

محاضرة جامعية

Creative Branding: التواصل وإدارة
العلامات التجارية الإبداعية



الجامعة
التكنولوجية **tech**

محاضرة جامعية

Creative Branding: التواصل وإدارة
العلامات التجارية الإبداعية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول للموقع الإلكتروني: www.techtitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-certificate/creative-branding-communication-management-creative-brands

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 18

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 30

المقدمة

أحد أهم الجوانب عندما يتعلق الأمر بالصناعات الإبداعية هو التواصل الصحيح وعمل العلامات التجارية، لأن هذا سيحدد إلى حد كبير نجاح المبادرات المعنية. لكن لتنفيذ استراتيجيات التواصل الجيدة، هناك حاجة إلى محترفين مستعدين. في الواقع، هناك طلب كبير على هذا النوع من الموظفين، حيث لا يوجد الكثير منهم. لهذه الأسباب، يقدم هذا المؤهل العلمي كل المعرفة اللازمة للطلاب ليصبحوا خبراء في العلامات التجارية والاتصالات والوصول إلى سوق العمل في الصناعات الثقافية.



التواصل والعلامات التجارية أمران أساسيان: بدونهما
تفشل الأنشطة الإبداعية والفنية"



تحتوي هذه المحاضرة الجامعية في **Creative Branding**: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وتحديتاً في السوق. أبرز خصائصه هي:

- ♦ معرفة محددة في مجال الاتصالات والعلامات التجارية المطبقة على الصناعات الإبداعية
- ♦ منظور عملي، حيث سيتمكن الطلاب من تطبيق كل ما تعلموه في مجال الاتصال والعلامات التجارية في مجالاتهم المهنية
- ♦ 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

أي مشروع فني وثقافي يمكن أن يكون له قيمة للمجتمع. إذا تم تنفيذ هذا المشروع أيضًا بجهد واستثمار اقتصادي، فهو أيضًا ذو قيمة صناعية. لكن إذا لم يتم نشرها بشكل صحيح، فإن كل هذا الجهد وكل تلك القيمة تختفي، لأنها لا تصل إلى جمهور واسع ولا تستطيع الوصول إلى جمهورها المستهدف.

إن استراتيجية الاتصال والعلامة التجارية الصحيحة أمر مهم للغاية: فبدونها، تظل المبادرات الثقافية راكدة وتضيع قيمتها. لكن القيام بهذا التواصل ليس بالأمر السهل، وأقل من ذلك في مجال الصناعات الإبداعية، فهو قطاع حافل بالخصائص والتخصصات المختلفة. بالتالي، لا توجد اختلافات بين هذه الصناعات وغيرها فحسب، بل يجب الاهتمام ضمن الصناعات الثقافية نفسها بالفروق الدقيقة بين الأنشطة المختلفة. على سبيل المثال، لا يتم التخطيط للتواصل مع شركة أو نشاط سينمائي بنفس الطريقة كما هو الحال مع النشاط الأدبي.

لذلك، من الضروري تعلم معين يركز على هذه الصناعات، حتى يتمكن الطالب من فهم الاحتياجات الحالية في هذا المجال وبالتالي يمكنه تطبيق الأساليب اللازمة بشكل فعال لنشر المعلومات التي يجب نشرها بشكل مناسب. بالتالي، فإن هذه المحاضرة الجامعية، والتي تتضمن 10 صفوف دراسية متقدمة Masterclasses من مدير ضيف دولي يتمتع بسمعة عالمية، هي الحل لهذه المشكلة، لأنها تقدم كل المعرفة اللازمة للطلاب ليصبح متخصصًا في الموضوع، وبالمناسبة، محترفًا. قائد في بيئته الجغرافية.



كن خبيرًا في مجال التواصل وإدارة العلامات التجارية المطبقة على الصناعات الإبداعية بفضل هذه المحاضرة الجامعية التي تتضمن 10 صفوف دراسية متقدمة Masterclasses من خبير دولي"

تبدأ الشركة أو المبادرة الجيدة باسم جيد: كن خبيراً في العلامات التجارية بهذا المؤهل العلمي.

الاتصال ضروري: فبدونه لا يمكن نشر أكثر المشاريع الثقافية إثارة للاهتمام"



تحتاج الشركات الثقافية إلى متخصصين في الاتصالات: فلا تجعلهم ينتظرون.

يضم هذا البرنامج نخبة من الأساتذة الخبراء في المجال، الذين يساهمون في إثراء هذا الإعداد بتجربتهم المكتسبة من العمل، بالإضافة إلى متخصصين معروفين من بلدان وجامعات مرموقة. سيتيح محتواه المتعدد الوسائط، الذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهنيين التعلم السياقي والموقعي، أي بيئة تحاكي الواقع وتوفر تدريباً غامراً مبرمجاً من أجل التدريب في من أجل مواجهة حالات حقيقية. يعتمد تصميم هذا البرنامج على التعلم المرتكز على حل المشكلات، والذي يجب على المهنيين من خلاله محاولة حل مواقف الممارسة المهنية المختلفة التي ستطرح عليه خلال البرنامج الأكاديمي. للقيام بذلك، ستحظون بمساعدة نظام فيديو تفاعلي مبتكر تم إنشاؤه من قبل خبراء مشهورين.



الأهداف

تتمثل أهداف هذا المؤهل العلمي في تزويد الطلاب بأفضل المعرفة التي تركز على التواصل في الصناعات الإبداعية وتزويدهم بالأدوات اللازمة لاقتراح أفضل حلول بناء العلامات التجارية (Branding). بالتالي، سيكون الطلاب متخصصين ذوي قيمة عالية في بيئتك المهنية لإضافة قيمة إلى شركاتهم ومشاريعهم الثقافية.





أفضل تقنيات العلامة التجارية تنتظر في
هذا العنوان"



الأهداف العامة



- ♦ فهم كيف أصبح الإبداع والابتكار محركا للاقتصاد
- ♦ استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة كأدوات تعليمية وتبادل الخبرات في مجال الدراسة
- ♦ تطوير مهارات الاتصال، المكتوبة والشفوية، بالإضافة إلى تقديم عروض تقديمية احترافية فعالة في الممارسة اليومية
- ♦ اكتساب مهارات أبحاث السوق والرؤية الإستراتيجية والمنهجيات الرقمية والإبداع المشترك



الأهداف المحددة



- ♦ فهم عملية إنشاء العلامة التجارية وتطويرها
- ♦ معرفة كيفية تحقيق الهوية الرسومية للعلامة التجارية
- ♦ التعرف على التقنيات الأساسية وأدوات الاتصال
- ♦ القدرة على تحقيق Briefing (الإحاطة الإعلامية) الشركة

ستكون أهدافك أقرب بكثير عندما تكمل
هذه المحاضرة الجامعية"



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

في مجال لا يقل أهمية عن الاتصالات والعلامات التجارية، وخاصة فيما يتعلق بالصناعات الإبداعية، هناك حاجة إلى المعلمين المؤهلين تأهيلا عاليا لتقديم محتوى وخبرات ذات قيمة عالية لطلابهم. لهذا السبب، تضم هذه المحاضرة الجامعية أفضل المعلمين في هذا المجال، حتى يتمكن الطلاب من تعلم أفضل تقنيات الاتصال ويمكنهم استخدامها في مجالاتهم المهنية.



يعد التواصل وبناء العلامة التجارية branding أمرًا
ضروريًا، ولهذا السبب تضع TECH أفضل المعلمين
تحت تصرفك"





المدير الدولي المُستضاف

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

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

طوال حياته المهنية أيضاً، تعمق Young في التنظيم والتركيز في صناعة السينما. على وجه التحديد، فقد بحث في نماذج للتنبؤ بنجاح الأفلام الكبرى في 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 أيضاً حياته المهنية، مما أدى إلى اختياره لقيادة كرسي أبحاث George Bozanic و Holman G. Hurt في مجال الرياضة والترفيه. بالمثل، فقد عقد مؤتمرات وشارك في برامج دراسية تتعلق بالمحاسبة والصحافة والدعاية. في الوقت نفسه، ربطته دراساته الجامعية والدراسات العليا بجامعة أمريكا الشمالية المرموقة مثل بيتسبرغ وأوهايو.

د. S. Mark Young

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

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل
المحترفين في العالم"



هيكل الإدارة

د. Velar Lera, Margarita

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





الهيكل والمحتوى

لتزويد الطلاب بأفضل عملية تعليمية، لجأت TECH إلى أفضل الخبراء لتصميم محتويات هذه المحاضرة الجامعية. من خلال وحدة مقسمة إلى 10 موضوعات، سيتمكن الطلاب من تعلم كل ما هو ضروري لإجراء اتصالات مناسبة واقتراح بناء علامات تجارية (Branding) رائدة لأصحاب العمل والعملاء.





أفضل محتوى بانتظارك: لم يعد لديك أعذار للتخصص
في التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية"



الوحدة 1. Creative Branding: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية

- 1.1 Brands and Branding (العلامات التجارية وبناء العلامات التجارية)
 - 1.1.1 العلامات التجارية
 - 1.1.2 تطور Branding (بناء العلامة التجارية)
 - 1.1.3 تحديد المواقع، شخصية العلامة التجارية، الشهرة
- 1.2 بناء العلامة التجارية
 - 1.2.1 المزيج التسويقي
 - 1.2.2 هندسة العلامة التجارية
 - 1.2.3 هوية العلامة التجارية
- 1.3 التعبير عن العلامة التجارية
 - 1.3.1 الهوية الرسومية
 - 1.3.2 التعبير البصري
 - 1.3.3 العناصر الأخرى التي تعكس العلامة التجارية
- 1.4 الاتصالات
 - 1.4.1 المنظور
 - 1.4.2 Brand Touchpoints (نقاط اتصال العلامة التجارية)
 - 1.4.3 تقنيات وأدوات الاتصال
- 1.5 Brand Content (محتوى العلامة التجارية)
 - 1.5.1 من العلامات التجارية إلى منصات الترفيه
 - 1.5.2 ظهور المحتوى ذي العلامة التجارية
 - 1.5.3 التواصل مع الجمهور من خلال قصص فريدة من نوعها
- 1.6 Visual Storytelling (رواية القصص المرئية)
 - 1.6.1 تحليل العلامة التجارية
 - 1.6.2 مفاهيم إعلانية إبداعية
 - 1.6.3 البيع الإبداعي
- 1.7 Customer Experience (تجربة العميل)
 - 1.7.1 Customer Experience (تجربة العميل) (CX)
 - 1.7.2 Customer Journey (رحلة العميل)
 - 1.7.3 محاكاة العلامة التجارية و CX

- 1.8. التخطيط الاستراتيجي
 - 1.8.1. الأهداف
 - 1.8.2. تحديد الجماهير و Insights (الرؤى)
 - 1.8.3. تصميم الإستراتيجية
- 1.9. الأداء
 - 1.9.1. Briefing (الإحاطة الإعلامية)
 - 1.9.2. التكتيكات
 - 1.9.3. خطة الإنتاج
- 1.10. التقييم
 - 1.10.1. ما الذي يجب تقييمه؟
 - 1.10.2. كيف نقيّمها، (أدوات القياس)
 - 1.10.3. تقارير النتائج

كل أدوات الاتصال وبناء العلامة التجارية
Branding التي تحتاجها في بيئتك المهنية"

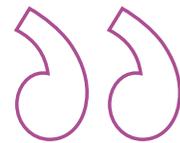


المنهجية

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 يرسى 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 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.

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

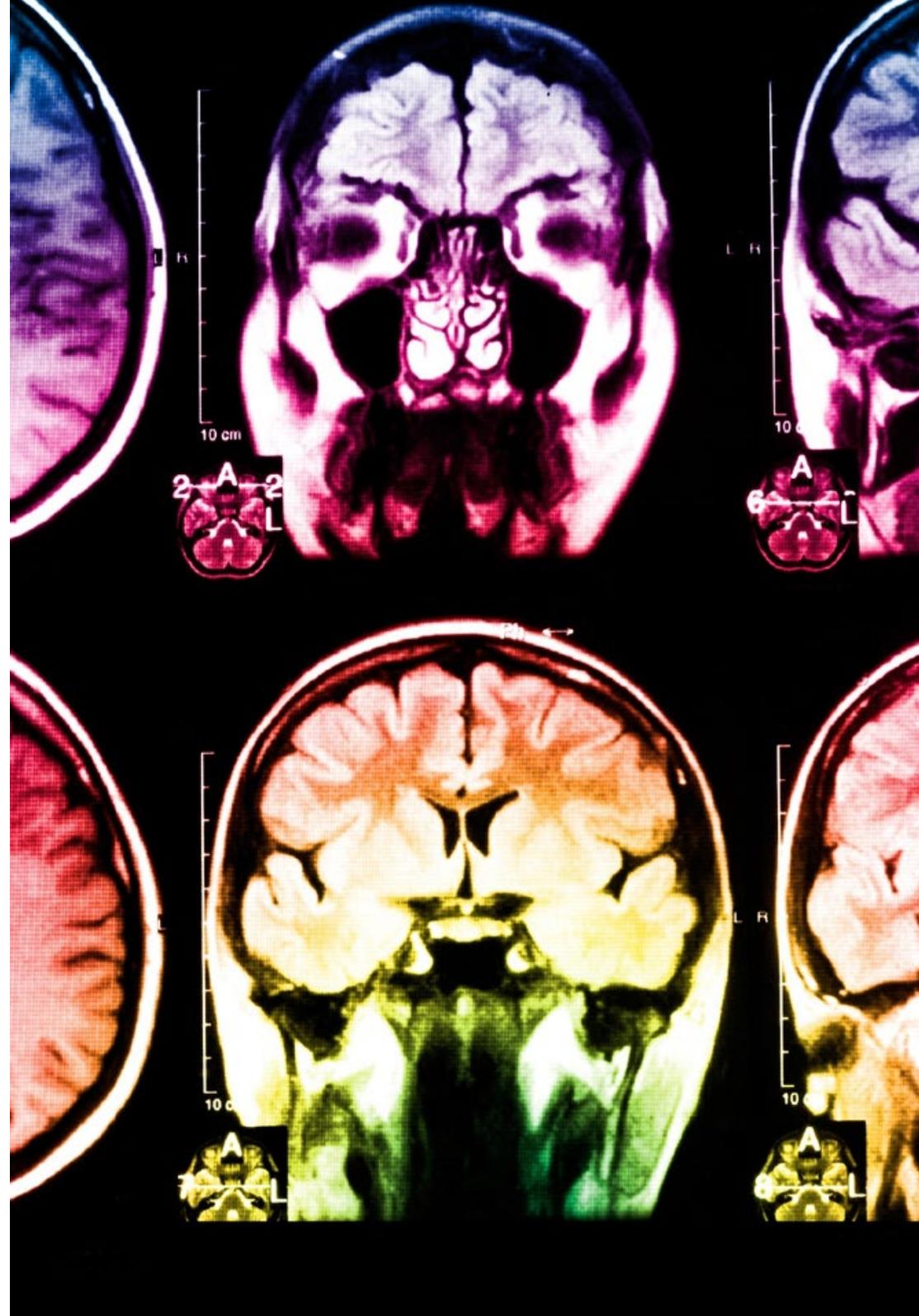
جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصرح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح 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
تخصصك، 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 نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



المؤهل العلمي

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



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



هذه المحاضرة الجامعية في **Creative Branding**: التواصل وإدارة العلامات التجارية الإبداعية على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق.

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

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

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

اطريقة: عبر الإنترنت

مدة: 6 أسابيع



الجامعة
التكنولوجية
tech

محاضرة جامعية

Creative Branding: التواصل وإدارة

العلامات التجارية الإبداعية

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

محاضرة جامعية

Creative Branding: التواصل وإدارة
العلامات التجارية الإبداعية