

شهادة الخبرة الجامعية التسويق السياسي



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية

التسويق السياسي

- « 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-political-marketing

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

المقدمة

تنوعت مهنة الصحفي على مر السنين. لا يرتبط هؤلاء المهنيون الآن بوسائل الإعلام التقليدية فحسب، بل يمكنهم أيضًا العمل كخبراء اتصال وتسويق في كيانات من مختلف الأنواع، مثل السياسة. لذلك، فإن هذا البرنامج الأكاديمي المرموق الخاص بـ TECH الجامعة التكنولوجية هو إجراء تعليمي مكثف يعد الطلاب لمواجهة التحديات وقرارات الأعمال في مجال التسويق السياسي. هدفها الرئيسي هو تعزيز النمو الشخصي والمهني للطلاب، ومساعدته على تحقيق النجاح.



كان التسويق السياسي يتقدم على قدم وساق في السنوات الأخيرة. وهذا يجبر مهنيي الاتصالات على تحديث معارفهم لممارسة مهنتهم بمعدل نجاح أعلى"

تم تصميم محتوى شهادة الجامعة في التسويق السياسي لتعزيز تطوير المهارات المهنية للصحفي التي تسمح بصنع القرار بمزيد من الدقة في البيانات غير المؤكدة.

خلال هذا التدريب، سيقوم الصحفي بتحليل العديد من الحالات العملية من خلال العمل الفردي والجماعي. لذلك، فهو انغماس حقيقي في مواقف التسويق السياسي الحقيقية.

يتعامل شهادة الخبرة الجامعة هذه بعمق مع التسويق في المجال السياسي، وهو مصمم لتدريب المتعلمين الحقيقيين الذين يفهمون التسويق السياسي من منظور استراتيجي ودولي ومبتكر.

خطة أكاديمية مصممة للطلاب، تركز على تحسينه المهني وتهيئته لتحقيق التميز في مجال التواصل والتسويق السياسي. برنامج يفهم احتياجاتك واحتياجات بيئة عملك ويقدم لك محتوى مبتكرًا بناءً على أحدث الاتجاهات وبدعم من أفضل منهجية تعليمية وأعضاء هيئة تدريس استثنائيين، والتي ستوفر مهارات لحل المواقف الدرجة بطريقة إبداعية وفعالة.

بالإضافة إلى ذلك، الدراسة 100% عبر الإنترنت، سيوجه الطالب ساعات دراسته، دون الحاجة إلى التنقل إلى أي مركز أكاديمي.

هذه شهادة الخبرة الجامعة في التسويق السياسي الخاصة بنا تحتوي على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في المشهد الجامعي. 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 الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل إلى الإنترنت



سيسمح لك هذا البرنامج بتعزيز قدراتك وأن تصبح
محترباً مرموقاً في التسويق السياسي"

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 التسويق السياسي أحدث الصيغ لممارسة مهنته.

تقدم لك TECH أفضل تدريب في السوق في التسويق السياسي. عليك فقط أن يكون لديك الرغبة في الدراسة"

ويشمل 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. للقيام بذلك، سيحصل المهني على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من صنع خبراء مشهورين في مجال الصحافة والتسويق السياسي.

الأهداف

وُلدت شهادة الخبرة الجامعية هذه بهدف السماح للمهنيين الصحفيين بتحقيق زيادة في مهاراتهم، وبالتالي الترقية الوظيفية. هدف يتكامل عالمياً مع تعزيز تنميته البشرية مما يضع الأسس لمجتمع أكثر مسؤولية والتزاماً ومجتمع أفضل. في هذا البرنامج الأكاديمي، يتم تحقيق هذا الهدف من خلال توفير الأدوات اللازمة لمواجهة التحدي المتمثل في إنشاء تخطيط استراتيجي للتسويق والاتصال السياسي. هدف يمكن للطلاب اعتباره مكتسباً، مع هذا البرنامج عالي الكثافة والدقة.





صممت TECH هذا التدريب بهدف واحد فقط: دفع مهني التواصل
نحو النجاح في ممارسته كخبير في التسويق السياسي"

الأهداف العامة



- ♦ معرفة أساسيات الإدارة والاستراتيجية والتسويق والتواصل
- ♦ فهم عمل المؤسسات والمنظمات السياسية
- ♦ معرفة أهداف وأدوات التسويق والتواصل السياسي
- ♦ التعرف على كيفية تطبيق أدوات التسويق والاتصال اعتمادًا على المنتج السياسي: البرنامج والحزب
- ♦ التعرف على مراحل وتطور الحملة السياسية والانتخابية

تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة لتعزيز
تطورك المهني”





الوحدة 1. المجتمع والمواطنة والسياسة

- ♦ تنمية مفاهيم المواطنة والمجتمع والاعتراف بحقوقهما وواجباتهما
- ♦ تحليل التغيير الاجتماعي
- ♦ دراسة مشاركة المواطنين ومفهوم الرأي العام
- ♦ تطوير الجوانب السياسية والتأديولوجية
- ♦ دراسة مفاهيم الديمقراطية
- ♦ تحليل السيناريوهات السياسية الدولية الحالية

الوحدة 2. التسويق الاستراتيجي والتشغيلي

- ♦ دراسة أساسيات التسويق
- ♦ التعرف على إدارة التسويق
- ♦ التعرف على وظائف التسويق الاستراتيجي
- ♦ التعرف على أبعاد استراتيجية التسويق
- ♦ دراسة تشغيل المزيج التسويقي
- ♦ معرفة كيفية جعل استراتيجيات التسويق في التسويق الرقمي
- ♦ التعرف على ماهية التسويق الداخلي وكيف يعمل

الوحدة 3. التسويق السياسي

- ♦ تطوير خطة تسويق
- ♦ التعرف على كيفية إدارة مجموعات التسويق والأعمال الاجتماعية
- ♦ معرفة وظيفة التسويق الاجتماعي والتسويق السياسي والتسويق الانتخابي
- ♦ تحديد مكونات السوق السياسي
- ♦ تعلم كيفية إجراء تحقيق اجتماعي وسياسي وتشخيص الموقف
- ♦ إنشاء خطة تسويقية سياسية
- ♦ تحليل التنظيم السياسي
- ♦ تحديد أهداف واستراتيجيات خطة التسويق السياسي وطريقة تنفيذها

الوحدة 4. القيادة والتواصل الشخصي

- ♦ التعرف على التواصل والقيادة
- ♦ دراسة التواصل بين الأشخاص والمهارات الشخصية والتأثير
- ♦ تحليل ماهية القيادة الاستراتيجية وكيفية عملها
- ♦ معرفة أهمية الخطابة
- ♦ تحليل كيفية هيكل السلطة في المنظمة
- ♦ تطوير جوانب الإدارة والمسؤولية الاجتماعية للشركات
- ♦ دراسة حول الذكاء العاطفي والعلامات التجارية الشخصية

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تم تصميم المنهج الدراسي ومحتويات هذا البرنامج الأكاديمي من قبل فريق من المتخصصين في الصحافة والتسويق السياسي، مع سنوات من الخبرة المهنية والتدريسية. أراد أعضاء هيئة التدريس هؤلاء، الذين يدركون الحاجة الحالية في قطاع الصحافة والاتصالات للتدريب الجيد، الجمع بين معرفتهم لنقل البرنامج الأكثر اكتمالاً في السوق إلى الطالب. سيسمح هذا للمهني بتطوير حياته المهنية في قطاع التسويق السياسي بضمانات أكبر.



هيئة تدريس ممتازة التي ستساعدك على الوصول إلى أعلى مستوى في مهنتك"



هيكل 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





الهيكل والمحتوى

قد وضع المنهج الدراسي الكامل لشهادة الخبرة الجامعية هذه فريق من المهنيين المرجعيين في مجال التسويق السياسي، ووعيا منهم بأهمية التدريب الحالي في هذا المجال كوسيلة لتعميق مجال المعرفة، فقد وضعوا منهج شاملا مصمما خصيصا لتثقيف المهنيين في مجال فن التسويق السياسي. وبالتالي، بعد الانتهاء من التدريب، سيكون الطالب أكثر استعدادًا لممارسة عمله في هذا المجال بطريقة أكثر استقلالية وكفاءة.



منهج متعمق وكامل مصمم لأفضل مهني
وهو أنت"



الوحدة 1. المجتمع والمواطنة والسياسة

- 1.1. المواطنين والمجتمع
 - 1.1.1. مفهوم المجتمع
 - 2.1.1. حقوق وواجبات المواطن
 - 3.1.1. أنواع المواطنين
- 2.1. التغيير الاجتماعي
 - 1.2.1. مفهوم التغيير الاجتماعي
 - 2.2.1. عوامل التغيير الاجتماعي
 - 3.2.1. تحول التغيير الاجتماعي
- 3.1. مشاركة المواطنين
 - 1.3.1. المشاركة الاجتماعية والمواطن
 - 2.3.1. صناعة القرارات الجماعية
 - 3.3.1. أشكال مشاركة المواطنين
- 4.1. الرأي العام
 - 1.4.1. أشكال الرأي العام
 - 2.4.1. جماعات الضغط
 - 3.4.1. فئات السكان في الرأي العام
- 5.1. المجتمع، السياسة والسلطة
 - 1.5.1. السلطة في المجتمع
 - 2.5.1. واقع السياسة
 - 3.5.1. عوامل السلوك السياسي
- 6.1. الأيديولوجيات والعمل السياسي
 - 1.6.1. مفهوم الأيديولوجيا وأبعادها
 - 2.6.1. الجماعات الأيديولوجية
 - 3.6.1. مظاهر الفكر
- 7.1. أبعاد السياسة
 - 1.7.1. الأنظمة السياسية
 - 2.7.1. أنظمة سياسية
 - 3.7.1. عوامل السياسة العامة
- 8.1. أنظمة سياسية
 - 1.8.1. المفهوم والخصائص
 - 2.8.1. أنواع الأنظمة السياسية

الوحدة 2. التسويق الاستراتيجي والتشغيلي

- 9.1. الديمقراطية: التمثيل والمشاركة
 - 1.9.1. تعريف الديمقراطية
 - 2.9.1. أنواع الديمقراطية
 - 3.9.1. مستويات مشاركة المواطن
- 10.1. السيناريوهات السياسية الدولية
 - 1.10.1. سيناريوهات السياسة في أوروبا
 - 2.10.1. سيناريوهات السياسة في أمريكا الشمالية
 - 3.10.1. سيناريوهات السياسة في أمريكا الوسطى
 - 4.10.1. سيناريوهات السياسة في أمريكا اللاتينية
- 1.2. أساسيات التسويق
 - 1.1.2. مفهوم التسويق
 - 2.1.2. عناصر التسويق الأساسية
 - 3.1.2. الأنشطة التسويقية للشركة
- 2.2. إدارة التسويق
 - 1.2.2. مفهوم إدارة التسويق
 - 2.2.2. حقائق جديدة في التسويق
 - 3.2.2. سوق جديد: قدرات المستهلكين والشركات
 - 4.2.2. التوجه إلى Mk الشمولي
 - 5.2.2. تحديث التسويق 4P
 - 6.2.2. مهام إدارة التسويق
- 3.2. وظيفة التسويق الاستراتيجي
 - 1.3.2. مفهوم التسويق الاستراتيجي
 - 2.3.2. مفهوم التخطيط الاستراتيجي للتسويق
 - 3.3.2. مراحل عملية التخطيط التسويقي الاستراتيجي
- 4.2. أبعاد استراتيجية التسويق
 - 1.4.2. استراتيجيات التسويق
 - 2.4.2. أنواع استراتيجيات التسويق

الوحدة 3. التسويق السياسي

- 1.3. التسويق الاجتماعي
 - 1.1.3. التسويق الاجتماعي
 - 2.1.3. التسويق الاجتماعي المسؤول
 - 3.1.3. تسويق القضايا الاجتماعية
- 2.3. مقدمة في التسويق السياسي والانتخابي
 - 1.2.3. التسويق السياسي
 - 2.2.3. التسويق الانتخابي
 - 3.2.3. مكونات السوق السياسي
- 3.3. المواطنين
 - 1.3.3. المنظمات الاجتماعية
 - 2.3.3. المنظمات والأحزاب
 - 3.3.3. المنتسبون والداعمون
- 4.3. الأبحاث الاجتماعية والسياسية
 - 1.4.3. محتويات البحث الاجتماعي والسياسي
 - 2.4.3. تقنيات البحث الاجتماعي
 - 3.4.3. نتائج البحث الاجتماعي والسياسي
- 5.3. تشخيص الوضع الاجتماعي والسياسي
 - 1.5.3. تحليل الطلب الاجتماعي والسياسي
 - 2.5.3. تحليل العروض السياسية
 - 3.5.3. التوقعات الاجتماعية والسياسية
- 6.3. خطة التسويق السياسي
 - 1.6.3. مقدمة
 - 2.6.3. مزايا خطة التسويق السياسية
 - 3.6.3. مراحل خطة التسويق السياسي
- 7.3. تحليل التنظيم السياسي
 - 1.7.3. التحليل الداخلي للتنظيم السياسي
 - 2.7.3. تحليل المنافسة السياسية
 - 3.7.3. تحليل البيئة الاجتماعية والسياسية
 - 4.7.3. منظمة سياسية DAFO

- 5.2. المزيج التسويقي
 - 1.5.2. مفهوم المزيج التسويقي
 - 2.5.2. استراتيجيات المنتج
 - 3.5.2. استراتيجيات التسعير
 - 4.5.2. استراتيجيات التوزيع
 - 5.5.2. إستراتيجية التواصل
- 6.2. التسويق الرقمي
 - 1.6.2. مفهوم التسويق الرقمي
 - 2.6.2. استراتيجيات التسويق في التسويق الرقمي
- 7.2. التسويق الداخلي
 - 1.7.2. التسويق الداخلي الفعال
 - 2.7.2. فوائد التسويق الداخلي
 - 3.7.2. قياس نجاح التسويق الداخلي
- 8.2. تطوير خطة التسويق
 - 1.8.2. مفهوم خطة التسويق
 - 2.8.2. تحليل وتشخيص الحالة
 - 3.8.2. قرارات التسويق الاستراتيجية
 - 4.8.2. القرارات التشغيلية للتسويق
- 9.2. إدارة مجموعات التسويق
 - 1.9.2. مجموعات التسويق
 - 2.9.2. إنشاء مجموعات التسويق
 - 3.9.2. إرشادات إدارة مجموعة التسويق
 - 4.9.2. مستقبل مجموعات التسويق
- 10.2. الأعمال التجارية الاجتماعية
 - 1.10.2. الرؤية الإستراتيجية للويب 2.0 وتحدياته
 - 2.10.2. فرص التقارب واتجاهات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
 - 3.10.2. كيفية تحقيق الدخل من الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية
 - 4.10.2. التنقل والأعمال الرقمية

- 8.3 أهداف واستراتيجيات خطة التسويق السياسي
 - 1.8.3 تعريف الأهداف
 - 2.8.3 تحديد الاستراتيجيات
- 9.3 خطة عمل الاستراتيجية السياسية
 - 1.9.3 محتويات خطة العمل
 - 2.9.3 معايير قياس العمل
 - 3.9.3 مؤشرات المراقبة
- 10.3 تنفيذ خطة التسويق السياسي
 - 1.10.3 مهام اللجنة الإدارية
 - 2.10.3 تنفيذ خطة العمل
 - 3.10.3 الطوارئ في خطة الطوارئ

الوحدة 4. القيادة والتواصل الشخصي

- 1.4 التواصل والقيادة
 - 1.1.4 القيادة وأساليب القيادة
 - 2.1.4 تحفيز
 - 3.1.4 مهارات وقدرات القائد 2.0
- 2.4 التواصل بين الأشخاص
 - 1.2.4 لغة الجسد
 - 2.2.4 التواصل الحازم
 - 3.2.4 المقابلات
- 3.4 المهارات الشخصية والتأثير
 - 1.3.4 التأثير والنفوذ
 - 2.3.4 السيطرة على التوتر
 - 3.3.4 إدارة الوقت
- 4.4 القيادة الاستراتيجية
 - 1.4.4 نماذج القيادة
 - 2.4.4 التدريب
 - 3.4.4 التوجيه
 - 4.4.4 القيادة التحويلية
- 5.4 خطابة وتشكيل متحدثين رسميين
 - 1.5.4 التواصل بين الأشخاص
 - 2.5.4 مهارات الاتصال والتأثير
 - 3.5.4 معوقات الاتصال الشخصي

- 6.4. السلطة في المنظمة
- 1.6.4. السلطة في التنظيمات
- 2.6.4. مصادر السلطة الهيكلية
- 3.6.4. تكتيكات سياسية
- 7.4. الدور الإداري والمسؤولية الاجتماعية للشركات
- 1.7.4. الرؤية الإستراتيجية للمسؤولية الاجتماعية للشركات
- 2.7.4. أنظمة ونماذج تنفيذ المسؤولية الاجتماعية لا RSC
- 3.7.4. منظمة المسؤولية الاجتماعية للشركات. أدوار ومسؤوليات
- 8.4. الذكاء العاطفي
- 1.8.4. الذكاء العاطفي والتواصل
- 2.8.4. الحزم والتعاطف والاستماع الفعال
- 3.8.4. تقدير الذات واللغة العاطفية
- 9.4. الملف النفسي للمرشح
- 1.9.4. علم نفس القيادة
- 2.9.4. تصنيف شخصية السياسيين
- 3.9.4. توقعات حول المرشح المثالي
- 10.4. العلامة التجارية الشخصية
- 1.10.4. استراتيجيات تطوير العلامات التجارية الشخصية
- 2.10.4. قوانين العلامات التجارية الشخصية
- 3.10.4. أدوات لبناء العلامات التجارية الشخصية

أنت على بعد نقرة واحدة فقط من الانغماس
الأكاديمي على مستوى عالمي"

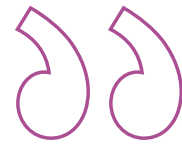


المنهجية

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 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.

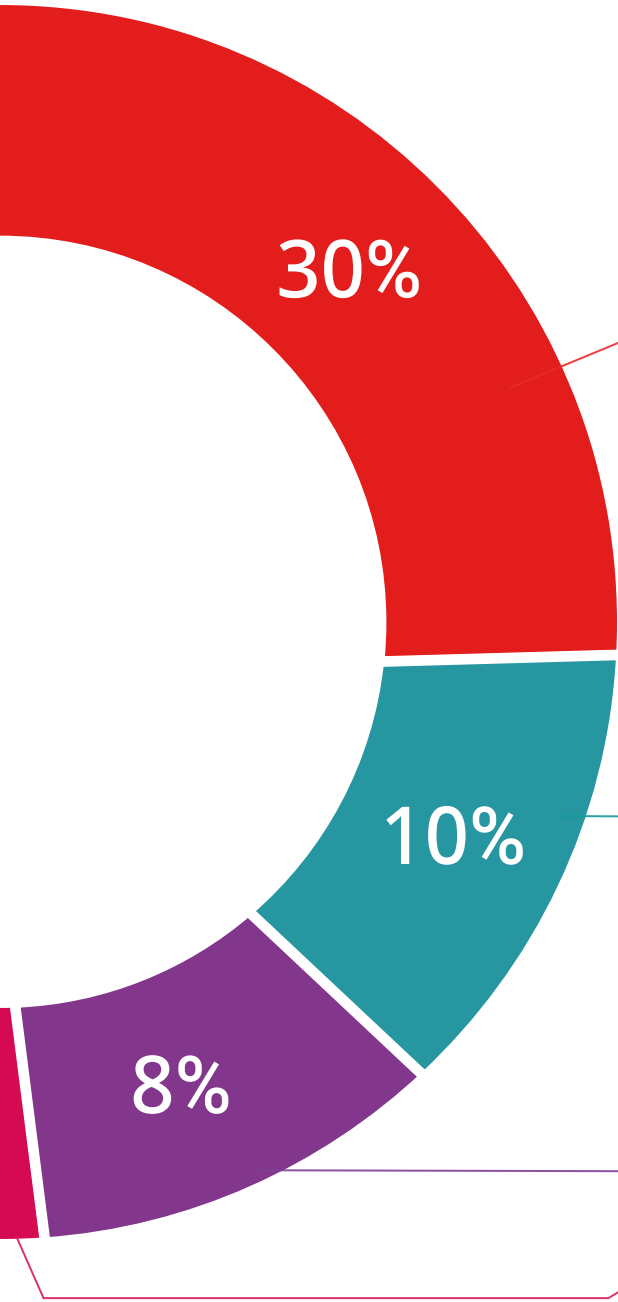
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

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.

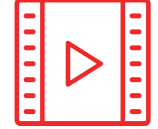
بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، 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.



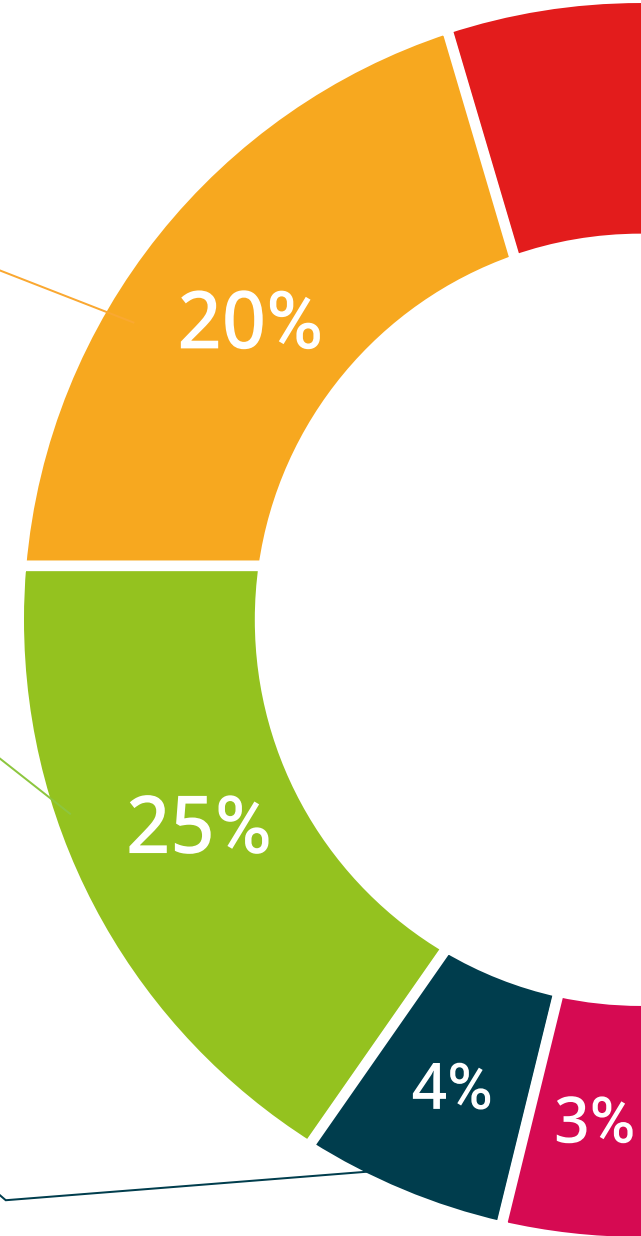
ملخصات تفاعلية

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 التسويق السياسي الخاصة بنا، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على شهادة الخبرة الجامعية الصادرة عن TECH الجامعة التكنولوجية.





اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية دون
الذهاب إلى أي مكان أو القيام بأي أعمال ورقية مرهقة”



هذه شهادة الخبرة الجامعية في التسويق السياسي الخاصة بنا تحتوي على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق.

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

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

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في التسويق السياسي

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

الإبتكار

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية

التسويق السياسي

« 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 التسويق السياسي



VOTE

- CANDIDATE A
- CANDIDATE B
- CANDIDATE C
- CANDIDATE D
- CANDIDATE E