5.7.4 . حملات الواتساب
4.10.4 . تجنب الاستخدام غير المناسب للمقاييس	6.7.4 . التطبيقات
5.10.4 . استخدام مقاييس التسويق لتقييم ربحية وكفاءة وفعالية البرامج	7.7.4 . المدونات
	8.4 . إنشاء وإدارة استراتيجية التسويق لشركات الخدمات
	1.8.4 . ما هو تسويق الخدمات والاستراتيجيات والمنهجيات والأدوات؟
	2.8.4 . الجوانب المميزة لتسويق الخدمات
	3.8.4 . خطة تسويق الخدمات
	4.8.4 . تحديد المواقع في علامة الخدمة بنجاح
	5.8.4 . تحليل سلوك العملاء في شركات الخدمات
	9.4 . استراتيجيات التسويق
	1.9.4 . مقدمة
	2.9.4 . قرارات المنتج
	1.2.9.4 . ابعاد المنتج
	2.2.9.4 . قرارات محفظة المنتجات
	3.2.9.4 . خلق منتجات جديدة
	4.2.9.4 . إدارة دورة حياة المنتج

تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز تطورك المهني

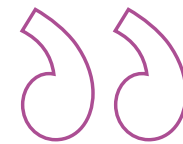


المنهجية

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"

في كلية التربية بجامعة TECH نستخدم منهج دراسة الحالة

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ خلال البرنامج، سيواجه الطلاب حالات محاكاة متعددة، بناءً على مواقف واقعية يجب عليهم فيها التحقيق ووضع فرضيات، وأخيراً حل الموقف. هناك أدلة علمية وفيرة على فعالية المنهج.



مع جامعة TECH يمكن للمُربيِّ أو المعلم أو المدرس تجربة طريقة تعلم تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم.

إنها تقنية تنمي الروح النقدية وتعد المُربيِّ لاتخاذ القرار والدفاع عن الحجج وتباين الآراء.



هل تعلم أن هذا المنهج تم تطويره عام 1912 في جامعة هارفارد للطلاب دراسي القانون؟ وكان يتمثل منهج دراسة الحالة في تقديم مواقف حقيقية معقدة لهم لكي يقوموا باتخاذ القرارات وتبرير كيفية حلها. وفي عام 1924 تم تأسيسها كمنهج تدريس قياسي في جامعة هارفارد”

تُبر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. المربون الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.
2. يركز المنهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للمربين بالاندماج بشكل أفضل في الممارسات اليومية.
3. يتحقق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم بفضل عرض الحالات التي نشأت عن التدريس الحقيقي.
4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

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*.



سوف يتعلم المرئي من خلال الحالات الحقيقية وحل المواقف المعقدة في بيئات التعلم المحاكاة. تم تطوير هذه المحاكاة من أحدث البرامج التي تسهل التعلم الغامر.

في طبيعة المناهج التربوية في العالم، تمكنت منهجية إعادة التعلم من تحسين مستويات الرضا العام للمهنيين، الذين أكملوا دراساتهم، فيما يتعلق بمؤشرات الجودة لأفضل جامعة عبر الإنترنت في البلدان الناطقة بالإسبانية (جامعة كولومبيا). من خلال هذه المنهجية، قمنا بتدريب أكثر من 85000 مُربي بنجاح لم يسبق له مثيل في جميع التخصصات. تم تطوير منهجيتنا التربوية في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

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

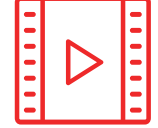
في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، يتم دمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي.

النتيجة الإجمالية التي حصل عليها نظامنا للتعلم هي 8.01، وفقاً لأعلى المعايير الدولية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المرشحين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموحاً 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.

أحدث التقنيات والإجراءات التعليمية المعروضة في الفيديوهات



تقدم TECH للطلاب أحدث التقنيات وأحدث التطورات التعليمية والتقنيات الرائدة في الوقت الراهن في مجال التعليم. كل هذا، بصيغة المتحدث، كل هذا، بأقصى دقة، في الشرح والتفصيل لاستيعابه وفهمه. وأفضل ما في الأمر أنه يمكنك مشاهدتها عدة مرات كما تريد.

ملخصات تفاعلية



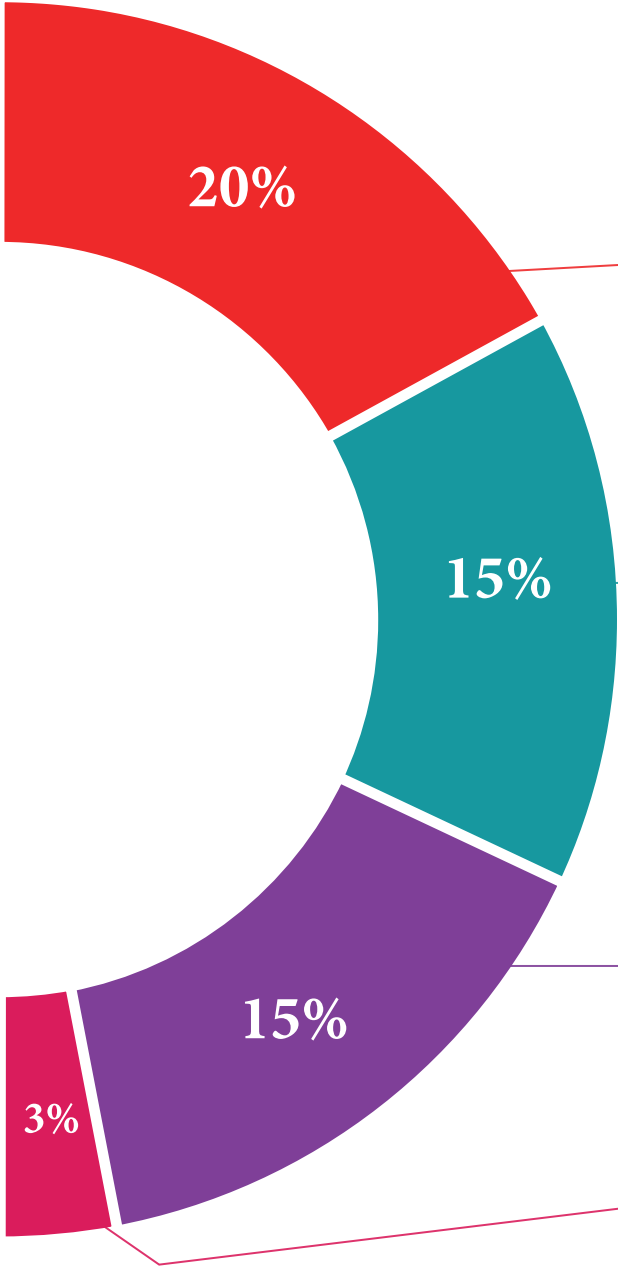
يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.

اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".

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.





تحليل الحالات التي تم إعدادها من قبل الخبراء وإرشاد منهم

يجب أن يكون التعلم الفعال بالضرورة سياقياً. لذلك، تقدم TECH تطوير حالات واقعية يقوم فيها الخبير بإرشاد الطالب من خلال تنمية الانتباه وحل المواقف المختلفة: طريقة واضحة ومباشرة لتحقيق أعلى درجة من الفهم.



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.



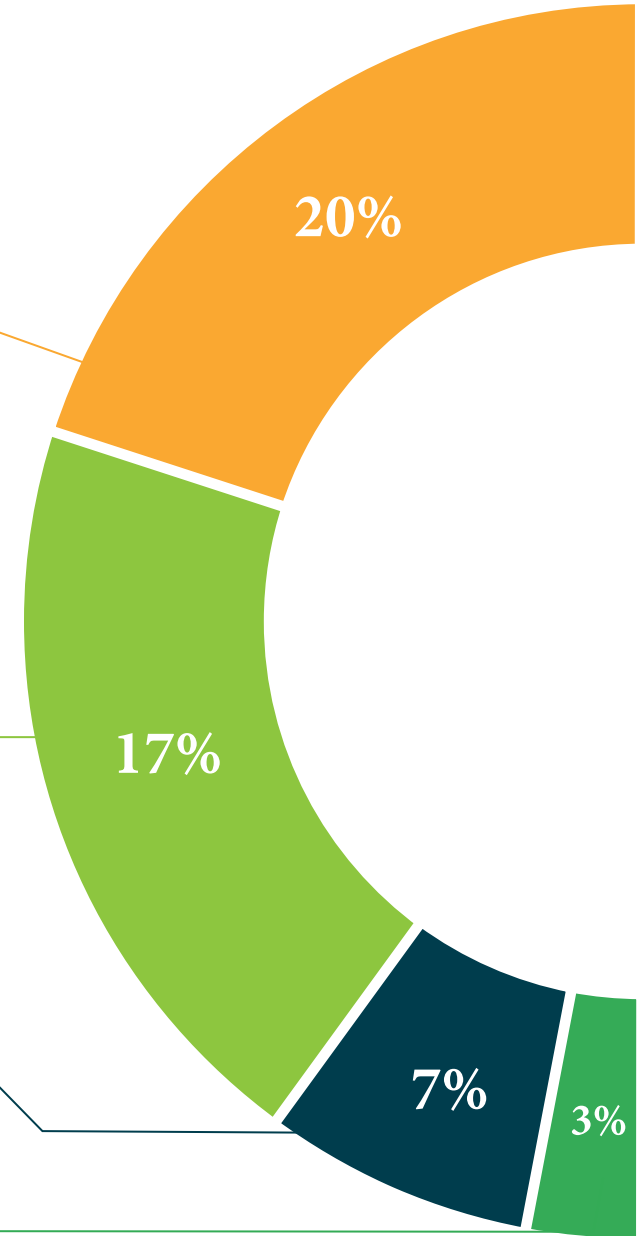
المحاضرات الرئيسية

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.



إرشادات توجيهية سريعة للعمل

تقدم جامعة TECH المحتويات الأكثر صلة بالمحاضرة الجامعية في شكل أوراق عمل أو إرشادات توجيهية سريعة للعمل. إنها طريقة موجزة وعملية وفعالة لمساعدة الطلاب على التقدم في تعلمهم.



المؤهل العلمي

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائقة، الحصول على شهادة الخبرة الجامعية الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



المستقبل

الأشخاص

الثقة الصحة

التعليم

المعلومات

الأوصياء الأكاديميون

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

المجتمع

التقنية

الالتزام

التعلم

tech الجامعة
التكنولوجية

الرعاية

الحاضر

الجودة

الابتكار

شهادة الخبرة الجامعية

تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية

تسويق مشروع تعليمي والإعلان عنه

