

# شهادة الخبرة الجامعية استراتيجيات الأعمال



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

شهادة الخبرة الجامعية

استراتيجيات الأعمال

« 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

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-business-strategy](http://www.techitute.com/ae/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-business-strategy)

# الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 16

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 30

01

# المقدمة

تدرك الشركات بشكل متزايد أهمية الاتصال في تحقيق أهدافها. لهذا السبب، هناك طلب متزايد على الصحفيين والمتواصلين. بهذا المعنى، يحتوي هذا البرنامج الأكاديمي المرموق لجامعة TECH على منهج مكثف يعد الطلاب لمواجهة التحديات وقرارات الشركات في مجال استراتيجية اتصالات الأعمال. هدفها الرئيسي هو تعزيز نموك الشخصي والمهني من خلال مساعدة الطالب على تحقيق النجاح.

لا تفوت هذا التدريب عالي المستوى الذي سيسمح لك بالنمو ووضع نفسك كخبير صحفي في استراتيجيات التواصل والأعمال"



يهدف محتوى شهادة الخبرة الجامعية المعني باستراتيجيات الأعمال إلى تعزيز تنمية المهارات المهنية للصحفيين التي تتيح اتخاذ قرارات أكثر دقة في بيئات غير مؤكدة.

خلال هذا التدريب، سيقوم الصحفي بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي والجماعي. لذلك، فهو انغماس حقيقي في المواقف الحقيقية المتعلقة باستراتيجيات الأعمال.

تناقش شهادة الخبرة الجامعية هذه بعمق الأنواع المختلفة من الاستراتيجيات التي يمكن إنشاؤها داخل الشركة على مستوى التواصل والتي يمكن أن تعطي نتائج رائعة على مختلف المستويات. كل هذا من منظور عالمي ودولي ومبتكر.

خطة مصممة لك وتركز على تحسينك المهني وتعدك لتحقيق التميز في مجال استراتيجية الأعمال. برنامج يتفهم احتياجاتك واحتياجات شركتك من خلال محتوى مبتكر يعتمد على أحدث الاتجاهات ويدعمه أفضل منهجية تعليمية وهيئة تدريس استثنائية، والتي ستوفر المهارات اللازمة لحل المواقف الحرجة بشكل خلاق وفعال.

بالإضافة إلى ذلك، نظراً لأنه يتم أخذه 100% عبر الإنترنت، فإنه يسمح للطالب بإدارة ساعات دراسته بالكامل، دون الحاجة إلى السفر إلى أي مركز تعليمي.

هذه شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجيات الأعمال تحتوي على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق، أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير دراسات الحالة المقدمة من قبل خبراء في الصحافة والاتصال السياسي
- ♦ محتوياتها الرسومية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها، تجمع المعلومات العلمية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ تحديثات حول التواصل السياسي
- ♦ تمارين عملية حيث يتم إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزه الخاص على المنهجيات المبتكرة في الصحافة والتواصل السياسي
- ♦ نظام التعلم التفاعلي القائم على خوارزميات صنع القرار بشأن المواقف التي أثرت في الصحافة والاتصال السياسي
- ♦ 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



التواصل الجيد أمر بالغ الأهمية لنجاح الشركة. ومع البرامج المماثلة، يتعلم الصحفيون تصميم استراتيجيات أعمال ناجحة وتعزيز نتائج أنشطتهم"

التواصل هو المفتاح لتحقيق النجاح لمنظمة سياسية. التعرف على كيفية تصميم استراتيجيات التسويق السياسي الناجحة مع شهادة الخبرة الجامعية هذه التي تضعها TECH بين يديك.

يجب أن يعرف الصحفي الذي يعمل خبيراً في استراتيجيات الأعمال أحدث الصيغ لممارسة مهنته.

تدريب أكاديمي مليء بالمواد النظرية والعملية المصممة خصيصاً لقيادة الصحفيين إلى النجاح في ممارستهم اليومية"

يشمل البرنامج، في هيئة التدريس، المهنيين المنتمين إلى مجال الصحافة والاتصال، الذين يستفيدون في هذا التدريب من تجربة عملهم، بالإضافة إلى المتخصصين المعترف بهم في الجمعيات المرجعية والجامعات المرموقة. بفضل محتوى البرنامج من الوسائط المتعددة المُعد بأحدث التقنيات التعليمية، سوف يسمحون للمهني بتعلم سياقي، أي بيئة محاكاة ستوفر تعليماً غامرة مبرمجة للتدريب في مواقف حقيقية. يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المعلم من خلاله محاولة حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ. لهذا الغرض، سيحصل المهني على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من صنع خبراء مشهورين في مجال جراحة الاتصالات التجارية ولديهم خبرة كبيرة.



# الأهداف

هدف TECH هو تدريب المهنيين الصحفيين المؤهلين تأهيلاً عالياً لتنمية مهاراتهم وتعزيز وظائفهم. هدف يتكامل عالمياً مع تعزيز تنميته البشرية مما يضع الأسس لمجتمع أكثر مسؤولية والتزاماً ومجتمع أفضل. يتجسد هذا الهدف في شهادة الخبرة الجامعية هذه من خلال توفير الأدوات اللازمة لمواجهة التحدي المتمثل في وضع تخطيط استراتيجي للاتصالات التجارية. هدف يمكنك اعتباره أمراً مفروغاً منه، مع تعليم عالي الكثافة والدقة.





لا تفوت هذه الفرصة التعليمية العظيمة وإصبح محترفًا ناجحًا  
في تواصل الأعمال. ستدخل قطاعا مزدهرا"





- ♦ معرفة أساسيات الإدارة والاستراتيجية والتسويق والتواصل
- ♦ فهم عمل الشركات واستراتيجيات الاتصال الخاصة بها
- ♦ معرفة أهداف وأدوات التسويق والاتصال التجاري

تقدم لك TECH أحدث محتوى في هذا القطاع بهدف واحد هو تشجيعك على تحقيق جميع أهدافك المهنية"





## الأهداف المحددة

### الوحدة 1. الإدارة واستراتيجية الشركات والمؤسسات

- ♦ التعرف على ماهية الإدارة العامة ووظائفها
- ♦ دراسة مفهوم التطوير الإداري والقيادة
- ♦ وصف تطوير الخطة الاستراتيجية
- ♦ التعرف على مفهوم الإدارة الإستراتيجية
- ♦ الاطلاع على سمات وخصائص الاستراتيجية الرقمية واستراتيجية الشركة والاستراتيجية التكنولوجية
- ♦ تطوير تنفيذ الاستراتيجية
- ♦ التعمق في الإدارة المالية
- ♦ مراجعة كافة الجوانب الضرورية للتوجه الاستراتيجي للموارد البشرية

### الوحدة 2. التواصل المؤسسي

- ♦ التعرف على كيفية عمل الاتصالات وإدارتها في المؤسسات
- ♦ تحليل الاتجاهات في الاتصالات التجارية
- ♦ دراسة آثار الاتصالات التجارية والإعلانية
- ♦ التعرف على التواصل في أوقات الأزمات
- ♦ دراسة حول السمعة الرقمية
- ♦ النظر إلى أساسيات الاتصال الداخلي
- ♦ التعرف على ماهية العلامة التجارية وكيف يتم تطويرها
- ♦ التعرف على ما هي وكيف يتم اقتراح خطة اتصال شاملة
- ♦ التعرف على التصميم والهيكل التنظيمي

### الوحدة 3. منظمات: إدارة الازمات والمسؤولية الاجتماعية

- ♦ تحديد المسؤولية الاجتماعية للشركات
- ♦ دراسة ما هي المسؤولية الاجتماعية داخل المنظمة
- ♦ رؤية كيف تتم إدارة السمعة والمخاطر والأزمات
- ♦ التعرف على النزاعات في المنظمات
- ♦ دراسة حول جماعات الضغط والتفاوض
- ♦ التعرف ما هي استراتيجية العلامة التجارية

### الوحدة 4. التسويق والتواصل المؤسسي

- ♦ تحليل العمل السياسي في المؤسسات
- ♦ النظر ما هو وكيف يعمل التسويق المؤسسي والاتصالات العامة
- ♦ تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي
- ♦ التعرف على كيفية تخطيط الأجندة السياسية المؤسسية
- ♦ دراسة كيفية تنفيذ الاتصال الحكومي ومفهوم الحكومة المفتوحة
- ♦ تحليل الاتصالات في الديمقراطيات وما هي الديمقراطيات الرقمية
- ♦ التعرف على ما هي المسؤولية الاجتماعية وكيف تعمل في المؤسسات

# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تم إنشاء تصميم هذا البرنامج التدريب من قبل فريق من المهنيين في الصحافة والتواصل، مع سنوات من الخبرة المهنية والتدريسية. كلهم، مدركين للحاجة الحالية في القطاع لإعداد الجودة، أرادوا الانضمام إلى معرفتهم لنقل التدريب الأكثر اكتمالاً في السوق، مما سيسمح للطلاب بالتطور في مجال الصحافة والاتصال التجاري مع ضمانات أكبر للنجاح.

10						
11	94015					
12	75321	Branch				
13	95235	Web Adver.				
14	32564	Direct Marketing				
15	68508	Newspaper Advertising				
16	06342	Communication Total				
17	89063	Travel				
18	07421	Phone				
19	93012	Computer/Office Equipment	4-Other			
20	24601	Postage	4-Other			
21	35151	Other Total	4-Other			
22	10460	Benefits	4-Other			
23	35246	Payroll taxes	1-Personnal	2		
24	76745	Salaries	1-Personnal	0	12,900	
25	76023	Commissions and bonuses	1-Personnal	0	345	
26	23674	Personnel Total	1-Personnal	1	521	
27	14678	Web Research	1-Personnal	0	0	
28	10567	Independent Reasearch	2-Marketing	1	12,900	2,300
			2-Marketing	2	6,000	16,646
				1	2,000	2,300
						5,000
						3,000

أفضل هيئة تدريس موجودة في TECH. لا تفوت فرصة  
التدريب هذه"



## هيكّل الإدارة

### د. Adolfo López Rausell

- ♦ مدير مدرسة Tech للأعمال
- ♦ الإدارة الفنية للمشاريع ودراسات السوق في Investgroup
- ♦ الإدارة في نادي الابتكار التابع لمجتمع بلنسية
- ♦ بكالوريوس في العلوم الاقتصادية والتجارية من جامعة فالنسيا
- ♦ دبلوم في التسويق من ESEM Business School





Budget

May

2018

04

# الهيكل والمحتوى

تم وضع منهج هذا البرنامج وإنشائه من قبل فريق من المهنيين في الصحافة والتسويق الذين إدراكا لأهمية الاتصال في الشركات من جميع الأحجام قاموا بتصميم خلاصة وافية كاملة للمحتوى المصمم خصيصا لتدريب المتخصصين في علوم المعلومات على تفردات وخصائص عالم الاتصال الاستراتيجي.





محتوى من الطراز الأول، بتنسيق وسائط متعددة  
ومتكيف مع الاحتياجات الحالية للمهنة"



## الوحدة 1. الإدارة واستراتيجية الشركات والمؤسسات

- 1.1 الإدارة العامة (General Management)
  - 1.1.1 مفهوم إدارة العامة
  - 2.1.1 عمل الرئيس التنفيذي
  - 3.1.1 الرئيس التنفيذي وواجباته
  - 4.1.1 تحويل عمل الإدارة
- 2.1 تطوير الإدارة والقيادة
  - 1.2.1 مفهوم التنمية الإداري
  - 2.2.1 مفهوم القيادة
  - 3.2.1 نظريات القيادة
  - 4.2.1 أساليب القيادة
  - 5.2.1 الذكاء في القيادة
  - 6.2.1 تحديات القائد اليوم
- 3.1 التخطيط والاستراتيجية
  - 1.3.1 الخطة في استراتيجية
  - 2.3.1 التموقع الاستراتيجي
  - 3.3.1 الإستراتيجية في الشركة
  - 4.3.1 المخطط
- 4.1 الإدارة الاستراتيجية
  - 1.4.1 مفهوم الإستراتيجية
  - 2.4.1 عملية الإدارة الإستراتيجية
  - 3.4.1 مناهج الإدارة الاستراتيجية
- 5.1 الاستراتيجية الرقمية
  - 1.5.1 الاستراتيجية التكنولوجية وأثرها على الابتكار الرقمي
  - 2.5.1 التخطيط الاستراتيجي لتقنيات المعلومات
  - 3.5.1 الإستراتيجية والإنترنت
- 6.1 استراتيجية الشركة
  - 1.6.1 مفهوم استراتيجية الشركة
  - 2.6.1 أنواع استراتيجيات الشركات
  - 3.6.1 أدوات لتحديد استراتيجيات الشركة
- 7.1 استراتيجية الشركة واستراتيجية التكنولوجيا
  - 1.7.1 خلق القيمة للعملاء والمساهمين
  - 2.7.1 القرارات الإستراتيجية في SI/TI
  - 3.7.1 استراتيجية الشركة مقابل الاستراتيجية التكنولوجية والرقمية

## الوحدة 2. التواصل المؤسسي

- 1.2 التواصل في المنظمات
  - 1.1.2 المنظمات والأفراد والمجتمع
  - 2.1.2 التطور التاريخي للسلوك التنظيمي
  - 3.1.2 اتصال ثنائي الاتجاه
- 2.2 الاتجاهات في الاتصالات التجارية
  - 1.2.2 توليد وتوزيع محتوى الشركات
  - 2.2.2 الاتصالات التجارية على الويب 2.0
  - 3.2.2 تنفيذ المقاييس في عملية الاتصال
- 3.2 التواصل الدعائي
  - 1.3.2 الاتصالات التسويقية المتكاملة
  - 2.3.2 خطة الاتصال الإعلاني
  - 3.3.2 التجارة كأسلوب الاتصالات
- 4.2 تأثيرات الوسائط
  - 1.4.2 فاعلية الاتصال التجاري والإعلاني
  - 2.4.2 نظريات حول تأثيرات الوسائط
  - 3.4.2 النماذج الاجتماعية والإبداع المشترك
- 5.2 الوكالات ووسائل الإعلام والقنوات الإلكترونية
  - 1.5.2 وكالات شاملة ومبتكرة وعبر الإنترنت
  - 2.5.2 وسائل الإعلام التقليدية والوسائط الجديدة
  - 3.5.2 القنوات على الإنترنت
  - 4.5.2 مشغلات رقمية أخرى
- 6.2 التواصل في حالات الأزمات
  - 1.6.2 تعريف الأزمات وأنواعها
  - 2.6.2 مراحل الأزمة
  - 3.6.2 الرسائل: المحتويات واللحظات
- 7.2 الاتصال والسمعة الرقمية
  - 1.7.2 تقرير السمعة عبر الإنترنت
  - 2.7.2 آداب التعامل والممارسات الجيدة في الشبكات الاجتماعية
  - 3.7.2 العلامات التجارية وإقامة شبكة جيدة من العلاقات (Networking) 2.0
- 8.2 الاتصال الداخلي
  - 1.8.2 برامج التحفيز والعمل الاجتماعي والمشاركة والتدريب مع الموارد البشرية
  - 2.8.2 أدوات الاتصال الداخلي والدعم
  - 3.8.2 خطة الاتصال الداخلي

- 6.3 إدارة مخاطر السمعة والأزمات
  - 1.6.3 الاستماع وإدارة التصورات
  - 2.6.3 الإجراءات ودليل الأزمات وخطط الطوارئ
  - 3.6.3 تدريب المتحدثين الرسميين في حالات الطوارئ
- 7.3 الصراعات في المنظمات
  - 1.7.3 الصراعات الشخصية
  - 2.7.3 شروط الصراع
  - 3.7.3 عواقب الصراعات
- 8.3 جماعات الضغط ومجموعات الضغط
  - 1.8.3 مجموعات الرأي وأدائها في الشركات والمؤسسات
  - 2.8.3 العلاقات المؤسسية وممارسة الضغط
  - 3.8.3 مجالات التدخل والأدوات التنظيمية والاستراتيجية ووسائل النشر
- 9.3 التفاوض
  - 1.9.3 التفاوض بين الثقافات
  - 2.9.3 مناهج التفاوض
  - 3.9.3 تقنيات التداول الفعال
  - 4.9.3 إعادة الهيكلة
- 10.3 إستراتيجية العلامة التجارية للشركة
  - 1.10.3 الصورة العامة وأصحاب المصلحة
  - 2.10.3 إستراتيجية العلامات التجارية للشركة وإدارتها
  - 3.10.3 إستراتيجية اتصالات الشركة تتماشى مع هوية العلامة التجارية

#### الوحدة 4. التسويق والتواصل المؤسسي

- 1.4 العمل السياسي في المؤسسات
  - 1.1.4 مفهوم المؤسسة
  - 2.1.4 أنواع المؤسسات والفئات الاجتماعية
  - 3.1.4 الإجراءات المؤسسية
- 2.4 التسويق المؤسسي
  - 1.2.4 الأسواق المؤسسية: المواطنون والكيانات
  - 2.2.4 العرض المؤسسي
  - 3.2.4 رضا المواطن

- 9.2 Branding
  - 1.9.2 العلامة التجارية ووظائفها
  - 2.9.2 إنشاء العلامة التجارية (Branding)
  - 3.9.2 هندسة العلامة التجارية
- 10.2 خطة الاتصال الشاملة
  - 1.10.2 التدقيق والتشخيص
  - 2.10.2 تطوير خطة الاتصال
  - 3.10.2 قياس النتائج: مؤشرات الأداء الرئيسية والعائد على الاستثمار

#### الوحدة 3. منظمات: إدارة الامتثال والمسؤولية الاجتماعية

- 1.3 التصميم التنظيمي
  - 1.1.3 مفهوم التصميم التنظيمي
  - 2.1.3 الهياكل التنظيمية
  - 3.1.3 أنواع التصاميم التنظيمية
- 2.3 هيكل المنظمة
  - 1.2.3 آليات التنسيق الرئيسية
  - 2.2.3 الأقسام والمخططات التنظيمية
  - 3.2.3 السلطة والمسؤولية
  - 4.2.3 ال تمكين
- 3.3 المسؤولية الاجتماعية للشركات
  - 1.3.3 الالتزام الاجتماعي
  - 2.3.3 المنظمات المستدامة
  - 3.3.3 الأخلاق في المنظمات
- 4.3 المسؤولية الاجتماعية في المنظمات
  - 1.4.3 إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات في المنظمات
  - 2.4.3 المسؤولية الاجتماعية تجاه الموظفين
  - 3.4.3 العمل المستدام
- 5.3 إدارة السمعة
  - 1.5.3 إدارة سمعة الشركة
  - 2.5.3 نهج السمعة للعلامة التجارية
  - 3.5.3 إدارة سمعة القيادة

- 3.4 خطط التسويق في المؤسسات
  - 1.3.4 تحليل البيئة المؤسسية
  - 2.3.4 أهداف المؤسسة
  - 3.3.4 الإجراءات الاستراتيجية والتشغيلية
- 4.4 الاتصال العام
  - 1.4.4 وكلاء الاتصال السياسيين
  - 2.4.4 وسائل الاتصال الرسمية: الصحافة والمؤسسات
  - 3.4.4 وسائل الاتصال غير الرسمية: الشبكات وصناع الرأي
- 5.4 استراتيجيات الاتصال المؤسسي
  - 1.5.4 محتوى المعلومات المؤسسية
  - 2.5.4 أهداف الاتصال المؤسسي
  - 3.5.4 استراتيجيات التواصل الرئيسية
- 6.4 تخطيط الأجندة السياسية المؤسسية
  - 1.6.4 إعداد جدول الأعمال المؤسسي
  - 2.6.4 تصميم الحملات المؤسسية
  - 3.6.4 الفئات المستهدفة من الحملات
- 7.4 الاتصال الحكومي: الحكومة المفتوحة
  - 1.7.4 مفهوم الحكومة المفتوحة
  - 2.7.4 وسائل الإعلام
  - 3.7.4 أنواع الرسائل
- 8.4 الاتصال السياسي في الديمقراطيات
  - 1.8.4 الطلب على المعلومات في المجتمعات الديمقراطية
  - 2.8.4 المؤسسات كمصادر للمعلومات
  - 3.8.4 وسائل الاعلام
- 9.4 الديمقراطية الرقمية
  - 1.9.4 مفهوم الديمقراطية الرقمية
  - 2.9.4 الحوار المجتمعي عبر الإنترنت
  - 3.9.4 عناصر الاستخدام على الإنترنت
- 10.4 المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات
  - 1.10.4 حقوق الإنسان والمسؤولية الاجتماعية
  - 2.10.4 تغير المناخ والمسؤولية الاجتماعية
  - 3.10.4 الأخلاق المؤسسية

إنها 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"



## 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.

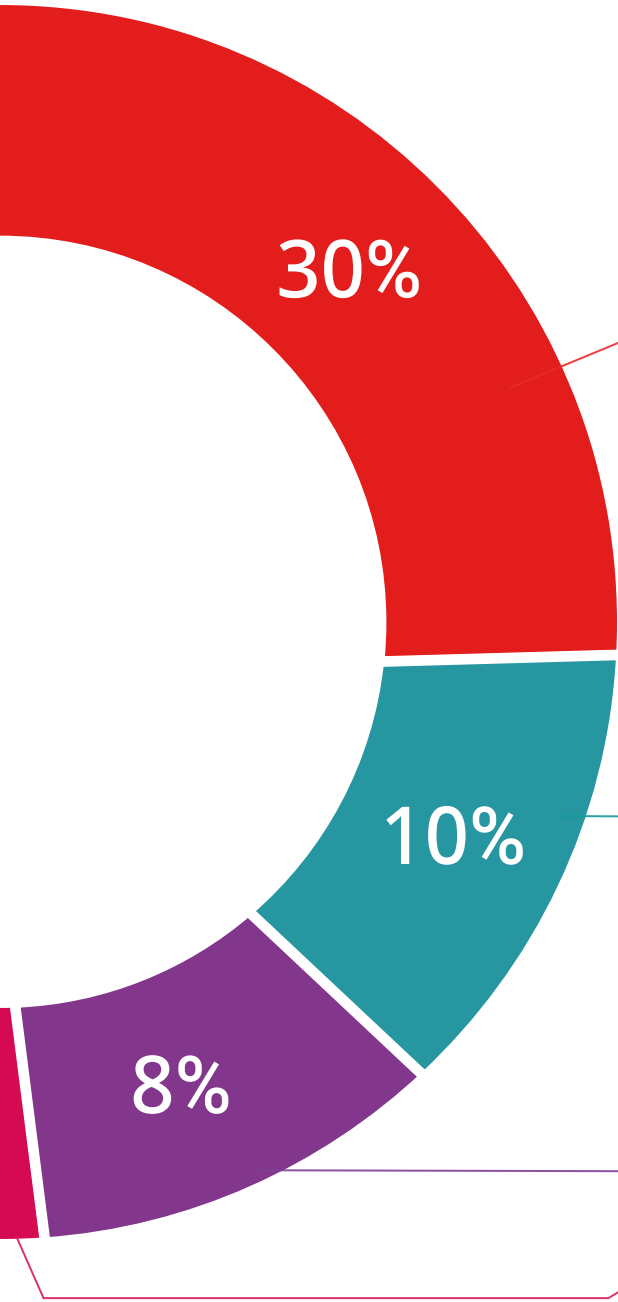
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،  
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في  
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على  
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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.

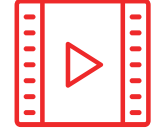
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



## 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 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 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.



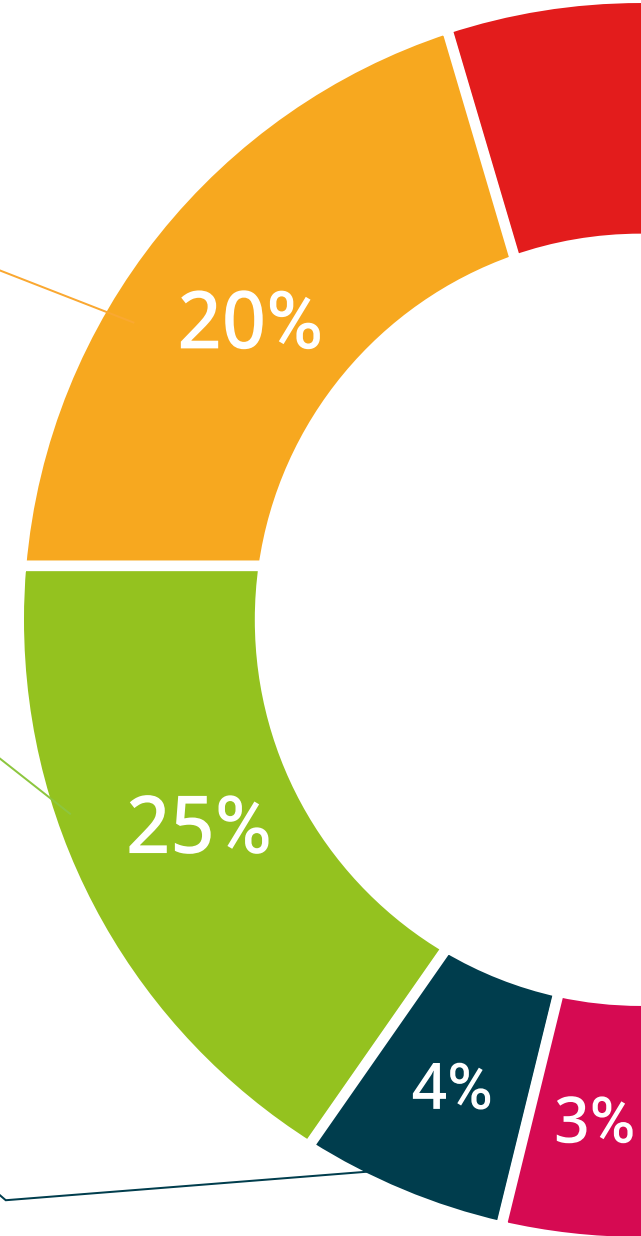
#### ملخصات تفاعلية

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 شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجيات الأعمال، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدثاً، الحصول على شهادة اجتياز 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 شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجيات الأعمال تحتوي على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدثا في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

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

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في استراتيجيات الأعمال

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 600 ساعة





المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

**tech** الجامعة  
التكنولوجية

الحاضر

الابتكار

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية

استراتيجيات الأعمال

« 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

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

# شهادة الخبرة الجامعية استراتيجيات الأعمال