

# محاضرة جامعية استراتيجية التسويق الرقمي



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## محاضرة جامعية استراتيجية التسويق الرقمي

« 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.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-certificate/digital-marketing-strategy](http://www.techtute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-certificate/digital-marketing-strategy)

# 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

لقد شكل الإنترنت ثورة في قطاع الثقافة، لأنه قناة رائعة لتحقيق المبيعات والحصول على عملاء جدد والوصول إلى الجماهير المهتمة بالمنتجات المعروضة. لكن لتحقيق هذا الوصول، من الضروري تنفيذ سلسلة من الإجراءات التسويقية التي تزيد من انتشار الشركة المعنية. تتطلب هذه الإجراءات أيضًا معرفة محددة لا يمتلكها جميع المتخصصين في الصناعات الإبداعية. لهذا السبب، يقدم هذا المؤهل العلمي المعرفة المثالية للتخصص في التسويق الرقمي المطبق على الثقافة والفن، وتحويل الطلاب إلى خبراء في هذا الموضوع.

al computers, smartphones, cellphones, ta



قم بإنشاء أفضل استراتيجيات التسويق الرقمي لعملائك  
بفضل هذه المحاضرة الجامعية"

g that makes use of electronic devices (computers) such as persona

<br> } code\*

لقد مثل ظهور الإنترنت ثورة للشركات والمؤسسات والمستخدمين بشكل عام. فهي لم تزود الشركات التقليدية ببيئة افتراضية فحسب، بل فتحت أيضاً مسارات جديدة من حيث نشر المحتوى والمبيعات والمشاركة مع العملاء. فجأة، عندما أصبحت شبكة الإنترنت شائعة، أدرك الكثير من الناس أن هناك مساحة رقمية ضخمة يمكن استغلالها، ولكن لم يكن القيام بذلك سهلاً.

هكذا، أصبح استخدامها كقناة مبيعات أمرًا طبيعيًا شيئًا فشيئًا، ولكن هناك حاجة إلى متخصصين متخصصين يعرفون كيفية هيكلة وتطبيق الخطط التسويقية المناسبة، والتي تأخذ في الاعتبار أهداف الشركة وهدفها.

لكن بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه العملية تكون معقدة عندما تتم في مجال الصناعات الإبداعية، حيث تتمتع الشركات في هذا القطاع بسلسلة من الخصائص التي تميزها عن الشركات في المجالات الصناعية الأخرى. حتى في مجال الثقافة هناك سمات تفصل بين التخصصات المختلفة، فالشركة المرتبطة بالسينما ليست هي نفسها التي تركز على الأدب أو المسرح أو الرسم.

لهذا السبب، من الضروري أن يكون هناك متخصصون في التسويق الرقمي المطبق على الثقافة، حتى يتمكنوا من توفير تدابير محددة لخطط الاتصال والمبيعات المختلفة لهذا النوع من الشركات. للاستجابة لهذا الطلب، تم إنشاء هذه المحاضرة الجامعية التي تتضمن 10 صفوف دراسية متقدمة من مدير ضيف دولي، والذي يقدم جميع المفاتيح لإنشاء استراتيجيات التسويق والاستجابة لجميع التحديات التي قد تنشأ في هذا المجال، بطريقة طلابها المتخرجون هم خبراء حقيقيون موضع تقدير في بيئتهم المهنية.

تحتوي هذه المحاضرة الجامعية في استراتيجية التسويق الرقمي على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وتحدياً في السوق. أبرز خصائصه هي:

- ♦ استخدام الحالات العملية كوسيلة للتدريس حتى يعرف طلابك بشكل مباشر كيفية تطبيق استراتيجيات التسويق الرقمي
- ♦ محتوى متخصص يركز على الصناعات الإبداعية من وجهة نظر الصحافة والاتصال
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت



ساعد الشركات على تحسين مكانتها، وذلك بفضل  
هذه الدورة التدريبية التي تتضمن 10 دروس  
متقدمة يقدمها خبير عالمي مرموق"

على الإنترنت، تتم غالبية المبيعات في شركات  
في عالم الثقافة ولكنها تحتاج إلى استراتيجية  
تسويق مناسبة.

التسويق الرقمي هو أداة أساسية لتطوير  
الشركة في الصناعات الإبداعية: هناك حاجة  
إلى متخصصين جدد"

لقد استثمرت جميع الشركات الثقافية التي تعرفها  
وتقدرها في استراتيجيات التسويق الجيدة.

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

الهدف الرئيسي لهذا البرنامج في استراتيجية التسويق الرقمي هو تزويد طلابه بكل المعرفة اللازمة حتى يتمكنوا من تطوير خطط تسويقية متقدمة تتكيف مع كل شركة أو مؤسسة في مجال الفنون والثقافة. بهذه الطريقة، سيتمكن الطلاب من فتح فرص مهنية جديدة من خلال اكتساب المهارات الضرورية جدًا في الصناعات الإبداعية اليوم.

DIGITAL MARKETING



حقق أهداف عملائك بفضل المعرفة التي  
ستكتسبها في هذه المحاضرة الجامعية"



## الأهداف العامة



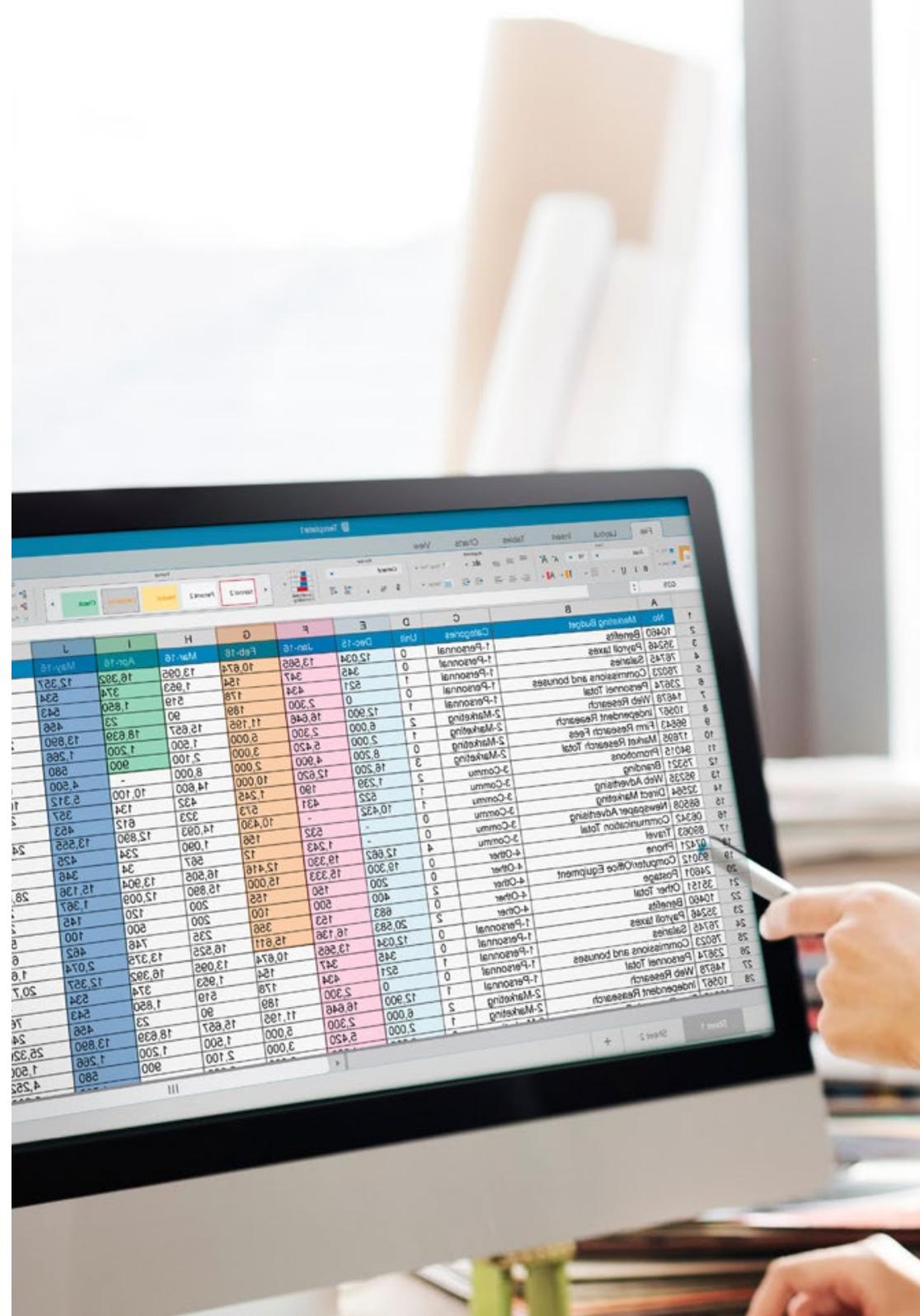
- ♦ استخدام المعلومات والاتصالات الجديدة كأدوات تدريبية وتبادل الخبرات في مجال الدراسة
- ♦ معرفة كيفية إدارة عملية إنشاء الأفكار الجديدة ووضعها موضع التنفيذ حول قضية معينة
- ♦ اكتساب معرفة محددة لإدارة الشركات والمنظمات في السياق الجديد للصناعات الإبداعية
- ♦ امتلاك أدوات لتحليل الواقع الاقتصادي والاجتماعي والثقافي الذي تتطور فيه الصناعات الإبداعية وتحول اليوم

## الأهداف المحددة



- ♦ تطبيق أدوات التسويق الرقمي مع مراعاة الجمهور الذي ستصل إليه الرسائل
- ♦ إجراء تحليلات الويب التي توفر معلومات للشركة لمعرفة كيفية توجيه إستراتيجيتها الإعلانية
- ♦ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات للتسويق والإعلان
- ♦ تطبيق أدوات التسويق الداخلي

هدفك هو أن تصبح متخصصًا في التسويق الرقمي وقد أصبحت قريبًا جدًا بفضل هذا المؤهل العلمي"



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

يعد التسويق الرقمي أداة حيوية للشركات الجديدة في الصناعات الإبداعية. لهذا السبب، فهو يحتاج إلى اهتمام خاص، وهذه المحاضرة الجامعية تضع أفضل المعلمين في هذا الموضوع تحت تصرف طلابه. بالتالي، بفضل طاقم التدريس هذا، سيصبح الطلاب المتخرجون متخصصين حقيقيين في التسويق الرقمي المطبق على الثقافة والفن.

سيوفر لك أعضاء هيئة تدريس جميع الأدوات  
التي تحتاجها لمواجهة عملك"





## 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 "الترجيبة والمشاهير" 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 الترجيبة 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

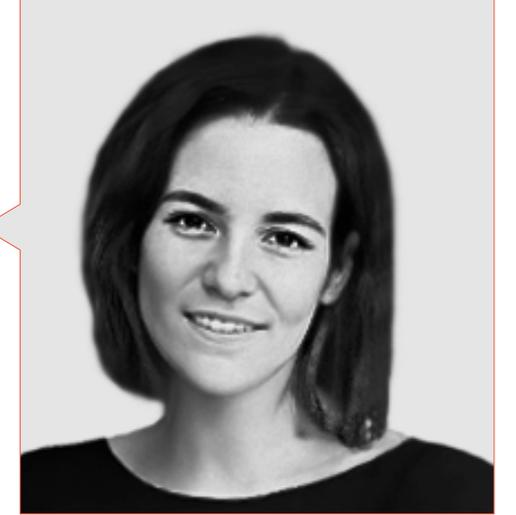
بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل  
المحترفين في العالم"



## 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



## الأساتذة

### أ. Sanjosé, Carlos

- ♦ أخصائية التسويق الرقمي
- ♦ مدير التسويق الرقمي في Designable
- ♦ رئيس القسم التسويقي الرقمي في MURPH
- ♦ مدير التسويق الرقمي في Gramos 25
- ♦ رئيس المحتوى في Unánime Creativos
- ♦ بكالوريوس في الإعلان والعلاقات العامة من الجامعة CEU Cardenal Herrera

### د. San Miguel Arregui, Patricia

- ♦ باحثة خبيرة في التسويق الرقمي
- ♦ مؤسسة ومديرة Digital Fashion Brands
- ♦ باحثة ومشاركة في دراسات التسويق
- ♦ مؤلفة كتاب Influencer Marketing
- ♦ مؤلفة المنشورات الأكاديمية في المجلات المرموقة
- ♦ متحدثة منتظمة في الندوات والمؤتمرات الوطنية والدولية حول الاتصال والتسويق
- ♦ مدرسة في الدراسات الجامعية والدراسات العليا
- ♦ دكتوراه في التسويق الرقمي لشركة أرياء من جامعة Navarra
- ♦ بكالوريوس في الإعلان والعلاقات العامة من جامعة كومبلوتنسي بمدريد
- ♦ MBA في الأزياء التنفيذية من قبل ISEM



# الهيكل والمحتوى

تم إعداد محتويات هذه المحاضرة الجامعية من قبل أكبر الخبراء في التسويق الرقمي، بحيث يتمكن الطلاب من الوصول إلى أفضل المعرفة المتخصصة ويمكنهم استخدامها مباشرة في مجالاتهم المهنية. يتكون برنامج هذه المحاضرة الجامعية من وحدة مقسمة إلى 10 موضوعات تغطي جميع مفاتيح هذا المجال.

COMMERCE



من خلال التدريب التكميلي في التسويق الرقمي،  
ستميز نفسك عن المرشحين الآخرين عند التقدم  
لشغل وظائف مختلفة في صناعة ألعاب الفيديو"



## الوحدة 1. استراتيجيات التسويق الرقمي الجديدة

- 1.1 التكنولوجيا والجماهير
  - 1.1.1 الاستراتيجية الرقمية والاختلافات بين نوع المستخدم
  - 2.1.1 الجمهور المستهدف باستثناء العوامل والأجيال
  - 3.1.1 ملف تعريف العميل المثالي (ICP) وشخصية المشتري (Buyer)
- 2.1 التحليلات الرقمية للتشخيص
  - 1.2.1 التحليل قبل الاستراتيجية الرقمية
  - 2.2.1 اللحظة 0
  - 3.2.1 مؤشرات الأداء الرئيسية والمقاييس والأنواع والتصنيف وفقاً للمنهجيات
- 3.1 الترفيه الإلكتروني (E-Entertainment): تأثير التجارة الإلكترونية في صناعة الترفيه
  - 1.3.1 التجارة الإلكترونية والأنواع والمنصات
  - 2.3.1 أهمية تصميم المواقع: UX (تجربة المستخدم) والـ (واجهة المستخدم)
  - 3.3.1 تحسين المساحة على الإنترنت: الحد الأدنى من الاحتياجات
- 4.1 وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق المؤثر
  - 1.4.1 تأثير وتطور التسويق الشبكي
  - 2.4.1 الإقناع ومفاتيح المحتوى والإجراءات الفيروسية
  - 3.4.1 التخطيط للتسويق الاجتماعي وحملات التسويق المؤثرة
- 5.1 التسويق عبر الهاتف المحمول
  - 1.5.1 مستخدم المحمول
  - 2.5.1 الويب للجوال والتطبيقات
  - 3.5.1 إجراءات التسويق عبر الهاتف المحمول
- 6.1 الإعلان في بيئات الإنترنت
  - 1.6.1 الإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي وأهداف الإعلانات الاجتماعية (Social Ads)
  - 2.6.1 مسار التحويل أو Purchase Funnel: الفئات
  - 3.6.1 منصات الإعلانات الاجتماعية (Social Ads)
- 7.1 منهجية التسويق الداخلي
  - 1.7.1 البيع الاجتماعي (Social Selling)، الركائز الأساسية والاستراتيجية
  - 2.7.1 منصة CRM في الإستراتيجية الرقمية
  - 3.7.1 Inbound Marketing (التسويق الداخلي) أو تسويق الجذب: الإجراءات وتحسين محركات البحث

- 8.1 أتمتة التسويق
  - 1.8.1 التسويق عبر البريد الإلكتروني وتصنيف البريد الإلكتروني
  - 2.8.1 أتمتة التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing) والتطبيقات والمنصات والمزايا
  - 3.8.1 ظهور تسويق Bot & Chatbot: التصنيف والمنصات
- 9.1 أدوات إدارة البيانات
  - 1.9.1 CRM في الإستراتيجية الرقمية والأنواع والتطبيقات والمنصات والاتجاهات
  - 2.9.1 Business Intelligence و Business Analytics و Big Data
  - 3.9.1 Big Data، والذكاء الاصطناعي و Data Science (علوم البيانات)
- 10.1 مقياس الربحية
  - 1.10.1 عائد الاستثمار: تعريف عائد الاستثمار وعائد الاستثمار مقابل عائد النفقات الإعلانية ROAS
  - 2.10.1 تحسين عائد الاستثمار
  - 3.10.1 مقاييس رئيسية

أفضل محتوى للطلاب الأكثر طموحًا"

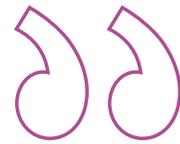


# المنهجية

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.



## 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 (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساها 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.

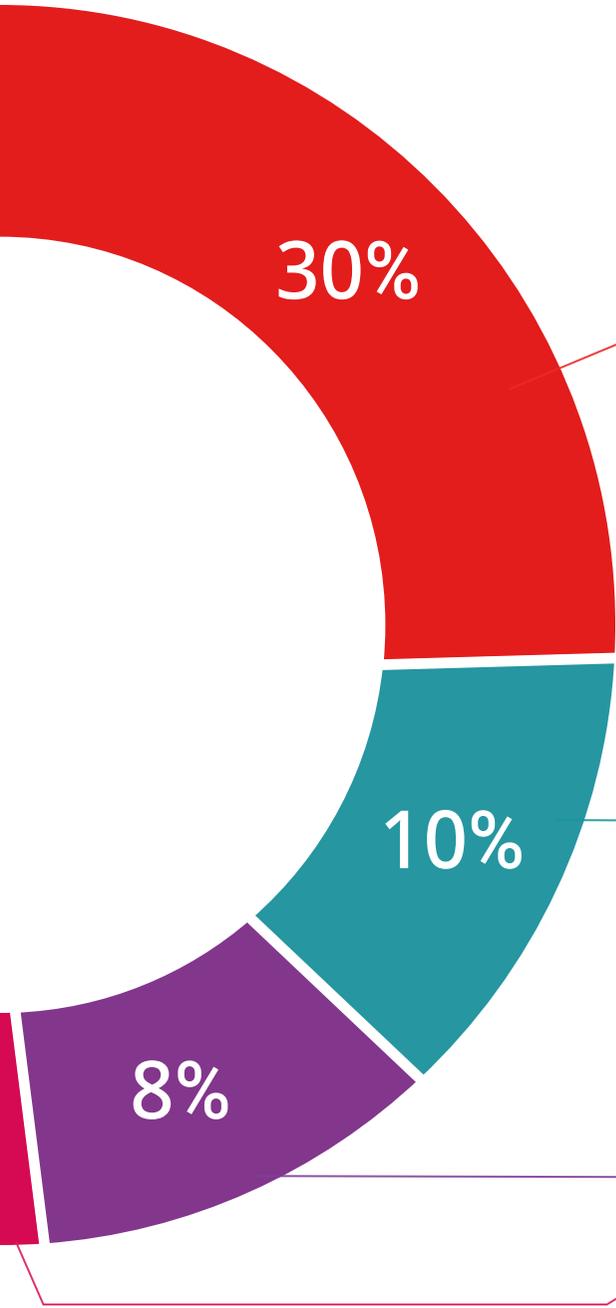
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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.



## يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



### المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموحًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطالب.

### المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

### التدريب العملي على المهارات والكفاءات



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

### قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



#### دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



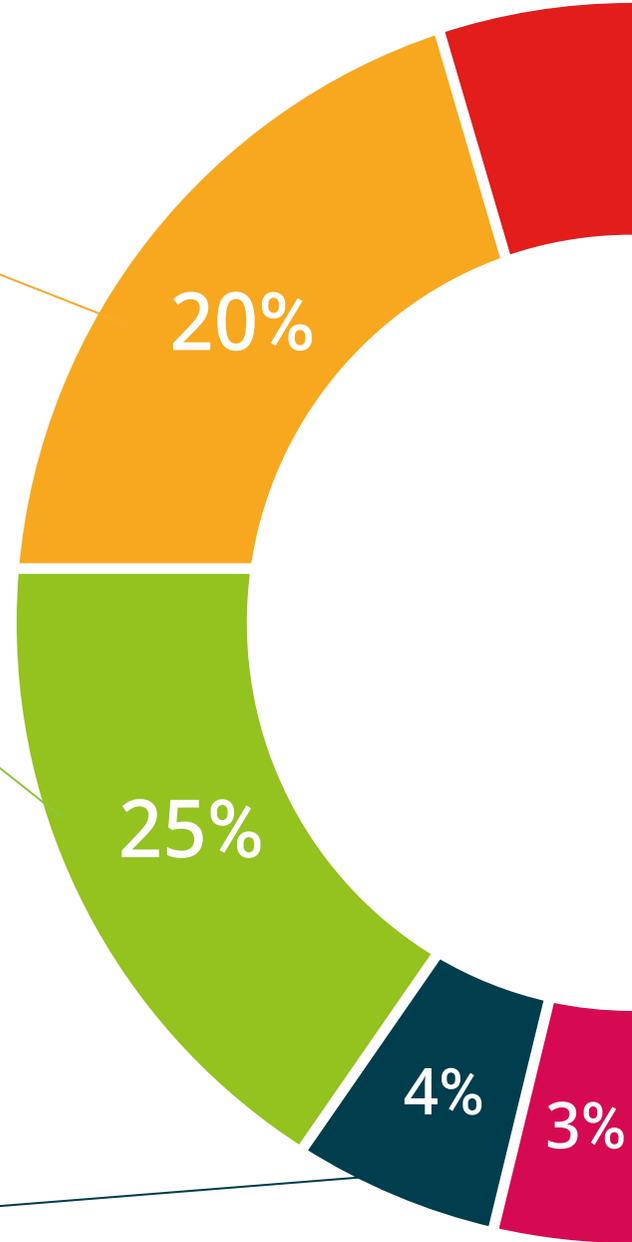
#### ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية"



#### الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



# المؤهل العلمي

تضمن هذه المحاضرة الجامعية في استراتيجية التسويق الرقمي بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائثة، الحصول على مؤهل المحاضرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



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



تحتوي محاضرة جامعة في استراتيجية التسويق الرقمي الطبي على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا حدثا في السوق.

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

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

المؤهل العلمي: محاضرة جامعة في استراتيجية التسويق الرقمي

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 150 ساعة



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

**tech** الجامعة  
التكنولوجية

الحاضر

الحاضر

الجودة

محااضرة جامعية

استراتيجية التسويق الرقمي

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

# محاضرة جامعية استراتيجية التسويق الرقمي